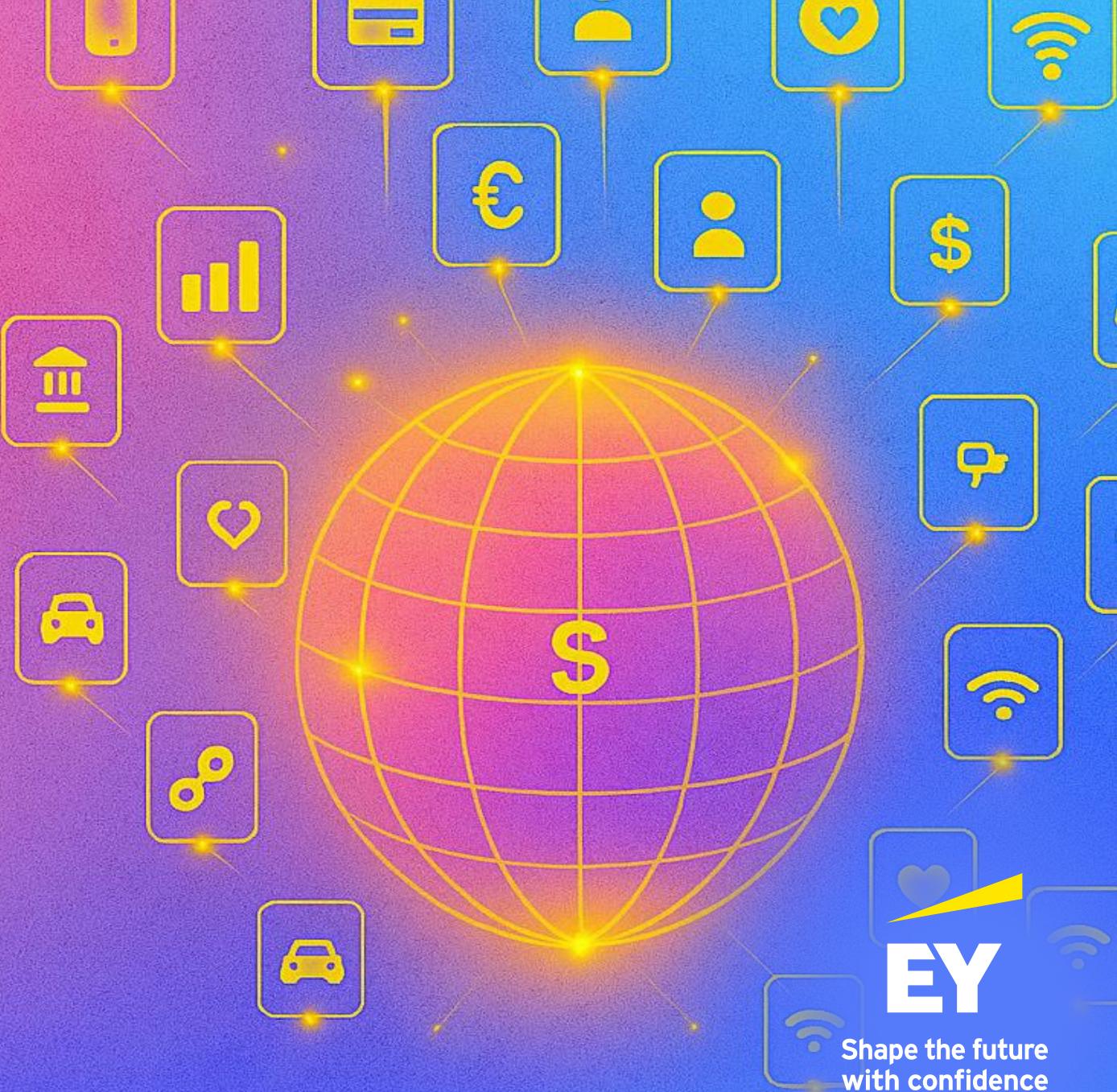


E se o futuro estiver
acontecendo agora...
Sua empresa está pronta
para o inimaginável?

OpenTalks 2025



The better the question. The better the answer. The better the world works.



EY

Shape the future
with confidence



Prefácio: por que fizemos o *OpenTalks*?

4 meses de pesquisa, 50 executivos entrevistados e milhares de dados analisados

Pág. 3



Como o *Open Finance* brasileiro se tornou referência mundial

Com 55 milhões de usuários, se fosse um país, o *Open Finance* teria a 26^a maior população do mundo

Pág. 4



Os desafios atuais do *Open Finance*

Um pouco sobre qualidade de dados, a complexidade da agenda regulatória e o engajamento do cliente

Pág. 7



Como integrar o *Open Finance* à experiência do usuário

Instituições que posicionam o *Open Finance* na home do app capturam menos consentimentos

Pág. 10



Como gerar valor para o PJ por meio do *Open Finance*

A maior parte dos empresários está disposta a compartilhar dados, mas só 3% faz isso

Pág. 13



Além do crédito: o *Open Finance* para o público de alta renda

O uso das APIs de investimento não acompanha o perfil da carteira dos públicos de alta e altíssima renda

Pág. 17



RC10: desafios e oportunidades para novos participantes

1/3 das buscas por *Open Finance* são relacionadas a instituição que ainda não fazem parte do ecossistema

Pág. 22



Beyond Banking: o open além do finance

22% dos consentimentos do *Open Finance* já estão nas mãos de companhias aéreas, *marketplaces* e até *petshops*

Pág. 25

A história da EY com o *Open Finance* é longa. Nossa time desenhou e implementou o *Consumer Data Right* na Austrália, ajudou na implementação do *Sistema de Finanzas Abiertas* no Chile e, no Brasil, está envolvido desde muito antes de se chamar *Open Finance*. E muito antes de se chamar *Open Banking* também. A EY está envolvida no *Open Finance* Brasil desde a primeira consulta pública, muito antes do nascimento do ecossistema.

A EY Brasil tomou gosto pelo tema. Ajudamos diversos clientes a implementar o *Open Finance* no Brasil, desenhamos o primeiro conceito do *Open Investment*, o primeiro conceito do ITP e ajudamos o mercado de seguros a criar todos os manuais do *Open Insurance*. Em 2023, fizemos nossa primeira pesquisa sobre o *Open Finance*, ajudando o Banco Mundial a avaliar a maturidade da implementação do ecossistema por aqui. Entrevistamos mais de 1.000 pessoas na época e chegamos a algumas conclusões, mas a principal delas é de que quase ninguém sabia o que era o *Open Finance* no Brasil.

Muita coisa mudou no ecossistema em 2 anos. O *Open Finance* brasileiro se tornou referência mundial. Toda semana, recebemos contatos de colegas de outros escritórios da EY ao redor do mundo querendo saber mais sobre a mágica que acontece por aqui. Não é para menos. Se fosse um país, o nosso *Open Finance* já teria a 26^a maior população do mundo. E cresce tão rápido que, na primeira versão desse texto, seria a 28^a. Nesse ritmo, dois anos pareciam muito tempo. Precisávamos atualizar

aquela pesquisa de 2023.

Começamos ouvindo o mercado. Foram 50 executivos que reservaram um tempo para falar conosco sobre *Open Finance* ao longo dos últimos 4 meses. **A todos eles, deixamos aqui o nosso muito obrigado!** Em quase todas as entrevistas, abrímos a conversa falando que, se fizéssemos uma pesquisa com o público final, assim como em 2023, provavelmente chegaríamos ao mesmo resultado: ninguém conhece o *Open Finance*. E ainda bem que fomos teimosos, porque estávamos incrivelmente errados!

A maior parte das buscas que envolvem o termo “*Open Finance*” no Google já demonstra interesse em participar do ecossistema, enquanto a menor parte demonstra desconhecimento total. Além disso, quase todas as reclamações sobre o *Open Finance* no Reclame Aqui envolvem argumentações que demonstram claro conhecimento do propósito do *Open Finance*.

O *Open Finance* não é mais apenas uma agenda regulatória, mas um caminho estratégico em construção – e seu sucesso depende da capacidade do mercado em transformar dados em experiências, e experiências em valor. Afinal, lá em 2018, nas primeiras consultas públicas, boa parte do mercado achava inimaginável que o *Open Finance* tivesse grande adesão entre os clientes. Mas teve. A questão é: o mercado está pronto para o inimaginável? Foi para descobrir isso que fizemos o *OpenTalks*.

Como o *Open Finance* brasileiro se tornou referência mundial

55 Mi

É o número de consentimentos únicos do *Open Finance* no Brasil, quase **4 vezes o volume do Open Banking UK** (14,6 mi). Se fosse um país, o ecossistema brasileiro teria a 26ª maior população do mundo.



55 milhões de usuários



51 milhões de habitantes



50 milhões de habitantes



46 milhões de habitantes



45 milhões de habitantes



37 milhões de habitantes

80 Mi

É o número de consentimentos totais, uma média de **1,45 consentimentos por usuário**

Nos últimos 12 meses, nosso ecossistema cresceu quase 7 vezes mais rápido que o britânico



2 milhões de novos usuários por mês

300 mil novos usuários por mês

28%

Quase 1/3 da população bancarizada já está no Open Finance, penetração maior que no Reino Unido (21%)

12x

É a **média de consultas diárias** que os participantes fazem aos dados de um mesmo cliente, quase o triplo de UK (4,4)

8 Mi

É o **número de pessoas bancarizadas que estão fora do alcance do Open Finance**, porque se relacionam apenas com instituições não participantes

220 Mi

É o número de relações financeiras de clientes “invisíveis”, somando conta e *credit only*

62%

Quase **2/3 dos bancos acreditam que o Open Finance ainda não valeu a pena** para sua instituição, mesmo com os números positivos do ecossistema como um todo

30%

Quase **1/3 dos bancos acreditam que ainda não conseguiram fazer mais que um mero atendimento regulatório do Open Finance**, mesmo com 138 casos de uso mapeados pelo Banco Central

O Open Finance brasileiro é, sem dúvidas, um fenômeno. Inspirado no Open Banking lançado em 2018 no Reino Unido, o ecossistema brasileiro já é o maior ecossistema regulado de compartilhamento de dados financeiros do mundo, com mais de 55 milhões de usuários conectados em apenas 4 anos de operação. É quase 4 vezes maior que o Open Banking britânico que, em 7 anos de existência, angariou 14,6 milhões de consentimentos. Na verdade, se o Open Finance brasileiro fosse um país, teria a 26^a maior população do mundo e mais que o dobro da população da Austrália, outro país referência em dados abertos.

A maturidade do Open Finance brasileiro torna-se ainda mais evidente ao analisarmos sua taxa de crescimento. Nos últimos 12 meses, o Open Finance brasileiro ganhou, em média, 2 milhões de novos usuários por mês – uma marca quase sete vezes superior ao observado no Reino Unido, onde o crescimento gira em torno de 300 mil usuários mensais. O país também registra uma penetração proporcionalmente superior: cerca de 28% da população bancarizada brasileira¹ já compartilha dados financeiros por meio do ecossistema, enquanto esse índice é de aproximadamente 21% no Reino Unido².

Os números refletem uma estratégia regulatória desafiadora, que apostou em um modelo mais amplo e inclusivo desde o início. Diferente do Reino Unido, cujo foco inicial era concentrado no setor bancário tradicional, o Open Finance brasileiro já nasceu com a missão de integrar uma gama

mais diversa de produtos e instituições – incluindo pagamentos, crédito, investimentos, câmbio e outros que ainda estão por vir. Essa abordagem mais abrangente permitiu acelerar o impacto prático do ecossistema e ampliar seu escopo de uso para além do foco transacional adotado no Reino Unido.

Outro dado que atesta a vitalidade do Open Finance no Brasil é a intensidade de uso das APIs pelas instituições participantes. Em média, uma instituição financeira brasileira acessa dados de um mesmo cliente 12 vezes ao dia³. Uma taxa de utilização quase 3 vezes superior à observada no Reino Unido (4,4)⁴. Essa diferença revela um ecossistema mais ativo, onde os dados são, de fato, utilizados para alimentar processos, produtos e decisões de negócio. Trata-se de um indicativo de que o Open Finance no Brasil não é apenas uma formalidade regulatória, mas já começa a se integrar aos fluxos operacionais do sistema financeiro.

No entanto, os desafios à frente são proporcionais às conquistas. A adoção ainda é desigual entre os diferentes segmentos de clientes. Segundo estimativas da EY, com base em dados da ANBIMA e do *Dashboard do Cidadão*, menos de 15% dos investidores brasileiros compartilham dados⁵ via Open Finance, e apenas 3% das empresas aderiram ao ecossistema⁶. Isso demonstra que, apesar da penetração significativa no varejo bancário, o Open Finance ainda não conquistou plenamente alguns segmentos com grande potencial de geração de valor.

Além disso, existem importantes lacunas de cobertura que comprometem o ideal de inclusão financeira. Atualmente, aproximadamente 8 milhões de pessoas mantêm conta apenas em bancos e *fintechs* que não aderiram ao *Open Finance*. São pelo menos 106 bancos e *fintechs* que não são participantes voluntárias do ecossistema e nem passarão a ser participantes obrigatórios após a entrada em vigor da Resolução Conjunta nº 10. Isso representa, na prática, aproximadamente 220 milhões de relacionamentos financeiros⁷ que permanecem "invisíveis" para os fluxos de dados do ecossistema. Atrair para o ecossistema as instituições financeiras que atuam principalmente no Sistema de Registro de Crédito (SCR), como financeiras e bancos de montadoras, é um caminho inescapável para o crescimento do *Open Finance*.

Outro ponto que merece atenção é a percepção do mercado quanto ao valor efetivo do ecossistema. Em pesquisa realizada pela EY com 50 instituições envolvidas no *Open Finance* brasileiro, 62% das respondentes afirmaram que o *Open Finance* ainda não "valeu a pena" após 4 anos de operação⁸. Um dado que chama atenção, especialmente à luz dos números positivos de crescimento e adoção. Entre os principais motivos apontados, 30% dos bancos entrevistados declararam não ter conseguido ir além do cumprimento regulatório⁸. Um contraponto com o expressivo número de 138 casos de uso mapeados pelo Banco Central no *Open Finance* brasileiro.

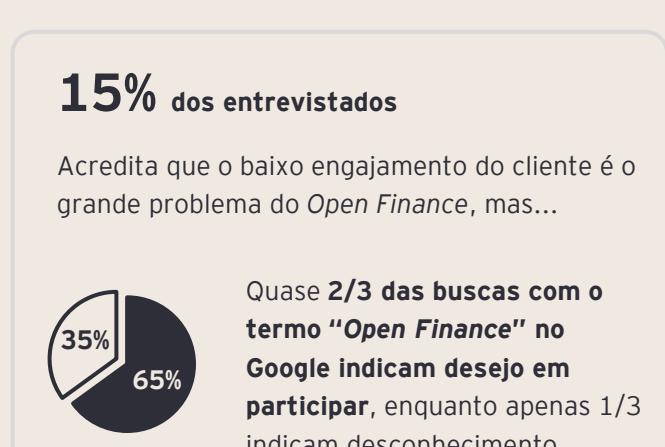
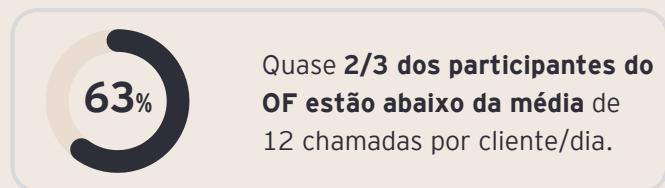
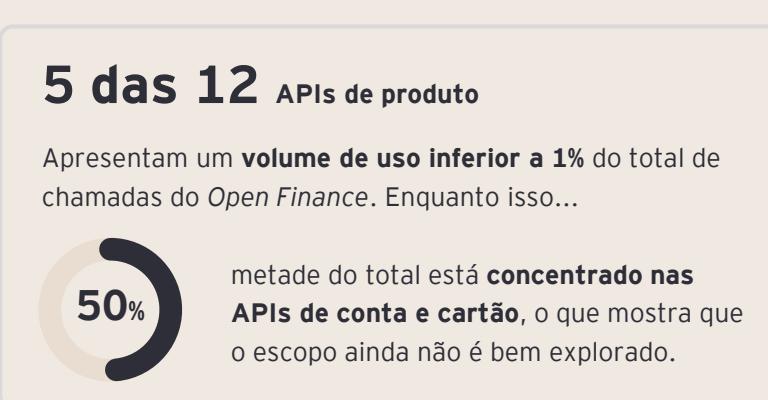
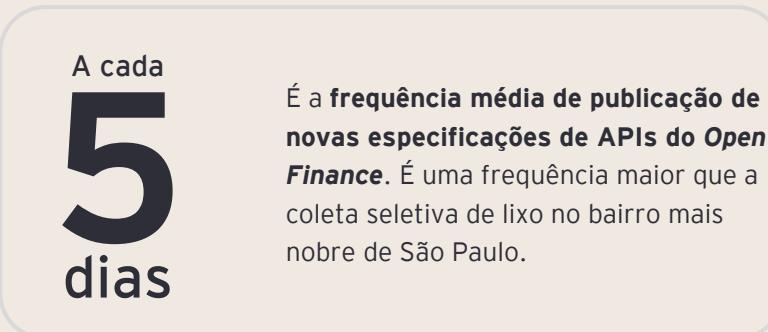
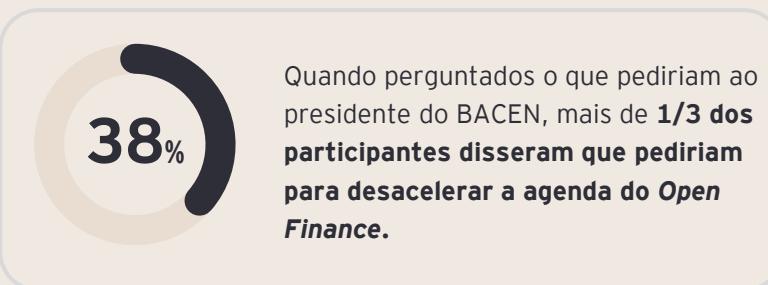
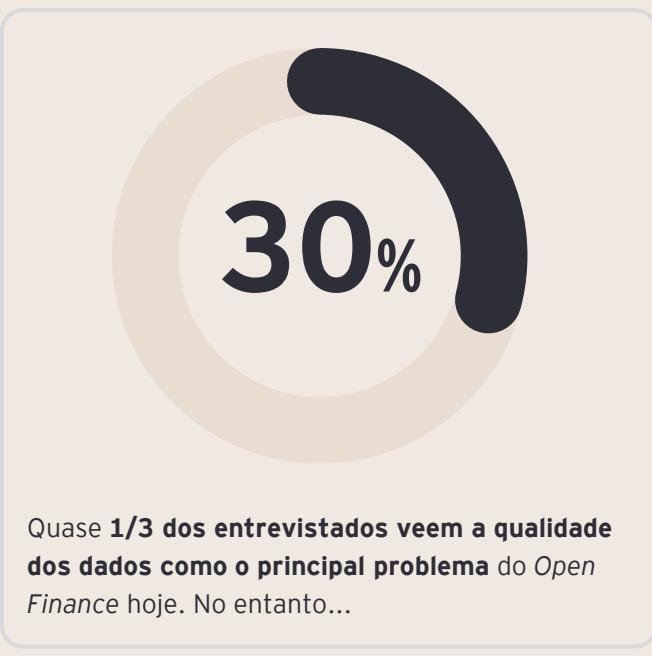
Fonte(s): BACEN | BACEN | BACEN

Esses resultados sugerem que o *Open Finance* brasileiro está pronto para entrar em uma nova fase: a da geração de valor. A chegada dos primeiros casos de uso regulados, como a portabilidade de crédito pessoal, deve ajudar as instituições participantes a tangibilizar o valor do ecossistema, bem como torná-lo mais palpável também para o usuário final.

Visando uma melhor integração à experiência do usuário, o Banco Central definiu um calendário de novos casos de uso para o *Open Finance* em normativos como a Instrução Normativa BCB nº 587/2025. Entre os destaques, está a portabilidade de empréstimo pessoal, prevista para entrar em operação até dezembro de 2025, e a portabilidade de crédito consignado, com previsão para o ano de 2026. Esses marcos representam um avanço importante na consolidação do *Open Finance* como infraestrutura ativa no cotidiano financeiro da população, aproximando seus recursos da experiência real do usuário.

Em resumo, o Brasil já provou que tem um ecossistema robusto e seguro e se consolidou como a grande referência no tema. Agora, o grande desafio é explorar todo o potencial de um escopo que impressiona pela abrangência. No fim, o sucesso do *Open Finance* não será medido por consentimentos, mas por sua capacidade de gerar valor real na vida das pessoas e nas estratégias das instituições.

Os desafios atuais do Open Finance



Ao mesmo tempo em que se consolida como referência, o *Open Finance* brasileiro convive com um paradoxo: apesar de sua impressionante adesão, ainda enfrenta obstáculos estruturais que dificultam a plena exploração de seu potencial. O ecossistema amadureceu em escala e conectividade, mas ainda precisa avançar em eficiência e valor percebido – especialmente por parte das instituições participantes.

A qualidade dos dados é hoje o principal ponto de atenção. Em pesquisa realizada pela EY, 30% dos respondentes¹ apontaram esse fator como o maior desafio do ecossistema. Mas, segundo o *Dashboard do Cidadão*, nenhum participante reportou ter recebido dados inconsistentes nos últimos 12 meses. Ao longo das entrevistas, algumas hipóteses surgiram para explicar esse fenômeno. Em primeiro lugar, talvez o problema não seja a qualidade dos dados em si, mas a baixa capacidade dos participantes para transformar esses dados em valor. Em segundo lugar, talvez essa baixa qualidade de dados de fato exista, mas ficou latente por quase 5 anos pela demora dos participantes em trabalhar esses dados. Ou existe, ainda, uma terceira hipótese, em que os dados de fato tenham baixa qualidade e isso seja, sim, percebido, porém não há um monitoramento eficiente para combater esse problema.

Esse cenário se conecta diretamente ao segundo desafio mais citado na pesquisa: o monitoramento ineficiente, mencionado por 25% dos respondentes¹. Após quatro anos de operação, ainda há carência de

mecanismos ágeis e transparentes que permitam rastrear, corrigir e reportar falhas de forma automatizada e integrada. O resultado é um ambiente onde problemas são sentidos, mas não necessariamente diagnosticados com precisão – o que compromete a confiança entre os participantes e a velocidade de resposta do ecossistema.

Outro fator que vem sendo cada vez mais debatido entre os atores do *Open Finance* é o ritmo das mudanças. Quando questionadas sobre qual seria o principal pedido ao presidente do Banco Central, 38% das instituições entrevistadas¹ afirmaram que pediriam a desaceleração da agenda regulatória. A velocidade da evolução técnica tem sido, de fato, intensa: uma análise feita pela EY no *changelog* das APIs do ecossistema mostra que, desde a primeira publicação, uma nova especificação é lançada a cada 5 dias². Em um ambiente que exige alta coordenação técnica e conformidade regulatória, esse ritmo desafia a capacidade de implementação dos times de tecnologia, negócios e *compliance*, principalmente pela concorrência de outras agendas regulatórias paralelas.

O impacto dessa aceleração aparece nos dados de utilização das APIs. Das 12 APIs de produtos hoje em operação, 5 tem um volume inferior a 1% do total de chamadas do ecossistema³, enquanto metade de todo o tráfego está concentrado em apenas duas delas: conta e cartão de crédito³.

Isso indica que o escopo está se expandindo mais rapidamente do que a capacidade das instituições de absorver, testar e rentabilizar todo o potencial do ecossistema. Apesar de, no *Open Finance* brasileiro, uma instituição participante realizar 12 chamadas por cliente/dia, conforme apontado no capítulo anterior, 63% das instituições participantes estão abaixo dessa média⁴, revelando um nível de subutilização do ecossistema.

Além dos desafios técnicos e operacionais, o engajamento do cliente também foi apontado como uma dificuldade por 15% das empresas entrevistadas⁵. Mas os dados analisados pela EY contam uma história diferente. Uma avaliação das pesquisas feitas no Google mostra que, entre os usuários que buscaram o termo "*Open Finance*", 65% demonstraram intenção ativa de participação⁶ – com perguntas como, "como compartilhar meus dados" ou "qual é o nome do meu banco no *open finance*" - enquanto apenas 35% das buscas indicavam desconhecimento geral do tema. E há outro dado revelador: 29% das buscas que associam o termo "*Open Finance*" a uma instituição específica são direcionadas a bancos que ainda não são participantes⁷, o que mostra claro interesse da população em participar do ecossistema.

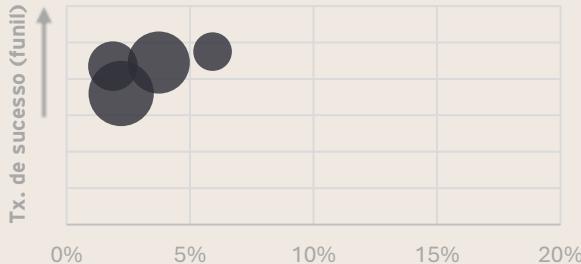
A máxima de que o público brasileiro não sabe o que é o *Open Finance* também se enfraquece após uma análise das principais reclamações sobre o tema. Um levantamento feito pela EY em todas as reclamações com o

termo "*Open Finance*" no Reclame Aqui, ao longo dos últimos 18 meses, mostrou que 97% dos usuários têm clareza de que o *Open Finance* é um ecossistema que permite o compartilhamento de dados para que recebam ofertas mais personalizadas⁸. Isso contraria a percepção de desinteresse ou desconhecimento generalizado e reforça um ponto essencial: a população brasileira está pronta. O que falta, muitas vezes, é que os produtos cheguem de forma clara, tangível e conectada às necessidades reais do consumidor.

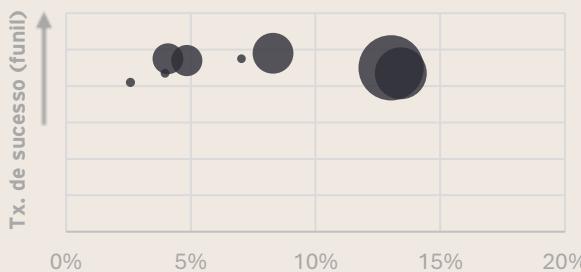
Assim, os desafios atuais do *Open Finance* não estão na falta de potencial, mas na dificuldade de extrair valor de um escopo regulatório extremamente robusto. Questões como a qualidade dos dados, o ritmo de mudanças e a baixa exploração das funcionalidades existentes precisam ser enfrentadas com pragmatismo. O usuário, por sua vez, já demonstra disposição para engajar – e espera que as instituições acompanhem esse movimento.

Como integrar o *Open Finance* à experiência do usuário

Captura de consentimentos - OF na home



Captura de consentimentos - OF "escondido"



Participantes que colocam um botão de *Open Finance* na *home* de seus apps capturam, em média, 50% menos consentimentos em relação aos que “escondem” o OF integrado em alguma jornada dentro do app, mesmo com taxas de sucesso semelhantes no funil de consentimento.

16M
27M

Bancos nativos digitais têm 68% mais usuários únicos no *Open Finance*, apesar de que...

53%
47%

...As buscas por “*Open Finance*” no Google são mais frequentes entre clientes de bancos tradicionais (53%).

21%

Mais de 1/5 das reclamações sobre o *Open Finance* são sobre dados desatualizados. Não é pouco, e ainda assim...

70%

...A grande maioria dos bancos incumbentes está acima dessa média. E, ainda...

50%

Metade dos incumbentes estão acima da média de reclamações por dificuldade em compartilhar dados (3%).

39%

A maior parte das reclamações sobre *Open Finance* feitas pelos clientes no Reclame Aqui nos últimos 18 meses se referem à percepção de que o compartilhamento de dados não gerou nenhum benefício direto. E, desses clientes,...

92%

...A imensa maioria reclama que compartilhou seus dados, mas mesmo assim não conseguiu um limite de crédito melhor.

À medida que o *Open Finance* brasileiro se consolida como referência, torna-se cada vez mais evidente que o sucesso da iniciativa depende menos do tamanho do escopo e mais de como seu valor é percebido e utilizado pelo cliente final. A experiência do usuário – em todas as suas etapas, da descoberta à entrega de valor – é o fator crítico de sucesso do *Open Finance*. Evidências mostram que as instituições que posicionaram o *Open Finance* para o cliente como uma ferramenta e não como um produto, colheram melhores resultados até aqui.

A EY analisou o app de 12 bancos participantes do *Open Finance* para entender como a opção de compartilhamento de dados é oferecida ao cliente e cruzou esse posicionamento com os dados de número de consentimentos únicos e base de clientes no CCS, constatando que os bancos que NÃO incluem um botão ou *banner* de compartilhamento de dados na *homepage* de seus aplicativos convertem, em média, o dobro de clientes em usuários do *Open Finance*¹. À primeira vista, o dado pode parecer contraditório, mas revela um ponto fundamental: o *Open Finance*, quando tratado como um recurso isolado, não oferece ao cliente clareza quanto aos benefícios de compartilhar seus dados; quando, por outro lado, é integrado de forma fluida a uma jornada de contratação de crédito, portabilidade de investimentos ou simulação de serviços, torna-se uma ferramenta de empoderamento e não um obstáculo. O dado reforça uma premissa estratégica: o *Open Finance* não é um novo produto para os

bancos, mas sim uma ferramenta para potencializar o portfólio já existente nas instituições financeiras.

É justamente por integrar melhor essas jornadas que os bancos digitais têm desempenho superior no *Open Finance*. Bancos nativos digitais possuem, hoje, 68% mais usuários únicos² do que os bancos tradicionais. No entanto, uma análise da EY sobre o comportamento dos usuários no Google, nos últimos 3 meses, revela que o interesse pelo *Open Finance* é praticamente igual entre os clientes de bancos digitais e de bancos incumbentes: 53% das buscas³ que associam o termo "*Open Finance*" a uma instituição específica foram direcionadas a bancos tradicionais. Ou seja, a demanda existe dos dois lados – o que muda é a qualidade da experiência entregue.

Essa diferença de experiência fica clara em uma análise das principais reclamações feitas por clientes em relação ao *Open Finance*. Em média, 21% das reclamações que um banco recebe sobre o *Open Finance* são relacionadas a dados desatualizados. No entanto, 70% dos bancos incumbentes estão acima dessa média, o que indica fragilidades na experiência entregue pelos bancos mais tradicionais. Um cenário semelhante se repete nas reclamações sobre dificuldade em compartilhar dados, que representam, em média, apenas 3% das reclamações relacionadas ao *Open Finance*, porém com 50% dos bancos tradicionais

acima da média. O contraste não é técnico, é de usabilidade: a fricção no processo reduz o engajamento e prejudica a percepção de valor.

Por outro lado, a integração do *Open Finance* à jornada do cliente exige cautela. Quando feita de forma superficial ou sem entregar resultados tangíveis, pode gerar frustração. Análise da EY com base em todas as reclamações que continham o termo "*Open Finance*" no Reclame Aqui, nos últimos 18 meses, mostra que, em média, 39% das queixas se referem à percepção de que o compartilhamento de dados não gerou nenhum benefício direto. Os relatos são recorrentes: clientes que autorizaram o compartilhamento, mas não obtiveram aumento de limite, uma oferta mais vantajosa, uma variante de cartão mais adequada ou a migração para um segmento com mais benefícios. O risco é claro – quando não há entrega de valor perceptível, o cliente se sente traído, e o *Open Finance* passa a ser percebido como promessa vazia.

Esses dados reforçam uma verdade que se impõe: o *Open Finance* é uma poderosa ferramenta de personalização da experiência do cliente, mas precisa ser parte de uma proposta de valor concreta. As instituições que conseguem integrar o consentimento de dados a jornadas relevantes – como renegociação de dívidas, antecipação de recebíveis, oferta de investimentos ou *upgrade* de relacionamento – não apenas elevam sua conversão, mas constroem confiança junto ao cliente.

Essa lógica de integração também começa a ser reconhecida fora do setor bancário. Em entrevistas realizadas com seguradoras, 80% delas indicaram que o acesso a dados do *Open Finance* pode ser estratégico para estreitar o relacionamento com o cliente final – algo especialmente relevante em um setor onde o contato tende a ser esporádico. O uso inteligente desses dados permitiria, por exemplo, oferecer serviços complementares, como venda de passagens aéreas atreladas a seguros viagem ou benefícios vinculados a seguros automotivos. Trata-se de uma oportunidade concreta de transformar o seguro, muitas vezes percebido apenas como proteção, em uma plataforma contínua de valor.

Em outras palavras, não se trata de fazer o cliente "usar" o *Open Finance*, mas sim de fazer com que ele nem perceba que o está usando, e se beneficie disso. Quando o compartilhamento de dados aparece como um meio natural para obter algo de valor, ele se torna intuitivo. Quando exige esforço ou não entrega nada em troca, se transforma em barreira.

O futuro do *Open Finance*, portanto, depende da capacidade das instituições de construir experiências centradas no cliente, que usem os dados como insumo invisível para entregar produtos visivelmente melhores. Os bancos que compreenderam isso colheram os primeiros frutos. Os demais ainda têm a chance de reestruturar suas jornadas e reenquadrar o *Open Finance* no que ele realmente é: um caminho, e não um destino final.

Como gerar valor para o PJ por meio do *Open Finance*

Penetração do *Open Finance* entre PJs



20%



3%

1%

Apesar de representar apenas **1%** dos usuários únicos do *Open Finance*...

4%

...A representatividade dos PJs nas reclamações sobre o *Open Finance* é 4 vezes maior.

24%

Quase **1/4** das reclamações de PJ são pelo fato de sua IF não estar no *Open Finance*, mais que o dobro da média do ecossistema (11%).

38%

17 Mi

20%

17%

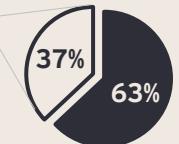
Mais de **1/3** das empresas participantes do *Open Finance* acreditam que a jornada de múltipla alcançada é o principal entrave para o PJ no ecossistema, mas...

... Existem mais de **17 milhões** de empresas com apenas um sócio no Brasil, que, portanto, não teriam que passar pela alcada múltipla. Quase metade não é MEI (46%).

1/5 dos participantes afirmam que o PJ simplesmente não é o foco das suas ações no *Open Finance* e...

...também admitem que ainda não possuem uma proposta de valor clara para esse público

82%



Mais de **3/4** das PMEs estão dispostas a compartilhar dados do seu negócio em troca de serviços mais personalizados, sendo que quase **2/3** deles pagariam por isso.

86%

A maioria das empresas trabalha com múltiplas IFs, sendo que **25%** usa entre 6 e 10 instituições diferentes.

39%

Mais de **1/3** das PMEs conversam com seu gerente, ao menos, uma vez por mês.

Desde o início de sua implementação, o Open Finance brasileiro concentrou seus maiores esforços no público pessoa física, obtendo resultados impressionantes. Mas, à medida que o ecossistema amadurece, fica cada vez mais evidente que gerar valor para o cliente PJ será decisivo para a expansão do modelo. Nesse ponto, o Brasil ainda está aquém do seu potencial.

Os números mostram com clareza o tamanho do desafio. Enquanto no Reino Unido 20% das pequenas e médias empresas (PMEs) já compartilham dados via *Open Finance*, no Brasil esse percentual é de menos de 3%¹. Apesar do segmento PJ representar apenas 1% dos usuários únicos do ecossistema brasileiro², sua participação nas reclamações sobre o *Open Finance* na plataforma Reclame Aqui é quatro vezes maior³. Ou seja, os poucos casos de uso hoje existentes para empresas têm, em média, baixo valor agregado – gerando mais frustração do que benefício.

Paradoxalmente, há sinais claros de demanda reprimida. Segundo análise da EY sobre as reclamações no Reclame Aqui, 24% das queixas feitas por clientes PJ são relacionadas ao fato de que um de seus provedores financeiros não participa do *Open Finance*, mais que o dobro do observado no ecossistema como um todo (11%), o que impede o compartilhamento completo de dados. Em outras palavras, as empresas querem integrar informações, mas ainda esbarram em um ecossistema

incompleto.

Entre as explicações mais comuns para essa baixa tração do público PJ, a jornada de consentimento com alçadas múltiplas é frequentemente mencionada. Na pesquisa da EY com 50 instituições ligadas ao ecossistema, 30% das respostas⁴ apontam essa jornada como o principal entrave. De fato, o processo pode ser confuso e desestimulante quando há necessidade de múltiplas autorizações por parte de diferentes representantes legais. No entanto, essa justificativa, embora válida, não explica o todo.

Afinal, o Brasil possui mais de 17 milhões de CNPJs com apenas um sócio, segundo análise feita na base de dados da Receita Federal, considerando MEIs, Empresários Individuais e Sociedades Limitadas. Esse contingente expressivo não deveria enfrentar obstáculos com alçadas múltiplas, o que indica que existem outras barreiras menos debatidas, como a ausência de uma estratégia clara por parte das instituições participantes.

Essa ausência estratégica é, aliás, reconhecida pelo próprio mercado. Na mesma pesquisa da EY, 20% das instituições entrevistadas afirmam que o público PJ simplesmente não é foco das ações dentro do *Open Finance*⁴. E outras 17% admitem que ainda não possuem uma proposta de valor clara para esse segmento. Essa falta de direção contrasta fortemente com o apetite demonstrado pelas próprias empresas.

A pesquisa "A Voz das PMEs", também conduzida pela EY, revela que 82% dos pequenos e médios empresários estariam dispostos a compartilhar os dados do seu negócio em troca de produtos mais personalizados. Mais do que isso: 63% afirmam que aceitariam pagar por isso, desde que percebessem ganhos reais e serviços financeiros ajustados às necessidades do seu negócio.

Outro dado que reforça essa demanda latente é o perfil "multibanco" das empresas brasileiras. Ainda segundo a pesquisa "A Voz das PMEs"⁵, 86% das empresas mantêm relacionamento com mais de uma instituição financeira, sendo que 25% delas trabalham com entre 6 e 10 instituições diferentes. Essa fragmentação natural do relacionamento bancário do PJ cria um espaço ideal para soluções de integração financeira baseadas em *Open Finance*. O desejo de centralização é evidente – falta sua materialização em soluções práticas.

Diante deste "gargalo" existente na adesão das PJs ao *Open Finance*, a Jornada Sem Redirecionamento (JSR), em funcionamento desde fevereiro de 2025, representa um avanço estratégico no ecossistema. Embora a JSR tenha sido inicialmente implementada com foco na iniciação de pagamentos, existe a expectativa de que a jornada de compartilhamento de dados também seja contemplada no futuro, o que sem dúvida facilitaria a adesão do público PJ, porém, ainda não existe uma previsão para isso. Ao eliminar etapas e concentrar autenticações em um único

ambiente, a JSR oferece uma experiência mais fluida, segura e eficiente para empresas, contribuindo para reduzir barreiras operacionais, ampliar a atratividade do ecossistema e acelerar a participação de instituições e usuários corporativos no sistema financeiro aberto.

O Banco Central voltou a incluir, em sua agenda regulatória de 2025/2026, a melhoria da jornada de *Open Finance* para clientes Pessoa Jurídica, reconhecendo as dificuldades atuais do modelo de alçadas múltiplas. No entanto, esse tema já havia aparecido na agenda de prioridades em 2024, porém, não aconteceram iniciativas concretas. Um dos possíveis caminhos é rever a resolução BCB nº 295/2023, que isenta os bancos corporates da participação do *Open Finance*, quando talvez a melhor alternativa não seja afastar esses *players*, mas sim trazê-los para colaborar na discussão de como tornar o ecossistema mais atrativo para o PJ, já que são eles que melhor conhecem as necessidades das grandes corporações.

Outro aspecto que pode colaborar para maior adesão do público PJ é um melhor uso por parte das instituições participantes do *Open Finance* para personalizar o relacionamento e as interações pessoais com este segmento de clientes. Segundo a pesquisa EY "A Voz das PMEs", 39% dos pequenos e médios empresários fala com seu gerente ao menos uma vez por mês, ou seja, municiar este gerente com dados do *Open Finance* pode contribuir para uma experiência muito melhor para o público PJ.

Apesar dos desafios, o ritmo de crescimento recente do público PJ dentro do ecossistema é animador. Em abril de 2024, o *Open Finance* brasileiro contava com cerca de 239 mil empresas conectadas. Em abril de 2025, esse número mais do que dobrou, chegando a 589 mil PJs, um salto de 146% em apenas 12 meses. O número ainda está distante do universo de empresas ativas no país, mas o crescimento aponta para uma oportunidade concreta de expansão.

O que falta, portanto, não é demanda, nem mesmo adesão técnica. Falta entendimento mais profundo sobre o que os clientes PJ esperam – e o próprio *Open Finance* pode ajudar a responder essa pergunta. O compartilhamento de dados permite conhecer melhor a estrutura financeira das empresas, suas rotinas, necessidades e potenciais. Mas, para que isso aconteça, é preciso que as instituições deixem de ver o PJ como um passo para o futuro e passem a vê-lo como uma frente estratégica.

Em resumo, os obstáculos da jornada PJ no *Open Finance* são reais – mas não justificam por si só o tamanho do *gap* atual entre consentimentos PF e PJ. O desafio maior está na falta de priorização e na ausência de estratégias voltadas para esse público. As empresas já sinalizaram que estão prontas. Cabe às instituições, agora, oferecerem produtos, experiências e soluções que correspondam a essa expectativa.

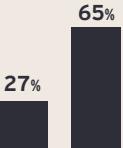
Além do crédito: o *Open Finance* para o público alta renda

15%

Menos de 15% dos investidores brasileiros possuem consentimento ativo no *Open Finance*, mas...

20%

...1/5 das reclamações de investidores sobre o *Open Finance* são sobre sua instituição financeira não estar no ecossistema, o dobro da média geral (11%).



O volume de chamadas de APIs de Investimento cresceu mais que o dobro da média do ecossistema, mas...



...73% dessas chamadas ainda está concentrada em produtos de renda fixa bancária.



Apesar de 33% do volume total investido pelos brasileiros estar em fundos de investimento, apenas 10% das chamadas de API de Investimentos do *Open Finance* são para essa classe de produtos.



Do capital de fundos exclusivos estão alocados em títulos públicos, mas...



...Só 1% das chamadas de APIs de Investimento no *Open Finance* vão para essa classe de ativos.

30% a 50%

É a fatia da carteira de investimentos dos "super ricos" alocadas no exterior. O câmbio é um fator fundamental na saúde do portfólio desse segmento, mas...

0,03%

É o volume de chamadas da API de câmbio, se comparada ao total do ecossistema.

O *Open Finance* brasileiro foi estruturado para ser um ecossistema amplo, robusto e inclusivo. Até aqui, seu maior trunfo foi a tração entre o público de varejo, especialmente aquele que busca ofertas mais vantajosas de crédito ou soluções de pagamento. Mas à medida que a infraestrutura evolui, atrair o público de alta renda torna-se fundamental para ampliar o valor gerado pelo ecossistema – tanto do ponto de vista financeiro quanto reputacional. E esse desafio exige uma abordagem muito distinta daquela adotada até agora.

Em primeiro lugar, é importante destacar que existe uma diferença nos comportamentos do público alta renda e altíssima renda. Essa segmentação varia entre as instituições financeiras, mas para essa pesquisa consideraremos o público alta renda como o público “classe A”, que segundo a ANBIMA tem renda mensal a partir de R\$14 mil. Já o público altíssima renda, consideramos os chamados investidores qualificados, que são aqueles com mais de R\$ 1 milhão investidos.

Para o público alta renda, o *Open Finance* precisa ir muito além da oferta de crédito. A chave está na integração dos dados ao universo de investimentos, onde as decisões são mais complexas e o valor percebido, mais estratégico. No entanto, os números indicam que esse caminho ainda está sendo trilhado de forma tímida e, em certa medida, desalinhada com os interesses desse público.

Hoje, as chamadas às APIs de investimento representam apenas 16% do total de chamadas do *Open Finance* brasileiro¹. E, segundo estimativas da EY com base em dados da ANBIMA e do *Dashboard* do *Open Finance* brasileiro, menos de 15% dos investidores brasileiros compartilharam dados até agora². Mesmo assim, o desejo de participar é visível: 20% das reclamações³ relacionadas ao *Open Finance* feitas por investidores na plataforma Reclame Aqui, nos últimos 18 meses, apontam que o banco do cliente sequer participa do ecossistema, quase o dobro da taxa registrada entre o público geral (11%). Em outras palavras, a demanda existe – mas a oferta ainda não acompanha.

O descompasso fica ainda mais evidente quando se analisa a qualidade e a composição da oferta. Nos últimos três meses⁴, o volume semanal de chamadas de APIs de Investimento cresceu 65%, superando com folga o crescimento geral do ecossistema, que foi de 27% no mesmo período. Isso mostra que as instituições participantes começaram a se movimentar. Mas essa movimentação tem sido pouco diversificada: 73% das chamadas de APIs de Investimento ainda se concentram em produtos de renda fixa bancária⁵.

A realidade do mercado, no entanto, é diferente. Segundo a ANBIMA, a renda fixa bancária representa 39% do volume financeiro investido pelos brasileiros.

Já os fundos de investimento, que concentram 33% do volume investido, respondem por apenas 10% das chamadas às APIs de Investimento do *Open Finance*⁶. O mesmo vale para produtos de renda fixa crédito, que detêm 7% do volume financeiro, mas representam apenas 1% das chamadas. Esses dados revelam um descompasso conceitual entre o uso do potencial do ecossistema pelas instituições financeiras e as ofertas efetivamente relevantes para os investidores de alta renda.

Esse mesmo fenômeno também acontece com o público altíssima renda. Segundo dados da Bolsa de Valores, cerca de 52,98% do capital dos fundos dos exclusivos estão atualmente posicionados em títulos públicos, no entanto, somente 3% das chamadas de APIs de Investimento no *Open Finance* são direcionadas a essa classe de produtos. Além disso, estima-se que uma fatia entre 30% e 50% da carteira dos super ricos esteja investida no exterior, motivo pelo qual as APIs de Câmbio do *Open Finance* poderiam ser de grande valor, mas hoje representam apenas 0,03% do total do ecossistema⁷.

Esse desalinhamento também pode ser um dos fatores que explicam o engajamento ainda reduzido do público de alta renda. Esse cliente não busca apenas tecnologia, mas valor tangível. Quando compartilha seus dados, ele espera uma experiência superior: sugestões de portfólio mais precisas, visão consolidada de seus ativos, ganho de tempo na análise de

oportunidades ou aconselhamento mais qualificado. Quando isso não acontece, a frustração aparece – e o relacionamento sofre.

Além disso, a questão da segurança e do sigilo é central nesse público. O histórico de patrimônio elevado leva naturalmente a uma maior preocupação com a proteção de dados e à aversão a abordagens agressivas de vendas. Esse perfil de cliente não está desesperado por qualquer oferta e não irá compartilhar seus dados sem uma percepção clara e tangível dos benefícios.

Os clientes de altíssima renda são ainda mais exigentes, mais complexos e, ao mesmo tempo, mais discretos. Segundo a *BlackRock*, maior gestora de ativos do mundo, eles esperam soluções altamente personalizadas, que envolvam desde gestão de portfólios sob medida até estratégias fiscais sofisticadas e serviços especializados, como planejamento patrimonial intergeracional, *trust services* e estruturas para doações. Mais do que produtos, buscam relacionamentos de longo prazo com instituições e profissionais que inspirem confiança, discrição e domínio técnico.

Um caminho promissor para gerar valor real é o da integração com os serviços de *family office*. Muitos clientes de alta renda optam por concentrar a gestão de seus recursos em estruturas especializadas, frequentemente fora dos grandes bancos.

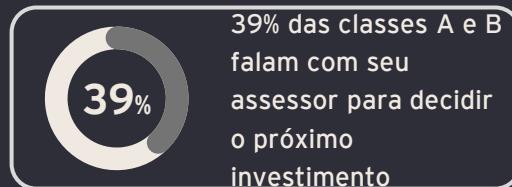
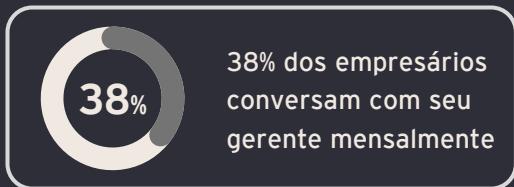
Esses escritórios enfrentam desafios operacionais relevantes para consolidar carteiras e obter uma visão unificada dos ativos do cliente – tarefa que, historicamente, dependia de ferramentas pouco padronizadas e com grande carga de *input* manual. O *Open Finance* pode resolver esse gargalo, automatizando a integração entre diferentes instituições, com segurança e padronização, além de permitir monitoramento em tempo real de condições de mercado e comparativos de produtos. Com isso, os *family offices* conseguem entregar mais valor, com mais agilidade, e reforçar sua posição como parceiro estratégico das famílias.

Outro fator importante é o papel do gerente de conta e/ou assessor de investimentos nesse universo. Jamie Dimon, atual CEO do JP Morgan Chase, diz frequentemente que “pessoas ricas gostam de visitar seu dinheiro regularmente” e, de fato, o público alta renda exige um relacionamento mais próximo e pessoal. Nesse sentido, o uso de ferramentas que usem o *Open Finance* para municiar os gerentes de relacionamento são imprescindíveis para gerar um benefício real para o público alta renda.

Em síntese, atrair o público alta e altíssima renda não depende apenas de convencer, mas de corresponder. E isso só será possível se o *Open Finance* for visto, pelas instituições financeiras, não como uma vitrine tecnológica, mas como uma ferramenta capaz de transformar a forma como esse

cliente é atendido. O ecossistema precisa estar à altura da complexidade – e do potencial – que esse segmento representa.

Desde o surgimento do *Open Finance*, fala-se que um dos grandes objetivos do ecossistema é empoderar o usuário. Para isso, os participantes com maior sucesso no ecossistema apostam em experiências *seamless*, que integram dados e *insights* à jornada do usuário, e o tornam cada vez mais independentes para movimentar sua vida financeira sem precisar pisar numa agência ou falar com um gerente. Funciona para boa parte dos clientes, mas não para todos.



Foi pensando nisso que a EY criou o *FinanceView*, um **assistente pessoal baseado em inteligência artificial generativa que usa o Open Finance para recomendar as próximas conversas que os gerentes de relacionamento e assessores de investimento devem ter com seus clientes**. O *FinanceView* monitora o comportamento do seu cliente com outras instituições financeiras e faz o "match" entre as oportunidades mapeadas e o portfólio da sua instituição e, assim, sugere ao responsável pelo relacionamento quais deveriam ser as conversas prioritárias com base no tamanho de cada oportunidade encontrada.



Quais ações recomendadas para o dia?

Olá, Carlos! Seguem opções muito importantes para hoje:

- a. 32 oportunidades de portabilidade de investimentos.
- b. 46 oportunidades de portabilidade de crédito.
- c. 28 clientes com risco de churn.
- d. 54 clientes selecionados para campanhas.

Por onde gostaria de começar?

Vamos começar por portabilidade de investimento, por favor.

Excelente, aqui está a lista de clientes com oportunidades de portabilidade de investimento

Beatriz Lima Fontes	R\$ 924.684,00
Rafael Souza Barreto	R\$ 801.843,00
Lorena Mendes Carvalho	R\$ 682.968,00
Ícaro Oliveira Rocha	R\$ 496.746,00
Amanda Ribeiro Salazar	R\$ 320.056,00

Me mostre apenas os clientes com oportunidade de portabilidade para CDB

Ótimo, aqui está a relação dos clientes com oportunidade de portabilidade de CDB:

Felipe Dias Moreira	R\$ 296.364,00
Tainá Correia Brandão	R\$ 206.532,00

Chat

RC10: desafios e oportunidades para novos participantes

36 Mi

É o número de brasileiros impactados pela RC10, já que possuem conta em, ao menos, uma das instituições que passam a ser participantes obrigatórias do ecossistema.

220 Milhões

De relacionamentos financeiros entram no ecossistema, considerando apenas contas e contratos de crédito.



Das reclamações sobre o Open Finance, nos últimos 18 meses, são sobre instituições que não entraram no ecossistema.

29%

Quase 1/3 de todas as buscas que associam o termo “Open Finance” a alguma instituição específica são relacionados a bancos que ainda não entraram no ecossistema

14%

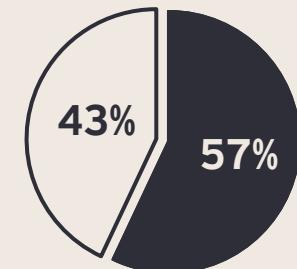
Apenas 14% dos novos entrantes entrevistados afirmaram que os custos foram o principal motivo para não entrar antes no Open Finance.

57%

Mais da metade dos novos participantes afirmaram que não entraram antes no Open Finance porque não viram Valor.

71%

A maior parte dos novos participantes do ecossistema ainda não tem uma estratégia bem definida para uso dos dados do Open Finance.



A maior parte dos novos participantes pretende usar o Open Finance para gerar valor ao cliente, enquanto 43% não pretendem passar da mera adequação regulatória.

O *Open Finance* brasileiro se prepara para mais um marco decisivo em sua trajetória. A partir de 1º de julho de 2025, entra em vigor a Resolução Conjunta nº 10 do Banco Central, que amplia de forma significativa o rol de instituições participantes obrigatórias do ecossistema. Toda instituição regulada com mais de 5 milhões de clientes ativos passa a ser participante obrigatório do *Open Finance* – um movimento que adicionará pelo menos 220 milhões de relacionamentos financeiros¹ ao ecossistema e deve impactar diretamente cerca de 36 milhões de brasileiros.

Embora a Resolução Conjunta nº 10 estabeleça a obrigatoriedade de novos participantes no *Open Finance*, essa entrada ocorre de forma gradual. O Banco Central definiu, por meio de normativos complementares como a Circular nº 4.032, um faseamento que permite às instituições implementarem as funcionalidades em etapas – como compartilhamento de dados e iniciação de pagamentos. Essa abordagem visa mitigar riscos, garantir estabilidade técnica e facilitar a adaptação das instituições ao ecossistema.

Essa nova fase carrega expectativas elevadas, especialmente por envolver a entrada de alguns dos maiores bancos digitais do país – instituições que, embora tenham conquistado relevância exponencial nos últimos anos, ainda estavam fora do ecossistema regulado de compartilhamento de dados financeiros. A simples menção à entrada desses participantes já mobiliza o interesse dos consumidores. Segundo levantamento da EY, 29%

das buscas² no Google que associam o termo "*Open Finance*" a uma instituição financeira específica estão relacionadas a bancos que ainda não fazem parte do ecossistema, sinalizando uma demanda latente por integração.

Essa ansiedade também se manifesta em tom de frustração. Nos últimos 18 meses, 11% de todas as reclamações³ com o termo "*Open Finance*" no Reclame Aqui citam explicitamente o desconforto do cliente com o fato de seu banco não participar do ecossistema. Os consumidores já conhecem os benefícios do *Open Finance* e esperam ter acesso a isso com qualquer instituição com quem se relacionam.

Diante desse cenário, a entrada dos novos participantes não pode ser tratada como uma simples formalidade regulatória. Ao contrário do que ocorreu em 2021, quando o *Open Finance* ainda era uma novidade e os primeiros participantes puderam optar por uma abordagem mais cautelosa e regulatória, o novo momento exige estratégia, clareza de propósito e atenção à experiência do cliente desde o primeiro dia. Como abordado no Capítulo 2, o cliente já entende o que é o *Open Finance* e quer colher os benefícios do ecossistema o quanto antes.

No entanto, os dados revelam que muitos dos novos participantes ainda não estão preparados para esse novo papel.

Em pesquisa realizada pela EY com 50 instituições ligadas ao ecossistema, 57% dos novos entrantes afirmaram que não viam valor no *Open Finance* até então – razão pela qual não aderiram de forma voluntária. Apenas 14% mencionaram o custo de implementação como um fator limitante, indicando que o maior obstáculo é estratégico e cultural.

Outro dado preocupante é que 71% dos novos entrantes entrevistados ainda não possuem uma estratégia bem definida para o uso dos dados que estarão disponíveis a partir da sua entrada no ecossistema. E 43% enxergam o *Open Finance* exclusivamente como uma obrigação regulatória. O risco, portanto, é que essas instituições entrem no ecossistema sem um plano claro de como explorar os dados, gerar valor para seus clientes ou se posicionar frente à concorrência, o que pode prejudicar a imagem dos novos entrantes e do ecossistema como um todo.

Por outro lado, há sinais promissores. 57% dos novos participantes⁴ afirmaram desejar aproveitar o *Open Finance* para entregar valor aos seus clientes, o que demonstra que há disposição para uma mudança de postura. Esses *players* têm, inclusive, uma vantagem estratégica: podem aprender com os erros e acertos de quem chegou antes.

O maior risco, portanto, não está na obrigatoriedade em si, mas na ausência de ambição estratégica. O *Open Finance* já conquistou uma base

de consumidores informados e exigentes. Esses clientes querem controle, visibilidade e praticidade – e cobram isso de todas as instituições com as quais se relacionam. Em um contexto de concorrência crescente e margens pressionadas, tratar o *Open Finance* apenas como um “compliance técnico” será uma oportunidade desperdiçada e um risco alto.

Em resumo, a RC10 marca o início de uma nova era para o *Open Finance* no Brasil. O volume de dados será maior, o leque de instituições será mais diverso e as possibilidades de integração, mais amplas. O sucesso dessa fase, no entanto, depende menos da regulação e mais da postura dos novos entrantes. A responsabilidade agora é estratégica: não basta apenas entrar no jogo – é preciso entender as regras, ler o cenário e jogar para ganhar.

Beyond Banking: o open além do finance



O *Open Finance* brasileiro nasceu como uma iniciativa regulatória voltada ao sistema financeiro, mas rapidamente passou a inspirar outros setores da economia. O *Open Insurance* já está em operação e o *Open Energy* passou recentemente por consulta pública, assim como o *Open Capital Markets* no passado.

Além de inspirar ecossistemas paralelos, a composição do *Open Finance* com ofertas *cross-industry* é um salto significativo na busca pela principalidade, ou seja, a capacidade de se posicionar como principal parceiro do cliente em tudo o que ele precisar. Conhecer o comportamento financeiro do cliente, sem dúvidas, é um atalho para entender melhor seu momento de vida e necessidades não financeiras, assim como o contrário também é verdadeiro: entender os hábitos de consumo podem ajudar a personalizar serviços financeiros.

No entanto, essa integração entre dados que estão dentro e fora do ecossistema do *Open Finance* precisa ser muito bem-feita para que não prejudique a experiência do cliente e a reputação do ecossistema. E, de fato, o ecossistema já começa a trilhar esse caminho: hoje, quase 22% de todos os consentimentos no *Open Finance* vão para instituições não reguladas pelo Banco Central¹, por meio dos chamados ITPs puros – empresas que não mantêm relacionamento direto com o cliente, mas atuam como intermediárias na transação de dados ou pagamentos.

Fonte(s): *Open Finance Brasil* | Reclame Aqui

No entanto, o avanço dessa fronteira traz também desafios importantes. Segundo análise da EY na plataforma Reclame Aqui, 30% das empresas com reclamações relacionadas ao *Open Finance* nos últimos 18 meses não são reguladas pelo Banco Central², o que inclui companhias aéreas, apps de gestão financeira, *marketplaces*, bilheteiras e até *pet shops*. Essas empresas pecam especialmente no uso dos dados: 32% das reclamações contra elas envolvem dados desatualizados, e 20% mencionam dificuldade no compartilhamento. Ou seja, ainda que o cliente tenha autorizado o uso de seus dados, as experiências estão aquém das expectativas, o que pode gerar frustração e desgaste.

Curiosamente, os próprios ITPs puros – que atuam como ponte técnica nesse processo – apresentam índices elevados de sucesso nas chamadas de APIs: mais de 90%, acima da média geral do ecossistema (87%)³. Isso sugere que o gargalo não está na obtenção dos dados, mas sim na forma como esses dados são recebidos, processados e integrados por empresas não reguladas, que nem sempre estão preparadas para lidar com o volume e variedade de informações do *Open Finance*. O resultado é um risco reputacional que não afeta apenas essas empresas, mas compromete a imagem de todo o *Open Finance* perante o consumidor final.

Os alertas se acendem quando, segundo análise da EY, 30% das reclamações envolvendo o termo “Open Finance” contra empresas não reguladas pelo Banco Central relatam que o cliente se sentiu forçado a compartilhar seus dados via *Open Finance* para poder concluir a jornada de compra de um produto ou serviço, sem ver uma conexão clara de como seus dados poderiam ser de fato necessários ou enriquecer sua experiência.

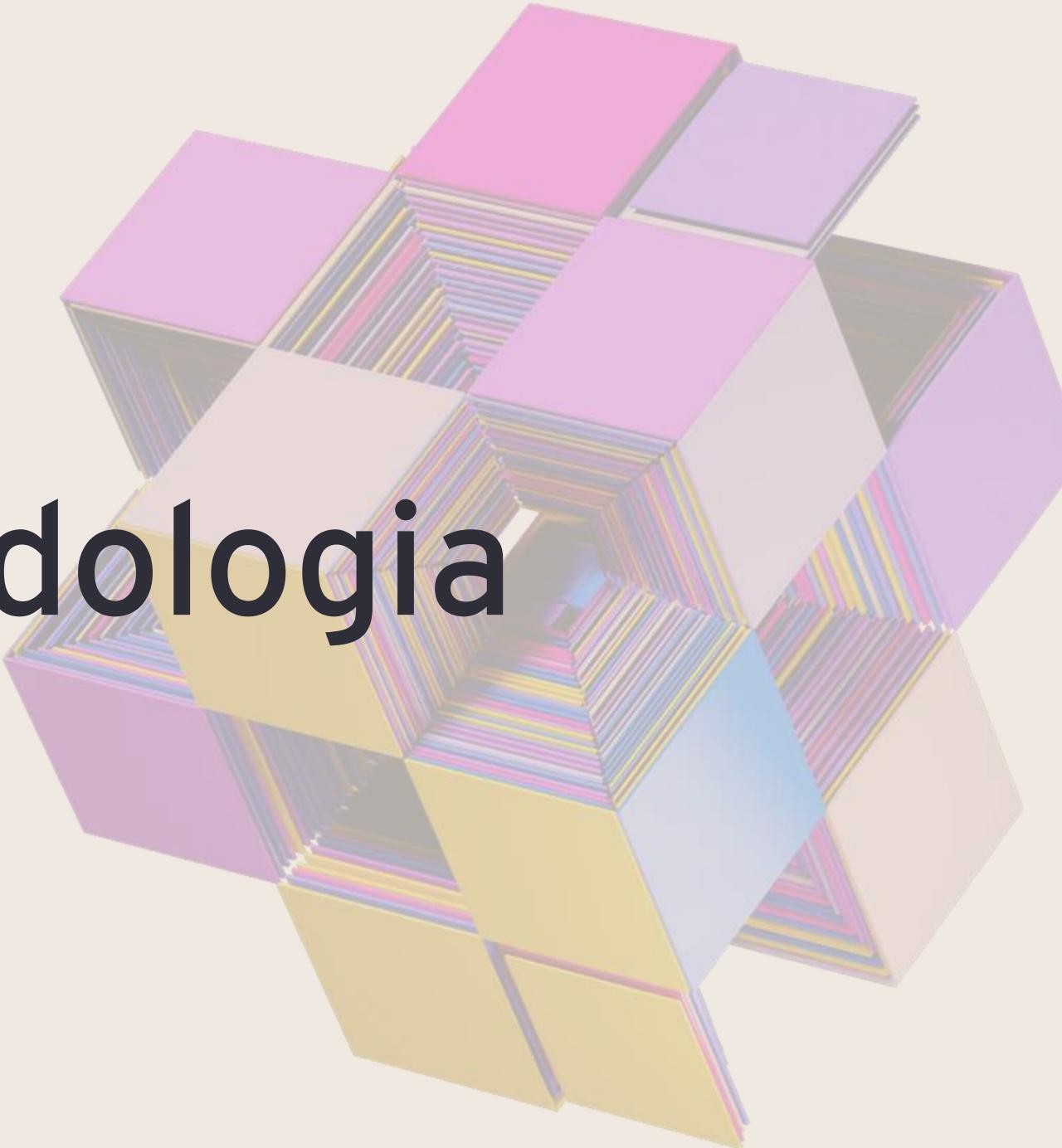
Essas preocupações não passam despercebidas pelos participantes regulados do ecossistema. Em pesquisa realizada pela EY, 54% dos bancos entrevistados⁴ afirmaram enxergar riscos em parcerias com instituições não reguladas, o que os leva, muitas vezes, a evitá-las. O receio é compreensível: sem governança adequada, essas integrações podem se tornar um ponto de vulnerabilidade na experiência do cliente, na segurança dos dados e na reputação da marca.

Apesar dos riscos, o potencial de parcerias entre setores permanece imenso. Imagine um cliente que autoriza o compartilhamento de seus dados para obter uma linha de crédito atrelada à compra de uma bicicleta elétrica – integrada ao seu histórico de mobilidade urbana e aos seus compromissos financeiros mensais. Ou alguém que utiliza o *Open Finance* para personalizar planos de saúde baseados não apenas na renda, mas no estilo de vida registrado em seus padrões de consumo. Ou ainda, a

integração entre plataformas de educação e instituições financeiras para ajustar limites de crédito, prazos e tarifas com base no progresso de um curso profissionalizante. Esses são exemplos concretos de como o *Open Finance* pode ser o elo entre o financeiro e o não financeiro, entre o dado e o propósito.

Para que esse futuro se concretize, no entanto, será preciso investir em regulação. A percepção é de que os requisitos de governança de dados, gestão de consentimento, segurança da informação e capital social precisam ser universalizados para todos os receptores de dados, sejam eles regulados ou não. O *Open Finance* só será uma ponte real se for confiável, transparente e percebido como útil pelo cliente. Integrar dados de dentro e fora do sistema financeiro requer cuidado extremo com consentimento, clareza de propósito e fluidez na jornada. Caso contrário, o que deveria aproximar pode afastar.

Metodologia



Pesquisa Clientes Finais

Para compreender o ponto de vista do público final, conduzimos uma pesquisa focada nas bases de dados do Google e Reclame Aqui, permitindo entender quais são as principais dúvidas, interesses e reclamações das pessoas que buscam informações sobre *Open Finance*. Essa abordagem permitiu identificar não apenas o nível de conhecimento sobre o tema, mas também as expectativas do público frente ao ecossistema *Open Finance*.

A análise das buscas do público pelo termo “*Open Finance*” no Google, referentes ao mês de junho de 2025, foi realizada por meio da plataforma Semrush. Para fins de análise, foram consideradas 25 empresas e um total de 10.890 pesquisas no período. Esse volume inclui tanto buscas diretas pelo termo “*Open Finance* + ‘nome da empresa’”, quanto pesquisas relacionadas.

Já a análise do Reclame Aqui considerou todas as reclamações realizadas em um período de 18 meses, de janeiro de 2024 a junho de 2025, totalizando 2.188 reclamações.

Base de Dados	Plataforma Utilizada	Q Empresas Analizadas	Período Analisado	Total Pesquisas no Período
Google	Semrush	25	Junho 2025	10.890

Base de Dados	Plataforma Utilizada	Q Reclamações Analizadas	Período Analisado	Total Reclam. no Período
Reclame Aqui	Reclame Aqui	1.584	Janeiro 2024 a Junho 2025	2.188

Entrevistas Executivos

Em complemento à visão do público final, a EY realizou entrevistas com 50 executivos do mercado, incluindo gerentes, diretores, CEOs e outros profissionais de liderança de grandes e relevantes empresas. Os participantes representam uma ampla gama de segmentos relacionados ao *Open Finance*, como bancos, empresas de pagamento, seguradoras, provedores de tecnologia e instituições de comunicação. O objetivo foi captar percepções sobre os benefícios já observados e as expectativas em relação à evolução do ecossistema.

Segmento	Nº Executivos Entrevistados	% Representação
Bancos Tradicionais Participantes	13	26%
Novos Entrantes	7	15%
Bancos Públicos	5	11%
Seguros e Previdência	5	11%
Provedores	8	11%
Comunicadores/Personalidades	5	11%
Varejo	3	7%
Cooperativas	2	4%
Pagamentos	1	2%
Corporate	1	2%
Total	50	100%

Capítulo 1Pág. 5 ¹ Relação entre usuários únicos PF (maio 2025) versus população bancarizada Brasil (2024).² Relação entre usuários únicos totais (2024) versus população bancarizada Reino Unido (2024). Considera-se bancarizado 100% da população do Reino Unido por tratar-se de país classificado como "desenvolvido".³ Volume diário médio de chamadas de API no *dashboard* do cidadão *Open Finance* Brasil, entre maio de 2025 e junho de 2025, dividido pela quantidade de consentimentos únicos e corrigido pela taxa média de sucesso das chamadas de API do ecossistema.⁴ Volume diário médio de chamadas de API no *dashboard* do *Open Banking* UK, entre maio de 2025 e junho de 2025, dividido pela quantidade de consentimentos únicos e corrigido pela taxa média de sucesso das chamadas de API do ecossistema.⁵ Relação entre consentimentos únicos PF (maio de 2025) versus chamadas^{1;2} de investimentos³ (março a maio de 2025) versus o número de investidores no Brasil (2024).¹ Os dados de chamadas de API disponíveis não fazem distinção entre usuários pessoas físicas (PF) e pessoas jurídicas (PJ). No entanto, considerando que usuários PF representam aproximadamente 99% dos consentimentos registrados, para fins de análise e cálculos, adotou-se os valores totais de chamadas de API sem realizar qualquer segregação ou ajuste entre PF e PJ.² Por tratar-se de uma relação que considera o número de chamadas totais, entende-se que o valor representa um número máximo de investidores, assumindo como premissa que tenham sido realizadas uma única chamada por cliente único.³ APIs Investimento considera: API de Renda Fixa de Crédito, Títulos do Tesouro Direto, Fundos de Investimento, Renda Variável e Renda Fixa Bancária.⁶ Relação entre CNPJs ativos (junho de 2025) versus total de consentimentos únicos PJ (maio de 2025).Pág. 6 ⁷ Somatório das bases CCS e SCR dos bancos que optaram em não participar do OFIN.⁸ Cálculo considera as respostas dos entrevistados que já participam do ecossistema e que se enquadram nas classificações de Bancos Incumbentes/Tradicionais, Neobanks/Digitais ou Bancos Públicos.**Capítulo 2**Pág. 8 ¹ Cálculo considera as respostas dos entrevistados que já participam do ecossistema e que se enquadram nas classificações de Bancos Incumbentes/Tradicionais, Neobanks/Digitais ou Bancos Públicos.² Relação entre quantidade de semanas desde fevereiro de 2021 (lançamento Fase 2 OFin) a 04.04.2025 (última atualização disponível até 18.06, dia em que o cálculo foi realizado) versus quantidade de APIs que foram melhoradas, lançadas e corrigidas nesse período.³ Relação do número de chamadas de cada API (Dados Cadastrais e Transacionais) versus total de chamadas (março a maio de 2025).Pág. 9 ⁴ Para fins de cálculo, foram analisadas 24 instituições participantes.⁵ Cálculo considera as respostas dos entrevistados que já participam do ecossistema e que se enquadram nas classificações de Bancos Incumbentes/Tradicionais, Neobanks/Digitais ou Bancos Públicos.⁶ Considera o volume de pesquisas (junho de 2025) relacionadas à palavra-chave "Open Finance + 'nome da instituição'".⁷ Considera o volume de pesquisas (junho de 2025) relacionadas à palavra-chave "Open Finance + 'nome da instituição'" somada às pesquisas diretas junto ao termo.⁸ Considera todas as reclamações dos últimos 18 meses (janeiro de 2024 a junho de 2025).

Capítulo 3Pág. 11 

¹ Relação entre o número de consentimentos únicos e o número total de clientes da instituição no CCS. Consideradas 12 empresas para fins de cálculo, entre elas empresas classificadas como Bancos Tradicionais/Incumbentes, Bancos Neo/Digitais ou Bancos Públicos.

² Segundo dados do *dashboard* do cidadão. Bancos considerados nativos digitais: Nubank, PicPay, Mercado Pago, XP e Banco BMG e Banco BV. Bancos considerados tradicionais: Itaú, Bradesco, Santander, Caixa, Banco do Brasil, BTG Pactual, Sicredi, Sicoob, Safra, Banrisul e Banco do Nordeste.

³ Considera todas as reclamações dos últimos 18 meses (janeiro de 2024 a junho de 2025).

Capítulo 4Pág. 14 

¹ Relação entre consentimentos únicos PJ (maio de 2025) e total de CNPJs ativos (junho de 2025).

² Relação entre consentimentos únicos PJ e total de consentimentos únicos (maio de 2025).

³ Relação entre reclamações de PJs e total de reclamações no Reclame Aqui nos últimos 18 meses (janeiro de 2024 a junho de 2025).

⁴ Cálculo considera as respostas dos entrevistados que já participam do ecossistema e que se enquadram nas classificações de Bancos Incumbentes/Tradicionais, Neobanks/Digitais ou Bancos Públicos.

Pág. 15 

⁵ A amostra da pesquisa considera como pequena e média empresa (PME) os negócios que possuem entre 10 e 249 empregados em tempo integral (equivalente em tempo integral). A pesquisa abrange um total de 5.698 entrevistas realizadas em diferentes países, sendo o Brasil responsável por 126 das PMEs entrevistadas.

Capítulo 5Pág. 18 

¹ Relação entre chamadas de APIs de Investimentos¹ versus total de chamadas (março a maio de 2025).

¹ APIs de Investimento considera: API de Renda Fixa de Crédito, Títulos do Tesouro Direto, Fundos de Investimento, Renda Variável e Renda Fixa Bancária.

² Relação entre consentimentos únicos PF (maio de 2025) versus chamadas^{1;2} de investimentos³ (março a maio de 2025) versus o número de investidores no Brasil (2024).

¹ Os dados de chamadas de API disponíveis não fazem distinção entre usuários pessoas físicas (PF) e pessoas jurídicas (PJ). No entanto, considerando que usuários PF representam aproximadamente 99% dos consentimentos registrados, para fins de análise e cálculos adotou-se os valores totais de chamadas de API sem realizar qualquer segregação ou ajuste entre PF e PJ.

² Por tratar-se de uma relação que considera o número de chamadas totais, entende-se que o valor representa um número máximo de investidores assumindo como premissa que tenham sido realizadas uma única chamada por cliente único.

³ APIs de Investimento considera: API de Renda Fixa de Crédito, Títulos do Tesouro Direto, Fundos de Investimento, Renda Variável e Renda Fixa Bancária.

³ Considera todas as reclamações dos últimos 18 meses (janeiro de 2024 a junho de 2025).

⁴ Período considera março de 2025 a maio de 2025.

⁵ Relação entre chamadas de APIs de Renda Fixa Bancária versus total de chamadas de APIs de Investimentos¹ (março de 2025 a maio de 2025).

¹ APIs de Investimento considera: API de Renda Fixa de Crédito, Títulos do Tesouro Direto, Fundos de Investimento, Renda Variável e Renda Fixa Bancária.

Pág. 19 

⁶ Valores com base na planilha ANBIMA "Boletim de Distribuição Private e Varejo" - dez. 2024 que estejam presentes no escopo do Open Finance (junho de 2025) em termos de compartilhamento. Sendo:

Fundos de Investimento¹: Fundos de Renda Fixa, Ações, Multimercado e Cambial.

Renda Fixa Bancária: CDB, RDB, LCI e LCA.

Renda Variável²: Ações, Cotas de Fundos de Ações, Clubes de Investimento, Outros Renda Variável, ETF, FII.

Tesouro Direto: Títulos Públicos.

Renda Fixa Crédito: Debêntures, CRI/CRA.

¹ Somatória ANBIMA não inclui valores referentes a Fundos Cambial.

² Somatória ANBIMA não inclui valores referentes a Cotas de Fundos de Ações, Clubes de Investimento, Outros e ETF.

⁷ Dados extraídos a partir da seção de *Ranking* de Dados Cadastrais e Transacionais do *dashboard* de Open Finance dos últimos 3 meses (março a maio).

Capítulo 6Pág. 23 

¹ Somatório das bases CCS e SCR dos bancos que optaram em não participar do OFIN.

² Considera o volume de pesquisas (junho de 2025) relacionadas à palavra-chave "Open Finance + 'nome da instituição'" somada às pesquisas diretas junto ao termo.

³ Considera todas as reclamações dos últimos 18 meses (janeiro de 2024 a junho de 2025).

Pág. 24 

⁴ Cálculo considera as respostas dos entrevistados classificados como "Novos Entrantes".

Capítulo 7Pág. 26 

¹ Soma de todos os consentimentos de "ITPs puros" dividido pelo total de consentimentos do ecossistema. Instituições consideradas "ITPs puros": Klavi, Belvo, Iniciador e Pluggy.

² Considera todas as reclamações dos últimos 18 meses (janeiro de 2024 a junho de 2025).

³ Média da taxa de sucesso de chamadas de API de todos os "ITPs puros" versus a média da taxa de sucesso de chamadas de API do ecossistema na semana de 16 a 20 de junho de 2025.

Pág. 27 

⁴ Cálculo considera as respostas dos entrevistados que já participam do ecossistema e que se enquadram nas classificações de Bancos Incumbentes/Tradicionais, Neobanks/Digitais ou Bancos Públicos.

Liderança Open Finance EY



Chen Wei Chi

Sócio Líder de Consultoria de Negócios para Financial Services



Augusto Melo

Gerente de Transformação de Negócios para Financial Services

Equipe OpenTalks 2025



Laura Vitorino

Consultora Sênior de Transformação de Negócios para *Financial Services*



Bernardo Machado

Consultor Sênior de Transformação de Negócios para *Financial Services*



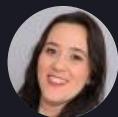
Ana Mello

Consultora Sênior de Transformação de Negócios para *Financial Services*



Marcela Maya

Consultora de Transformação de Negócios para *Financial Services*



Samira Montes

Trainee de Transformação de Negócios para *Financial Services*



Sofia Pavani

Trainee de Consultoria de Negócios para *Financial Services*



João Pupo

Trainee de *Technology Consulting* para *Financial Services*

A EY existe para construir um mundo de negócios melhor, ajudando a criar valor em longo prazo para seus clientes, pessoas e sociedade e gerando confiança nos mercados de capitais.

Utilizando dados, inteligência artificial e tecnologia como viabilizadores, equipes diversas da EY ajudam clientes a moldar o futuro com confiança e a solucionar as questões mais complexas do mundo atual.

As equipes da EY atuam em todo espectro de serviços em assurance, consulting, tax e strategy and transactions. Impulsionadas pela visão dos setores da indústria, parceiros de diversos ecossistemas e uma rede multidisciplinar e globalmente conectada, as equipes da EY podem fornecer serviços em mais de 150 países.

Todos juntos para moldar o futuro com confiança.

EY se refere à organização global e pode se referir a uma ou mais firmas-membro da Ernst & Young Global Limited, cada uma das quais é uma pessoa jurídica independente. A Ernst & Young Global Limited, uma empresa do Reino Unido limitada por garantia, não presta serviços a clientes. Informações sobre como a EY coleta e usa dados pessoais, bem como a descrição dos direitos dos indivíduos sob a legislação de proteção de dados, estão disponíveis em ey.com/privacy. As firmas-membro da EY não exercem a advocacia onde são proibidas da prática pelas leis locais. Para mais informações sobre a nossa organização, visite ey.com.br.

©2025 EY Brasil.
Todos os direitos reservados.

ey.com