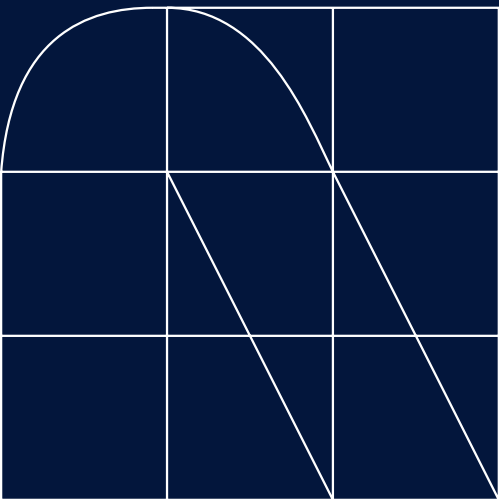


Panorama do setor bancário corporativo: LATAM

Índice

RESUMO EXECUTIVO	3
CROSS-SELLING: UMA TENDÊNCIA PARA MAXIMIZAR RECEITAS	4
CANAIS DIGITAIS	5
VENDA CRUZADA: UMA TENDÊNCIA EMERGENTE PARA OS BANCOS QUE BUSCAM MAXIMIZAR SEUS LUCROS	8
A TENDÊNCIA DE INTEGRAÇÃO DE PRODUTOS	9
PRODUTOS ESTRUTURADOS	10
PLATAFORMAS DE PRODUTOS E TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS	11
FINTECHS E BANCOS TRADICIONAIS	12
GOVERNANÇA AMBIENTAL, SOCIAL E CORPORATIVA (ESG)	13
REGULAMENTAÇÃO & CONFORMIDADE	14
CONCLUSÃO: O FUTURO DO BANCO CORPORATIVO SERÁ CENTRADO NO CLIENTE	16



RESUMO EXECUTIVO

Dois grandes impactos atingiram o mundo financeiro nos últimos 15 anos. Em 2008, a crise financeira levou muitos bancos a repensar suas práticas. Foi o início de uma era de consolidação, em que os bancos tiveram que reajustar seus balanços patrimoniais e seus relacionamentos. Além disso, os órgãos reguladores tornaram-se hostis ao setor, e isso exigiu ainda mais ajustes. O sistema bancário precisou aumentar a segurança e a eficiência, melhorando a operação de *back-office*, a modernização e a digitalização.

Quando o segundo impacto ocorreu em 2020, devido à pandemia da COVID-19, o trabalho realizado na crise anterior foi fundamental. Apesar de seu enorme efeito nas questões globais, a pandemia foi superada relativamente bem pelo setor bancário. Analisando o passado, não está claro se os bancos tradicionais, que dependiam de agências físicas, não conseguiram se recuperar tão rapidamente, ou se os grandes players de tecnologia e fintechs do mundo bancário emergiram com força da pandemia.

O resultado cumulativo desses impactos é uma mudança permanente e um mundo bancário corporativo que não voltará aos velhos tempos. Hoje, o padrão já não é mais um cliente em uma mesa ou um atendimento presencial. Agora, os clientes corporativos querem vários pontos de acesso às suas finanças, cada vez mais alinhados com suas próprias necessidades. Os clientes querem serviços 24 horas por dia, suporte global e maior ênfase às plataformas e interfaces digitais. Um ou dois canais já não são mais suficientes. Os clientes agora exigem uma estrutura bancária sem interferência, com vários canais de comunicação e interfaces.

A taxa de transformação está cada vez mais acelerada. Os bancos que terão mais sucesso nesse período de mudanças drásticas são aqueles que continuam evoluindo, investindo e otimizando seus recursos tecnológicos para estar à frente

da demanda dos clientes. À medida que os recursos de tecnologia dos bancos e instituições financeiras crescem, as soluções tecnológicas que antes estavam na vanguarda da inovação, agora, são utilizadas em larga escala. As ferramentas de inteligência artificial (IA) são um bom exemplo desse tipo de inovação tecnológica, que os bancos da América Latina vêm adotando de maneira expressiva. A inteligência artificial implantada adequadamente torna os bancos mais eficientes, melhores na tomada de decisões e, consequentemente, em condições de oferecer um serviço de maior qualidade a seus clientes.

Além disso, as demandas dos clientes não se limitam à tecnologia. A sustentabilidade surgiu como uma prioridade fundamental. Por isso, governos e órgãos reguladores começam a implementar o ESG nas regulamentações financeiras.

Com toda essa mudança em vista, fica a pergunta: onde os bancos corporativos tradicionais se encaixam? Historicamente, as empresas tradicionais são as mais lentas para reagir às grandes transformações e, muitas vezes, se veem pressionadas pelas fintechs a inovar de forma rápida e eficiente. Agora é a hora da mudança. Essas empresas não podem se dar ao luxo de serem morosas em um ambiente em rápida evolução, como ocorre atualmente.

Neste relatório de pesquisa, realizamos uma análise completa da situação do setor bancário na América Latina. Pesquisamos cerca de 900 decisores seniores em todo o mundo, com o objetivo de obter insights sobre as necessidades atuais e futuras de grandes corporações e compreender as perspectivas dos bancos globais. O foco dessa pesquisa é entender quais são as medidas que os bancos devem tomar para estar preparados para o futuro e, assim, continuarem competitivos em um mercado em constante transformação.



Princípio para otimizar as vendas entre produtos e aumentar a receita

Mesmo antes da pandemia, os bancos corporativos estavam se afastando das interações diretas com os clientes. Em função da pandemia, houve uma aceleração desse processo, e a tecnologia evoluiu rapidamente para se adaptar. Agora, os clientes buscam diminuir as barreiras, ter mais agilidade e mais eficiência.

Embora os clientes desejem manter um contato maior com os sistemas bancários, não querem acessar seus serviços no modelo humanizado. Em vez disso, os clientes preferem sistemas de autoatendimento que funcionem onde quer que eles estejam.

Como em muitas das evoluções que discutiremos, isso não é algo que deva ser temido pelos bancos. Ao contrário, os bancos devem encarar como uma grande oportunidade. Isso permite uma mudança de foco, para que as soluções sejam desenvolvidas com base nos clientes e para que os serviços sejam escalonados mais facilmente com eles.

No entanto, para alcançar esses objetivos é preciso avaliar a necessidade de um significativo investimento em tecnologia. Investimentos em novos serviços e tecnologias oferece a maior flexibilidade que os clientes procuram e beneficia o banco ao oferecer opções mais personalizadas e um maior nível de serviço e fidelidade.

Na América Latina, o setor bancário se concentra em acelerar sua digitalização e criar um ecossistema de Open Banking, graças às iniciativas regulatórias na região.

Países como o Brasil lideram o caminho na criação de uma estrutura regulatória para que seu sistema bancário troque informações de clientes, mediante a uma autorização dos próprios clientes. Essas medidas permitem que os bancos tenham uma visão mais completa da saúde financeira de seus clientes e, assim, personalizem o cross-selling de acordo com as necessidades reais da base de usuários.



Canais digitais

Outra tendência emergente é o fato dos bancos terem mais dificuldade para atrair e reter clientes. Ao mesmo tempo, as empresas começam a simplificar seus relacionamentos bancários e a conceder uma maior participação de seus negócios aos seus principais bancos.

Como resultado, os bancos de nível 2 e 3 têm uma participação menor nos relacionamentos. Para enfrentar essa tendência, muitos bancos menores investem em experiências digitais. A partir dessa resposta, ficou evidente a importância da implementação de canais digitais e plataformas bancárias para bancos corporativos globais. No último ano, as plataformas bancárias digitais corporativas surgiram como uma das principais opções para os bancos que buscam aumentar suas receitas.

Essas plataformas não somente facilitam a transição do banco físico para o digital, mas também podem aumentar diretamente a receita dos bancos e instituições financeiras. As organizações que fazem uso desse tipo de plataforma conseguem reduzir seus custos operacionais, diminuindo a infraestrutura de TI e automatizando processos. As plataformas também

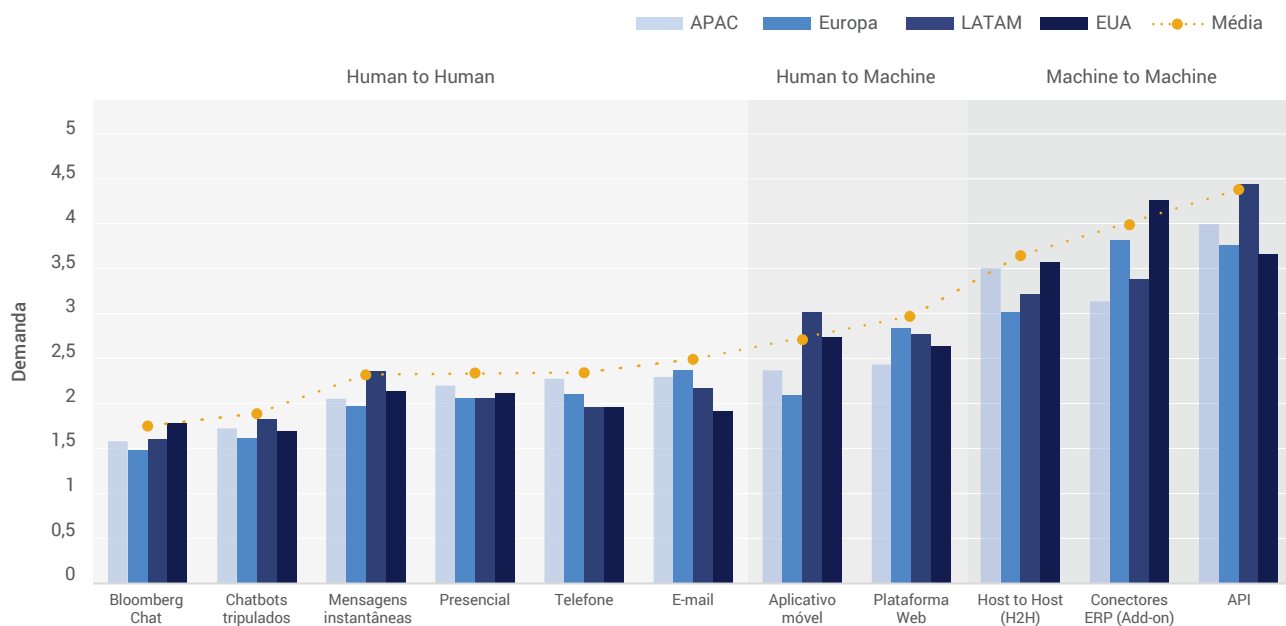
proporcionam aos bancos uma vantagem sobre seus concorrentes diretos, colocando-os à frente na corrida pela digitalização para atender à crescente demanda.

Os canais digitais corporativos têm uma história muito parecida. Sobretudo, porque aumentam o nível de acessibilidade aos serviços bancários para todos os clientes, melhorando a oportunidade para os bancos extraírem o máximo valor de seus serviços. Veja alguns exemplos de oportunidades de crescimento de receita:

- **EXPANSÃO GLOBAL:** os bancos podem expandir seus mercados para novos países sem a necessidade de investir em bancos físicos.
- **MONETIZAÇÃO DE DADOS:** os dados coletados podem ser utilizados para melhorar a experiência do cliente, oferecendo produtos e serviços personalizados.
- **DIVERSIFICAÇÃO DE PAGAMENTOS:** o banco digital permite que os clientes tenham uma ampla gama de opções para realizar pagamentos, aumentando o número de cenários em que podem ser utilizados.

O gráfico mostra a variação na demanda global pelos diferentes canais nos quais as empresas querem interagir.

Demanda de interação corporativa por canal



Escala de demanda: 1 baixa demanda, 5 alta demanda

Há algumas maneiras pelas quais os bancos da América Latina diferem do resto do mundo nesse aspecto. Particularmente, a demanda por ferramentas como o Bloomberg Chat e chatbots operados por equipes é maior do que a média global, e também há uma busca acima da média pelo uso de mensagens instantâneas como forma de interação.

APIs, ferramentas de plataforma Web e aplicativos móveis são outras áreas em que há uma alta demanda no setor bancário latino-americano. Há também um destaque para uma melhoria na visualização e segmentação de dados bancários, assunto que abordaremos mais adiante.

Como reflexo de uma mudança na maneira de fazer negócios, é interessante notar que, no setor bancário da América Latina, a procura por formas mais tradicionais de comunicação é consideravelmente menor do que em outras partes do mundo. As interações presenciais, por e-mail e telefone estão diminuindo em todos os lugares, mas na América Latina essa demanda é menor do que em qualquer outro lugar. Existe um impulso forte e rápido em direção à automação.

AS EXPECTATIVAS ESTÃO MUDANDO: Por mais que os clientes tenham reduzido a interação humana com seus bancos, a confiança nas instituições bancárias aumentou. Ao invés de lidar com o banco semanalmente, a evolução da oferta de serviços significa que os clientes estão interagindo com os bancos diversas vezes ao dia. Embora haja menos benefícios no balanço patrimonial com uma única interação, os bancos se beneficiam cada vez mais com a alta frequência de clientes.

Portanto, existe um importante impacto na receita. Mesmo que cada interação tenha um valor associado, esse valor vem reduzindo nos últimos anos. Isso se deve ao fato de que a eliminação do elemento pessoal dos serviços bancários reduziu sua margem. A eliminação do custo de um gerente de contas bancárias que esteja sempre à disposição e a capacidade dos clientes de fazer o trabalho do banco mudaram a dinâmica da margem. Agora, as empresas esperam usar os serviços bancários em diferentes canais sem a necessidade de interação humana.

Além disso, essas mudanças continuam avançando. Cada vez mais, são desenvolvidas inovações e ferramentas. Essas funcionalidades avançadas são disponibilizadas com o uso de API ou recursos host-to-host, que, como vimos, os bancos dos Estados Unidos vêm adotando rapidamente.

A aderência ao modelo legado impede que os bancos corporativos tradicionais atendam às demandas dessas expectativas em constante mudança. Além disso, a manutenção contínua e dispendiosa dos serviços legados, os atrasos e a falta de especialização são fatores que prejudicam as inovações tecnológicas impulsionadas pelas fintechs. No momento em que a complexidade

arquitetônica do relacionamento entre bancos e clientes se aprofunda, os bancos tradicionais enfrentam enormes dificuldades e, às vezes, recorrem para departamentos que funcionam em silos para tentar uma solução. No mercado atual, esse modelo é praticamente garantia de fracasso.

TENDÊNCIAS AMERICANAS: O setor bancário, mais do que nunca, é um negócio global, e seus sistemas devem acomodar e oferecer o suporte necessário. Por outro lado, esse negócio global possui nuances regionais. Somente nos Estados Unidos, por exemplo, há mais de 4.000 empresas diferentes de serviços bancários que trabalham mundialmente.

As diferenças linguísticas e culturais significam que os bancos sempre precisaram ter algum grau de foco regional, e é revelador que mesmo os maiores bancos multinacionais tendem a ser mais fortes em seus países de origem. O conhecimento local é uma grande vantagem para eles, porém, os maiores bancos precisam de conhecimento vertical, além de conhecimento específico da região.

Obviamente, a natureza globalizada das finanças significa que até mesmo o menor banco precisa ser capaz de interagir com os principais bancos. É por isso que vemos a crescente adoção da ISO 20.022 como um padrão global emergente para o envio de instruções de pagamento entre instituições financeiras locais, regionais e globais. Esse é um padrão relativamente novo no esquema dos bancos globais e os primeiros a adotá-lo estão percebendo os benefícios de estar à frente dessa tendência.

Além disso, bancos de diferentes partes do mundo direcionam seus investimentos de várias maneiras, tentando atender às demandas locais de seus clientes. O investimento na América Latina para melhorar a segmentação e a visualização de dados bancários está notavelmente à frente de outras regiões. O setor bancário latino-americano também ocupa a liderança quando se trata de aprimoramentos em inteligência artificial e seus respectivos investimentos. Produtos e serviços mais sustentáveis também são priorizados.

MELHORIA DO ATENDIMENTO AOS CLIENTES ATIVOS: Os bancos investem em novos serviços em diversos setores recentes e emergentes, e o Open Banking surgiu como prioridade, juntamente com os aprimoramentos baseados em inteligência artificial e a automação robótica de processos (RPA, na sigla em inglês).

O avanço da inteligência artificial é um dos principais fatores de investimento na América Latina, muito mais do que em outras áreas, como por exemplo, nos Estados Unidos. Os bancos latino-americanos têm investido fortemente em uma melhor visualização e segmentação de dados bancários, priorizando também a sustentabilidade.

Os bancos latino-americanos estão muito menos interessados em usar dados derivados de IoT para aprimorar seus produtos de financiamento comercial e usar DLT/blockchain para reduzir o desgaste nesse financiamento do que em outras partes do mundo. Além disso, o sistema de Open Banking, que é a principal prioridade de investimento dos bancos americanos, está confortavelmente no meio da lista quando o assunto é a América Latina.

SCF EcoSystem com SAP Ariba – Estudo de caso de um banco global

Um banco global precisava criar uma solução para mudar o relacionamento com os clientes em relação ao financiamento da cadeia de suprimentos (SCF, na sigla em inglês). O banco buscava uma solução que conectasse compradores, fornecedores e bancos - uma solução que pudesse ser totalmente integrada usando APIs e SFTP (Secure File Transfer Protocol).

A NTT DATA foi contratada para desenvolver a plataforma e conectá-la ao SAP Ariba.

Desenvolvida na SAP Cloud Platform, a solução agora permite que o banco ofereça um serviço de antecipação de recebíveis a seus fornecedores usando a SAP Ariba Network.

Isso significa que os fornecedores agora podem acessar ofertas para simular ou solicitar a antecipação. Além disso, também podem acessar todas as informações em uma única plataforma e rastrear o fluxo de pagamentos.

Como um benefício adicional, a plataforma oferece assinatura digital e gerenciamento de documentos para atender todo o processo.

NTT DATA e o Financiamento da Cadeia de Suprimentos

Historicamente, as soluções de financiamento da cadeia de suprimentos corporativas são gerenciadas localmente, com tecnologia descentralizada e funções de suporte distribuídas em diversas regiões geográficas. A NTT DATA oferece serviços para criar uma solução totalmente global e integrada para seus clientes, com o suporte de dados em tempo real e análises avançadas.



Cross-Selling: uma tendência para maximizar receitas

O cross-selling, ou venda cruzada, é uma área fundamental para a geração de receita, pois não se baseia na aquisição de novos clientes. De acordo com um estudo do Grupo Everest realizado para um grande banco dos Estados Unidos, a segmentação de clientes existentes tem uma taxa de conversão 60 a 70% maior do que a probabilidade de 5 a 10% de conversão de um novo cliente. Para reforçar esse fato, constatou-se que 70 a 80% dos lucros futuros de um banco virão de 20% de sua base de clientes ativos.

Um ponto em comum das estratégias de vendas cruzadas bem-sucedidas é a hiperpersonalização - a análise de dados dos clientes permite uma avaliação mais precisa das necessidades de cada um e prevê onde é possível

ofertar mais valor. Um outro fator eficaz é a capacitação da equipe bancária. A equipe do *front-office* tem um impacto enorme na satisfação do cliente, pois é ela que responde a consultas, recomendações, reclamações e se concentra no lançamento de produtos. Quando essa equipe é habilitada para fazer seu trabalho da melhor forma possível, os clientes se tornam muito mais abertos a vendas cruzadas.

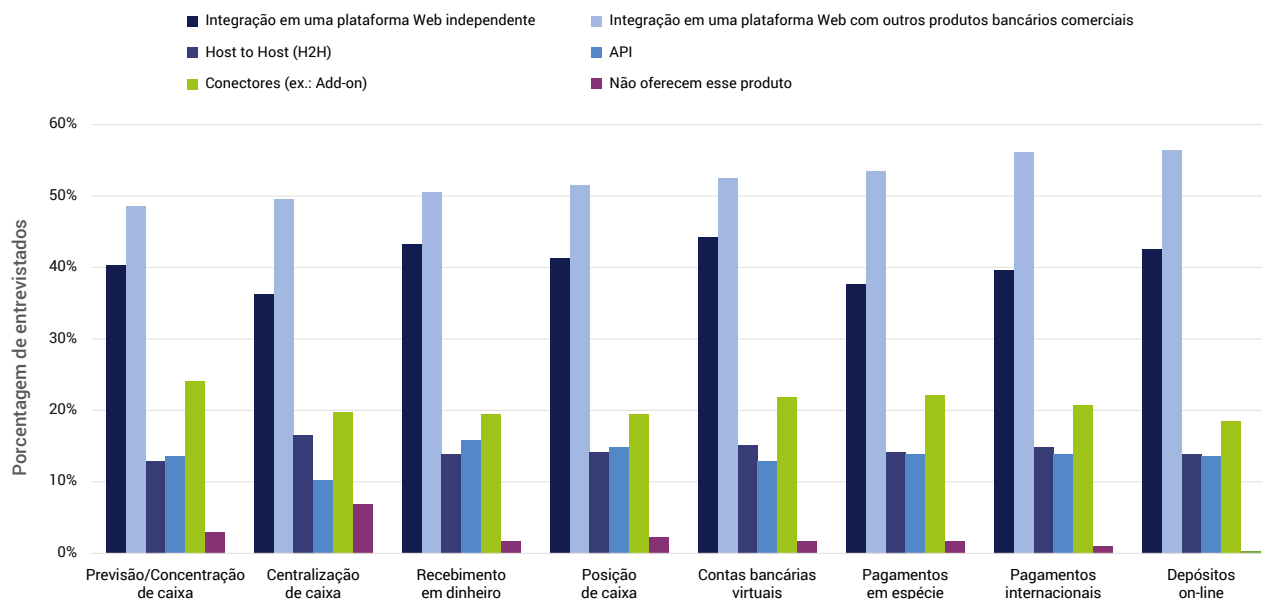
A comunicação com a base de clientes existente de um banco também é muito importante - isso ajuda o banco a ter uma visão alinhada com as necessidades do cliente, entendendo como e por que ele deve migrar do físico para o digital, e fornecer aplicativos otimizados com uma ampla gama de serviços em um único lugar.



A tendência de integração de produtos

A disponibilização de recursos de produtos tem duplo benefício: economizar dinheiro e expandir as opções disponíveis. Os bancos têm utilizado APIs e integrações de plataformas Web já há algum tempo, sendo muito bem recebidas pelos clientes. O gráfico a seguir mostra as ofertas dos bancos por produto em termos de desenvolvimento de conectividade:

Integrações de produtos oferecidas pelos bancos



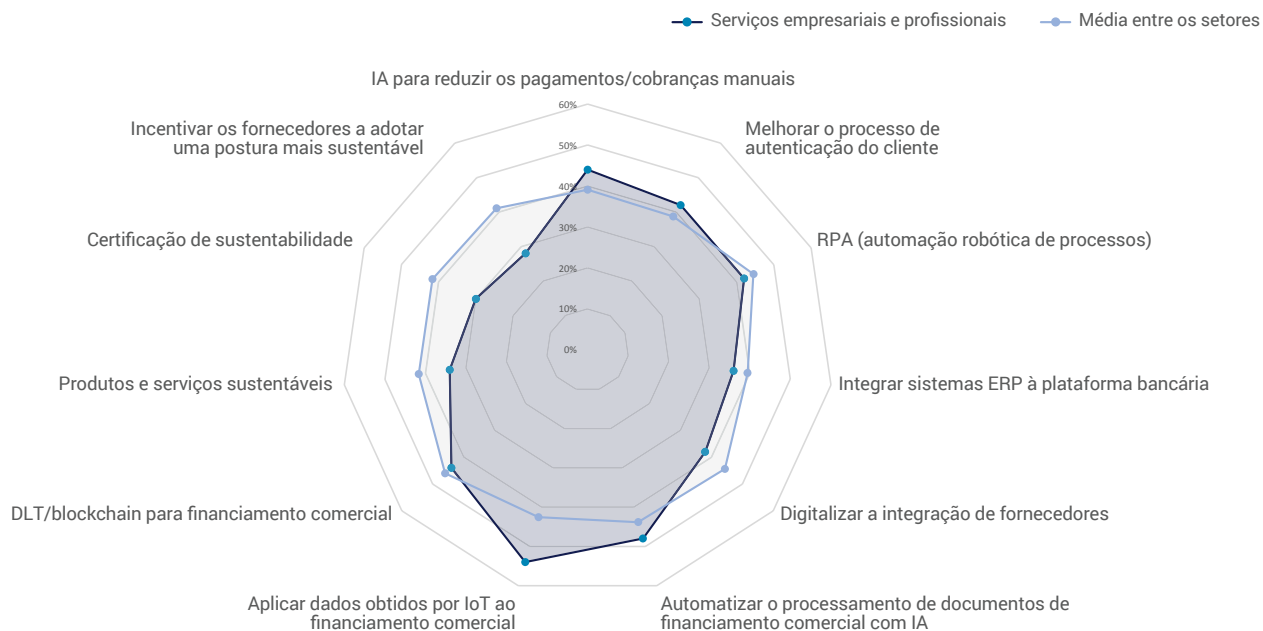
É importante observar as variações por produto. Os produtos de previsão/concentração de caixa têm maior probabilidade de oferecer conectores e integrações complementares de terceiros, externos ao sistema bancário comercial. No entanto, é mais provável que os depósitos on-line e os pagamentos internacionais estejam totalmente integrados, o que parece lógico, considerando a importância desses serviços.

Essa história é controversa. Os bancos da América Latina estão muito à frente das médias globais quando se trata de depósitos on-line e recebimento de pagamentos internacionais, mas ficam para trás em termos de centralização de caixa, pelo menos quando integrados em uma plataforma Web independente.



Financiamento da Cadeia de Suprimentos

Serviços comerciais e profissionais: demanda não atendida pelos provedores de serviços bancários



Produtos estruturados

Os serviços comerciais e o financiamento da cadeia de suprimentos oferecidos pelos bancos estão cada vez mais integrados à antecipação de recebíveis. Os analistas recomendam que os bancos adotem essa tendência, pois permite não somente fornecer recursos úteis para os clientes, mas também securitizar e vender esses ativos no mercado secundário. Algumas empresas estão utilizando tokens não fungíveis (NFT, na sigla em inglês) como meio de securitização de suas contas a pagar e a receber.

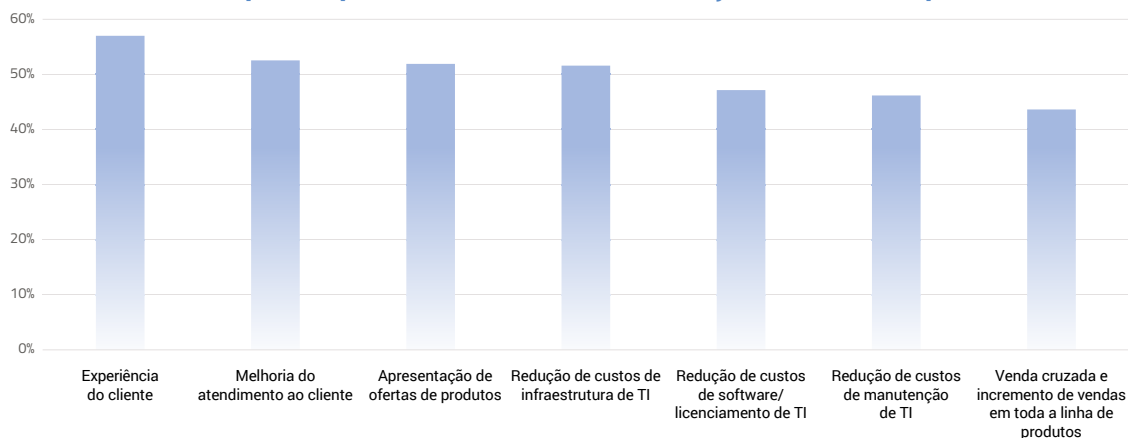


Plataformas de produtos e tecnologias disruptivas

A alta liderança geralmente exige uma visão única do cliente, e os clientes exigem visibilidade e integração entre os produtos. Como resultado, a racionalização do uso da tecnologia é importante no setor bancário. Muitos bancos já reconheceram isso, embora seu progresso tenha variações. Por exemplo, no Brasil e no México, a maioria dos bancos tem pelo menos algum tipo de trabalho de racionalização de portais em andamento, mas os índices de conclusão ainda não são satisfatórios. Os principais motivos apresentados para os bancos buscarem a racionalização são:

- Melhorar a experiência do cliente. Com 59% dos bancos da LATAM citando esse motivo para a racionalização. Esse número é menor do que o registrado nos EUA (64%), mas maior do que o observado na Europa (50%).
- Apresentar as ofertas de produtos do banco de uma maneira melhor e mais atraente. Isso é importante para 51% dos entrevistados, contra 46% nos EUA.
- Reduzir de custos. Cerca de 52% dos entrevistados pretendem usar o seu trabalho para reduzir os custos com software e licenças de TI. Uma diferença drástica em relação aos EUA, onde essa é uma prioridade muito menor (31%).
- Além disso, apenas 43% tentam reduzir os custos de infraestrutura de TI, e cerca de 36% também buscam reduzir os custos de manutenção de TI.
- Aproximadamente 39% usam o trabalho de racionalização para ajudar na venda cruzada e no aumento de vendas em suas linhas de produtos.

Fatores que impulsionam a racionalização de vários portais



À medida que os bancos avançam em suas parcerias com soluções de fintechs, tornam-se capazes de expandir seus recursos e aproveitar tecnologias inovadoras para melhor atender seus clientes.

Fintechs e bancos tradicionais

Tanto as fintechs quanto os bancos tradicionais atuam como intermediários financeiros. Os bancos estão no mercado há centenas de anos, mas agora precisam de mudanças radicais para atender às necessidades dos clientes.

Do ponto de vista tecnológico, as fintechs oferecem aos usuários recursos mais avançados e quase todos os mesmos serviços oferecidos por bancos tradicionais. Não podemos esperar que as pessoas mudem totalmente dos bancos para as fintechs, mas se as fintechs e os bancos cooperarem e colaborarem, ambos alcançarão um maior impacto. Essa parceria traz vantagens diretas para ambas as partes.

Os bancos tradicionais se beneficiam da inovação e da agilidade das fintechs, e com isso aumentam a confiança nas fintechs em razão de décadas de fidelidade dos clientes, do porte da empresa e de uma rede de relacionamento já estabelecida.

Algumas vantagens da colaboração entre fintechs e bancos tradicionais:

- Em comparação com as fintechs, os bancos contam com grandes volumes de recursos. Caso se associem as fintechs, a criação de melhores sistemas financeiros trará maior facilidade para os bancos.
- Caso o setor de fintech colabore com os bancos, os mesmos órgãos governamentais capazes de ajudar a criar confiança serão responsáveis por sua regulamentação.
- O sistema financeiro em geral melhorará devido à tecnologia avançada que as fintechs podem oferecer ao setor bancário.

Para atender às demandas tecnológicas dos consumidores atuais, os bancos têm adotado recursos de fintech para melhorar a experiência do usuário. Como todo o sistema financeiro continua evoluindo, a alocação de recursos para a agilidade digital é cada vez mais uma prioridade para os bancos. Uma situação vantajosa para ambos é a parceria de longo prazo que combina inovação (fintech) e suporte e confiança (bancos) com o objetivo de construir o setor para o futuro digital.

A situação na América Latina nunca foi tão promissora em relação ao número de fintechs no mercado. Esses serviços são desenvolvidos por meio de análise preditiva e/ou inteligência artificial. Os comportamentos são definidos e os serviços são oferecidos quase instantaneamente aos clientes. A diversidade de negócios é composta por contratos inteligentes, criptomoedas, Open Banking, insurtechs, desbancarização e cibersegurança, entre outros.

De acordo com um relatório recente publicado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), IDB Invest e Finnovista, o número de fintechs na América Latina e no Caribe chegou a 2.482 em 2021, o que representa um crescimento de 112% entre os anos de 2018 e 2021.

A América Latina concentra quase um quarto de todas as fintechs do mundo e essa concentração continua sendo liderada pelo Brasil (31%), seguido pelo México (21%), Colômbia (11%), Argentina (11%) e Chile (7%).

Quanto às soluções mais comuns das fintechs, embora o segmento de Pagamentos e Remessas continue sendo o de maior peso, representando 25% do mercado, impulsionado pelos recentes desenvolvimentos regulatórios no Brasil e no México, o estudo destaca que os segmentos de empréstimos digitais (19%) e crowdfunding (5,5%) estão crescendo e se tornando maioria na região. Em seguida, vêm as plataformas de tecnologia empresarial para instituições financeiras (15%) e o gerenciamento financeiro empresarial (11%), entre outros.

Os provedores globais de serviços de TI também desempenharam um papel importante. No início deste ano, juntamente com a CDP, uma organização sem fins lucrativos, a NTT DATA desenvolveu o C-turtle, uma plataforma para reduzir as emissões em toda a cadeia de suprimentos. Soluções desse tipo terão um papel importante à medida que os bancos correm para promover a sustentabilidade em suas operações.

Muitos dos maiores bancos do mundo, como o Deutsche Bank, o Banco Mundial e o Banco da Inglaterra, traçaram estratégias de sustentabilidade para o ano fiscal de 2023 e próximos anos. Em seus planos, estão a oferta de mais empréstimos verdes para financiar ações como a instalação de painéis solares ou turbinas eólicas e o incentivo à redução da pegada de carbono da cadeia de suprimentos de uma organização.

À medida que a sustentabilidade se torna cada vez mais uma prioridade para bancos e instituições financeiras, novas ideias e inovações tecnológicas são fundamentais para promover mudanças positivas.

Governança ambiental, social e corporativa (ESG)

A sustentabilidade tem sido motivo de pressão nos últimos anos, e agora começa a se tornar algo mais concreto para bancos e instituições financeiras. Os órgãos reguladores e os legisladores estão impulsionando iniciativas ambientais, sociais e de governança (ESG, na sigla em inglês) e, em alguns casos, transformando-as em leis.

O cenário na América Latina é caracterizado por uma legislação menos rigorosa do que na Europa. No entanto, é notável o engajamento dos bancos da América Latina em questões de sustentabilidade. O investimento nessa área está à frente do resto do mundo quando o assunto é priorização, impulsionado, em grande parte, pela demanda corporativa por sustentabilidade que os bancos da América Latina ainda não atendem plenamente, mas estão promissoramente próximos de tal objetivo.

A mudança para uma economia de baixo carbono é complexa e difícil, mas é um aspecto fundamental para os bancos. Cada vez mais, as corporações querem realizar operações bancárias com empresas que reflitam suas

visões e crenças, e a forte presença da geração millennials na diretoria executiva provoca uma mudança geracional na abordagem e na atitude.

O menor impacto regulatório na América Latina permite que os bancos avancem com relativa agilidade e estejam à frente do jogo. Os padrões estabelecidos já são adotados e integrados. Bancos ágeis e com visão de futuro podem ser os guardiões das informações de ESG. Com isso, podem oferecer um serviço moderno e com uma perspectiva avançada.

Os bancos mais ágeis já contam com equipes de produtos para criar soluções e se adaptar aos padrões antes mesmo de serem aprovados. Eles poderiam, por exemplo, desenvolver padrões de referência de ESG para cada setor e, assim, oferecer aos seus clientes orientação sobre como cumpri-los e tornar-se mais sustentável. Esse seria um tipo de serviço diferenciado para os clientes e ajudaria a aumentar a fidelização.

Empréstimos vinculados à sustentabilidade em bancos corporativos

A Britvic, fabricante britânica de refrigerantes, refinanciou recentemente um empréstimo de 400 milhões de libras esterlinas (US\$ 540 milhões) com vários bancos comerciais por meio de um acordo vinculado à sustentabilidade que oferece à empresa taxas mais baixas caso atenda às diversas metas de ESG.

Certamente, esse não é o primeiro empréstimo vinculado a critérios de sustentabilidade. E tudo indica que não será o último.

Fonte: Comunicado à imprensa da Britvic, 17 de fevereiro de 2020

Com o aumento da demanda por produtos bancários sustentáveis e um ambiente regulatório favorável aos bancos sustentáveis, uma estratégia sólida nesse setor ajudará a reduzir a exposição dos bancos a riscos relacionados ao ESG e a aumentar a sua lucratividade.

Muitos bancos já iniciaram sua jornada para se tornarem organizações orientadas por propósitos e começaram a integrar a sustentabilidade em seus principais negócios, incorporando fatores de ESG em sua gestão de riscos, design de produtos, funcionamento interno, estratégias de longo prazo e gestão da força de trabalho.

De acordo com o relatório setorial de ESG da S&P Global sobre bancos na América Latina, os fatores de crédito de ESG estão influenciando diretamente a qualidade de crédito de aproximadamente 16% das 197 instituições financeiras analisadas na região. Na maioria dos casos, a governança é o fator com maior influência sobre a qualidade de crédito dos bancos. Em geral, os fatores sociais têm maior influência sobre a qualidade de crédito dos bancos públicos da região do que de seus pares do setor privado, dada sua relação com as políticas públicas. Os fatores ambientais têm um efeito moderado e, muitas vezes, indireto. No entanto, os bancos estão incorporando cada vez mais esses fatores em seus modelos de negócios.

Regulamentação & Conformidade

Know Your Customer (KYC): A fraude é um problema sempre presente no setor bancário. Impulsionados, em parte, pelas normas de prevenção à lavagem de dinheiro, os bancos são constantemente desafiados a provar que seus clientes são idôneos. Isso afeta a velocidade de integração de novos clientes, e negligenciar o KYC ameaça a forma de trabalho simplificada que muitos clientes exigem.

Nesse contexto, a tecnologia tem provado ser de grande valia.

A inteligência artificial, na qual os bancos da América Latina estão investindo mais rapidamente do que a maioria, pode detectar pontos fracos nos procedimentos de prevenção à lavagem de dinheiro e ajudar a implantar medidas preventivas, além de fornecer avisos quando for detectado algum erro humano. Até o momento, o uso da inteligência artificial para detectar comportamentos suspeitos teve um impacto positivo notável na identificação de fraudes. Isso se enquadra na categoria de "RegTech" (tecnologia regulatória), uma área de crescimento considerável nos espaços de fintech e bancos de investimento, em que o termo Electronic Know Your Customer (EKYC) se tornou muito mais comum.

Paralelamente, a implementação da inteligência artificial para identificar padrões de comportamento suspeito vem causando um impacto positivo na detecção de atividades fraudulentas. Tudo isso está sob o guarda-chuva da Regtech - tecnologia regulatória - uma área de crescimento considerável para as fintechs e os investimentos bancários.

Os bancos latino-americanos estão investindo em KYC, embora não tanto quanto em outras partes do mundo. Por exemplo, os Estados Unidos priorizam mais a digitalização do processamento de KYC e a prevenção à lavagem de dinheiro. Para 65% dos bancos nos Estados Unidos, essa é uma prioridade absoluta, em comparação com 51,7% na

América Latina. Indiscutivelmente, os bancos americanos estão ficando para trás nessa área e, portanto, precisam avançar com mais rapidez. Por outro lado, os bancos da América Latina estão abaixo da média global quando o assunto é investimento em áreas da tecnologia regulatória - o que é muito mais significativo quando comparado aos bancos da região Ásia-Pacífico.

Nas instituições financeiras, a área de conformidade com KYC e prevenção à lavagem de dinheiro está sempre em evolução. O setor se esforça continuamente para simplificar e automatizar processos para aumentar a eficiência da integração e, ao mesmo tempo, manter padrões de conformidade robustos. O objetivo é eliminar os processos manuais e aumentar o rigor da conformidade e, ao mesmo tempo em que acelera o processo de integração.

Como melhorar o processo de integração de clientes?

Manter os clientes informados:

Transparência dos processos e decisões,
atualizações regulares.

Incorporar a inovação: Uso de tecnologias como a automação de processos robóticos.

Racionalizar os portais: Uso de logon único em todos os produtos para melhorar a experiência do cliente.

Digitalizar os processos de ponta a ponta:
Menor desgaste associado às interações manuais.





Os bancos da América Latina apresentam um desempenho extremamente positivo no que diz respeito à integração. Pouquíssimos clientes corporativos relatam problemas, e 90% dos entrevistados na América Latina consideraram o processo "relativamente fácil". A América Latina foi a única região do mundo em que nenhum entrevistado considerou o processo "muito difícil". Isso é promissor, e 40% dos entrevistados da América Latina afirmaram que a integração com seu banco foi "rápida e fácil", colocando a região confortavelmente acima da média global, que registrou 34%.

A integração é uma área em que a adoção da inteligência artificial nos bancos da América Latina já gera dividendos. Quando aplicada adequadamente, a automação de processos robóticos (RPA) possibilita um processo mais fluido, que atende às exigências dos órgãos reguladores e, ao mesmo tempo, permite uma rápida integração.

A inteligência artificial não é apenas uma tecnologia, mas sim um conjunto de tecnologias relacionadas com o potencial de automatizar fluxos de trabalho e analisar rapidamente grandes volumes e diferentes tipos de dados. Alguns dos possíveis benefícios do uso da inteligência artificial em KYC e prevenção à lavagem de dinheiro são:

1. Reconhecimento de padrões:

Na maioria dos casos, os fraudadores de lavagem de dinheiro ocultam suas ações por meio de uma série de etapas, fazendo com que o dinheiro derivado de fontes ilegais ou não éticas pareça ter sua origem legítima.

Como resultado, e para diminuir o número de falsos positivos que os analistas de monitoramento de transações de prevenção à lavagem de dinheiro precisam investigar, a maioria dos grandes bancos do mundo está migrando de sistemas de software baseados em regras para sistemas baseados em inteligência artificial. Esses sistemas são mais robustos e eficazes na descoberta de uma gama mais ampla de padrões de monitoramento de transações de prevenção à lavagem de dinheiro.

2. Automação do fluxo de trabalho:

A inteligência artificial pode ser usada também na criação de documentos, relatórios, registros de auditoria e notificações.

Os relatórios podem gerar perfis de risco de empresas e indivíduos em questão de minutos, fornecendo informações abrangentes e detalhadas sobre a *due diligence* global.

Além disso, os relatórios fornecem acesso a fontes de dados, permitindo que sejam totalmente auditáveis e com detalhes relevantes para equipes de auditoria interna e examinadores, que normalmente querem saber a fonte de qualquer informação usada na tomada de decisões sobre a prevenção à lavagem de dinheiro.

Esse recurso se torna ainda mais importante à medida que mudanças recentes e futuras nas regulamentações globais relacionadas ao KYC exigirão a identificação e a devida *due diligence* dos proprietários beneficiários.

CONCLUSÃO: o futuro do banco corporativo será centrado no cliente

A realidade é que a maioria dos clientes corporativos não quer mais se comunicar com seus bancos por telefone. Conforme demonstrado pelos resultados de nossa pesquisa, esses dias terminaram. Atualmente, as empresas demandam a capacidade de tomar decisões rápidas em todos os níveis de suas interações bancárias. Como resultado, o atendimento ao cliente está sendo lentamente substituído pelo autoatendimento, o que leva a uma experiência altamente personalizada e otimizada para cada cliente.

Os bancos corporativos são liderados por seus clientes, e isso não necessariamente afetará negativamente seus resultados financeiros. Na verdade, os impulsionadores de inovação e tecnologia que estão causando uma mudança sísmica na forma como os bancos operam, podem, na verdade, incrementar a cadeia de valor de um banco. Por fim, o banco do futuro deve ser capaz de encontrar uma maneira de combinar a nova e emergente tecnologia e as ideias radicais das fintechs com as práticas consolidadas e o alcance global dos grandes bancos. A NTT DATA trabalha para ajudar os bancos a encontrar o equilíbrio ideal entre esses dois eixos.

Naturalmente, reconhecemos que esse não é um processo que acontecerá da noite para o dia. É necessário tempo, mas os bancos corporativos que agirem com antecedência e construírem sua estratégia com uma visão centrada no cliente terão maior probabilidade de sucesso. Na próxima década, esperamos ver muitas novas parcerias entre grandes bancos e fintechs, assim como o desenvolvimento contínuo de APIs abertas e outras soluções de Open Banking. E, o mais importante de tudo, um setor que tenha evoluído para atender às exigências do fator mais valioso de qualquer relacionamento bancário: o cliente.



Sobre a NTT DATA

A NTT DATA foi nomeada provedora de serviços Challenger para o Quadrante Mágico do Gartner de 2021. Isso reforça o compromisso da NTT DATA com o objetivo de ajudar os clientes a maximizar o valor de seus negócios por meio da experiência em implementação de tecnologia, práticas de inovação e Dados e Inteligência (D&I) confiáveis.

A NTT DATA, como parte do Grupo NTT, compartilha o DNA de inovação, que impulsiona a evolução do ecossistema aberto e promove a inteligência artificial responsável em todas as suas operações. No papel de inovadora global confiável, nossos valores provêm da "crença consistente" de moldar a sociedade futura em conjunto com os clientes e da "coragem de mudar" o mundo com tecnologias digitais inovadoras.



Visite-nos em nttdata.com