

Menos fiel a um banco, brasileiro tem em média quatro contas diferentes



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Com mais instituições financeiras no mercado, o brasileiro tem multiplicado o vínculo que estabelece com bancos. Em média, cada consumidor tem contas ativas em quatro lugares diferentes, sendo duas delas consideradas como as principais. O conhecimento das pessoas sobre o setor também é abrangente: no geral, o brasileiro conhece 21 bancos e já teve algum tipo de relacionamento com ao menos sete.

Os dados fazem parte de um estudo feito, a pedido do Google Brasil, pelos institutos Quantas e Liga Pesquisa. Entre abril e maio deste ano, foram ouvidos 2,5 mil brasileiros bancarizados, de todas as classes sociais e regiões do país.

Um consumidor menos fiel a um único banco é um efeito do aumento de competitividade maior no mercado. Mais da metade dos entrevistados considera trocar de banco principal. Entre eles, 17% dizem que há "muita chance" disso acontecer. Experiência digital, segurança e preço das tarifas bancárias são os maiores gatilhos para a tomada decisão.

Diante de mais opções, atrair e fidelizar o consumidor é um desafio, aponta Vitor Zelaide, líder de insights para serviços financeiros do Google Brasil. Ele explica que a "enxurrada de marcas" tem deixado o processo de decisão de escolha mais fragmentado. Um comportamento comum, nesse cenário, é a busca por instituições que oferecem as melhores opções em segmentos diferentes. O hábito se reflete na forma com os brasileiros pesquisam informações sobre o tema, explica ele.

- Quase metade das buscas feitas (no Google) no segmento financeiro não são com a associação a uma marca específica. Isso mostra um consumidor em busca da melhor opção para aquilo que ele precisa - diz Zelaide. - Ele não quer abrir mão de ter a melhor conta global, o melhor cartão de crédito.

Entre os fatores que fazem o consumidor definir uma conta como aquela que é a sua principal, frequência de transações (77%), recebimento de salário (58%) e oferta de crédito (49%) são as principais. Na escolha do segundo banco principal, além de frequência de transações, o segundo motivador é a concentração de investimentos, citado por 34% dos entrevistados pela pesquisa.

Bancos tradicionais versus digitais

A pulverização de opções no setor acompanhou a entrada de mais pessoas no sistema financeiro. Com a pandemia de Covid-19, e o pagamento dos auxílios emergenciais, 23 milhões de brasileiros deixaram a classificação de "desbancarizados". O país, segundo o Banco Central, encerrou o ano passado com 188 milhões CPFs que tinham algum tipo de relacionamento ativo com o sistema financeiro.

O estudo indica que, na decisão entre bancos tradicionais e bancos digitais, consumidores das classes

A e B tendem a ficar com a primeira opção, enquanto a classe C opta mais pela segunda. Marcel Bonzo head de negócios para serviços financeiros do Google Brasil, explica que um dos fatores que ainda atraem consumidores para os bancos com agências físicas é a busca por produtos financeiros mais complexos:

- Se você pega um produto como **consórcio** ou crédito imobiliário, tem muito cliente que ainda prefere sentar com o cliente e ter alguém que explique o que ele está pagando, quais são as taxas ou o que está incluso ali. Uma vantagem dos grandes bancos em relação aos digitais pode ser redimensionar essa relação com agências.

A preferência pelo serviço presencial na hora de relacionar com um banco acontece principalmente entre pessoas acima dos 45 anos e consumidores da região Sudeste. Já os mais jovens (entre 18 e 34 anos) e brasileiros do Norte e Nordeste optam mais pelos bancos digitais.

Assuntos e Palavras-Chave: ABAC - Consórcio