

Ferres & Associados

Consultoria Econômica



Dinâmica Competitiva na Indústria de Cartões de Pagamento no Brasil

Juan Pérez Ferrés

4 de dezembro de 2009

2º SEMINÁRIO DE DIREITO CONCORRENCIAL
DO BANCO DO BRASIL

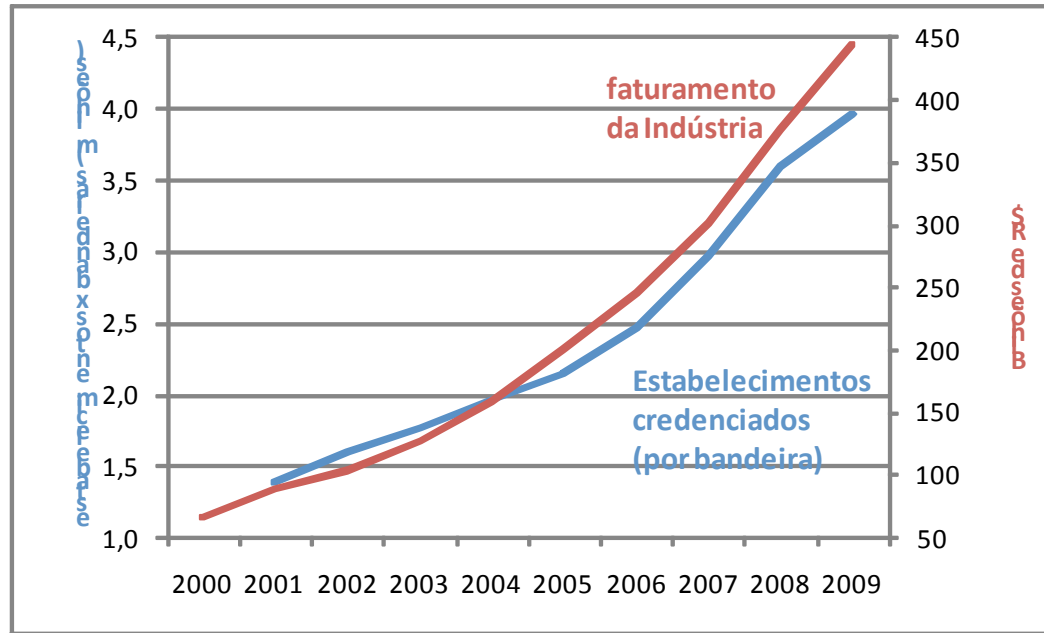
“A Concorrência no Mercado de Cartões de Pagamento”

Sumário

- Mercado de Dois Lados
- Dinâmica de difusão
- Padrão Concorrencial no Brasil
 - Formação Histórica
 - Competição Inter-Plataformas
- Novo Padrão Competitivo na Indústria
 - Fim da Exclusividade
 - Interoperabilidade
 - Abertura para Bandeiras Locais de Débito
- Conclusão

Mercado de dois lados: plataforma

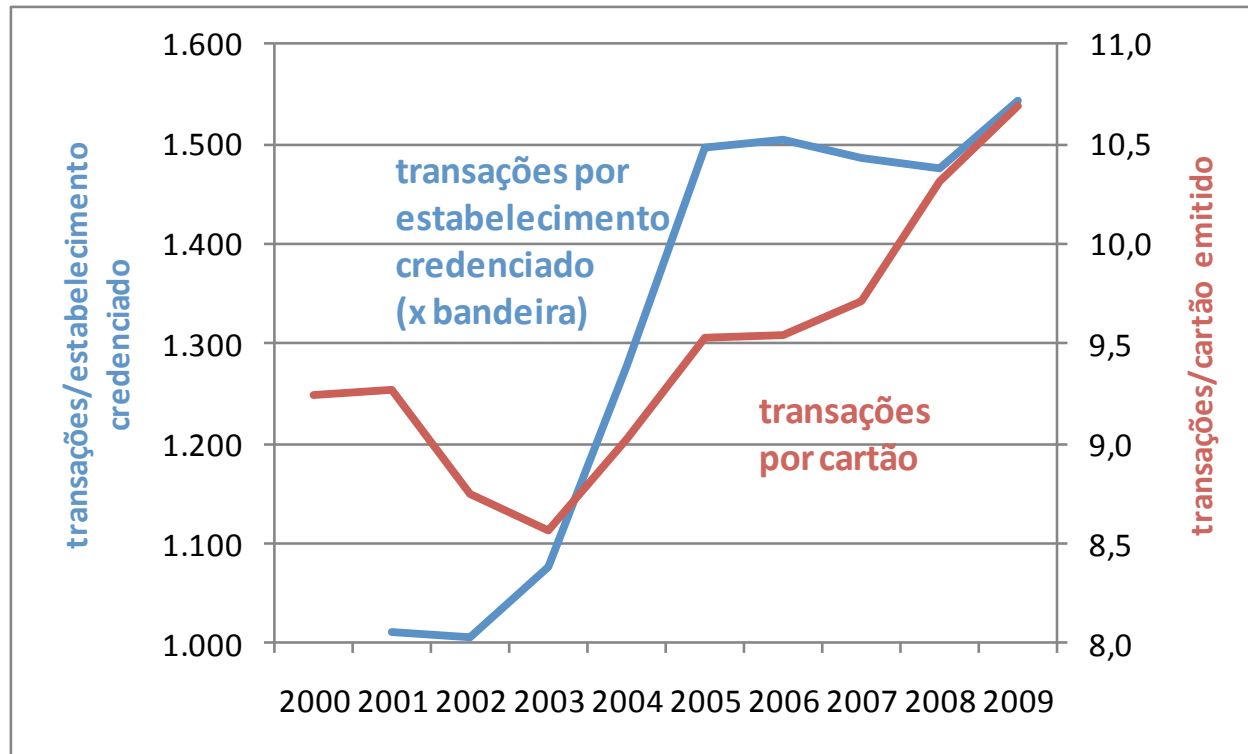
- Usuários se beneficiam da maior aceitação; lojistas se beneficiam do maior número de consumidores
 - Crescimento da plataforma oferece maior “valor” aos seus usuários
- Incentivo à expansão pela cobrança de tarifas distintas em cada ponta
 - Estrutura de preços afeta velocidade de expansão da plataforma



Fonte: Credenciadoras e Abecs. Elaboração Ferrés Consultoria.

Mercado de dois lados: plataforma

- Valor da plataforma pode ser percebido pelo aumento de intensidade de uso nessa indústria



Fonte: Credenciadoras e Abecs. Elaboração Ferrés Consultoria.

Exemplos de mercados de dois lados

Mercado	Usuário A	Usuário B	Feedback
Mídia - Jornais - Revistas	leitor	Anunciante	Negativo
- TV aberta fechada / PPV	Telespectador	Anunciante	Negativo
Sistemas de busca / redes sociais	Internauta	Anunciante	Positivo
Sistemas Operacionais	Usuário Computador	Desenvolvedor Software	Negativo
Clubes de futebol	Torcedor	Patrocinador / TV	Positivo
Partidos políticos	Eleitor	Doadores	Positivo/Negativo
Cartões de crédito	Portador	Lojista	Positivo

Plataformas de dois lados

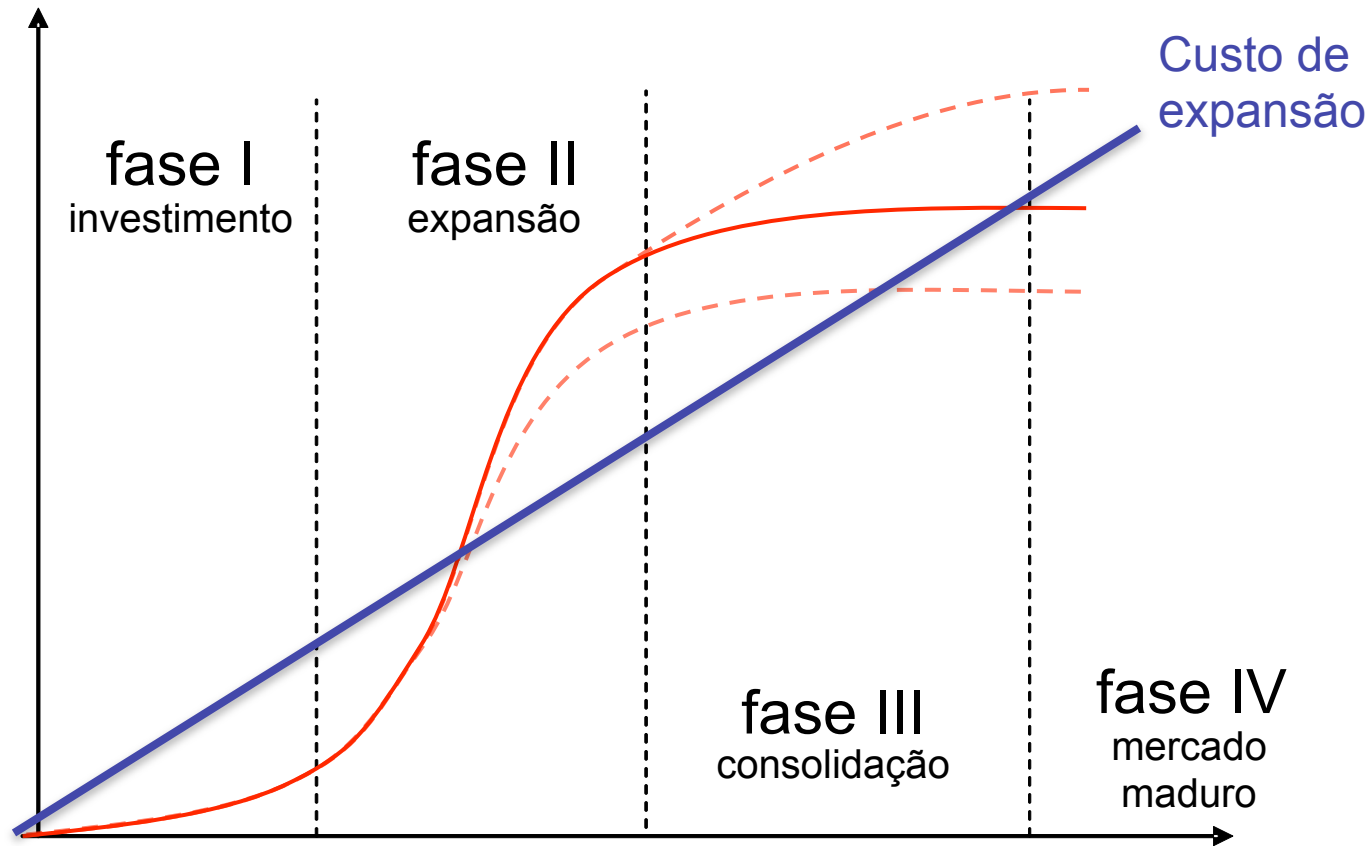
- Principais características das plataformas de dois lados:
 - necessidade de alcançar certa dimensão para tornar o produto vendido interessante aos consumidores:
 - **Economias de Densidade**
 - necessidade de precificar o produto nas duas pontas de forma a viabilizar essa plataforma:
 - **Externalidades e Custos de Coordenação**
 - Não por acaso, todas as indústrias acima mencionadas competem em múltiplas dimensões / bens diferenciados

Sumário

- Mercado de Dois Lados
- Dinâmica de difusão
- Padrão Concorrencial no Brasil
 - Formação Histórica
 - Competição Inter-Plataformas
- Novo Padrão Competitivo na Indústria
 - Fim da Exclusividade
 - Interoperabilidade
 - Abertura para Bandeiras Locais de Débito
- Conclusão

Fases de difusão da indústria

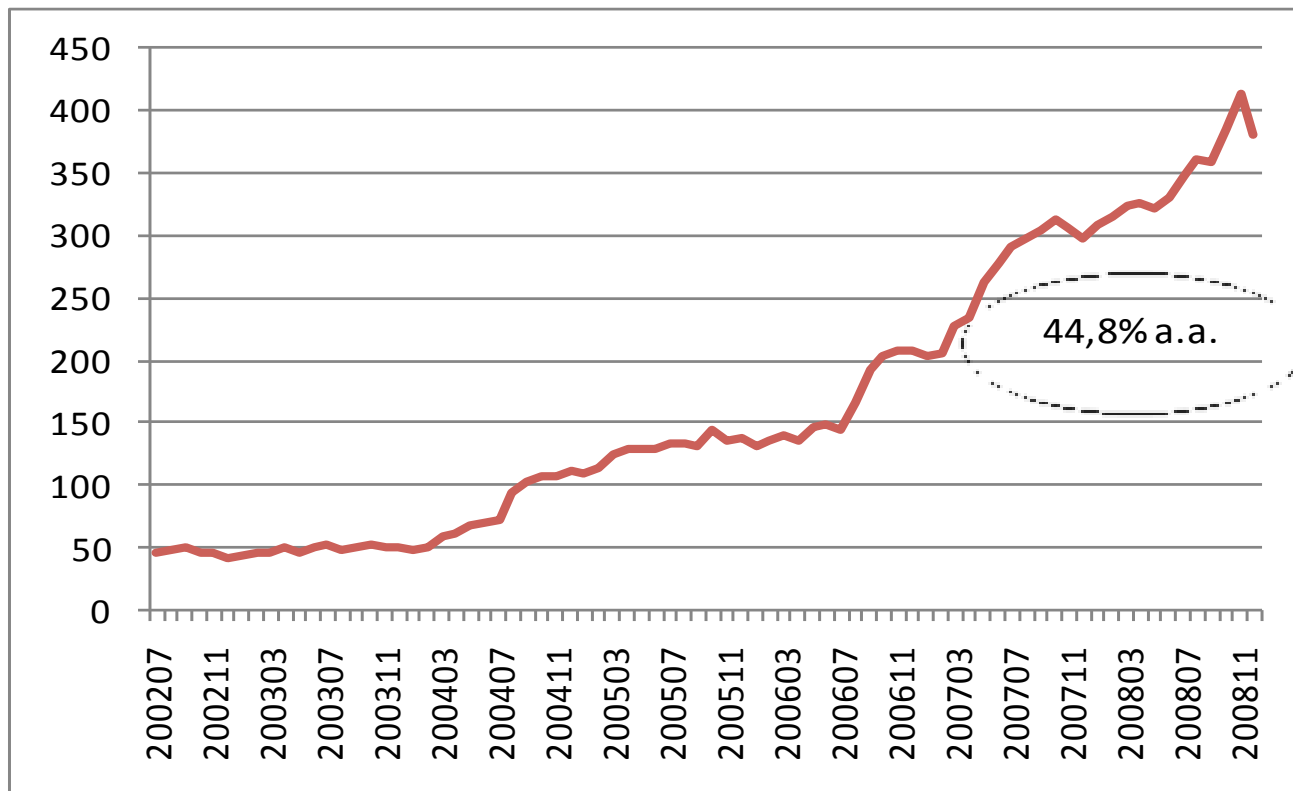
- Sob economias de densidade, valor da plataforma evoluiu em “S”



E alguns indicadores mostram difusão acelerada

Evolução do limite de crédito concedido aos usuários estimativa, em R\$ bilhões

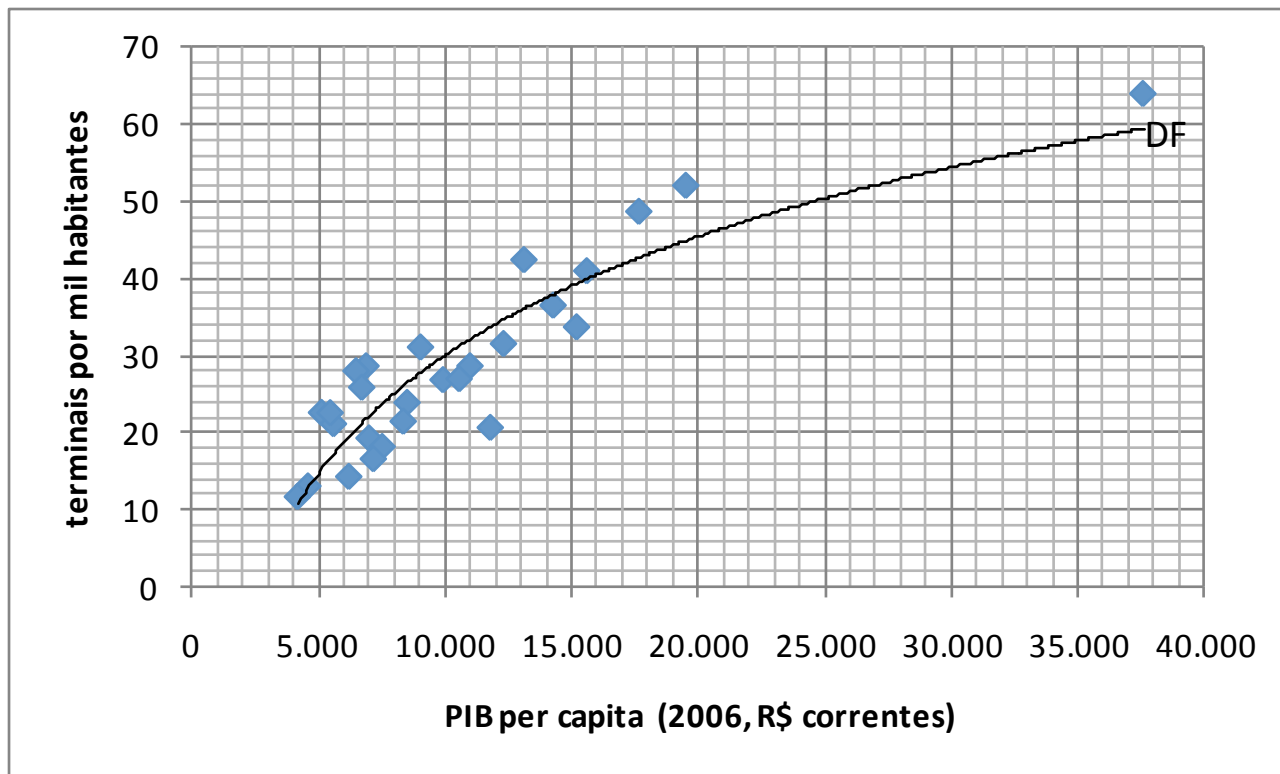
Fonte: Bacen e Emissores.



...com padrão de desenvolvimento bastante desigual...

Relação entre terminais de captura e níveis de desenvolvimento econômico
função crédito, todas as bandeiras.

Fonte: IBGE e Credenciadores

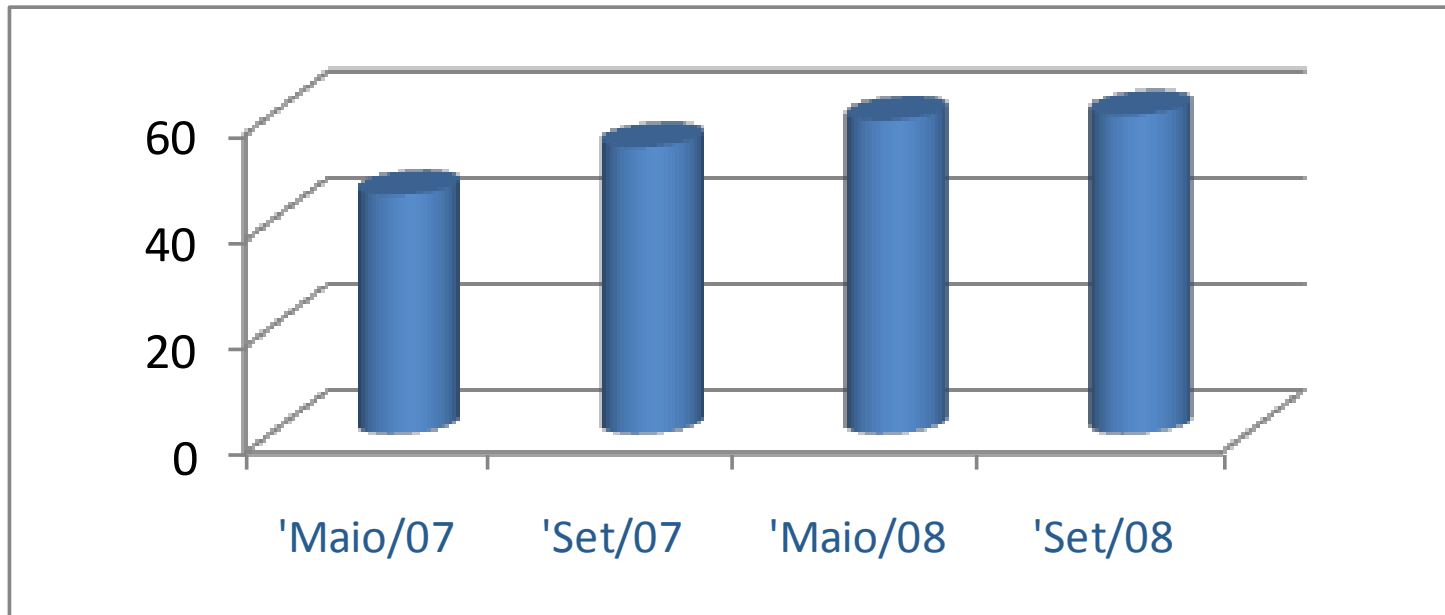


...e penetração acompanhando bancarização

Penetração de cartões nos domicílios Brasileiros

função crédito

Fonte: Nielsen Homescan



Sumário

- Mercado de Dois Lados
- Dinâmica de difusão
- Padrão Concorrencial no Brasil
 - Formação Histórica
 - Competição Inter-Plataformas
- Novo Padrão Competitivo na Indústria
 - Fim da Exclusividade
 - Interoperabilidade
 - Abertura para Bandeiras Locais de Débito
- Conclusão

Fases de expansão

- Indústria superou fase de investimentos com rede capilarizada:
 - ✓ Constituição de Visanet e Redecard através de consórcio de bancos e bandeira
 - Escala para volumosos investimentos (e *sunk costs*)
 - POS em 1995 custava US\$ 900
 - Necessário tarifa média de 2,68% apenas para cobrir esse investimento
 - Estratégias de crescimento focadas no perfil dos controladores
 - Ganhos de coordenação / eliminação de problemas de agência, risco moral e *free riding*

Padrão atual de concorrência no Brasil

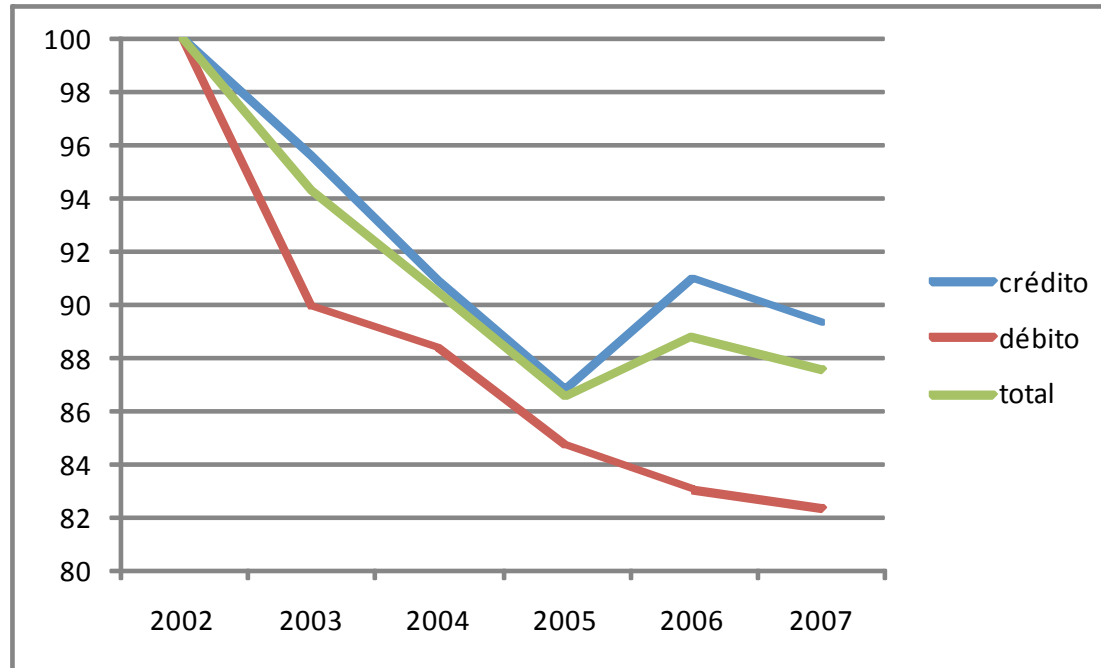
- Inter-plataformas em fase de difusão:
 - ✓ Principal diferencial das plataformas é economia de densidade
 - “valor” da plataforma é *driver* principal da competição
 - foco em soluções para ampliar acesso
 - Diferenciação de produto
 - ✓ Natural que competição por preços tenha peso menor nessa fase
 - ganhos maiores na esfera dinâmica
 - Dados Europa indicam importância maior de elementos de diferenciação de rede nos mercados menos desenvolvidos

Dimensões de Competição

- Pelo menos nove dimensões computadas
 - ▶ dimensão da plataforma (rede/base emissora)
 - ▶ volumes de crédito ofertado aos portadores de cartão (limite e prazos de pagamento)
 - ▶ benefícios aos portadores (programas de prêmios e milhagens, descontos, etc)
 - ▶ segurança (garantias de pagamento, *charge back*)
 - ▶ qualidade de serviços (mobilidade, rapidez de autorização, etc)
 - ▶ promoções em pontos de venda e para consumidores
 - ▶ serviços ao lojista (serviços bancários; recarga de celular, etc)
 - ▶ marca (marketing/status, etc)
 - ▶ crédito aos lojistas (antecipação de recebíveis/prazo de pagamento).
- Busca de eficiência dinâmica e forte impulso a acesso

Mas competição por preços entre credenciadores está sendo subestimada...

Índice de preços (Laspeyres) dos serviços de captura por transação
deflacionado pelo IPCA
Fonte: IBGE e Credenciadores



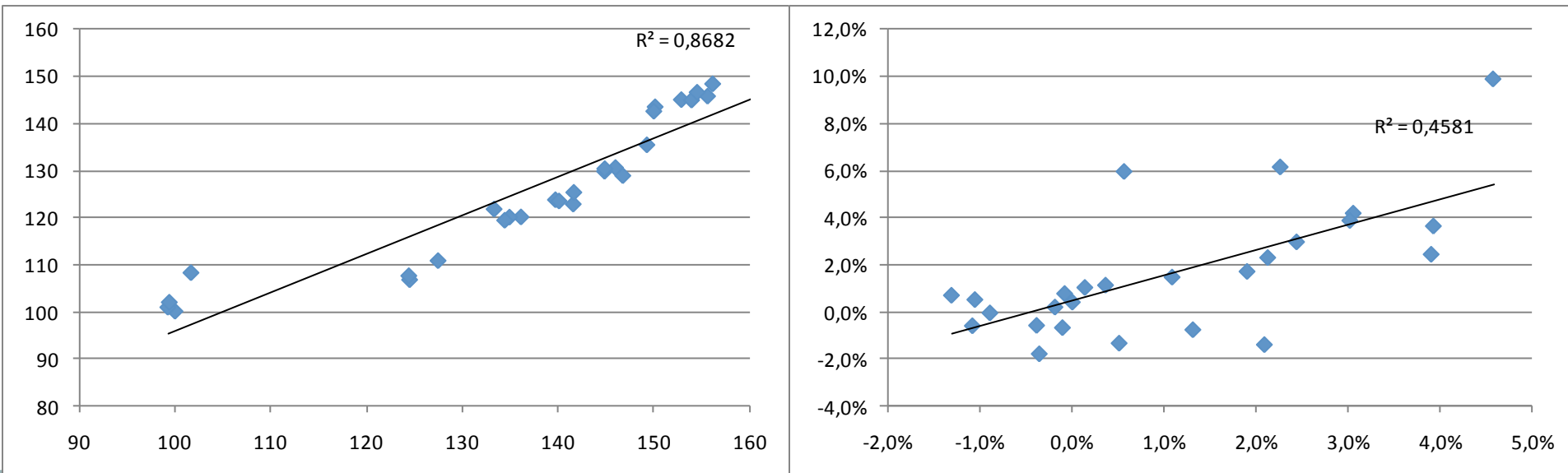
... e em particular a função reação das principais plataformas

- Analisando preços sem comparar laranja e banana de forma indiscriminada, temos clara correlação de preços entre os dois principais *players* do mercado

Variações no índice de preços por transação

Correlações em nível (esquerda) e reajustes (direita) entre Visanet e Redecard

Fonte: Credenciadores



Definição de Mercado Relevante

- Diante desse quadro:
 - ✓ Mercado relevante inclui todas as plataformas de cartões
 - Extensa jurisprudência do CADE considerando substituições pelo lado da oferta e da demanda
 - ✓ M2L: duas pontas estão inter-relacionadas
 - Preço ao varejista é apenas um dos preços desse mercado:
 - Preços ao portador
 - Aluguel de equipamentos
 - Taxas de juros
 - Limites de crédito

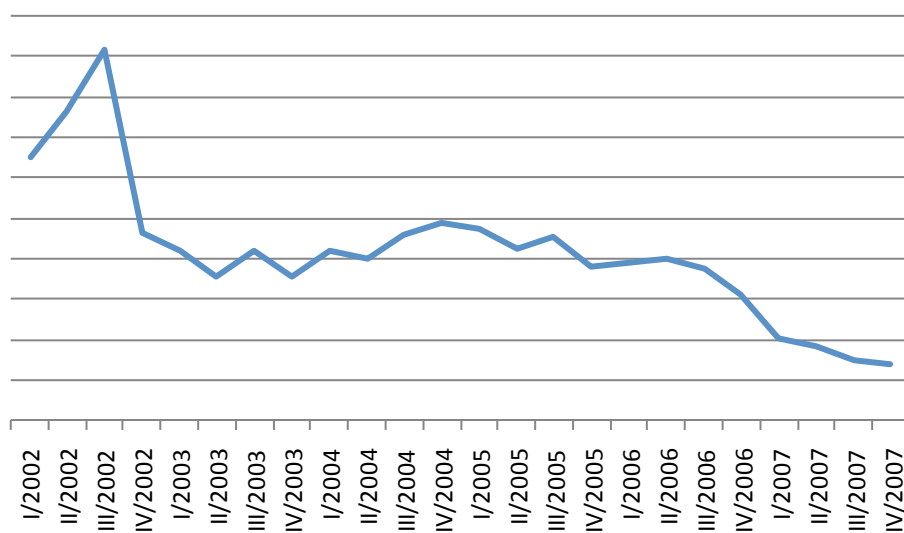
Sob definição mais ampla...

- ... pressão competitiva entre plataformas é observável

Taxa média de desconto – função débito

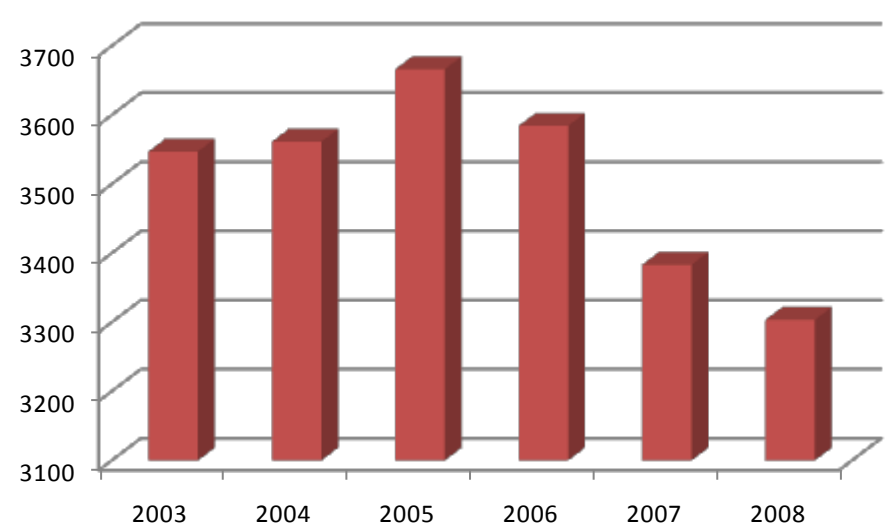
média da média ponderada dos 15 maiores clientes de cada credenciadora em cada período

Fonte: Credenciadores



HHI no Mercado de Credenciamento por dimensão de redes – 4º tri de cada ano

Não inclui GetNet. Fonte: Credenciadores



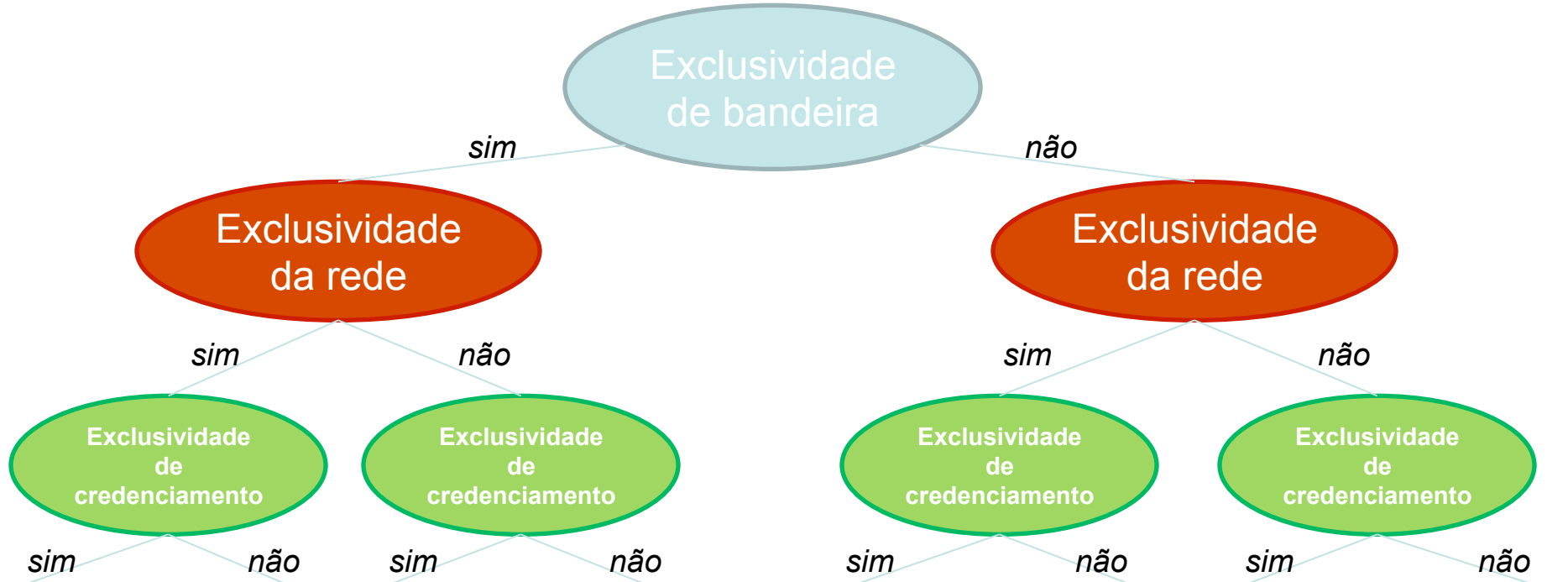
Sumário

- Mercado de Dois Lados
- Dinâmica de difusão
- Padrão Concorrencial no Brasil
 - Formação Histórica
 - Competição Inter-Plataformas
- Novo Padrão Competitivo na Indústria
 - Fim da Exclusividade
 - Interoperabilidade
 - Abertura para Bandeiras Locais de Débito
- Conclusão

Fim da exclusividade

- Altera o lócus concorrencial da competição por densidade de plataformas para um padrão de competição inter-redes
 - Todas as plataformas passam a ter iguais economias de densidade
 - Incentivos dos agentes mudam:
 - dimensão da rede deixa de ser diferencial competitivo para bandeiras e número de cartões emitidos para credenciadora
 - foco em competição por preço e aumento da **diferenciação horizontal** de produtos
 - Barreiras à entrada também:
 - Tanto para plataformas como para credenciadores
- Mas esses efeitos só ocorrem pela fase de difusão e pela escala alcançada

Exclusividade



Brasil
Argentina⁴

Áustria⁵

Portugal

Chile
França

Bélgica⁶
Finlandia

Canadá²
Itália
Holanda²

UK³
Holanda¹
Canadá²

Coréia*
US
México*
Austrália
Alemanha*

**Experiência internacional mostra risco
de armadilhas de crescimento (EUA, Coréia, Austrália, México)**

**Predomínio de modelos sem
exclusividade**

¹ Esquema de crédito

² Esquema débito

³ Parcela menor sem exclusividade

⁴ com interoperabilidade

⁵ Embora Europay faça a quase
totalidade do credenciamento

⁶ credenciamento
por joint venture de bancos

* Modelos plurais

Interoperabilidade

- Resulta da mudança de incentivo dos agentes
 - Credenciadoras buscam diferenciar-se pela inclusão do maior número de bandeiras na sua rede ...
 - Maior volume de transações / receitas
 - ... mas preservam foco em diferenciação pela inclusão de novos serviços e novas tecnologias
 - Lojistas e usuários conseguem perceber diferenças de qualidade neste padrão de competição e precificar essas vantagens
- E não impõem custos tecnológicos / regulatórios, tampouco gera desincentivo à inovação dinâmica

Esquemas locais de débito

- Pela mesma mudança de incentivos, abre-se espaço para a entrada de novas bandeiras no mercado
 - ... Autoridades focaram em esquemas locais de débito
- Experiência internacional mostra que esquemas locais de débito tendem a acirrar a concorrência no mercado
 - Reduções de tarifas médias significativa
 - Forte diferenciação vertical entre as bandeiras internacionais e bandeiras locais
 - Coexistência de esquemas é comum
- Mas entrada efetiva é o menos importante nessa avaliação

Sumário

- Mercado de Dois Lados
- Dinâmica de difusão
- Padrão Concorrencial no Brasil
 - Formação Histórica
 - Competição Inter-Plataformas
- Novo Padrão Competitivo na Indústria
 - Fim da Exclusividade
 - Interoperabilidade
 - Abertura para Bandeiras Locais de Débito
- Conclusão

O que esperar...

- Estrutura atual da indústria foi fundamental para chegar-se até aqui
- Mudança na estrutura de incentivos dos agentes deve alterar sensivelmente o padrão de competição
 - Sem diferenciais competitivos em função de economias de densidade e ampliação da escala do mercado, espera-se:
 - Disputa imediata por parte dos 1,5 milhão de pontos de venda entre credenciadores
 - Entrada de novas bandeiras, eventualmente esquemas locais de débito
 - Entradas verticalizadas ou não de novos credenciadores
 - Elevação da participação dos emissores nas receitas totais
 - Alteração do processo de expansão da indústria na margem
 - Foco em diferenciação de serviços como elemento estratégico de preservação de margens
 - Adoção de práticas comuns de fidelização verificadas em outros mercados mais maduros

Obrigado

juan@ferres.com.br

Ferres & Associados

Consultoria Econômica

R. Jorge Rizzo, 217 - 5º andar – Pinheiros – São Paulo
Tel: (55 11) 3876 9936 – Cel: (55 11) 8283 4918
juan@ferres.com.br – www.ferres.com.br