



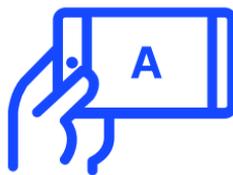
Relatório de fintechs no Brasil 2023

DESCUBRA QUAIS FINTECHS
ESTÃO INOVANDO O
MERCADO FINANCEIRO

Para a sua melhor experiência, este material foi desenvolvido para leitura otimizada em dispositivos móveis.



Modo retrato
para visualização
dinâmica



Modo paisagem
para melhor
leitura



A revolução das Fintechs desafia o status quo

Há dez anos, para usar os serviços de um banco o principal canal era a agência física. Em março de 2013, os smartphones não eram tão poderosos quanto os atuais, o 4G não estava popularizado e ainda não tinha surgido o Nubank. Os chamados bancões (Itaú, Bradesco, Santander, Caixa e BB) dominavam todo o mercado que era, praticamente, um oligopólio. Os aplicativos eram pouco práticos e ainda não eram amplamente popularizados.

Mas chegariam as fintechs para desafiar o status quo do mercado financeiro. Fundado em maio de 2013, o Nubank é sem dúvida o maior expoente desse movimento de startups do mercado financeiro e já se mostra, conforme este estudo, como a segunda marca mais lembrada pelos consumidores brasileiros conectados à internet.



O que é uma fintech e sua importância

Segundo o Banco Central do Brasil, "fintechs são empresas que introduzem inovações nos mercados financeiros por meio do uso intenso de tecnologia". Em outras palavras, as fintechs são startups que atuam em algum meio financeiro, podendo ser bancos digitais, corretoras de investimentos, gestoras financeiras ou até mesmo em negociação de dívidas.

Há um consenso de que o Paypal, fundado em 1998, foi a primeira fintech com características mais modernas criada no mundo. Entretanto, somente em 2013 esse conceito chegou com mais força no Brasil.

Desde então, as fintechs não param de surgir. São centenas de empresas entrando no mercado com soluções inteligentes e tecnológicas. Os bancos digitais, por exemplo, estão cada vez mais tomando espaço no mercado financeiro, o que é bom para os consumidores, mas nem tanto para os bancos tradicionais.



Digitalização dos bancos tradicionais

Com a alta tecnologia que as fintechs possuem, os bancos que estão há décadas no mercado com as mesmas práticas de sempre estão tendo que se reinventar nos serviços prestados.

Segundo o Banco Central, em 2020 os cinco maiores bancos do país – Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Bradesco, Itaú e Santander – detinham 77,6% dos ativos totais do segmento bancário comercial. Porém, o cenário concorrencial vem mudando essa realidade, visto que em 2021 esse número caiu para 76,6%. Redução que parece pequena, mas olhando o histórico brasileiro, é um avanço.

Os bancos tradicionais estão cada vez mais apresentando soluções digitalizadas, e até mesmo participando do mercado de fintechs, seja comprando empresas digitais ou até mesmo criando do zero.

Os três maiores bancos privados do Brasil já estão nesse mercado:

- Itaú com o Iti
- Bradesco com o banco Next
- Santander com a Superdigital

Pesquisa





Metodologia

A pesquisa foi realizada pela Conversion, com 400 entrevistados de todo o Brasil de forma online. Foi utilizada uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%.

Algumas perguntas do questionário foram elaboradas com opções de múltipla escolha, o que permitiu que os participantes escolhessem mais de uma alternativa. É importante ressaltar que, nesses casos, a soma das opções ultrapassa 100%.

Resultados





Top of Mind: Itaú é a marca líder, mas a fintech Nubank acompanha logo em seguida

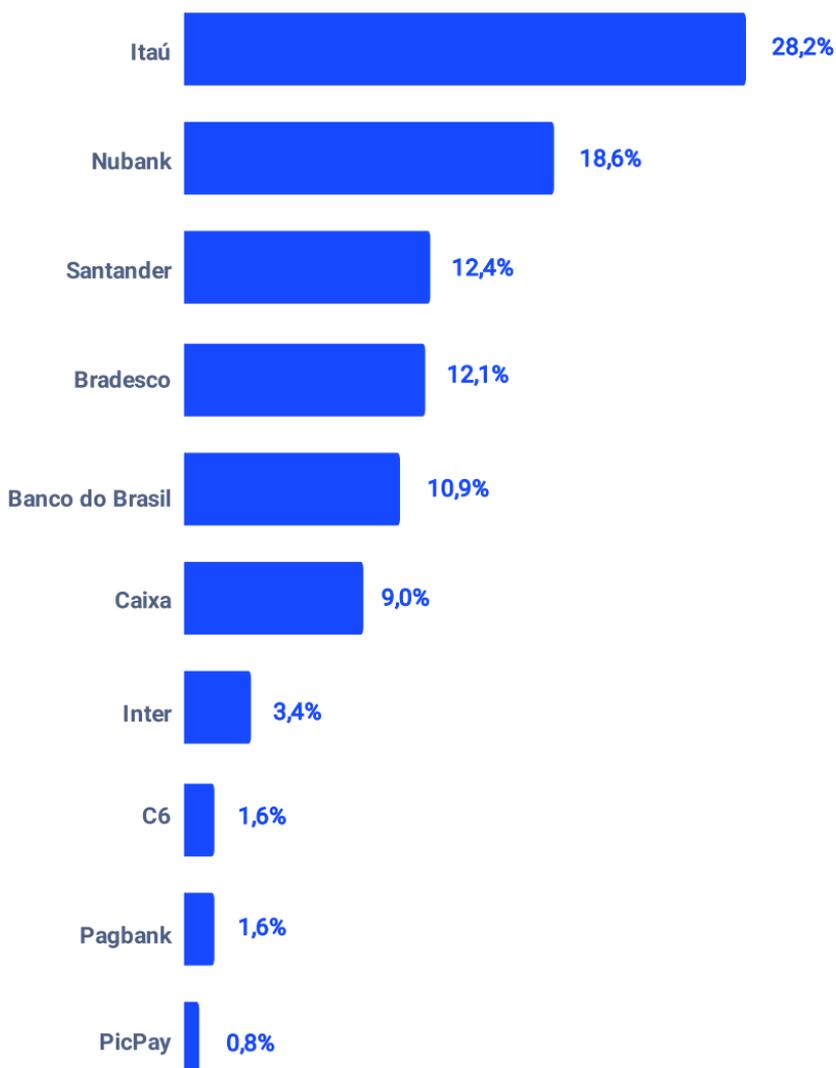
O Itaú, maior banco da América Latina, fica em primeiro lugar quando o assunto é estar na mente do brasileiro. Com agências em todos os estados brasileiros e mais de 90 milhões de clientes, o Itaú tem presença forte no país, sempre se posicionando e ficando na mente do brasileiro como uma marca tradicional e de confiança.

Em segundo lugar vem o Nubank, banco digital brasileiro em ascensão. Hoje o banco conta com 74,6 milhões de clientes, ultrapassando até mesmo o Santander, banco tradicional e consolidado há muitos anos no Brasil.

Com 12,4% das pessoas citando o Santander, é possível perceber a relevância que esse banco tem no país. O Santander é o único banco estrangeiro que está entre os maiores bancos no Brasil, conseguindo se destacar em meio a tantos obstáculos tributários e regulatórios.



Qual a primeira marca que vem à sua mente quando pensa em banco?





54,4% das pessoas não precisaram ir a uma agência física ou foram menos de 4 vezes no último ano

Após uma divisão de pessoas que possuem conta em banco, os resultados mostram que a maioria dos respondentes foi apenas de 1 a 3 vezes a uma agência física no último ano. Com 12,3% das respostas, a pesquisa mostra que uma boa parcela das pessoas não precisou comparecer a uma agência para resolver seus problemas.

Com o avanço da tecnologia, as pessoas estão cada vez menos precisando ir a uma agência física e usando aplicativos e sites para se relacionar com os bancos. A ideia de fazer tudo pelo celular é cada vez mais aceita. Isso feito através do marketing de conteúdo, conscientizando a população, investimento em anúncios e por benefícios que algumas fintechs dão para clientes que fazem indicações.

De acordo com dados do Banco Central, de janeiro de 2018 a janeiro de 2023, o número de agências e postos de atendimento das



instituições financeiras e filiais das administradoras de consórcio caiu 17,9%, o que mostra uma tendência de abandono desses estabelecimentos. Bancos tradicionais estão passando pelo processo de transformação, otimização e modernização dos serviços financeiros.

No último ano, quantas vezes você foi a uma agência bancária?





94,5% das pessoas costumam utilizar aplicativo de celular para utilizar serviços bancários

Com a entrada dos bancos digitais no mercado financeiro, o acesso a serviços por meios virtuais se tornou mais simples. Interfaces intuitivas, suporte personalizado e menor burocracia são alguns dos motivos pelos quais as idas às agências físicas estão diminuindo.

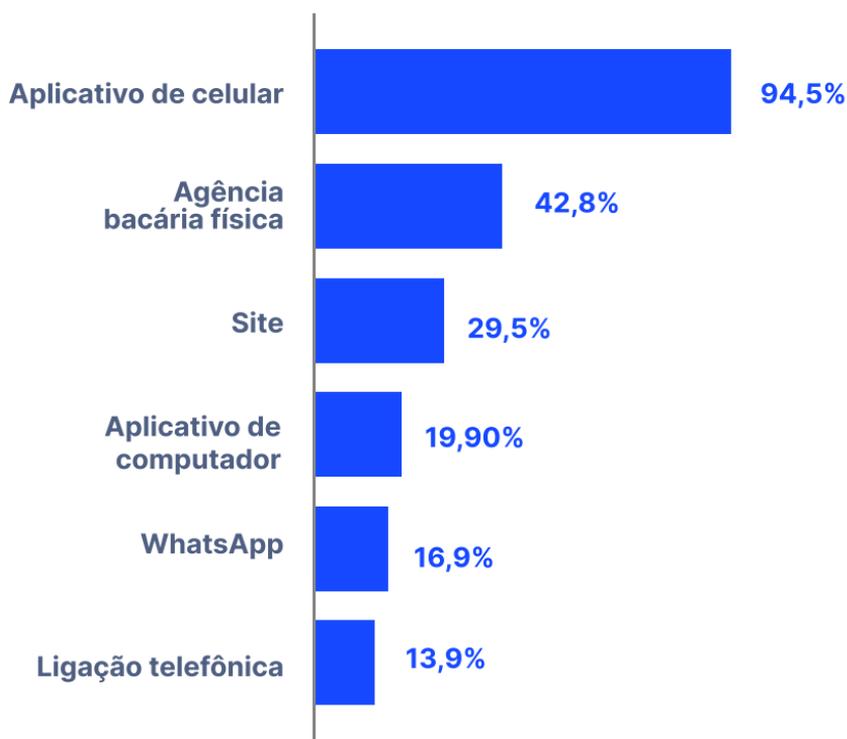
Com esse resultado, é esperado que a parte de UI e UX dos aplicativos estão mais otimizadas. Um aplicativo bancário com uma boa experiência de usuário tem maior probabilidade de reter clientes, aumentar a satisfação dos usuários e atrair novos consumidores.

Bancos tradicionais, que antes estavam acostumados com o atendimento presencial em suas agências, estão tendo que se modernizar com o uso de aplicativos, sites e outros meios para não ficarem para trás.



Das opções, a ligação telefônica ficou com 13,9% das menções. A ligação telefônica ainda pode ser relevante para algumas situações específicas, como consultas mais complexas ou problemas que requerem atendimento mais personalizado.

Por qual(is) meio(s) você costuma utilizar seu banco?





Entre os entrevistados, Nubank fica à frente de Caixa Econômica e Itaú em número de contas

O banco digital Nubank novamente ficou na frente dos bancos tradicionais, dessa vez no quesito de número de contas, no qual 61,2% dos respondentes são clientes do banco.

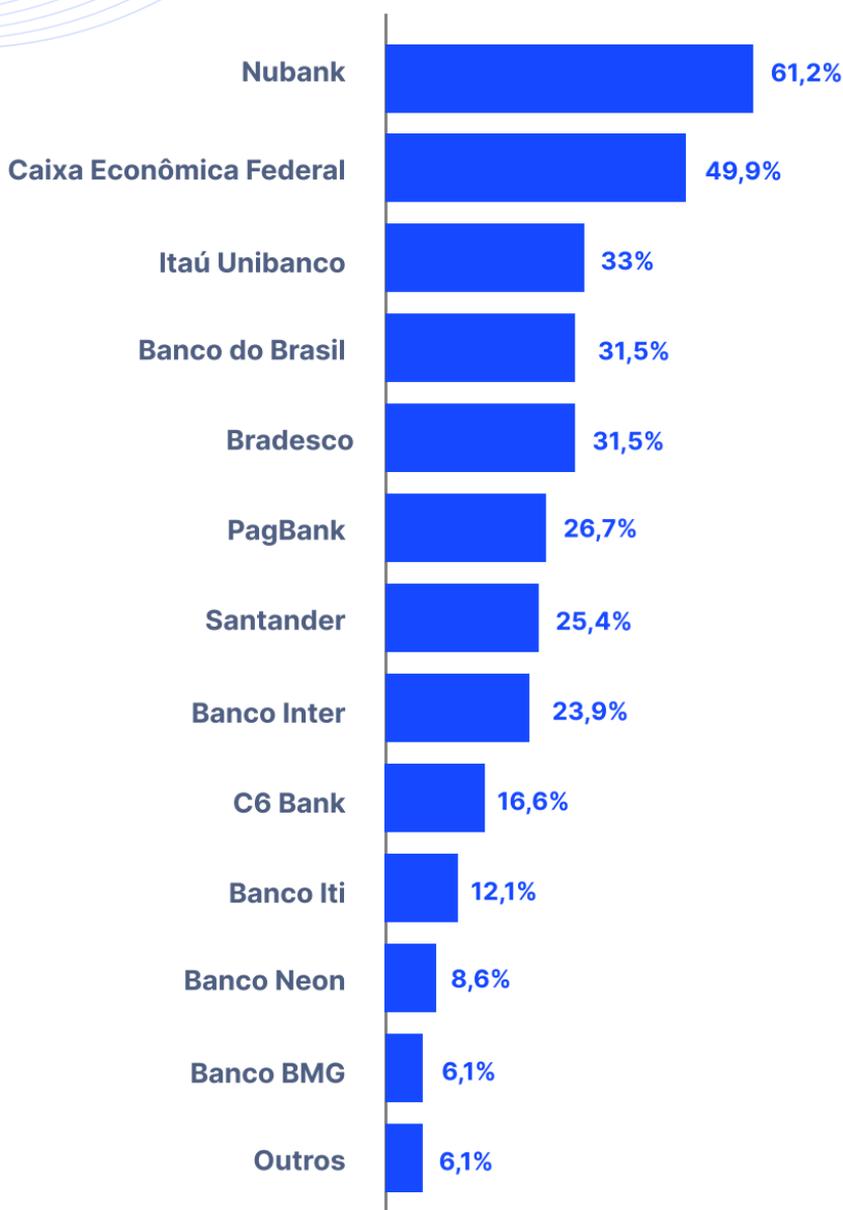
7 dos 12 bancos mais escolhidos são digitais. Isso mostra o poder que essas empresas têm de crescimento e captação de clientes, mesmo com uma grande concentração nos bancos tradicionais.

A Caixa Econômica vem em segundo lugar, com quase metade dos respondentes tendo conta na instituição. Sendo um banco público, as pessoas tendem a ter mais confiança, além da Caixa Econômica ser responsável por administrar programas sociais, o que torna a empresa mais conhecida.

Ressaltamos que a entrevista foi realizada pela internet.



Você possui conta em qual(is) banco(s)?





Nubank é a marca mais lembrada pelos consumidores quando o assunto é cartão de crédito

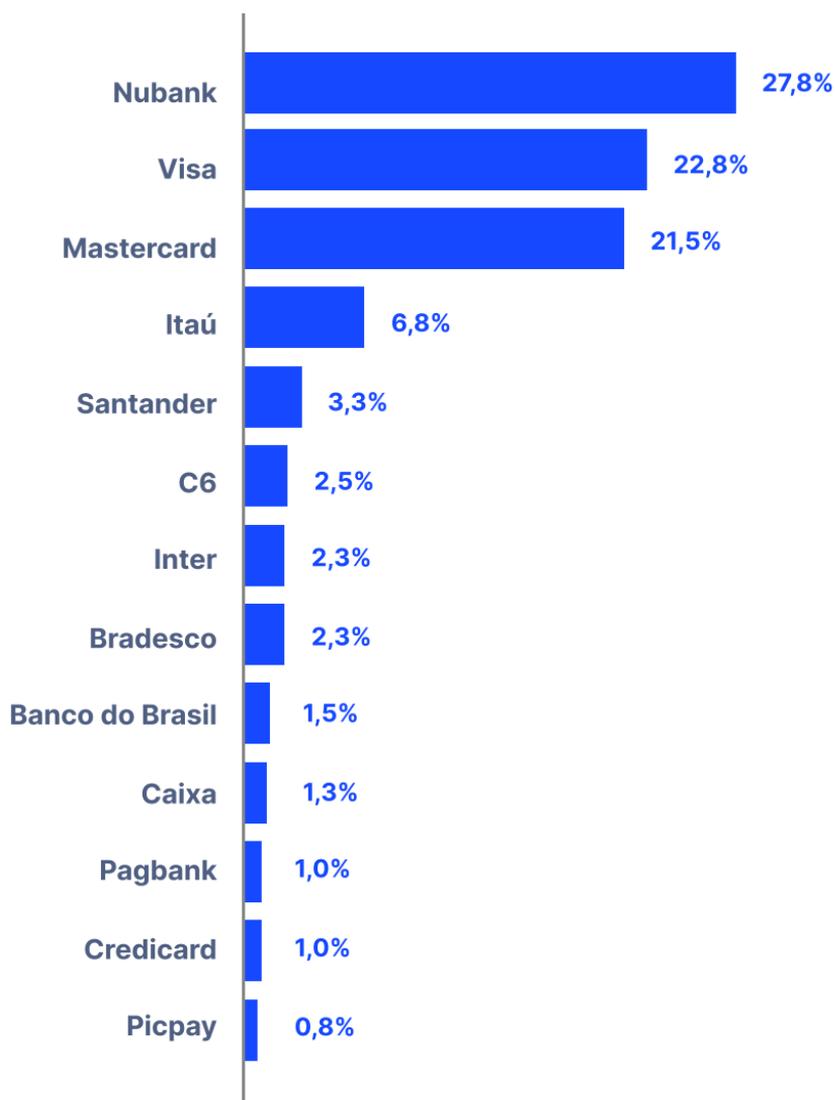
Com 27,8% das menções, o Nubank aparece com uma ampla relevância no mercado de crédito. As causas desse reconhecimento são diversas, que vão desde a inexistência de anuidade e tarifas, até o marketing bem feito.

Sendo duas das empresas mais valiosas do mundo, as bandeiras de cartão de crédito Visa e Mastercard aparecem com 22,8% e 21,5%, respectivamente. A aceitação em diversos países, a segurança e a emissão de cartões com essas bandeiras pelos grandes bancos fazem com que essas marcas fiquem conhecidas.

A pesquisa também mostra que os bancos tradicionais ainda têm presença significativa na mente dos consumidores, mas com números bem inferiores. Itaú, Santander, Bradesco, Banco do Brasil e Caixa aparecem com 6,8%, 3,3%, 2,3%, 1,5% e 1,3%, respectivamente, mesmo em um mercado dominado por esses mesmos bancos.



Qual a primeira marca que vem à sua mente quando pensa em cartão de crédito?





Mastercard e Visa dominam o mercado de cartões de crédito

A Mastercard é a marca mais utilizada pelos respondentes, com um percentual de 87,8%, seguido pela Visa, com 62,5%. Em contrapartida, outras bandeiras como Hipercard, American Express, Maestro e Alelo apresentaram percentuais de uso inferiores, abaixo dos 10%.

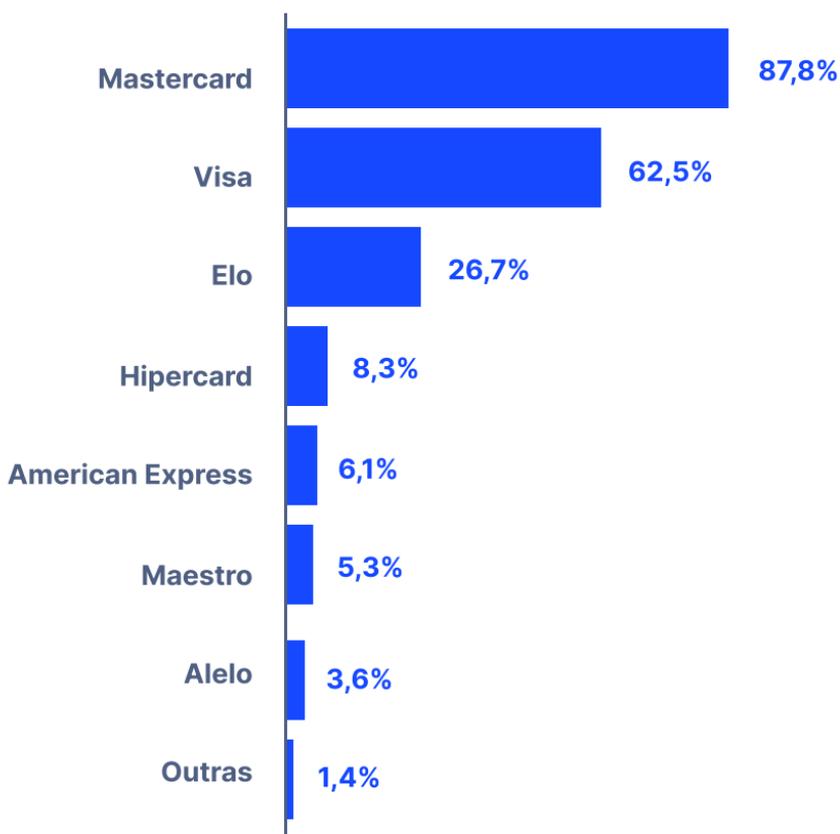
Como citado anteriormente, a Mastercard e Visa ocupam os primeiros lugares pela ampla aceitação em estabelecimentos comerciais em diversos países, com diversos programas de benefícios e recompensas aos seus usuários.

A American Express aparece com um percentual mais baixo por ser uma bandeira focada em um público de maior poder aquisitivo, algo não tão comum no país em que vivemos.

Assim como a American Express, a Alelo também é focada em um público específico, neste caso, o segmento corporativo, o que pode explicar o seu menor percentual de uso.



Qual(is) a(s) bandeira(s) do(s) seu(s) cartão(ões) de crédito?





Fintechs roubarão o lugar de bancos tradicionais no mercado financeiro?

A pesquisa revela que as pessoas pensam primeiramente em fintechs no assunto de investimentos. Após uma precisa divulgação sobre a aquisição da Easynvest pela Nubank, a corretora de investimento do banco digital lidera com 21% das menções, seguida pela XP Investimentos com 19,8%.

Bancos tradicionais como Banco do Brasil, Santander e Bradesco aparecem com participações menores nos resultados. Isso pode ser um reflexo da crescente popularidade das plataformas digitais de investimento, que oferecem maior acessibilidade e taxas de corretagem mais baixas ou nulas.

As demais fintechs, como Inter, PicPay e C6, também ganham lugar na mente dos consumidores, com 5,8%, 2,7% e 2,4% das menções, respectivamente. Isso sugere que mesmo em menor escala, essas empresas têm conquistado espaço no mercado de investimento.



Qual a primeira marca que vem à sua mente quando pensa em investimentos?





Poupança se destaca no número de investidores, deixando para trás ações e fundos de investimentos

A poupança é um tipo de renda fixa, no entanto, a mesma é um dado separado nesta pesquisa por ser uma forma muito popular de investimento no Brasil, o que fica evidente quando olhamos para seu resultado de 54,3% das pessoas colocando seu dinheiro neste tipo de investimento.

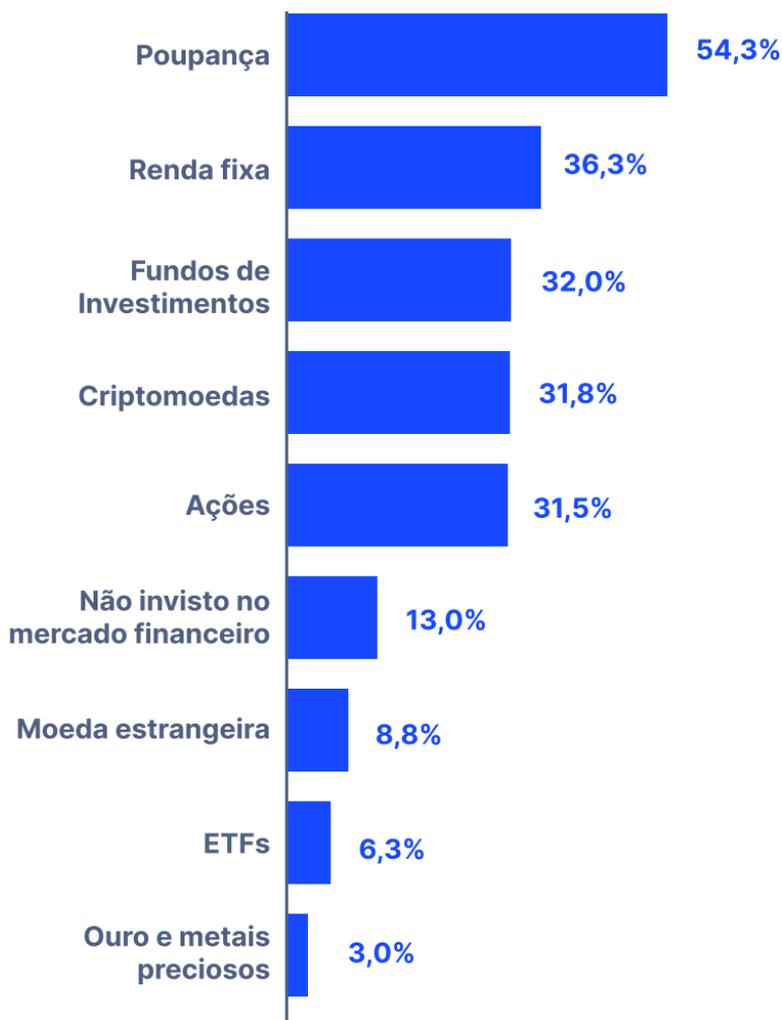
A renda fixa, contemplando ativos como títulos públicos e CDBs, fica em segundo lugar, com 36,3% de investidores. Resultado esperado com toda a atratividade, considerando a Taxa Selic nos patamares atuais.

Fundos de investimentos, criptomoedas e ações estão praticamente empatados em termos de popularidade, indicando uma diversificação maior dos investimentos.

Moeda estrangeira, ETFs e ouro e metais preciosos são ativos de menor interesse dos respondentes, mostrando que esses são investimentos ainda pouco explorados pela maioria das pessoas.



Em quais ativos você investe no mercado financeiro?





Corretoras digitais x bancos: bancos ficam à frente quando se trata de investimento

Apesar do sucesso das corretoras digitais, os consumidores ainda deixam seu dinheiro investido através de bancos. Os bancos tradicionais tendem a ter taxas de administração, de custódia e performance mais elevadas, o que pode levar a rentabilidade dos investimentos ao chão quando se olha o longo prazo.

Comodidade, confiança e incentivos por parte dos gerentes podem ser alguns motivos que fazem com que as pessoas deixem o dinheiro investido por meio dos bancos.

As corretoras de investimento, mesmo com um percentual menor de participação, ainda são relevantes nesse mercado. Se relacionarmos os resultados top of mind com esses, é possível pensarmos que as pessoas lembram primeiramente das fintechs quando o assunto é investimento, mas não estão totalmente confiantes em colocar a riqueza nas mesmas. Conseguir a confiança do público, será esse o grande desafio dessas empresas?



Por onde você realiza os seus investimentos?

79,3%



36,8%



7,2%



5,5%



Banco

Corretora

Escritório de Investimento

Outros



89,1% das pessoas poupam menos de 41% da sua renda mensal

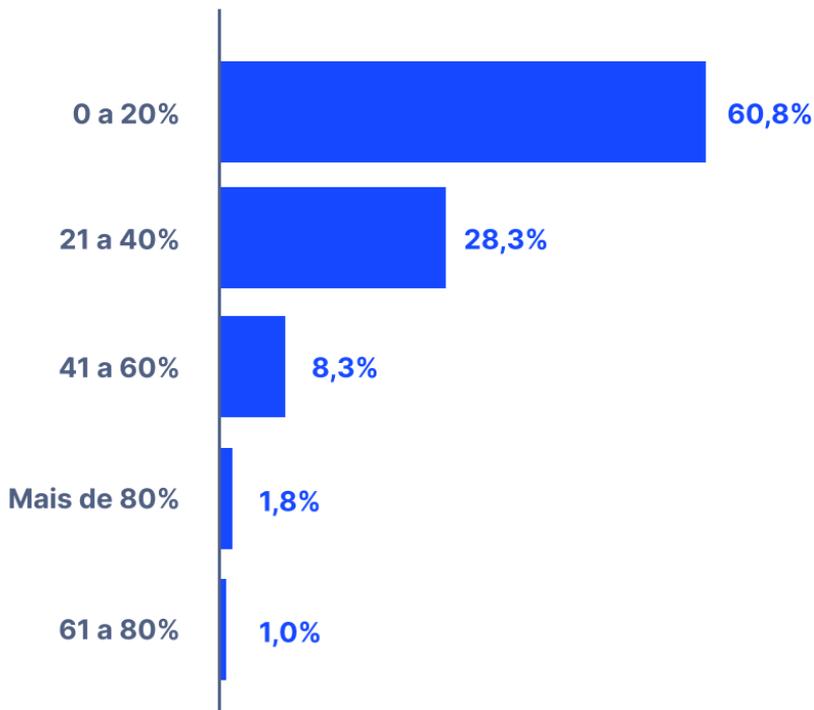
60,8% dos respondentes afirmam que poupam de 0 a 20% de sua renda mensal. Falta de instrução ou renda baixa?

A falta de poupança pode ter consequências negativas no longo prazo, como dificuldades financeiras em momentos de imprevistos e dificuldades para alcançar objetivos financeiros. Mas poupar grande parte da renda ganhando pouco é uma tarefa muito difícil.

Apenas 1,8% da amostra poupa mais de 80% da renda. Se levarmos esse número para a população brasileira, mais de 200 milhões de pessoas não conseguem estar nesse patamar. Considerando dois salários mínimos, 80% poupados seria o equivalente a R\$ 2083,2, restando apenas R\$ 520,8 para pagar as contas e o lazer, um cenário improvável de acontecer.



O quanto da sua renda você poupa mensalmente?





Quase 60% das pessoas se encontram endividadas, tendo a maioria entre 25 e 34 anos

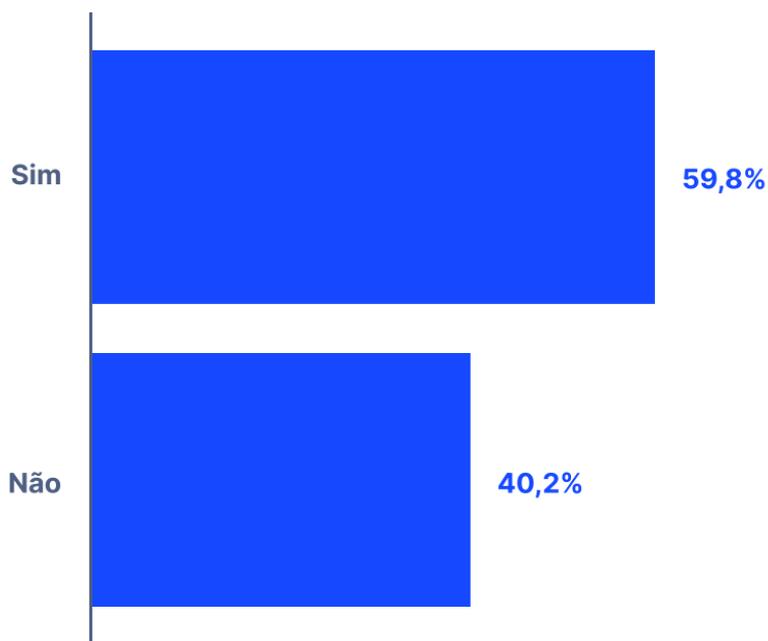
59,8% dos respondentes são afetados por dívidas financeiras. O dado pode ser preocupante, pois mostra que, seja por falta de conhecimento ou por necessidade, as pessoas estão dispostas a se endividar, pagando juros altos no futuro.

Sendo um dos principais motivos do endividamento no Brasil, o cartão de crédito tem juros que podem chegar a 400% ao ano, número este que pode ser justificado pela alta inadimplência dos brasileiros.

A pesquisa levantou que 90% das pessoas possuem cartão de crédito, sendo de bancos, lojas de varejo ou corretoras. Supondo que esses 59,8% estejam endividados no cartão de crédito, eles passarão um longo tempo pagando essa dívida.



Atualmente você tem dívidas?





Caixa e outros grandes bancos ganham destaque no mercado de empréstimos

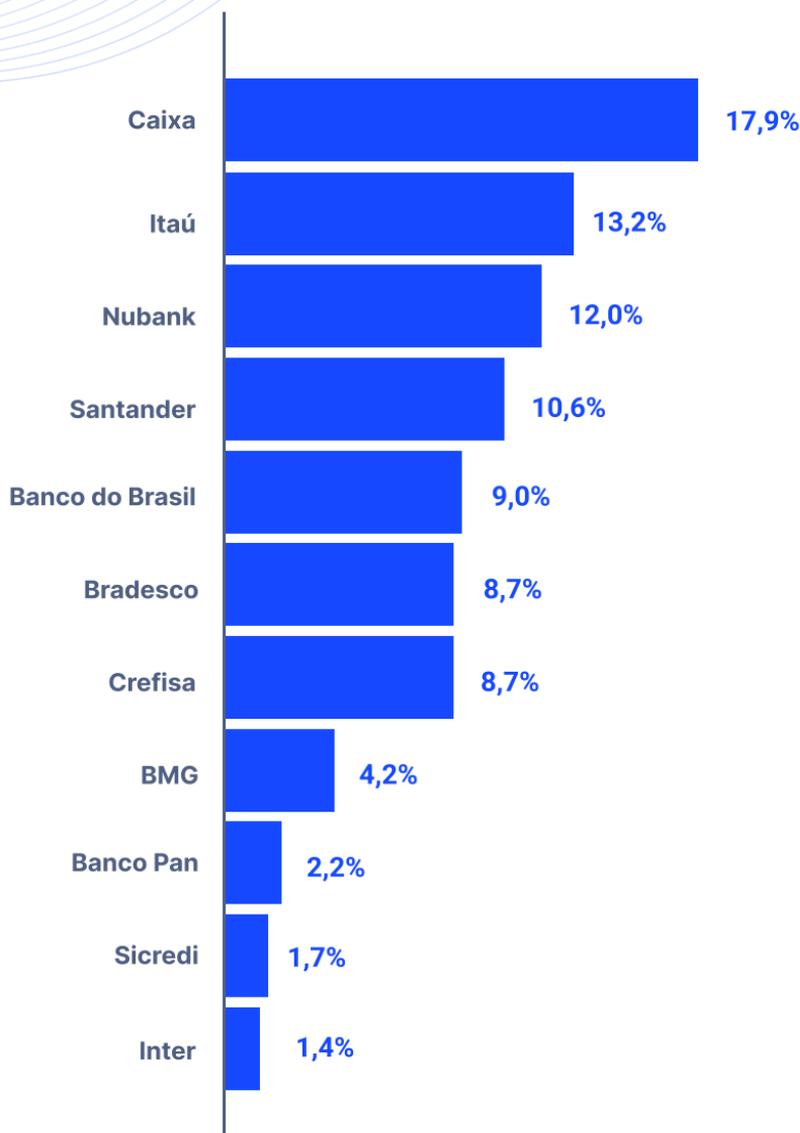
59,4% do resultado foi dominado por bancos tradicionais, à frente até mesmo de empresas especializadas em empréstimos, como a Crefisa.

Existem diversas razões pelas quais grandes bancos se destacam no mercado, e o marketing é certamente uma delas. Sendo por meio de campanhas publicitárias em diferentes canais de mídia, parcerias com empresas e entidades públicas, promoção de programas de financiamento específicos e outras estratégias de marketing, os bancos podem atrair mais clientes e aumentar sua participação de mercado.

Novamente as fintechs ganham destaque na pesquisa, com o Nubank aparecendo como a terceira marca mais mencionada no assunto de empréstimos. BMG, Banco Pan e Inter também merecem destaque.



Qual a primeira marca que vem à sua mente quando pensa em empréstimo?





Com 86,8% de menções, as altas taxas de juros se apresentam como o principal problema dos empréstimos

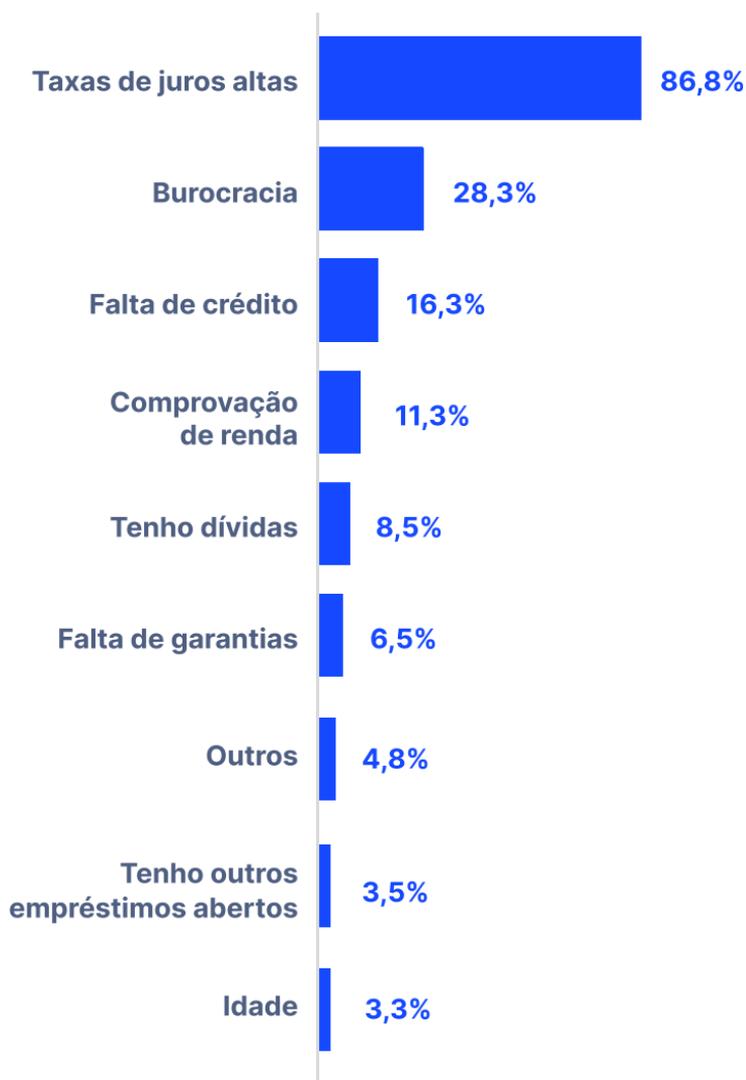
Historicamente o Brasil é conhecido por ter altas taxas de juros, principalmente para pessoa física. Inadimplência, alta na Taxa Selic e concentração bancária podem ser citados como motivos das taxas serem tão altas.

Mesmo com a facilidade de obter empréstimos, a burocracia aparece em segundo lugar como problemática nos empréstimos. Esse resultado destaca a necessidade de simplificar e agilizar os processos de concessão de crédito, para torná-los mais acessíveis e menos desgastantes para os clientes.

A falta de crédito também é um problema significativo, com 16,3% das menções. Problema este, enfrentado principalmente por pessoas com renda baixa ou histórico de crédito ruim. Isso pode dificultar a realização de investimentos, a expansão de pequenos negócios e a aquisição de bens duráveis.



Qual(is) o(s) maior(es) problema(s) que os empréstimos apresentam para você?





70% das pessoas adotaram o uso de aplicativos para auxiliar na vida financeira

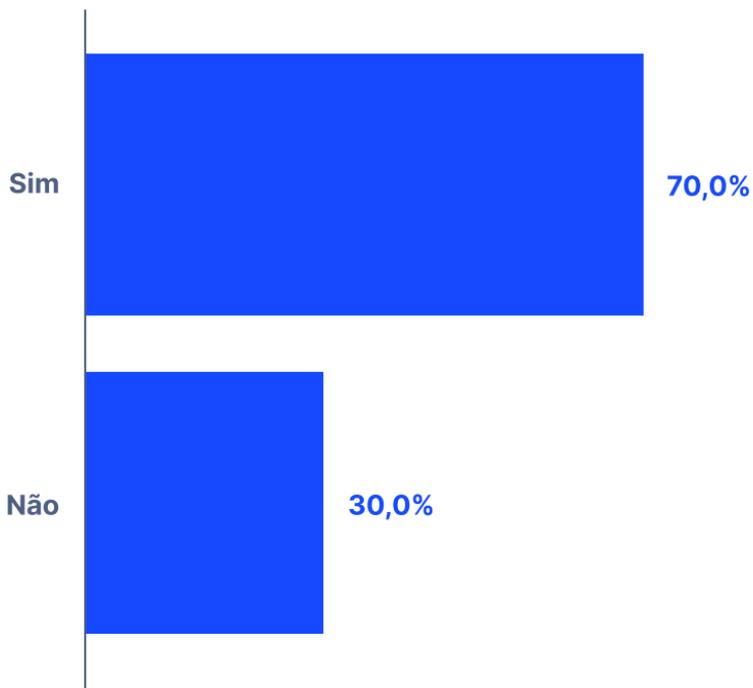
Papel e caneta foram trocados por um celular ou computador na hora de fazer a contabilidade pessoal. Sem mais ir ao banco para tirar o extrato da sua conta: hoje o acesso a essas informações está muito mais fácil.

70% das pessoas adotaram o uso de aplicativos para auxiliar na vida financeira, isso indica que a maioria dos respondentes reconhece a importância de contar com ferramentas tecnológicas para controlar suas finanças e manter suas contas em ordem.

Por outro lado, os 30% que não utilizam aplicativos financeiros podem estar mais acostumados com métodos tradicionais de controle financeiro, como planilhas ou anotações em cadernos. Também pode haver uma parcela de pessoas que ainda não se sintam confortáveis em utilizar aplicativos para esse fim, seja por falta de familiaridade com a tecnologia ou por questões de confiança na segurança dos dados.



Você utiliza aplicativos para auxiliar na sua vida financeira?





77,9% das pessoas alegam que as ferramentas digitais facilitam muito a organização financeira

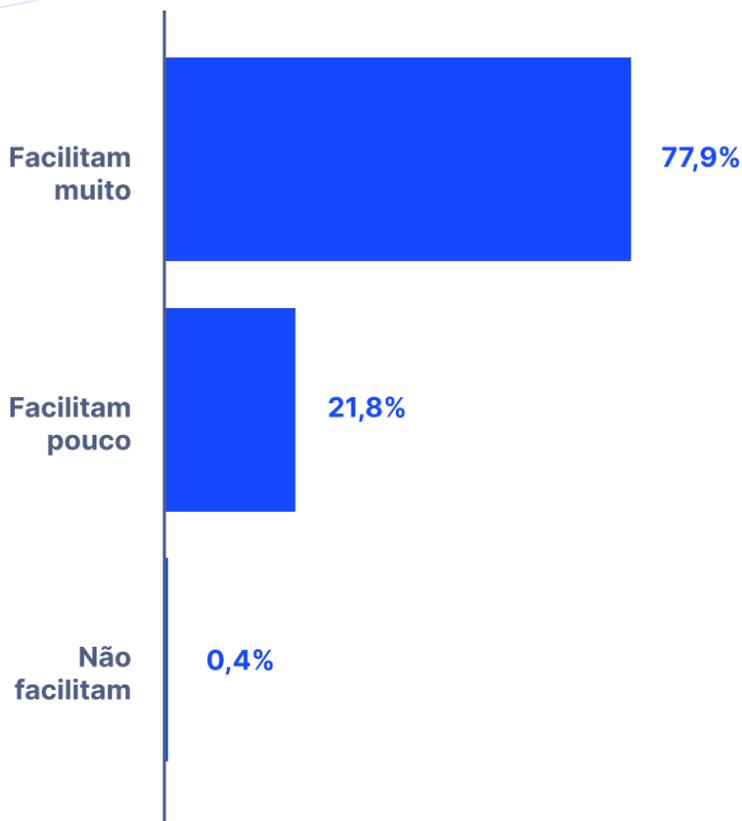
Os dados mostram que 77,9% das pessoas que utilizam aplicativos para auxílio na vida financeira consideram que eles facilitam muito a gestão financeira. O que mostra a eficiência dessas ferramentas, com interfaces otimizadas, e funcionalidades úteis para os consumidores.

21,8% dos entrevistados consideram que os aplicativos facilitam pouco a gestão financeira, indicando que os apps ainda têm algumas limitações, ou que as pessoas ainda não estão explorando todo o potencial dessas ferramentas.

Apenas 0,4% dos entrevistados afirmaram que os aplicativos não facilitam em nada a gestão financeira pessoal. Resultado este, positivo para as empresas que disponibilizam esse serviço, considerando que é uma pequena parcela da amostra.



O quanto você considera que essas ferramentas que utiliza facilitam a sua vida?





38,2% dos clientes de fintechs enfrentam problema com suporte ao cliente

Os maiores problemas relatados foram falta de suporte ao cliente, não ter um espaço físico para ir, serviços fora do ar, aplicativo difícil de usar e poucos serviços que ajudem, com 38,2%, 22,9%, 17,5%, 10,4%, 10,4%, respectivamente.

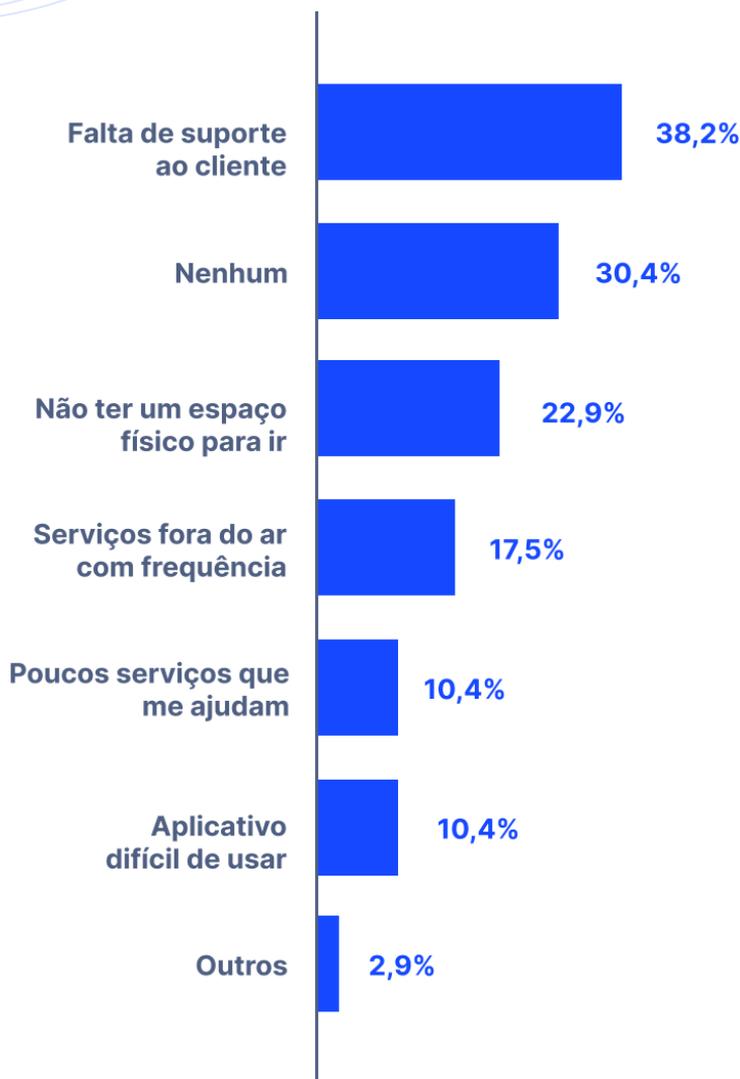
O problema mais citado é preocupante, visto que essas empresas contam exclusivamente com o atendimento remoto, o que nos leva ao segundo problema mais citado. Não ter um espaço físico para que os clientes possam ser atendidos é um novo modo de funcionamento das empresas, e talvez o consumidor médio não esteja preparado para isso. A cultura de ir a uma agência e conversar com o gerente ainda existe.

Esses problemas podem ser oportunidades para que essas empresas melhorem a qualidade dos serviços prestados e o atendimento ao consumidor. A confiança do cliente é fundamental.

É importante destacar que 30,4% das pessoas relataram não enfrentar problemas nessas plataformas.



Ao utilizar serviços dessas empresas digitais, qual(is) o(s) principal(is) problema(s) que você enfrenta?





84,3% das pessoas acham positiva a atuação das fintechs para o mercado financeiro

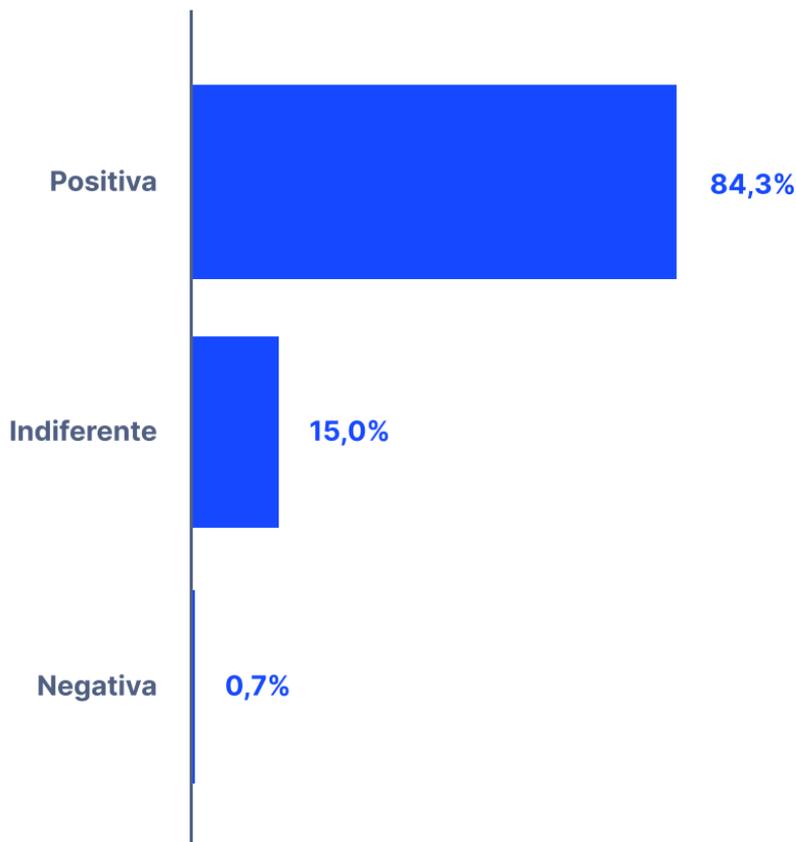
84,3% das pessoas acham positiva a atuação das fintechs para o mercado financeiro. Esse resultado pode indicar que as fintechs estão conseguindo se estabelecer como uma alternativa viável e eficiente para as necessidades financeiras dos consumidores.

15% das pessoas são indiferentes quanto à atuação das fintechs, um número relevante para as empresas ficarem de olho na necessidade de ampliar a divulgação e investir no reconhecimento dentre os consumidores.

De forma geral, é possível afirmar que as fintechs se consolidam cada vez mais como uma alternativa promissora para o mercado financeiro, com potencial para transformar a forma com que as pessoas lidam com o dinheiro e gerenciam suas finanças pessoais.



Você acha a atuação de empresas inovadoras para o setor financeiro:



Os 10 maiores sites de conteúdo e serviços financeiros





10

Caixa Econômica Federal

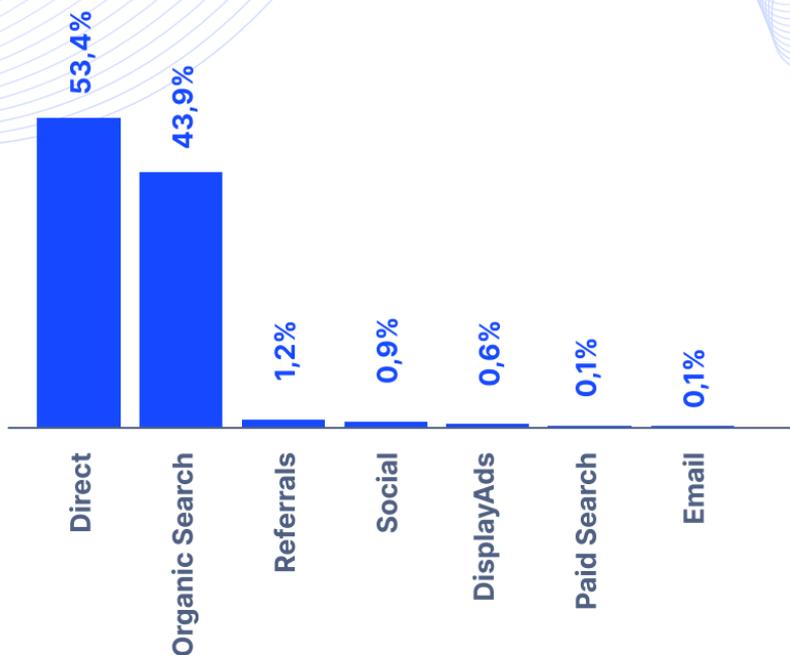
A Caixa Econômica Federal é um banco estatal, destinado para o interesse público, como o financiamento de obras públicas e a realização do pagamento de programas sociais. Com um investimento mensal em publicidade milionário, a instituição utiliza diversos canais de comunicação para divulgar seus produtos e serviços financeiros, desde televisão e rádio, até plataformas digitais, como redes sociais, sites e aplicativos móveis.

Além disso, a Caixa também utiliza outros meios de comunicação, como painéis em rodoviárias, outdoors e até mesmo carro de som, para alcançar um público mais amplo e diversificado.

A Caixa também destaca sua atuação social e seu compromisso com o desenvolvimento econômico e social do país, reforçando sua imagem como um banco público que está ao lado da população mais carente e empenhado em promover a inclusão social.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



O banco Possui uma porcentagem superior em tráfego direto, com 53,4% dos acessos, isso sugere que a marca é conhecida amplamente e acessada como primeira opção dos consumidores.

A busca orgânica também se destaca nos acessos da empresa, com 43,9%. Ambos dados mostram a relevância que o site tem.



20 Serasa

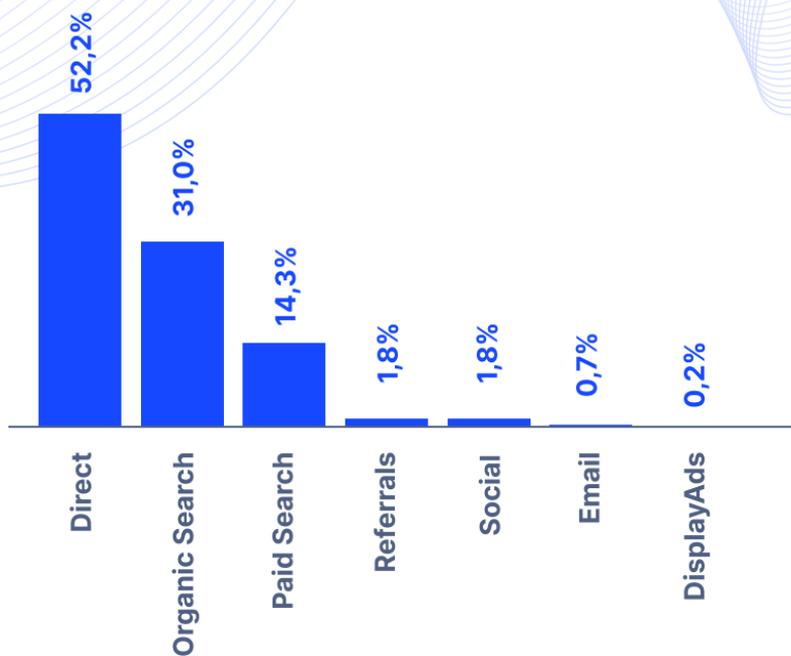
O Serasa é uma das maiores empresas de análise e consultoria de crédito do Brasil, e sua estratégia de marketing é fundamental para conquistar e manter a confiança de seus clientes e parceiros.

De acordo com a empresa, são feitas mais de 6 milhões de consultas diárias por mais de 500 mil clientes. Uma das principais iniciativas de marketing do Serasa é a oferta de uma ampla gama de serviços para seus clientes, incluindo informações de crédito, consultoria financeira, monitoramento de crédito e serviços de proteção contra fraudes.

A empresa também utiliza estratégias de marketing de conteúdo, como blogs, artigos e infográficos, para educar e informar seus clientes e parceiros sobre tópicos relevantes de finanças e crédito. Essa abordagem ajuda a empresa a construir uma imagem de autoridade e confiança no mercado, além de engajar seus clientes e aumentar sua fidelidade.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



Assim como a Caixa Econômica Federal, o segundo lugar também se destaca por um maior percentual de tráfego direto, novamente nos sugerindo a forte relevância e presença que a empresa tem no mercado. Com 14,3% dos acessos advindos de anúncios pagos, a empresa mostra que está investindo em canais de comunicação.



30^o Santander

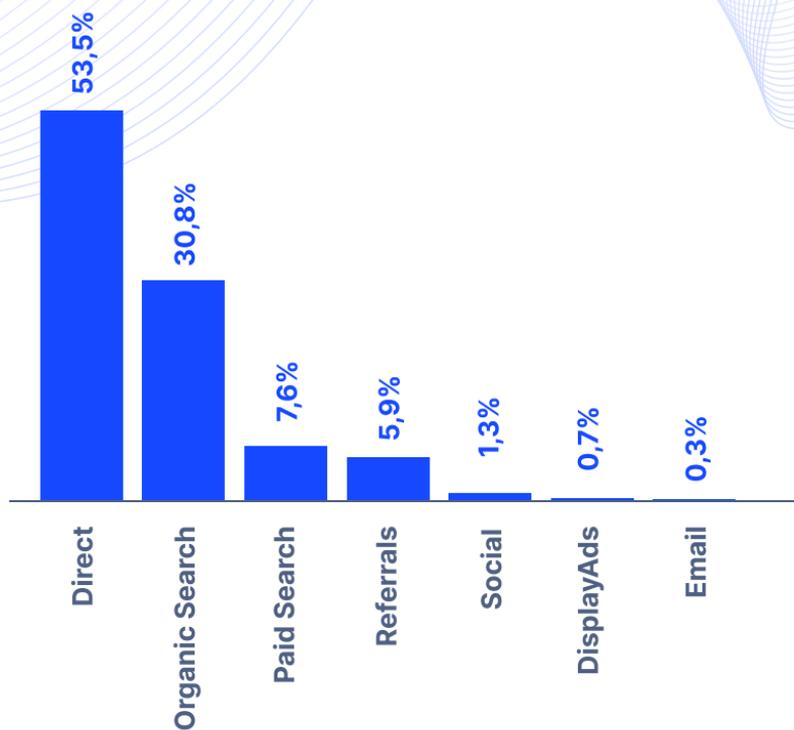
Assim como as demais empresas, o banco espanhol conta com diversos meios de divulgação de marca, tendo atuado em patrocínios globais, culturais e regionais, além de contar com uma forte presença na mídia tradicional e digital. Essa abordagem ampla permite que a instituição financeira alcance um público diversificado, consolidando sua marca em diferentes regiões e nichos de mercado.

Com diversos patrocínios, o Santander está em segmentos como gastronomia, empreendedorismo, educação e e-sports. Estratégias essas que conquistam a atenção de diferentes públicos, criando uma conexão mais direta com quem se identifica com essas atividades.

O Santander não ficou para trás e acompanhou a modernização, mudando sua identidade visual, reforçando a atuação da instituição financeira na era digital e sua adaptação às novas tendências do mercado.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



O Santander se destaca entre os três primeiros da lista com maior percentual de tráfego direto, com 53,5%.

Com 30,8% dos acessos vindos do tráfego orgânico, o Santander se apresenta estar bem otimizado para as palavras-chave relevantes.



4º Itaú

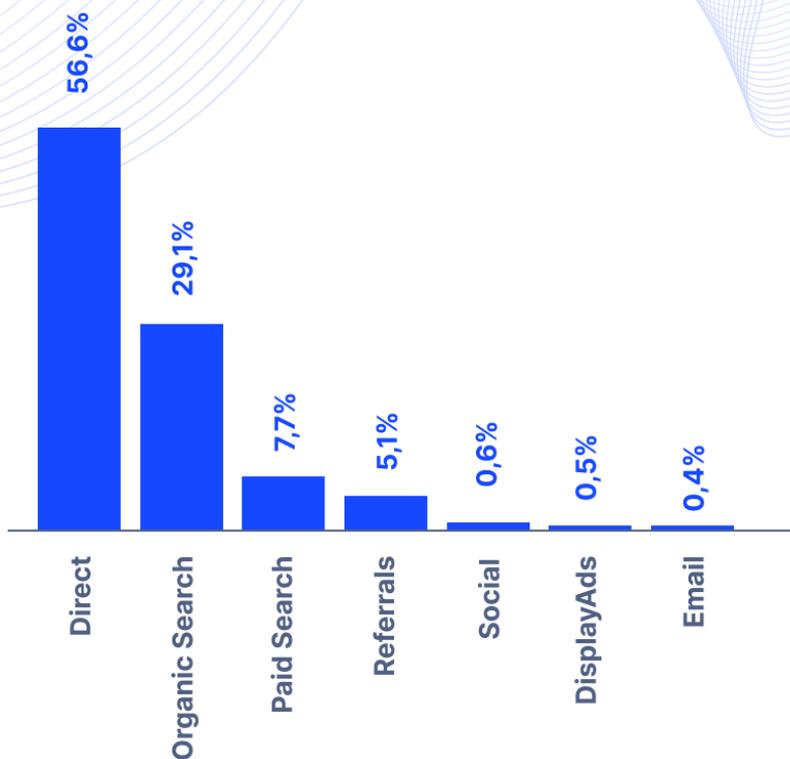
O Itaú é o maior banco da América Latina e possui uma presença marcante no mercado com um marketing ativo em diversos canais, incluindo meios tradicionais e digitais. Com espaço na maior emissora do Brasil, a empresa é conhecida em todo país.

Além disso, o Itaú investe em campanhas publicitárias inovadoras, que buscam se comunicar com o público de forma criativa e efetiva. A empresa utiliza slogans impactantes como "Itaú. Feito para você", "O Itaú tem tudo para você" e "Um Banco Feito com Você", que fazem com que o consumidor se sinta prioridade.

Com toda a atuação, o banco visa manter sua posição de destaque no mercado financeiro e continuar atraindo e fidelizando clientes.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



Com amplo reconhecimento dos consumidores, os acessos do Itaú se compõem de 56,6% de tráfego direto, 29,1% de tráfego orgânico, 7,7% de tráfego pago e os outros tipos com 1,5%, quando somados.



5º Banco do Brasil

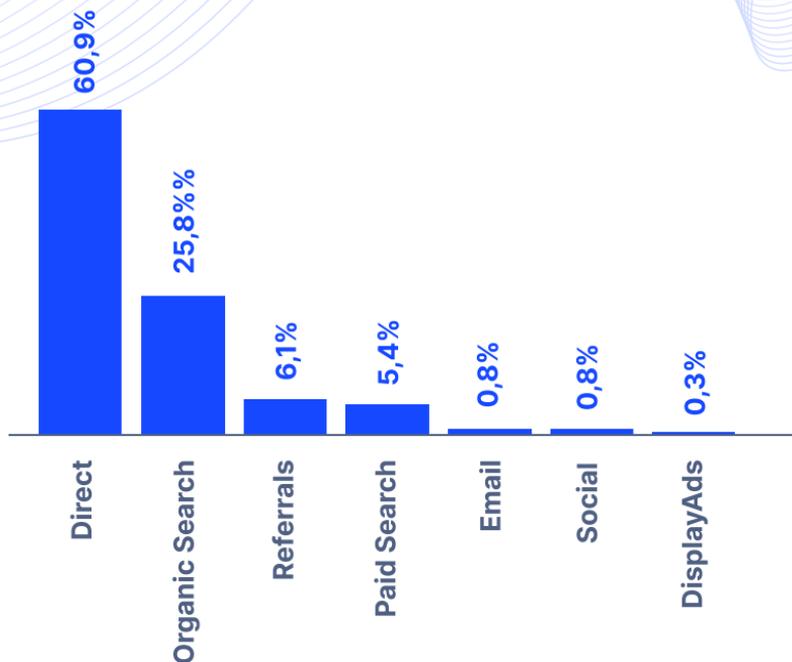
Assim como a Caixa Econômica Federal, o Banco do Brasil conta com a segurança que um banco do governo tem, dando mais confiança e reconhecimento para a marca.

Com um grande investimento em marketing, o Banco do Brasil tem buscado diversificar suas ações e atingir diferentes públicos. Uma das estratégias adotadas é a divulgação em eventos esportivos e programas culturais, ajudando a fortalecer a imagem do banco como um apoiador do esporte e da cultura brasileira. Além disso, o Banco do Brasil também tem investido em projetos ambientais, reforçando a preocupação da instituição com a sustentabilidade e o meio ambiente.

Além disso, o Banco do Brasil tem direcionado esforços para conquistar e reter o público jovem. Com a campanha “Tamo Junto Nesse Game”, o banco tem divulgado produtos como a conta universitária, o cartão universitário e o consórcio gamer, voltados para esse público.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



Sendo um banco estatal, assim como a Caixa Econômica Federal, o Banco do Brasil apresenta taxas baixas de tráfego pago, este com 5,4% dos acessos totais. Estratégia esta, que reduz gastos.

Com a taxa de tráfego direto de 60,9%, o Banco do Brasil se destaca entre os 10 maiores sites.



6º
Infomoney

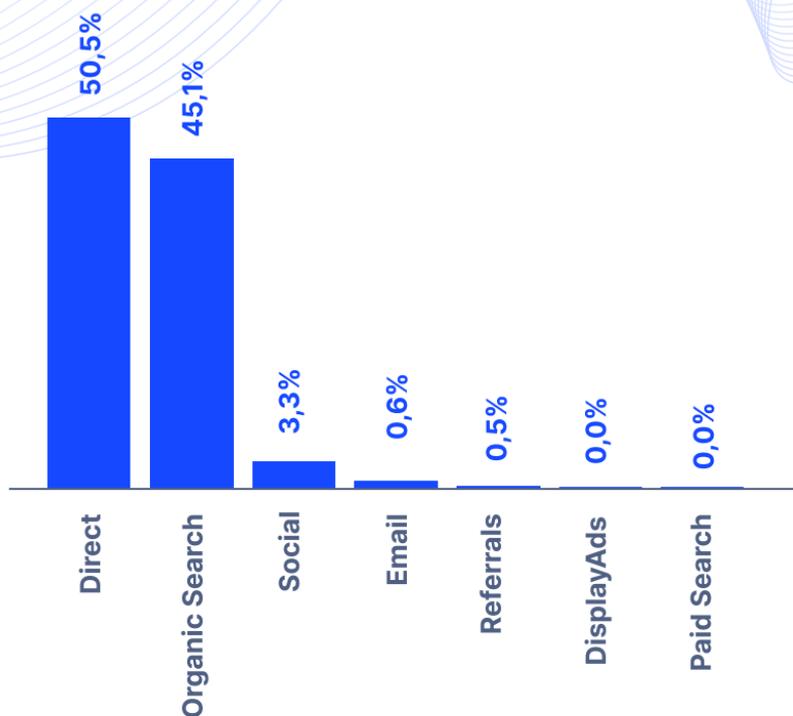
O Infomoney é um portal de notícias sobre economia, finanças e investimentos. A empresa está presente por meio de reportagens, análises, vídeos, podcasts, newsletters e conteúdo nas redes sociais.

Ao empregar uma abordagem multicanal, a empresa consegue ampliar sua visibilidade e alcance, o que é crucial em um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico. Ao oferecer conteúdo de qualidade e consistente em diferentes canais, a empresa pode reforçar sua imagem como uma fonte confiável e relevante de informações financeiras e ajudar a consolidar sua posição no mercado.

O InfoMoney também busca estabelecer parcerias com outras empresas e instituições financeiras, criando uma rede de relacionamentos que pode gerar mais oportunidades de negócios e ampliar sua presença no mercado.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



Com uma das maiores taxas entre o top 10, o Infomoney tem 45,1% dos seus acessos por meio de tráfego orgânico.

O tráfego via e-mail, referência, display ads e tráfego pago representam 1,1% dos acessos, quando somados.



7º Mercado Pago

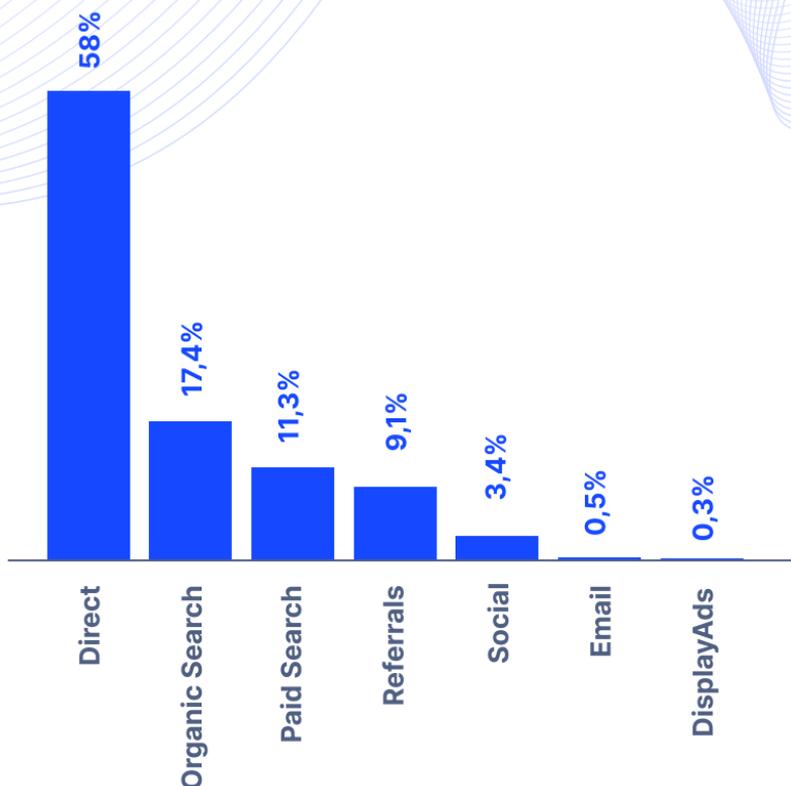
Sendo uma empresa vinculada ao Mercado Livre, o Mercado Pago começa com uma vantagem em relação a outras marcas. Com a boa reputação da empresa de e-commerce, seu braço financeiro tende a ganhar a confiança e atratividade no uso.

O marketing do Mercado Pago é focado em divulgar a facilidade e a segurança do uso da plataforma para realizar transações financeiras. A empresa utiliza vários canais de marketing, incluindo anúncios online, campanhas de e-mail marketing, eventos, mídias sociais e parcerias com outras empresas.

Outra estratégia de marketing importante do Mercado Pago é a oferta de promoções e descontos especiais para os usuários que utilizam a plataforma. Essas promoções incentivam os usuários a utilizar o serviço e ajudam a fidelizá-los, aumentando assim a base de usuários do Mercado Pago.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



O Mercado Pago consta com quase 60% dos acessos via tráfego direto, 17,4% via tráfego orgânico e 11,3% por tráfego pago.

Com o número relevante de tráfego direto, é possível imaginar que as visitas feitas já são por pessoas que conhecem a marca.



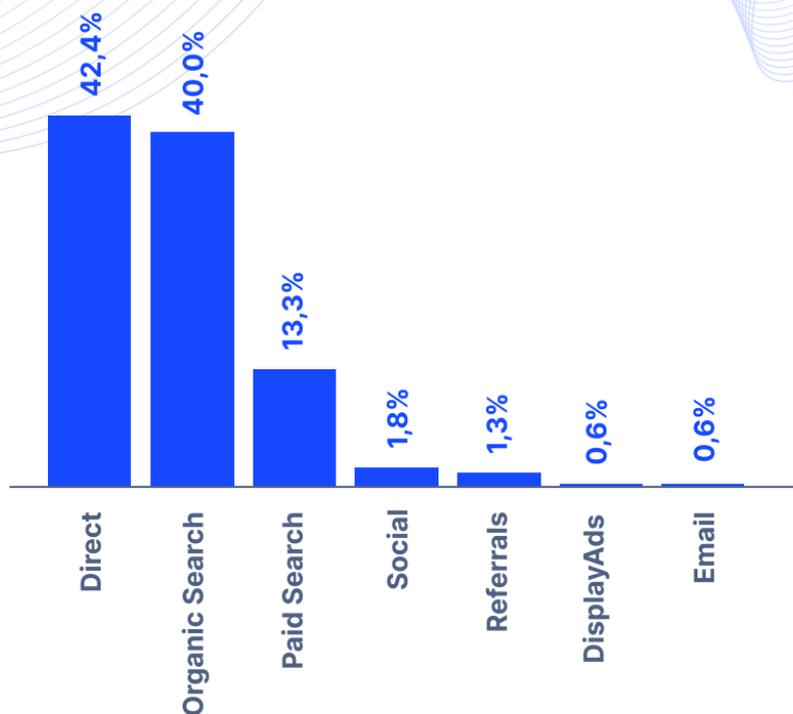
O nome da empresa já é um marketing pensado, a companhia explica de onde surgiu o nome: "uma junção de Nu (pelado mesmo) com bank (a indústria que a gente queria reinventar)". Sendo assim, o marketing do Nubank é focado em destacar a simplicidade, transparência e inovação de seus produtos e serviços.

Com investimento em tecnologia e inovação, a empresa utiliza algoritmos de inteligência artificial para analisar os hábitos de consumo de seus clientes e oferecer soluções financeiras mais adequadas às suas necessidades. Isso é destacado em sua comunicação, que enfatiza a tecnologia e a inovação como diferenciais do Nubank.

Outra estratégia do banco digital é criar uma relação de proximidade com seus usuários, por meio de uma comunicação informal e descontraída. Campanhas publicitárias que valorizam a autonomia e a liberdade financeira também são utilizadas como ferramentas para atração de consumidores. Isso ajuda a construir uma base de clientes fiéis e engajados com a marca.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



O Nubank apresenta dados de tráfego direto e orgânico semelhantes, sendo de 42,4% e 40%, respectivamente.

O banco digital tem 13,3% dos acessos vindos de mídia paga, e o restante dos indicadores abaixo de 2%.



90 Bradesco

Como um dos maiores bancos do Brasil, a estratégia de marketing do Bradesco é fundamental para manter sua posição no mercado financeiro.

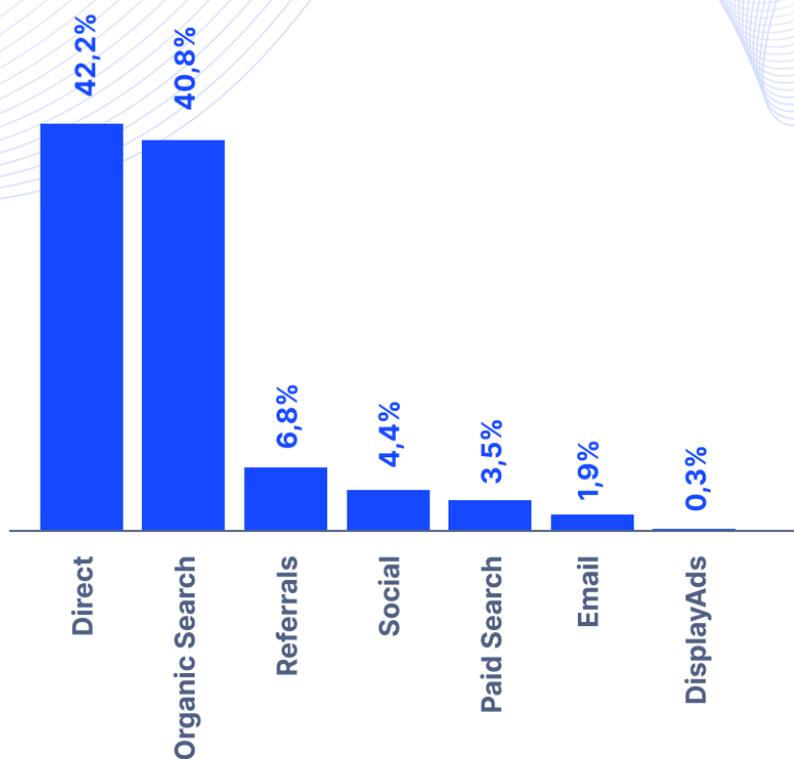
O banco investe em soluções digitais e em uma estratégia omnichannel, que permite que seus clientes tenham acesso a serviços bancários em diferentes canais, como agências, internet banking e aplicativos móveis. Essa abordagem ajuda a empresa a se manter relevante e a oferecer serviços diferenciados.

Com a iniciativa da Fundação Bradesco de oferecer cursos gratuitos com certificado, o banco promove sua marca e se aproxima dos clientes de forma positiva e engajada.

Fazendo campanhas publicitárias, ofertas direcionadas a públicos específicos, eventos e patrocínios, a marca se promove, ficando à frente dos concorrentes.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



O tráfego direto se destaca com a busca orgânica, representando 42,2% e 40,8% dos acessos, respectivamente.

Os demais indicadores representam 16,9% dos acessos totais do site.



10º

Seu Crédito Digital

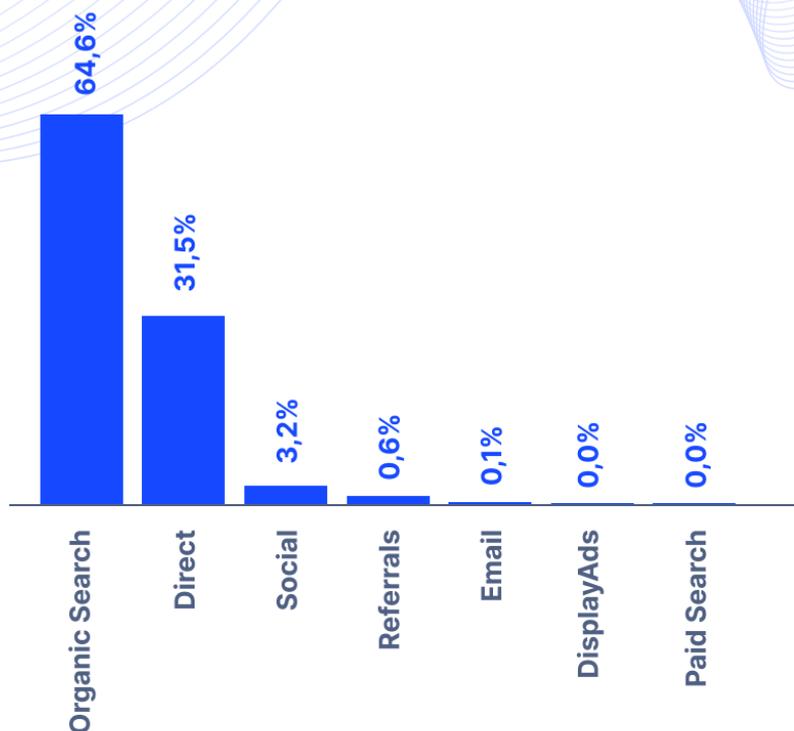
O Seu Crédito Digital é uma multiplataforma digital de conteúdo, sobre bancos tradicionais, bancos digitais, crédito, cartões de crédito, fintechs e economia em geral. Fundado em 2018, o site se destaca como décimo lugar nos sites mais visitados.

Para se manter aberto a mais consumidores, o Seu Crédito Digital está presente em diferentes canais, ajudando a aumentar a sua visibilidade, e a criar relacionamentos duradouros com seu público. Além disso, o conteúdo informativo disponível no site também contribui para o fortalecimento da marca e para o crescimento da empresa.

Com numerosos conteúdos diários, o site tem uma boa performance, ficando à frente de sites com mais tempo de mercado e até então, mais relevância.



Canais de tráfego



Fonte: SimilarWeb



A marca tem um tráfego orgânico que representa 64,6% do total, sendo a maior porcentagem de todas as empresas listadas nesse top 10.

O tráfego via referência, e-mail, display ads e mídia paga representam menos de 1%.

As 10 palavras- chave em comum das 5 empresas mais acessadas





As palavras-chave mais utilizadas em comum entre as cinco empresas mais acessadas são:

dolar

fgts

imposto de renda

imposto de renda 2022

emprestimo

dolar real

internet banking

pix

emprestimo pessoal

cartao de credito

Dentre as 10 palavras-chave mais utilizadas para acesso nas cinco primeiras empresas em número de acessos — Caixa Econômica Federal, Serasa, Santander, Itaú e Banco do Brasil — são mencionadas duas vezes termos que remetem o interesse de solicitar empréstimo, além de duas pesquisas relacionadas com o imposto de renda.

Essas empresas, por vezes através do marketing de conteúdo, acabam atraindo consumidores que pesquisam sobre esses temas e outros.

Uma boa posição nas pesquisas do Google é de extrema importância nessas e outras ocasiões. São os primeiros sites que estão entre os que mais recebem os cliques.

Ranking dos 100 maiores sites de conteúdo e serviços financeiros





#	SITE	MÉDIA ANUAL
1	caixa.gov.br	206.730.154
2	serasa.com.br	39.619.575
3	santander.com.br	27.643.698
4	itau.com.br	24.066.092
5	bb.com.br	22.255.233
6	infomoney.com.br	17.957.669
7	mercadopago.com.br	16.821.238
8	nubank.com.br	14.407.630
9	banco.bradesco	11.593.028
10	seucreditodigital.com.br	11.560.325
11	coinmarketcap.com	10.107.075
12	bancobrasil.com.br	9.776.322
13	pagseguro.uol.com.br	9.437.932
14	investing.com	8.898.688
15	acordocerto.com.br	8.779.675
16	eduzz.com	7.888.471
17	bancopan.com.br	7.292.856
18	moneytimes.com.br	6.471.532
19	liveloc.com.br	6.122.445
20	statusinvest.com.br	6.069.650



#	SITE	MÉDIA ANUAL
21	bv.com.br	5.829.852
22	bradesco.com.br	5.611.872
23	utua.com.br	5.450.982
24	suno.com.br	5.375.047
25	ebanx.com	5.360.494
26	bancointer.com.br	5.240.619
27	tradingview.com	4.950.503
28	paypal.com	4.878.121
29	mobills.com.br	4.768.651
30	picpay.com	4.670.170
31	portoseguro.com.br	4.651.604
32	xpi.com.br	4.612.822
33	acesso.uol.com.br	4.514.070
34	binance.com	4.115.638
35	tokiomarine.com.br	3.813.295
36	adp.com	3.797.810
37	plusdin.com.br	3.517.804
38	nutror.com	3.352.923
39	superlogica.net	3.292.420
40	vivo.tl	3.283.119



#	SITE	MÉDIA ANUAL
41	clear.com.br	3.181.903
42	rico.com.vc	3.074.587
43	asaas.com	2.842.933
44	sicredi.com.br	2.824.095
45	cielo.com.br	2.719.260
46	conta.uol.com.br	2.716.267
47	santandernetibe.com.br	2.631.208
48	equatorialenergia.com.br	2.623.595
49	credz.com.br	2.603.692
50	bradescoseguros.com.br	2.575.495
51	ton.com.br	2.519.589
52	meutudo.com.br	2.509.910
53	visa.com.br	2.476.516
54	allianznet.com.br	2.467.611
55	vakinha.com.br	2.456.497
56	bradesconetempresa.b.br	2.436.196
57	seudinheiro.com	2.383.555
58	tesourodireto.com.br	2.335.758
59	santandernet.com.br	2.305.122
60	eneldistribuicaosp.com.br	2.274.256



#	SITE	MÉDIA ANUAL
61	monetizze.com.br	2.260.537
62	foregon.com	2.242.335
63	toroinvestimentos.com.br	2.197.898
64	g1.com.br	2.187.529
65	creditas.com	2.133.423
66	finanzero.com.br	2.119.318
67	sac.uol.com.br	2.093.895
68	remessaonline.com.br	2.055.948
69	hinode.com.br	2.037.569
70	realizesolucoesfinanceiras.com.br	2.034.642
71	b3.com.br	1.953.208
72	pagar.me	1.952.680
73	santanderfinanciamentos.com.br	1.800.662
74	bancobmg.com.br	1.771.715
75	libertyseguros.com.br	1.712.429
76	safra.com.br	1.676.319
77	stone.com.br	1.636.604
78	alelo.com.br	1.612.717
79	userede.com.br	1.586.438
80	altubots.com	1.514.791



#	SITE	MÉDIA ANUAL
81	neoenergiacoelba.com.br	1.511.391
82	qxbroker.com	1.511.287
83	senff.com.br	1.476.374
84	rio.gov.br	1.450.255
85	hinova.com.br	1.444.587
86	pbconsignado.com.br	1.422.202
87	saipos.com	1.377.748
88	wise.com	1.377.239
89	spc.org.br	1.377.176
90	edponline.com.br	1.288.133
91	semparar.com.br	1.264.531
92	timnegocia.com.br	1.249.949
93	bradescard.com.br	1.178.507
94	sicoob.com.br	1.122.693
95	gestaoclick.com	1.094.142
96	thecredito.com.br	1.066.974
97	acesso.io	1.024.384
98	bonuscred.com.br	961.029
99	sgp.net.br	848.425
100	icconsig.com.br	695.306



Os dados da pesquisa mostram como as fintechs estão se consolidando como uma opção viável e cada vez mais popular para a prestação de serviços financeiros inovadores.

Apesar dos desafios, é importante destacar que a maioria dos entrevistados avaliou positivamente a atuação das fintechs no mercado financeiro. Isso indica que essas empresas estão atendendo às necessidades dos consumidores e proporcionando uma alternativa viável aos serviços financeiros tradicionais.

Esperamos que essas informações tenham sido úteis e ajudado a entender melhor como as fintechs estão mudando o setor financeiro.



**Mais que SEO,
gerando
informação
relevante para
você e o seu
negócio.**



www.conversion.com.br