

Meios de Pagamento 2023

Estudo Latam (9 países)



1

Introdução

2

Sobre o estudo

3

Temas abordados

4

Metodologia

5

Entregáveis

6

Cronograma e investimento



1

Introdução



Introdução

Vivemos uma revolução na forma como as pessoas lidam com meios de pagamentos, com uma impulsão pela adoção tecnológica a partir da pandemia, quando muitas restrições em relação a compras presenciais ocorreram.

Outro fator importante é o esforço que as instituições financeiras, operadoras de cartão de crédito, fintechs..., estão fazendo para incentivar o uso de meios de pagamento digitais, tornando-os mais fáceis e acessíveis e comunicando massivamente sobre os benefícios de uso – em particular no Brasil a “concorrência” entre as empresas somadas a implementação do pix.

Por esses e outros motivos, saber quais os meios de pagamento que as pessoas estão utilizando (pix, carteira digital, cartões de débito e crédito, pagamentos móveis, transferências bancárias, entre outros), ocasiões, bem como os motivos da utilização auxiliam a compreender o potencial de uso futuro.



2

Sobre o estudo

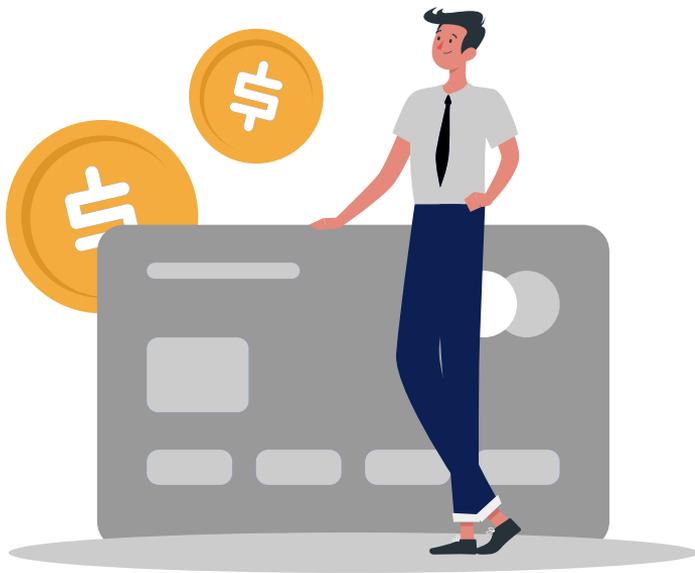


Sobre o estudo

Com o objetivo de contribuir sobre o conhecimento de como as pessoas utilizam os diferentes meios de pagamentos, a Ipsos decidiu realizar um estudo regional em 9 países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, México, Panamá e Peru.

O estudo, será realizado entre Junho/Julho com resultados disponíveis no final de Julho. Abordaremos de forma online, pessoas conectadas dos países contemplados. Serão duas possibilidades de aquisição: um com informação Brasil ou comparativo entre os países.





3

Temas abordados

Temas abordados

Uso de meios de pagamentos

- **De forma geral para pagamentos e compras** (dinheiro, cartões de débito e crédito, pix, carteira digital, débitos automáticos, transferências bancárias...)
- **Número de meios de pagamento utilizados e combinações** (% de pagamentos realizados em dinheiro, % de pagamentos realizados em dinheiro + outras formas, % de pagamentos realizados por pix...)
- **Tipos de compra** (online, presencial, apps, telefone) onde são utilizados pagamento em dinheiro, pix, cartão de débito e crédito
- **Estabelecimentos** (supermercados, lojas de departamentos, minimercados, restaurantes, farmácias...) onde são utilizados pagamento em dinheiro, pix, cartão de débito e crédito



Temas abordados

Uso de meios de pagamento (continuação)

- **Produtos ou serviços** (alimentos e bebidas para o lar, pedidos restaurantes/supermercados/farmácias, vestuário e calçado, cinemas/teatros/shows, mensalidades educação, serviços para o lar, gastos com saúde, serviços telefônicos, recargas, internet, passagem aérea...) onde são utilizados pagamento em dinheiro, pix, cartão de débito e crédito
- **Valor/Montante das compras** (para compras que envolvem gastos mais baixos ou altos em dinheiro) onde são utilizados pagamento em dinheiro, pix, cartão de débito e crédito
- **Nível de satisfação com o uso de dinheiro, pix, cartões de débito e crédito e carteira digital**

Carteira digital

- Motivo de uso e marcas utilizadas
- Motivos para não uso



Temas abordados

Dinheiro

- Como obtém o dinheiro que utiliza (recebe dinheiro em espécie, saca dinheiro, são provenientes de trocos e transações)
- Motivos do uso do dinheiro para efetuar o pagamentos
- Motivações para usar menos dinheiro
- Motivos de não uso do dinheiro para efetuar pagamentos

Pix

- Motivos de uso
- Motivos de não uso

Mobile (aproximação do celular no P.O.S.)

- Motivos de uso
- Marcas de utilizadas
- Motivos de não uso



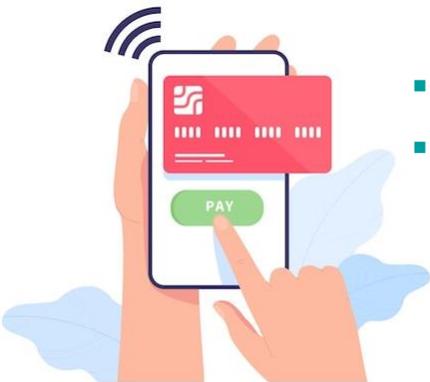
Temas abordados

Cartões de débito e crédito

- Motivos de uso
- Tipos de pagamentos com cartões de débito e crédito (presencial por aproximação ou não, links, através da web ou apps)
- Motivos de não uso

Fraudes em meios de pagamento

- Em quais meios de pagamento já sofreu fraudes ou tentativas
- Percepção sobre responsabilização diante de fraudes (empresa/instituição ou cliente?)



Temas abordados

Percepção sobre meios de pagamento

- Os meios de pagamento considerados são:
 - Mais rápidos e fáceis de usar
 - Os mais aceites
 - Mais seguros diante de roubos ou falsificações
 - Os mais inovadores
 - Os que ajudam a formar histórico de crédito
 - Os que permitem controlar melhor os gastos
 - Os que não cobram taxas para utilizar
 - Os que dão benefícios por utilização (pontos, descontos...)



Temas abordados

Perfil dos entrevistados

- **Demográfico:**
 - Gênero, idade
 - Ocupação principal
- **Bancarização:**
 - Tipos de produtos bancários que possui
 - Uso de canais financeiros (ATM/Caixa automático, agência, internet banking, etc)
 - Motivos para não bancarizados (barreiras)
- **Digital:**
 - Frequência de acesso a internet
 - Redes sociais utilizadas
 - Compras pela internet





4

Metodologia



Metodologia

Target

Homens e mulheres
18 a 60 anos
ABC que realizam
compras/efetuam
pagamentos acima de R\$ 50

Campo

100% online



Amostra

ARGENTINA	BRASIL	CHILE	COLOMBIA
800	1200	800	800

COSTA RICA	ECUADOR	MÉXICO	PANAMÁ	PERÚ
300	500	800	300	800

Cobertura

População urbana/conectada:
Argentina, Brasil, Chile, Colômbia,
Costa Rica, Equador, México,
Panamá e Peru.



5

Entregáveis

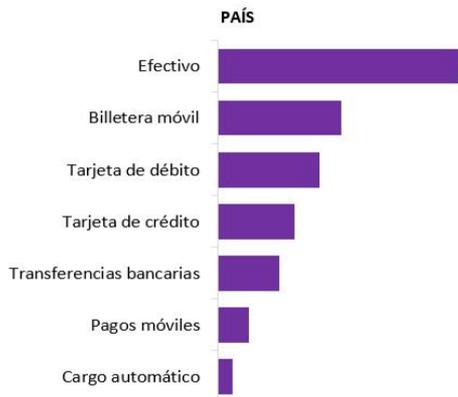


Entregáveis

Exemplos 1 país

MEDIOS DE PAGO USADOS

Ejemplo de vista de 1 país



B0. ¿Cuáles de estos medios de pago está usando para realizar sus compras o pagos ahora?
Base: Total de entrevistados País 1 (800)

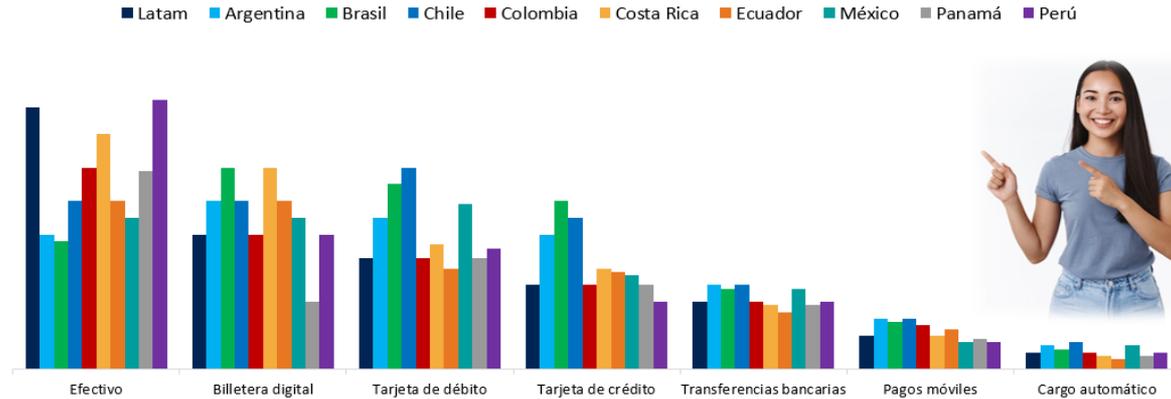


Entregáveis

Exemplo 9 países

COMPARATIVO DE MEDIOS DE PAGO USADOS

Ejemplo de vista de todos los países



B0. ¿Cuáles de estos medios de pago está usando para realizar sus compras o pagos ahora?
Base: Total de entrevistados (3,900)

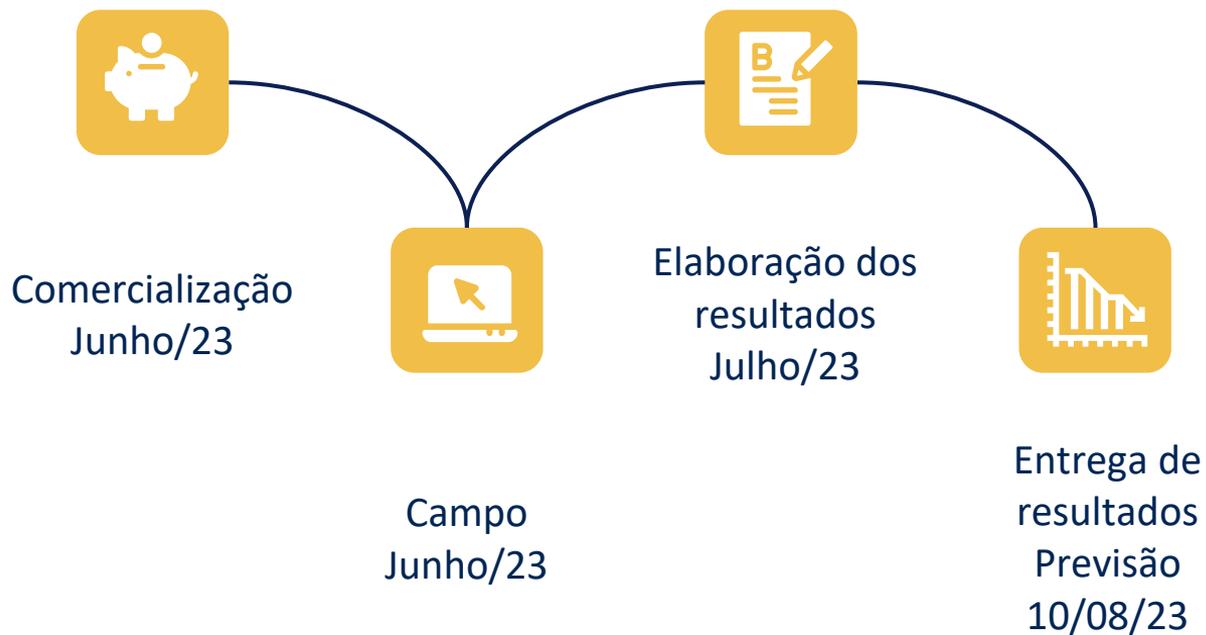


6

Cronograma



Cronograma



TERMOS & CONDIÇÕES (1/2)

Esta proposta obedece os requisitos da Norma **ISO 20252** (padrão de qualidade internacional para pesquisa de mercado, social e de opinião).

Essa proposta é confidencial, de propriedade intelectual da Ipsos Brasil, e foi elaborada de forma complementar a um Contrato de Prestação de Serviços, previamente assinado entre as Partes ou que deverá ser assinado tão logo essa proposta seja aceita.

O cliente está ciente de que o estudo ora proposto não se destina à divulgação pública de seus resultados. Considerando tratar-se de um estudo sindicado, é absolutamente vedada a publicação de resultados. Essa vedação não se estende ao compartilhamento interno e com empresas do mesmo grupo econômico do cliente.

Considerando tratar-se de um estudo sindicalizado, a propriedade intelectual sobre este estudo não será transferida ao cliente, sendo concedida uma licença para uso interno somente.

Para a operacionalização deste estudo, a Ipsos poderá, a seu critério e sob sua inteira responsabilidade terceirizar parte dos serviços contratados, permanecendo inteira e diretamente responsável por todos os serviços realizados no presente projeto, incluindo qualquer parte do trabalho que possa ter sido subcontratada e/ou terceirizada, exceto nos casos em que a escolha do subcontratado não esteja sob o controle da Ipsos.

As partes concordam que em nenhum caso a aceitação dessa proposta implica em qualquer forma de exclusividade comercial, a não ser que expressamente ajustado em contrário entre as Partes.

TERMOS & CONDIÇÕES (2/2)

A alteração das condições desta Proposta implicará na revisão de prazos e custos.

Esta proposta é válida por um (1) mês.

O preço inclui todos os impostos incidentes na prestação dos serviços.

O preço não inclui custos de viagens ou a preparação de estímulos (fotos, mock-ups, concept boards, etc).

Na conclusão dos serviços a Ipsos entregará o relatório final em português, em formato eletrônico. Se solicitado, será feita uma apresentação dos resultados, pessoalmente, em São Paulo ou virtual.

As Partes, neste ato e de comum acordo, anuem que em nenhuma hipótese serão responsáveis por danos indiretos, lucros cessantes ou insucessos comerciais da outra Parte, e concordam que, em qualquer circunstância, sua responsabilidade pelos danos diretos devidamente comprovados e apurados está limitada ao valor do projeto ora contratado, reconhecendo que a limitação de responsabilidade aqui tratada foi levada em consideração pelas partes quando do estabelecimento do preço da presente Proposta.

Meios de Pagamento 2023

ESTUDO LATAM (9 PAÍSES)

