



# Experiência Brasileira Com Serviços Financeiros

---

Pesquisa Fiserv sobre hábitos digitais, meios de pagamentos e serviços financeiros

**Julho de 2021**

Realização: Toluna em maio de 2021

Idealização: Bowler

Divulgação: Imagem Corporativa

**fiserv.**

# Índice

- Hábitos digitais **03**
- Meios de pagamento **08**
- Serviços financeiros **14**
- Sobre a pesquisa **22**



# Hábitos digitais



# O que seria pior?

Perder o celular é pior que perder a carteira, sinal de que há mais dados e ferramentas importantes armazenadas no smartphone do que os documentos e cartões na carteira.

**58%** Perder e nunca encontrar seu smartphone

**42%** Perder e nunca encontrar sua carteira



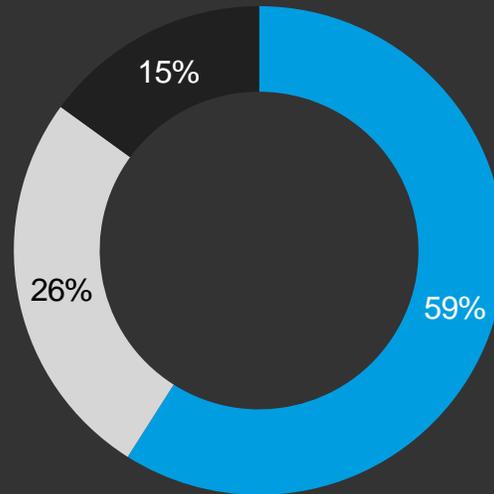
Q. O que seria pior: perder e nunca encontrar seu celular com acesso à internet (smartphone) ou perder e nunca encontrar sua carteira?  
Pergunta com apenas duas alternativas.

[Índice](#)

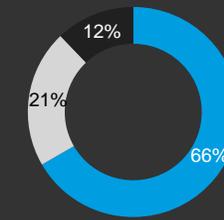
# Expectativas digitais mudam

**85%** dos usuários brasileiros esperam ter experiências digitais semelhantes ou melhores em qualquer serviço digital, financeiro ou não.

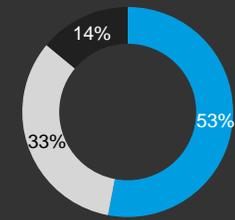
Expectativas digitais em comparação com as experiências com empresas como Amazon, Uber, AirBnB.



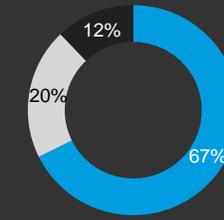
- Espero que todas as minhas experiências digitais sejam **iguais** às de empresas de tecnologia como Amazon, Uber, AirBnB
- Espero que todas as minhas experiências digitais sejam **melhores que** as de empresas de tecnologia como Amazon, Uber, AirbnB
- Eu **não tenho expectativas** definidas sobre como minhas experiências digitais devem ser



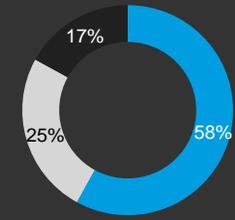
18 a 24 anos de idade



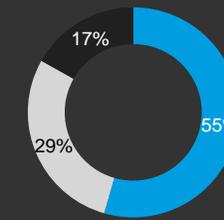
Em 2019



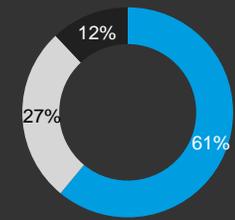
25 a 34 anos de idade



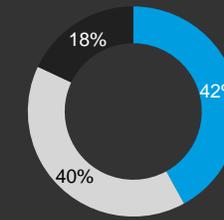
Mulheres



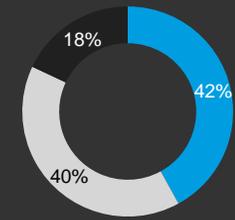
35 a 44 anos de idade



Homens



45 a 55 anos de idade



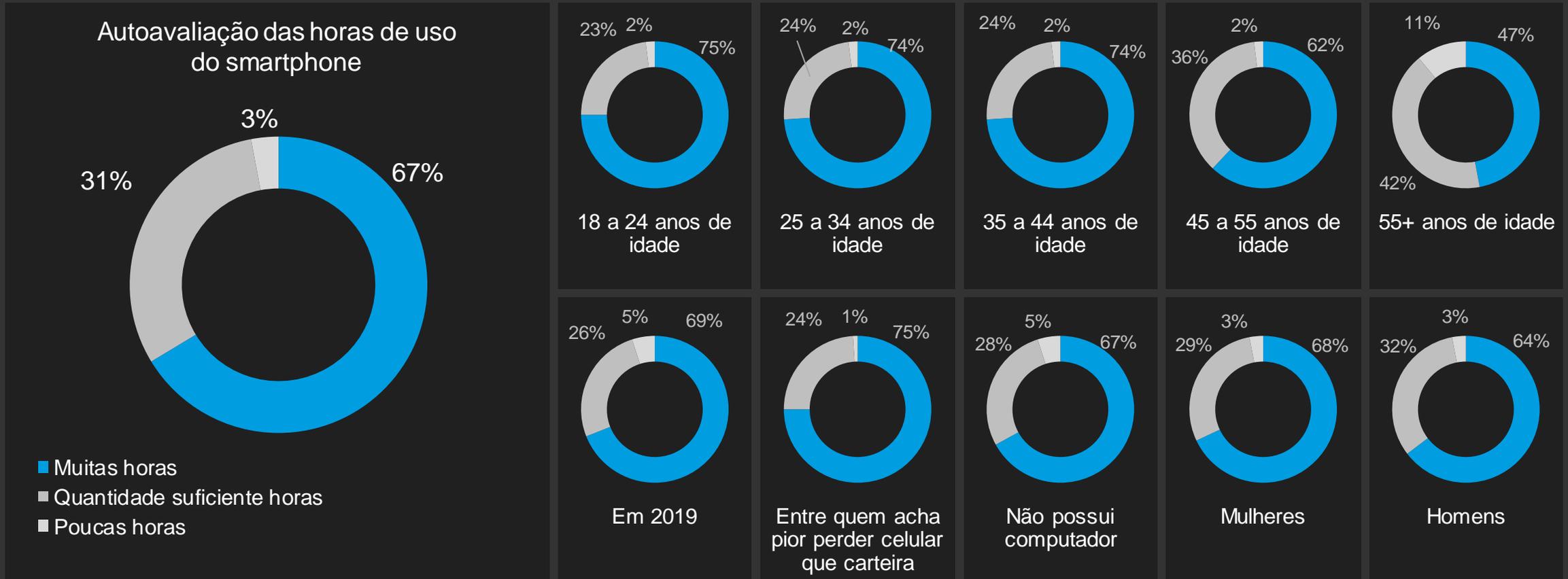
55+ anos de idade

Q. As experiências digitais de empresas da tecnologia como Amazon e Uber mudaram o que você espera de todas as outras experiências com bancos digitais?  
Pergunta com apenas 3 alternativas.

[Índice](#)

# Horas de acesso ao smartphone

Dois em cada três participantes da pesquisa autoavaliam que dedicam muitas horas ao uso do smartphone. De 18 a 44 anos de idade, esta proporção é ainda maior.



Q. Eu gasto \_\_\_\_\_ horas no meu celular com acesso à internet (smartphone): Muitas, Quantidade suficiente, Poucas  
 Pergunta com apenas 3 alternativas.

[Índice](#)

# Frequência de compras online

Uma parcela dos consumidores compram semanalmente roupas, medicamentos e entretenimento.



	Roupas	Aparelhos eletrônicos	Cosméticos e maquiagem	Medicamentos e produtos para saúde	Artigos esportivos	Compras de supermercado	Comida pronta (delivery)	Eletrodomésticos e utensílios para casa	Cursos e treinamentos	Entretenimento (games, shows, filmes, peças de teatro, streaming)
Diariamente ou mais de uma vez por dia	3%	5%	3%	3%	3%	8%	6%	4%	3%	8%
Semanal	12%	7%	11%	20%	9%	31%	40%	9%	10%	17%
Mensal	27%	14%	26%	34%	14%	26%	31%	20%	16%	22%
Anual	41%	52%	27%	18%	31%	8%	12%	46%	33%	22%
Não comprei este produto nos últimos 12 meses	15%	19%	24%	19%	33%	21%	7%	19%	30%	24%

Q. Nos últimos 12 meses, com que frequência você comprou via internet (online) os seguintes produtos ou serviços? Leitura na vertical. Dados somam pouco menos de 100% porque há uma pequena parcela de respostas “Não sei ou não se aplica”

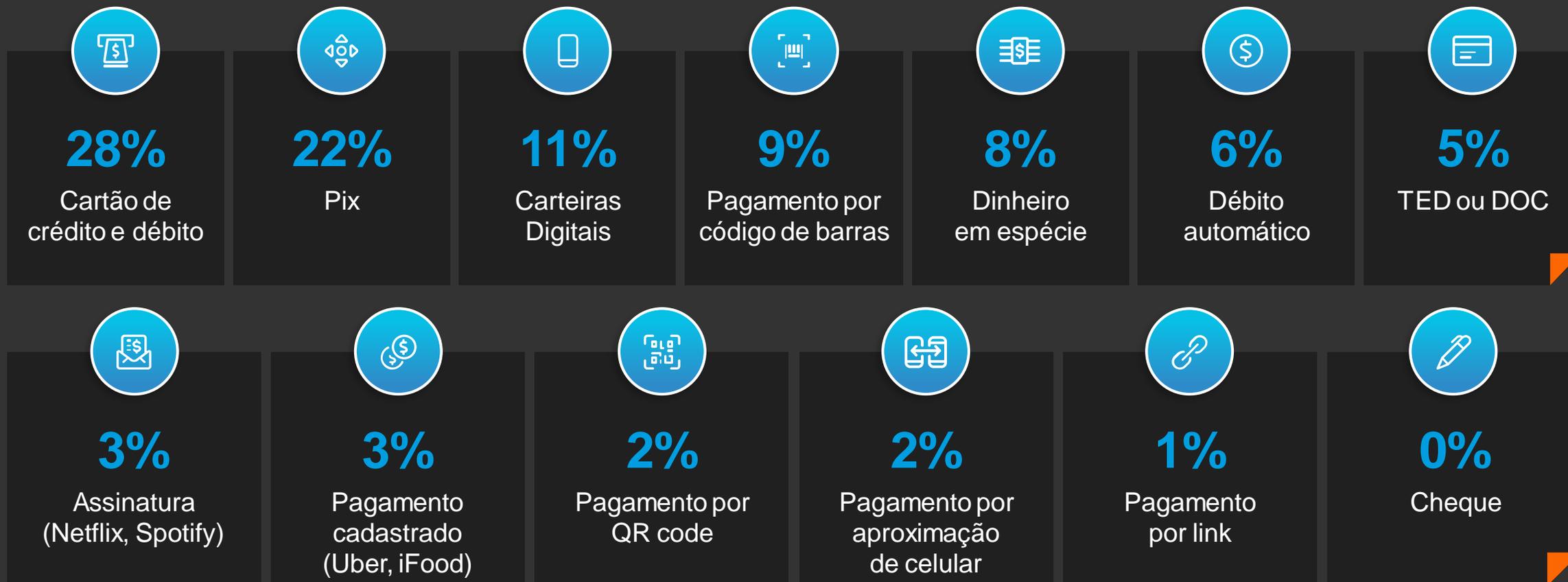
[Índice](#)

# Meios de pagamento



# Meios de pagamento preferidos – Ranking

Os líderes em preferência são os novos meios de pagamentos: Pix e cartões de débito e crédito – por chip, aproximação ou online.



Q. E destas formas de pagamento, quais são as suas preferidas? Por favor, escolha apenas três formas de pagamento, na ordem da sua preferência. Leitura na horizontal. Pergunta de ranking Top 3, consolidado para um ranking único, somando 100% entre todas as alternativas.

[Índice](#)

# Pagamentos antes e durante a pandemia

Pix ganha destaque porque foi lançado durante a pandemia. O uso de dinheiro em espécie, por risco de contágio com o novo Coronavirus, foi bastante reduzido. E pagamentos com cartão cresce em substituição ao dinheiro vivo.

- Uso com **mais** frequência hoje do que antes da pandemia da COVID-19
- Uso com **menos** frequência hoje do que antes da pandemia da COVID-19



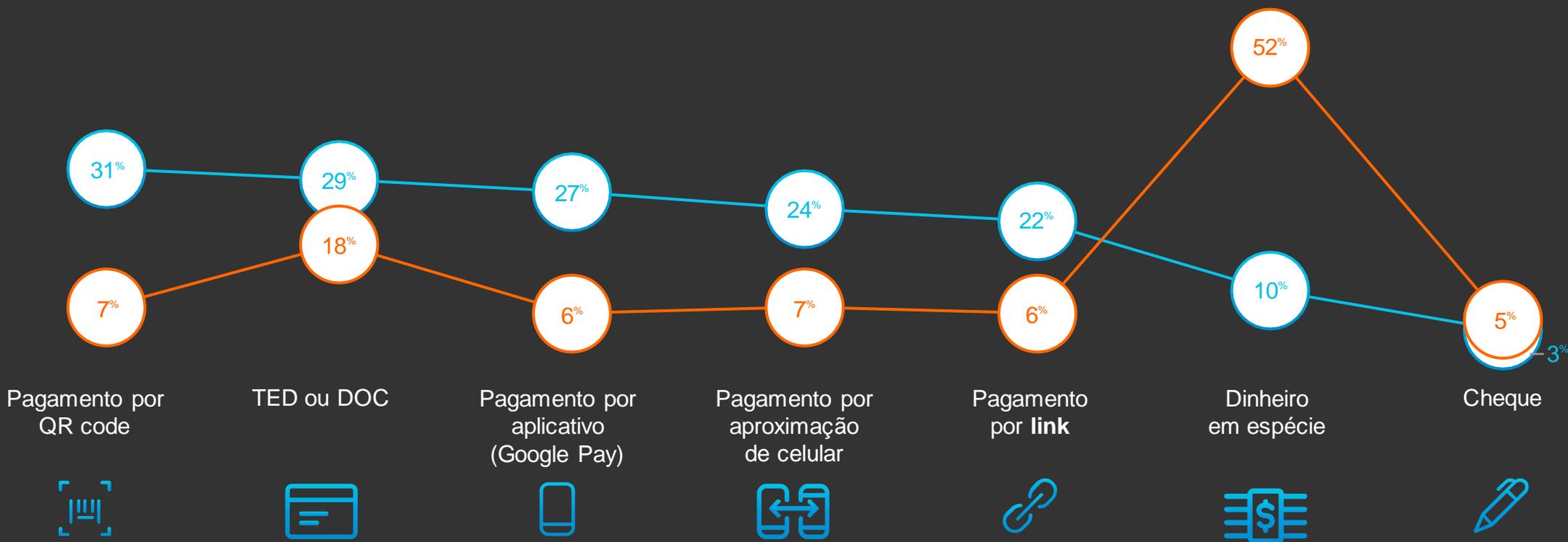
Q. Como você compara as formas de pagamento que você hoje prefere usar em comparação com antes da pandemia da COVID-19?  
Pergunta com escala nominal: maior frequência, menor frequência e igual frequência.

[Índice](#)

# Pagamentos antes e durante a pandemia

As carteiras digitais cresceram durante a pandemia, assim como outros meios de pagamento virtual.

- Uso com **mais** frequência hoje do que antes da pandemia da COVID-19
- Uso com **menos** frequência hoje do que antes da pandemia da COVID-19

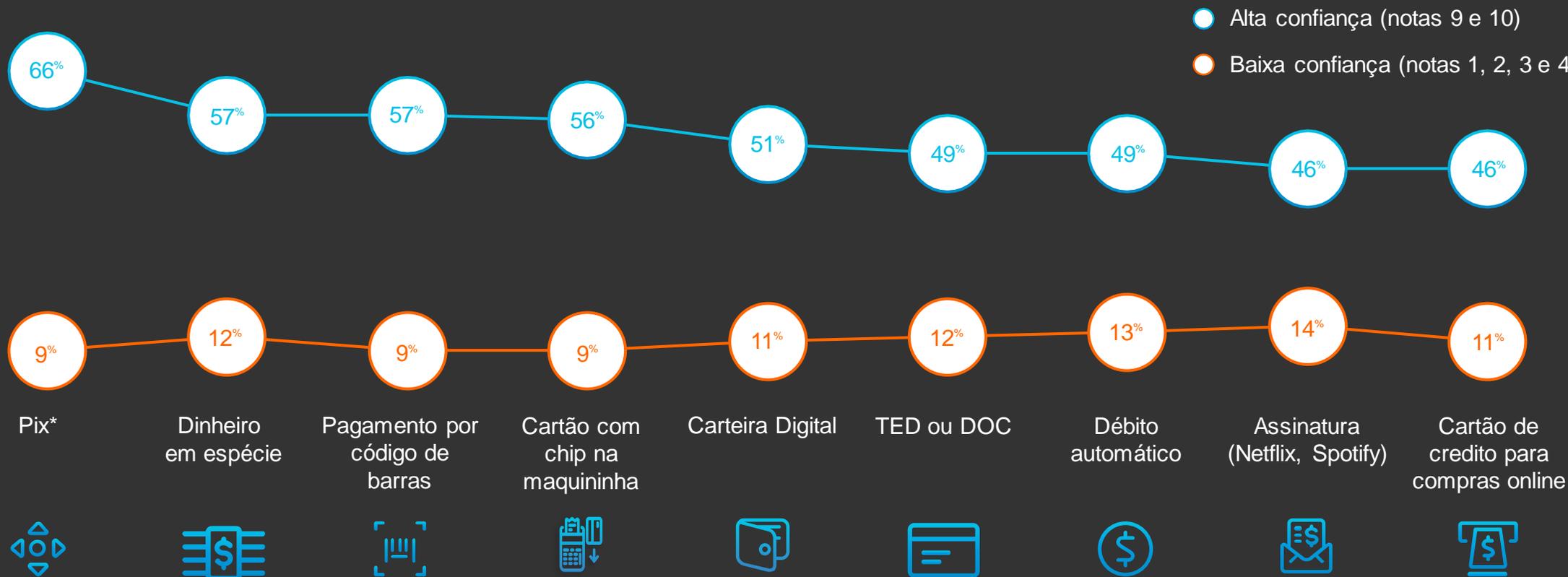


Q. Como você compara as formas de pagamento que você hoje prefere usar em comparação com antes da pandemia da COVID-19?  
 Pergunta com escala nominal: maior frequência, menor frequência e igual frequência.

[Índice](#)

# Confiança em meios de pagamento

Os meios de pagamento considerados mais seguros são Pix (66%), dinheiro em espécie (57%), cartão com chip na maquininha (56%) e código de barras (57%).



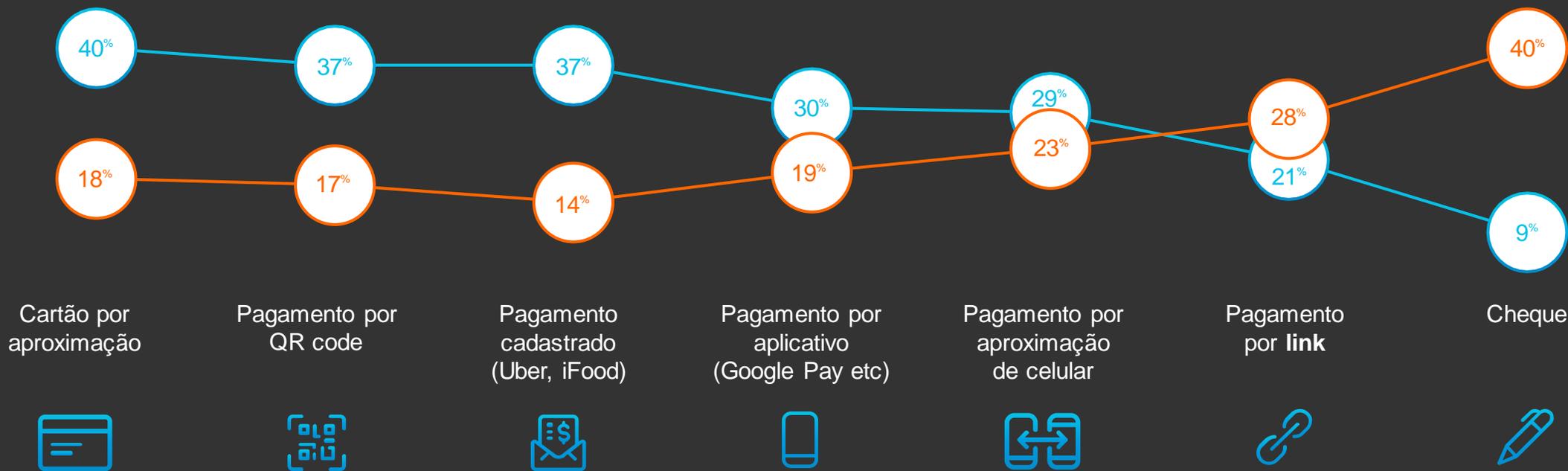
Q. Dê uma nota para a confiança que você tem em cada uma das formas de pagamento abaixo, sendo 10 total confiança e 1 nenhuma confiança. Leitura na horizontal e vertical. Pergunta com escala numérica de 1 a 10.

[Índice](#)

# Confiança em meios de pagamento

Os meios de pagamento que as pessoas menos confiam são cheque e pagamento por link.

- Alta confiança (notas 9 e 10)
- Baixa confiança (notas 1, 2, 3 e 4)



Q. Dê uma nota para a confiança que você tem em cada uma das formas de pagamento abaixo, sendo 10 total confiança e 1 nenhuma confiança. Pergunta com escala numérica de 1 a 10.

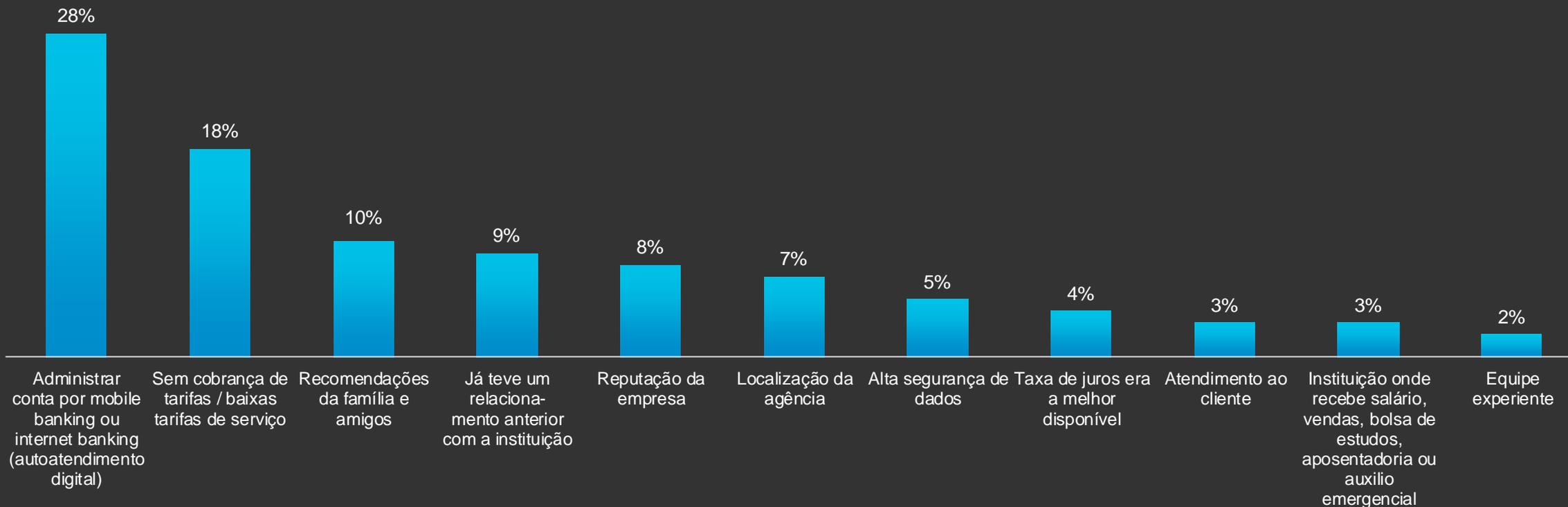
[Índice](#)

# Serviços financeiros



# Razão de escolha da conta principal

A possibilidade de interação por celular ou computador é a principal razão de escolha de uma instituição financeira. Os participantes, em média, são clientes de 2,9 instituições financeiras.

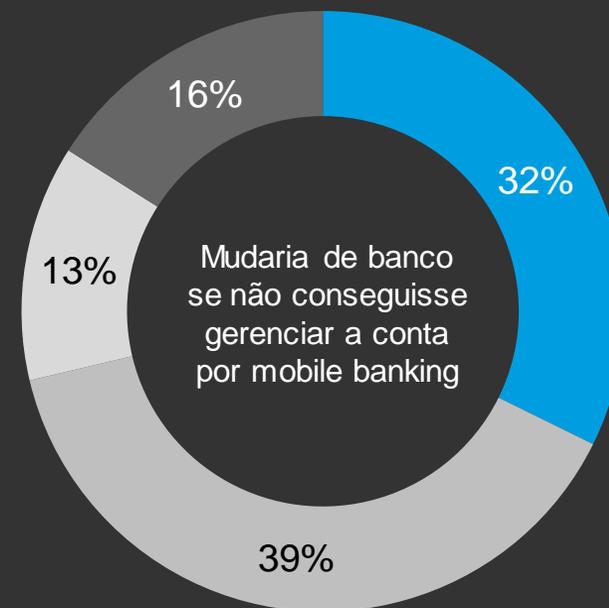
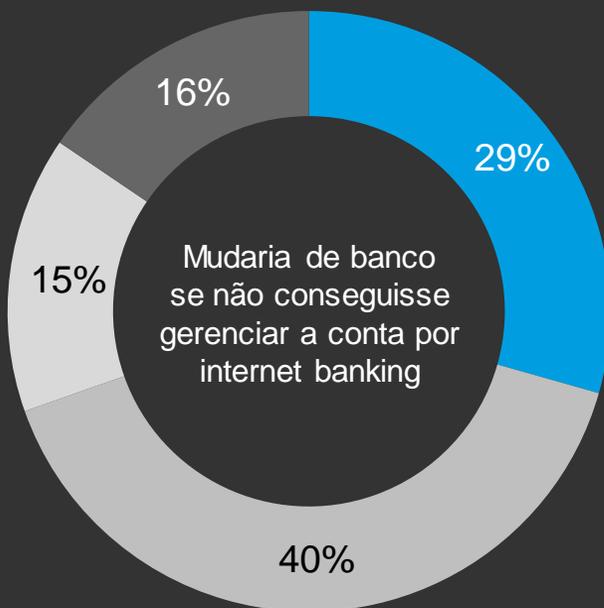


Q. Qual foi a principal razão pela qual você escolheu a instituição financeira da sua conta principal? Por favor, escolha apenas uma resposta  
(\* Pelo celular smartphone, tablet, smartwatch, smartband ou outro dispositivo wearable)

[Índice](#)

# Importância de online banking

Mobile banking e internet banking mostram sua força quando 70% dos clientes afirmam que mudariam de instituição se não puderem contar com boa interação via celular ou computador.



- Muito provável considerar mudar de instituição
- Provável considerar mudar de instituição
- Improvável considerar mudar de instituição
- Muito improvável considerar mudar de instituição

Q. Qual seria a probabilidade de você pensar em mudar de instituição financeira se não conseguisse gerenciar com facilidade sua conta via internet ou usando dispositivos móveis?

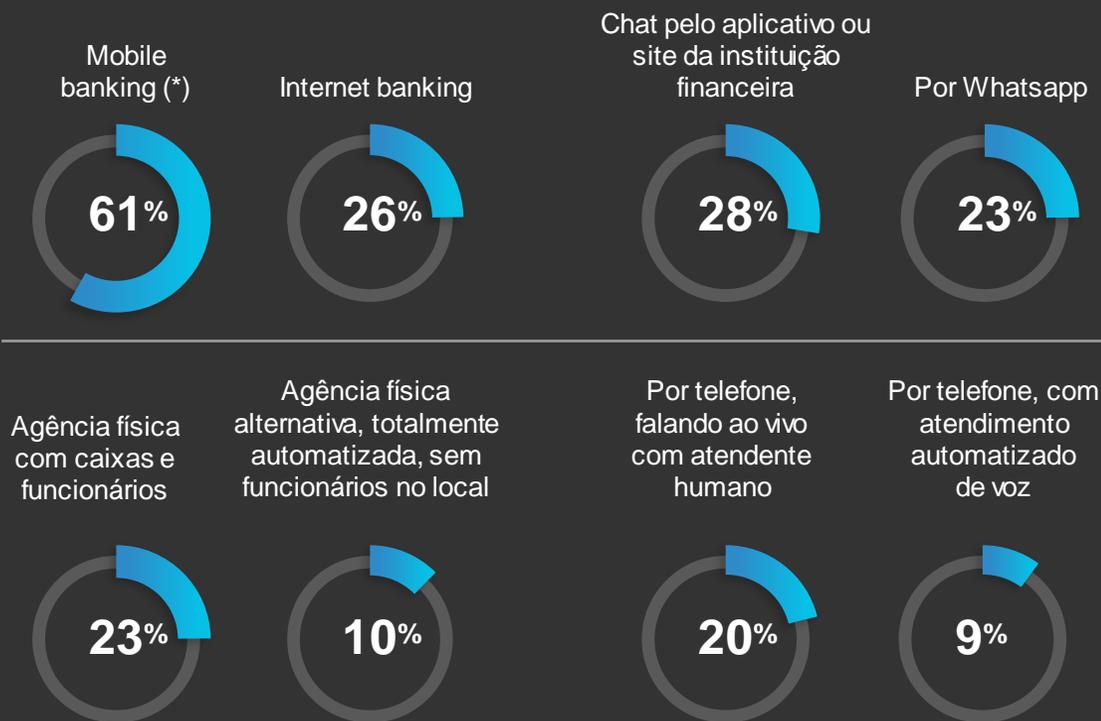
Pergunta com escala nominal de probabilidade de 4 pontos, com resposta única, somando 100%.

[Índice](#)

# Modos de interação com a conta principal

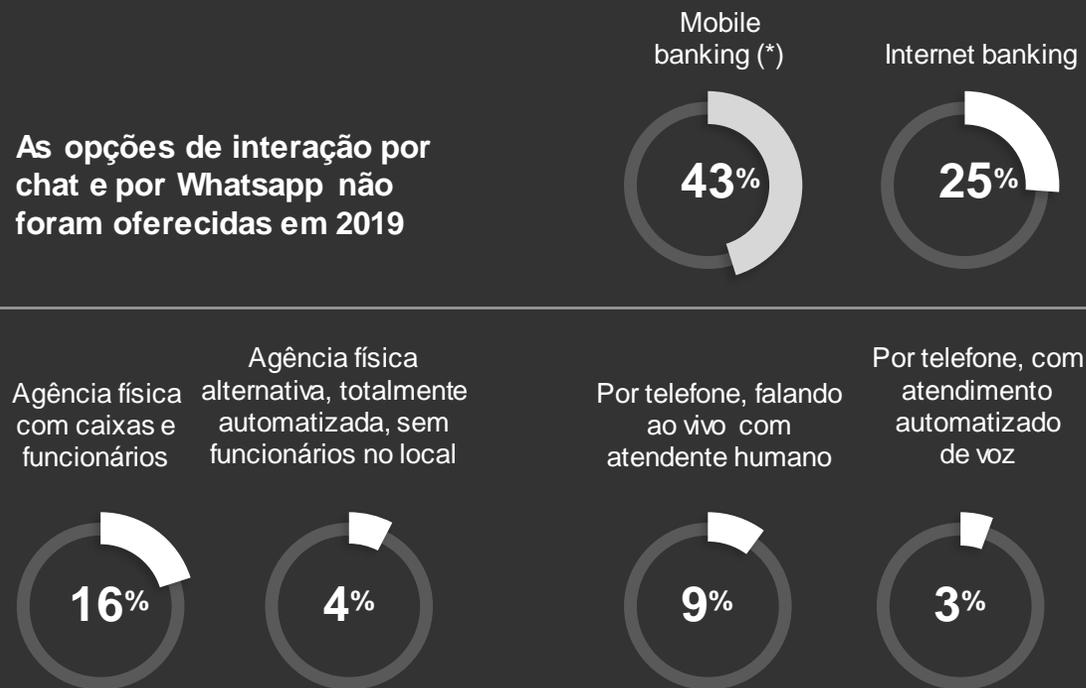
A preferência pela interação por celular cresceu 18 pontos percentuais em dois anos. Novas tecnologias como chat por aplicativos ou por WhatsApp foram bem aceitas e ocupam posição de destaque entre as formas de interação.

## Em 2021



## Em 2019

As opções de interação por chat e por Whatsapp não foram oferecidas em 2019



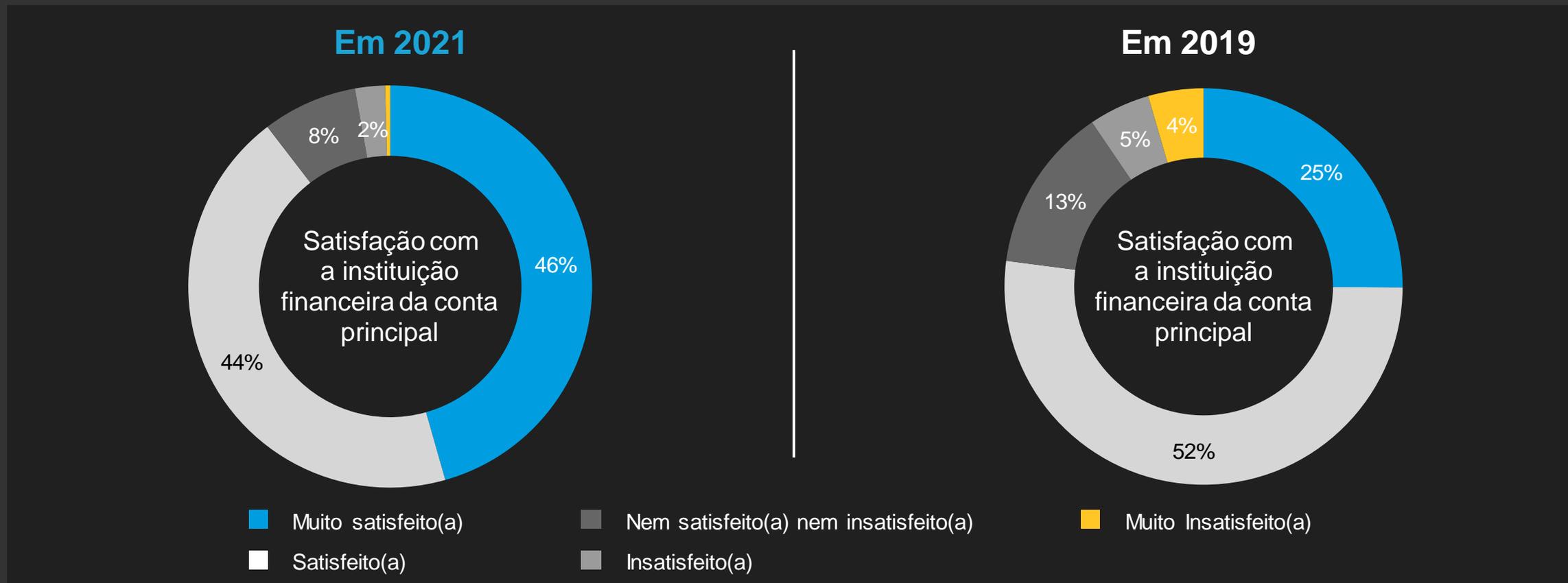
Q. Em quais das seguintes maneiras você prefere interagir com a instituição financeira da sua conta principal? Resposta múltipla que soma mais que 100%.

(\*) Pelo celular smartphone, tablet, smartwatch, smartband ou outro dispositivo wearable

[Índice](#)

# Satisfação com a conta principal

Satisfação em geral aumentou desde 2019.



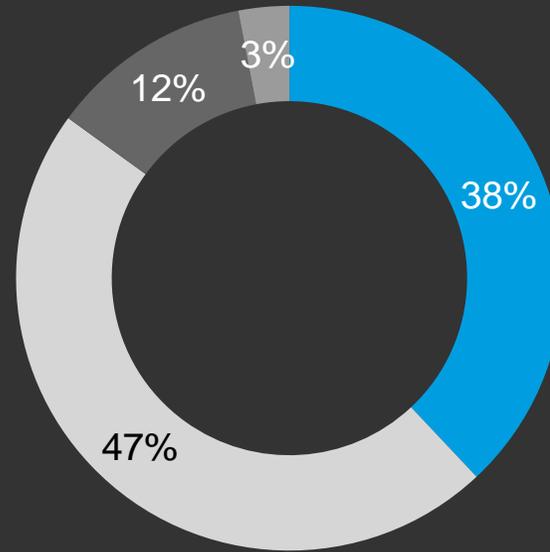
Q. Pensando na instituição financeira da sua conta principal e em todos os serviços que ela oferece, como você avaliaria sua satisfação geral usando a escala abaixo?

Escala nominal de satisfação de 5 pontos.

[Índice](#)

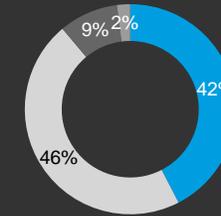
# Agência bancária sem funcionários

**85%** das pessoas aceitariam uma agência bancária sem funcionários, desde que haja a opção de atendimento humano por chat online ao vivo em caso de necessidade.

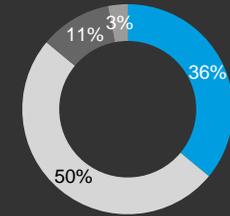


- Muito provável continuar sendo cliente da instituição
- Provável continuar sendo cliente da instituição
- Improvável continuar sendo cliente da instituição
- Muito improvável continuar sendo cliente da instituição

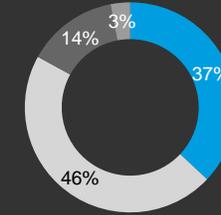
Q. Se a instituição financeira da sua conta principal retirasse todos os caixas das agências (ou seja, não houvesse funcionários na agência, mas a agência oferecesse um chat online ao vivo com um funcionário se você precisar de ajuda), mas continuasse a oferecer os mesmos serviços e produtos financeiros de sempre, qual a probabilidade de você continuar sendo cliente desta instituição financeira? Pergunta com escala nominal de probabilidade de 4 pontos, com resposta única, somando 100%.



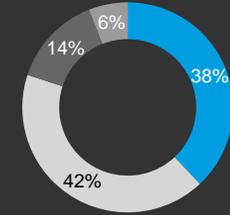
18 a 24 anos de idade



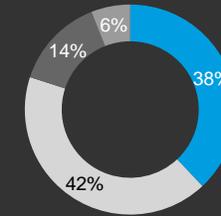
25 a 34 anos de idade



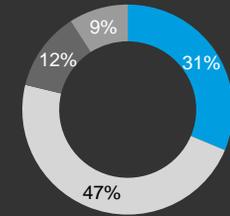
35 a 44 anos de idade



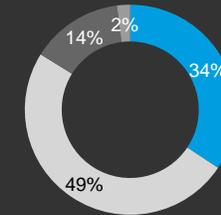
45 a 55 anos de idade



55+ anos de idade



Em 2019



Entre quem prefere interagir com agência com funcionários

[Índice](#)

# Empresas mais confiáveis

De 2019 para 2021, empresas em geral aumentaram a confiança do consumidor em lidar com suas informações confidenciais. Em particular, as empresas varejistas e empresas de pagamento conquistaram mais confiança do usuário.

	Em 2021			Em 2019		
	Baixa confiança	Alta confiança	Nota média	Baixa confiança	Alta confiança	Nota média
Empresas de tecnologia (Apple, Google, Samsung entre outras)	20%	34%	6,8	32%	23%	5,9
Empresas de pagamento (PayPal, PicPay, Mercado Pago and entre outras)	13%	44%	7,4	22%	29%	6,6
Empresas varejistas (Magalu, Amazon, Americanas and entre outras)	19%	34%	6,9	28%	19%	6,0
Empresas de redes sociais (Facebook, Twitter, LinkedIn entre outras)	37%	15%	5,3	46%	9%	4,8
Empresas de software financeiro e bancos digitais (fintech)	21%	31%	6,7	32%	12%	5,5
Bancos tradicionais ou cooperativas de crédito	16%	37%	7,1	19%	28%	6,6

■ Alta confiança (notas 9 e 10)

■ Baixa confiança (notas 1, 2, 3 e 4)

Q. Quais empresas você considera mais confiáveis para ter acesso às suas informações confidenciais? Por favor, dê uma nota para a confiança que você tem nestas empresas, sendo 10 total confiança e 1 nenhuma confiança. Pergunta com escala numérica de 1 a 10.

[Índice](#)

# Métodos de Autenticação

Nos canais presenciais, os métodos de autenticação preferidos são a senha e a biometria pela impressão digital. Nos canais telefônicos, o reconhecimento de voz parece uma boa alternativa à senha.

Preferência geral	
Senha	23%
Impressão digital	15%
Palavra de segurança	10%
Número de identificação	9%
Token de autenticação	8%
Reconhecimento facial	8%
Reconhecimento de voz	6%
Identificação com foto	6%
Impressão da palma da mão	5%
Escaner de olho/retina	4%

 <b>Presencial (agência física + automatizada)</b>	<b>Senha</b>	<b>Impressão digital</b>	<b>Palavra de segurança</b>
	23%	21%	9%
 <b>Internet banking + mobile banking</b>	<b>Senha</b>	<b>Impressão digital</b>	<b>Reconhecimento facial/ Token</b>
	25%	15%	10%
 <b>Por telefone (com atendente humano ou automatizado por voz)</b>	<b>Senha</b>	<b>Palavra de segurança</b>	<b>Número de identificação</b>
	21%	16%	14%

Q. Dê uma nota para a confiança que você tem em cada uma das formas de pagamento abaixo, sendo 10 total confiança e 1 nenhuma confiança. Pergunta com escala numérica de 1 a 10.

(\*) Pelo celular smartphone, tablet, smartwatch, smartband ou outro dispositivo wearable

[Índice](#)

# Sobre a pesquisa



# Composição Da Amostra

A amostra tem bom equilíbrio entre faixas etárias, classes sociais e distribuição regional para permitir recortes e análises comparadas.

**7 a 11 de maio, 2021**

Período de campo

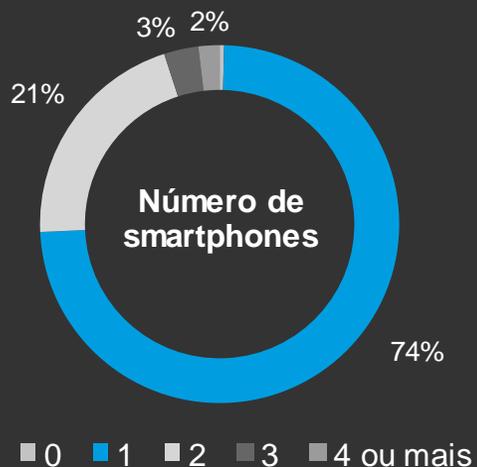


52 %



48 %

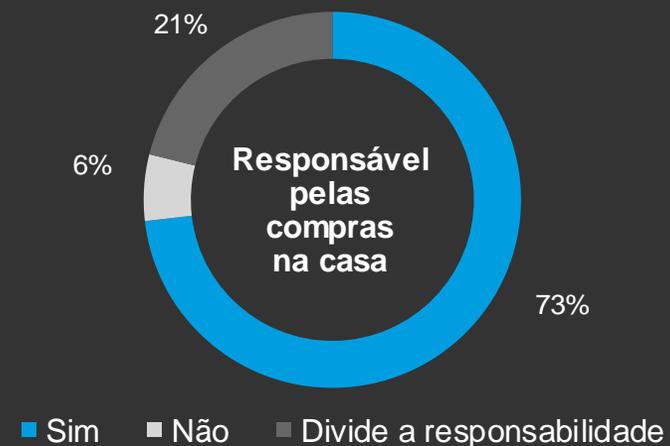
Idade	
18-24	20%
25-34	29%
35-44	28%
45-54	14%
55+	9%



**1.000**

Questionários online respondidos

Classe Social	
A	7%
B1	11%
B2	27%
C1	37%
C2	16%
D-E	2%



Pesquisa realizada com painel Toluna

[Índice](#)

# Obrigado