



Mercado de meios eletrônicos de pagamento

População - ANO III

Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS

Outubro /2010



associação brasileira das empresas
de cartões de crédito e serviços

INTRODUÇÃO.....	03
Objetivo e Metodologia	
Perfil da amostra	
O MERCADO DE MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO.....	15
MEIOS DE PAGAMENTO: ELETRÔNICOS x NÃO ELETRÔNICOS.....	27
AVALIAÇÃO DOS MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO	72
Cartão de Débito	74
Cartão de Crédito	88
SATISFAÇÃO COM OS MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO	114
IMAGEM DOS MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO	137
SUMÁRIO CONCLUSIVO	147





Introdução





Conhecer o **mercado** de meios eletrônicos de pagamento e **avaliar os níveis de satisfação** dos **consumidores**, em relação às empresas emissoras, credenciadoras e demais participantes do mercado, como um todo.

Os resultados são **comparativos** aos obtidos em anos anteriores (2008 e 2009).



QUANTITATIVA

Pesquisa QUANTITATIVA, com **abordagem pessoal**

- **Questionário estruturado** com cerca de **25 minutos** de duração.
- **Checagem** de cerca de **30%** do material de cada entrevistador.
- **Coleta de dados** entre os dias **12 e 23 de julho de 2010**.



UNIVERSO

População com 18 anos ou mais, pertencente a todas as classes econômicas → **Possuidores e Não Possuidores de meios eletrônicos de pagamento.**



QUANTITATIVA



A AMOSTRA foi distribuída nos **11 principais mercados brasileiros**:

	Amostra	Margem de erro*
População	1916	2 p.p.
-Possuidores	1.523	3 p.p
-Não Possuidores	393	5 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 dados com base em resultados da fase probabilística do estudo.



QUANTITATIVA

Amostra

As **1916 entrevistas finais** foram distribuídas da seguinte forma, por mercado:

Mercados		2008		2009		2010	
		AMOSTRA	MARGEM DE ERRO*	AMOSTRA	MARGEM DE ERRO*	AMOSTRA	MARGEM DE ERRO*
Norte	Manaus	134	8 p.p.	136	8 p.p.	108	9 p.p.
	Belém	134	8 p.p.	141	8 p.p.	120	9 p.p.
Nordeste	Recife	182	7 p.p.	193	7 p.p.	177	7 p.p.
	Salvador	214	7 p.p.	213	7 p.p.	196	7 p.p.
C. Oeste	Brasília	150	8 p.p.	144	8 p.p.	111	9 p.p.
	Goiânia	144	8 p.p.	146	8 p.p.	123	9 p.p.
Sudeste	Belo Horizonte	142	8 p.p.	147	8 p.p.	126	9 p.p.
	Rio de Janeiro	246	6 p.p.	252	6 p.p.	231	6 p.p.
	São Paulo	338	5 p.p.	343	5 p.p.	357	5 p.p.
Sul	Curitiba	209	7 p.p.	209	7 p.p.	194	7 p.p.
	Porto Alegre	183	7 p.p.	187	7 p.p.	173	7 p.p.
Total		2.076	2 p.p.	2.111	2 p.p.	1.916	2 p.p.

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



Perfil da amostra

Perfil da amostra



Possuidor

- ❑ Um pouco mais jovem ⇒ média de **39 anos**
- ❑ **Escolaridade mais elevada** (72% curso médio ou superior)
- ❑ **Perfil econômico mais alto**, com maior participação das classes AB (48%)
- ❑ E dispõem de **renda familiar mais elevada** (mais da metade acima de 3 salários mínimos)
- ❑ maior participação de **assalariados registrados** (36%), de funcionários públicos (5%) e empresários (3%).

Não possuidor

- ❑ Idade média ⇒ **42 anos**
 - Maior participação das faixas a partir de 45 anos
- ❑ **Um pouco mais feminino**
- ❑ **Menor escolaridade** (55% tem nível fundamental) e **estratos econômicos menos favorecidos** (74% classes CDE)
- ❑ E situam-se, em sua maioria, nas **faixas mais baixas de renda familiar** ⇒ 69% até 3 salários mínimos
- ❑ Maior participação de **free lancers** (27%) e **assalariados sem registro** (9%), bem como **donas-de-casa** (10%).



Perfil bastante diferenciado entre os dois públicos, situando-se os Possuidores em posição econômica e cultural mais favorecida, bem como maior inserção no mercado formal de trabalho.



A posse de meios eletrônicos de pagamento está fortemente associada à posse de itens financeiros em geral, especialmente conta corrente e poupança.

*Além desses dois itens principais, os **Possuidores** tendem também a ter em maior proporção, itens como Plano ou Seguro Saúde, Consórcio e Aplicações Financeiras diversas (Fundos, Capitalização, Ações, etc).*



*Apesar disso, cabe observar que entre os **Não possuidores** de meios eletrônicos de pagamento há uma parcela que possui Conta Corrente e Poupança (12% cada) e que, teoricamente, deveriam dispor desses meios de pagamento.*



Perfil da amostra - População



Possuidor

Não possuidor

	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Feminino	53%	54%	53%	56%	55%	56%
Masculino	47%	46%	47%	44%	45%	44%
18 a 24 anos	20%	20%	20%	22%	21%	22%
25 a 34 anos	27%	26%	27%	24%	20%	18%
35 a 44 anos	22%	23%	22%	21%	17%	19%
45 a 59 anos	21%	20%	19%	18%	21%	24%
60 anos ou mais	9%	11%	12%	15%	21%	17%
Média (em anos)	38	38	39	39	41	42
Fundamental	23%	24%	28%	50%	51%	55%
Médio	47%	47%	47%	41%	41%	39%
Superior	29%	29%	25%	7%	7%	6%



Perfil da amostra - População



	Possuidor			Não possuidor		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
A	8%	8%	8%	3%	3%	2%
B	41%	39%	40%	20%	19%	22%
C	44%	47%	45%	56%	53%	53%
D/E	7%	7%	6%	21%	33%	23%
Até 2 S.M.	20%	20%	22%	43%	49%	48%
Mais de 2 a 3 S.M.	19%	20%	22%	25%	16%	21%
Mais de 3 a 5 S.M.	22%	23%	22%	15%	18%	16%
Mais de 5 a 10 S.M.	20%	17%	19%	10%	7%	7%
Mais de 10 a 20 S.M.	10%	10%	7%	5%	5%	3%
Mais de 20 S.M.	5%	4%	3%	0%	1%	1%
Não sabe	3%	5%	5%	2%	3%	4%



S.M. = Salário mínimo: R\$510,00 em 2010

Perfil da amostra - População

	Possuidor			Não possuidor		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
PEA*	78%	80%	79%	68%	66%	72%
Assalariado registrado	33%	33%	36%	15%	14%	20%
Free-lance/ Bico	11%	12%	13%	24%	25%	27%
Autônomo regular	7%	9%	6%	5%	6%	6%
Assalariado sem registro	7%	7%	7%	12%	10%	9%
Funcionário público	7%	7%	5%	0%	1%	0%
Empresário	3%	4%	3%	1%	0%	0%
Desempregado procura emprego	6%	5%	5%	8%	9%	6%
Não PEA*	21%	20%	21%	32%	34%	28%
Só aposentado	8%	8%	10%	7%	13%	9%
Só dona de casa	6%	6%	5%	12%	13%	10%
Só estudante	5%	4%	4%	8%	6%	5%



Posse de itens financeiros

Conta corrente
Poupança
Consórcio
Fundos de investimentos
Título de capitalização
Aplicações financeiras
Ações na bolsa
Plano de previdência privada
Plano ou seguro saúde

	Possuidor		Não possuidor	
	2009	2010	2009	2010
Conta corrente	75%	73%	12%	10%
Poupança	61%	62%	12%	16%
Consórcio	4%	4%	1%	1%
Fundos de investimentos	4%	4%	0%	0%
Título de capitalização	10%	8%	1%	2%
Aplicações financeiras	5%	5%	0%	1%
Ações na bolsa	3%	3%	0%	0%
Plano de previdência privada	9%	8%	1%	1%
Plano ou seguro saúde	42%	38%	15%	17%





O mercado de meios eletrônicos de pagamento



Nos últimos doze meses, a tendência do mercado foi de expansão → 71% dos entrevistados residentes nos 11 principais mercados brasileiros possuem meio eletrônico de pagamento, em comparação com 67% em 2009.

As taxas de posse de meios eletrônicos variam de forma diretamente proporcional à classe econômica e escolaridade do entrevistado:

- ❑ São mais elevadas entre os que possuem curso superior (91% x 55% entre os que possuem nível fundamental)
- ❑ e entre os de classe econômica mais alta (83% nas classes A/B x 41% em D/E).

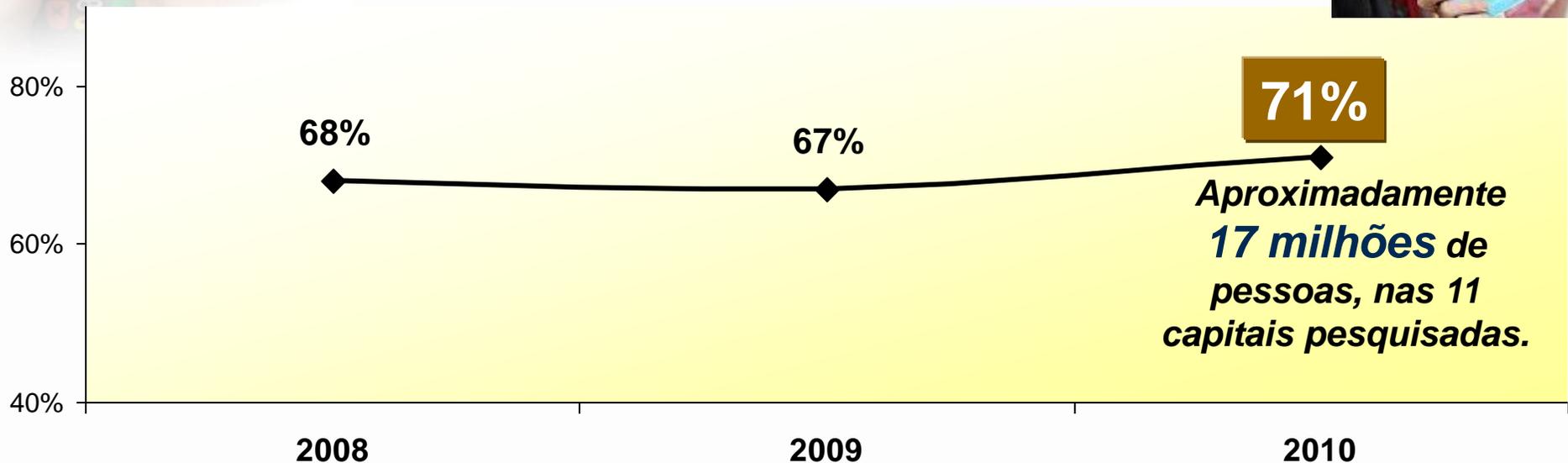
Com relação à idade, os índices de posse são mais significativos nas faixas intermediárias, entre 25 e 44 anos → a partir dessa idade a taxa cai de forma significativa.

A tendência é um acesso gradual dos estratos menos favorecidos aos meios eletrônicos de pagamento → os maiores crescimentos nos últimos doze meses foram detectados nas classes DE, nos níveis de menor escolaridade (sobretudo Fundamental) e entre os mais velhos, a partir de 60 anos.



Posse de Meios Eletrônicos - População

Cresce a **POSSE** de Meios Eletrônicos, entre a População.



Depois de permanecer estável por dois anos consecutivos, o índice de posse de Meios Eletrônicos tem crescimento significativo de 4 pontos percentuais, de 2009 a 2010.

(*) População 18 anos ou mais, 11 mercados: 23.833 mil habitantes (Fonte: IBGE - Censo 2000/ Estimativa 2009)

Base: Total população/ Fonte: PF3. Das formas de pagamento que estão neste cartão, quais você possui como titular ou dependente (estimulada e múltipla)

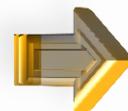
Posse de Meios Eletrônicos - População

De 2009 para 2010 cresce a posse de Meios Eletrônicos nos segmentos menos favorecidos.

Contudo, são esses públicos que apresentam ainda maior espaço para ampliação do mercado.

71%

**Possuem algum
meio eletrônico
de pagamento**



Superior: **91%**

Classes AB: **83%**

Brasília: **79%**

25 a 34 anos: **78%**

Fundamental: **55%** ↗

Classes DE: **41%** ↗

Belém: **55%**, Goiânia: **53%**

60 anos ou mais: **63%** ↗

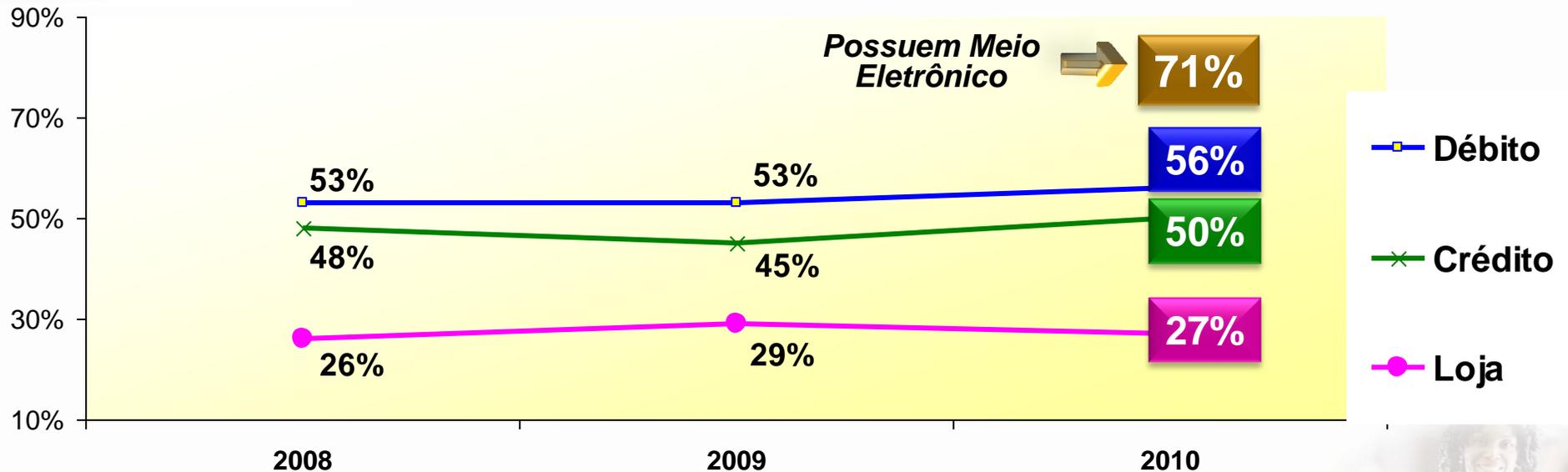


↗ 2009 vs. 2010 - crescimento

Posse de Meios Eletrônicos - População

CARTÃO DE CRÉDITO obteve o maior crescimento (5 pontos).

Ainda assim, a posse de **CARTÃO DE DÉBITO** continua a superar a de crédito.



Cartão de Débito e Crédito têm crescimento na posse, superando as taxas dos anos anteriores. → Cartão de Crédito Nacional tem crescimento mais significativo.

O mercado de meios eletrônicos de pagamento - População

Nos últimos doze meses, houve **crescimento na posse de cartão de crédito**, sobretudo o cartão **nacional**.

A posse de **cartão de débito** também apresentou tendência de expansão, embora de forma menos acentuada.

POSSE

	2008	2009	2010
MEIOS ELETRÔNICOS	68%	67%	71% ↑
CRÉDITO	48%	45%	50% ↑
Crédito tradicional NACIONAL	40%	38%	46% ↑
Crédito tradicional INTERNACIONAL	13%	11%	13%
Crédito EMERGENTE *	6%	5%	9% ↑
Crédito REGIONAL	0%	0%	0%
DÉBITO	53%	53%	56% ↑
LOJA	26%	29%	27%

* Emergentes: Hipercard, Aura e Good Card

Base: Total população

Fonte: PF3. Das formas de pagamento que estão neste cartão, quais você possui como titular ou dependente? (Estimulada e múltipla)

Posse de Meios Eletrônicos - População

A posse de cartão de crédito e débito ainda é mais forte nas **classes mais favorecidas**. → Cartão de Loja é o mais “democrático”.

CARTÃO DE DÉBITO

56%

- Classes **AB**
- Faixa de **25 a 34 anos**
- Capitais da região **Sul, Sudeste e Brasília**.

CARTÃO DE CRÉDITO

50%

- Classes **AB**
- Faixas de idade entre **25 e 44 anos**
- Destaque em **BH, SP e Brasília**.

CARTÃO DE LOJA

27%

- Classes **ABC**
- Índices mais **equilibrados** nas **faixas etárias**
- Capitais do **Norte e Porto Alegre**

De 2009 para 2010...

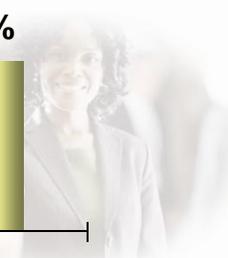
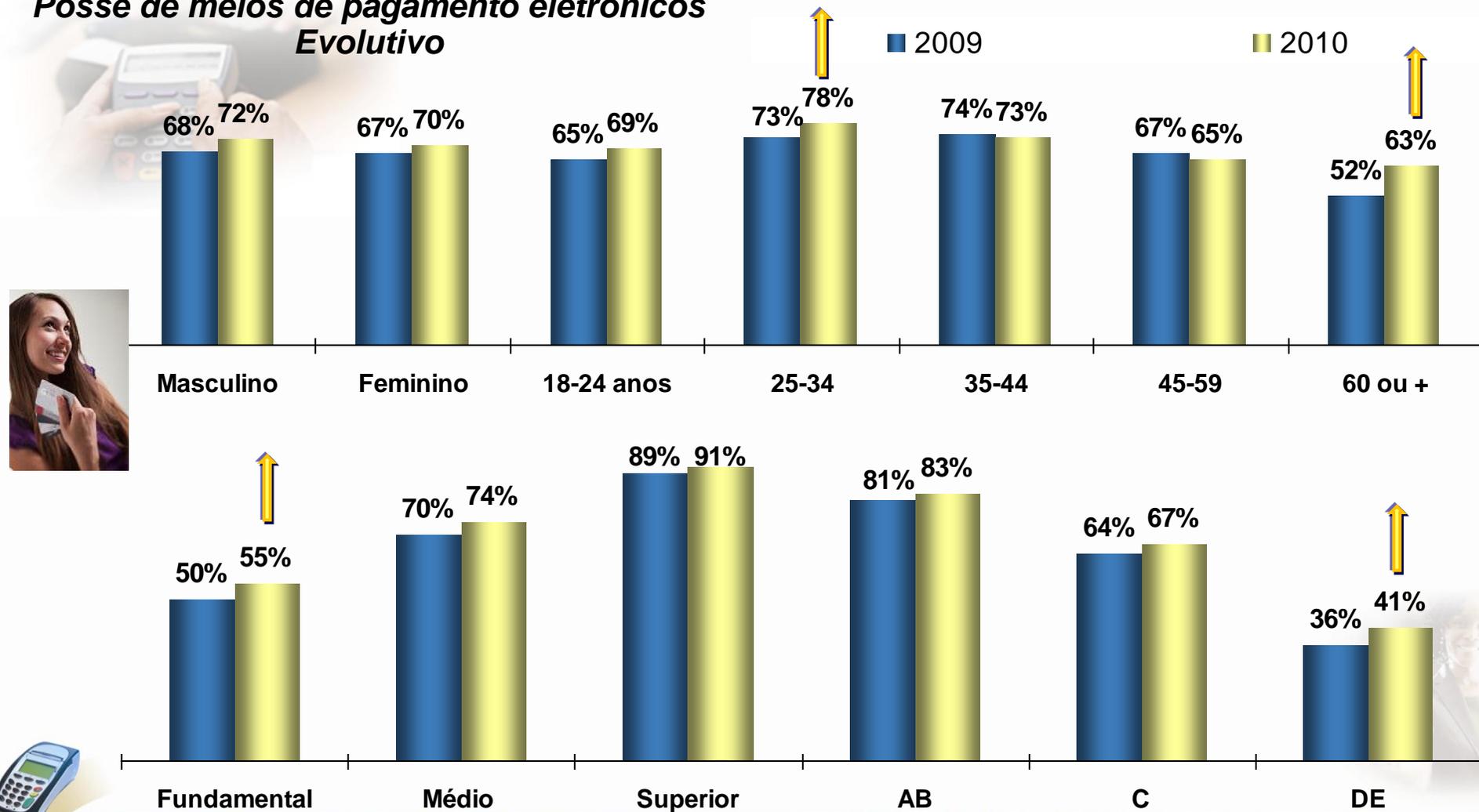
Crescimento nas **classes baixas (DE)** e entre os **mais velhos (60 anos ou mais)**, paralelamente ao crescimento de conta em banco.

De 2009 para 2010...

Aumento mais expressivo de posse na classe **C** e também entre os **mais velhos**.

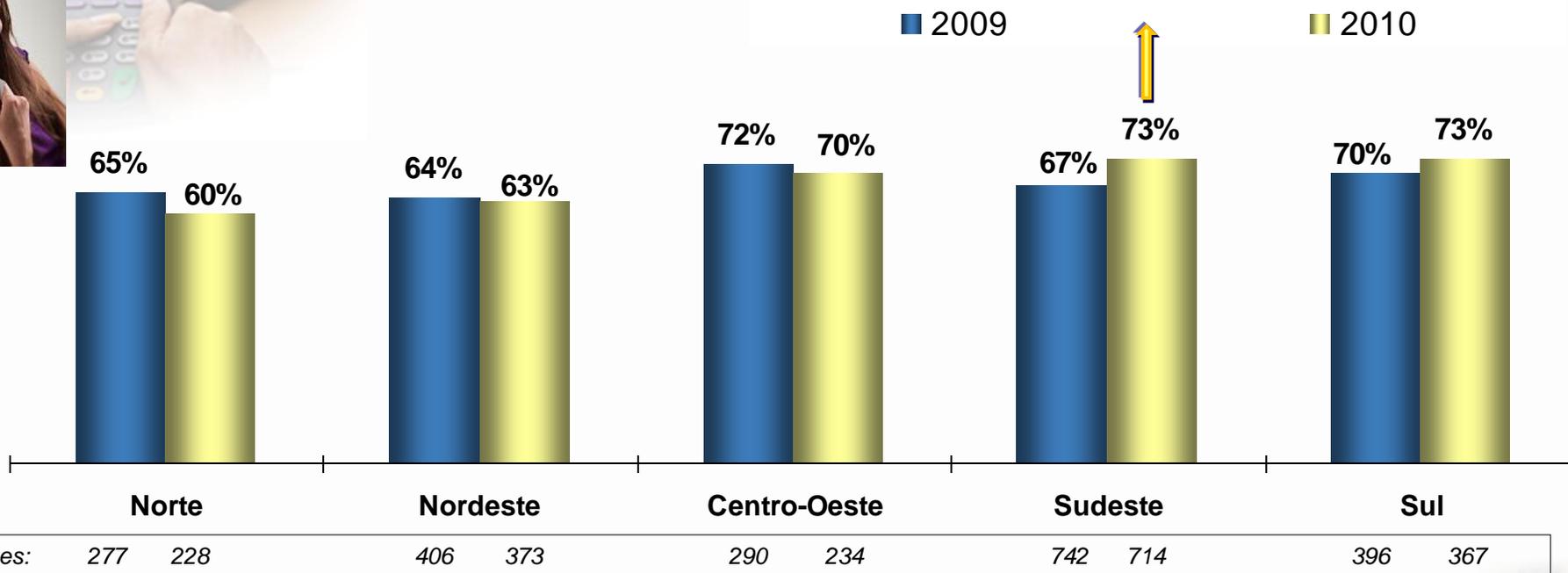
O mercado de meios eletrônicos de pagamento - População

Posse de meios de pagamento eletrônicos Evolutivo



O mercado de meios eletrônicos de pagamento - População

Posse de meios de pagamento eletrônicos Evolutivo



Margem de erro máxima

Norte: 6 p.p.

Nordeste: 5 p.p.

Centro-Oeste: 6 p.p.

Sudeste: 4 p.p.

Sul: 5 p.p.



O mercado de meios eletrônicos de pagamento - População

Meios eletrônicos

Banco



Classificação econômica

		AB	C	DE
Total 2010	71%	83%	67%	41% ↑
	2009 67%	81%	64%	36%
Cartão de débito	56%	72%	50%	28% ↑
	2009 53%	70%	49%	19%
Crédito e/ou loja	55%	68%	50%	28%
Cartão de crédito	50%	65% ↑	43% ↑	20%
	2009 45%	61%	38%	20%
Cartão de loja	27%	30% ↓	27%	13%
	2009 29%	38%	26%	15%
Conta em banco*	69%	82%	65%	44% ↑
	2009 67%	82%	64%	33%

Base: 1.916 813 911 192

(*) corrente e/ou poupança

A posse de meios eletrônicos de pagamento (cartão de crédito e débito) está diretamente relacionada à classe econômica.

De 2009 a 2010



Cartão de Débito teve grande crescimento nas classes baixas (DE), enquanto o Cartão de Crédito cresceu nas classes ABC.

O mercado de meios eletrônicos de pagamento - População

A posse de meios eletrônicos de pagamento é maior nas faixas de idade intermediárias (25 a 44 anos).

IDADE

Meios eletrônicos

Base: Total população

Banco

	Total	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais
Cartão de débito	71% 2009 53%	69% 50%	78% 67% ↑ 60%	73% 59% 61%	65% 51% 52%	63% 49% ↑ 38%
Cartão de crédito	50% 2009 45%	45% ↑ 37%	53% ↑ 47%	55% 53% 53%	46% 46% 49%	47% ↑ 31%
Cartão de loja	27% 2009 29%	27% ↓ 30%	28% ↓ 32%	30% 31%	24% ↓ 28%	23% 23%
Conta em banco*	69%	64%	75%	70%	71%	65%
	Base: 1.916	399	483	401	392	241

Contudo, os maiores crescimentos ocorreram entre os mais jovens (até 34 anos) e os mais velhos, a partir de 60 anos.

O mercado de meios eletrônicos de pagamento - Posse

(Em %)

Posse



	Total	POPULAÇÃO (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
DÉBITO	56	31	22	38	48	66	43	62	61	62	66	60
CRÉDITO	50	48	32	48	49	70	33	55	47	51	45	48
Crédito tradicional Nacional	46	47	31	47	48	68	29	52	41	47	41	45
Crédito tradicional Internacional	13	6	3	7	7	25	11	16	14	14	14	13
Cartão de crédito emergente	9	2	1	44	35	2	5	5	2	5	14	19
LOJA	27	35	42	30	32	23	18	27	32	19	27	38
Base	1916	108	120	177	196	111	123	126	231	357	194	173

Os cartões emergentes têm muita penetração nas capitais do Nordeste e, em menor grau, no Sul.

Nas outras regiões, têm pouca representatividade.



Base: Total população

Fonte: PF3. Das formas de pagamento que estão neste cartão, quais você possui como titular ou dependente? (Estimulada e múltipla)

O mercado de meios eletrônicos de pagamento - Posse

(Em %)

Posse



	Total	POPULAÇÃO (em %)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
DÉBITO	56	62	51	52	67	59	51	49	41	58	82	72	50	28
CRÉDITO	50	48	51	45	53	55	46	47	35	52	73	65	43	20
Crédito tradicional Nacional	46	45	47	43	49	51	44	43	34	48	64	58	42	20
Crédito tradicional Internacional	13	13	13	10	13	16	11	15	5	11	33	24	6	1
Cartão de crédito emergente	9	10	8	5	10	10	10	9	9	9	7	9	9	12
LOJA	27	21	31	27	28	30	24	23	20	30	30	30	27	13
Base	1916	932	984	399	483	401	392	241	617	900	399	813	911	192

Os índices de posse dos cartões de Crédito e Débito são mais elevados nos estratos mais favorecidos de classe e escolaridade.

Os emergentes têm tendência oposta e têm maior incidência nas classes DE.



Base: Total população

Fonte: PF3. Das formas de pagamento que estão neste cartão, quais você possui como titular ou dependente? (Estimulada e múltipla)



Meios de pagamento: eletrônicos vs. não- eletrônicos



Uso habitual de

População

MEIOS ELETRÔNICOS

2008

2009

2010

66%

63%

67%

MEIOS NÃO ELETRÔNICOS

99%

99%

100%

Retorno ao patamar + elevado de 2008

Preferência por usar:

MEIOS ELETRÔNICOS

2008

2009

2010

40%

36%

37%

MEIOS NÃO ELETRÔNICOS

58%

64%

63%

Contudo, a preferência ainda é pelos meios não eletrônicos.

O hábito de uso de meios eletrônicos de pagamento está bastante incorporado pela população → 67% da população faz uso habitual, percentual apenas um pouco abaixo do índice de posse (71%).

Meios de pagamento - População

Com o término da crise internacional, a tendência no período foi de **incremento no hábito de uso de cartão de crédito**, com retorno ao patamar de 2008.

Hábito

Preferência

Gastos/mês

	2008	2009	2010
MEIOS ELETRÔNICOS	66%	63%	67%
DÉBITO	48%	46%	47%
CRÉDITO	45%	40%	45%
LOJA	24%	24%	22%
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS	99%	99%	100%
DINHEIRO	99%	99%	100%

	2008	2009	2010
MEIOS ELETRÔNICOS	40%	36%	37%
DÉBITO	20%	19%	17%
CRÉDITO	19%	16%	17%
LOJA	2%	1%	2%
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS	58%	64%	63%
DINHEIRO	55%	61%	59%

	2009	2010
MEIOS ELETRÔNICOS	43%	44%
DÉBITO	18%	16%
CRÉDITO	22%	25%
LOJA	4%	3%
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS	57%	56%
DINHEIRO	42%	40%



MEIOS ELETRÔNICOS

DÉBITO

CRÉDITO

LOJA

MEIOS NÃO ELETRÔNICOS

DINHEIRO

Entre a população, **Dinheiro** continua o meio preferido para pagamento (59%).

Em termos de participação nos valores pagos no mês, o dinheiro detém a maior fatia (40%) →

Contudo, **os meios eletrônicos como um todo** superam esse valor e respondem por 44% dos gastos.

Cheque 4%
Boleto 4%
D.A. 2%
Carnê 2%

O Cartão de Débito é um meio mais utilizado pelos homens, ao passo que Crédito e Loja têm maior utilização pelas mulheres.



(Hábito possuidor)

Cartão de débito (66%)

Maior o costume de uso nas capitais do Sul, em São Paulo e Belo Horizonte, entre os homens e entre as classes AB. Menor utilização no Norte e Nordeste, entre os mais velhos e nas classes DE.

Cartão de crédito (64%)

Grande destaque em hábito em Recife e Brasília, além das classes AB. → É mais utilizado pelas mulheres. É um produto menos utilizado nas capitais do Sul e pelos pertencentes às classes CDE.

Cartão de loja (31%)

É grande o hábito de uso nas capitais do Norte e Nordeste, bem como em Porto Alegre. Também há destaque para as mulheres → Tende a ser mais utilizado pela classe C.

Em **preferência**, a tendência está bastante correlacionada à classe econômica e escolaridade: os mais favorecidos dão preferência aos Cartões (Débito + Crédito) e os menos favorecidos preferem o Dinheiro.



Razões de Preferência

Cartão de Débito



- + • **Praticidade/ agilidade**
 - **Segurança (não precisa andar com dinheiro)**
- Secundariamente:
- Maior controle dos gastos (comparativamente ao Crédito)

É prático e seguro

Cartão de Crédito

- + • **Praticidade/ agilidade**
 - **Parcelamento dos gastos**
- Secundariamente:
- Condições comerciais → ter mais dias para pagar/ pagar no mês seguinte

Pode postergar e parcelar pagamento

Dinheiro



- + • **Controle dos gastos**
- Secundariamente:
- Não ter taxas/ juros
 - Hábito

Maior controle sobre gastos



Uso habitual de

MEIOS ELETRÔNICOS

MEIOS NÃO ELETRÔNICOS

Possuidor

2008 2009 2010

96% 94% 95%

99% 99% 100%

Preferência por usar:

MEIOS ELETRÔNICOS

MEIOS NÃO ELETRÔNICOS

2008 2009 2010

59% 53% 52%

39% 47% 47%

Sem alterações
significativas de 2009
para 2010

Entre os **Possuidores**, quase a totalidade (95%) faz uso habitual dos meios eletrônicos de pagamento, confirmando a grande aceitação no segmento. Quando se trata da **preferência**, as opiniões ficam divididas, com alguma vantagem para os meios eletrônicos.

Meios de pagamento - Possuidor

Entre os meios eletrônicos, **CARTÃO DE CRÉDITO recupera espaço, em hábito de uso**, no último ano. → Esse meio **ganha** participação nos gastos pessoais, passando a representar **30%** do total gasto por mês. → **Cartão de Débito representa 20%**, com oscilação negativa em 2010.

Possuidor	Hábito			Preferência			Gasto/mês	
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2009	2010
MEIOS ELETRÔNICOS	96%	94%	95%	59%	53%	52%	53%	53%
DÉBITO 	70%	68%	66%	29%	28%	25%	22%	20%
CRÉDITO	66%	60%	64%	28%	24%	25%	27%	30%
LOJA	35%	36%	31%	2%	2%	3%	4%	3%
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS	99%	99%	100%	39%	47%	47%	47%	47%
DINHEIRO 	98%	99%	100%	35%	45%	44%	31%	30%

Base: Total possuidor

Fonte: P2. 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) P3. Das formas que você utiliza, qual delas você prefere para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única)

P5.. 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)

Cheque	5%	3%
Boleto	5%	5%
D.A.	2%	4%
Carnê	2%	2%

Meios de pagamento - População

2010



■ 2010 - Possuidor

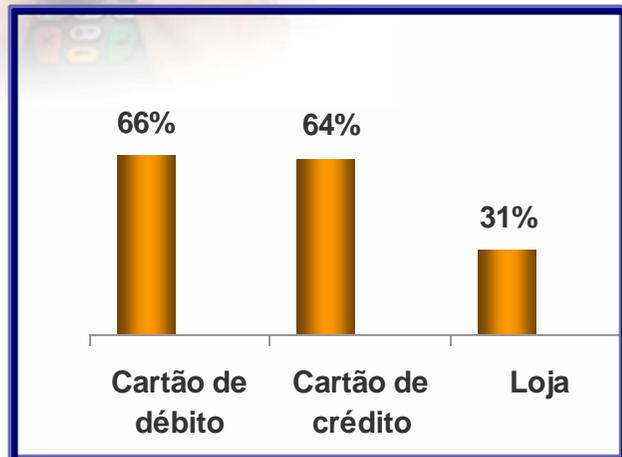
■ 2010 - Não possuidor

MEIOS ELETRÔNICOS



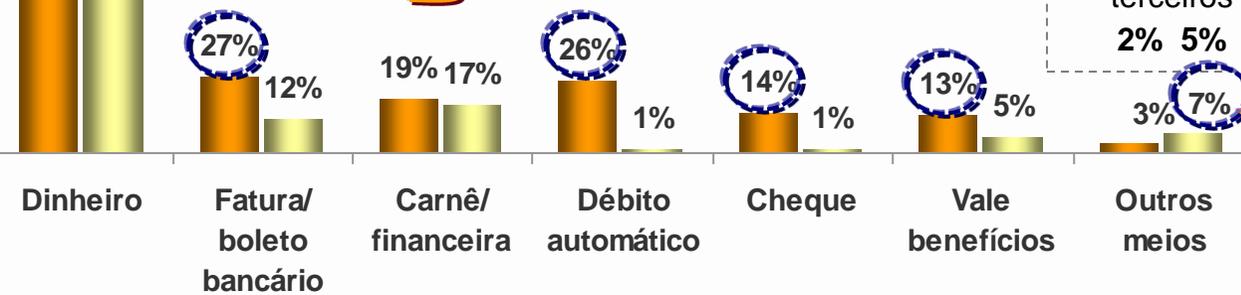
MEIOS NÃO ELETRÔNICOS

Habituais



100% 100%

Similar o uso de carnê entre os dois segmentos.



Cartão crédito terceiros
2% 5%



20%	30%	3%	30%	5%	2%	4%	3%	2%	0,2%
-	-	-	85%	5%	5%	0,1%	1%	1%	3%

Participação no volume pago/mês

Os **Possuidores** têm maior diversificação nas formas de pagamento. Além dos cartões, utilizam mais os Boletos bancários, Débito automático, Cheque e Vale Benefícios.

Não Possuidores têm percentual um pouco mais expressivo apenas nos Carnês e Faturas.



Base: Total possuidor e não possuidor

Fonte: P2. 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) P4. Gasto habitual em mês típico. P5. Valor pago no mês com cada meio.

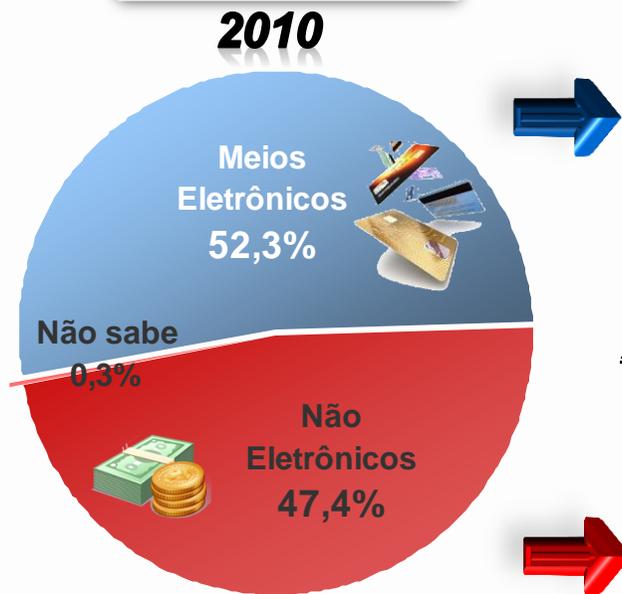
Meios de pagamento - Possuidor

Quando se trata da Preferência, as opiniões ficam divididas, com alguma vantagem para os Meios Eletrônicos.

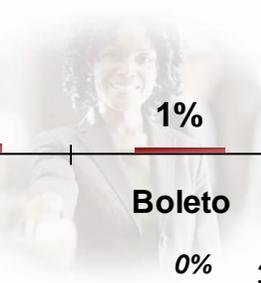
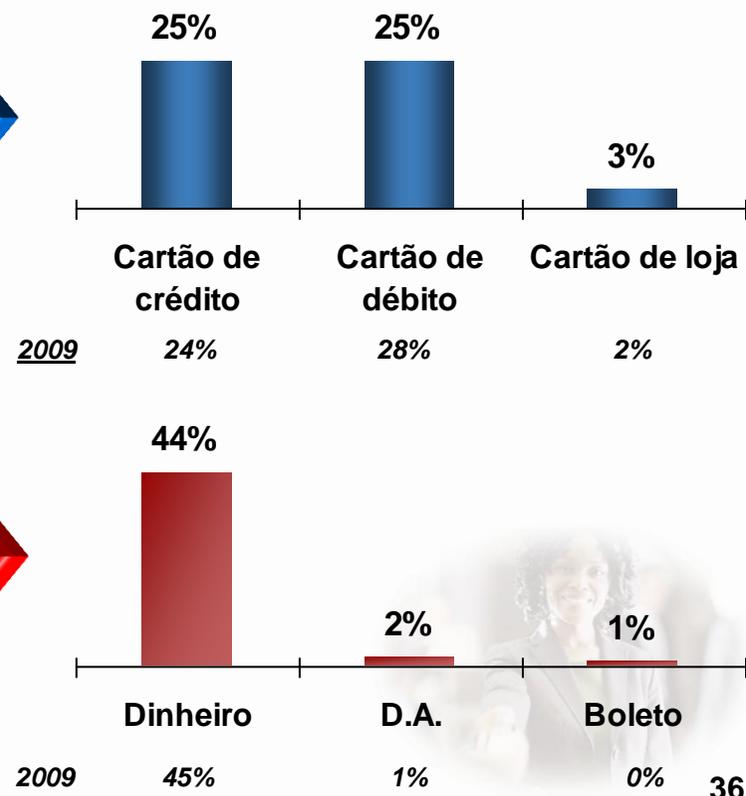
Preferência por usar: Possuidor

	2008	2009
Meios Eletrônicos	59%	53%
Meios Não Eletrônicos	39%	47%

Sem alterações significativas de 2009 para 2010, após queda em preferência para os Meios Eletrônicos.



Entre **Não Possuidores**, o Dinheiro monopoliza a Preferência (96%).



Preferência dos meios - Possuidor



Classificação econômica



Preferência por usar:

		AB	C	DE
Meios Eletrônicos (Total)		52%	63%	44%
	2009:	53%	63%	47%
Cartão de débito		25%	33%	17%
	2009:	28%	34%	24%
Cartão de crédito (não inclui loja)		25%	29%	11%
	2009:	24%	29%	20%
Dinheiro		44%	33%	67%
	2009:	45%	35%	67%
	Base 2010:	1.523	712	713
				98

Nas classes AB, os **MEIOS ELETRÔNICOS** detêm a preferência (63%).

Nas classes menos favorecidas (DE) há forte preferência pelo uso de **DINHEIRO** como meio de pagamento.



Meios de pagamento - Possuidor

(Em %)

Em Belém é mais elevada a preferência pelo Cartão de Loja.



Habituais

	Total	Ma naus	Belém	Reci- fe	Salva- dor	Brasí- lia	Goiâ- nia	Belo Hori- zonte	Rio de Janei- ro	São Paulo	Curiti- ba	Porto Alegre
Cartão de débito	66	36	28	38	53	68	65	74	63	77	78	70
Cartão de crédito	64	69	54	74	69	85	56	63	58	64	52	54
Cartão de loja	31	49	74	40	43	25	32	32	32	20	27	44
Cheque	14	4	3	5	5	25	17	21	12	18	12	9

Preferidos

Cartão de débito	25	8	5	11	10	31	16	41	17	30	34	37
Cartão de crédito	25	27	25	27	25	46	15	22	27	22	15	18
Cartão de loja	3	2	24	2	2	-	1	1	2	4	1	3
Cheque	0	-	-	-	-	-	2	2	-	0	1	-

Meios de pagamento - Possuidor

(Em %)

Habituais

	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Total meios eletrônicos	95	94	99	94	93	100	94	96	93	95	95	98
Cartão de débito	66	36	28	38	53	68	65	74	63	77	78	70
Cartão de crédito	64	69	54	74	69	85	56	63	58	64	52	54
Cartão de loja	31	49	74	40	43	25	32	32	32	20	27	44
Não eletrônicos	100	100	100	99	100	100	99	100	100	100	100	100
Dinheiro	100	100	100	99	100	100	99	99	100	100	99	100
Fatura/ boleto bancário	27	15	10	12	11	39	33	36	31	28	37	13
Parcelamento com carnê/ financeira	19	13	7	10	7	20	40	12	23	22	31	12
Débito automático em conta corrente	26	6	5	10	19	30	27	32	24	34	22	25
Cheque	14	4	3	5	5	25	17	21	12	18	12	9
Vale-benefícios (Visa Vale, Sodexo, Ticket e etc)	13	8	2	6	7	7	13	12	11	17	21	12
Base	1523	87	94	132	158	88	98	99	187	289	153	138



Base: Total possuidor

Fonte: P2. 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

(Em %)

Habituais



	POSSUIDOR (em %)													
	Total	Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Total meios eletrônicos	95	94	96	95	96	97	93	90	91	96	98	98	93	84
Cartão de débito	66	73	61	64	74	67	65	54	56	66	79	78	57	47
Cartão de crédito	64	59	68	60	64	68	63	62	56	62	76	72	58	45
Cartão de loja	31	24	37	36	30	33	26	26	27	34	27	29	34	20
Não eletrônicos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Dinheiro	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	99	100	100	100
Fatura/ boleto bancário	27	29	25	24	35	24	26	21	19	24	42	35	20	14
Parcelamento com carnê/ financeira	19	19	20	20	21	19	20	13	20	20	17	18	21	18
Débito automático em conta corrente	26	31	23	23	32	25	23	27	18	26	37	35	19	9
Cheque	14	17	12	6	13	16	16	23	9	10	27	23	6	2
Vale-benefícios (Visa Vale, Sodexo, Ticket, etc)	13	13	12	14	18	13	9	2	6	16	14	14	12	6
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98



Base: Total possuidor

Fonte: P2. 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 – Não possuidor

(Em %)

Habituais

	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Meios não eletrônicos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Dinheiro	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Fatura/ boleto bancário	12	12	7	11	9	-	20	20	18	11	12	4
Parcelamento com carnê/ financeira	17	4	8	19	7	9	32	27	26	16	20	9
Débito automático em conta corrente	1	-	-	-	-	-	8	-	-	-	3	-
Cheque	1	-	-	-	-	-	4	-	2	2	2	-
Vale-benefícios (Visa Vale, Sodexho, Ticket, etc)	5	5	4	8	2	4	-	11	4	5	5	2
Base	393	21*	26*	45	38	23*	25*	27*	44	68	41	35

(*) Base insuficiente para análise estatística



Base: Total não possuidor

Fonte: P2. 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 – Não possuidor

(Em %)

Habituais



	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)															
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica					
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E			
Meios não eletrônicos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Dinheiro	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Fatura/ boleto bancário	12	11	13	15	12	20	7	8	11	12	24	11	11	15			
Parcelamento com carnê/ financeira	17	14	19	16	20	17	15	17	16	19	10	15	17	19			
Débito automático em conta corrente	1	1	1	1	-	-	1	-	-	1	-	1	1	-			
Cheque	1	3	-	-	-	-	3	4	2	1	-	2	2	-			
Vale-benefícios (Visa Vale, Sodexo, Ticket, etc)	5	7	3	5	6	4	8	-	4	6	3	4	5	5			
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27*	101	198	94			

(*) Base insuficiente para análise estatística



Meios de pagamento - Possuidor

(Em %)

Preferidos

Em Brasília é maior a preferência pelos meios eletrônicos de pagamento (especialmente Cartão de Crédito).

	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Total meios eletrônicos	52	37	54	40	37	78	32	65	45	55	49	58
Cartão de débito	25	8	5	11	10	31	16	41	17	30	34	37
Cartão de débito à vista	24	8	5	10	9	31	16	38	17	29	33	35
Parcelamento no cartão de débito	1	-	-	1	1	-	-	3	-	0	1	3
Cartão de crédito	25	27	25	27	25	46	15	22	27	22	15	18
Cartão de crédito	15	17	12	14	13	26	10	11	19	14	9	13
Parcelamento no cartão de crédito	9	10	13	13	13	21	5	11	8	8	5	5
Cartão de loja	3	2	24	2	2	-	1	1	2	4	1	3
Meios Não eletrônicos	47	63	46	59	63	21	68	35	54	44	51	42
Dinheiro	44	62	44	59	57	19	58	33	51	41	47	39
Fatura/ boleto bancário	1	-	-	-	2	-	4	-	0	0	-	1
Débito automático em conta corrente	2	-	1	-	5	1	3	1	2	2	2	2
Base	1523	87	94	132	158	88	98	99	187	289	153	138



Meios de pagamento - Possuidor

(Em %)

Preferidos



	Total	POSSUIDOR (em %)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Total meios eletrônicos	52	51	53	50	54	52	55	49	46	48	67	63	44	28
Cartão de débito	25	27	23	24	29	20	27	20	16	23	36	33	17	13
Cartão de débito à vista	24	26	22	24	28	19	27	20	16	23	36	33	16	13
Parcelamento no cartão de débito	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	-
Cartão de crédito	25	23	26	21	21	30	26	27	25	21	31	29	22	11
Cartão de crédito	15	13	18	10	12	20	16	21	16	13	20	18	14	7
Parcelamento no cartão de crédito	9	11	9	11	9	10	10	6	9	9	11	11	8	3
Cartão de loja	3	1	4	5	3	2	2	2	4	3	-	1	4	4
Meios não eletrônicos	47	48	47	50	46	47	45	51	54	52	32	36	56	72
Dinheiro	44	45	44	47	42	44	44	45	52	48	28	33	53	67
Fatura/ boleto bancário	1	0	1	0	0	-	1	2	1	0	1	0	1	-
Débito automático em conta corrente	2	2	2	2	3	2	0	2	1	3	2	2	2	5
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98



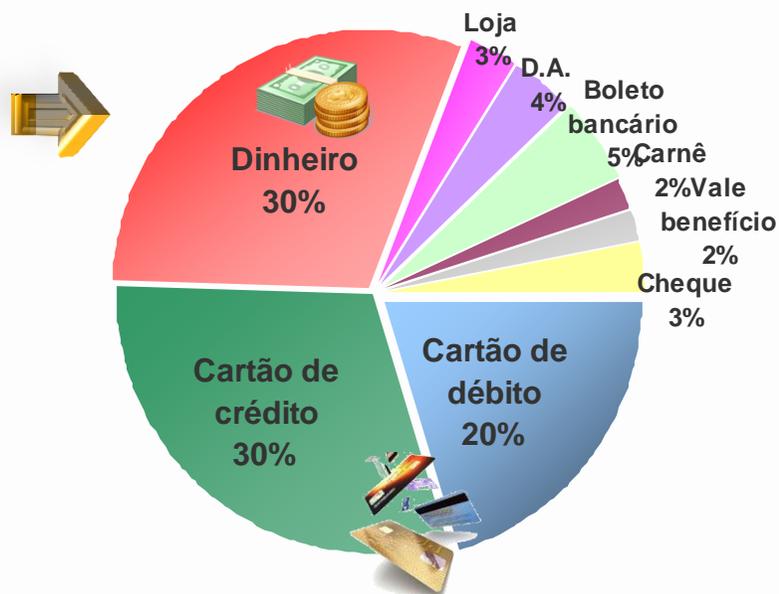
Base: Total possuidor

Fonte: P3. Das formas que você utiliza, qual delas você prefere para fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única)

Participação nos gastos mensais: Dinheiro e Cartão de Crédito detêm as maiores taxas de participação nos gastos mensais, entre Possuidores (30% cada). **Cartão de débito** vem a seguir, representando 20%.

Possuidor

Total Meios Eletrônicos: 53%



2009

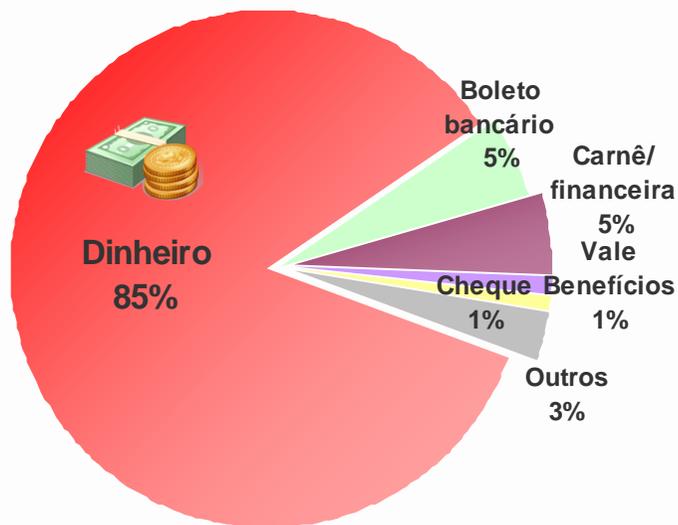
Dinheiro → 31%
Crédito → 27%
Débito → 22%
Loja → 4%
D.A. → 2%
Boleto → 5%
Cheque → 5%
Carnê → 2%
V. benefício → 1%



Participação nos gastos mensais

2010

Não Possuidor



Entre **Não Possuidores**, 85% dos gastos são realizados em **dinheiro**. Carnês e boletos representam 5% cada.



Participação no gasto mensal

2010

Possuidor

Não Possuidor

Média mensal (em R\$)

Gasto (em %)

Média mensal (em R\$)

Gasto (em %)

		1.199	100%	624	100%
GASTO TOTAL					
Meios eletrônicos		706	53%	-	-
Cartão de crédito		608	30%	-	-
Cartão de débito		405	20%	-	-
Cartão de loja		162	3%	-	-
Meios não eletrônicos		577	47%	624	100%
Dinheiro		378	30%	536	85%
Cheque		390	3%	471	1%
Carnê/ financeira		237	2%	315	5%
Fatura/ boleto bancário		297	5%	496	5%
Débito automático		235	4%	156	0%
Vale benefícios		207	2%	186	1%
Outros			0,2%		3%



Participação no gasto mensal

Nas capitais do **Norte e Nordeste** é maior a participação do **dinheiro** nos gastos mensais.

Em **Brasília**, destaque para o **Cartão de Crédito**, que representa quase a metade dos gastos.

Participação no volume pago/mês

	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Cartão de crédito	30	36	26	33	29	49	30	26	32	26	22	22
Cartão de débito	20	11	9	13	13	21	17	27	17	22	24	27
Cartão de loja	3	6	21	3	6	2	3	4	4	2	2	5
Dinheiro	30	40	38	38	41	22	31	23	31	28	35	34
Cheque	3	2	1	3	1	2	6	5	3	5	3	2
Carnê/ financeira	2	1	1	3	1	0	3	1	2	3	3	2
Fatura/ boleto bancário	5	3	4	2	2	1	4	8	5	6	5	3
Débito automático	4	0	0	3	5	1	4	5	4	6	4	4
Vale benefícios	2	1	0	0	1	1	1	2	1	2	2	2
Outros	0	-	-	1	0	-	-	-	0	0	-	-
Base	1523	87	94	132	158	88	98	99	187	289	153	138



Participação no gasto mensal

A participação do dinheiro nos gastos é maior nas classes mais baixas.

Participação no volume pago/mês

	Total	POSSUIDOR (em%)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Cartão de crédito	30	25	34	21	26	36	33	28	27	29	32	32	26	22
Cartão de débito	20	21	19	23	24	16	21	16	16	19	23	22	17	15
Cartão de loja	3	3	4	6	3	4	2	3	4	5	2	3	5	5
Dinheiro	30	32	28	32	29	28	30	34	41	33	21	25	39	52
Cheque	3	4	3	2	3	3	3	7	3	2	6	4	2	0
Carnê/ financeira	2	3	1	3	2	3	2	1	3	2	2	2	2	1
Fatura/ boleto bancário	5	5	4	6	6	5	3	4	3	4	7	5	4	2
Débito automático	4	5	4	4	6	4	4	5	3	4	5	5	3	2
Vale benefícios	2	2	2	3	3	2	1	1	1	2	2	2	2	1
Outros	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	-
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98



Participação no gasto mensal



Participação no volume pago/mês

	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Dinheiro	85	96	91	79	95	96	84	88	71	89	80	94
Carnê/financeira	5	-	7	2	4	2	9	2	9	3	12	-
Fatura/ boleto bancário	5	-	-	4	-	-	4	7	16	2	1	3
Cheque	1	-	-	-	-	-	-	-	0	2	1	-
Vale benefícios	1	4	1	3	0	-	-	3	1	2	1	-
Outros	3	-	1	12	0	2	-	-	3	3	3	3
Base	393	21*	26*	45	38	23*	25*	27*	44	68	41	35

(*) Base insuficiente para análise estatística



Participação no gasto mensal

Participação no volume pago/mês

	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Dinheiro	85	83	86	90	87	78	85	87	88	81	90	87	83	86
Carnê/financeira	5	6	4	5	9	5	2	7	4	7	1	3	7	5
Fatura/ boleto bancário	5	2	8	2	1	15	1	3	2	8	3	2	7	4
Cheque	1	1	-	-	-	-	2	1	1	-	-	1	0	-
Vale benefícios	1	2	1	1	1	1	2	-	1	1	1	1	1	2
Outros	3	5	1	2	1	1	7	1	2	2	6	6	1	3
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27*	101	198	94

(*) Base insuficiente para análise estatística

Razões preferência



Cresce valorização da praticidade, para os meios eletrônicos.

Praticidade
Segurança
Parcelamento
Controle dos gastos
Condições comerciais
Não tem taxas/ juros
Por ganhar milhas/ somar pontos fidelidade
Por ter o hábito
Promoções

Possuidor

Meios eletrônicos	
2009	2010
36%	50%
25%	26%
19%	26%
16%	20%
13%	12%
6%	5%
-	2%
-	1%
2%	1%

Cartão de Crédito	
2009	2010
25%	46%
11%	11%
36%	44%
9%	8%
26%	24%
2%	4%
-	3%
-	-
-	-

Cartão de Débito	
2009	2010
49%	56%
39%	43%
2%	2%
24%	34%
1%	1%
9%	6%
-	-
1%	-
-	0%

Dinheiro	
2009	2010
8%	19%
1%	2%
-	-
55%	62%
-	0%
25%	18%
-	-
2%	2%
14%	17%

Não possuidor

Dinheiro	
2009	2010
5%	11%
2%	2%
-	-
46%	51%
-	-
20%	13%
-	-
3%	6%
11%	12%

Meios de pagamento - Possuidor

(Em %)

Total meios eletrônicos



	Total	POSSUIDOR (em %)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
PRATICIDADE/ AGILIDADE/ RAPIDEZ/ BUROCRACIA	50	46	53	53	48	58	48	36	46	51	52	50	48	64
É prático, não precisa andar/ ter dinheiro	42	39	44	48	39	49	37	30	42	41	42	41	41	57
Pela aceitação/ aceito em todos os lugares	7	7	7	10	7	8	6	5	2	8	9	7	7	3
Pagamento é rápido/ sem filas	5	7	4	2	8	5	6	3	5	4	8	7	3	8
Por não ter burocracia	1	1	1	0	-	2	1	1	1	1	1	1	1	-
SEGURANÇA	26	27	25	25	28	25	28	19	22	26	29	29	22	16
Medo de assalto	18	19	16	19	17	16	21	15	18	18	17	19	17	2
É seguro ter senha/ em caso de roubo pode cancelar apenas para cartões	5	5	4	4	6	4	5	1	4	5	5	5	3	14
É seguro não precisa sacar dinheiro	4	3	5	2	7	4	3	3	1	4	7	5	2	-
PARCELAMENTO	26	23	28	29	24	31	24	15	30	29	18	19	34	31
Poder parcelar o pagamento/ várias parcelas	22	19	24	26	19	29	19	13	28	24	14	16	29	26
Poder parcelar o pagamento sem juros	4	4	3	3	6	3	3	3	1	5	3	3	5	5
Base	759	376	383	145	209	162	159	84	179	346	234	428	301	30

continua ...

Parcelamento é mais valorizado entre as mulheres, os mais jovens e nas classes mais baixas.

Meios de pagamento - Possuidor

(Em %)

Total meios eletrônicos



... continuação

	POSSUIDOR (em %)													
	Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica			
	Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E	
CONTROLE DOS GASTOS	20	19	21	23	18	17	21	14	19	27	25	13	15	
Para controlar os gastos/ gastar somente o necessário/ evita dívidas	13	12	14	17	16	13	9	13	9	14	16	17	8	13
O dinheiro sai direto da conta/ evita dívidas	7	7	7	6	7	6	8	8	5	6	10	8	5	1
CONDIÇÕES COMERCIAIS	12	11	13	7	11	14	11	24	21	10	9	10	16	13
Ter 40 dias para pagar/ pagar no mês seguinte/ data mensal fixa para pagamento	11	11	12	7	10	12	11	21	19	9	9	9	15	13
TAXAS / JUROS	5	8	3	7	5	5	5	3	5	7	3	5	6	4
Por não ter juros/ juros mais baixos	5	7	3	6	5	5	5	3	4	7	3	4	6	4
Por não ter que pagar taxas	1	1	-	2	0	-	1	-	2	1	-	0	1	-
POR GANHAR MILHAS/ SOMAR PONTOS DE FIDELIDADE	2	2	1	1	1	3	1	3	0	1	4	3	0	-
POR TER O HÁBITO/ PREFERE DE PAGAR COM O MEIO	1	1	-	-	-	1	1	-	0	0	1	0	1	-
PROMOÇÕES	1	-	1	1	-	0	1	-	1	1	-	-	1	-
Base	759	376	383	145	209	162	159	84	179	346	234	428	301	30



Base: Total possuidor, meio preferido

Fonte: P6a. Por quais razões você prefere fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços com ____? (Espontânea e múltipla)

Meios de pagamento - Possuidor

(Em %)

Total meios não eletrônicos

	Total	POSSUIDOR (em %)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
CONTROLE DOS GASTOS (para controlar os gastos/ gastar somente o necessário/ evita dívidas)	59	51	66	63	56	60	57	60	59	62	50	58	62	49
PRATICIDADE/ AGILIDADE/ RAPIDEZ/ BUROCRACIA	20	24	16	22	22	20	18	14	19	18	28	19	20	21
Pagamento é rápido/ sem filas	9	13	5	8	13	9	7	6	8	9	11	8	9	9
Pela aceitação/ aceito em todos os lugares	7	7	7	8	7	5	11	6	9	5	9	6	8	6
É prático, não precisa andar/ ter dinheiro	2	2	2	4	1	2	1	2	1	2	2	2	1	4
Por não ter burocracia	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	-
TAXAS / JUROS	18	19	17	13	22	13	20	23	22	16	16	15	18	27
Por não ter juros/ juros mais baixos	16	15	16	12	18	12	19	20	20	14	11	12	17	22
Por não ter que pagar taxas	2	4	1	0	4	1	2	4	2	2	5	3	1	5
Por não ter que pagar anuidade	1	1	0	-	1	-	-	1	0	0	1	-	1	-
PROMOÇÕES	16	18	15	14	21	16	15	12	13	16	25	17	16	16
Descontos em pagamentos à vista	15	17	14	14	19	16	13	11	12	15	25	16	15	15
Promoções da loja em geral	1	1	1	1	2	-	2	1	1	1	1	2	1	1
Base	758	370	388	169	194	169	134	92	231	391	136	282	408	68

continua ...



Meios de pagamento - Possuidor

(Em %)

Total meios não eletrônicos

... continuação

	POSSUIDOR (em %)													
	Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica			
	Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E	
RESTRIÇÕES AO USO DE MEIOS ELETRÔNICOS	4	4	5	2	6	6	4	6	4	1	2	6	3	
Por não conseguir adquirir cartão/ ter restrições	2	1	2	2	1	3	3	-	3	2	0	1	3	1
Por não ter cartão/ outras formas de pagamento/ por ser a forma/ meio que recebe pagamento	2	2	2	3	-	1	3	3	3	1	0	1	2	2
SEGURANÇA	3	3	3	4	4	2	3	4	1	2	11	5	2	7
Medo de assalto	2	1	2	2	2	1	1	3	0	2	5	2	1	6
Medo de clonagem	1	1	1	2	1	0	1	-	1	1	3	1	1	-
POR TER O HÁBITO/ PREFERE PAGAR COM O MEIO	2	1	2	1	0	4	1	4	2	1	2	2	1	5
PARA EVITAR CONSTRANGIMENTO NA HORA DO PAGAMENTO, ESTAR SEM DINHEIRO NA CONTA/ CRÉDITO	1	1	0	0	0	-	2	-	1	0	-	0	1	-
CONDIÇÕES COMERCIAIS (ter 40 dias para pagar/ pagar no mês seguinte/ data mensal fixa para pagamento)	1	2	1	1	3	-	2	-	-	1	4	2	1	-
DIFICULDADE NA UTILIZAÇÃO DE MEIOS ELETRÔNICOS (por ter senha difícil o uso (letras, números))	1	2	0	1	-	1	1	2	2	1	0	1	1	1
PARCELAMENTO (poder parcelar o pagamento sem juros)	1	0	1	0	0	1	-	3	2	0	-	0	1	-
Base	758	370	388	169	194	169	134	92	231	391	136	282	408	68

Base: Total possuidor

Fonte: P6a. Por quais razões você prefere fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços com _____? (Espontânea e múltipla)

Meios de pagamento - Não Possuidor

(Em %)

Dinheiro



	NÃO POSSUIDOR (em %)													
	Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica			
	Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E	
CONTROLE DOS GASTOS (Para controlar os gastos/ gastar somente o necessário/ evita dívidas)	51	57	47	54	54	53	53	41	48	56	49	57	49	52
TAXAS / JUROS	13	13	14	9	15	19	16	5	14	14	-	7	17	11
Por não ter juros/ juros mais baixos	12	12	12	9	12	16	16	5	13	12	-	7	15	10
Por não ter que pagar taxas	2	1	3	1	3	3	4	-	2	3	-	3	3	1
RESTRIÇÕES AO USO DE MEIOS ELETRÔNICOS	29	26	31	28	31	24	27	37	30	26	33	33	28	26
Por não ter cartão/ outras formas de pagamento/ por ser a forma/ meio que recebe pagamento	12	14	11	17	15	7	8	17	14	10	16	14	14	7
Por não conseguir adquirir cartão/ ter restrições	11	9	12	10	14	4	13	12	9	12	17	15	8	13
Por não ter conta corrente	7	4	9	2	5	14	7	8	9	5	4	7	7	6
PROMOÇÕES	12	12	11	14	9	13	11	11	11	13	11	9	14	9
Descontos em pagamentos à vista	11	11	11	11	9	13	10	11	9	13	9	8	13	9
Promoções da loja em geral	2	2	2	4	-	2	1	-	2	-	6	1	1	2
Por ter senha dificulta o uso (letras, números)	1	-	1	-	-	1	-	4	1	-	-	-	1	-
Base	377	172	205	82	75	63	94	63	198	153	26*	96	192	89

(*) Base insuficiente para análise estatística continua ... 57

Base: Total não possuidor, meio preferido

Fonte: P6a. Por quais razões você prefere fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços com ____? (Espontânea e múltipla)

Meios de pagamento - Não Possuidor

(Em %)

Dinheiro



... continuação

	NÃO POSSUIDOR (em %)													
	Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica			
	Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E	
PRATICIDADE/ AGILIDADE/ RAPIDEZ/ BUROCRACIA	11	13	9	20	11	9	5	9	11	12	11	12	12	9
Pagamento é rápido/ sem filas	8	10	6	16	3	9	3	9	8	9	3	8	8	7
Pela aceitação/ aceito em todos os lugares	3	2	4	4	6	1	2	3	3	3	2	6	3	1
Por não ter burocracia	3	4	2	9	3	-	2	-	3	3	-	4	3	1
SEGURANÇA (medo de clonagem)	2	1	3	-	1	4	4	3	1	4	-	3	3	-
POR TER O HÁBITO/ PREFERE PAGAR COM O MEIO	6	6	6	4	7	7	4	9	7	4	6	4	6	8
DIFICULDADE NA UTILIZAÇÃO DE MEIOS ELETRÔNICOS	2	1	2	2	-	1	1	5	2	1	5	2	2	-
Por ter senha dificulta o uso (letras, números)	1	-	1	-	-	1	-	4	1	-	-	-	1	-
Base	377	172	205	82	75	63	94	63	198	153	26*	96	192	89

(*) Base insuficiente para análise estatística



Base: Total não possuidor, meio preferido

Fonte: P6a. Por quais razões você prefere fazer compras de produtos, alimentos e/ou serviços com ____? (Espontânea e múltipla)

Utilização de cartão de terceiros

Houve crescimento na utilização de cartão de terceiros, de 2009 para 2010



Cerca de 1 em cada 5 **Possuidores** utiliza cartão de crédito de terceiros.

Entre **Não Possuidores** o percentual é mais elevado, ficando próximo a um terço.

+

Mulheres: 22%
18-24 anos: 27%
25-34 anos: 28%
Ensino médio: 22%

-

A partir de 60 anos: 9%

+

Ensino médio: 31%

-

A partir de 60 anos: 14%
Classe A: 7%



Utilização de cartão de terceiros



	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Utiliza	19	27	23	26	23	11	17	12	18	20	21	14
Base	1523	87	94	132	158	88	98	99	187	289	153	138

	Total	POSSUIDOR (em %)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Utiliza	19	16	22	27	28	12	12	9	13	22	19	19	18	22
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98



Utilização de cartão de terceiros



	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Utiliza	27	21	35	38	27	12	24	20	23	31	17	25
Base	393	21*	26*	45	38	23*	25*	27*	44	68	41	35

	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Utiliza	27	26	27	29	29	31	27	14	24	31	24	31	23	29
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27*	101	198	94

(*) Base insuficiente para análise estatística



Uso dos meios eletrônicos por categoria de produtos:



Em alguns segmentos o uso do Meio Eletrônico ainda não é hábito.

Meios Eletrônicos

Roupas, calçados, jóias	63%
Bens duráveis para casa	62%
Passagens (aéreas e terrestre)	57%
Hotéis, pousadas, etc.	56%
Material para construção	51%

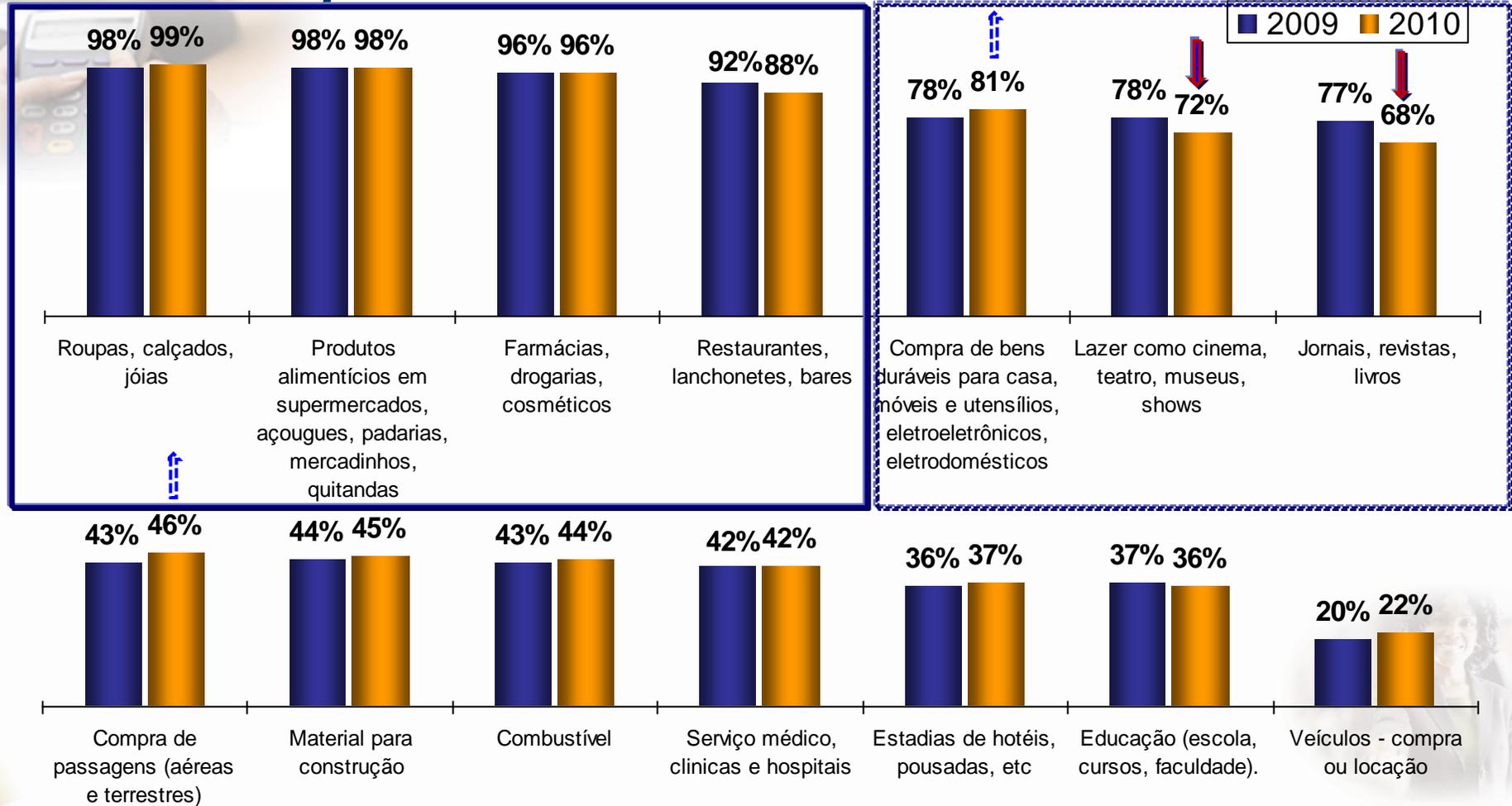


Não Eletrônicos

Jornais, revistas, livros	89%
Educação	87%
Veículos (compra ou locação)	78%
Lazer (cinema, teatro, shows, etc)	77%
Serviço médico, clínicas	75%
Restaurantes, lanchonetes, bares	63%



Costuma comprar



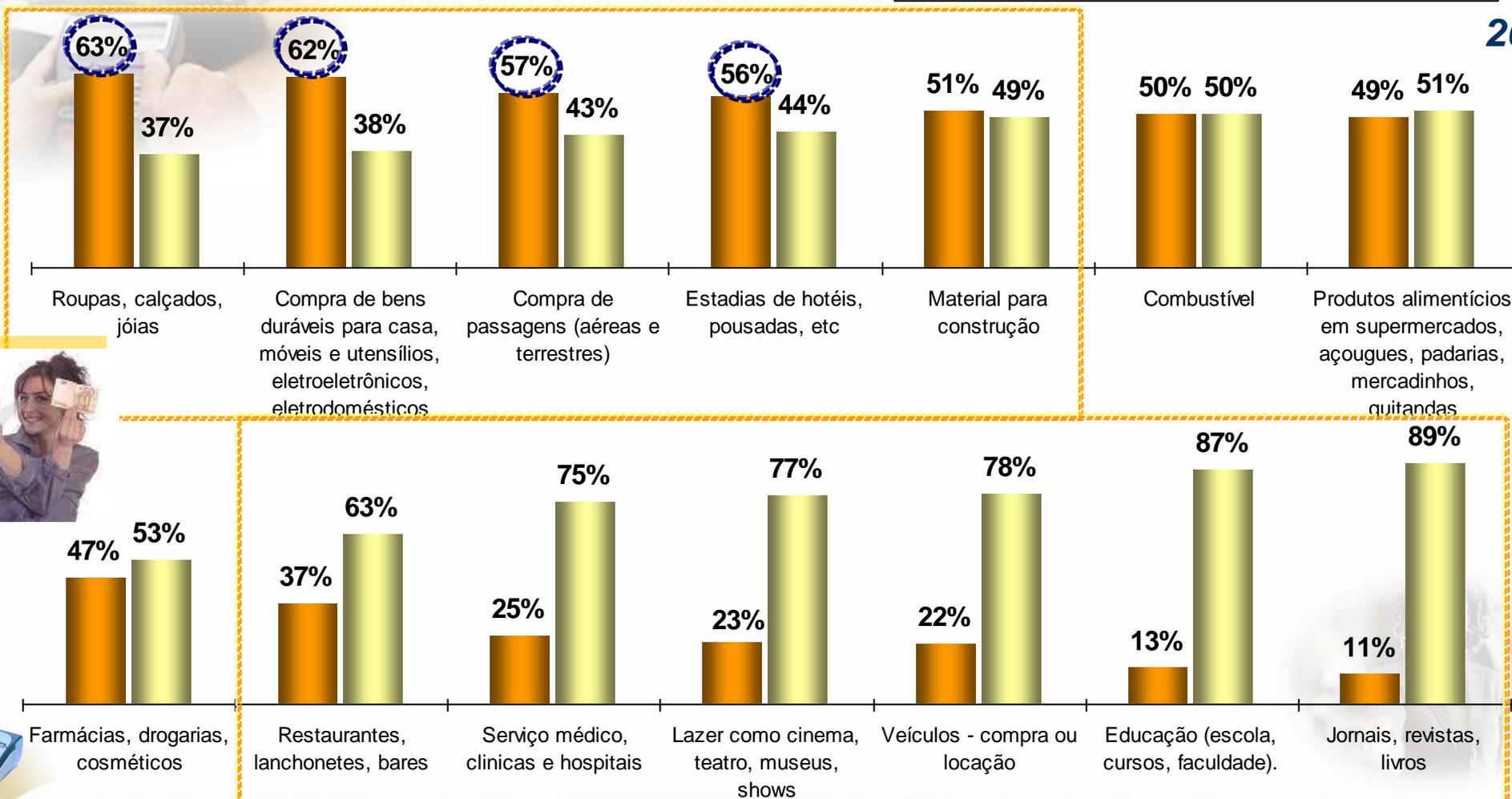
Base: Total possuidor

Fonte: P7. Das formas de pagamento que estão neste cartão, qual delas você utiliza com maior frequência para fazer pagamentos de ____? (Estimada e única, por produto/serviço)

Principais meios utilizados para compra

■ Meios eletrônicos ■ Não eletrônicos

2010



Base: Possuidor que compra o produto/serviço

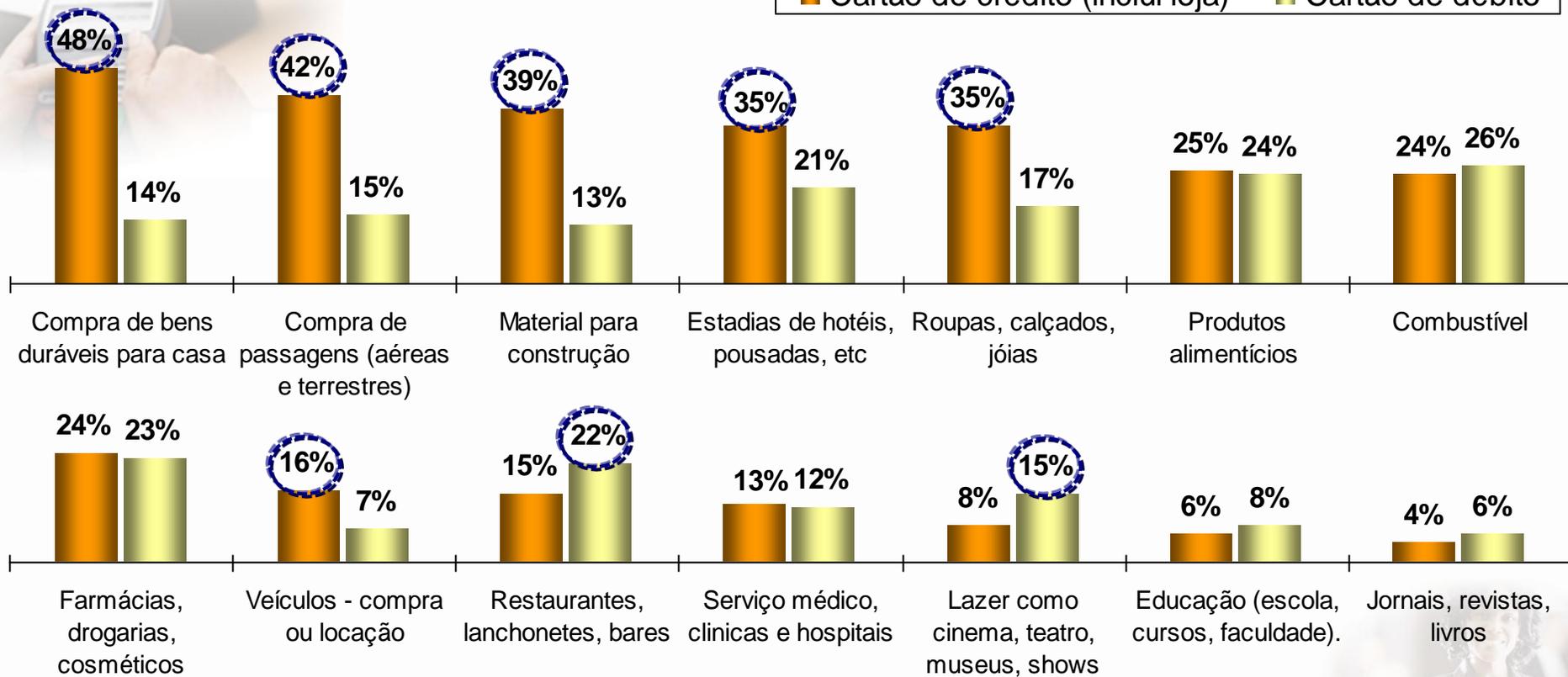
Fonte: P7. Das formas de pagamento que estão neste cartão, qual delas você utiliza com maior frequência para fazer pagamentos de ___?

(Estimulada e única, por produto/serviço)

Meios eletrônicos utilizados para compra

2010

■ Cartão de crédito (inclui loja) ■ Cartão de débito



+ Cartão de Crédito: Bens duráveis, Passagens, Material de construção, Hotéis, Roupas/ calçados/ jóias

+ Cartão de Débito: Lazer e Restaurantes/ Bares/ lanchonetes



Base: Possuidor que compra o produto/serviço

Fonte: P7. 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 – Possuidor

(Em %)

Principais meios utilizados para compra

	Cartão débito	Cartão crédito	Cartão loja	Cheque	Dinheiro	Carnê	Fatura/ boleto	Vale benefici- cios	Cartão de crédito de terceiros*
Roupas, calçados, jóias	17	35	12	1	33	1	0	-	1
Compra de bens duráveis para casa, móveis e utensílios, eletroeletrônicos, eletrodomésticos	14	42	6	2	24	8	3	-	1
Compra de passagens (aéreas e terrestres)	15	41	0	0	40	-	1	0	1
Estadias de hotéis, pousadas, etc	21	35	0	2	40	-	1	0	0
Material para construção	13	38	1	4	41	1	1	-	1
Combustível	26	23	0	0	49	-	0	0	-
Produtos alimentícios em supermercados, açougues, padarias, mercadinhos, quitandas	24	23	3	0	45	-	-	4	1
Farmácias, drogarias, cosméticos	24	23	0	1	50	-	0	0	1
Restaurantes, lanchonetes, bares	22	15	0	0	59	-	-	4	0
Serviço médico, clínicas e hospitais	13	12	0	3	54	1	10	2	-
Lazer como cinema, teatro, museus, shows	15	8	0	0	77	-	-	-	-
Veículos - compra ou locação	7	16	-	4	42	12	16	0	0
Educação (escola, cursos, faculdade)	8	6	0	3	71	1	11	-	-
Jornais, revistas, livros	6	4	-	1	87	0	1	-	-

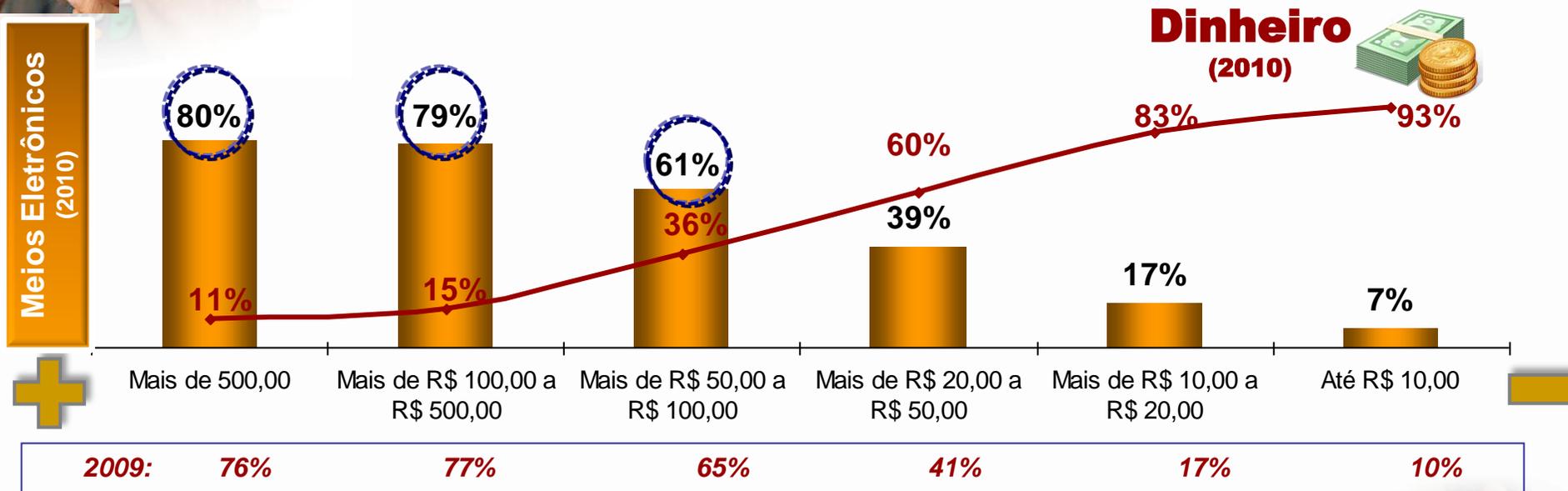


Base: Possuidor que compra o produto/serviço

Fonte: P7. 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 por faixa de valor:



Entre Possuidores, os Meios Eletrônicos são mais utilizados, para valores acima de R\$50,00. → Similar a 2009.



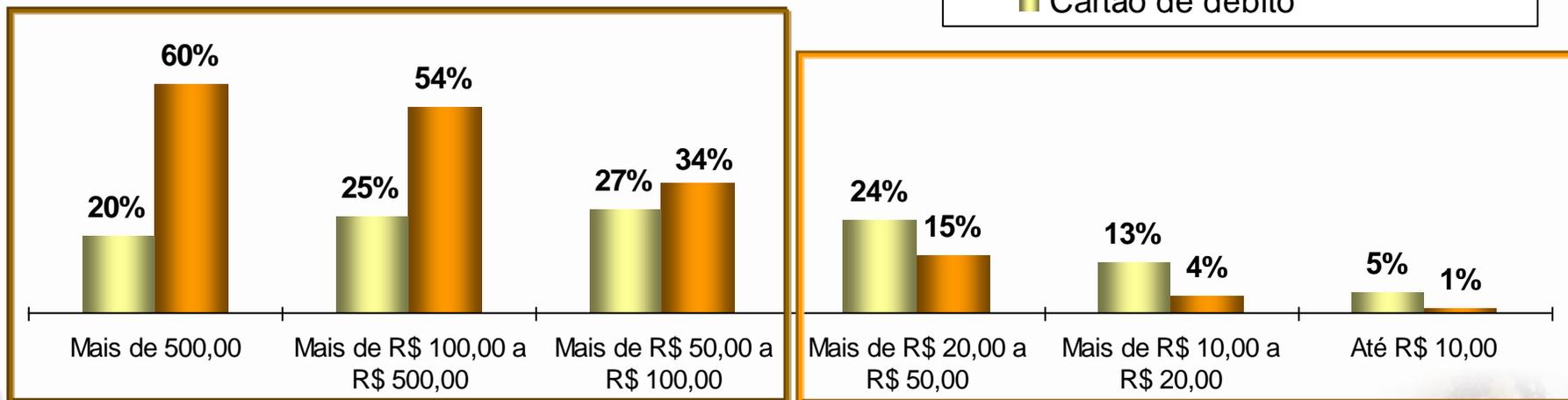
Meios de pagamento por faixa de valor:

2010

A função de uso de cartão de débito se assemelha a dinheiro
(maior utilização abaixo de R\$ 50,00).

- Cartão de crédito (inclui loja)
- Cartão de débito

Meios Eletrônicos
(2010)



E na distribuição entre Crédito e Débito:

+ Cartão de Crédito: acima de 100 reais

+ Cartão de Débito: 50 reais ou menos



Base: Possuidor que faz compra no valor

Fonte: P8. 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)

Entre os **Não Possuidores** foi detectado **aumento no índice de compradores:**

- Tanto com relação a bens duráveis, material de construção, veículos
- Como lazer, passagens, estadias em hotéis.

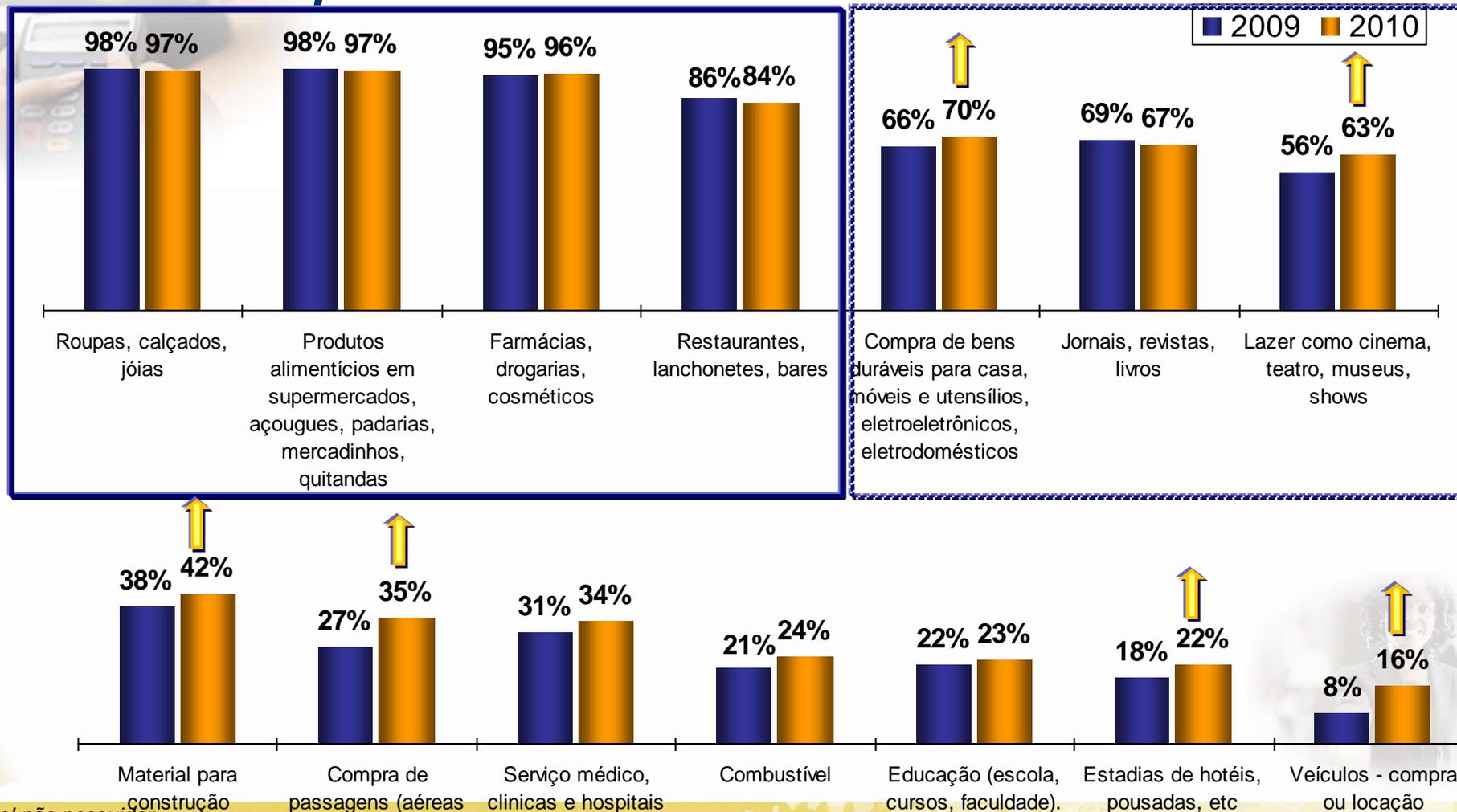


E o Dinheiro é o meio de pagamento mais utilizado:

- em todos os itens (caindo um pouco apenas para Bens duráveis)
- e todos os valores (alguma queda apenas a partir de 100 reais)



Costuma comprar



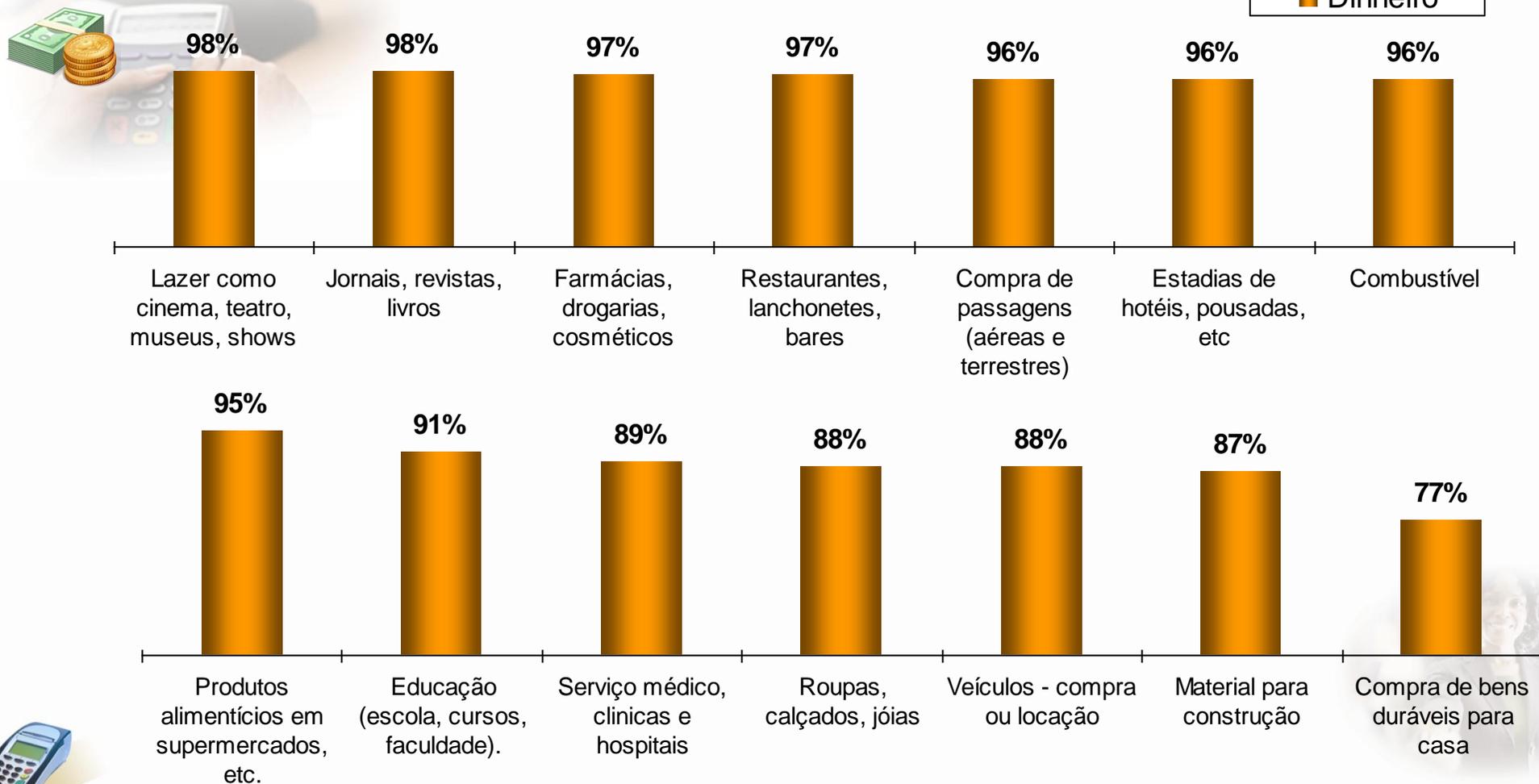
Base: Total não possuidor

Fonte: P7. 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)

Utilização de dinheiro para compra

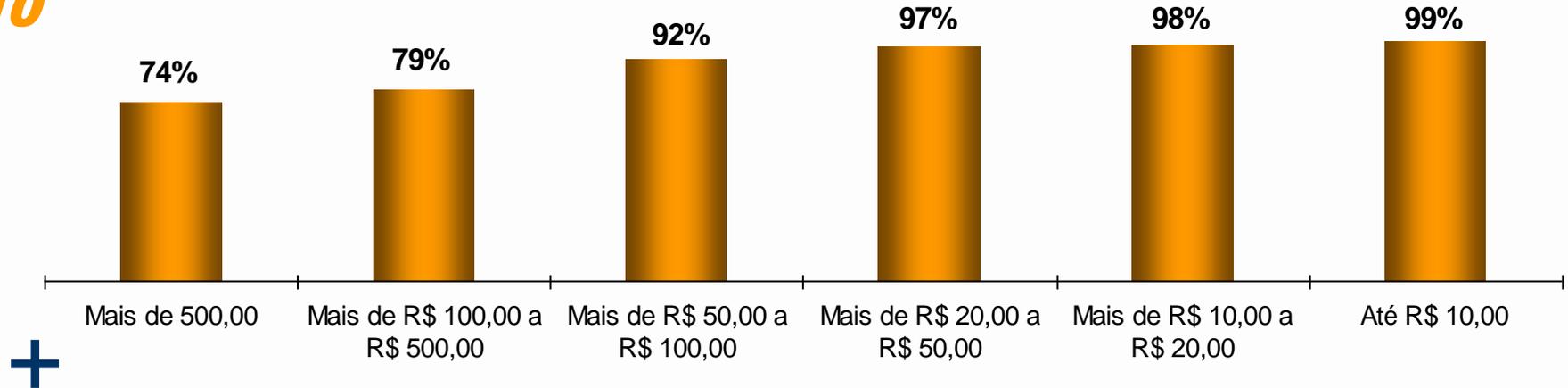
2010



Meios de pagamento por faixa de valor



Dinheiro 2010



Entre **Não Possuidores**, o **Dinheiro** é a forma de pagamento mais utilizada, atingindo patamar superior a 90%, quando se tratam de valores menores que R\$ 100,00.





Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

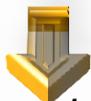


Cartão de Débito e Crédito têm em comum algumas vantagens percebidas por usuários e não usuários: **peelo fato de não precisar andar com dinheiro, há percepção de Maior Segurança.**
Agilidade na hora do pagamento também constitui vantagem dos cartões, de forma geral.

Crédito

- O cartão de crédito tem como grandes vantagens **o prazo para pagamento e a possibilidade de parcelar as compras, sem juros.**

Contudo, em função das facilidades oferecidas, tem a desvantagem do menor controle sobre os gastos.



E sua utilização pode levar à grande desvantagem percebida → **pagamento de juros altos e multas**



Débito

- A grande vantagem do cartão de débito é **sua praticidade.**

Comparativamente ao cartão de crédito, proporciona maior controle dos gastos.



Por outro lado, há percepção de **risco de clonagem e roubo** e tem a desvantagem (frente ao crédito) de **saída imediata do dinheiro da conta.**



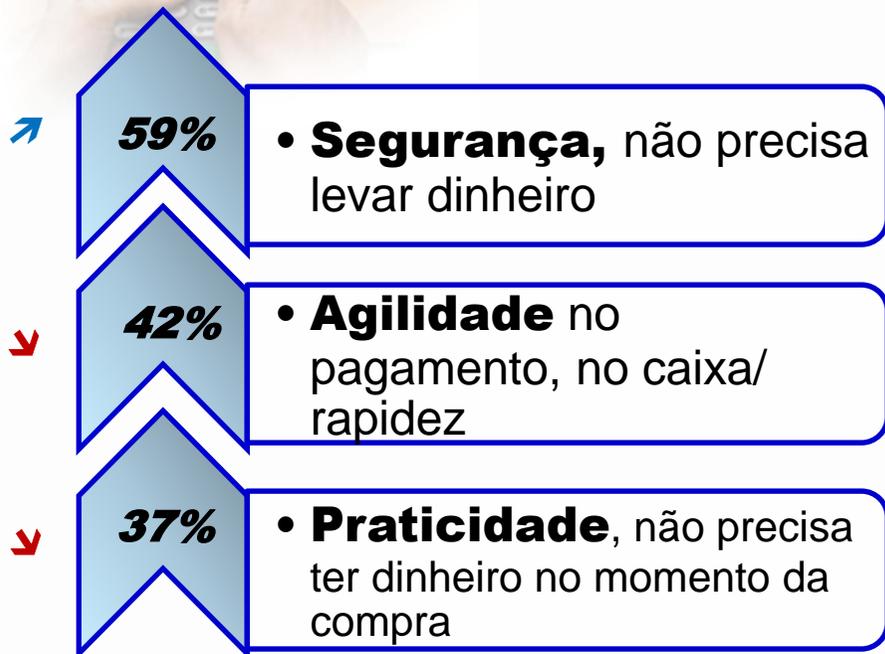
Cartão de Débito



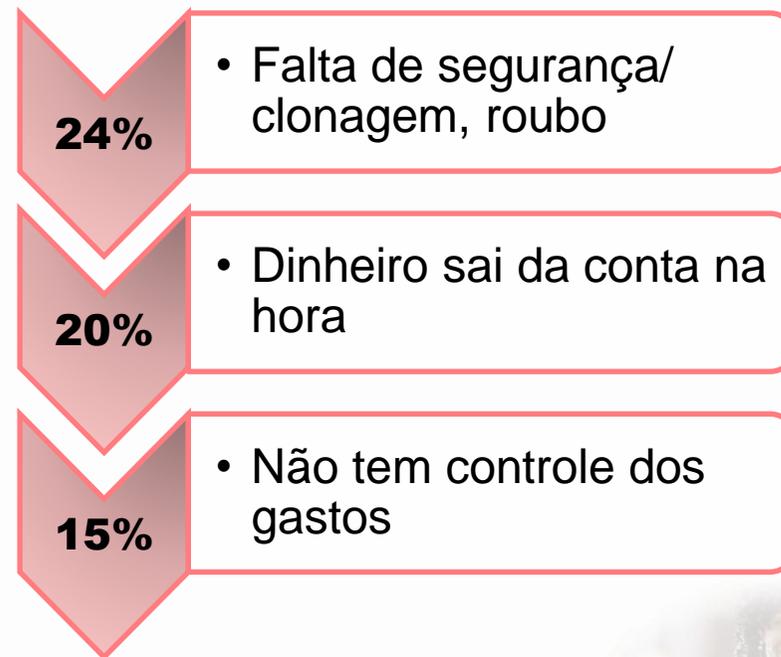
Possuidor

Cartão de débito

PONTOS FORTES



PONTOS FRACOS



Classe AB, curso superior ➔ maior preocupação com segurança.

➔ 2009 vs. 2010 - crescimento ⚡ 2009 vs. 2010 - queda

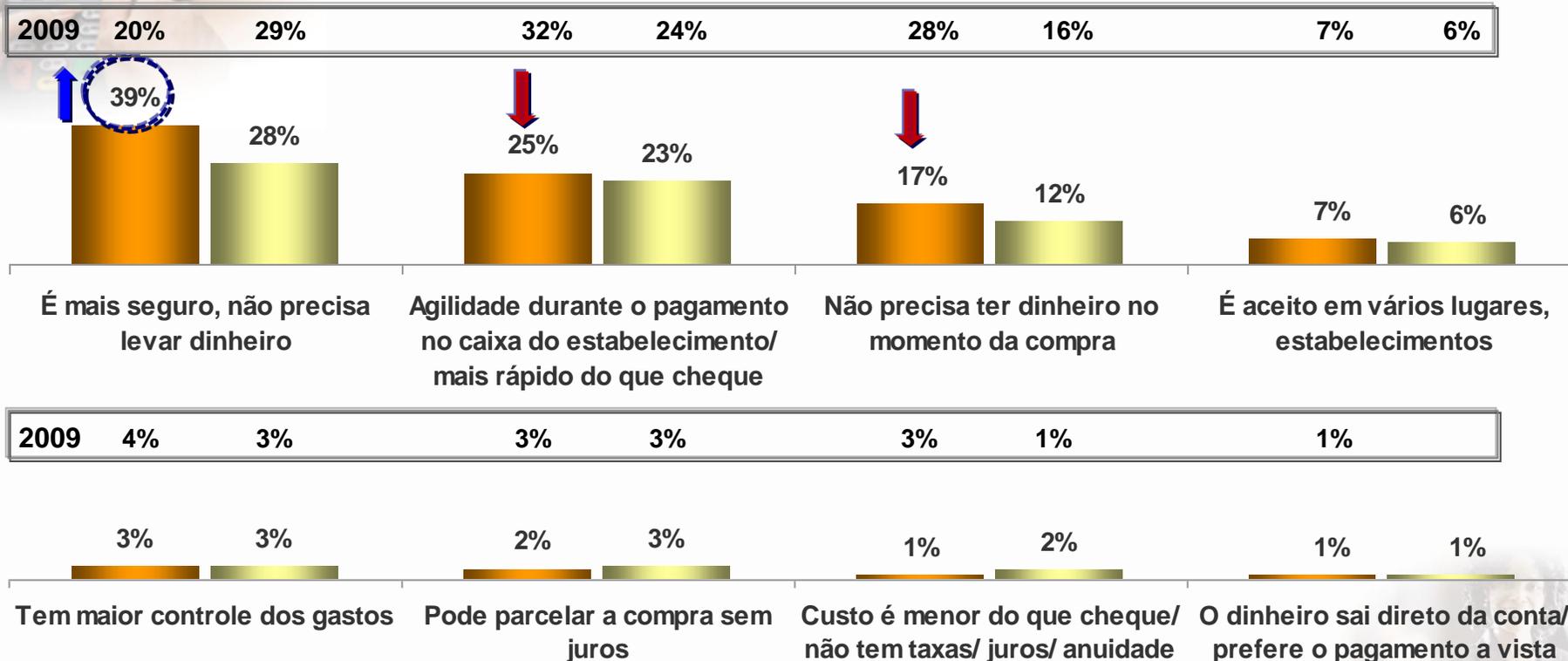


Ponto forte do cartão de débito

1º lugar



■ Possuidor ■ Não possuidor



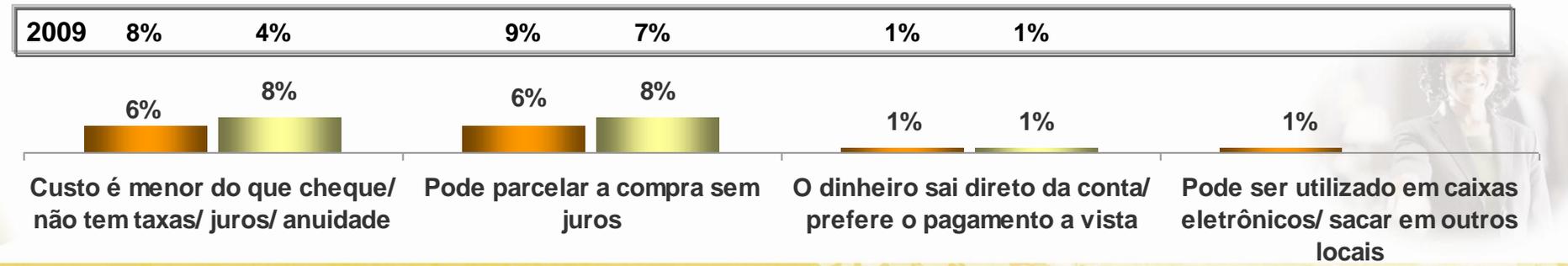
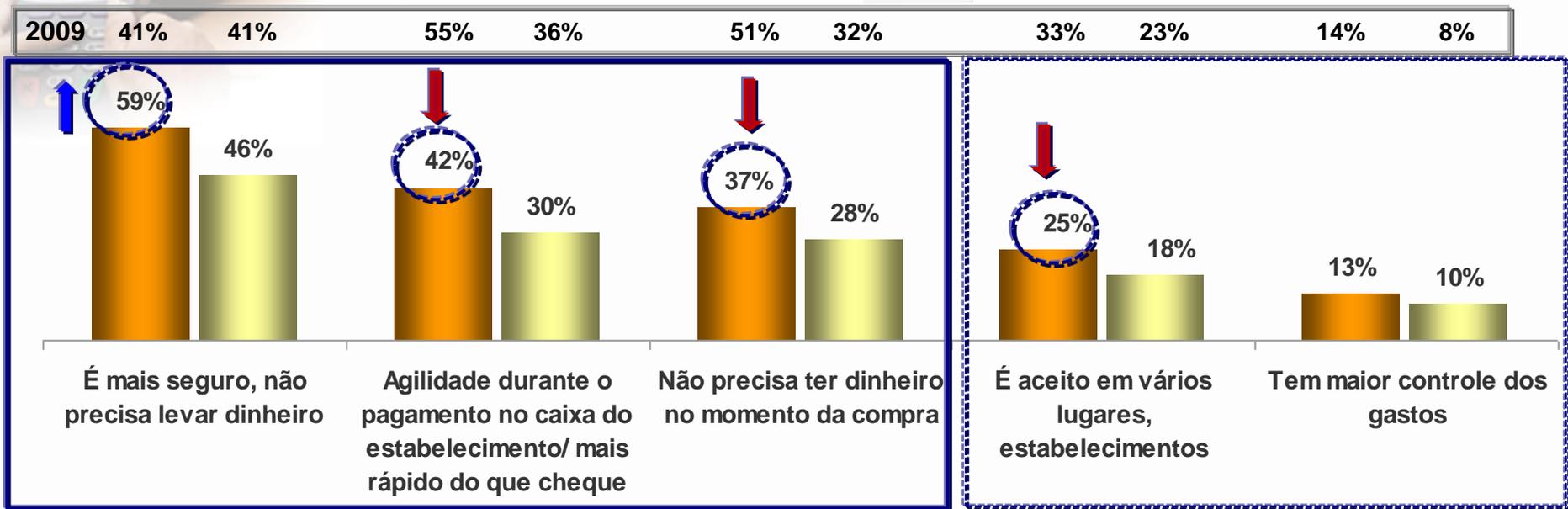
Base: Total possuidor de cartão de débito e não possuidor

Fonte: P23. Na sua opinião, qual é o ponto forte do cartão de débito como forma de pagamento de produtos, alimentos e/ou serviços? (Espontânea e única)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto forte do cartão de débito

1º + 2º + 3º lugares



Base: Total possuidor de cartão de débito e não possuidor
 Fonte: P23. 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? (Espontânea e múltipla)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto forte do cartão de débito

1º + 2º + 3º lugares



	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
É mais seguro, não precisa levar dinheiro	59	65	56	61	66	79	60	56	45	57	65	82
Agilidade durante o pagamento no caixa do estabelecimento/ mais rápido do que cheque	42	57	25	40	40	66	58	42	29	40	48	56
Não precisa ter dinheiro no momento da compra	37	53	33	43	55	17	22	33	36	37	44	51
É aceito em vários lugares, estabelecimentos	25	55	38	33	35	22	12	14	14	29	26	22
Tem maior controle dos gastos	13	22	5	12	11	23	11	10	11	13	7	16
Custo é menor do que cheque/ não tem taxas/ juros/ anuidade	6	9	6	10	7	19	1	8	4	5	5	7
Pode parcelar a compra sem juros	6	2	19	9	2	14	6	4	3	7	6	5
O dinheiro sai direto da conta/ prefere o pagamento a vista	1	-	2	1	-	-	-	3	2	1	-	-
Pode ser utilizado em caixas eletrônicos/ sacar em outros locais	1	-	-	2	-	-	1	-	-	0	4	-
Base	1172	42	38	81	120	74	79	83	154	249	135	117



Base: Total possuidor de cartão de débito

Fonte: P23. 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? (Espontânea e múltipla)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto forte do cartão de débito

1º + 2º + 3º lugares



	POSSUIDOR (em%)													
	Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica			
	Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E	
É mais seguro, não precisa levar dinheiro	59	59	67	60	57	56	53	50	59	67	64	56	34	
Agilidade durante o pagamento no caixa do estabelecimento/ mais rápido do que cheque	42	40	44	39	43	44	44	38	34	41	51	47	36	38
Não precisa ter dinheiro no momento da compra	37	41	33	33	42	37	34	36	36	39	36	35	40	39
É aceito em vários lugares, estabelecimentos	25	24	25	18	28	26	26	22	23	25	25	26	24	15
Tem maior controle dos gastos	13	12	14	16	14	12	11	11	13	12	14	14	11	11
Custo é menor do que cheque/ não tem taxas/ juros/ anuidade	6	7	6	8	5	6	6	7	4	5	10	8	4	3
Pode parcelar a compra sem juros	6	6	6	5	7	5	6	8	5	8	4	6	7	7
O dinheiro sai direto da conta/ prefere o pagamento a vista	1	1	1	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	-
Pode ser utilizado em caixas eletrônicos/ sacar em outros locais	1	1	0	-	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1
Base	1172	626	546	231	336	247	220	138	292	549	331	602	505	65



Base: Total possuidor de cartão de débito

Fonte: P23. 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? (Espontânea e múltipla)

Ponto forte do cartão de débito

1º + 2º + 3º lugares



	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
É mais seguro, não precisa levar dinheiro	46	73	31	56	46	39	36	50	40	43	51	76
Agilidade durante o pagamento no caixa do estabelecimento/ mais rápido do que cheque	30	31	38	30	19	41	46	15	30	31	43	18
Não precisa ter dinheiro no momento da compra	28	40	33	47	40	14	19	19	23	25	34	39
É aceito em vários lugares, estabelecimentos	18	47	36	11	21	22	8	-	17	16	17	15
Tem maior controle dos gastos	10	12	4	5	19	11	-	13	9	8	5	23
Custo é menor do que cheque/ não tem taxas/ juros/ anuidade	8	10	7	4	14	17	-	-	3	12	9	5
Pode parcelar a compra sem juros	8	6	8	2	6	19	6	10	10	6	8	9
O dinheiro sai direto da conta/ prefere o pagamento a vista	1	-	-	3	-	-	5	3	-	-	-	-
Base	393	21*	26*	45	38	23*	25*	27*	44	68	41	35

(*) Base insuficiente para análise estatística



Base: Total não possuidor

Fonte: P23. 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? (Espontânea e múltipla)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto forte do cartão de débito

1º + 2º + 3º lugares



	Total	NÃO POSSUIDOR (em%)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
É mais seguro, não precisa levar dinheiro	46	41	50	48	46	41	52	39	45	47	54	48	46	45
Agilidade durante o pagamento no caixa do estabelecimento/ mais rápido do que cheque	30	28	32	31	41	26	27	29	29	29	54	36	26	35
Não precisa ter dinheiro no momento da compra	28	24	32	31	25	35	24	27	28	30	23	24	28	33
É aceito em vários lugares, estabelecimentos	18	16	20	20	17	22	14	18	17	22	7	21	18	17
Tem maior controle dos gastos	10	11	9	12	14	6	8	10	9	12	5	10	11	8
Custo é menor do que cheque/ não tem taxas/ juros/ anuidade	8	6	10	10	7	13	5	5	6	11	10	10	7	8
Pode parcelar a compra sem juros	8	8	7	15	5	4	7	5	8	7	9	10	7	6
O dinheiro sai direto da conta/ prefere o pagamento a vista	1	1	0	-	1	2	-	-	1	1	-	-	0	2
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27*	101	198	94

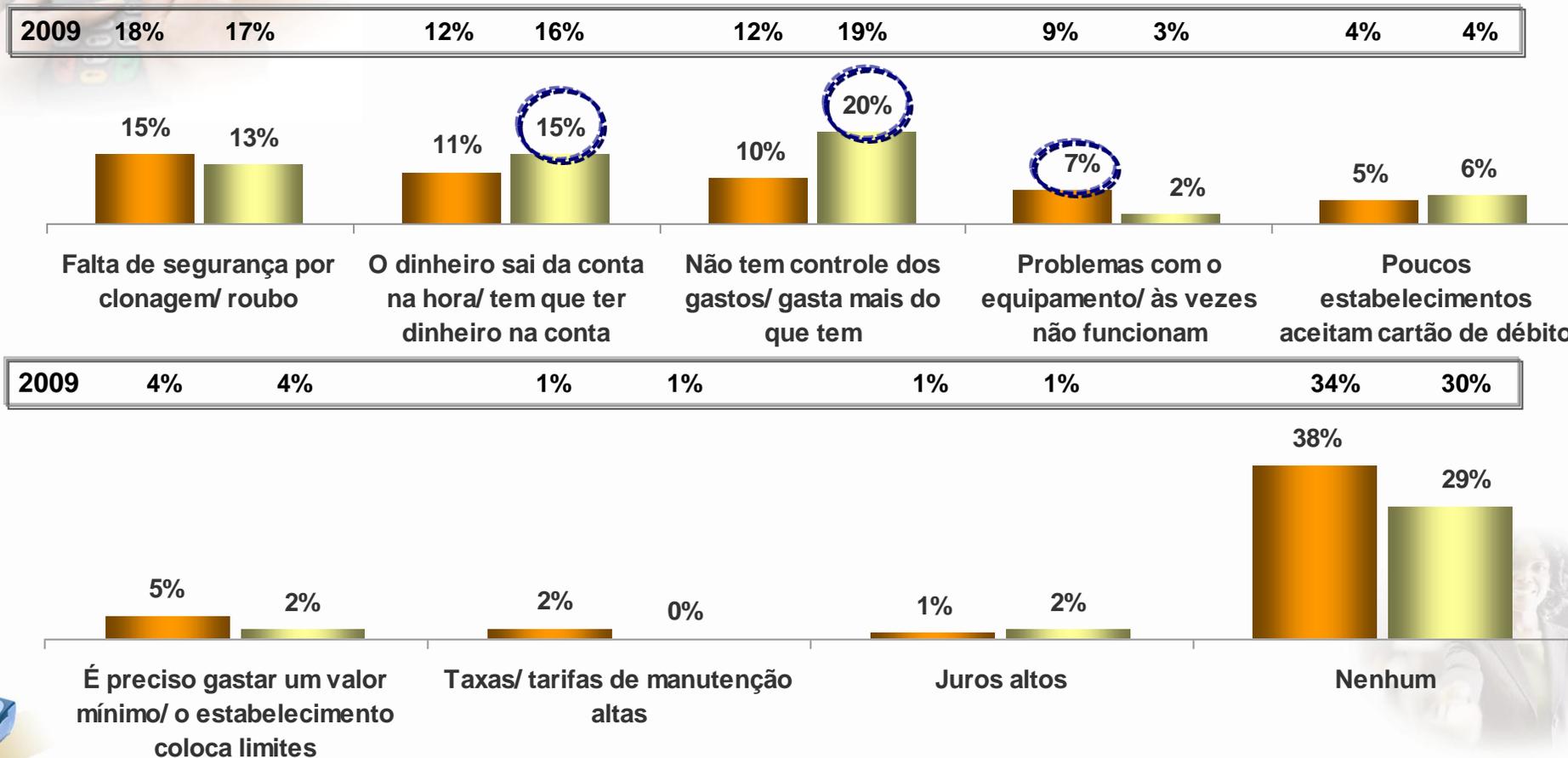
(*) Base insuficiente para análise estatística

Ponto fraco do cartão de débito

1º lugar



■ Possuidor ■ Não possuidor



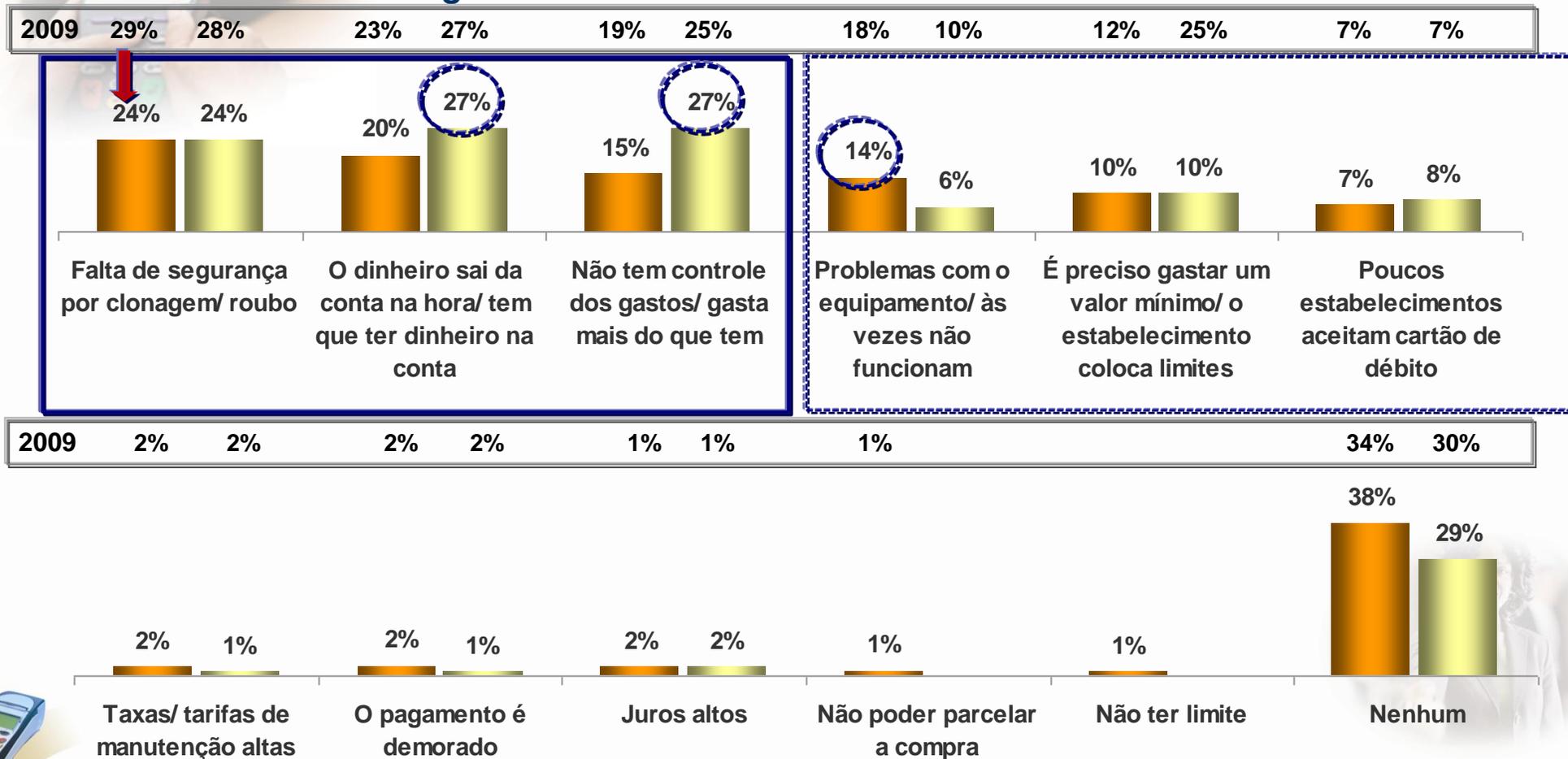
Base: Total possuidor de cartão de débito e não possuidor

Fonte: P24. E na sua opinião, qual é o ponto fraco do cartão de débito como forma de pagamento de produtos, alimentos e/ou serviços? (Espontânea e única)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de débito

1º + 2º + 3º lugares



Base: Total possuidor de cartão de débito e não possuidor

Fonte: P24. 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)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de débito



1º + 2º + 3º lugares

	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Falta de segurança por clonagem/ roubo	24	64	20	34	24	47	18	17	13	22	31	30
O dinheiro sai da conta na hora/ tem que ter dinheiro na conta	20	52	50	28	27	28	13	23	16	13	20	31
Não tem controle dos gastos/ gasta mais do que tem	15	33	22	22	11	31	12	17	8	12	17	22
Problemas com o equipamento/ às vezes não funcionam	14	12	4	3	6	30	7	14	11	12	25	26
É preciso gastar um valor mínimo/ o estabelecimento coloca limites	10	17	24	16	4	17	8	8	5	10	14	15
Poucos estabelecimentos aceitam cartão de débito	7	20	8	11	3	8	19	19	3	4	9	11
O pagamento é demorado	2	4	-	1	1	13	1	-	1	1	1	2
Taxas/ tarifas de manutenção altas	2	-	5	1	1	-	1	-	3	3	3	1
Juros altos	2	2	-	1	3	-	-	3	3	2	1	1
Não poder parcelar a compra	1	-	-	-	1	1	-	-	3	0	1	-
Não ter limite	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	1
Nenhum	38	9	22	30	39	19	40	31	46	43	31	32
Base	1172	42	38	81	120	74	79	83	154	249	135	117



Base: Total possuidor de cartão de débito

Fonte: P24. 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)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de débito



1º + 2º + 3º lugares

	Total	POSSUIDOR (em%)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Falta de segurança por clonagem/ roubo	24	24	24	23	26	23	21	28	23	21	30	26	23	17
O dinheiro sai da conta na hora/ tem que ter dinheiro na conta	20	21	19	25	20	20	17	15	23	17	23	19	21	18
Não tem controle dos gastos/ gasta mais do que tem	15	17	13	19	15	13	14	12	16	12	18	17	13	8
Problemas com o equipamento/ às vezes não funcionam	14	14	14	17	12	16	12	10	11	12	20	17	11	9
É preciso gastar um valor mínimo/ o estabelecimento coloca limites	10	9	11	13	10	11	8	6	8	11	11	11	9	8
Poucos estabelecimentos aceitam cartão de débito	7	8	7	6	9	10	6	3	5	8	7	8	6	5
O pagamento é demorado	2	2	3	3	1	3	2	1	1	2	3	3	1	-
Taxas/ tarifas de manutenção altas	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	3	2	2	2
Juros altos	2	2	1	0	4	0	2	0	2	2	1	1	3	-
Não poder parcelar a compra	1	1	0	1	1	0	1	-	1	1	1	1	2	-
Não ter limite	1	1	0	-	1	1	1	-	2	1	0	1	1	-
Nenhum	38	35	40	35	36	37	42	40	36	43	30	38	37	43
Base	1172	626	546	231	336	247	220	138	292	549	331	602	505	65



Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de débito

1º + 2º + 3º lugares



	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Não tem controle dos gastos/ gasta mais do que tem	27	35	37	36	24	14	37	16	21	27	34	33
O dinheiro sai da conta na hora/ tem que ter dinheiro na conta	27	42	35	13	34	30	10	14	27	26	24	43
Falta de segurança por clonagem/ roubo	24	36	6	32	20	32	6	12	24	27	30	30
É preciso gastar um valor mínimo/ o estabelecimento coloca limites	10	7	3	15	14	18	7	-	18	6	6	14
Poucos estabelecimentos aceitam cartão de débito	8	-	3	2	7	28	8	3	10	7	12	17
Problemas com o equipamento/ às vezes não funcionam	6	12	3	4	5	18	8	-	4	5	9	8
Juros altos	2	-	3	-	-	3	6	4	6	-	-	-
Taxas/ tarifas de manutenção altas	1	-	-	-	-	6	-	-	5	-	3	-
O pagamento é demorado	1	-	-	-	2	-	-	-	-	2	-	-
Nenhum	29	39	39	32	26	24	35	52	23	28	20	24
Base	393	21*	26*	45	38	23*	25*	27*	44	68	41	35

(*) Base insuficiente para análise estatística



Base: Total não possuidor

Fonte: P24. 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)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de débito

1º + 2º + 3º lugares



	Total	NÃO POSSUIDOR (em%)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Não tem controle dos gastos/ gasta mais do que tem	27	28	26	29	34	25	22	28	24	30	35	30	27	24
O dinheiro sai da conta na hora/ tem que ter dinheiro na conta	27	26	27	28	31	37	27	9	25	31	22	32	26	23
Falta de segurança por clonagem/ roubo	24	22	25	25	21	31	16	27	21	27	33	33	21	21
É preciso gastar um valor mínimo/ o estabelecimento coloca limites	10	8	12	15	10	8	9	6	9	9	23	13	9	8
Poucos estabelecimentos aceitam cartão de débito	8	10	6	12	10	6	8	4	7	7	26	9	8	6
Problemas com o equipamento/ às vezes não funcionam	6	7	5	11	12	2	4	2	3	10	12	10	5	4
Juros altos	2	3	1	1	1	2	3	3	1	2	6	3	1	3
Taxas/ tarifas de manutenção altas	1	1	2	2	2	3	-	-	2	1	-	-	2	1
O pagamento é demorado	1	2	-	1	-	-	3	-	1	1	-	-	1	2
Nenhum	29	26	32	26	30	23	32	38	34	27	11	22	32	33
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27*	101	198	94

(*) Base insuficiente para análise estatística



Base: Total não possuidor

Fonte: P24. 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)



Cartão de Crédito

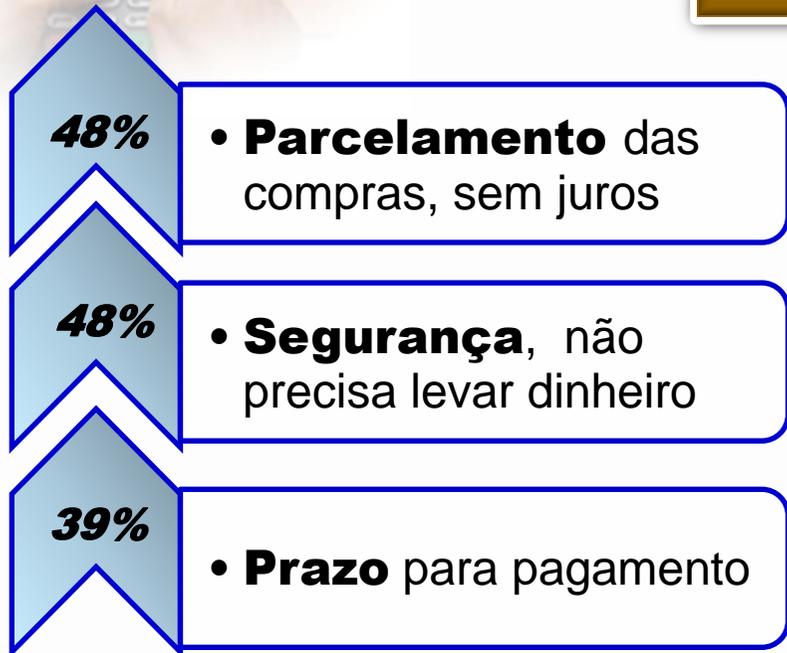


Cartão de crédito

PONTOS FORTES

Possuidor

PONTOS FRACOS



Com relação ao Cartão de Crédito, os pontos fracos continuam similares a 2009 → **juros altos** constituem a principal barreira para os Possuidores, vindo a seguir as **taxas/ anuidades** e o receio de **perda de controle**.

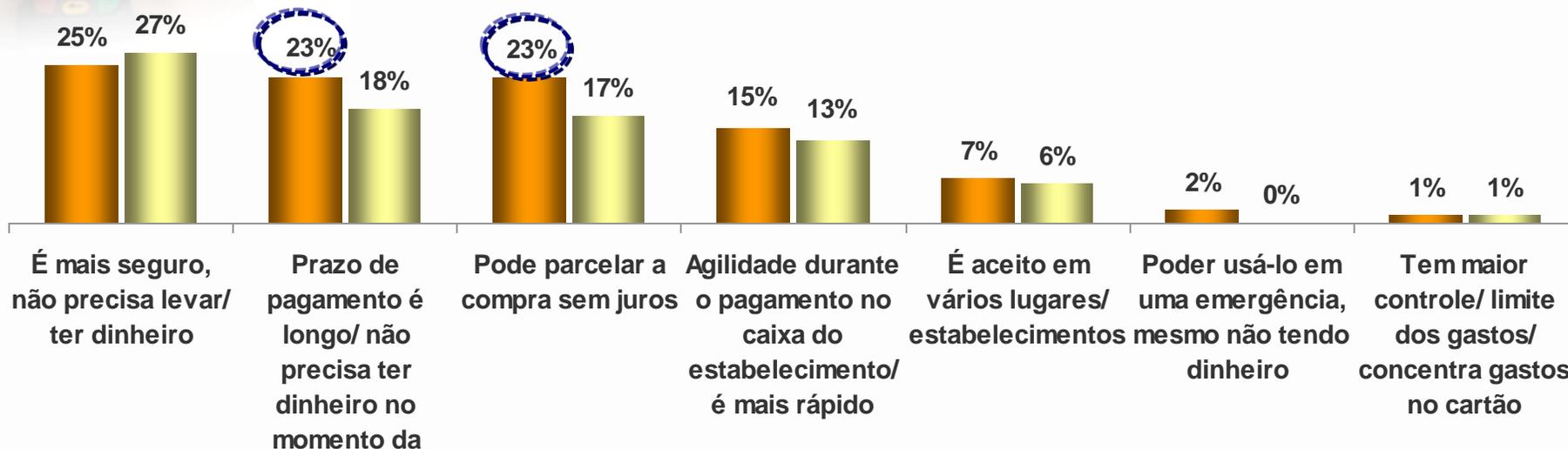


Ponto forte do cartão de crédito

1º lugar

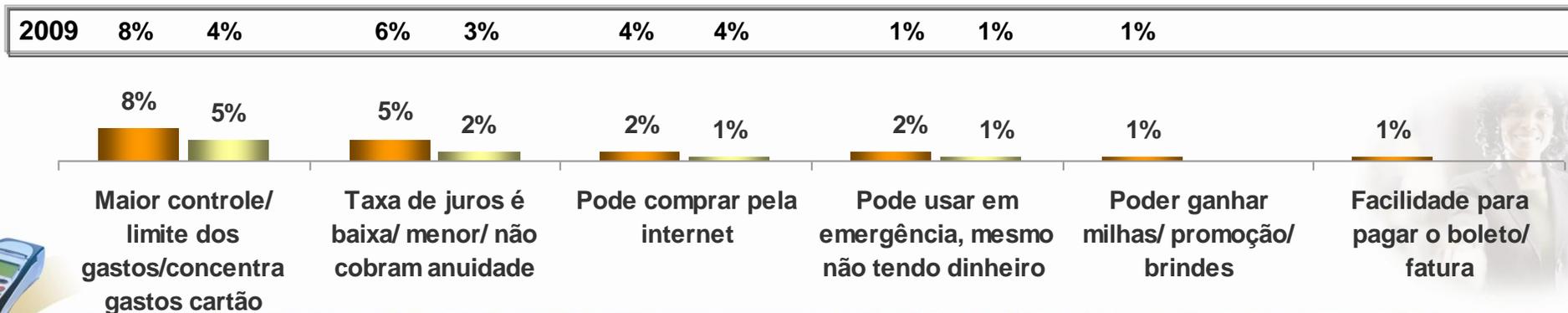
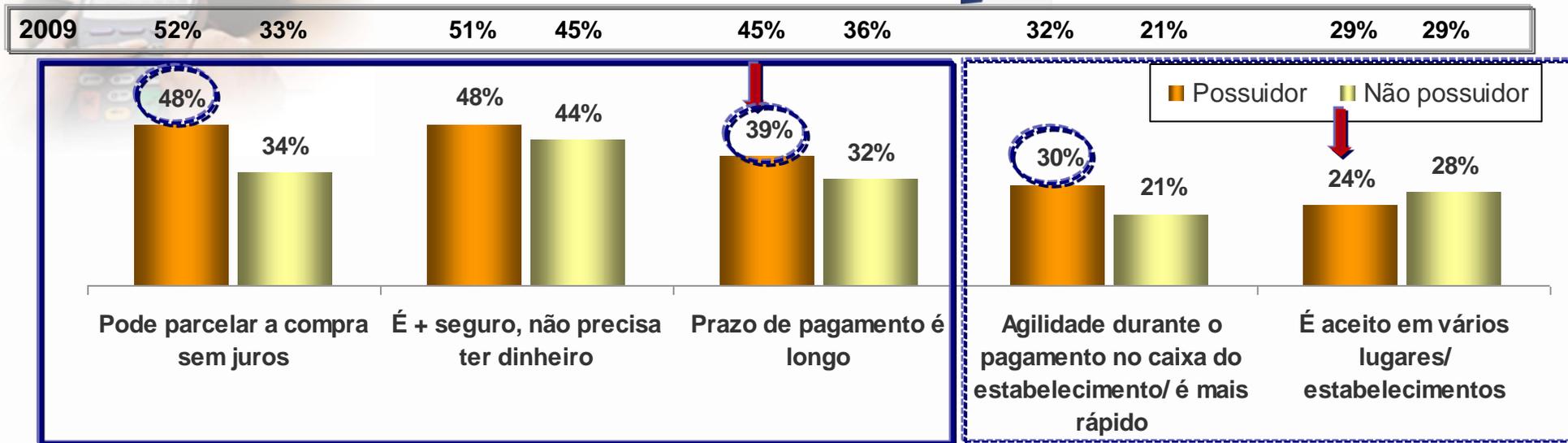


2009	28%	27%	21%	18%	25%	16%	14%	9%	7%	9%	1%	1%	1%
------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	----	----	----	----	----	----



Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto forte do cartão de crédito 1º + 2º + 3º lugares



Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto forte do cartão de crédito

1º + 2º + 3º lugares



	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Pode parcelar a compra sem juros	48	65	61	63	51	50	38	33	48	48	41	44
É mais seguro, não precisa levar/ ter dinheiro	48	66	54	65	55	60	50	49	33	41	53	74
Prazo de pagamento é longo/ não precisa ter dinheiro no momento da compra	39	37	33	47	53	19	36	41	41	39	37	51
Agilidade durante o pagamento no caixa do estabelecimento/ é+ rápido/ +rápido que cheque	30	20	35	25	23	64	49	21	18	29	32	45
É aceito em vários lugares/ estabelecimentos	24	73	33	35	40	16	9	23	11	22	27	21
Tem maior controle/ limite dos gastos/ concentrar todos os gastos no cartão	8	15	11	6	2	12	7	4	3	10	7	9
Taxa de juros é baixa/ menor/ custo menor que com cheque/ não cobram anuidade	5	6	-	4	1	22	-	3	2	5	5	10
Pode comprar pela internet	2	-	3	3	1	-	-	6	3	2	4	1
Poder usá-lo em uma emergência, mesmo não tendo dinheiro (aproveita as promoções das lojas)	2	6	-	1	1	4	-	1	3	2	3	1
Poder ganhar milhas/ promoção/ brindes	1	-	-	-	1	4	2	1	1	1	1	-
Facilidade para pagar o boleto/ fatura	1	-	1	1	-	-	-	-	-	2	-	-
Base	1199	77	90	117	135	78	67	79	133	213	103	107



Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto forte do cartão de crédito

1º + 2º + 3º lugares



	Total	POSSUIDOR (em%)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Pode parcelar a compra sem juros	48	46	50	54	58	47	41	33	43	50	50	47	50	47
É mais seguro, não precisa levar/ ter dinheiro	48	53	44	49	49	51	46	43	42	49	54	54	44	32
Prazo de pagamento é longo/ não precisa ter dinheiro no momento da compra	39	38	40	39	45	38	37	35	41	42	34	35	43	56
Agilidade durante o pagamento no caixa do estabelecimento/ é mais rápido	30	31	29	28	25	37	27	36	26	28	39	36	25	17
É aceito em vários lugares/ estabelecimentos	24	24	25	23	25	30	23	17	23	24	25	23	26	24
Tem maior controle/ limite dos gastos/ concentrar todos os gastos no cartão	8	9	6	8	7	7	8	9	9	7	8	10	6	4
Taxa de juros é baixa/ menor/ custo menor que com cheque/ não cobram anuidade	5	6	5	7	4	5	5	8	6	5	6	8	3	1
Pode comprar pela internet	2	2	2	2	2	3	4	0	3	3	1	2	3	1
Poder usá-lo em uma emergência, mesmo não tendo dinheiro (aproveita as promoções das lojas e paga depois)	2	3	2	5	3	1	1	1	-	2	5	3	1	-
Poder ganhar milhas/ promoção/ brindes	1	1	1	1	1	1	1	1	-	1	3	2	0	-
Facilidade para pagar o boleto/ fatura	1	1	1	1	1	-	2	-	1	0	1	1	1	-
Base	1199	559	640	239	308	278	233	141	308	584	307	582	548	69



Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto forte do cartão de crédito

1º + 2º + 3º lugares



	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
É mais seguro, não precisa levar/ ter dinheiro	44	61	41	52	46	39	30	27	54	38	54	50
Pode parcelar a compra sem juros	34	54	34	44	38	64	40	14	38	24	28	26
Prazo de pagamento é longo/ não precisa ter dinheiro no momento da compra	32	35	11	30	42	38	30	27	31	30	37	46
É aceito em vários lugares/ estabelecimentos	28	77	40	16	43	20	14	17	20	23	27	26
Agilidade durante o pagamento no caixa do estabelecimento/ é mais rápido/ mais rápido que cheque	21	24	24	17	17	17	36	17	15	22	25	25
Tem maior controle/ limite dos gastos/ concentrar todos os gastos no cartão	5	-	-	17	5	5	5	-	9	1	8	5
Taxa de juros é baixa/ menor/ custo menor que com cheque/ não cobram anuidade	2	-	-	-	3	16	-	-	4	-	3	7
Pode comprar pela internet	1	-	-	-	-	-	-	2	2	2	2	-
Poder usá-lo em uma emergência, mesmo não tendo dinheiro (aproveita as promoções das lojas)	1	-	4	4	-	-	-	4	-	-	-	2
Base	1199	77	90	117	135	78	67	79	133	213	103	107



Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto forte do cartão de crédito

1º + 2º + 3º lugares

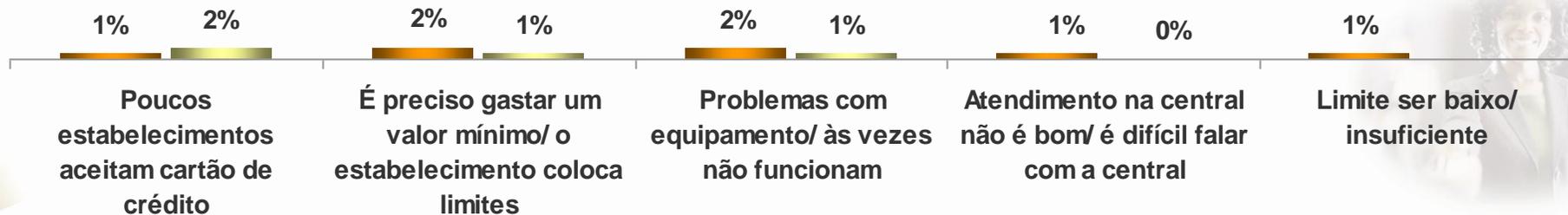
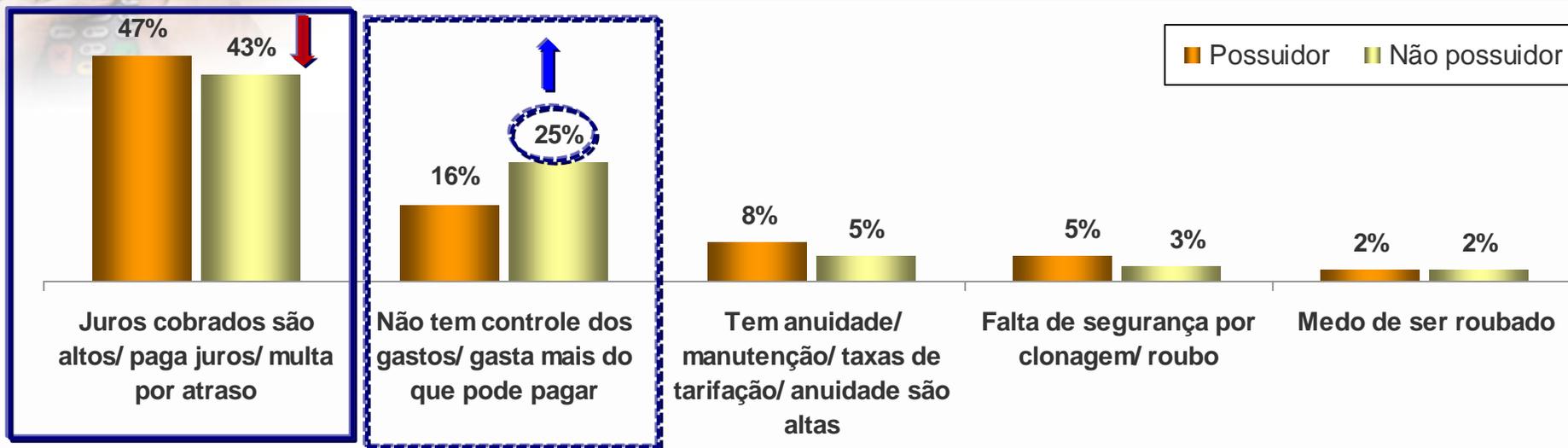
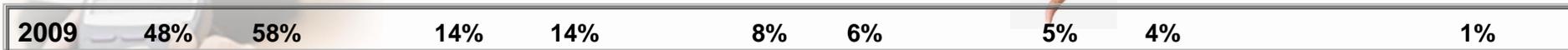


	Total	NÃO POSSUIDOR (em%)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
É mais seguro, não precisa levar/ ter dinheiro	44	38	48	48	44	36	43	49	47	37	65	45	46	38
Pode parcelar a compra sem juros	34	30	37	39	38	27	33	31	29	40	42	40	33	29
Prazo de pagamento é longo/ não precisa ter dinheiro no momento da compra	32	32	32	36	35	36	33	17	32	35	13	25	34	34
É aceito em vários lugares/ estabelecimentos	28	25	30	28	32	29	21	29	25	32	18	31	24	32
Agilidade durante o pagamento no caixa do estabelecimento/ é mais rápido/ mais rápido que cheque	21	20	22	23	17	28	23	11	19	24	14	20	21	22
Tem maior controle/ limite dos gastos/ concentrar todos os gastos no cartão	5	5	4	6	3	4	5	4	4	4	7	7	3	6
Taxa de juros é baixa/ menor/ custo menor que com cheque/ não cobram anuidade	2	1	3	1	4	1	1	3	1	2	12	3	1	4
Pode comprar pela internet	1	1	1	1	-	2	-	2	2	-	2	0	1	1
Poder usá-lo em uma emergência, mesmo não tendo dinheiro (aproveita as promoções)	1	1	1	-	2	-	1	1	0	1	2	1	1	1
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27*	101	198	94

(*) Base insuficiente para análise estatística

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de crédito - 1º lugar

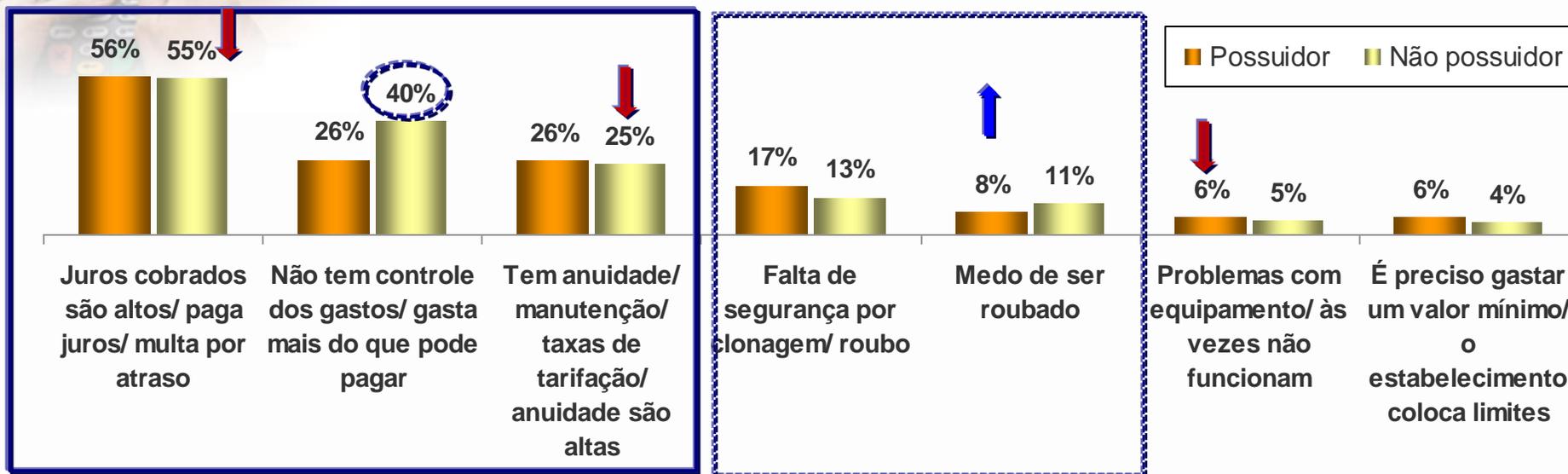


Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

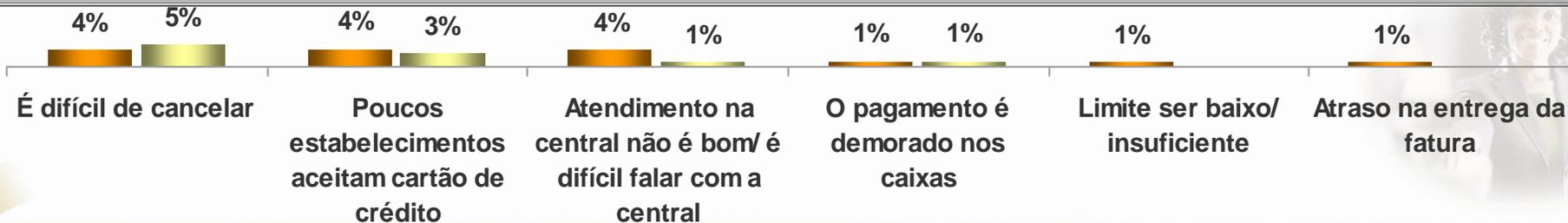
Ponto fraco do cartão de crédito 1º + 2º + 3º lugares



2009	60%	68%	27%	37%	31%	36%	14%	13%	11%	16%	3%	6%	7%
------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	----	----	----



2009	7%	8%	3%	1%	5%	3%	2%	2%	1%	1%	1%
------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----



Base: Total possuidor e não possuidor

Fonte: P14. 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 única)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de crédito



1º + 2º + 3º lugares

	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiania	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Juros cobrados são altos/ paga juros/ multa por atraso	56	46	71	69	66	40	68	56	56	55	59	60
Tem anuidade/ manutenção/ taxas de tarificação/ anuidade são altas	26	40	34	34	28	33	30	18	18	21	36	49
Não tem controle dos gastos/ gasta mais do que pode pagar	26	30	21	31	22	21	16	31	25	24	32	42
Falta de segurança por clonagem/ roubo	17	34	7	21	13	41	9	10	6	19	15	16
Medo de ser roubado	8	29	1	16	10	12	3	6	1	9	10	7
Problemas com equipamento/ às vezes não funcionam	6	12	10	5	1	21	2	3	2	4	7	16
É preciso gastar um valor mínimo/ o estabelecimento coloca limites	6	6	15	8	5	8	4	4	2	6	5	15
É difícil de cancelar	4	7	1	5	4	7	1	7	2	3	7	9
Poucos estabelecimentos aceitam	4	3	7	1	2	16	2	1	2	3	4	2
Atendimento na central não é bom/ é difícil falar com a central	4	5	2	2	3	6	1	1	3	3	8	8
O pagamento é demorado nos caixas	1	6	2	-	1	1	-	1	2	-	1	4
Limite ser baixo/ insuficiente	1	-	2	1	-	1	2	1	3	1	1	-
Atraso na entrega da fatura	1	1	1	2	2	-	-	-	-	1	2	-
Base	1199	77	90	117	135	78	67	79	133	213	103	107



Base: Total possuidor

Fonte: P14. 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 única)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de crédito



	Total	POSSUIDOR (em%)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Mascu- lino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Juros cobrados são altos/ paga juros/ multa por atraso	56	56	56	54	64	57	54	45	52	60	54	54	58	66
Tem anuidade/ manutenção/ taxas de tarificação/ anuidade são altas	26	25	26	22	32	26	23	23	22	26	30	24	26	36
Não tem controle dos gastos/ gasta mais do que pode pagar	26	24	27	25	33	24	21	20	23	25	29	26	26	14
Falta de segurança por clonagem/ roubo	17	21	14	21	14	18	18	15	16	17	19	21	13	12
Medo de ser roubado	8	10	7	12	6	9	5	12	10	9	6	8	8	7
Problemas com equipamento/ às vezes não funcionam	6	7	6	7	6	7	6	2	3	5	11	9	3	3
É preciso gastar um valor mínimo/ o estabelecimento coloca limites	6	6	6	8	5	7	4	4	6	7	5	5	6	12
É difícil de cancelar	4	5	3	5	5	3	3	4	3	4	5	4	5	2
Poucos estabelecimentos aceitam	4	4	4	5	4	4	3	2	2	4	5	4	3	4
Atendimento na central não é bom/ é difícil falar com a central	4	4	3	3	4	4	6	1	2	3	6	5	3	2
O pagamento é demorado nos caixas	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2
Limite ser baixo/ insuficiente	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	-
Atraso na entrega da fatura	1	0	1	2	0	0	0	-	0	1	0	0	1	3
Base	1199	559	640	239	308	278	233	141	308	584	307	582	548	69

Base: Total possuidor

Fonte: P14. 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 única)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de crédito



1º + 2º + 3º lugares

	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Juros cobrados são altos/ paga juros/ multa por atraso	55	47	66	50	63	57	60	35	43	61	54	68
Não tem controle dos gastos/ gasta mais do que pode pagar	40	24	43	44	38	51	34	30	47	39	43	46
Tem anuidade/ manutenção/ taxas de tarificação/ anuidade são altas	25	36	26	29	27	23	15	4	21	29	21	49
Falta de segurança por clonagem/ roubo	13	16	7	18	10	17	3	13	18	14	18	8
Medo de ser roubado	11	28	8	15	10	10	3	4	12	10	19	13
É difícil de cancelar	5	9	3	2	-	10	4	-	4	5	11	9
Problemas com equipamento/ às vezes não funcionam	5	13	3	3	5	24	-	-	4	1	2	14
É preciso gastar um valor mínimo/ o estabelecimento coloca limites	4	5	-	3	4	-	-	2	5	3	9	22
Poucos estabelecimentos aceitam cartão de crédito	3	3	3	-	2	12	-	-	3	5	2	-
Atendimento na central não é bom/ é difícil falar com a central	1	-	-	-	-	-	3	-	-	1	7	-
O pagamento é demorado nos caixas	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2	-
Base	393	21*	26*	45	38	23*	25*	27*	44	68	41	35



Base: Total não possuidor

Fonte: P14. 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 única)

(*) Base insuficiente para análise estatística

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

Ponto fraco do cartão de crédito

1º + 2º + 3º lugares



	Total	NÃO POSSUIDOR (em%)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Juros cobrados são altos/ paga juros/ multa por atraso	55	54	56	67	62	48	54	42	51	60	58	63	53	51
Não tem controle dos gastos/ gasta mais do que pode pagar	40	39	41	46	45	36	44	27	39	40	50	39	41	40
Tem anuidade/ manutenção/ taxas de tarificação/ anuidade são altas	25	25	25	38	26	23	18	21	25	25	30	28	25	24
Falta de segurança por clonagem/ roubo	13	10	16	10	9	14	18	15	16	10	10	16	11	16
Medo de ser roubado	11	8	14	10	7	13	11	17	11	12	12	22	7	11
É difícil de cancelar	5	6	4	7	4	5	4	3	4	5	9	6	4	5
Problemas com equipamento/ às vezes não funcionam	5	6	3	8	9	1	1	5	3	6	14	7	3	6
É preciso gastar um valor mínimo/ o estabelecimento coloca limites	4	5	4	6	3	5	4	4	4	5	-	9	2	5
Poucos estabelecimentos aceitam cartão de crédito	3	5	2	4	7	-	5	-	3	3	11	4	3	4
Atendimento na central não é bom/ é difícil falar com a central	1	1	1	1	-	1	-	2	1	1	2	1	1	-
O pagamento é demorado nos caixas	1	2	-	2	-	-	-	2	1	1	-	2	1	0
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27*	101	198	94

Base: Total não possuidor

Fonte: P14. 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 única)

(*) Base insuficiente para análise estatística

A maioria dos Possuidores é de opinião que o seu limite de crédito é adequado (67%).

Contudo, comparativamente a 2009 esse percentual tem declínio → 19% consideram o valor baixo/ muito baixo (retorno ao patamar de 2008).



Estão mais satisfeitos com seu limite de crédito os possuidores mais velhos, a partir de 45 anos, e os de classe AB.



Por outro lado, menor satisfação nas classes DE e entre os mais jovens, que tendem a considerar o limite baixo.



De 2009 para 2010 houve redução na taxa de clientes de Cartão de Crédito que deixaram de pagar o valor integral (de 48% para 40%).



Limite de crédito

Possuidor

	2008	2009	2010
Muito alto (5)	3%	2%	4%
Alto (4)	7%	10%	9%
Adequado (3)	70%	72%	67%
Baixo (2)	16%	13%	16%
Muito baixo (1)	3%	3%	3%
Média	3,0	3,0	3,0

Problema para aprovação de crédito

Possuidor

	2008	2009	2010
Nunca teve problema para aprovação de crédito	80%	82%	83%

A taxa de clientes que nunca tiveram problema para aprovação de crédito continua bastante elevada, com tendência de crescimento (relativamente a 2008).



Base: Total possuidor de cartão de crédito

Fonte: P. 15 Pensando em seus cartões de crédito de modo geral, para você o limite de crédito determinado pelo emissor do seu cartão é muito alto, alto, adequado, baixo ou muito baixo para seus gastos com produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única) / P. 16 Você já teve algum problema para aprovação de despesas durante a compra de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

(Em %)



	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Muito alto (5)	4	2	3	4	1	-	17	2	9	4	4	9
Alto (4)	9	15	9	8	9	9	12	6	8	8	8	20
Adequado (3)	67	58	63	64	61	57	56	79	62	73	75	65
Baixo (2)	16	18	23	21	23	30	13	12	18	12	11	4
Muito baixo (1)	3	6	2	4	5	3	1	-	3	3	2	2
Média	3,0	2,9	2,9	2,9	2,8	2,7	3,3	3,0	3,0	3,0	3,0	3,3
Nunca teve problema para aprovação de despesas	83	86	84	77	82	81	89	91	82	82	77	87
Base	1199	77	90	117	135	78	67	79	133	213	103	107



Base: Total possuidor de cartão de crédito

Fonte: P. 15 Pensando em seus cartões de crédito de modo geral, para você o limite de crédito determinado pelo emissor do seu cartão é muito alto, alto, adequado, baixo ou muito baixo para seus gastos com produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única) / P. 16 Você já teve algum problema para aprovação de despesas durante a compra de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única)

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

(Em %)

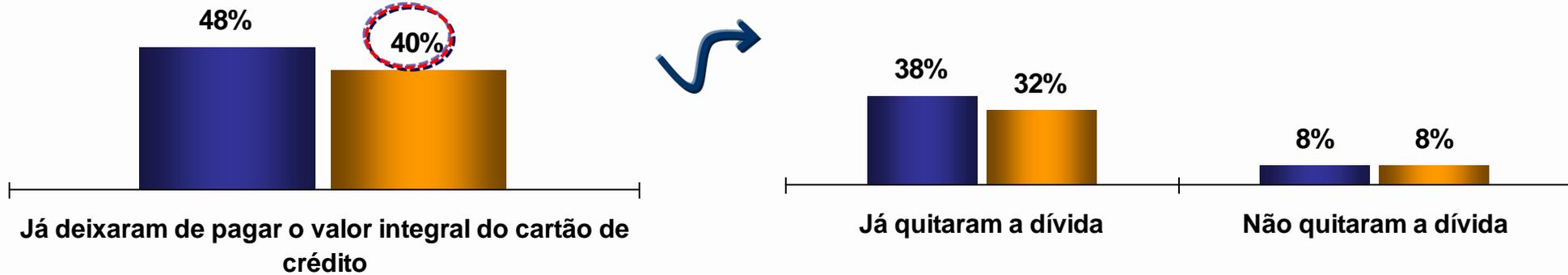


	Total	POSSUIDOR (em %)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Muito alto (5)	4	5	4	3	4	6	5	3	4	3	7	5	3	5
Alto (4)	9	11	7	9	9	9	10	8	7	9	12	11	7	10
Adequado (3)	67	68	66	63	64	68	71	71	66	69	64	71	65	50
Baixo (2)	16	13	19	23	18	13	13	16	20	15	16	12	19	35
Muito baixo (1)	3	3	3	2	5	4	1	1	2	4	1	2	5	-
Média	3,0	3,0	2,9	2,9	2,9	3,0	3,1	3,0	2,9	2,9	3,1	3,1	2,9	2,9
Nunca teve problema para aprovação de despesas	83	84	82	85	84	79	81	87	82	83	84	85	80	84
Base	1199	559	640	239	308	278	233	141	308	584	307	582	548	69

Base: Total possuidor de cartão de crédito

Fonte: P.15 Pensando em seus cartões de crédito de modo geral, para você o limite de crédito determinado pelo emissor do seu cartão é muito alto, alto, adequado, baixo ou muito baixo para seus gastos com produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única) / P.16 Você já teve algum problema para aprovação de despesas durante a compra de produtos, alimentos e/ou serviços? (Estimulada e única)

Pagamento mínimo da fatura



→ Entre os **Possuidores de Cartão**, a maioria já recebeu Ofertas de Cartão de crédito por telefone/ telemarketing (71%) e 43% receberam oferta de cartão não solicitado → valores similares a 2009.

→ Entre **Não Possuidores** os percentuais são menores: 61% receberam oferta por telemarketing e 26% de cartão não solicitado → a tendência nesse público foi de crescimento da oferta.

O interesse de conhecimento de novos produtos relativos a cartões de crédito ou débito é limitado: em escala de 1 a 10, o grau de interesse situa-se em torno de 6 para os Possuidores e 4, entre Não Possuidores.

O hábito de fazer compras com cartão, via Internet, teve tendência de crescimento, de 9% para 13%, nos últimos doze meses.

E a segurança para utilização de cartão de crédito pela Internet cresceu de forma significativa no período.



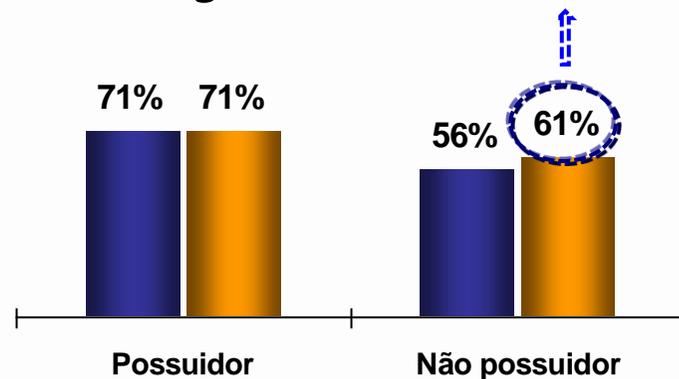
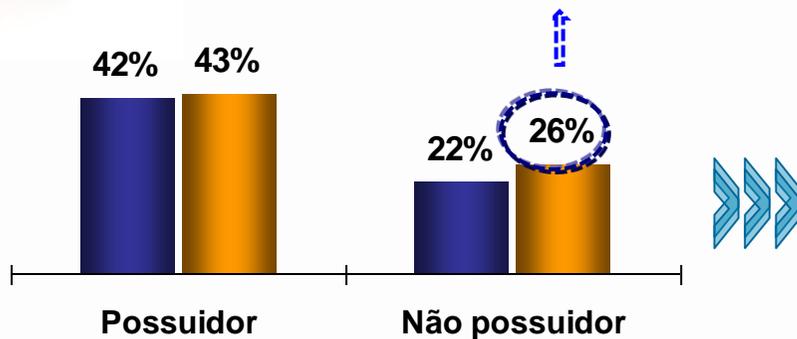
Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

■ 2009 ■ 2010

Oferta

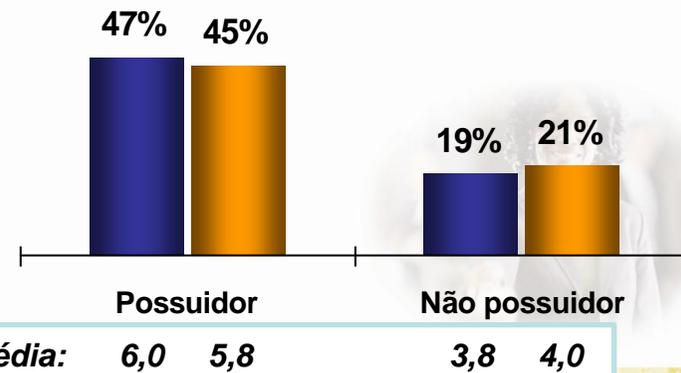
Recebeu algum cartão que **não tenha solicitado**?

Recebeu **ofertas de cartão de crédito por telefone/ telemarketing de algum emissor**?



Notas 7 a 10

“Estou sempre disposto a **conhecer novos produtos oferecidos pelas empresas de cartão de crédito e débito”.**



109

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

(Em %)

Menor receptividade a conhecimento de novos produtos: BH
Maior receptividade: Porto Alegre

	Total	POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Recebeu ofertas de cartão de crédito por telefone/ telemarketing de algum emissor	71	74	61	71	67	68	76	72	74	71	69	71
Recebeu algum cartão que não tenha solicitado	43	45	33	39	29	38	37	49	44	45	43	45
Estou sempre disposto a conhecer novos produtos oferecidos pelas empresas de cartão de crédito e débito - Notas 7 a 10	45	47	52	48	50	52	40	39	41	42	50	62
Base	1523	87	94	132	158	88	98	99	187	289	153	138



Base: Total possuidor

Fonte: P.36 Você já recebeu ____? (Estimulada e única) / P.35 Concordância com frases, escala de 1 a 10



Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

(Em %)

**Têm recebido mais ofertas:
classe AB, curso superior**
Menor oferta: jovens 18 a 24

	Total	POSSUIDOR (em %)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Recebeu ofertas de cartão de crédito por telefone/ telemarketing de algum emissor	71	71	71	57	72	75	78	73	71	64	83	77	66	61
Recebeu algum cartão que não tenha solicitado	43	46	39	26	45	44	48	53	40	38	54	50	36	33
Estou sempre disposto a conhecer novos produtos oferecidos pelas empresas de cartão de crédito e débito - Notas 7 a 10	45	44	45	46	47	39	49	43	46	45	45	47	42	46
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98



Base: Total possuidor

Fonte: P.36 Você já recebeu ____? (Estimulada e única) / P.35 Concordância com frases, escala de 1 a 10



Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

(Em %)

Menor receptividade a conhecimento de novos produtos: BH

	Total	NÃO POSSUIDOR (em %)										
		Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste			Sul	
		Manaus	Belém	Recife	Salvador	Brasília	Goiânia	Belo Horizonte	Rio de Janeiro	São Paulo	Curitiba	Porto Alegre
Recebeu ofertas de cartão de crédito por telefone/ telemarketing de algum emissor	61	51	57	56	57	58	80	60	65	61	64	61
Recebeu algum cartão que não tenha solicitado	74	75	75	76	86	81	83	81	70	67	79	64
Estou sempre disposto a conhecer novos produtos oferecidos pelas empresas de cartão de crédito e débito - Notas 7 a 10	21	26	17	25	37	21	27	5	25	13	16	25
Base	393	21*	26*	45	38	23*	25*	27*	44	68	41	35

(*) Base insuficiente para análise estatística



Base: Total não possuidor

Fonte: P.36 Você já recebeu ____? (Estimulada e única) / P.35 Concordância com frases, escala de 1 a 10

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

(Em %)

Também entre Não Possuidores, os de escolaridade mais elevada têm recebido mais ofertas.

Menor disposição de conhecer novos produtos: mais velhos

Total	NÃO POSSUIDOR (em %)													
	Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica			
	Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E	
Recebeu ofertas de cartão de crédito por telefone/ telemarketing de algum emissor	61	60	62	53	70	61	58	66	59	63	73	61	61	61
Recebeu algum cartão que não tenha solicitado	26	26	26	19	23	27	33	27	30	18	48	26	23	33
Estou sempre disposto a conhecer novos produtos oferecidos pelas empresas de cartão de crédito e débito - Notas 7 a 10	21	19	22	25	21	23	17	18	22	18	26	17	21	23
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27	101	198	94



Base: Total não possuidor

Fonte: P.36 Você já recebeu ____? (Estimulada e única) / P.35 Concordância com frases, escala de 1 a 10

Avaliação dos meios eletrônicos de pagamento

(Em % - escala de 10 pontos)

■ 2009 ■ 2010

13%
 Costumam pagar com cartão de crédito, via Internet

Segurança em usar Cartão de Crédito para pagar compras via Internet

→ 2009: 9%

Possuidor

Promoter:

■ 24% ■ 32%

Neutro:

■ 39% ■ 31%

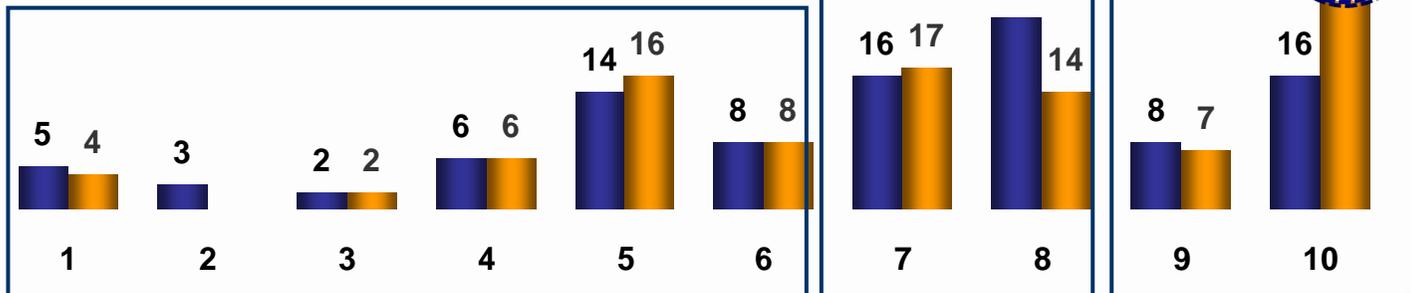
Ofensor:

■ 37% ■ 37%

NPS*
 2009: -13
 2010: -5

Média (1 a 10):

■ 6,8 ■ 7,1



Acessam Internet habitualmente: 60%



Base: Possuidores de cartão que fazem compra na internet e pagam com cartão de crédito (*) Net Promoter Score

P.39. Você costuma, mesmo que de vez em quando, fazer compras de produtos ou serviços pela internet? Quais formas de pagamento você costuma utilizar em suas compras via internet? P.40 De acordo com este cartão, em que 1 significa que você considera muito inseguro e 10 que você considera muito seguro, o quanto você se sente seguro em utilizar cartão de crédito para realizar pagamentos de compras ou serviços via internet?



Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento



Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento

Em escala de 1 a 10, a satisfação média com empresas de cartão de crédito e débito é de **7,2** → Compatível com os dois últimos anos (7,1)



Maior satisfação

- **Mulheres**
- **Classes mais baixas (DE)**
- **Faixas de idade extremas: + jovens (18 a 24) e + velhos (60 ou +)**
- **Belém, Salvador, Goiânia e Porto Alegre**

Menor satisfação

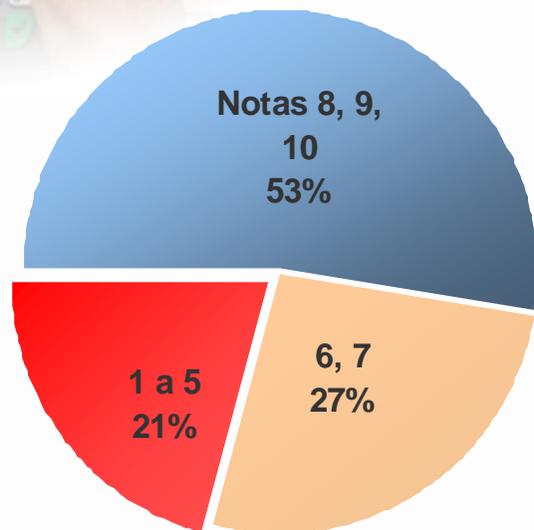
- **25 a 34 anos**
- **Escolaridade Superior**
- **Manaus e Brasília**



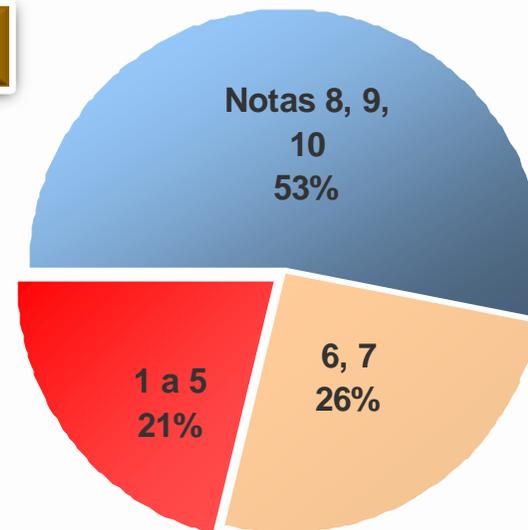
2010

Satisfação com as empresas de cartão

Satisfação com os emissores do cartão (banco, financeira, loja, etc)



Possuidor



Média: 7,2

Média: 7,3



Base: Total possuidor

Fonte: P34. Por favor, dê uma nota de 1 a 10, na qual quanto mais insatisfeito você estiver com as empresas de cartão de crédito e débito, mais próximo de 1 deverá ser sua nota e quanto mais satisfeito você estiver, mais próximo de 10 deverá ser a nota.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento

Satisfação geral com as empresas de cartão

(1 a 10)

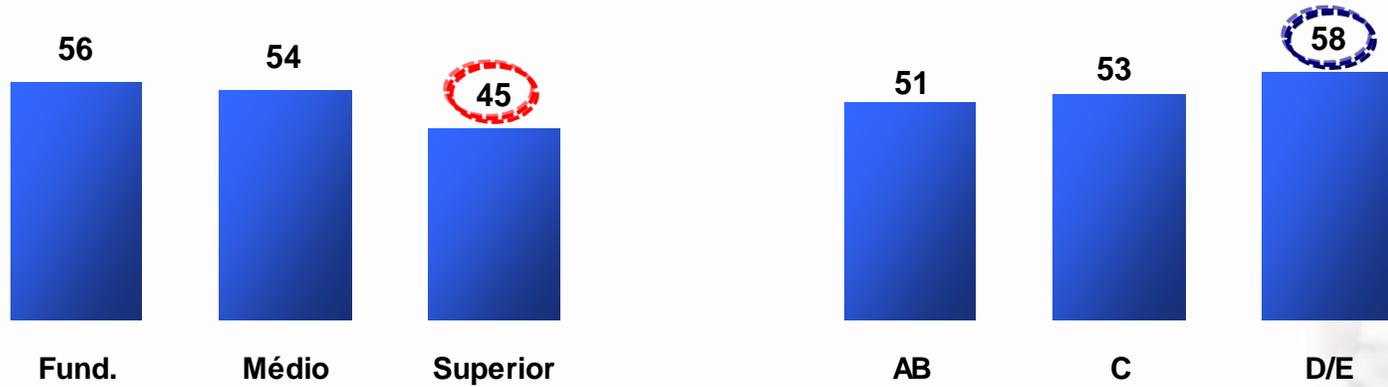
■ Notas 8, 9 e 10

Possuidor



Média:	7,2	7,1	7,4	7,5	7,0	7,0	7,2	7,8
---------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

Base: 1523 751 772 314 405 334 294 176



Média:	7,5	7,3	7,0	7,2	7,2	7,6
---------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

411 740 372 712 713 98



Base: Total possuidor
 Fonte: P34. Por favor, dê uma nota de 1 a 10, na qual quanto mais insatisfeito você estiver com as empresas de cartão de crédito e débito, mais próximo de 1 deverá ser sua nota e quanto mais satisfeito você estiver, mais próximo de 10 deverá ser a nota.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento

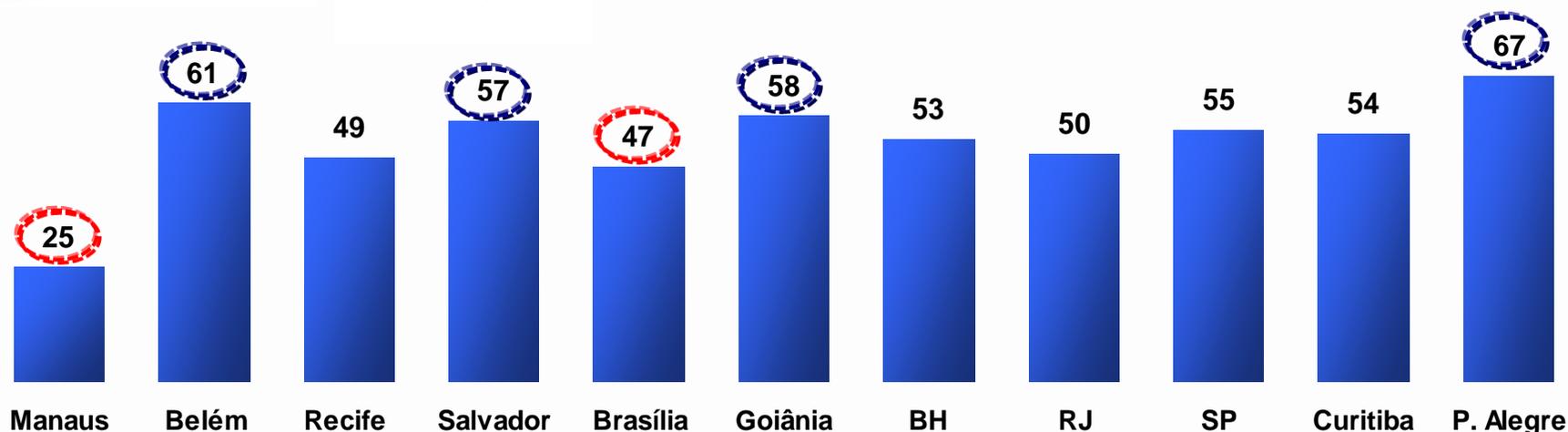
Satisfação geral com as empresas de cartão

(1 a 10)

Possuidor



■ Notas 8, 9 e 10



Média: 6,1 7,9 7,3 7,6 6,7 7,5 7,4 7,1 7,3 7,6 7,7



Base: Total possuidor

Fonte: P34. Por favor, dê uma nota de 1 a 10, na qual quanto mais insatisfeito você estiver com as empresas de cartão de crédito e débito, mais próximo de 1 deverá ser sua nota e quanto mais satisfeito você estiver, mais próximo de 10 deverá ser a nota.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento

Além da satisfação geral, os possuidores de meios eletrônicos de pagamento avaliaram de forma específica vários **atributos relacionados às empresas de cartão**. As respostas foram de maneira geral, sem relacionar a uma marca ou a um tipo de empresa.

Possuidor


satisfação



Atributos



satisfação

Continuam se destacando positivamente os atributos ligados a operação e aceitação do cartão, além de segurança e tecnologia.

Faturas para cartão de crédito e Site também estão em zona de conforto.

Similar a 2009

*As taxas mais baixas de Satisfação continuam ligadas ao custo do produto: valores das **taxas de juros, taxas por saques em dinheiro e anuidade**.*

*As **promoções e incentivos**, tiveram melhoria na avaliação, porém ainda não geram aprovação satisfatória.*

*Outros pontos de insatisfação estão ligados ao **Call Center** → principalmente os ligados ao tempo de espera (para ser atendido e para resolução do problema).*



Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento

Grande parte dos atributos teve tendência de melhoria na Satisfação, de 2009 para 2010



Possuidor

Fatura → Formato fácil de entender

Contrato → Clareza das informações e Disponibilidade do contrato

Condições comerciais → Possibilidade de parcelar as compras

Call Center → Objetividade, clareza e exatidão das informações

Site → Quantidade de informações úteis e Rapidez na navegação

Promoções e Incentivos → Clareza e eficiência na divulgação, Qualidade das promoções e Relevância dos programas

Segurança e Inovação Tecnológica

No Call Center, o único item que apresentou melhoria foi a “Objetividade, clareza e exatidão das informações”

→ Considerando o alto impacto na satisfação geral, cabe salientar a necessidade de melhoria em todos os aspectos relativos ao Call Center.



Observando-se a Satisfação Geral com as empresas de cartão pelos segmentos, percebe-se tendência de:

Menor satisfação nas classes mais baixas, em vários aspectos:

- Operação/ aceitação dos cartões***
- Tecnologia***
- Site***
- Faturas***
- Condições comerciais***
- Central de Atendimento***
- Limite de crédito e saque***

E maior satisfação entre os mais velhos (a partir de 60 anos), na maioria dos itens, com exceção do Site (que tem melhor avaliação na faixa de 18 a 24 anos).



Da mesma forma que em 2009, o Atendimento no **Call Center** continua sendo o item que mais impacta na satisfação geral com as empresas de cartão.



→ **Indivíduos que não ligaram para Central de Atendimento têm aproximadamente 2 vezes mais chances de estar satisfeitos com as empresas de cartão** (comparativamente aos que ligaram e não ficaram satisfeitos).

→ **Se o cliente ligou para a central de atendimento de cartões e ficou satisfeito, o impacto na satisfação geral é ainda maior:** em torno de 4 vezes mais, comparativamente aos que ligaram e não ficaram satisfeitos com o Atendimento.

“Segurança dos cartões/ Inovação Tecnológica” e “Quantidade de locais que aceitam cartões” também são itens com grande impacto na Satisfação Geral.



Similaridade com anos anteriores



Num outro patamar, têm impacto na Satisfação geral:

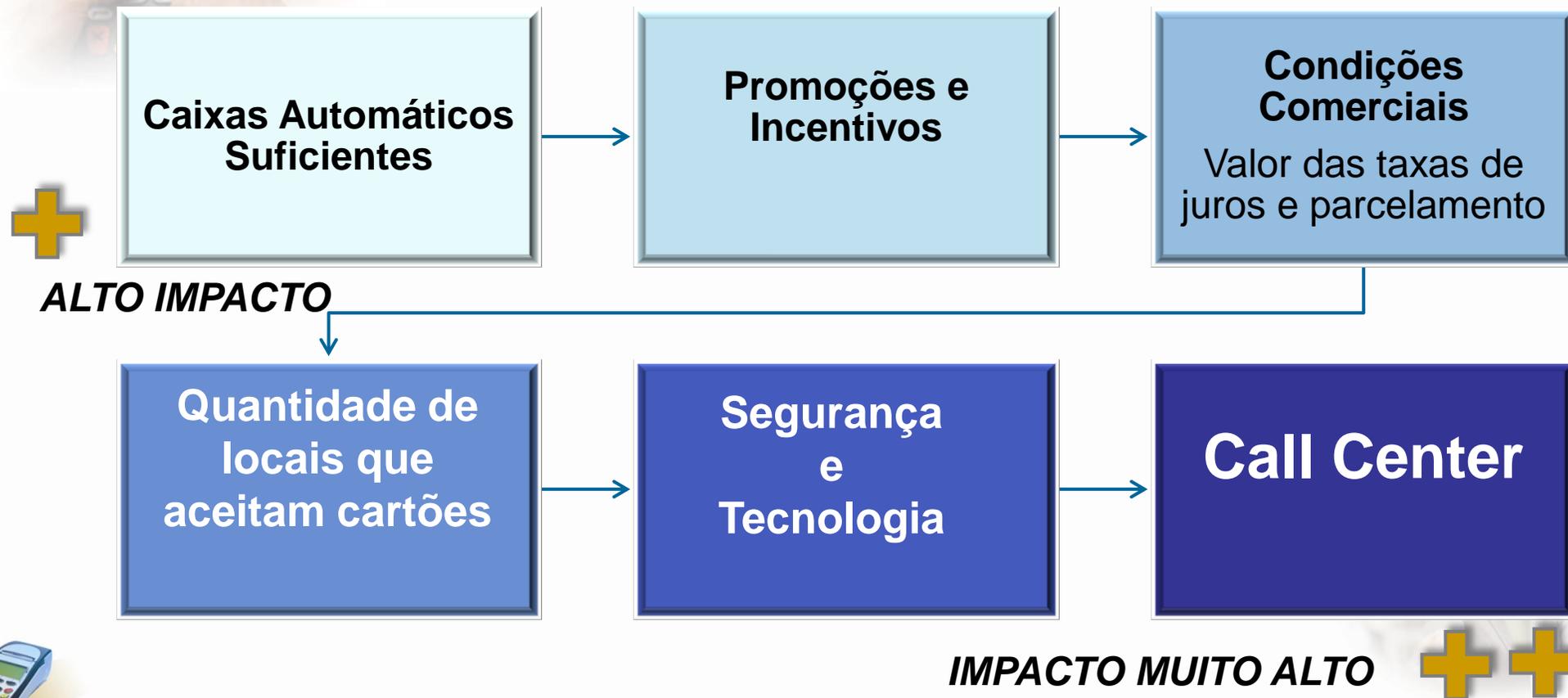
- ▶ **Condições comerciais** (valor das taxas de juros e parcelamento)
- ▶ **Promoções e Incentivos** e
- ▶ **Ter caixas automáticos em quantidade suficiente, para uso do Cartão de Débito.**



Satisfação com os Meios Eletrônicos - População

Call Center e Segurança/ Tecnologia são os itens com maior impacto na satisfação geral com as empresas de cartões, entre a população.

População
2010

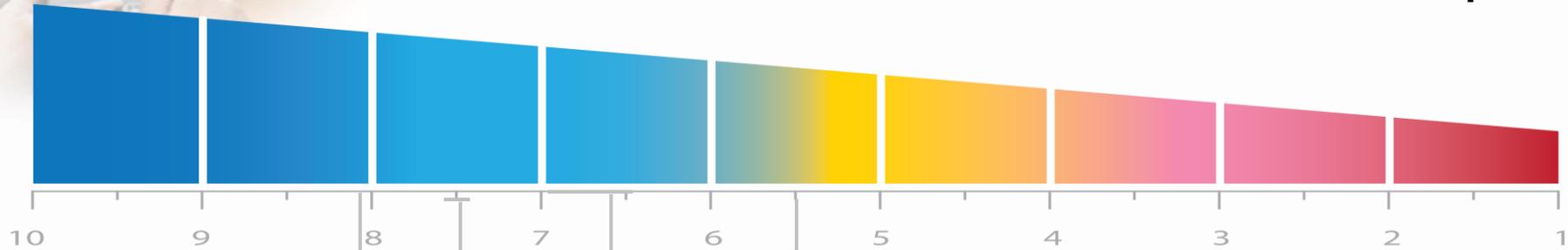


Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos%)

Satisfação geral ** com empresas de cartões: 7,2 (2008 e 2009: 7,1)

Importância* 



1º lugar

8,5– Operação e aceitação ↗
8,1– Segurança e tecnologia (2009: 7,9)

2º lugar

7,7 – Caixas automáticos suficientes, para uso do cartão de débito
7,6– Site (2009: 7,0) ↗
7,4– Faturas c. créd. (2009: 7,2)

4º lugar

6,2– Call Center (2009: 6,1)
6,0– Limite de crédito e saques (2009: 6,1)
6,0 – Promoções e incentivos (2009: 5,5) ↗

3º lugar

6,8– Contrato (2009: 6,5) ↗
6,6 – Condições comerciais (2009: 6,6)

De 2009 para 2010
Melhoria:
• Operação e Aceitação
• Site
• Contrato
• Promoções e Incentivos



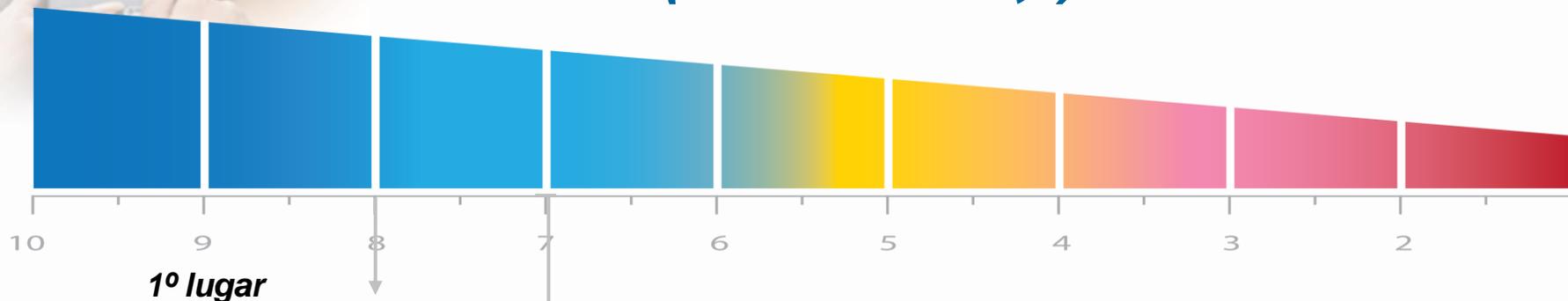
(**) Satisfação geral com as empresas de cartão de crédito, após avaliação de itens específicos (*) Regressão logística
Base: Total possuidor / Fonte: P.27/ P.30/ P.32/ P.34 Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento

2010

(Em média – escala de 10 pontos%)

Satisfação geral ** com empresas de cartões: 7,2
(2008 e 2009: 7,1)



8,6 – Quantidade de locais que aceitam cartões 
8,6 - Rapidez na transação
8,2 – Segurança do cartão 
8,2 – Inovação tecnológica 
7,9 – Fatura com formato fácil de entender



7,7 – Fatura correta
7,7 – Rapidez na navegação no site
7,7 – Ter caixas automáticos suficientes para cartão de débito 
7,6 – Quantidade de informações úteis no site
7,3 – Facilidade de encontrar informações no site
7,2 – Entregar fatura com antecedência
7,1 – Possibilidade de parcelar compras
7,0 – Ter a possibilidade de fazer saques em dinheiro

Itens com avaliação mais satisfatória

Importância*  127

(**) Satisfação geral com as empresas de cartão de crédito, após avaliação de itens específicos (*) Regressão logística

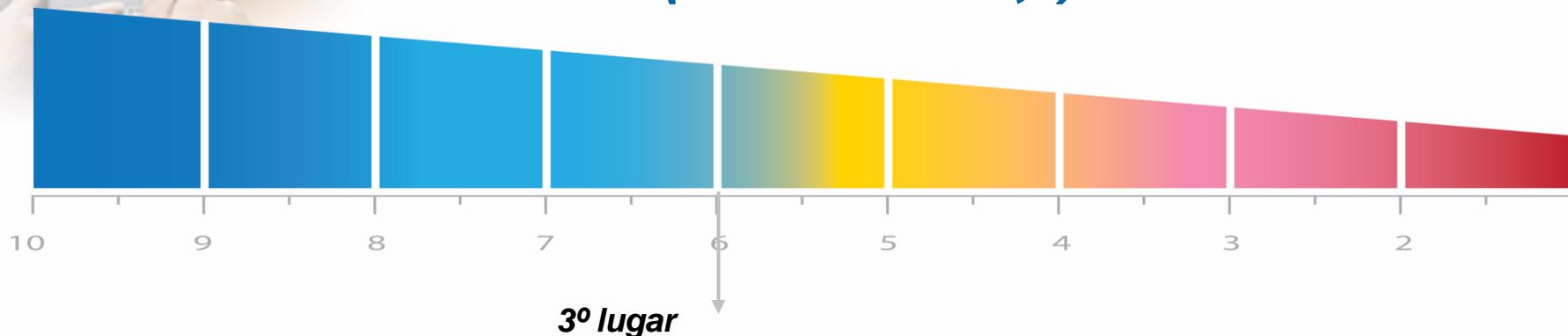
Base: Total possuidor / Fonte: P.27/ P.30/ P.32/ P.34 Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

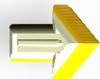
Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos%)

Satisfação geral ** com empresas de cartões: 7,2
(2008 e 2009: 7,1)

2010



REGULARES 

- 7,0 – Cordialidade dos atendentes
- 6,9 – Clareza das informações para o uso correto do cartão
- 6,7 – Valor disponibilizado para saque
- 6,6 – Disponibilidade do contrato para consulta
- 6,6 – Objetividade, clareza e exatidão das informações
- 6,5 – Divulgação prévia do valor da anuidade



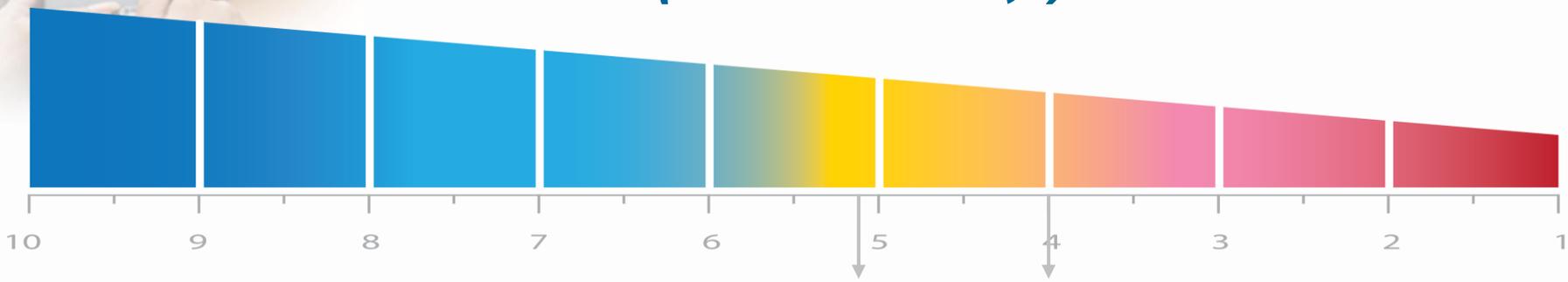
Importância*  128

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento

2010

(Em média – escala de 10 pontos%)

Satisfação geral ** com empresas de cartões: 7,2
(2008 e 2009: 7,1)



POUCO SATISFATÓRIOS

4º lugar

- 6,3 – Eficiência dos atendentes na resolução de problemas
- 6,3 – Poder parcelar o saldo do crédito rotativo
- 5,9 – Facilidade de uso do menu opções
- 5,8 – Clareza, eficiência na divulgação das promoções
- 5,8 – Qualidade das promoções realizadas
- 5,8 – Ter anuidade justa em relação aos benefícios que o cartão oferece

5º lugar

- 5,5 – Relevância dos programas de recompensas
- 5,4 – Tempo de espera para ser atendido pela central
- 4,9 – Tempo de espera para resolução do problema por telefone
- 4,8 – Valores das taxas cobradas pelo cartão de crédito para saque em dinheiro
- 4,2 – Valor das taxas de juros



(**) Satisfação geral com as empresas de cartão de crédito, após avaliação de itens específicos (*) Regressão logística
Base: Total possuidor / Fonte: P.27/ P.30/ P.32/ P.34 Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento - Possuidor

(Em média – escala de 10 pontos%)

Satisfação

■ 1º lugar
 ■ 2º lugar
 ■ 3º lugar
 ■ 4º lugar
 ■ 5º lugar

Importância*

FATURAS (crédito)

	2008	2009	2010
Apresentar fatura correta, sem erros.	7,8	7,6	7,7
Formato é fácil de entender.	7,8	7,6	7,9
Entregar fatura com antecedência suficiente para pagamento.	7,4	7,2	7,2
Divulgação prévia do valor da anuidade e taxas de juros que serão cobradas.	6,4	6,5	6,5

CONTRATO (crédito)

Clareza das informações para o uso correto do cartão de crédito.	6,8	6,7	6,9
Disponibilidade do contrato para consulta.	6,4	6,3	6,6

CONDIÇÕES COMERCIAIS

Possibilidade de parcelar suas compras.	6,8	6,8	7,1
Valor das taxas de juros.	4,0	4,1	4,2



(*) Regressão logística / (**) Satisfação geral com o atributo, após avaliação de itens específicos
 Base: Total possuidor / Fonte: P27. / P30. / P32. / P34. Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento - Possuidor

Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços

(Em média – escala de 10 pontos%)

Satisfação

 1º lugar

 2º lugar

 3º lugar

 4º lugar

 5º lugar

Importância*

CALL CENTER

	2008	2009	2010
Cordialidade dos atendentes.	6,9	6,9	7,0
Eficiência dos atendentes na resolução de problemas, dar informações.	6,1	6,3	6,3
Objetividade, clareza e exatidão das informações.	6,1	6,2	6,6
Facilidade de uso do menu de opções.	5,6	5,9	5,9
Tempo de espera para ser atendido pela central.	5,1	5,4	5,4
Tempo de espera para resolução do problema por telefone.	4,6	5,1	4,9



SITE

Quantidade de informações úteis no site.	7,2	7,0	7,6
Rapidez na navegação no site.	7,1	7,1	7,7
Facilidade de encontrar informações e serviços nos sites.	7,0	7,0	7,3



Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento - Possuidor

(Em média – escala de 10 pontos%)

Satisfação

 1º lugar

 2º lugar

 3º lugar

 4º lugar

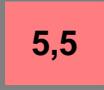
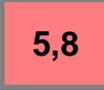
 5º lugar

Importância* 

SEGURANÇA/ TECNOLOGIA

	2008	2009	2010	
Segurança do cartão, não é necessário portar dinheiro ou cheque.	8,2	 8,3	 8,2	
Inovação tecnológica.	8,0	 8,0	 8,2	↑

PROMOÇÃO E INCENTIVOS

Clareza, eficiência na divulgação das promoções.	5,2	 5,5	 5,8	↑
Qualidade das promoções realizadas. (avaliado somente em 2010)			 5,8	
Relevância dos programas de recompensas: bônus, milhagem oferecidos pelo cartão de crédito.	4,9	 5,2	 5,5	↑



Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento - Possuidor

Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços

(Em média – escala de 10 pontos%)

Satisfação  1º lugar  2º lugar  3º lugar  4º lugar  5º lugar **Importância*** 

		2008	2009	2010	
OPERAÇÃO/ ACEITAÇÃO	Quantidade de locais que aceitam os cartões. 	8,5	8,4	8,6	↑
	Rapidez da transação no momento da compra.	8,4	8,4	8,6	↑
QUANTIDADE DE CAIXAS	Ter caixas automáticos suficientes para uso do cartão de débito 	7,7	7,8	7,7	
LIMITES/ SAQUES (crédito)	Ter a possibilidade de fazer saques em dinheiro no cartão de crédito.	6,8	7,1	7,0	
	Poder parcelar o saldo do crédito rotativo.	6,5	6,3	6,3	
	Valor disponibilizado para saques em dinheiro pelo cartão de crédito.	6,5	6,7	6,7	
	Ter anuidade justa em relação aos benefícios que o cartão de crédito oferece.	5,9	5,7	5,8	
	Valores das taxas cobradas pelo cartão de crédito para saque em dinheiro.	4,6	4,7	4,8	



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

Base: Total possuidor / Fonte: P27. / P30. / P32. / P34. Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento - Possuidor

(Em média – escala de 10 pontos%)

Satisfação geral resumo

1º lugar

	Total	POSSUIDOR (em média)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Operação/ aceitação	8,5	8,4	8,6	8,5	8,5	8,4	8,6	8,4	8,3	8,6	8,4	8,5	8,5	8,1
Segurança e tecnologia	8,1	8,0	8,2	8,1	8,2	8,0	8,0	8,1	7,9	8,2	8,1	8,2	8,0	7,8

2º lugar

Ter caixas automáticos suficientes para uso do cartão de débito	7,7	7,8	7,6	7,7	7,5	7,9	7,8	7,5	7,9	7,6	7,6	7,6	7,7	7,7
Site	7,6	7,7	7,5	8,3	7,5	7,3	7,3	7,5	7,5	7,7	7,6	7,6	7,7	6,6
Faturas	7,4	7,3	7,4	7,4	7,1	7,4	7,4	7,8	7,4	7,4	7,3	7,4	7,3	7,1

3º lugar

Contratos	6,8	6,7	6,9	6,7	6,6	6,9	6,6	7,5	7,2	6,8	6,3	6,8	6,8	6,8
Condições comerciais	6,6	6,5	6,8	6,8	6,7	6,6	6,2	7,1	6,5	6,8	6,4	6,7	6,7	6,2

4º lugar

Central de atendimento	6,2	6,0	6,3	6,5	5,9	6,3	6,0	6,6	6,1	6,1	6,3	6,2	6,1	5,9
Promoções e incentivos	6,0	5,9	6,1	6,2	5,9	6,0	5,9	6,4	6,3	6,0	5,7	6,0	6,0	6,1
Limite de crédito e saques em dinheiro	6,0	6,1	5,8	5,9	6,1	5,7	5,8	6,4	6,3	6,0	5,6	6,0	6,0	5,6
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98

Base: Total possuidor

Fonte: P27. / P30. / P32. / P34. Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento - Possuidor

(Em média – escala de 10 pontos%)



CALL CENTER

	Total	POSSUIDOR (em média)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Cordialidade dos atendentes.	7,0	7,0	6,9	6,8	6,7	7,3	6,6	7,9	7,0	6,9	7,0	7,1	6,9	6,4
Eficiência dos atendentes na resolução de problemas, dar informações.	6,3	6,2	6,4	6,5	6,2	6,3	6,3	6,4	6,3	6,3	6,4	6,4	6,3	6,0
Objetividade, clareza e exatidão das informações.	6,6	6,6	6,5	6,7	6,4	6,5	6,5	7,0	6,7	6,5	6,7	6,6	6,5	6,6
Facilidade de uso do menu de opções.	5,9	5,8	5,9	6,1	5,8	6,0	5,5	5,9	5,4	5,8	6,5	6,1	5,8	4,9
Tempo de espera para ser atendido pela central.	5,4	5,2	5,5	5,4	5,0	5,7	5,1	6,1	5,3	5,2	5,7	5,4	5,3	5,1
Tempo de espera para resolução do problema por telefone.	4,9	4,7	5,0	5,0	4,6	5,1	5,2	4,8	4,7	4,8	5,2	5,0	4,8	4,5
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98



Base: Total possuidor

Fonte: P27. / P30. / P32. / P34. Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento - Possuidor

(Em média – escala de 10 pontos%)



SITE	SEGURANÇA/TECNOLOGIA	PROMOÇÃO E INCENTIVOS	Total	POSSUIDOR (em média)												
				Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
				Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Quantidade de informações úteis no site.	7,6	7,7	7,4	8,2	7,5	7,3	7,4	6,9	7,9	7,7	7,4	7,6	7,7	6,6		
Rapidez na navegação no site.	7,7	7,7	7,7	8,3	7,6	7,3	7,3	7,7	7,6	7,6	7,8	7,7	7,7	6,4		
Facilidade de encontrar informações e serviços nos sites.	7,3	7,5	7,2	7,8	7,2	7,2	7,1	6,8	7,5	7,3	7,3	7,4	7,1	6,9		
Segurança do cartão, não é necessário portar dinheiro ou cheque.	8,2	8,1	8,2	8,1	8,3	8,2	7,9	8,2	8,0	8,2	8,4	8,4	8,0	7,8		
Inovação tecnológica.	8,2	8,2	8,2	8,2	8,3	8,0	8,2	8,1	7,9	8,3	8,3	8,4	8,0	7,7		
Clareza, eficiência na divulgação das promoções.	5,8	5,9	5,8	6,1	5,7	5,7	5,8	5,9	5,9	5,9	5,6	5,8	5,9	5,4		
Qualidade das promoções realizadas.	5,8	5,7	6,0	5,9	5,6	5,8	6,0	6,0	6,1	5,8	5,5	5,8	5,9	5,7		
Relevância dos programas de recompensas: bônus, milhagem oferecidos pelo cartão de crédito.	5,5	5,5	5,5	5,7	5,2	5,6	5,6	5,8	5,8	5,3	5,6	5,7	5,4	5,2		
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98		

Base: Total possuidor

Fonte: P27. / P30. / P32. / P34. Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.

Satisfação com os meios eletrônicos de pagamento - Possuidor

(Em média – escala de 10 pontos%)



	Total	POSSUIDOR (em média)															
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica					
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E			
OPERAÇÃO/ ACEITAÇÃO																	
Quantidade de locais que aceitam os cartões.	8,6	8,5	8,6	8,5	8,6	8,6	8,7	8,5	8,5	8,6	8,6	8,6	8,6	8,6	8,6	8,0	
Rapidez da transação no momento da compra.	8,6	8,6	8,6	8,5	8,6	8,6	8,8	8,5	8,6	8,7	8,4	8,6	8,6	8,6	8,3		
Ter caixas automáticos suficientes para uso do cartão de débito	7,7	7,8	7,6	7,7	7,5	7,9	7,8	7,5	7,9	7,6	7,6	7,6	7,7	7,7			
LIMITES/ SAQUES (crédito)																	
Ter a possibilidade de fazer saques em dinheiro no cartão de crédito.	7,0	7,3	6,8	7,2	7,1	7,0	6,8	7,1	7,1	7,1	6,9	7,2	6,9	6,5			
Poder parcelar o saldo do crédito rotativo.	6,3	6,3	6,2	6,3	6,2	6,2	6,1	6,5	6,5	6,3	6,0	6,2	6,4	5,7			
Valor disponibilizado para saques em dinheiro pelo cartão de crédito.	6,7	6,9	6,5	6,7	6,8	6,7	6,3	6,9	6,7	6,8	6,5	6,8	6,6	6,1			
Ter anuidade justa em relação aos benefícios que o cartão de crédito oferece.	5,8	5,7	5,9	5,9	5,7	5,7	5,6	6,3	6,2	5,8	5,4	5,8	5,9	5,3			
Valores das taxas cobradas pelo cartão de crédito para saque em dinheiro.	4,8	4,8	4,8	5,2	4,9	4,4	4,6	5,2	5,0	5,0	4,4	4,8	4,8	4,6			
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98			



Base: Total possuidor

Fonte: P27. / P30. / P32. / P34. Satisfação com atributos. Escala de 1 a 10.



Imagem dos meios eletrônicos de pagamento



Imagem dos meios eletrônicos de pagamento

A investigação estimulada da imagem dos meios eletrônicos de pagamento confirma e detalha alguns aspectos mencionados de forma espontânea:

Para o Possuidor, os meios eletrônicos são muito associados a:



Segurança, não precisa andar com dinheiro
Meio mais prático e rápido para as compras



Contudo, pouca adesão quanto a:

- *Recomendação para os amigos*
- *Confiança nas empresas de cartão*
- *Disponibilidade para conhecer novos produtos*

Há concordância de que o cartão estimula os gastos → o uso descontrolado do cartão constitui preocupação para uma parcela dos consumidores

Possuidores e Não Possuidores têm alta concordância de que o ***Dinheiro é mais adequado para pequenos valores***

O Dinheiro é associado também à **praticidade**, sobretudo entre Não possuidores.



Imagem dos meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos)

Imagem

2010

■ 2010 - Possuidor
■ 2010 - Não possuidor

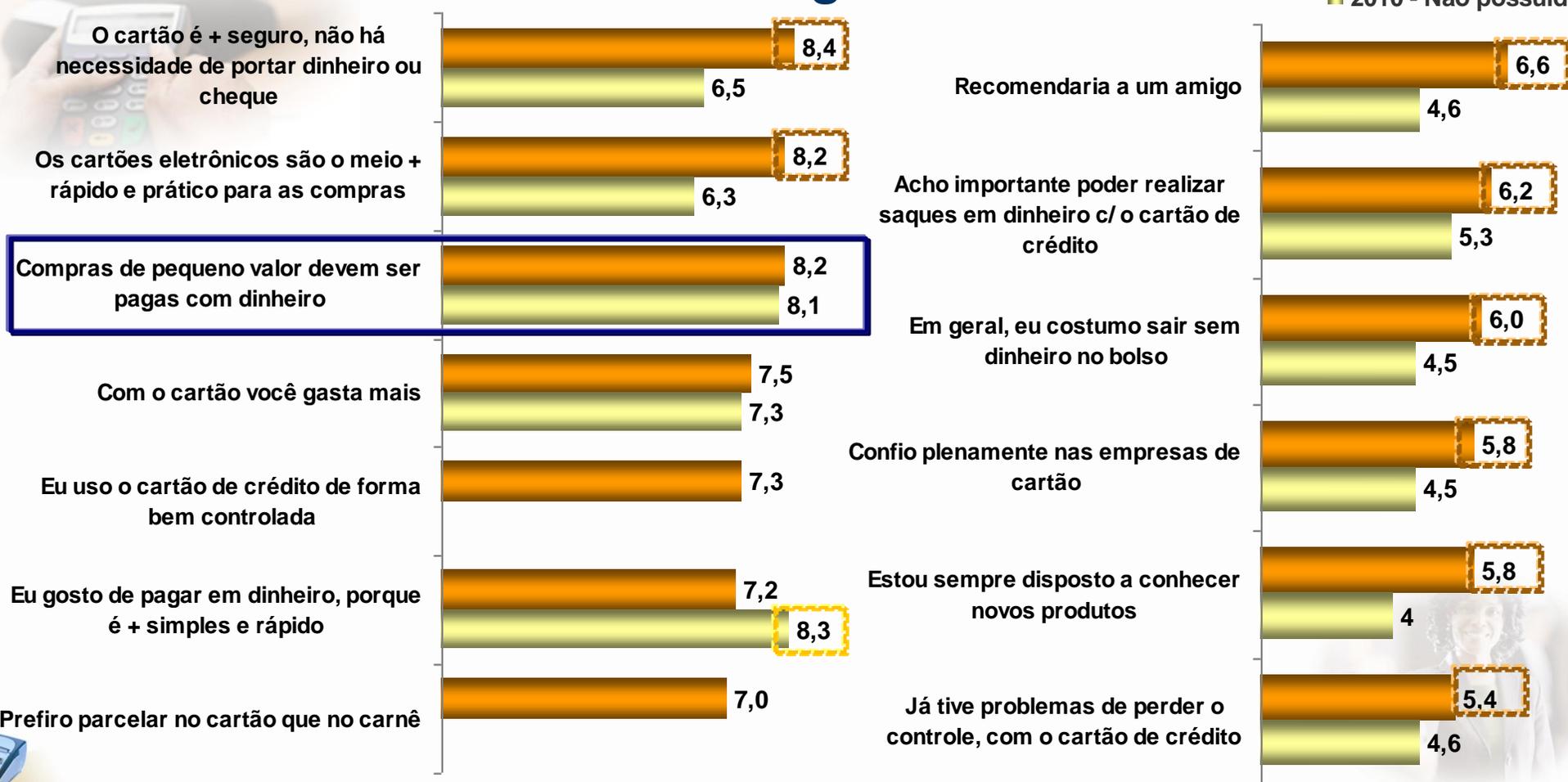


Imagem dos meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos)

Imagem



Possuidor

Não possuidor

	Possuidor			Não possuidor		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
<i>O cartão é + seguro, pq. não há necessidade de trazer dinheiro ou cheque</i>	8,4	8,2	8,4	6,3	5,9	6,5
<i>Prefiro parcelar no cartão que no carnê</i>	6,8	6,9	7,0	4,2	4,1	4,3
<i>Recomendaria a um amigo.</i>	6,8	6,7	6,6	4,1	4,2	4,6
<i>Acho importante poder realizar saques em dinheiro c/ o cartão de crédito</i>	6,4	6,6	6,2	4,9	4,8	5,3
<i>Confio plenamente nas empresas de cartão</i>	5,9	5,9	5,8	3,6	3,9	4,5
<i>Estou sempre disposto a conhecer novos produtos</i>	5,7	6,0	5,8	3,8	3,8	4,0

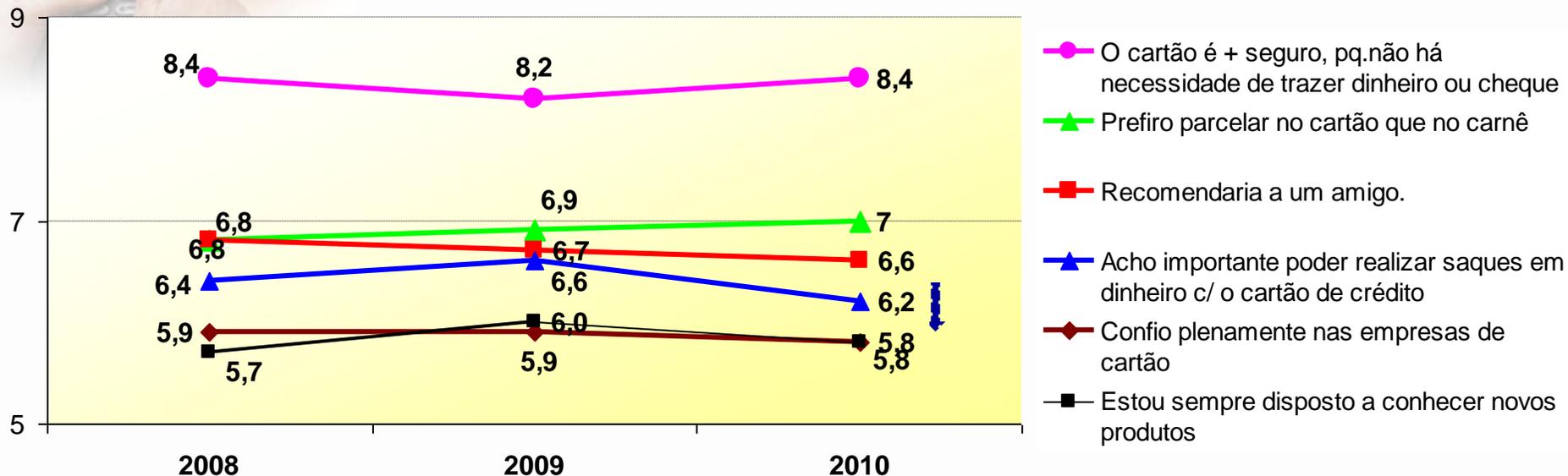


Imagem dos meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos)

Imagem Comparativo

Possuidor



Entre os Possuidores, não houve alteração na imagem dos meios eletrônicos, no tocante à **Segurança, Confiança nas empresas, Recomendação a amigos e Disposição para conhecer novos produtos.**

Apenas no tocante à **“Importância de realizar saques em dinheiro com o cartão de crédito”** houve tendência de declínio → o consumidor não percebe essa necessidade, que é preenchida pelo cartão de Débito.

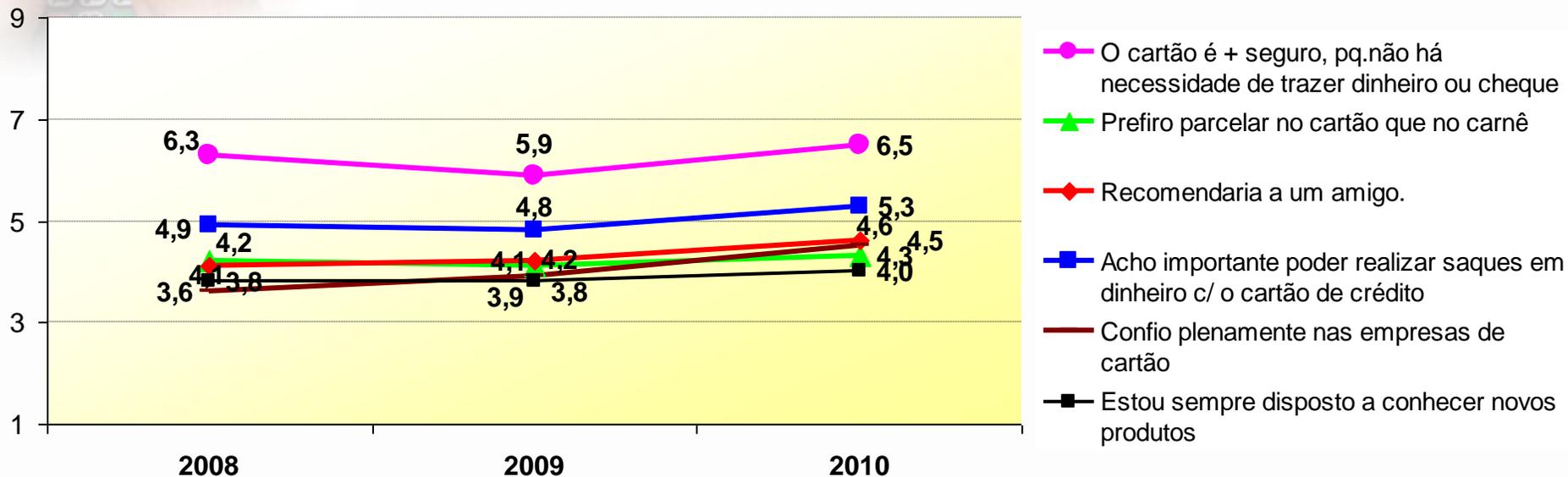


Imagem dos meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos)

Imagem Comparativo

Não Possuidor



De modo geral, a imagem dos meios eletrônicos é menos favorável entre os Não possuidores.

Contudo, nesse público foi notada evolução positiva, no último ano, em alguns atributos: Segurança dos cartões, Confiança nas empresas de cartões e Recomendação a amigos.



Imagem dos meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos)

Imagem

	Total	POSSUIDOR (em média)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
O cartão é mais seguro porque não há necessidade de trazer dinheiro e cheque	8,4	8,4	8,4	8,5	8,4	8,4	8,3	8,5	8,4	8,3	8,6	8,4	8,4	8,4
Os cartões eletrônicos são o meio mais rápido e prático para as compras	8,2	8,2	8,2	8,3	8,3	8,2	8,1	8,0	8,0	8,3	8,3	8,3	8,1	7,8
Compras de pequeno valor devem ser pagas com dinheiro	8,2	8,3	8,1	8,1	8,1	8,3	8,1	8,4	8,4	8,2	7,9	8,1	8,2	8,3
É mais seguro andar com cartão do que com dinheiro	8,2	8,2	8,2	8,2	8,2	8,1	8,1	8,3	8,2	8,1	8,2	8,3	8,1	8,0
Com o cartão você gasta mais	7,5	7,5	7,5	7,6	7,5	7,6	7,4	7,3	7,6	7,5	7,4	7,4	7,6	7,8
Eu uso o cartão de crédito de forma bem controlada	7,3	7,2	7,4	7,2	6,8	7,4	7,7	7,7	7,5	7,3	7,1	7,4	7,2	7,3
Eu gosto de pagar em dinheiro, porque é mais simples e rápido	7,2	7,2	7,1	7,4	7,0	7,0	7,0	7,6	7,7	7,4	6,2	6,8	7,5	8,1
Prefiro parcelar no cartão que no carnê	7,0	6,7	7,2	7,3	7,1	7,0	6,5	6,7	6,6	7,0	7,3	7,1	6,9	6,6
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98

continua...

Imagem dos meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos)

Imagem

... continuação

	Total	POSSUIDOR (em média)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Recomendaria a um amigo.	6,6	6,4	6,7	6,8	6,4	6,6	6,5	6,7	6,4	6,6	6,7	6,8	6,5	5,9
Acho importante poder realizar saques em dinheiro c/ o cartão de crédito	6,2	6,3	6,2	6,5	6,5	5,8	6,2	6,0	6,4	6,4	5,6	6,0	6,4	6,8
Em geral, eu costumo sair sem dinheiro no bolso	6,0	6,0	6,0	5,7	6,2	6,0	6,0	6,2	6,2	5,9	6,0	5,9	6,1	5,8
Confio plenamente nas empresas de cartão	5,8	5,8	5,9	5,8	5,6	5,6	5,8	6,8	6,0	5,8	5,6	5,9	5,7	6,0
Estou sempre disposto a conhecer novos produtos	5,8	5,7	5,9	6,1	6,0	5,6	5,7	5,5	5,8	5,9	5,7	6,0	5,7	6,0
Eu já tive problemas de perder o controle, com o uso do cartão de crédito	5,4	5,4	5,3	5,6	5,7	5,6	5,4	3,7	5,5	5,3	5,3	5,2	5,5	5,6
Base	1523	751	772	314	405	334	294	176	411	740	372	712	713	98



Imagem dos meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos)

Imagem

	Total	NÃO POSSUIDOR (em média)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Eu gosto de pagar em dinheiro, porque é mais simples e rápido	8,3	8,4	8,3	8,2	8,4	8,5	8,6	7,9	8,5	8,2	7,2	8,3	8,5	8,1
Compras de pequeno valor devem ser pagas com dinheiro	8,1	8,2	8,0	8,0	8,3	7,9	8,2	8,0	8,1	8,2	7,6	8,1	8,1	8,1
Com o cartão você gasta mais, você não vê o dinheiro sair	7,3	7,4	7,2	7,1	7,8	7,0	7,8	6,5	7,5	7,2	6,0	7,1	7,3	7,4
O cartão é mais seguro porque não há necessidade de trazer dinheiro e cheque	6,5	6,3	6,6	6,5	6,5	6,7	6,5	6,2	6,6	6,3	6,5	6,0	6,4	7,2
É mais seguro andar com cartão do que com dinheiro no bolso	6,5	6,8	6,3	6,3	6,5	6,8	6,6	6,3	6,7	6,5	5,1	6,0	6,6	6,7
Os cartões eletrônicos são o meio mais rápido e prático para as compras	6,3	6,3	6,2	6,0	6,7	6,5	6,3	5,7	6,2	6,4	5,9	5,9	6,2	6,7
Acho importante poder realizar saques em dinheiro com o cartão de crédito.	5,3	5,2	5,3	5,5	5,0	5,4	4,8	5,8	5,4	5,2	4,5	4,7	5,2	6,0
Eu já tive problemas de perder o controle, com o uso do cartão de crédito	4,6	4,9	4,4	4,9	4,5	4,6	4,9	3,7	4,3	5,1	3,6	4,8	4,4	4,9
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27*	101	198	94

continua ... 147

Imagem dos meios eletrônicos de pagamento

(Em média – escala de 10 pontos%)

Imagem

... continuação

	Total	NÃO POSSUIDOR (em média)												
		Sexo		Idade					Escolaridade			Classificação Econômica		
		Masculino	Feminino	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 59 anos	60 anos ou mais	Ensino Fund.	Ensino Médio	Ensino Superior	A/B	C	D/E
Recomendaria a um amigo.	4,6	4,3	4,7	4,8	4,2	4,6	4,6	4,5	4,6	4,6	4,3	4,2	4,7	4,5
Em geral, eu costumo sair sem dinheiro no bolso	4,5	4,5	4,6	5,2	4,7	4,6	4,4	3,6	4,5	4,8	3,6	3,9	4,7	4,9
Confio plenamente nas empresas de cartão de crédito e débito.	4,5	4,6	4,4	4,5	4,0	4,2	4,8	4,9	4,8	4,0	4,5	4,6	4,2	4,9
Prefiro parcelar no cartão que no carnê	4,3	4,4	4,1	4,6	3,8	4,0	4,4	4,4	4,3	4,3	3,4	4,1	4,0	5,0
Eu uso o cartão de crédito de forma bem controlada	4,0	4,5	3,6	4,2	3,4	3,9	4,1	4,5	4,1	4,1	3,1	4,4	3,6	4,5
Estou sempre disposto a conhecer novos produtos oferecidos pelas empresas de cartão de crédito e débito.	4,0	3,9	4,1	4,2	3,6	4,0	3,9	4,2	4,2	3,7	3,8	3,8	3,9	4,3
Base	393	181	212	85	78	67	98	65	206	160	27*	101	198	94





Sumário Conclusivo



Situação macro econômica

Cenário mais positivo em 2010, caracterizado por uma retomada do crescimento econômico e pela ascensão das classes médias baixas, que ingressam mais efetivamente no mercado de consumo.

Meios eletrônicos de pagamento

Coerentemente, **o mercado de meios eletrônicos teve crescimento significativo de 4 pontos percentuais nos últimos doze meses, passando de 67% para 71%**, considerando a população das onze principais capitais brasileiras.

O perfil do Possuidor de meios eletrônicos se mantém elitizado:

► as taxas de posse são bastante superiores nas classes AB (83%) e no nível mais alto de escolaridade (91% dos que possuem curso superior).



Contudo, a tendência é de maior acesso dos segmentos menos favorecidos: os maiores crescimentos na posse foram detectados nas classes DE e entre os que possuem menor escolaridade.

→ por idade, a tendência foi de maior ingresso dos mais velhos, a partir de 60 anos.



De um ano para outro...

Os dois meios de pagamento – Cartão de Débito e Crédito – têm crescimento na posse.

- ▶ A expansão mais forte ocorreu com o **cartão de crédito, sobretudo o tipo nacional.**
 - A única exceção foi o cartão de loja, que apresentou tendência de declínio no período.



Cartão de **Débito** teve grande crescimento nas classes baixas (DE), enquanto o Cartão de **Crédito** cresceu nas classes ABC.



Por idade, as faixas mais jovens (até 34 anos) e os mais velhos, a partir de 60, apresentaram maior expansão.

➔ Entretanto, são esses segmentos que ainda apresentam espaço para maior crescimento.

Acompanhando a posse, o hábito de uso dos cartões também apresentou crescimento no período, de 63% para 67% → esse percentual fica apenas um pouco abaixo do índice de posse (71%).



Apesar do crescimento na posse e hábito de uso de meios eletrônicos, **a preferência ainda é pelo uso do dinheiro:**



O motivo principal para a preferência pelo **Dinheiro** é a sensação de maior **Controle dos gastos**.

Além disso, o dinheiro tem como vantagem a **isenção de pagamento de taxas ou juros**.



Por outro lado, os **cartões** são preferidos pela **praticidade/ agilidade**, bem como pela **segurança**.

► O **cartão de crédito** ainda apresenta como grande vantagem a **possibilidade de parcelamento**.

A preferência está relacionada à classe econômica:

► nas classes AB os meios eletrônicos são preferidos, porém nas classes DE há forte predileção pelo dinheiro.

Considerando o total da população, os Meios eletrônicos como um todo respondem por uma fatia ligeiramente maior dos gastos mensais: 44%.

► O **Dinheiro** é responsável por 40% dos gastos.



Entre os **Possuidores**, a participação dos meios eletrônicos nos gastos é maior, atingindo 53% (Dinheiro → 30%)



A satisfação geral com as empresas de cartão é positiva, porém não entusiasmada: a média geral, em escala de 1 a 10, fica em 7,2 (mesmo patamar de 2009)

Os consumidores se mostram satisfeitos sobretudo com os aspectos relativos à operação e aceitação dos cartões, bem como sua segurança

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



Contudo, há aspectos importantes e que têm impacto na Satisfação Geral com as empresas, que não são bem avaliados. **Os consumidores denotam menor satisfação com os Custos** (taxas e anuidades), **com as Promoções** e **com alguns aspectos do Call Center**, sobretudo os relativos ao **tempo de espera** para ser atendido e para a solução do problema.

Cabe atentar especialmente para o Call Center, que têm o maior impacto na Satisfação geral com as empresas de cartões.



Em função dos resultados, sugerimos concentrar a atenção nos seguintes aspectos:

Custos/ Taxas

- Poder parcelar o saldo do crédito rotativo
- Anuidade justa em relação aos benefícios que o cartão oferece
- Valores das taxas cobradas pelo cartão de crédito para saque em dinheiro
- Divulgação prévia do valor da anuidade

Promoções

- Clareza e eficiência na divulgação das promoções
- Qualidade e Relevância das promoções
- Relevância dos programas de recompensas

Call Center

- Objetividade e clareza das informações
- Eficiência dos atendentes na resolução dos problemas
- Facilidade de uso do menu de opções
- Tempo de espera (para atendimento e para solução)

Houve melhoria nesse item, porém o conjunto da avaliação do Call Center é pouco satisfatório.

*Em resumo, a demanda dos consumidores é sobretudo por **informações mais claras, objetivas e no tempo certo** → clareza e objetividade são necessárias para que o consumidor seja bem informado sobre Taxas e anuidades, Promoções, bem como para a solução adequada dos problemas levantados no Call Center.*

► Cabe também atentar para a **qualidade e relevância das promoções e incentivos.**



Na investigação estimulada da imagem dos meios eletrônicos, os **Possuidores** têm avaliações mais positivas na maioria dos aspectos. Nesse público há forte adesão quanto a:

Segurança e Praticidade dos cartões

Uso controlado dos cartões

Preferência pelo parcelamento no cartão, comparativamente aos carnês



Contudo, nos dois públicos, o dinheiro é visto também como forma de pagamento simples e prática.

E a confiança nas empresas de cartão ainda tem limitações:

Não há um percentual muito expressivo de Recomendação para os amigos, nem Disponibilidade elevada para conhecer novos produtos.

Em resumo, os meios eletrônicos :

- ▶ Têm alta adesão, pela praticidade e segurança, e pelo benefícios de parcelamento (crédito).
- ▶ Porém, a confiança e interesse nas empresas e seus serviços ainda poderiam ser ampliados.





ANEXO

POPULAÇÃO (possuidores)

Análise de Segmentação



- 
- Análise estatística (*cluster analysis*), com objetivo de encontrar agrupamentos consistentes, na amostra de população - **Possuidores de Meios Eletrônicos de pagamento.**

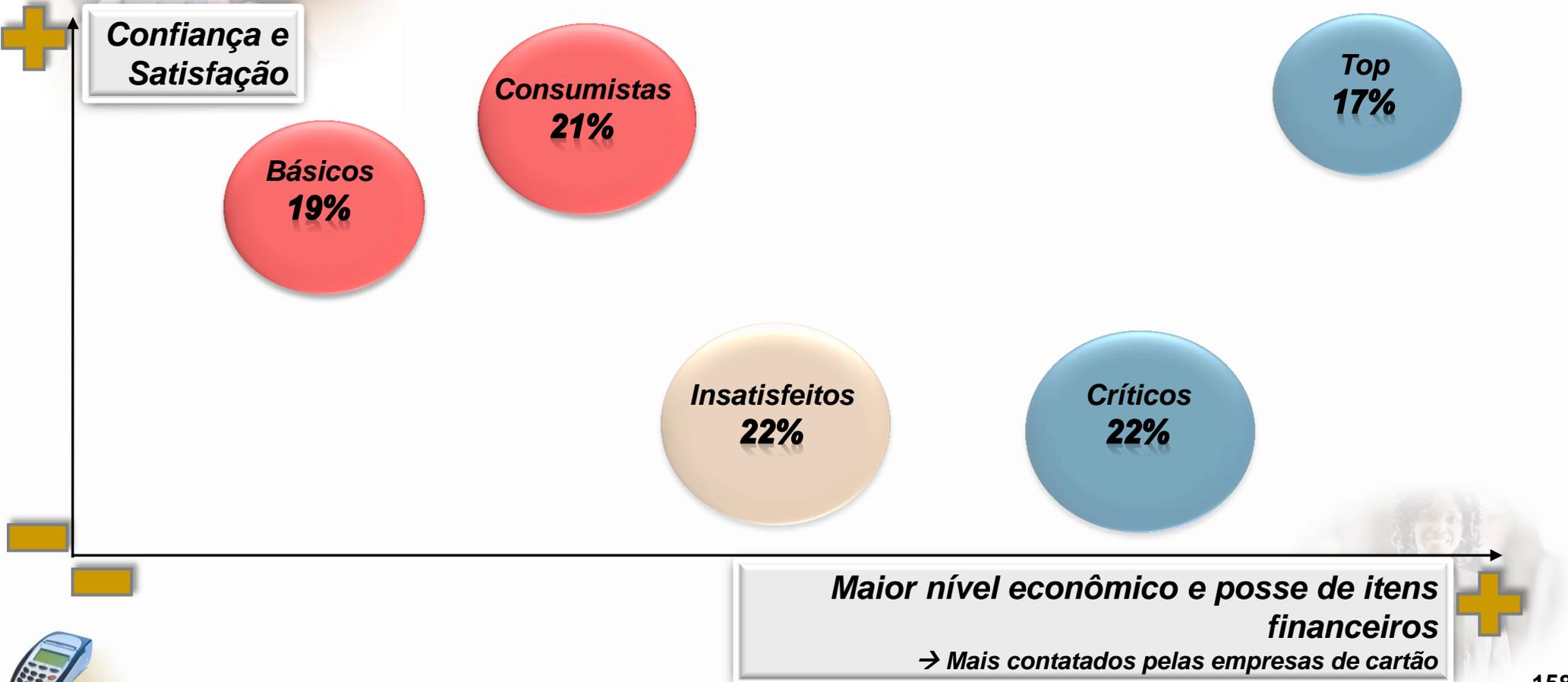
 - **Análise de cluster**, que permite **agrupar variáveis segundo suas características, formando grupos homogêneos.**
 - Os grupos obtidos apresentam **homogeneidade interna** (dentro de cada agrupamento) e **heterogeneidade externa** (entre agrupamentos).

 - Com base nessa técnica, na amostra da pesquisa com Possuidores **foram encontrados 5 grupos**, com a distribuição a seguir:



Segmentação – Síntese analítica

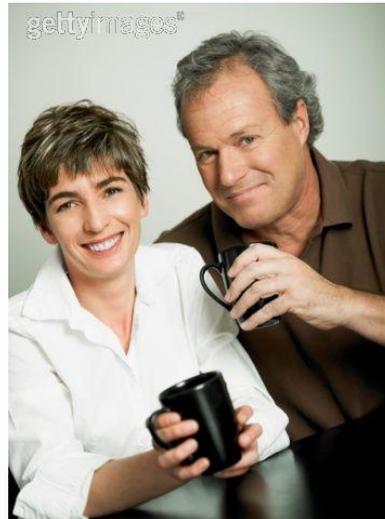
2 eixos: “**nível econômico e educacional**” e “**confiança/ satisfação com as empresas/ cartões**”



Segmentação – Síntese analítica

2 eixos: “**nível econômico e educacional**” e “**confiança/ satisfação com as empresas/ cartões**”

Confiança e Satisfação



Gasto mensal com ME é o + elevado: R\$ 1.149

Top
17%

- Grupo **mais elitizado**: classe AB, escolaridade elevada, expressiva posse de itens financeiros
- Grande adesão aos MEs (débito e crédito)
- Alta satisfação
- Práticos e Seguros na utilização dos MEs → **sabem e gostam de usar cartões**
- Interesse em conhecer novos produtos
- Um pouco mais velhos (média: 43 anos) e mais feminino (57%)

Maior nível econômico e posse de itens financeiros

→ Mais contatados pelas empresas de cartão

Segmentação – Síntese analítica

2 eixos: “**nível econômico e educacional**” e “**confiança/ satisfação com as empresas/ cartões**”



Confiança e
Satisfação

Gasto mensal com ME
elevado: R\$ 1.023



- Classe AB, **boa renda familiar**, escolaridade elevada
- Jovens, um pouco mais masculino (54%)
- Utilizam variedade de meios , eletrônicos e não eletrônicos (DA e Vale Benefícios)
- Dão **preferência ao uso de meios eletrônicos**
- Contudo, baixa satisfação com os cartões
- Críticos (anuidades, juros)
- **Não são muito controlados**



Críticos
22%



Maior nível econômico e posse de itens
financeiros

→ Mais contatados pelas empresas de cartão



Segmentação – Síntese analítica

2 eixos: “**nível econômico e educacional**” e “**confiança/ satisfação com as empresas/ cartões**”

Confiança e
Satisfação

Básicos
19%

Gasto mensal
com ME é o + baixo: R\$ 374

- **Baixa renda, classe média/ baixa**
- **Possuem o básico: poupança e conta corrente**
- **Usuários de *Cartão de Débito* e Dinheiro**
- **Satisfação e confiança nas empresas de cartão**
- **Porém *evitam cartão de crédito*, com receio de endividamento.**
- **Adeptos da poupança, evitam parcelamento.**



Maior nível econômico e posse de itens
financeiros

→ Mais contatados pelas empresas de cartão



Segmentação – Síntese analítica

2 eixos: “**nível econômico e educacional**” e “**confiança/ satisfação com as empresas/ cartões**”

Confiança e
Satisfação

Consumistas
21%



- **Classe C**, feminino (65%)
- Grupo adepto do **cartão de crédito/ loja** (inclusive cartões emergentes)
- Baixa posse de cartão de débito e cheque
- **Alta satisfação e imagem muito positiva dos cartões** → segurança e parcelamento
- Boa disposição para conhecer novos produtos
- No entanto, é o grupo que menos recebeu oferta

Gasto mensal
com ME é baixo: R\$ 415

Maior nível econômico e posse de itens
financeiros

→ Mais contatados pelas empresas de cartão



Segmentação – Síntese analítica

2 eixos: “**nível econômico e educacional**” e “**confiança/ satisfação com as empresas/ cartões**”

Confiança e
Satisfação

- Grupo **Intermediário**, em termos de classe, renda e itens financeiros
- Utilizam **mais o crédito** que o débito: usuários de cartão de loja
- Preferem usar dinheiro
- **Insatisfeitos e desconfiados com os cartões** → não são seduzidos pela praticidade e segurança
- Sem interesse em conhecer novos produtos/ serviços
- **Receio do “descontrole”** → experiências negativas anteriores
- Classe C



Insatisfeitos
22%

Gasto mensal
com ME : R\$ 566

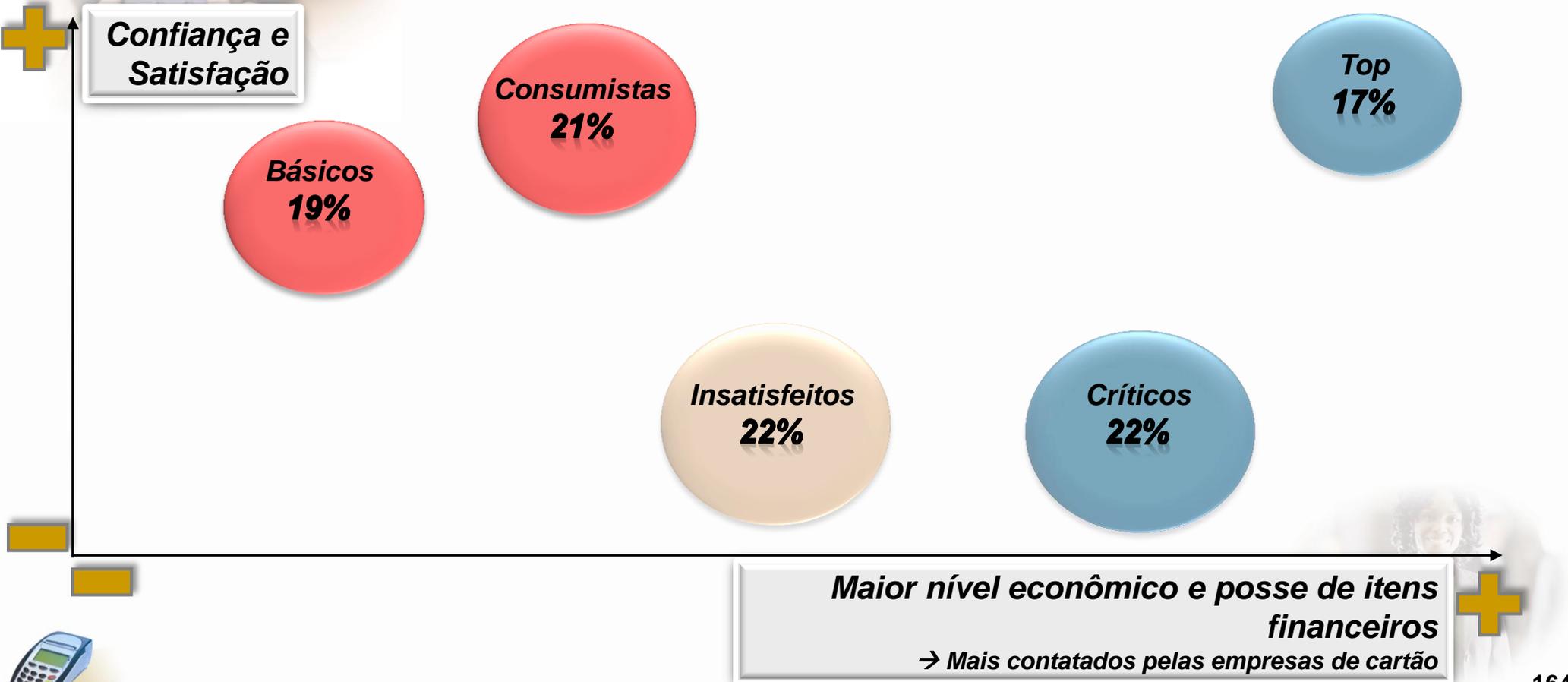
Maior nível econômico e posse de itens
financeiros

→ Mais contatados pelas empresas de cartão



Segmentação – Síntese analítica

2 eixos: “**nível econômico e educacional**” e “**confiança/ satisfação com as empresas/ cartões**”





Datafolha
INSTITUTO DE PESQUISAS



associação brasileira das empresas
de cartões de crédito e serviços