



Seminário Internacional sobre
Cartões de Pagamento
International Seminar on
Payment Cards

O Novo Mercado Brasileiro de Cartões de Pagamento

Rubén Osta – Diretor ABECS

Marcelo Motta – Diretor ABECS

Denilson Molina – Conselheiro ABECS

Ivo Vieitas – Diretor ABECS



Este projeto é co-financiado
pela União Europeia



Secretaria de
Direito Econômico

Secretaria
de Gestão

Ministério
da Fazenda

Ministério
do Planejamento



Estrutura da Apresentação

- Indústria de cartões

Ivo Vieitas

- O novo padrão de competição entre bandeiras

Rubén Osta

- O novo marco competitivo entre credenciadores

Marcelo Motta

- Novos desafios para os emissores

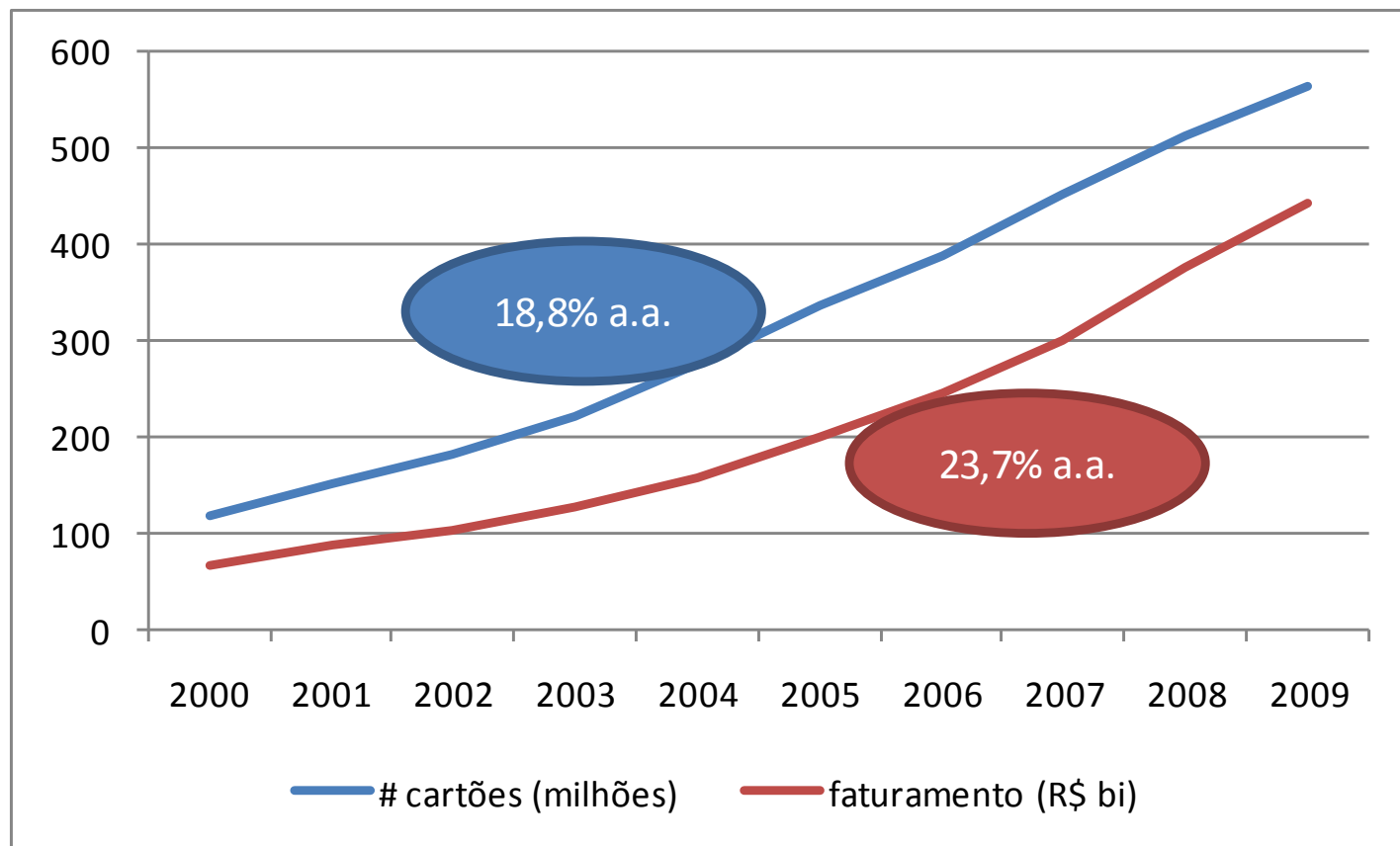
Denilson Molina

- Uma análise do novo mercado de cartões de pagamento

Ivo Vieitas



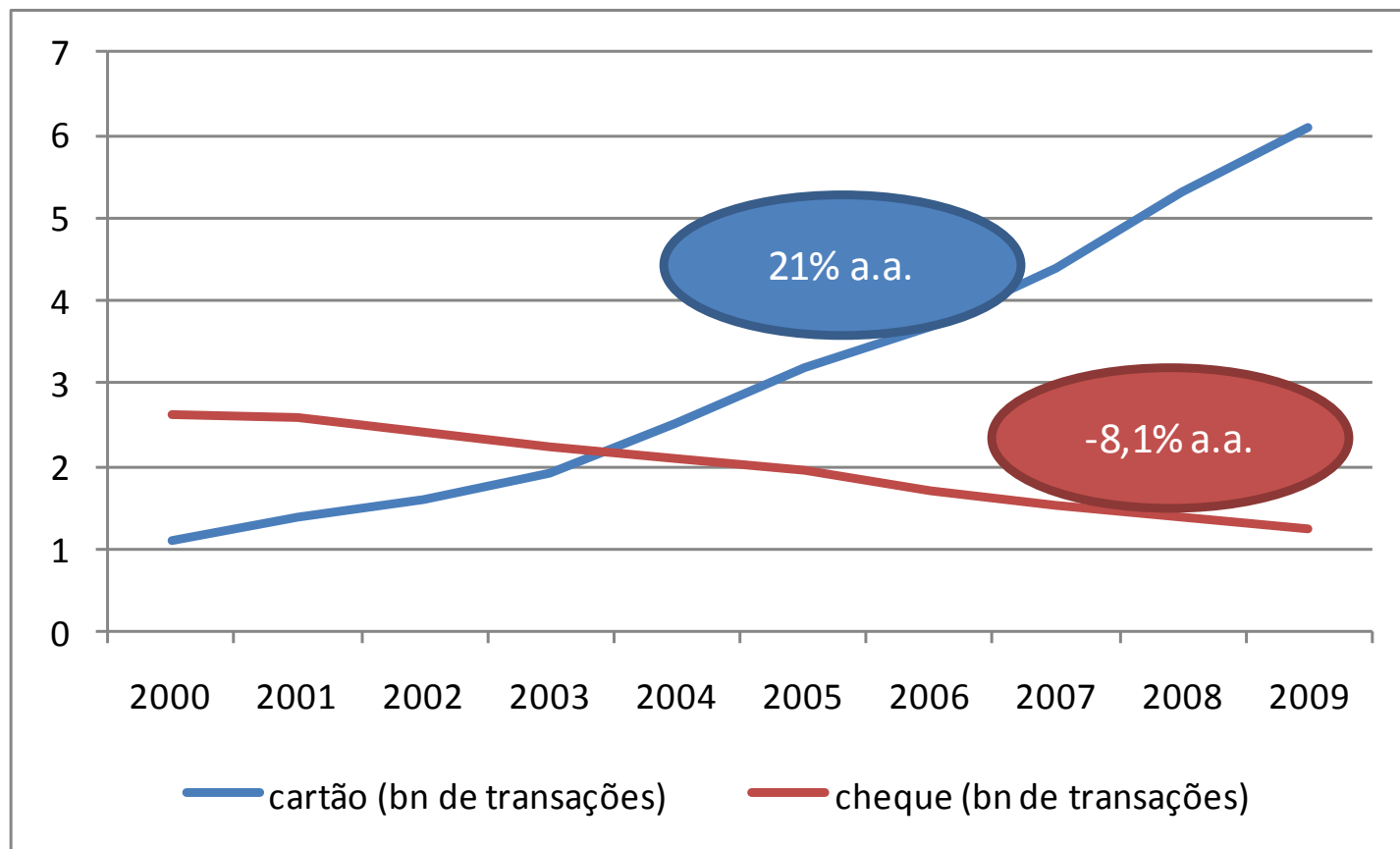
Mercado dinâmico, em rápida expansão



Fonte: ABECS. Elaboração: Ferrés Consultoria.



Substituiu grande parte do uso de cheques



Fonte: ABECS e BCB. Elaboração: Ferrés Consultoria.



E vem avançando sobre o uso de dinheiro, com expansão para classes C/D/E

- Cartões já tem maior penetração que conta bancária na classe DE

Penetração do cartão de crédito e importância nos gastos - 2009

	Total	AB	C	DE
Posse de cartões (% da população)				
Cartão	67%	81%	64%	36%
Crédito	45%	61%	38%	20%
Débito	53%	70%	49%	19%
Conta bancária (% da população)	67%	82%	64%	33%

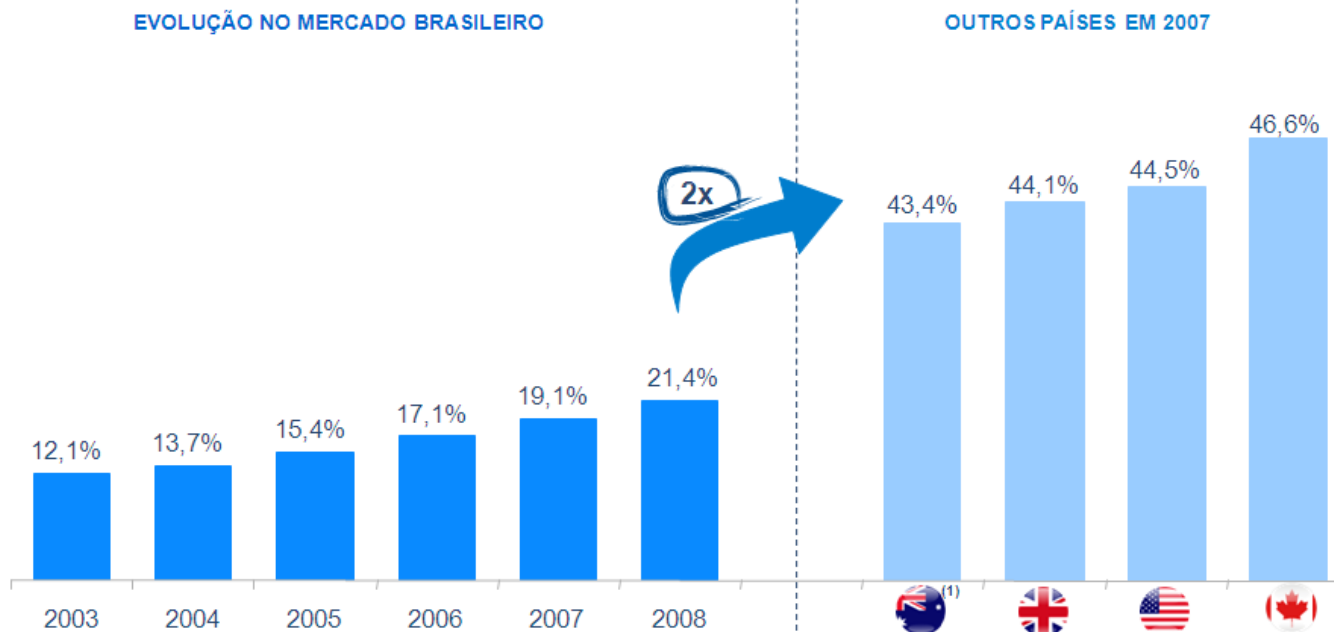
Fonte: Pesquisas Abecs. Levantamento em 11 regiões metropolitanas.



Mercado ainda tem grande potencial

- Uso ainda restrito por hábitos ...

PAGAMENTOS COM CARTÃO COMO % DO CONSUMO DAS FAMÍLIAS



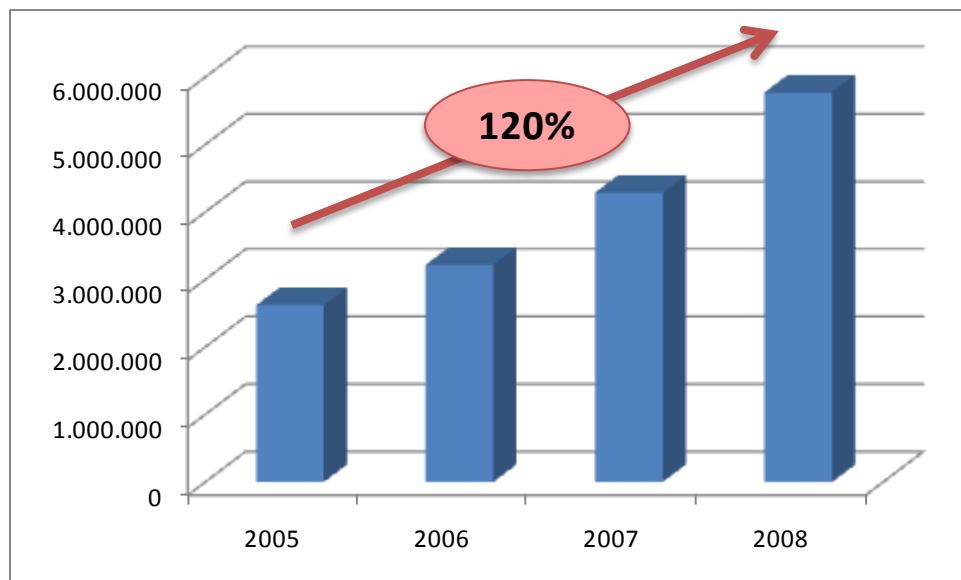
Fonte: Banco Central do Brasil, relatórios da Nilson, ABECS, IBGE, BIS e Redecard
Nota: (1) Dado de 2006



... e por acesso

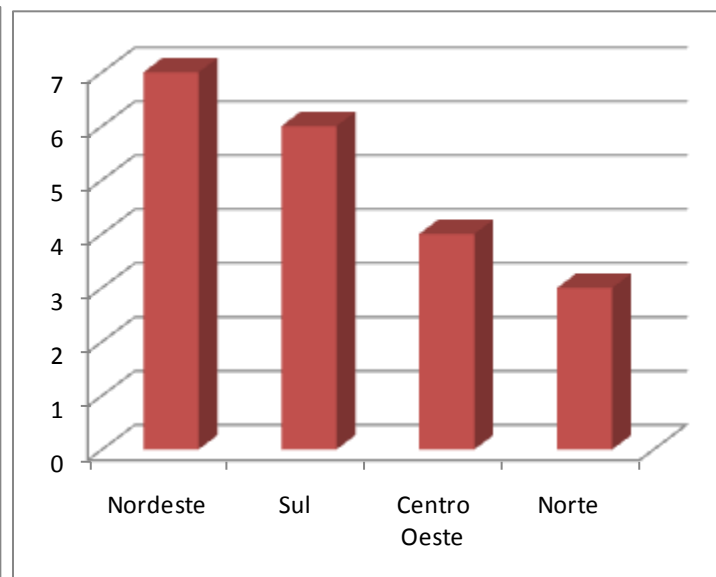
- Aceitação de cartões cresce mais nas regiões menos ricas do País

Número de terminais no Brasil



Fonte: Credenciadoras. Elaboração: Ferrés Consultoria.

Crescimento em relação ao Sudeste (p.p.)



Fonte: Credenciadoras. Elaboração: Ferrés Consultoria.

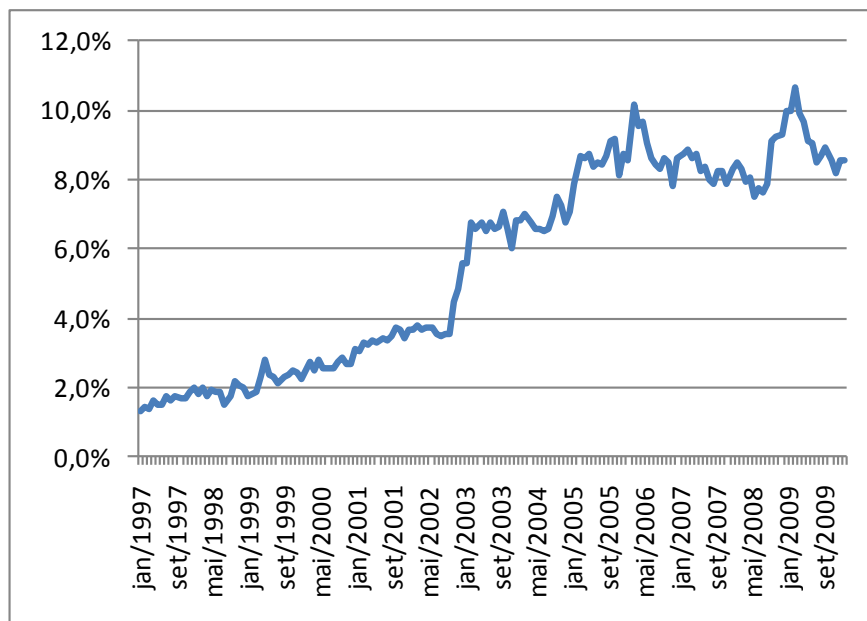


... mas múltiplos benefícios ao consumidor

- Acesso à crédito
- Até 40 dias para o pagamento das compras
- Compras parceladas sem juros
- Transações com segurança
- Benefícios e programas de milhagem
- Possibilidade de realização de transações remotas
- Formalização da economia e bancarização das famílias



- Viabilização de transações remotas
 - E-commerce já representa R\$ 10,6 bi em vendas anuais no Brasil, crescendo 35% ao ano
- Redução da inadimplência do varejo



Cheques devolvidos – Brasil
% do valor total

Fonte: Banco Central do Brasil



Novo mercado Brasileiro de Cartões

- Discussões recentes com Executivo e Legislativo impulsionaram profunda revisão da Indústria em relação ao mercado em que atua
 - Transações atingiram R\$ 0,5 trilhão nos últimos doze meses
- Resultado: **Novo Código de Autorregulação**
 - Fim das relações de mono-adquirência entre grandes bandeiras e credenciadores
 - Interoperabilidade de terminais e redes
 - Neutralidade nas atividades de compensação e liquidação
 - Incentivos a bandeiras locais de débito
 - Transparência na definição da tarifa de intercâmbio



Estrutura da Apresentação

- Indústria de cartões

Ivo Vieitas

- O novo padrão de competição entre bandeiras

Rubén Osta

- O novo marco competitivo entre credenciadores

Marcelo Motta

- Novos desafios para os emissores

Denilson Molina

- Uma análise do novo mercado de cartões de pagamento

Ivo Vieitas



O novo desafio para as bandeiras

- Qualquer mudança em uma das pontas do mercado afeta a dinâmica competitiva de todos os seus elos
 - Bandeiras disputam mercado **inter-plataformas**
- Grandes bandeiras estão habituadas a forte competição entre plataformas
 - Mercado concentrado mundialmente não significa falta de competição, pelo contrário, reflete eficiência;
 - Modelos adaptados para as realidades local
 - Dimensão do mercado brasileiro já sinalizava possibilidade de novos concorrentes



O novo desafio para as bandeiras

- Duas medidas reduzem as barreiras à entrada de novas bandeiras
 - Fim das relações de mono-adquirência entre as grandes bandeiras e os grandes credenciadores
 - Re-definição das atribuições de bandeiras e credenciadores
 - Neutralidade nas atividades de compensação e liquidação
 - Obrigação das bandeiras de ofertarem esquemas de compensação e liquidação independentes para seus credenciadores



O novo desafio para as bandeiras

- Desafios concorrenciais relevantes
 - Visa e MasterCard ofereceram novas licenças no mercado doméstico
 - Grandes Bancos anunciaram nova Bandeira de crédito e débito
 - Alcance de bandeiras menores ampliou-se significativamente



HiperCard e Redecard juntas.
A mais amiga do lojista
acaba de fazer 13 milhões
de novos amigos.

Meios de pagamento: Empresas terão que disputar preferência de credenciadores, consumidores e lojistas

Bandeiras ganham peso com abertura

exame/ negócios
Novas regras podem levar à criação de um cartão de débito nacional
Mudança seria negativa para Mastercard e Visa, mas poderia gerar uma nova fonte de receita para Redecard e Cielo (ex-Visanet)

São Paulo, quarta-feira, 28 de abril de 2010 FOLHA DE S. PAULO **d**

[Texto Anterior](#) | [Próximo Texto](#) | [Índice](#)

Banco do Brasil e Bradesco lançam bandeira voltada à classe C

Fred Chalub/Folha Imagem



O novo desafio para as bandeiras

- Outras mudanças com impactos importantes
 - Incentivos a sistemas domésticos de débito
 - Assimetria nas regras entre grandes e pequenas bandeiras incentiva a entrada de novas bandeiras
 - Competição em nichos de mercado
 - Competição em âmbito regional
 - Transparência na definição da tarifa de intercâmbio
 - Informação concorrencialmente sensível para a indústria
 - Necessário que haja isonomia para ser concorrencialmente razoável



O novo desafio para as bandeiras

- Bandeiras já consolidadas têm desafios relevantes...
 - Necessidade de redefinir divisão de tarefas com credenciadores
 - Busca por diferenciação do produto e retenção/ampliação da base de clientes
 - Manter preferência junto aos emissores diante de novos competidores
 - Hoje, metade dos cartões emitidos tem sua bandeira decidida pelo Banco Emissor (AC Nielsen, 2008)
 - Manter preferência junto ao público consumidor
 - Mas outra metade escolhe por diversos critérios (AC Nielsen, 2008)
 - » Alcance das redes de captura deixará de ser um grande diferencial
 - » Mas alcance global das plataformas incentiva uso do cartão



O novo desafio para as bandeiras

- ... mas não maiores que o desafio para consolidação das novas bandeiras
 - Bandeiras são negócio de escala
 - Visa, Mastercard e Amex tem escalas globais e são líderes em todos os países onde atuam
 - Margens da bandeira são a menor parcela das receitas da indústria
 - Necessidade de criar preferências (diferenciar-se) com margens reduzidas
 - Segurança é fundamental no gerenciamento de plataformas
 - Tecnologia e experiência no mercado são cruciais



O novo desafio para as bandeiras

- Benefício direto ao consumidor
 - Mais opções de bandeiras
 - Maior alcance das redes de captura
 - Maior desenvolvimento de outras dimensões de competição
- Mas um alerta:
 - Bandeiras são solidárias no risco de crédito do sistema
 - Crescimento acentuado do volume de crédito com cartão amplia risco (e custo) para as bandeiras



Estrutura da Apresentação

- Indústria de cartões

Ivo Vieitas

- O novo padrão de competição entre bandeiras

Rubén Osta

- O novo marco competitivo entre credenciadores

Marcelo Motta

- Novos desafios para os emissores

Denilson Molina

- Uma análise do novo mercado de cartões de pagamento

Ivo Vieitas



O novo marco competitivo no credenciamento

- Credenciadores foram o foco da discussão regulatória
 - Competição entre-plataformas e intra-plataformas já existia para alguns, mas se acentua a partir do novo marco
- Abertura do credenciamento: **interoperabilidade**

Cielo aceitará cartões da MasterCard

Negócios
Aceita-se qualquer cartão
Acabou a exclusão das maquininhas

CARTÕES
Redecard credenciará bandeira Visa
A Redecard solicitou nesta semana à Visa uma autorização

País pa...
com as b...
Visa. Alé...
fez uma p...
para atua...

Sistema da Redecard aceitará cartões Visa a partir de julho
Tagged Under : RedeCard, visa
Portal EXAME
São Paulo – A Redecard anunciou nesta quarta-feira que sua rede de terminais passará a aceitar os cartões com a bandeira Visa a partir de 1º de julho.
Em comunicado enviado à Comissão de Valores Mobiliários (CVM), a companhia informa que está preparando seus sistemas para capturar a nova bandeira, paralelamente ao processo de licenciamento da rede credenciada.

CIELO. BEM-VINDA, MASTERCARD.



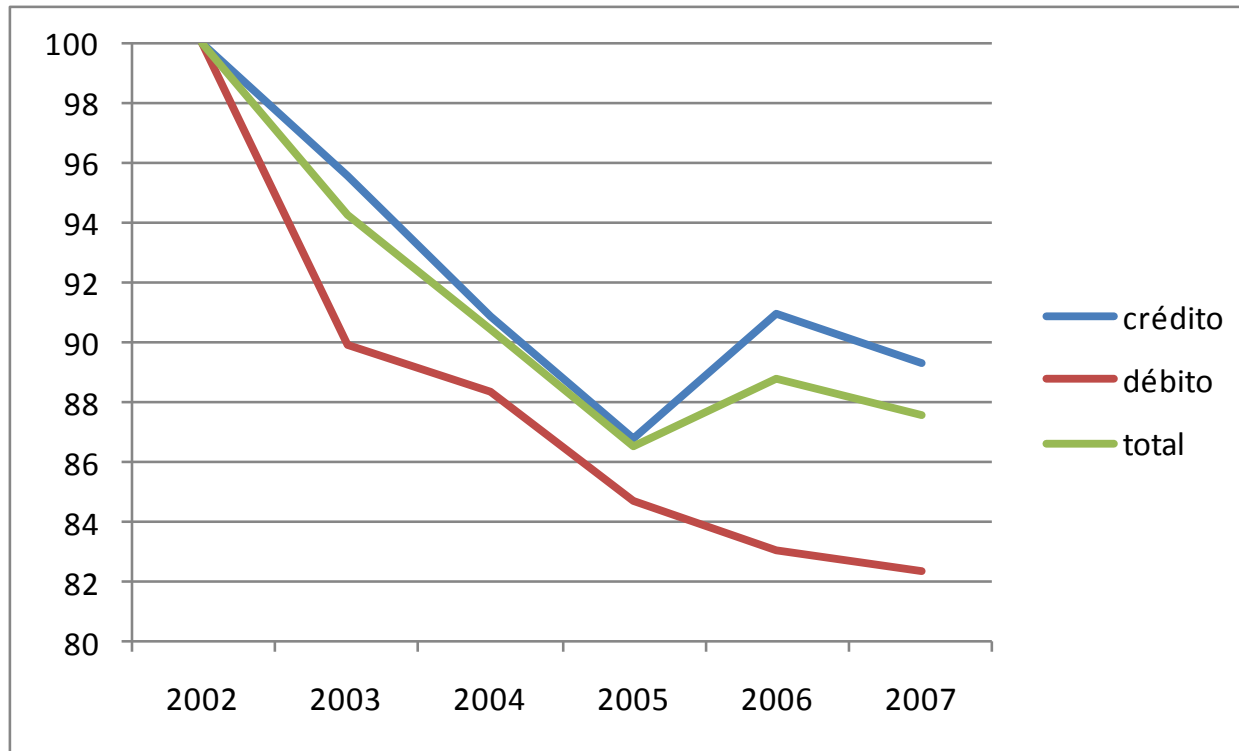
O novo marco competitivo no credenciamento

- Interoperabilidade traz várias conseqüências:
 - Aumento do poder de barganha e da pressão competitiva dos clientes
 - Deve haver uma redefinição de preços relativos nesta Indústria, em dimensão e direção difíceis de avaliar
 - Note-se que pressão competitiva Já vinha antes da mudança e está se acentuando...
 - Dispersão de preços entre lojistas pode inclusive aumentar com mudança
 - Forte redução de economias de densidade tornam certos estabelecimentos pouco atrativos economicamente
 - Foco em rentabilidade individual
 - Brasil ainda tem baixo volume de transações por POS, mesmo com interoperabilidade



O novo marco competitivo no credenciamento

Preços reais dos serviços de captura

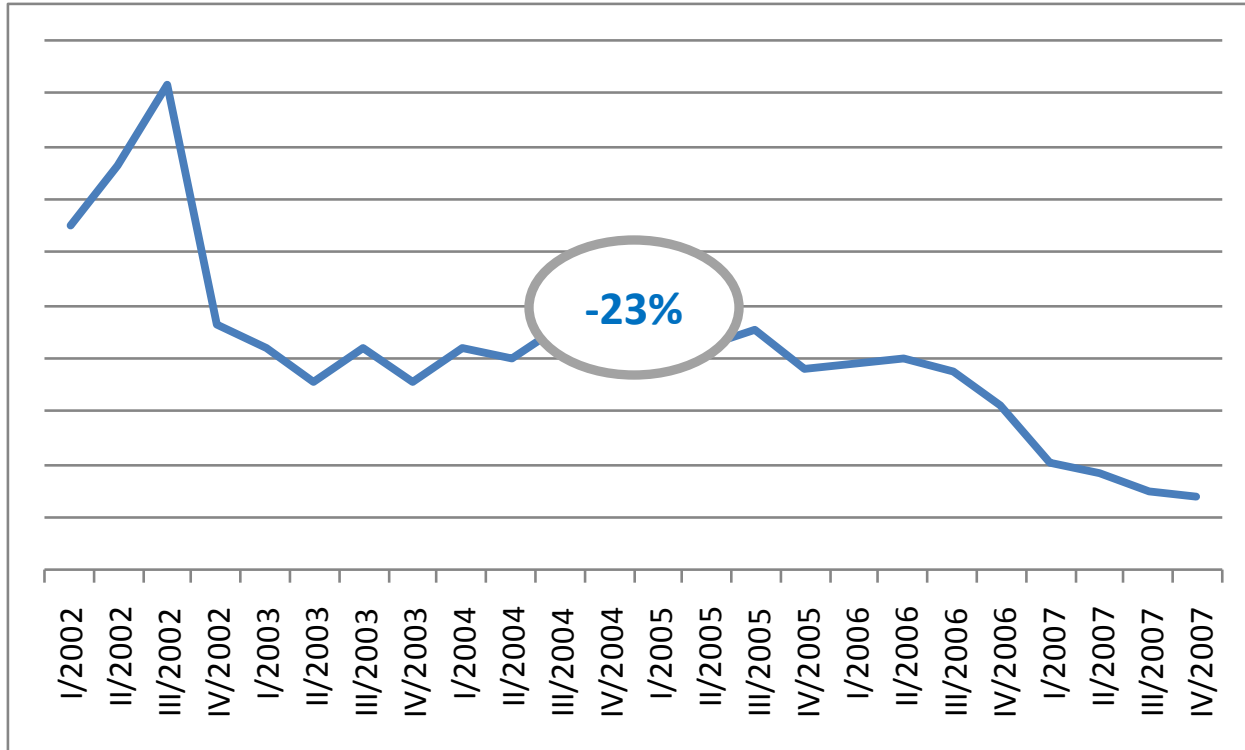


Índice de preços (Laspeyres) dos serviços de captura por transação, deflacionados pelo IPCA. Fonte: credenciadores. Elaboração: Ferrés Consultoria



O novo marco competitivo no credenciamento

Preços aos grandes clientes



média da média ponderada dos 15 maiores clientes de cada credenciadora em cada período – função débito. Fonte: credenciadores. Elaboração: Ferrés Consultoria



O novo marco competitivo no credenciamento

- Com possibilidade de capturar transações Visa e Mastercard, novos competidores estão entrando no mercado

Mercado de cartões entra em fase de disputa

Santander entra no mercado de cartões

Eduardo Laguna | Valor
18/03/2010 12:19

Meios de pagamento: Com abertura do mercado, empresa vai prestar serviços para bancos e lojas

SÃO PAULO - O Santander estabelece com

Fidelity investe em credenciamento

Cartões: Promessa de mais concorrência atrai a maior processadora do mundo

TSYS chega para disputar mercado

Altamiro Silva Júnior, de Campinas
25/09/2009

Texto:

A-

A+

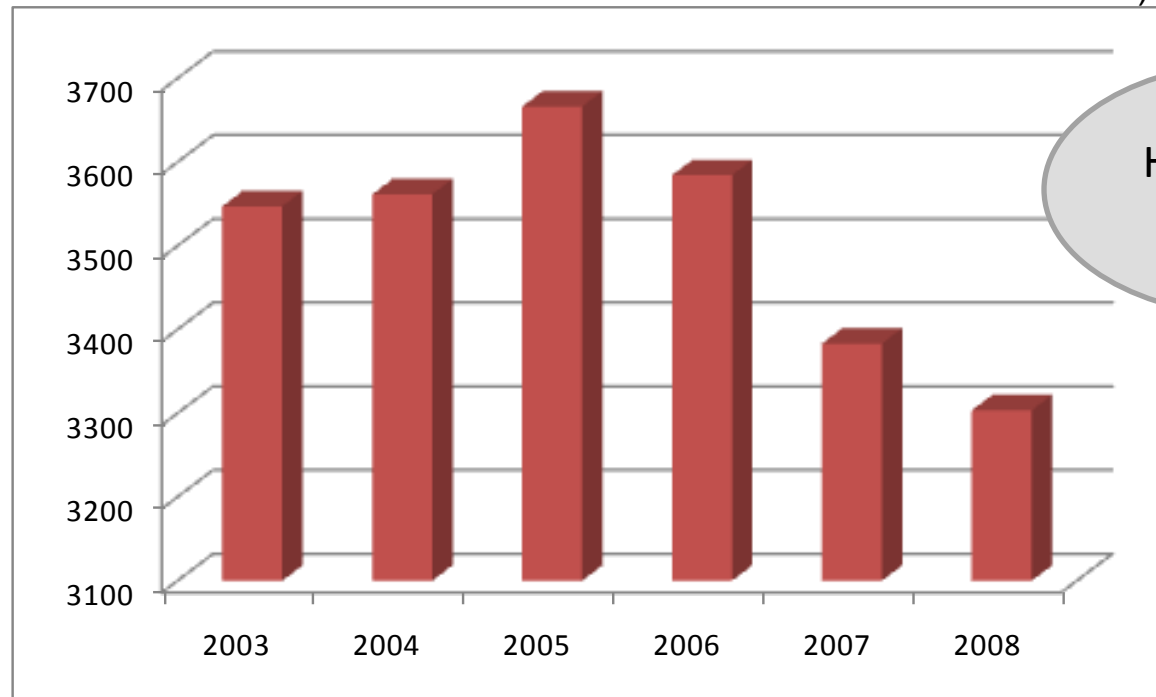
Compartilhar



O novo marco competitivo no credenciamento

- ... acentuando desconcentração de redes

Concentração de mercado em credenciamento (índice de concentração – HHI – de estabelecimentos credenciados – 4º trimestre de cada ano)



HHI = 10 mil
monopólio

Índice HHI. Não inclui GetNet. Fonte: Credenciadores. Elaboração: Ferrés Consultoria.



O novo marco competitivo no credenciamento

- Abre-se possibilidade de múltiplos arranjos tecnológicos, ampliando horizonte de desafios
 - Desafios tecnológicos
 - Transações com eficiência de múltiplas bandeiras
 - Rápida adoção de novas tecnologias
 - Confiabilidade
 - Introdução de novos serviços para diferenciar plataformas e bandeiras
 - Segurança
 - Fraudes no Brasil são problema muito sério e podem inviabilizar uma credenciadora



O novo marco competitivo no credenciamento

- Modelo de interoperabilidade adotado foi fundamental para preservar múltiplas dimensões de competição e oferecer resultados à sociedade



O novo marco competitivo no credenciamento

- E abre espaço para arranjos distintos
 - Santander/GetNet sinalizam com modelo desverticalizado de credenciamento
- Mas sobretudo, não limita novas tecnologias...

Mobile payment começa a alterar modelo de pagamento eletrônico

Publicado em Tendências por: adm1i

28/08/09

Apesar de ainda não ter um modelo definido no Brasil, o uso de celulares como meio de pagamento, o também chamado mobile payment, começa a alterar o atual modelo de

Mastercard e Credicard lançam sistema de pagamento com cartão de crédito sem contato no Rio

Tagged Under : MasterCard, PayPass, RedeCard

Chip na chave paga as contas

Tagged Under : Credicard, MasterCard, PayPass, Rede Card



Rio – Um adolescente entra no fast-food, pede seu lanche e aproxima o chaveiro de uma máquina com leitor de rádio frequência (RFID) para pagar a conta. Perto dali, na

Cartões de Crédito do futuro

Por Camila Porto de Camargo

Segunda-Feira, 28 de Setembro de 2009

Depois do dinheiro de plástico, novas tecnologias na área de pagamentos estão chegando ao Brasil. Confira tudo e uma entrevista exclusiva com Marcelo Serralha, um dos representantes da Visa no Brasil



O novo marco competitivo no credenciamento

- Evidentemente, concorrência tende a beneficiar o lojista
 - Mais opções de credenciadores
 - Maior alcance das redes de captura
 - Novos serviços utilizando a infra-estrutura existente
- Mas é o desenvolvimento tecnológico acelerado que garantirá o sucesso do Brasil no mercado de cartões:
 - Aumento da complexidade de soluções tem custo
 - Aumento dos volumes transacionados representam riscos e custos também maiores



Estrutura da Apresentação

- Indústria de cartões

Ivo Vieitas

- O novo padrão de competição entre bandeiras

Rubén Osta

- O novo marco competitivo entre credenciadores

Marcelo Motta

- Novos desafios para os emissores

Denilson Molina

- Uma análise do novo mercado de cartões de pagamento

Ivo Vieitas



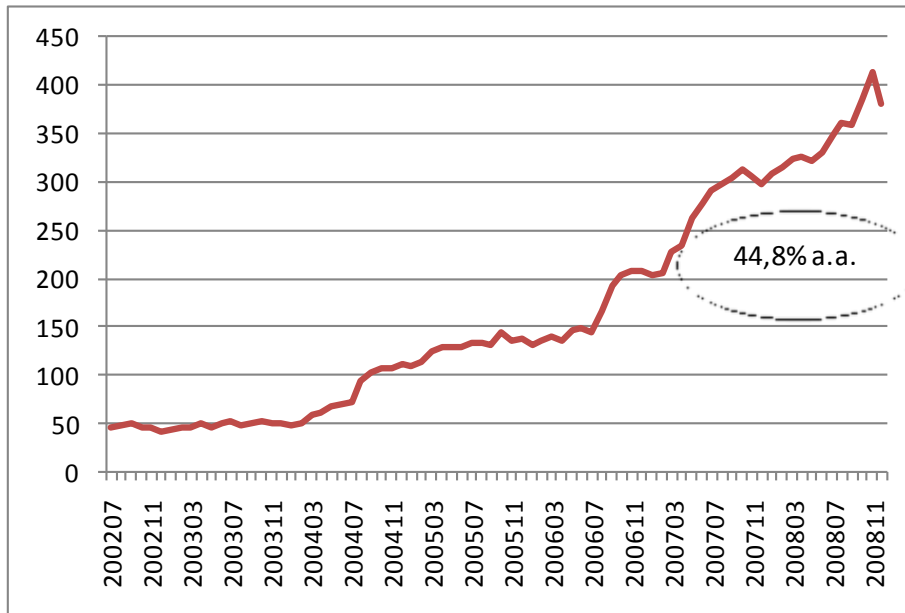
O Novo Mercado para os emissores

- Emissão foi o segmento menos alardeado regulatoriamente
 - Mercado já é regulado pelo Banco Central
 - Mas foi bastante afetado pelas mudanças
 - Impactos decorrentes de:
 - Maior concorrência entre bandeiras
 - Alteração do mercado de recebíveis
- Ademais, é quem se relaciona com o consumidor, que deve ser o objeto de toda a discussão
 - Foco recente dos órgãos de defesa do consumidor sobre reclamações junto aos Procons e número de tarifas



O Novo Mercado para os emissores

- Emissão apresenta padrão aguerrido de competição
 - Forte ampliação do limite de crédito disponibilizados e dos volumes de crédito sem juros efetivamente concedidos evidenciam concorrência e queda real acentuada de preço



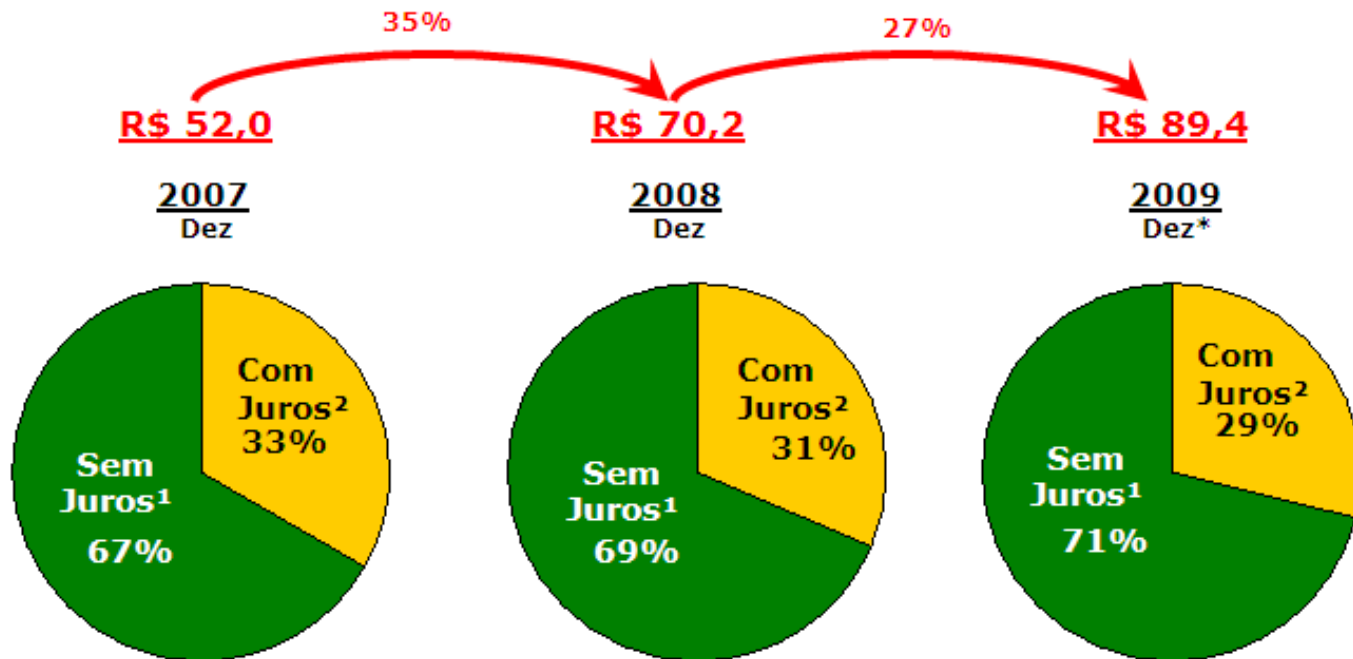
Evolução do limite de crédito concedido aos usuários
estimativa, em R\$ bilhões

Fonte: Bacen e Emissores. Elaboração Ferrés Cons.



O Novo Mercado para os emissores

- Crescimento do uso do parcelado implica riscos (e custos maiores)



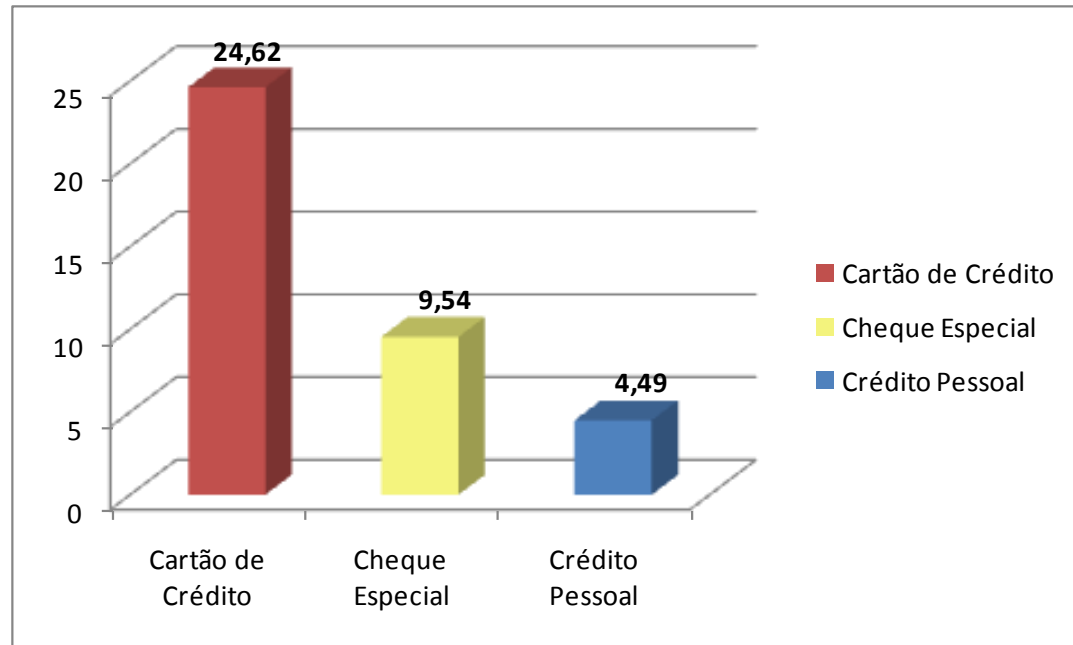
Fonte: Boanerges & Cia.



O Novo Mercado para os emissores

- Como se verifica na avaliação da inadimplência dos que usam o rotativo

Atrasos com mais de 90 dias – em % do total – abril/2010

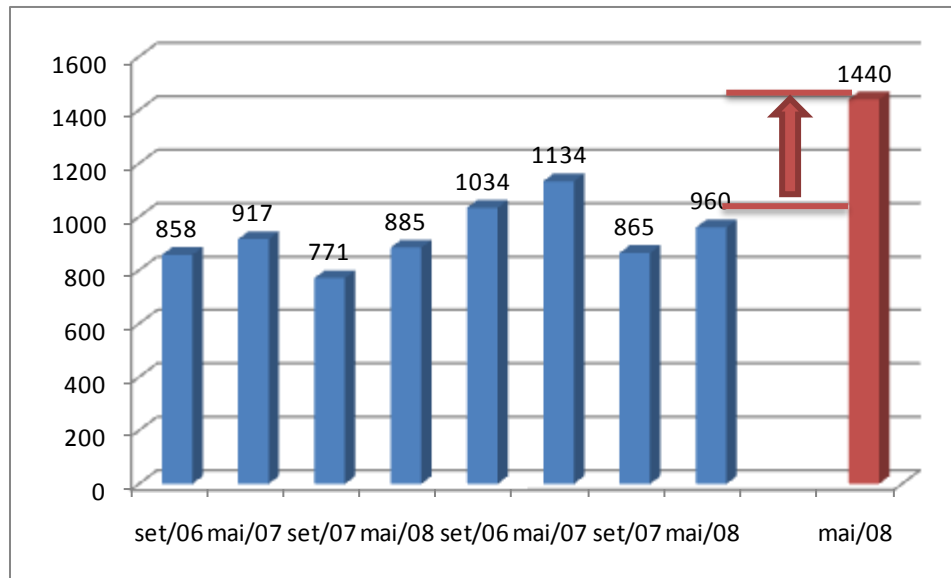


Fonte: Banco Central. Elaboração: Ferrés Consultoria.



O Novo Mercado para os emissores

- Tais movimentos implicam necessidade de maior expertise na concessão de crédito e colchões de segurança maiores
 - Concentração bancária tem impulsionado expansão



Concentração de mercado emissor

(HHI - função crédito, em número de cartões emitidos)

Fonte: Nielsen Homescan. Linha em vermelho simulando concentrações posteriores entre Real e Santander, BB-NCNB e Itaú-Unibanco.
Elaboração: Ferrés Consultoria.



O Novo Mercado para os emissores

- Aumento do número de bandeiras amplia opções aos consumidores e permite oferta de soluções diferenciadas pelos emissores
 - Mas amplia complexidade da estrutura de emissão e concessão de crédito
- Necessidade de combinar ganhos em todas as dimensões existentes para viabilizar risco assumido
 - Externalidades com serviços bancários
 - Tarifa de intercâmbio
 - Anuidades
 - Crédito e antecipação de recebíveis



O Novo Mercado para os emissores

Antecipação de recebíveis

- Fim das relações de mono adquirência eliminaram a efetividade das travas para a antecipação de recebíveis futuros (fumaça)
 - Necessidade de alternativa para viabilizar mercado crescente e de baixo custo para lojistas
 - Febraban e Abecs estão trabalhando para encontrar solução o mais rápido possível



O Novo Mercado para os emissores

Tarifas e reclamações

- Indústria foi alvo de publicidade negativa em relação a dois pontos:
 - Crescimento no número de reclamações
 - Cerca de 9,5 mil reclamações no SNDC em 2009 – para um total de 6,1 bilhões de transações
 - Isso não quer dizer que indústria não pretende melhorar
 - ABECS está implementando Código de Autorregulação em sua íntegra
 - Lançamento do selo Abecs de conformidade com defesa do consumidor
 - Abecs adotou campanha de conscientização do uso do cartão



O Novo Mercado para os emissores

Tarifas e reclamações

- Indústria foi alvo de publicidade negativa em relação a dois pontos:
 - Taxas e tarifas
 - Número de tarifas relacionado ao aumento da complexidade da Indústria
 - Indústria está trabalhando para propor ao governo uma estrutura de tarifas padronizada, com um número reduzido de tarifas



Estrutura da Apresentação

- Indústria de cartões
- O novo padrão de competição entre bandeiras
Rubén Osta/Visa
- O novo marco competitivo entre credenciadores
Marcelo Motta/Redecard
- Novos desafios para os emissores
Denilson Molina/Banco do Brasil
- Uma avaliação do novo mercado de cartões de pagamento
Ivo Vieitas/Itaú-Unibanco



O Novo Mercado Brasileiro de Cartões de Pagamento

- Mudanças no mercado encaminhadas pela Indústria são profundas e tem efeitos imediatos
- Novo marco pretende promover:
 - **Acirramento da concorrência**
 - Novos Concorrentes
 - Novos produtos e serviços
 - Mais crédito ao consumidor
 - Concorrência entre emissores e entre credenciadores
 - Reduções de preços já em curso
 - **Especialização**
 - Soluções para nichos de mercado
 - Soluções para novas demandas



O Novo Mercado Brasileiro de Cartões de Pagamento

- Não há paralelo no País em relação a uma mudança tão profunda de mercado oriunda da própria indústria
 - Razão é bastante simples:
 - trata-se de um avião voando, que precisa ser preservado
 - ganhos no longo prazo com crescimento dessa indústria são muito maiores, para todos, que eventuais reduções de rentabilidade no curto prazo
 - Consumidores e lojistas são os clientes dessa Indústria
 - Não se obtém sucesso no longo prazo sem construir uma relação de mútua satisfação com seus clientes
 - » Ex: Abecs implementou Código de Autorregulação para tratar de relações com consumidores
 - » Abecs adotou campanha de conscientização do uso do cartão



O Novo Mercado Brasileiro de Cartões de Pagamento

- Campanha Educativa da Abecs
 - Televisão
 - Rádios
 - Revistas
 - Jornais
 - Internet



O Novo Mercado Brasileiro de Cartões de Pagamento

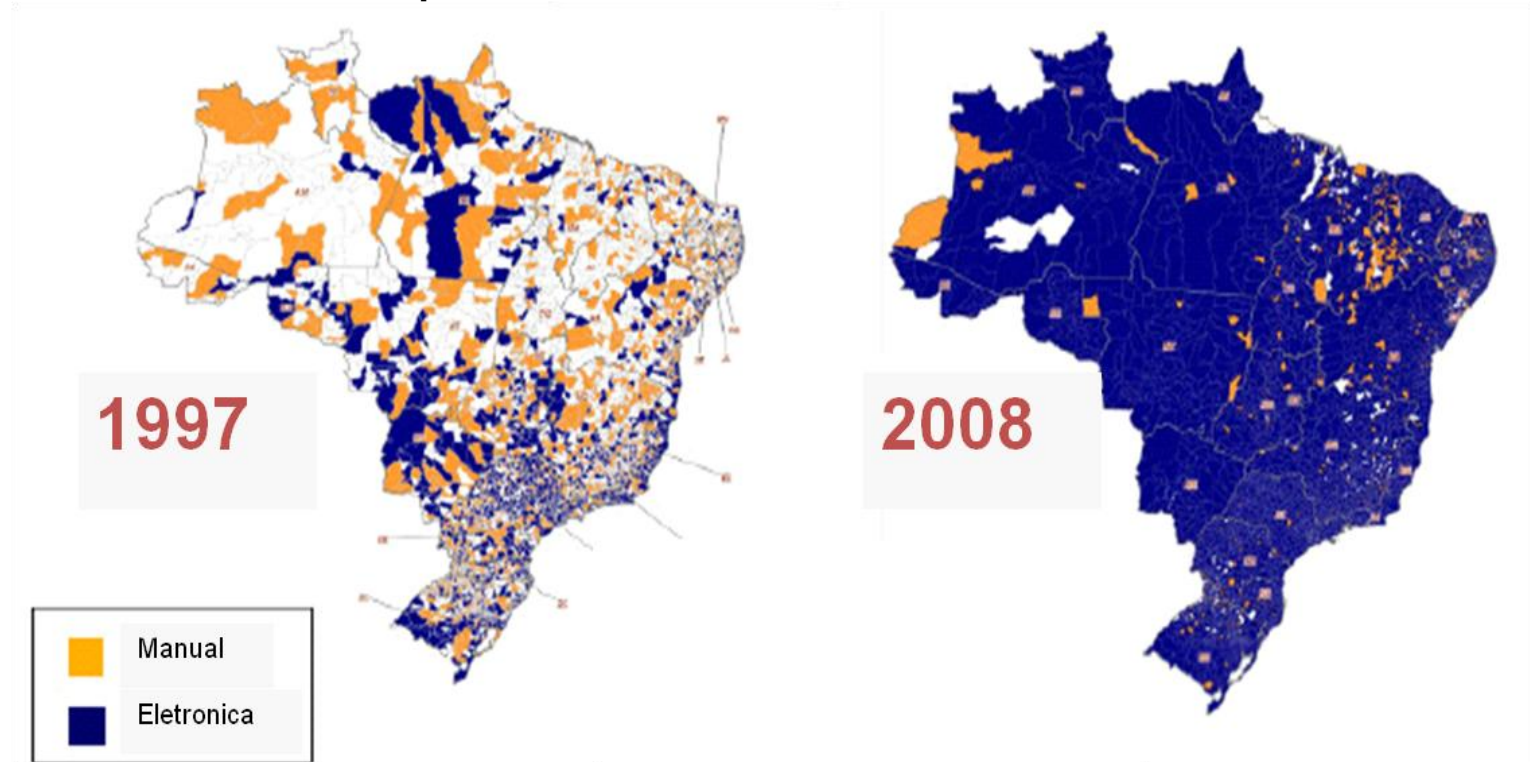
- Mudanças terão efeito ao longo dos próximos meses e anos
 - Mudanças estão na direção certa
 - Necessário observar efeitos para voltar a discutir novas alterações
 - Não repetir erros de autoridades de outros países que fizeram excessivas mudanças de uma só vez, sem conseguir avaliar corretamente os erros e acertos *ex post* que emergiram
 - Fundamental que **não se adotem medidas que engessem Indústria** nessa fase
 - Novas tecnologias
 - Disseminação do crédito
 - Novos usos da infra-estrutura



O Novo Mercado Brasileiro de Cartões de Pagamento

- Engessamento limita adoção de tecnologias...

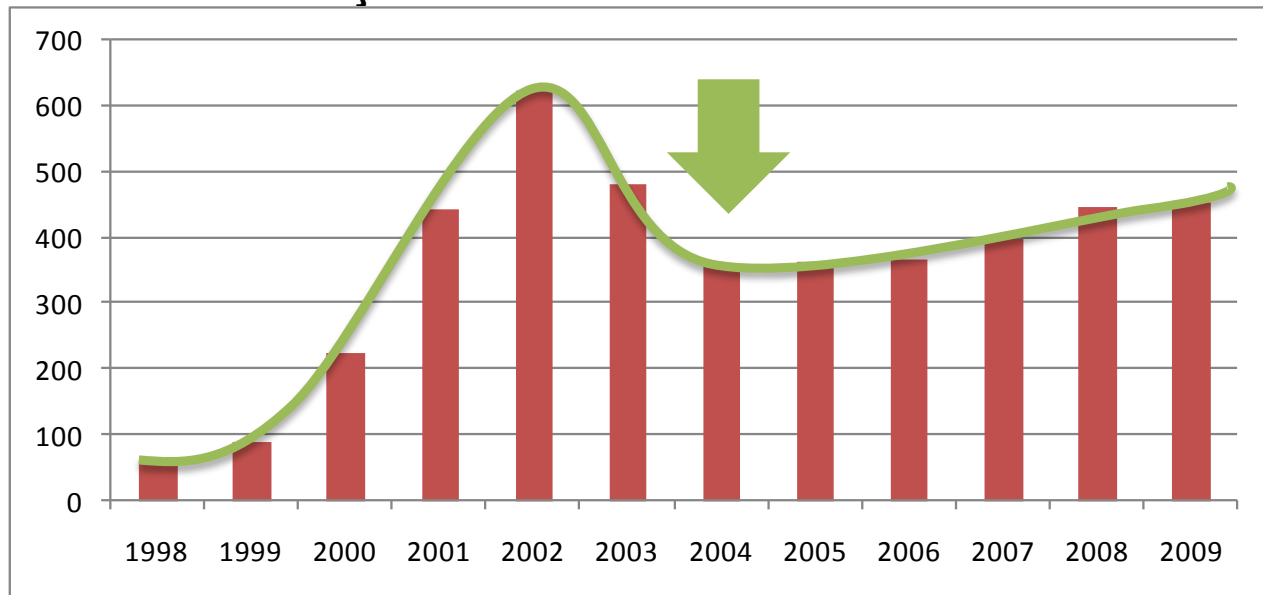
Alcance da rede de captura eletrônica de cartões



O Novo Mercado Brasileiro de Cartões de Pagamento

- Ademais, amplia significativamente o risco de crises acentuadas na oferta de crédito bem no momento em que Indústria está ampliando limites para classes C/D/E

Volume de transações com cartão – Coréia do Sul – trilhões de wons



Fonte: CFKA. Elaboração: Ferrés Consultoria.



Novo mercado brasileiro de cartões emerge do debate

- Apoio das Autoridades à proposta é fundamental
- Agenda da Indústria é intensa
 - Código de Autorregulação em implementação
 - Selo ABECS de qualidade no relacionamento com consumidor
 - Campanhas publicitárias para o público
 - Proposta de redução do número de tarifas de cartões
 - Cooperação na CPI da pedofilia
- E vários outros pontos precisam ser contemplados para aumentar eficiência da indústria e promover inclusão de novos consumidores
 - **Aperfeiçoamento do mercado de crédito e mecanismos de cobrança do inadimplente**, como forma de baratear taxas e ampliar alcance do cartão
 - Marco adequado para regular **crimes eletrônicos** é essencial para expansão do cartão
 - **Uniformização dos critérios e procedimentos tributários associados à venda com cartão nas UFs**





Seminário Internacional sobre
Cartões de Pagamento
International Seminar on
Payment Cards

Rubén Osta – Diretor ABECS
Marcelo Motta – Diretor ABECS
Denilson Molina – Conselheiro ABECS
Ivo Vieitas – Diretor ABECS



associação brasileira das empresas
de cartões de crédito e serviços



Este projeto é co-financiado
pela União Europeia



Diálogos Setoriais
BRASIL
UNIÃO EUROPÉIA

Secretaria de
Direito Econômico

Secretaria
de Gestão

Ministério
da Fazenda

Ministério
do Planejamento

