

Mercado de meios de pagamento eletrônico

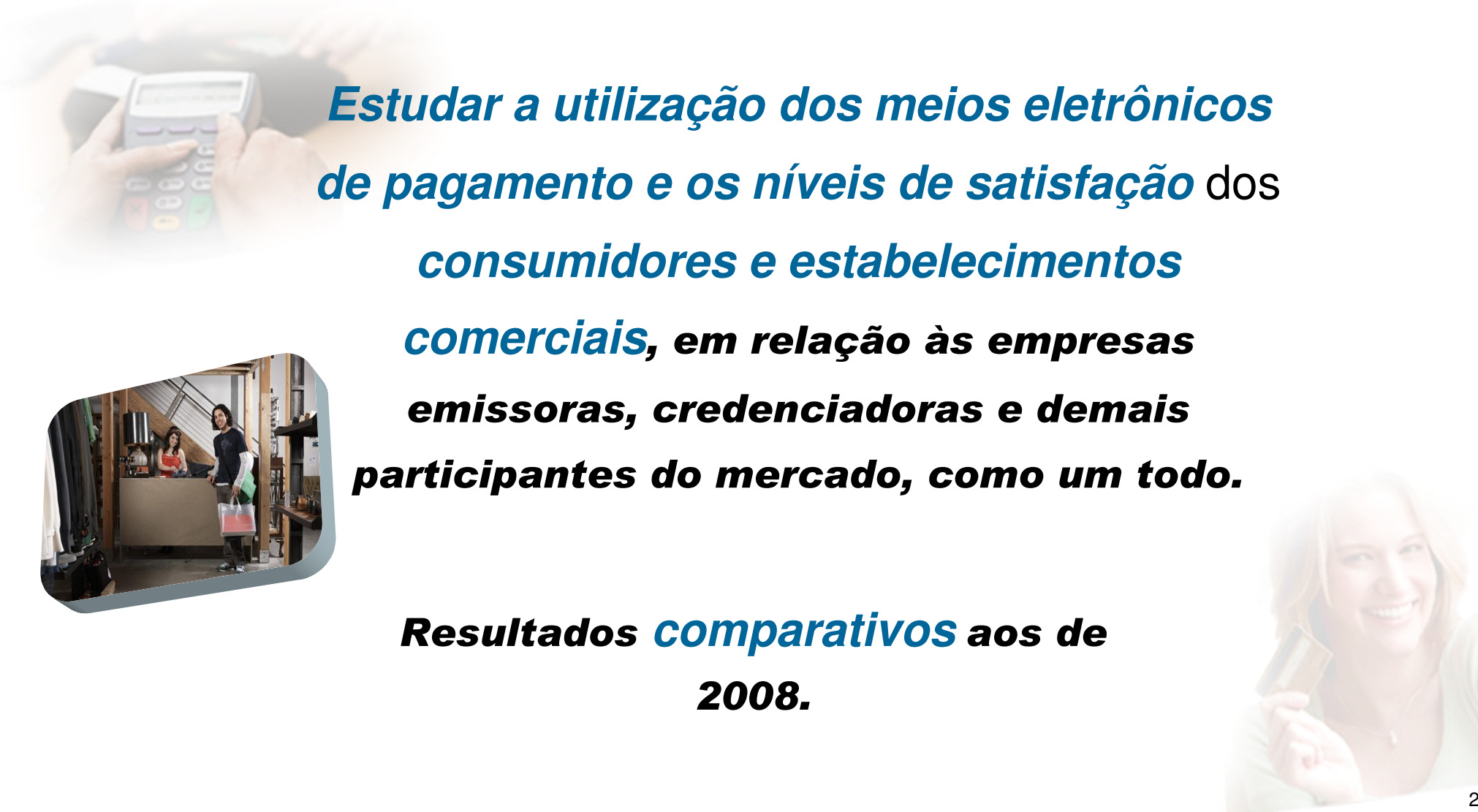


associação brasileira das empresas
de cartões de crédito e serviços

ANO II

Outubro/2009





Estudar a utilização dos meios eletrônicos de pagamento e os níveis de satisfação dos consumidores e estabelecimentos comerciais, em relação às empresas emissoras, credenciadoras e demais participantes do mercado, como um todo.

Resultados comparativos aos de 2008.



População com 18 anos ou mais, pertencente a todas as classes. → Possuidora e não possuidora de meios eletrônicos de pagamento.

Estabelecimentos comerciais (EC's) afiliados e que mantêm contato com a credenciadora. → Foram entrevistados os proprietários, gerentes ou responsáveis pelos Estabelecimentos Comerciais (ECs).



QUANTITATIVA

Pesquisa QUANTITATIVA, com abordagem pessoal para ambos os públicos.

- **Questionário** estruturado com cerca de **25 minutos** de duração.
- **Abordagem de consumidores** em pontos de fluxo populacional.
- **Listagem de EC's** fornecida pelo cliente, agendamento prévio por telefone.



Coleta de dados entre os dias 22 de julho a 20 de agosto de 2009.

Checagem de cerca de 30% do material de cada entrevistador.



QUANTITATIVA

A AMOSTRA foi distribuída nos 11 principais mercados brasileiros:

	Amostra	Margem de erro*
População	2.111	2 p.p.
-Possuidores	1.675	3 p.p
-Não Possuidores	436	5 p.p
Estabelecimentos Comerciais	1.931	2 p.p



() Margem de erro máxima, para mais ou para menos, considerando nível de confiança de 95%.*

Para composição do total da amostra POPULAÇÃO, houve ponderação dos resultados com base em resultados da fase probabilística do estudo.

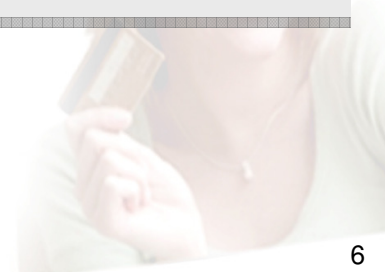


QUALITATIVA



6 Discussões em Grupo na cidade de São Paulo, entre os dias 28 e 30 de julho de 2009.

- **População:** 4 grupos, sendo 2 com possuidores (classes A/B) e 2 com não possuidores (classes C/D) de meios eletrônicos de pagamento.
- **Estabelecimentos comerciais:** 2 grupos (porte pequeno/médio e grande).





POPULAÇÃO

O mercado de meios de pagamento eletrônicos



67%
Possuem
algum meio
eletrônico de
pagamento



Aproximadamente 16,2
milhões.



Índice similar a 2008 (68%).

(*) População 18 anos ou mais, 11 mercados: **23.822.745** habitantes (Fonte: BGE -Censo 2000 / Estimativa 2008)
Base: Total população



67%
Possuem
algum meio
eletrônico de
pagamento



Superior 89%
Classes AB 81%
+ 10 S.M. 84%
Brasília 76%
Porto Alegre 74%



60 anos + 52%
Classes DE 36%

**Há mais espaço para crescimento dos meios eletrônicos,
no segmento de *baixa renda* e entre os *mais velhos*.**

Posse de meios eletrônicos - População

Classificação econômica

Meios eletrônicos

Banco

		Classificação econômica			
		Classes AB	Classe C	Classes DE	
	Total	67%	81%	64%	36%
Meios eletrônicos	Cartão de débito	53%	70%	49%	19%
	Crédito e/ou loja	51%	65%	46%	26%
	Cartão de crédito	45%	61%	38%	20%
	Cartão de loja	29%	38%	26%	15%
Banco	Conta em banco*	67%	82%	64%	33%
	(*) corrente e/ou poupança				
	Base:	2.111	852	1.040	215

No segmento de **baixa renda** a posse de cartão de crédito e/ou loja é **maior** que débito.

Crédito e loja têm posse equivalente.

Posse de meios eletrônicos - População

Cartão de loja tem boa penetração entre os *mais velhos*.

IDADE

**18 a 24
anos**

**25 a 34
anos**

**35 a 44
anos**

**45 a 59
anos**

**60 anos
ou mais**

Total

67%

65%

73%

74%

67%

52%

Cartão de débito

53%

50%

60%

61%

52%

38%

Cartão de crédito

45%

37%

47%

53%

49%

31%

Cartão de loja

29%

30%

32%

31%

28%

23%

Conta em banco*

67%

62%

72%

71%

69%

58%

(*) corrente e/ou poupança

Base:

2.111

445

550

495

457

164

Base: Total população

RAZÕES DE NÃO USAR, NÃO POSSUIR

“Você vai gastando, daí paga o mínimo e vai ficando cada dia mais difícil.”

DÉBITO

Não tem \$,
não movimenta a
conta



CRÉDITO

“Os juros são altíssimos.”

Controle gastos



Taxas,
tarifas altas

Controle dos gastos é razão de não usar cartão de crédito, nas classes ABC e **taxas altas**, nas classes DE.

↗ Crescimento 2009 vs. 2008.

Base: Total possuidor/ Total não possuidor

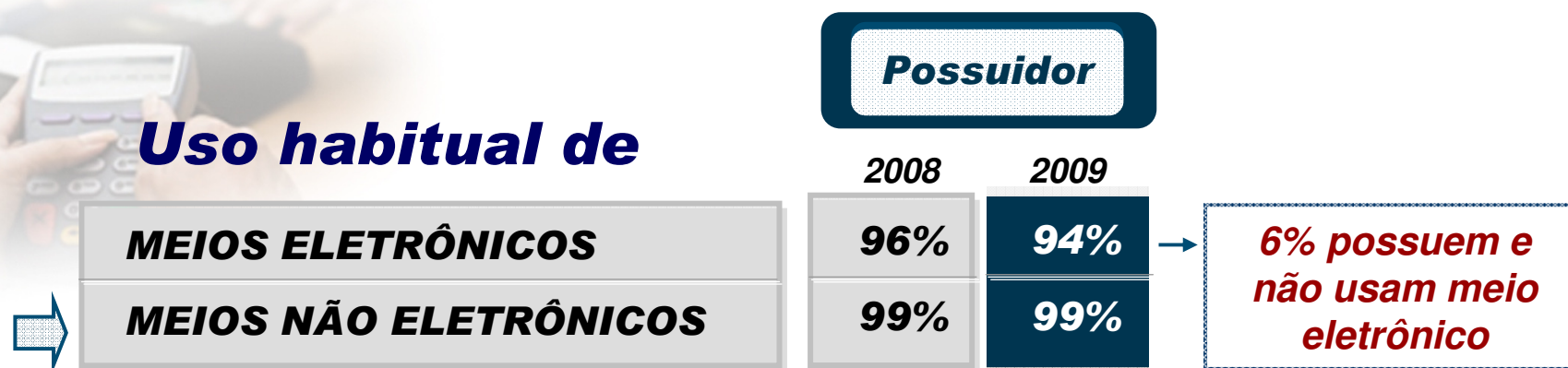
P.9abc Por quais razões você não costuma utilizar cartão de ____? Por quais razões você não possui cartão de ____? (Espontânea e múltipla)



POPULAÇÃO e EC'S

**Meios de pagamento:
eletrônicos vs. não-eletrônicos**

Meios de pagamento - Possuidor



Base: Total possuidor

Fonte: P.2 Das formas de pagamento que estão neste cartão, quais você costuma utilizar habitualmente para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e múltipla)



Meios de pagamento - Possuidor

Uso habitual de



MEIOS ELETRÔNICOS

MEIOS NÃO ELETRÔNICOS

Possuidor

2008

96%

99%

2009

94%

99%

“Meu amigo fala: vou sair só com o dinheiro de plástico e RG.”

6% possuem e não usam meio eletrônico

Preferência por usar:



MEIOS ELETRÔNICOS

MEIOS NÃO ELETRÔNICOS

2008

59%

39%

2009

53%

47%

- 6 p.p.

Cai a preferência por meios eletrônicos de pagamento, em 2009.

Base: Total possuidor

Fonte: P.2 Das formas de pagamento que estão neste cartão, quais você costuma utilizar habitualmente para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e múltipla)/ P.3 Das formas que você utiliza, qual delas você prefere para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única)

Entre os meios eletrônicos, CARTÃO DE CRÉDITO perde hábito de uso...

	Hábito	
	2008	2009
MEIOS ELETRÔNICOS	96%	94%
DÉBITO	70%	68%
CRÉDITO	66%	60% - 6 p.p.
LOJA	35%	36%
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS	99%	99%
DINHEIRO	98%	99%

Base: Total possuidor

Fonte: P.2 Das formas de pagamento que estão neste cartão, quais você costuma utilizar habitualmente para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços?
(Estimulada e múltipla)



... e preferência, no último ano. → Maior queda em preferência nas classes CDE.

	Hábito		Preferência	
	2008	2009	2008	2009
MEIOS ELETRÔNICOS	96%	94%	59%	53%
DÉBITO	70%	68%	29%	28%
CRÉDITO	66%	60% - 6 p.p.	28%	24% - 4 p.p.
LOJA	35%	36%	2%	2%
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS	99%	99%	39%	47%
DINHEIRO	98%	99%	35%	45% + 10 p.p.

Base: Total possuidor

Fonte: P.2 Das formas de pagamento que estão neste cartão, quais você costuma utilizar habitualmente para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e múltipla)/ P.3 Das formas que você utiliza, qual delas você prefere para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única)

Preferência dos meios - Possuidor

Classificação econômica

Meios eletrônicos

Preferência		Classes		
		AB	C	DE
Total		53%	63%	47%
Cartão de débito	28%	34%	24%	9%
	24%	29%	20%	15%
Dinheiro		45%	35%	67%
Base:		1.675	745	810

No segmento de **baixa renda** a preferência por dinheiro, como meio de pagamento, cresce no último ano.

Base: Total possuidor

Fonte: P.3 Das formas que você utiliza, qual delas você prefere para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única)

Meios de pagamento - Possuidor

Porém

Cartão de crédito não perde participação nos gastos pessoais.
→ Dinheiro ganha e débito perde.

	Hábito		Preferência		% Gastos/mês
	2008	2009	2008	2009	2009
MEIOS ELETRÔNICOS	96%	94%	59%	53%	53%
DÉBITO	70%	68%	29%	28%	22% - 6 p.p.
CRÉDITO	66%	60% - 6 p.p.	28%	24% - 4 p.p.	27%
LOJA	35%	36%	2%	2%	4%
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS	99%	99%	39%	47%	47%
DINHEIRO	98%	99%	35%	45% + 10 p.p.	31% + 4 p.p.

Cheque	5%
Boleto	5%
Débito	2%
Carnê	2%

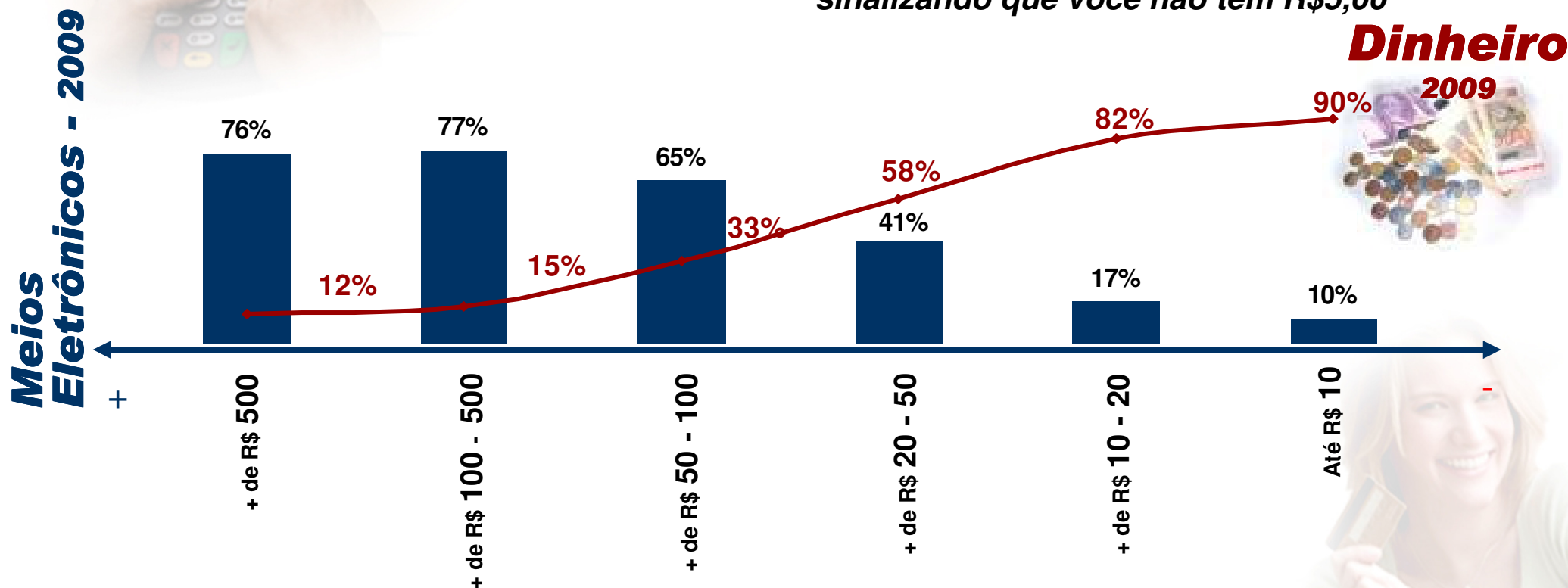
Base: Total possuidor

Fonte: P.2 Das formas de pagamento que estão neste cartão, quais você costuma utilizar habitualmente para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e múltipla)/ P.3 Das formas que você utiliza, qual delas você prefere para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única)/ P.5. Dos meios de pagamento que você utiliza, em um mês típico, considerando o total de despesas com a compras de produtos, alimentos e/ou serviços em um mês típico qual o valor aproximado gasto para pagamentos com ____ (Espontânea e única)

Meios eletrônicos são menos usados em compras com valores menores.

“Tem lugar que não aceita valor abaixo de R\$ 10, R\$ 20 reais.”

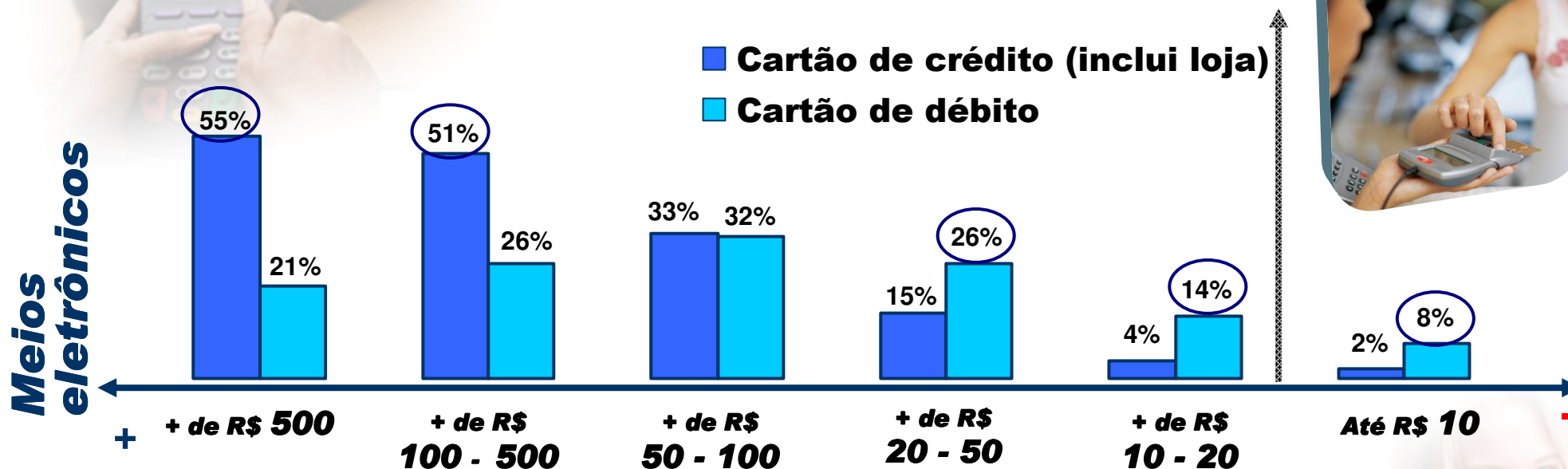
“Chato é se a máquina apitar sinalizando que você não tem R\$5,00”



Base: Total possuidor que faz compra no valor

Fonte: P.8 Ainda falando nas várias formas de pagamento, e considerando apenas os meios que você possui, para compras de produtos, alimentos e/ou serviços com valor __, qual destas formas você costuma utilizar com maior frequência para fazer pagamentos? (Estimulada e única, por valor)

A função de uso de cartão de débito se assemelha a dinheiro.



“Se você quer comprar, por exemplo, uma geladeira, tem que parcelar. Aí o cartão facilita”.

“Está querendo uma roupa, também é crédito.”

Base: Total possuidor que faz compra no valor

Fonte: P.8 Ainda falando nas várias formas de pagamento, e considerando apenas os meios que você possui, para compras de produtos, alimentos e/ou serviços com valor __, qual destas formas você costuma utilizar com maior frequência para fazer pagamentos? (Estimulada e única, por valor)

Meios eletrônicos

	2009
Roupas, calçados, jóias	67%
Compra de bens duráveis	66%
Estadias de hotéis, pousadas	63%
Material para construção	59%
Compra de passagens	56%
Combustível	55%
Produtos alimentícios	52%
Farmácias, drogarias, cosméticos	51%
Locação/compra de veículos	43%

+ 13 p.p.

Em alguns segmentos o uso do cartão ainda não é hábito.

Dinheiro

	2009
Jornais, revistas, livros	85%
Lazer	78%
Educação	60%
Restaurantes, lanchonetes, bares, padarias	58%
Serviço médico, clínicas e hospitais	50%

Base: Total possuidor que compra o produto/serviço

Fonte: P.7 Das formas de pagamento que estão neste cartão, qual delas você utiliza com maior frequência para fazer pagamentos de _?
(Estimulada e única, por produto/serviço)

Meios de pagamento – EC'S

A aceitação de meios eletrônicos permanece **ESTÁVEL**.
Porém CAI para cheque e débito em conta.

“Sem cartão você não pode ficar. O consumidor hoje só utiliza cartão.”

“É recebimento garantido.”

		Aceitos	
		2008	2009
MEIOS ELETRÔNICOS	DÉBITO	99%	99%
	CRÉDITO	96%	97%
	LOJA	2%	3%
OUTROS MEIOS	DINHEIRO	100%	100%
	CHEQUE	58%	53%
	CARTÃO DE BENEFÍCIOS	23%	22%
	DÉBITO AUTOMÁTICO EM CONTA	28%	21%

Grande
porte: 22%

- 5 p.p.

- 7 p.p.



“Tenho uma pasta cheia de cheques devolvidos.”

Base: Estabelecimentos comerciais

Fonte: P.1 Dos meios de pagamento que vou ler, quais são aceitos por este estabelecimento? Algum outro que não tenha mencionado? (Estimulada e múltipla)

Os EC's mantêm preferência por dinheiro, mesmo entre os de grande porte.



	Aceitos		Preferido		
	2008	2009	2008	2009	
MEIOS ELETRÔNICOS					
Débito	100%	100%	26%	23%	
Crédito	99%	99%	12%	15%	
Loja	2%	3%	-	-	
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS					
Dinheiro	100%	100%	71%	77%	Grande porte: 21%
Cheque	58%	53%	1%	1%	

- 5 p.p.

+ 4 p.p.



- 5 p.p.

+ 4 p.p.

Base: Estabelecimentos comerciais

Fonte: P.1 Dos meios de pagamento que vou ler, quais são aceitos por este estabelecimento? Algum outro que não tenha mencionado?(Estimulada e múltipla) P.2 Dos meios de pagamento aceitos pelo estabelecimento, qual é o preferido? (Estimulada e única)

Apesar da queda em preferência, NÃO HÁ VARIAÇÃO NA PARTICIPAÇÃO de meios eletrônicos, no faturamento mensal.

	Aceitos		Preferido		Participação
	2008	2009	2008	2009	2009
MEIOS ELETRÔNICOS	100%	100%	26%	23%	53%
Débito	99%	99%	12%	15%	18%
Crédito	96%	97%	13%	8%	35%
Loja	2%	3%	-	-	0
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS	100%	100%	71%	77%	47%
Dinheiro	100%	100%	70%	74%	33%
Cheque	58%	53%	1%	1%	4%

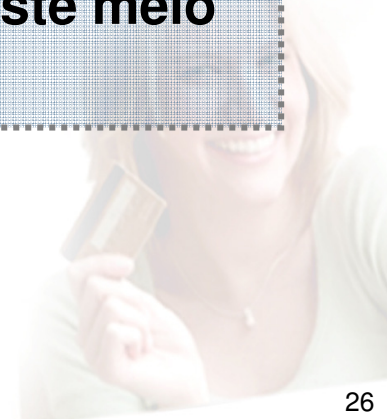
- 3 p.p.

Base: Estabelecimentos comerciais // Fonte: P.1 Dos meios de pagamento que vou ler, quais são aceitos por este estabelecimento? Algum outro que não tenha mencionado?(Estimulada e múltipla) P.2 Dos meios de pagamento aceitos pelo estabelecimento, qual é o preferido? (Estimulada e única) P.3 Considerando as formas de pagamento aceitas pelo estabelecimento, qual o percentual que cada uma representa no faturamento mensal, em média? Se em datas comemorativas os percentuais forem diferentes, por favor, considere neste caso, os meses típicos (Espontânea e única por tipo de pagamento aceito)

MERCADO DE MEIOS DE PAGAMENTO

Cai a preferência por cartão de crédito, tanto entre a população como entre os Estabelecimentos Comerciais.

Contudo, não há variação na participação dos gastos pessoais ou faturamento mensal, entre consumidores e lojistas, com este meio de pagamento.



POPULAÇÃO E EC'S

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento



PONTOS FORTES

Parcelamento,
sem juros 52%

↗ 7 p.p.

Segurança
51%

↗ 9 p.p.

Prazo de
Pagamento 45%

Agilidade
32%

Aceitação
29%

↗ Crescimento 2009 vs. 2008.

PONTOS FRACOS

Juros altos
60%

↗ 7 p.p.

Anuidade
31%

Descontrole
gastos 27%

Falta de
Segurança 14%
(roubo, clonagem)

Sugestão de
melhoria → Reduzir
taxa e juros
(parcelamento, anuidade).

Percepção
semelhante
entre as
classes

Classes ABC fazem
mais ressalvas à
anuidade.

Base: Total possuidor

Fonte: P. 13 Na sua opinião, qual é o ponto forte do cartão de crédito como forma de pagamento de produtos, alimentos e/ou serviços? E em segundo lugar? E em terceiro lugar? P. 14 E na sua opinião, qual é o ponto fraco do cartão de crédito como forma de pagamento de produtos, alimentos e/ou serviços? E em segundo lugar? E em terceiro lugar? (Espontânea e múltipla)

PONTOS FORTES

Não há riscos
67%

Praticidade
43%

Aumenta o nº
de clientes 41% ↗ 7 p.p.

Segurança para
o estab. 36%

PONTOS FRACOS

Taxas altas
75% ↗ 5 p.p.

Aluguel do POS
é alto 42% ↗ 4 p.p.

Taxa de anteci-
pação é alta 27%

Demora para
receber 25% ↗ 6 p.p.

**Praticidade é
valorizada
entre os EC's
de grande
porte.**

Nos EC's de **pequeno
porte** são maiores as
críticas ao **custo do
produto.**

↗ Crescimento 2009 vs. 2008.

Base: Estabelecimentos que aceitam cartão de crédito

Fonte: P.9 Na sua opinião, qual é o ponto forte do cartão de crédito como instrumento de venda? E em segundo lugar? E em terceiro lugar? (Espontânea e única por coluna) P.10 E na sua opinião, qual é o ponto fraco do cartão de crédito como instrumento de venda? E em segundo lugar? E em terceiro lugar? (Espontânea e única por coluna)

PONTOS FORTES

Agilidade
55%

Praticidade
51%

↗ 6 p.p.

Segurança
41%

Aceitação
33%

↗ 8 p.p.

↗ Crescimento 2009 vs. 2008.

PONTOS FRACOS

**Falta de
Segurança 29%**
(roubo, clonagem)

**Pagamento
à vista 23%**

**Descontrole
gastos 19%**

**Problemas
equipamentos 18%**

*Percepção
semelhante
entre as classes*

***Classes ABC
valorizam mais a
praticidade e são mais
críticos em relação à
segurança.***

Base: Total possuidor

Fonte: P.23 Na sua opinião, qual é o ponto forte do cartão de débito como forma de pagamento de produtos, alimentos e/ou serviços? E em segundo lugar? E em terceiro lugar? / P.24 E na sua opinião, qual é o ponto fraco do cartão de débito como forma de pagamento de produtos, alimentos e/ou serviços? E em segundo lugar? E em terceiro lugar? (Espontânea e múltipla) 30

PONTOS FORTES

Não há riscos
68%

Praticidade
39%

↗ 8 p.p.

Segurança para
o estab. 38%

Segurança para
o cliente 29%

Aumento o nº de
clientes 27%

↗ 6 p.p.

↗ Crescimento 2009 vs. 2008.

PONTOS FRACOS

Taxas altas
67%

Aluguel do POS
é alto 38%

Taxa de anteci-
pação é alta 21%

Base: Estabelecimentos que aceitam cartão de débito

Fonte: P.12 Na sua opinião, qual é o ponto forte do cartão de débito como instrumento de venda? E em segundo lugar? E em terceiro lugar? (Espontânea e única por coluna) P.13 E na sua opinião, qual é o ponto fraco do cartão de débito como instrumento de venda? E em segundo lugar? E em terceiro lugar? (Espontânea e única por coluna)

Recomendação - Possuidor

Escala de 1 a 10

A recomendação de meio eletrônico é de 6,7.

Possuidor

	2008	2009
Média	6,8	6,7
NPS*	-7	-15



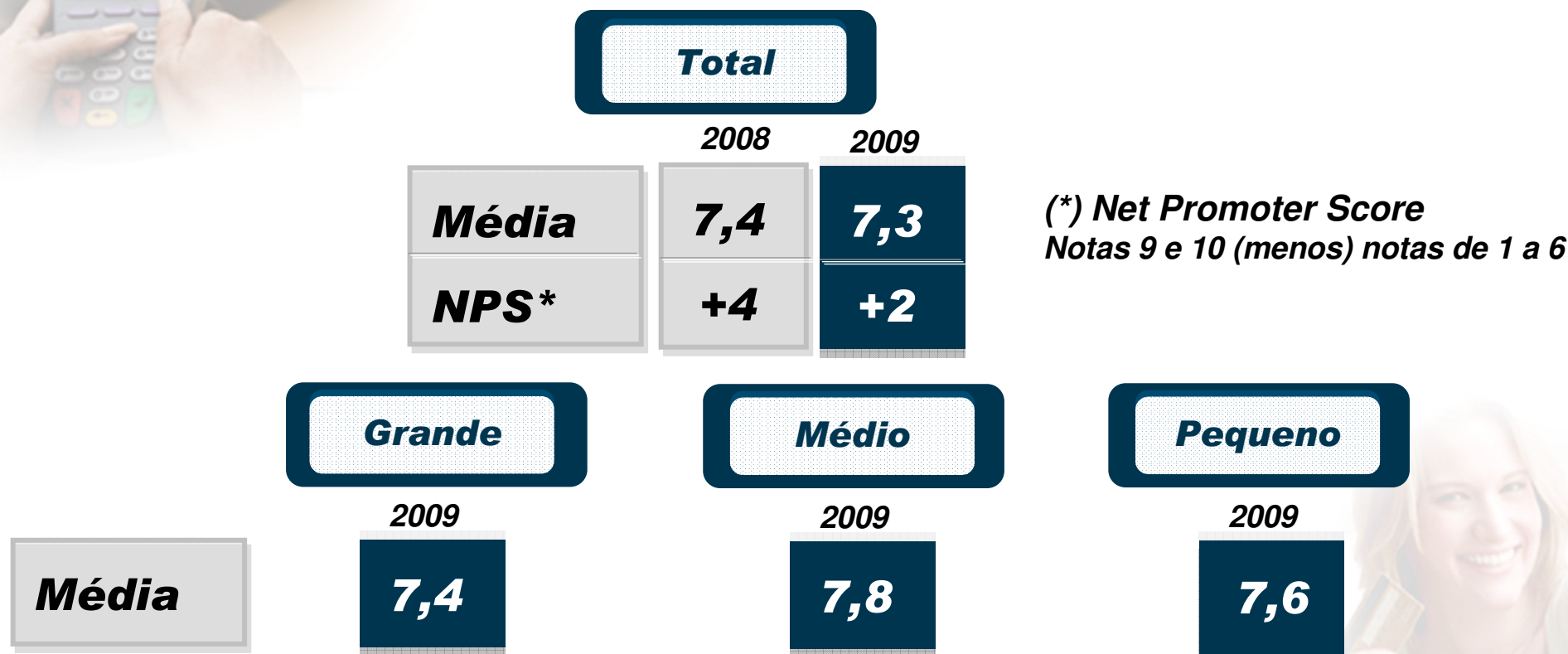
(*) **Net Promoter Score**

Notas 9 e 10 (menos) notas de 1 a 6

Base: Total possuidor

Fonte: P.35 Em relação aos meios eletrônicos de pagamento, cartão de crédito e débito, o quanto você concorda com a frase "recomendaria a um amigo"?
Concordância com frases, escala de 1 a 10. (Estimulada e única)

A recomendação é um pouco mais favorável, entre os EC's.



Base: Estabelecimentos comerciais

Fonte: P.21 Em relação aos meios eletrônicos de pagamento o quanto você concorda com a frase: **Recomendaria a um amigo lojista.**
 Concordância com frases, escala de 1 a 10. (Estimulada e única)

POPULAÇÃO E EC'S

Satisfação com os meios de pagamento eletrônicos

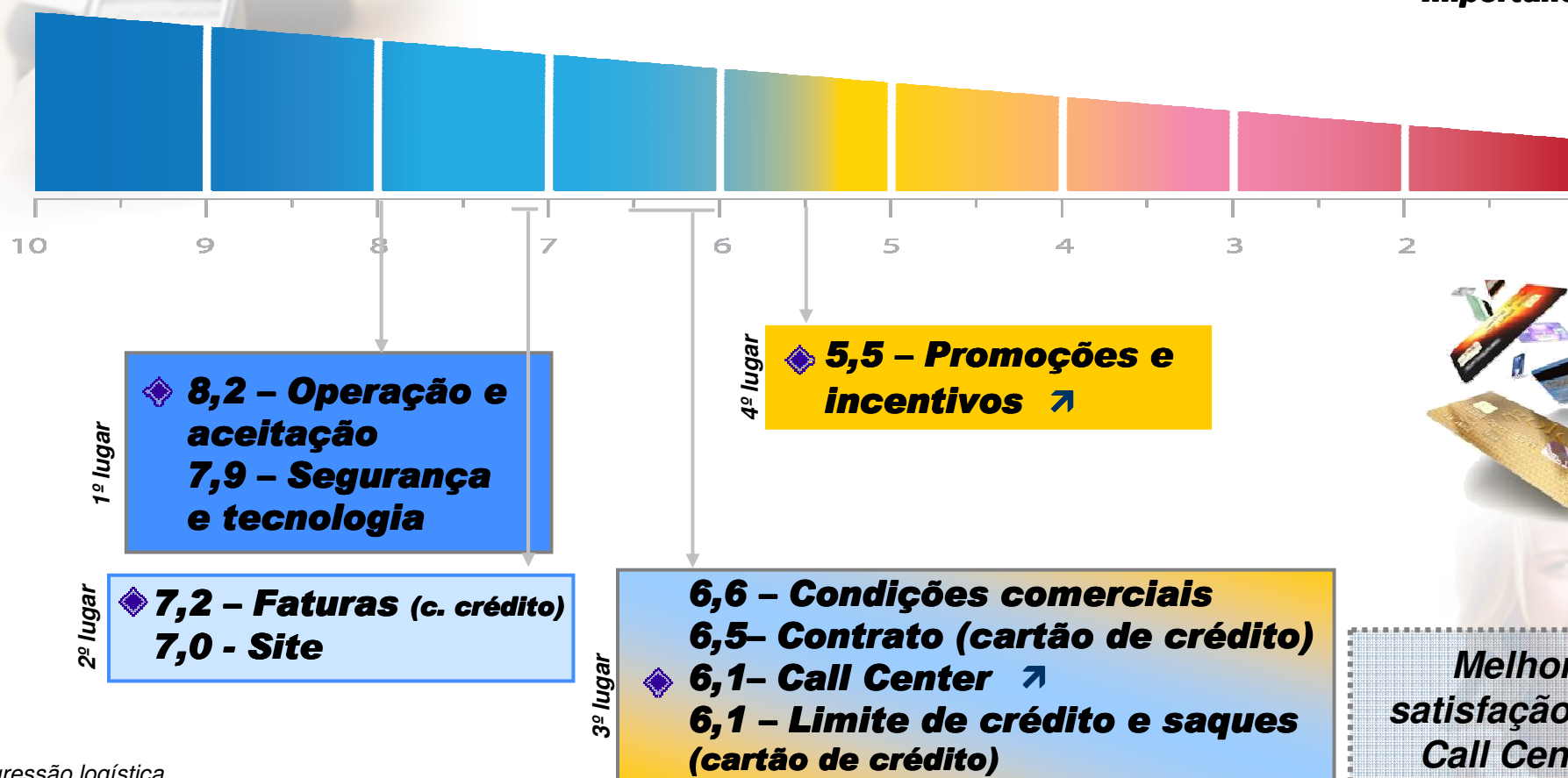


Satisfação - Possuidor

Em média - Escala de 1 a 10

Satisfação geral ** com empresas 7,1, equivalente a 2008.

Importância* ◆



**Melhora
satisfação com
Call Center.**

(*) Regressão logística

(**) Satisfação geral com o atributo, após avaliação de itens específicos

Base: Total possuidor

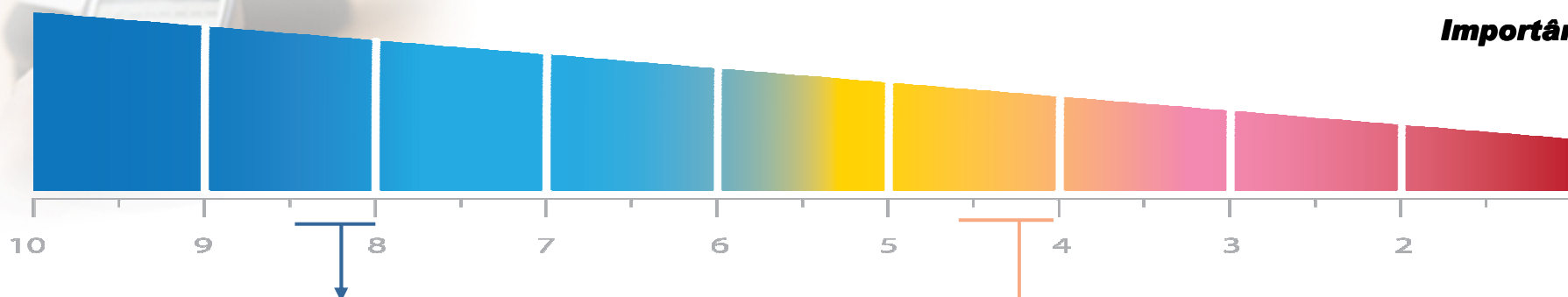
Fonte: P.27/ P.30/ P.32/ P.34 Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Satisfação - Possuidor

Em média - Escala de 1 a 10

Satisfação geral ** com empresas 7,1, equivalente a 2008.

Importância* ◆



◆ **8,4 Quantidade de locais que aceitam os cartões.**
8,4 Rapidez da transação no momento da compra.
8,3 Segurança do cartão.
8,1 Maior tecnologia para segurança.
 ◆ **8,0 Inovação tecnológica.**

4,7 Valores das TAXAS cobradas pelo cartão de crédito para saque em dinheiro.

4,1 Valor das TAXAS DE JUROS.

Operação, tecnologia, segurança

(*) Regressão logística

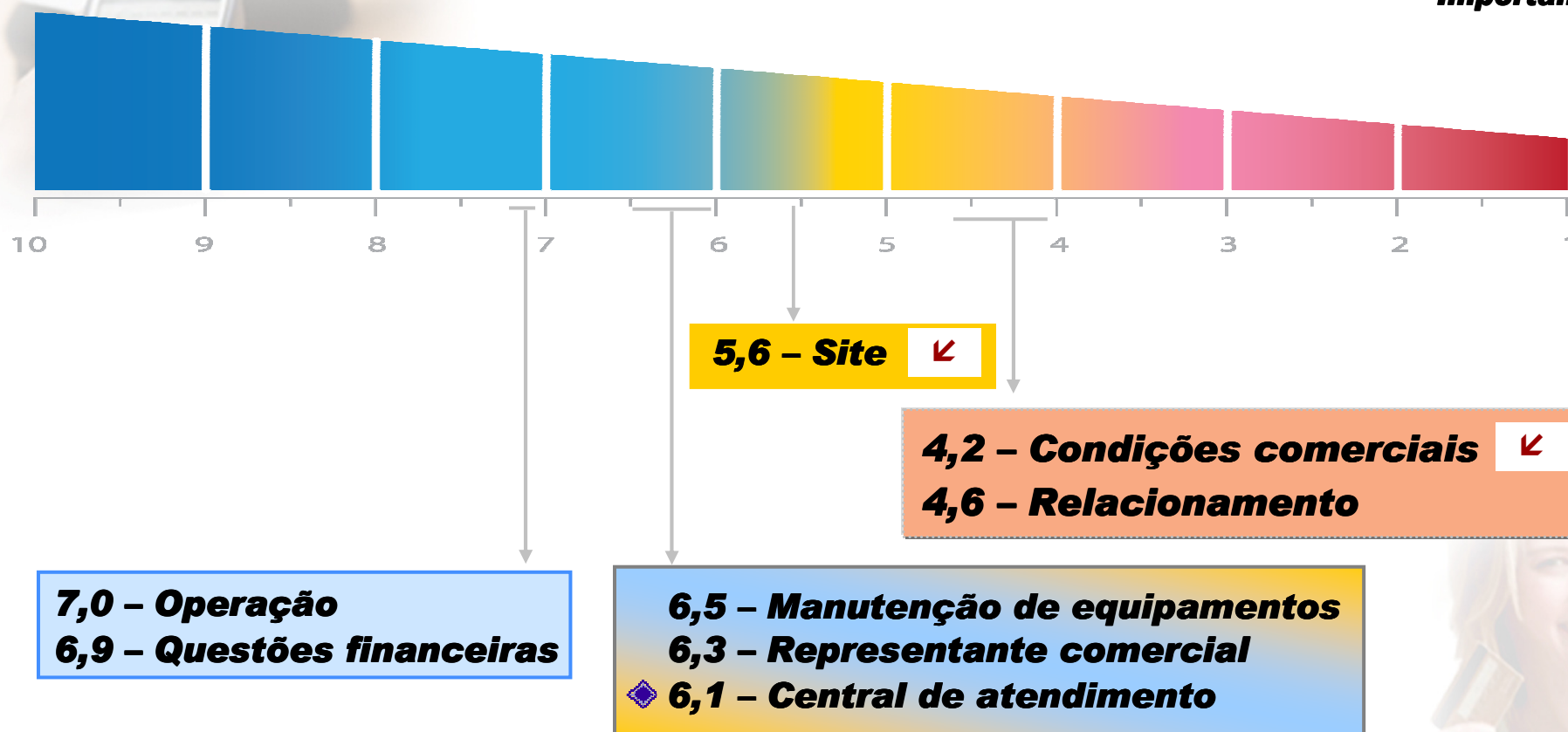
(**) Satisfação geral com o atributo, após avaliação de itens específicos

Base: Total possuidor

Fonte: P.27/ P.30/ P.32/ P.34 Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Satisfação geral** com empresas 6,2 (era 6,5)

Importância* 



(*) Regressão logística

(**) Satisfação geral com o atributo, após avaliação de itens específicos

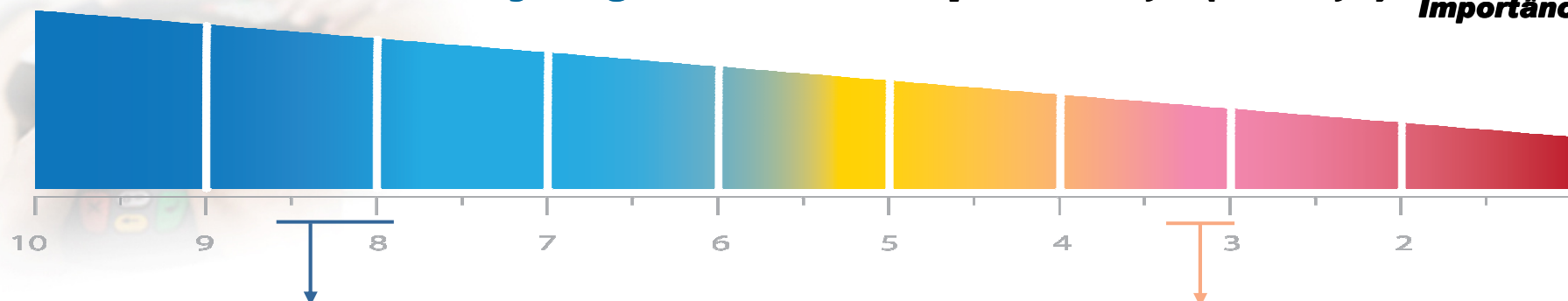
Base: Estabelecimentos comerciais

Fonte: P.16/ P.19 Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.



Satisfação geral** com empresas 6,2 (era 6,5)

Importância* 



◆ **8,2 – Quantidade de valores recebidos corretamente**

8,1 – Pontualidade no pagamento feito ao seu estabelecimento.

7,9 – Quantidade de pessoas que possuem cartões 

◆ **3,3 – Valor do aluguel de equipamentos**

3,1 – Cobranças de taxas pl venda à vista

◆◆ **3,0 – Cobrança de taxas**

3,0 – Cobrança de taxas para vendas parceladas

3,2 – Qualidade das promoções realizadas 

3,1 – Quantidade de promoções realizadas 

(*) Regressão logística

(**) Satisfação geral com o atributo, após avaliação de itens específicos

Base: Estabelecimentos comerciais

Fonte: P.16/ P.19 Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Os meios eletrônicos de pagamento possuem vários atributos valorizados pelos consumidores e pelos lojistas: comodidade, praticidade, segurança, aumento no volume de vendas.

→ *Percepção de investimento em inovação tecnológica e operações.*

Porém, especialmente entre os lojistas, há um grau de descontentamento muito alto em relação ao custo do produto (taxas e juros). **→ *Interferem na satisfação.***



associação brasileira das empresas
de cartões de crédito e serviços

