

Carat Insights 2024

Pix, Carteiras Digitais e Outras Tendências de Pagamentos

Fevereiro de 2024

É incrível observarmos como o avanço das tecnologias nos meios de pagamento mudou significativamente nossas vidas. Raramente andamos com dinheiro e tudo pode ser resolvido com um cartão ou celular em mãos. Ganhamos em qualidade de vida, com mais tempo e segurança para pagar contas ou realizar transferências bancárias, comprar presencialmente ou online e até mesmo na mobilidade urbana ao dispormos de Pix, QR Code, carteira digitais, criptomoedas e outras formas de pagamento.

Mais impressionante ainda é compreender que as novas gerações sequer poderão ficar maravilhadas com os atuais avanços, pelo menos neste momento, uma vez que mais da metade dos brasileiros com filhos ou dependentes menores de 18 anos já os introduziu à vida bancária e à educação financeira, instrumentos fundamentais para o exercício da autonomia e da cidadania. Como em qualquer outro segmento da vida que exija o uso de tecnologia, podemos dizer que eles já vão *crescer sabendo*.

Nesta edição da Pesquisa Carat Insights trazemos as percepções, preferências e experiências do consumidor. É possível acompanhar a força cada vez mais potente do omnichannel e a conveniência de permitir ao cliente escolher o canal de compra, transformando sua experiência com fluidez e simplicidade, enquanto o varejista precisa diversificar os canais, aumentar as opções de pagamentos disponíveis e se conectar com a omnicanalidade para propor novas oportunidades de vendas. Cada vez mais o QR Code ganha destaque no universo dos meios de pagamento, assim como aumenta significativamente a quantidade de brasileiros que fazem mais de 10 Pix por mês. E a nova realidade vai se moldando nesse cenário de rápida adoção tecnológica.

Nós, que estamos nos bastidores de toda essa transformação de meios de pagamento aqui no Brasil e em mais de 100 países, processando mais de 25 mil transações por segundo, temos o compromisso de dividir nossos insights sobre este rico e enorme mercado, apoiando a transformação digital do varejo e a unificação de experiências de nossos clientes e parceiros. Nossa missão é ajudar a democratizar o acesso a pagamentos digitais, e as próximas páginas mostram como essa democratização está acontecendo. São dados valiosos que nos ajudam a apoiar o varejista com as tecnologias e serviços necessários para que ele ofereça meios de pagamento mais seguros, rápidos e práticos, incrementando as vendas, reduzindo custos operacionais e levando a melhor experiência ao consumidor. É um prazer compartilhar essas informações com vocês. Boa leitura!

Jorge Valdivia

General Manager do Brasil na Fiserv



Índice

1. Brasileiros e os Bancos.....

5

• Quantidade, Perfil e Serviços Contratados

• Controle e Educação Financeira

• Utilização de Cartão de Crédito

• Homebanking

• Instituições sem Agências

2. Conhecimento e Preferência dos Meios de Pagamento.....

11

• Motivação e Drivers da Preferência

• Motivos Para o Não Uso

• Preferência do Meio de Acordo com a Compra

• Preferência de Interface no Uso de Cartão

• Conhecimento dos Tipos de Canais de Pagamento

• Uso das Interfaces de Pagamento e Preferências

3. Percepção de Cada Meio de Pagamento.....

29

• Importância dos Atributos de um Meio de Pagamento

• Características Diferenciais

• Avaliação de Segurança

3.1 Aceitação das Carteiras Digitais.....

34

• Carregamento

• Finalidade de Uso

3.2 Evolução do Pix.....

41

• Retrato do Uso do Pix

• Conhecimento sobre as Modalidades

• Intenção de Uso do Pix Saque e Pix Troco



Índice

4.	Transformação dos Pagamento nos últimos 12 meses.....	48
	• Evolução do Hábito de Comprar e Pagar	
	• Frequência de Compra em Estabelecimentos Físicos	
5.	Jornada Omnichannel.....	53
	• Experiência Omnichannel	
	• Compra e Venda pelas Redes Sociais	
	• Atributos das Lojas Físicas e Digitais	
	• Compras x Canais de Preferência	
	• Percepção da Experiência de Compra nos Últimos 3 Anos	
6.	Futuro.....	63
	• Compras pela Internet nos Próximos 12 meses	
	• Uso dos Meios de Pagamento em 12 Meses	
	• Próxima Década dos Meios de Pagamento	
7.	Conclusões.....	71
8.	Sobre a Pesquisa.....	78

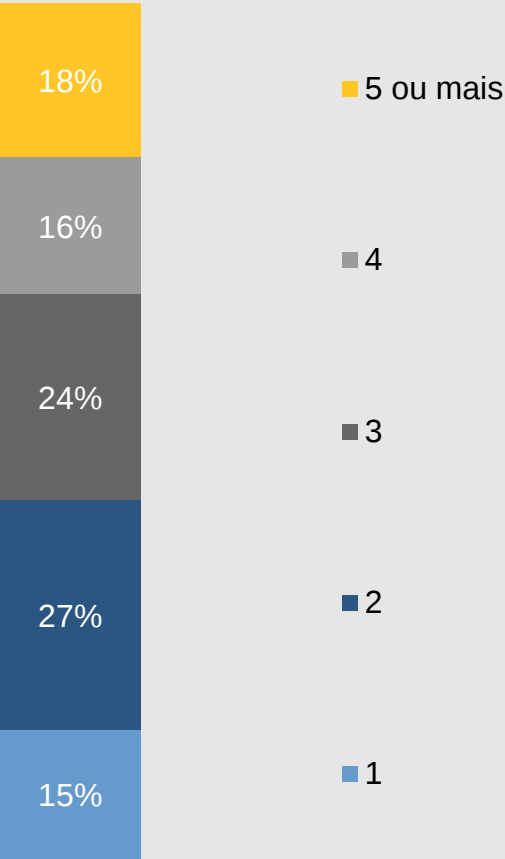




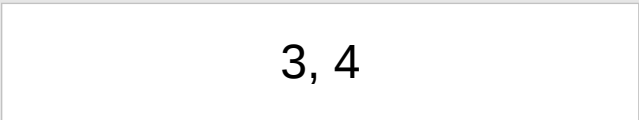
1. Brasileiros e os Bancos

Quantidade, Perfil e Serviços Contratados

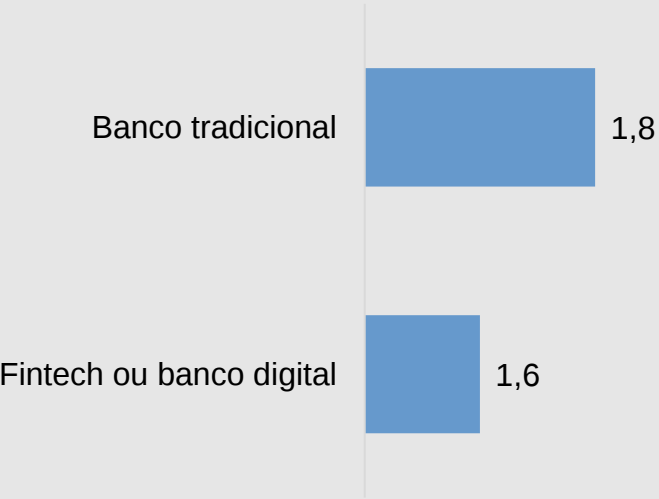
Quantidade de bancos



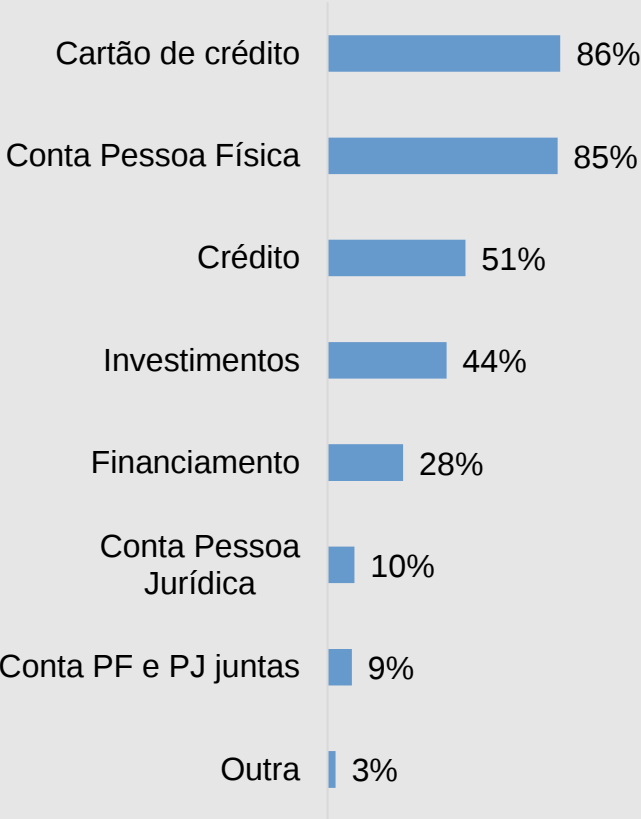
A média de bancos



Tipo de bancos

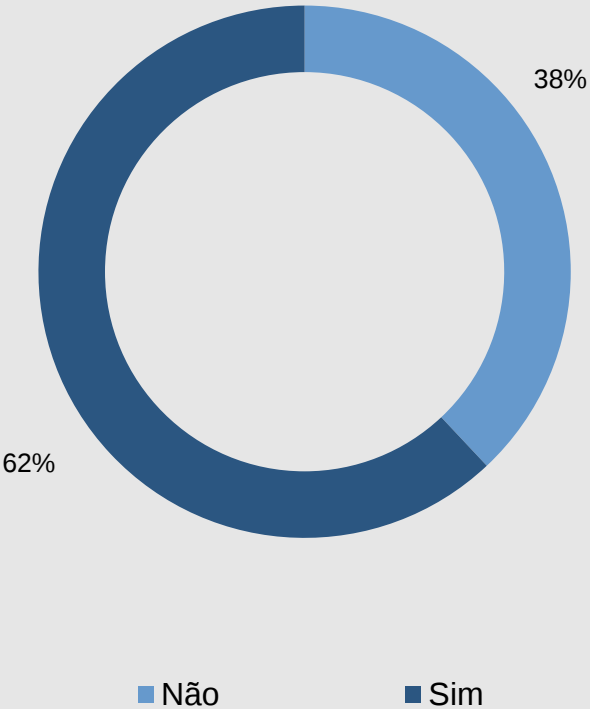


Que tipo de serviço você contrata com seu banco?

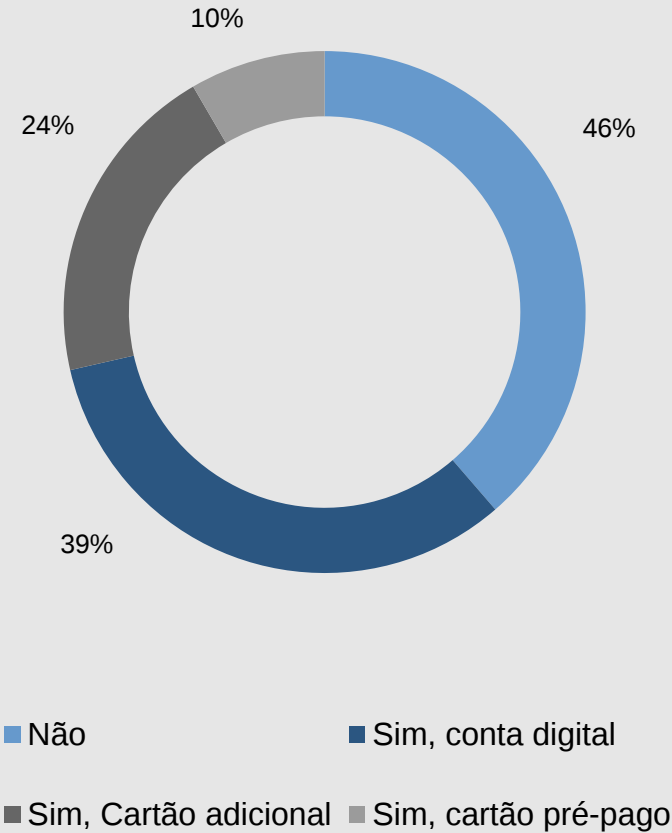


Controle e Educação Financeira

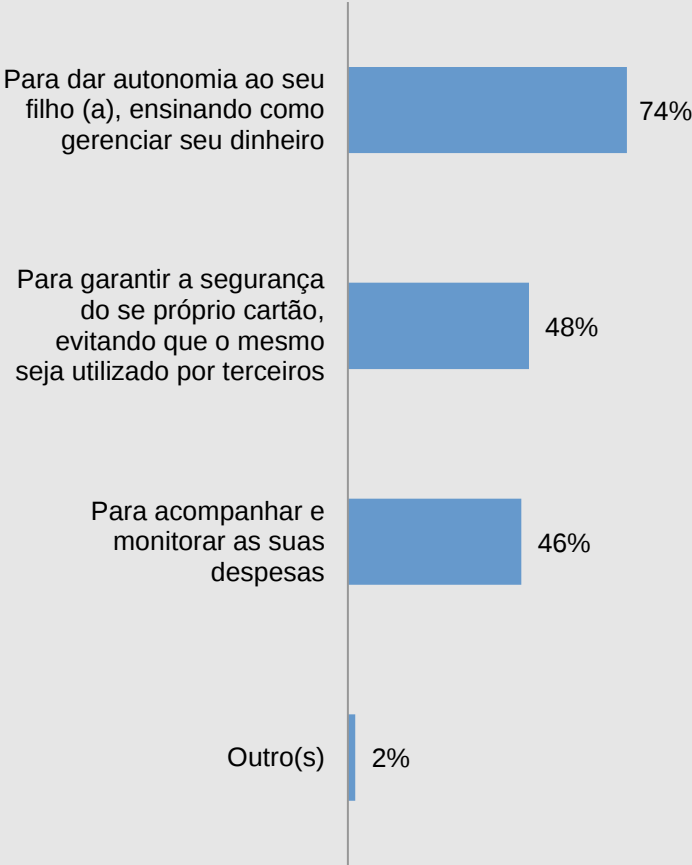
Você tem filhos ou dependentes menores de 18 anos?



Você dá a ele(s) acesso às instituições financeiras? Como é que faz isso?



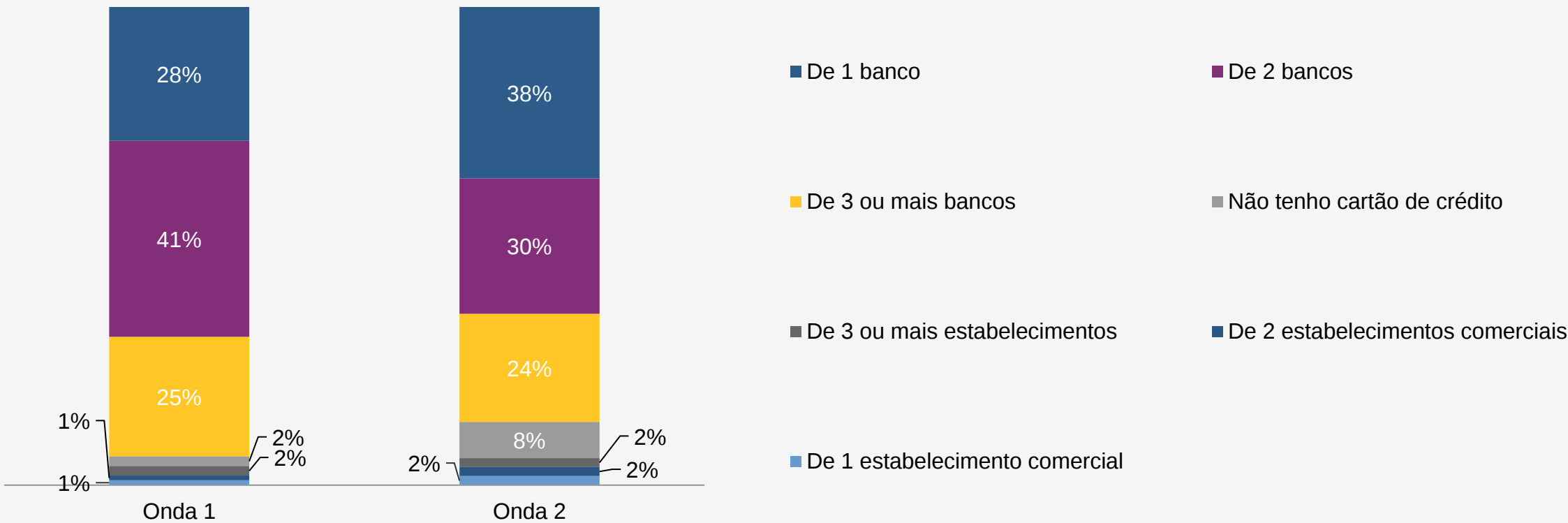
Qual é motivo para dar um cartão ao seu filho?



Base: 600 casos

Utilização de Cartão de Crédito

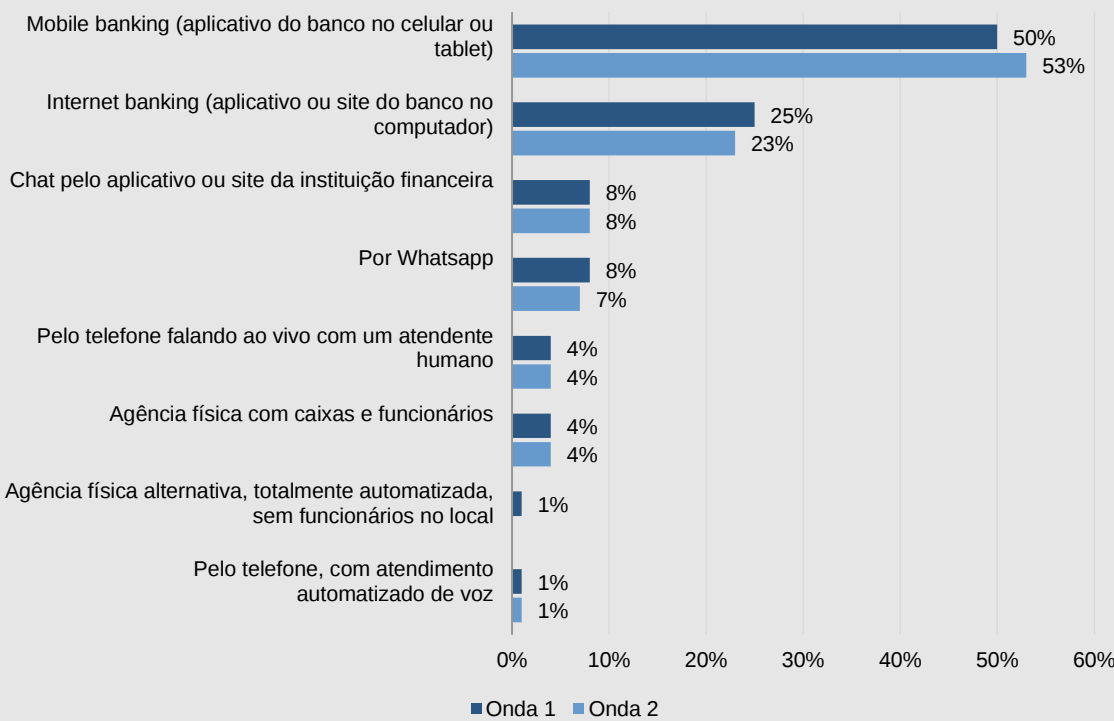
Quantos cartões de crédito você possui atualmente?



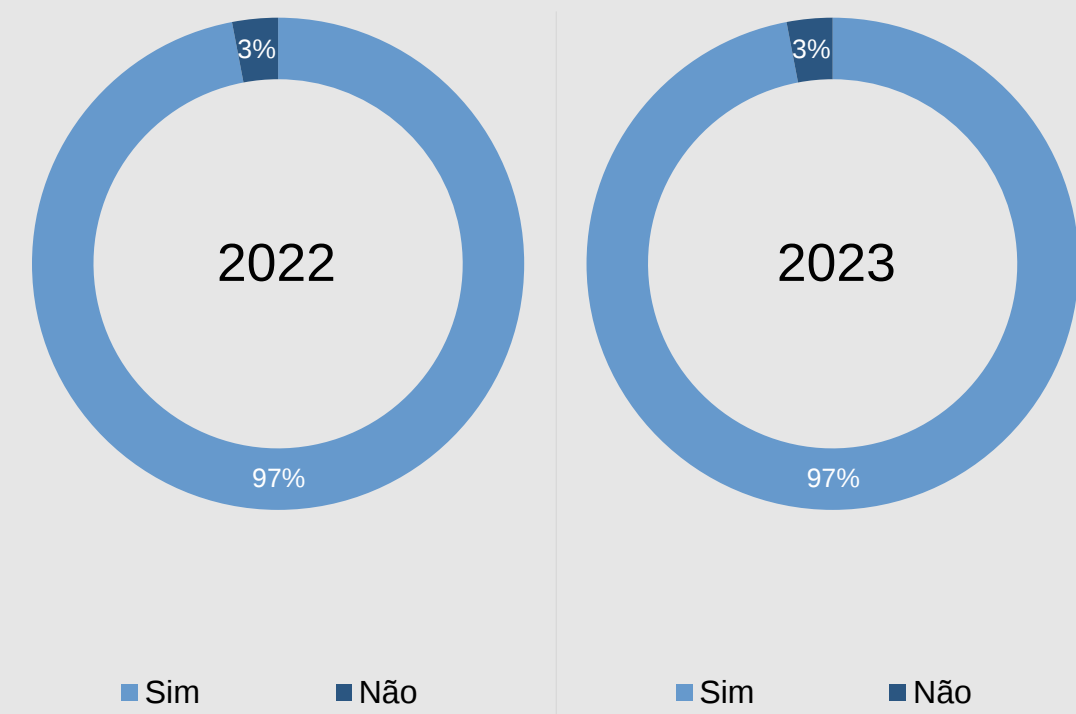
A maioria possui cartões de crédito de até 2 bancos, sendo baixa percentagem que declara possuir cartões de crédito de algum estabelecimento.

Homebanking

Como você prefere interagir com a instituição financeira de sua conta principal?



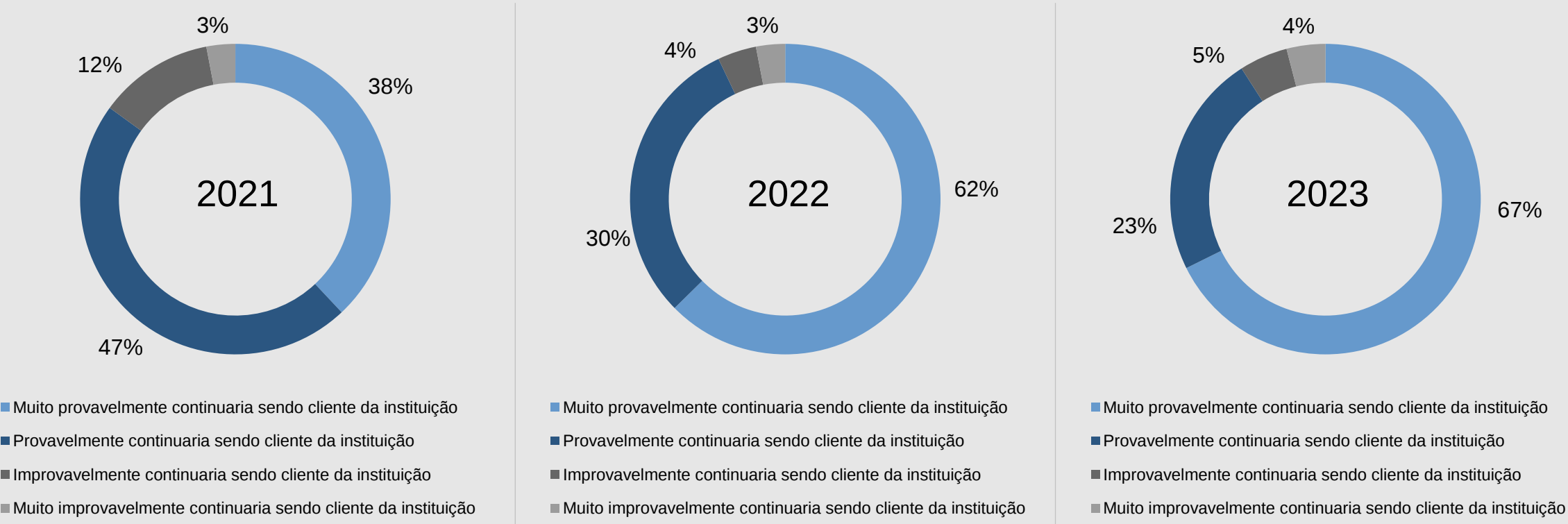
Costuma acessar os serviços de banco online (internet ou app)?



O mobile banking é a opção mais escolhida na hora de interagir com a instituição financeira. A grande maioria usa o banco online.

Instituições Sem Agências

Se a instituição financeira da sua conta principal retirasse todas as agências físicas



Cada vez mais os bancos vem investindo na digitalização dos clientes e tem aceitação deles nessa nova forma de se comunicar. A probabilidade de continuar sendo cliente da instituição financeira se mantém em relação a 2022 caso forem eliminados as agências.

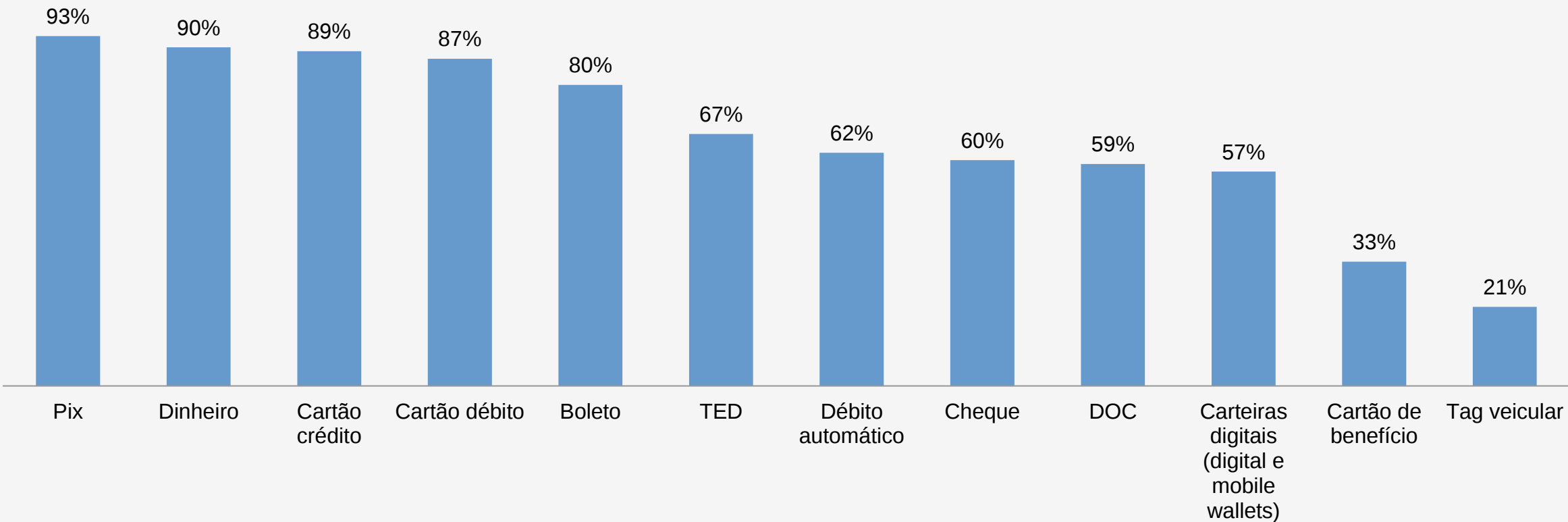
Se a instituição financeira da sua conta principal retirasse todos os caixas das agências (ou seja, não houvesse funcionários na agência, mas a agência oferecesse um chat online ao vivo com um funcionário se você precisar de ajuda), mas continuasse a oferecer os mesmos serviços e produtos financeiros de sempre, qual a probabilidade de você continuar sendo cliente desta instituição financeira?



2. Conhecimento e Preferência dos Meios de Pagamento

Conhecimento Sobre os Meios de Pagamento

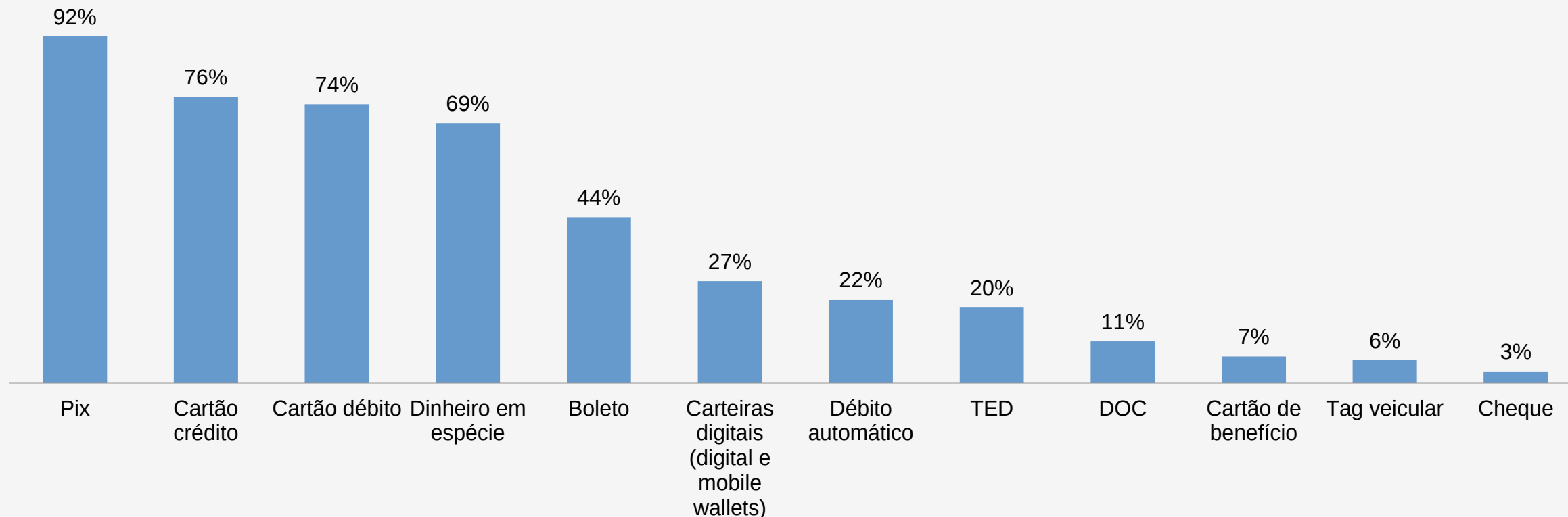
Pensando nos seguintes tipos de pagamento, quais você conhece, mesmo que não tenha utilizado?



Existem muitos meios de pagamento conhecidos. Os mais jovens têm um alcance mais limitado dos meios conhecidos. A maior diversidade de conhecimento sobre os meios de pagamento está na região Sudeste.

Preferência dos Meios de Pagamento

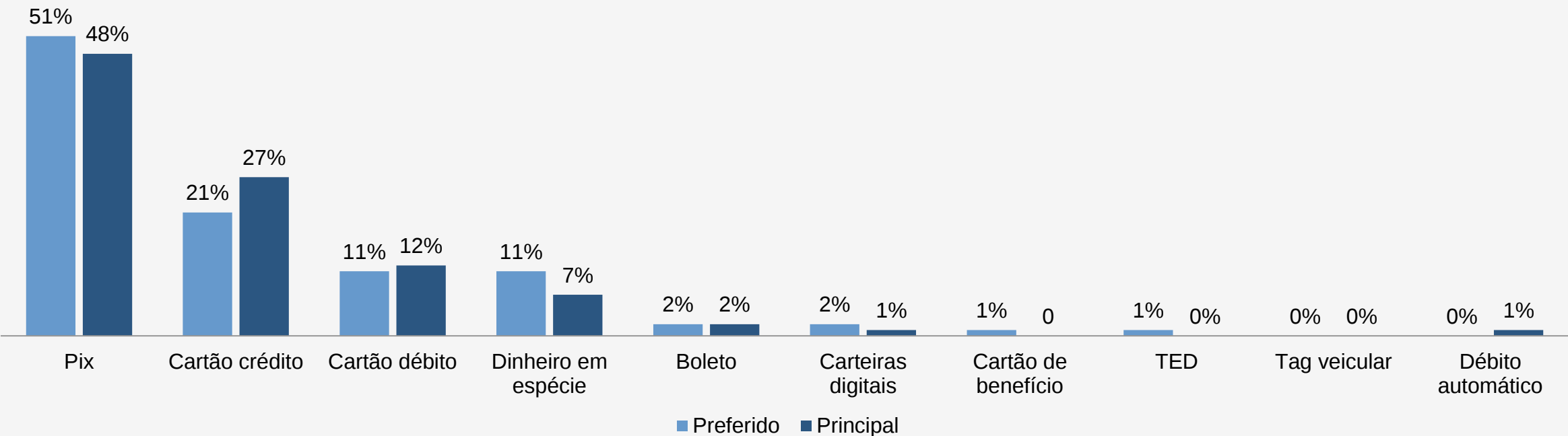
Qual/ quais meio(s) de pagamento você costuma usar?



O Pix é o principal meio utilizado no Brasil por todas as faixas etárias e as regiões, seguidos pelos cartões de crédito e débito.

Meio de Pagamento Preferido vs. Principal

Da lista de meios de pagamento a seguir, qual é o meio de pagamento que você prefere?
Qual você diria que é o seu meio de pagamento principal/mais utilizado?

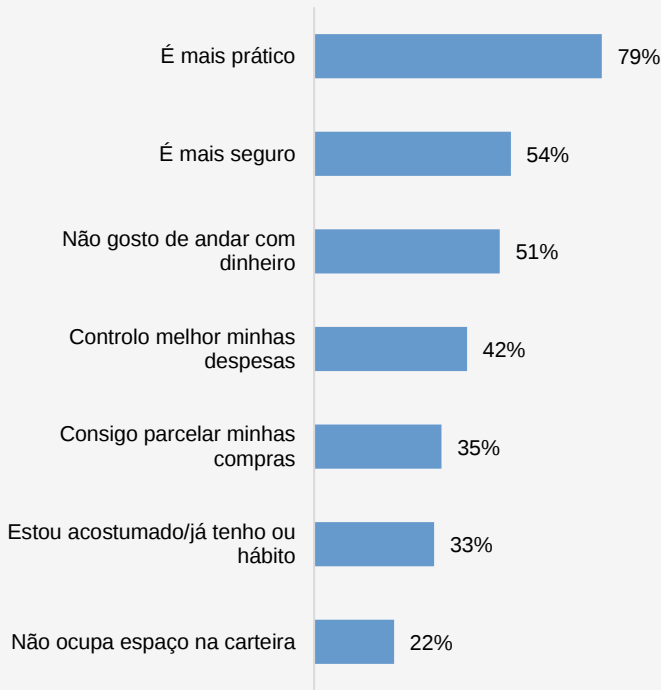


O Pix é o meio de pagamento preferido e mais utilizado. Sua preferência cresceu muito no último ano (36% em 2022 x 51% em 2023) e abrange os segmentos de idade, gênero e nível socioeconômico. É mais utilizado nos níveis B2/C1 e entre os mais jovens; entretanto nota se que, em algumas situações, é necessário pagar com cartão por falta da disponibilidade do varejo.

Carteiras digitais contempla também **mobile wallets**

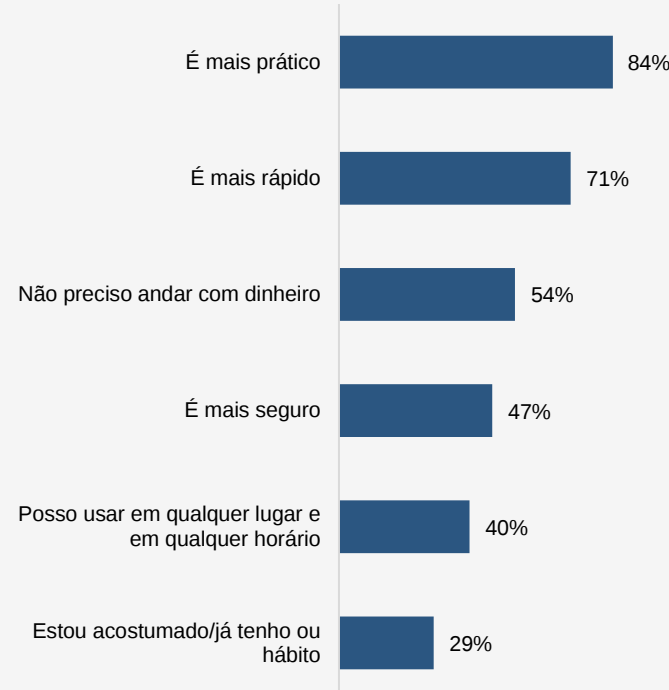
Motivação e Drivers da Preferência

Por que o cartão de crédito ou débito é o seu meio de pagamento preferido?



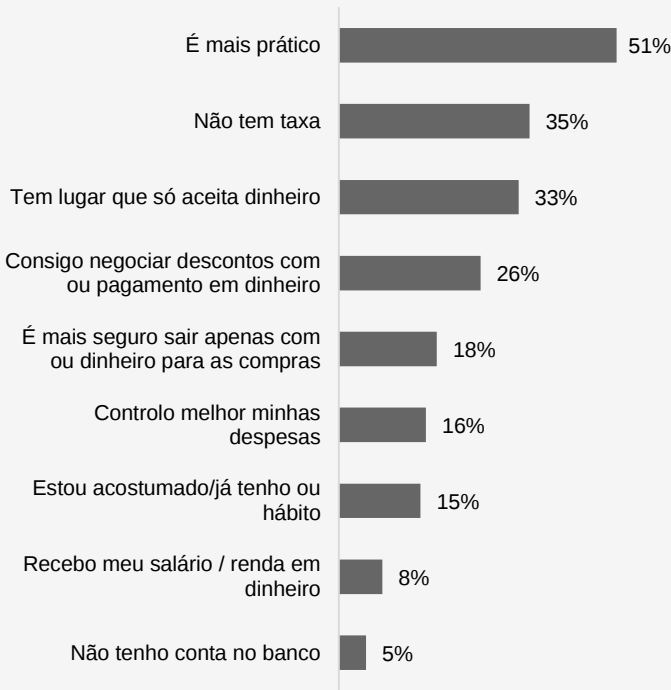
Base: 264

Por que o Pix é ou seu meio de pagamento preferido?



Base: 213

Por que o dinheiro em espécie é ou seu meio de pagamento preferido?

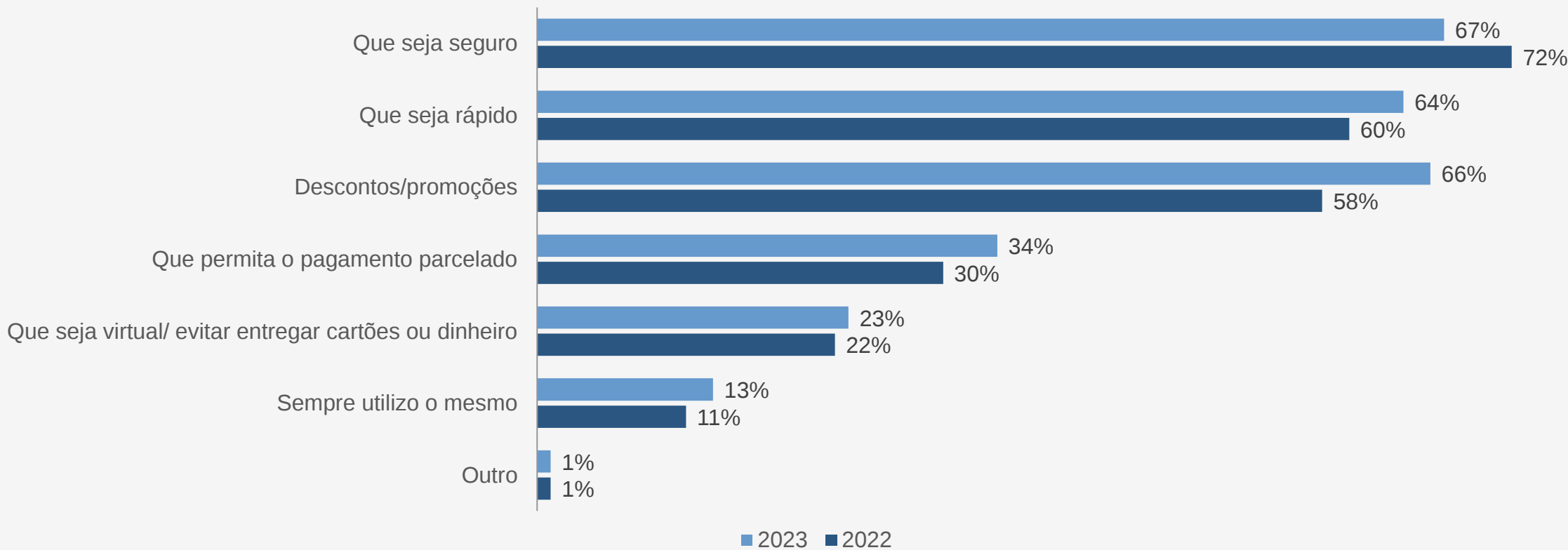


Base: 81

A praticidade é o driver dos principais meios utilizados. E não ter que carregar dinheiro em espécie para quem usa Pix e cartões.

Motivação e Drivers da Preferência

O que você prioriza na hora de escolher um meio de pagamento?



Segurança, rapidez e descontos: os 3 principais drivers de escolha. Quando comprado com a pesquisa anterior, os brasileiros estão mais sensíveis a descontos, segurança e parcelamento.

Motivos Para o Não Uso

Considerando os tipos de pagamento que conhece, mas não utilizou nos últimos 12 meses, qual considera você são os principais motivos para não tê-los utilizado?

	Dinheiro em espécie	Cartão crédito	Cartão débito	Pix	Cartão de benefício	Cheque	Boleto	Carteiras digitais (digital e mobile wallets)	Tag veicular	TED	DOC	Débito automático
Não possuo/não tenho	13	30	18	12	56	51	22	33	50	24	26	21
Não sei utilizar	4	7	4	1	5	5	3	9	8	6	7	6
Não acho seguro utilizar	29	15	16	20	7	10	14	10	6	8	7	16
Não acho prático utilizar	38	16	17	9	14	20	37	20	15	38	39	24
Não está disponível/Não é aceito para o que eu preciso	4	10	9	16	8	9	10	9	10	7	8	11
Outro	12	22	36	40	10	5	14	18	11	16	14	22

A falta de praticidade e segurança são os principais motivos para não usar dinheiro em espécie e cartão de crédito. No caso de Pix, o não uso é justificado pela falta da oferta da modalidade.

Preferência do Meio de Acordo com a Compra

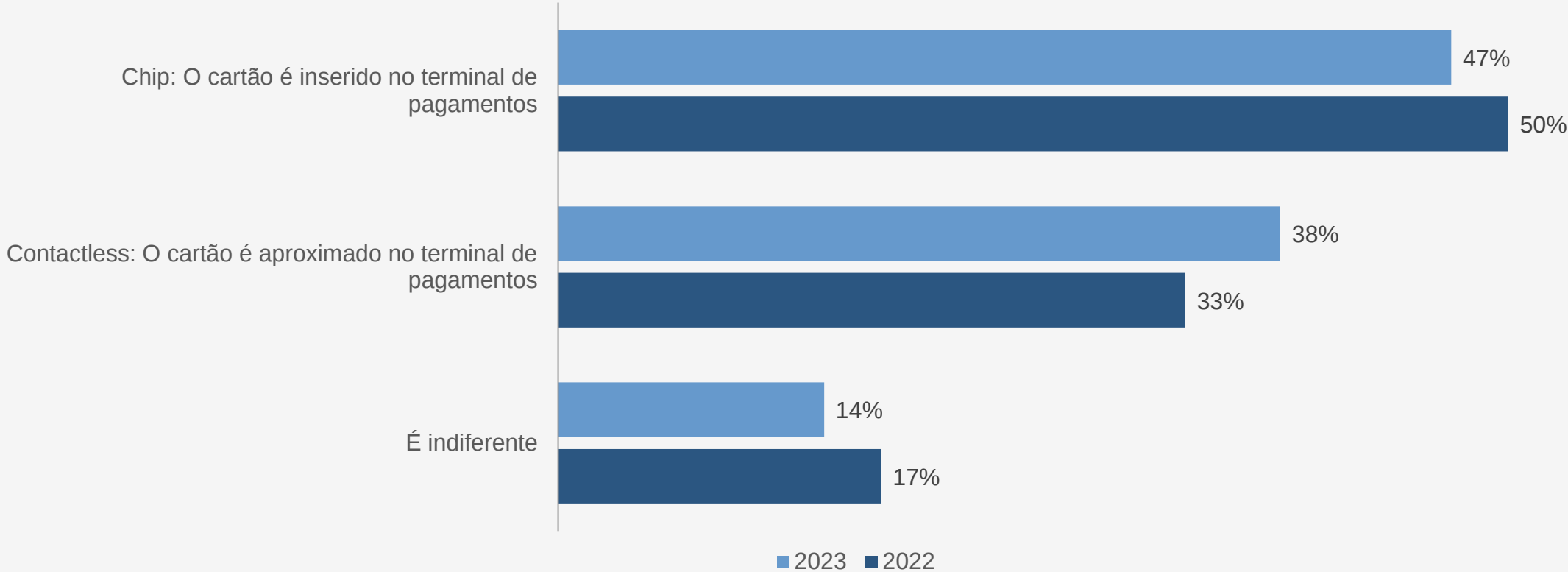
Para que tipo de compras utiliza cada meio de pagamento?

	Roupa	Aparelhos eletrônicos	Supermercado presencial	Supermercado online	Entretenimento	Cosméticos e maquiagem	Eletrodomésticos
Dinheiro em espécie	42	19	46	2	26	20	17
Cartão de crédito	58	57	48	45	42	39	50
Cartão de débito	43	32	52	32	36	32	26
Pix	56	42	53	50	47	41	35
Cartão de benefício	3	2	5	4	3	2	2
Cheque	0	1	1	0	1	1	1
Boleto	14	17	9	10	11	10	15
Carteiras digitais (digital e mobile wallets)	13	11	11	13	12	10	9
Tag veicular	2	1	2	1	2	1	1
TED	5	5	4	5	5	4	3
DOC	3	2	2	2	2	2	2
Débito automático	7	6	7	6	7	5	4

Pix, cartões de crédito e de debito são meios versáteis usados para diferentes tipos de compras.

Preferência de Interface no Uso de Cartão

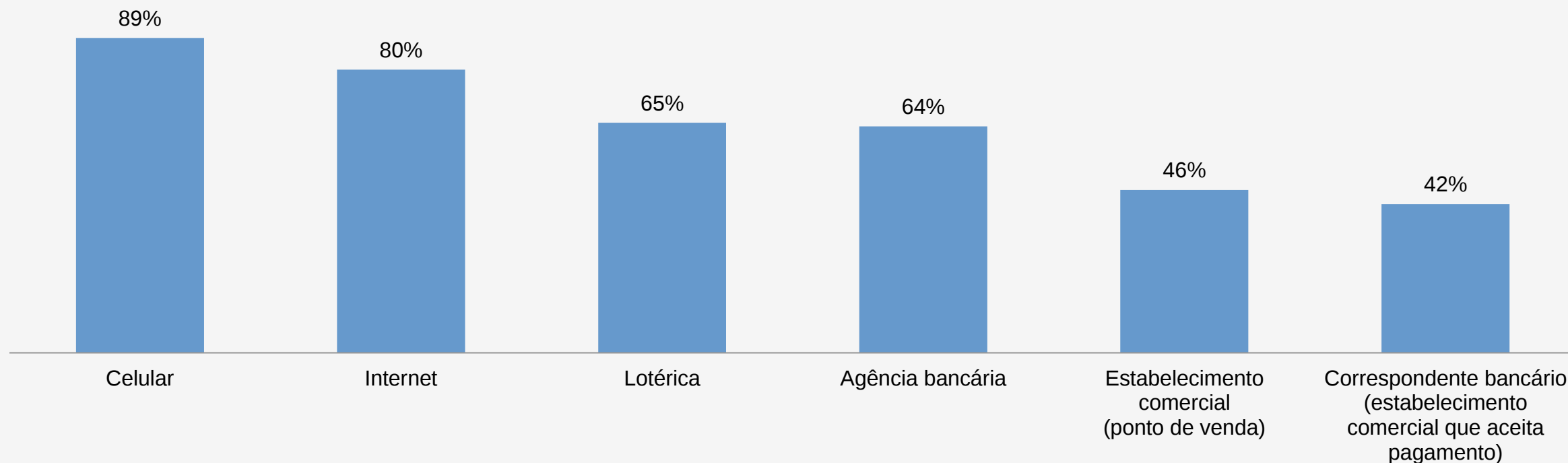
Qual é o formato que você prefere para o cartão de crédito e/ou débito?



Metade dos usuários de cartões de crédito ou débito prefere o formato chip.

Conhecimento dos Tipos de Canais de Pagamento

Pensando nos seguintes tipos de canal de pagamento (onde realiza o pagamento), quais você conhece, mesmo que não tenha utilizado?



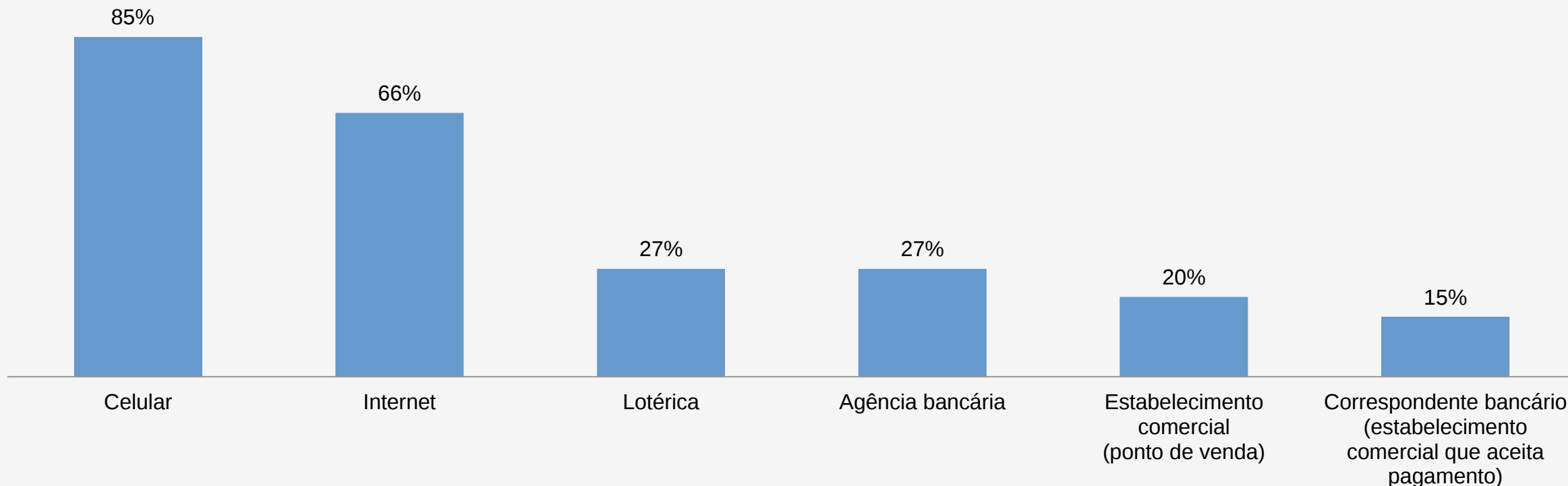
O celular e a internet são os canais de pagamento mais conhecidos. As lotéricas são o terceiro canal mais conhecido por 64% dos respondentes, principalmente homens com mais de 31 anos, no nível econômico A/B1 na região Nordeste.

Conhecimento dos Tipos de Canais de Pagamento

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
Celular	89	90	87	91	88	88	90	87	90	90	86
Internet	80	83	79	81	79	78	80	85	83	76	79
Lotérica	65	68	64	70	63	59	68	73	65	68	63
Agência bancária	64	68	62	69	62	56	68	71	69	62	60
Estabelecimento comercial presencial (ponto de venda)	46	49	44	52	42	38	48	53	47	44	46
Correspondente bancário (estabelecimento comercial) que aceita o pagamento)	42	47	38	53	36	31	45	52	41	46	40

Preferência dos Tipos de Canais de Pagamento

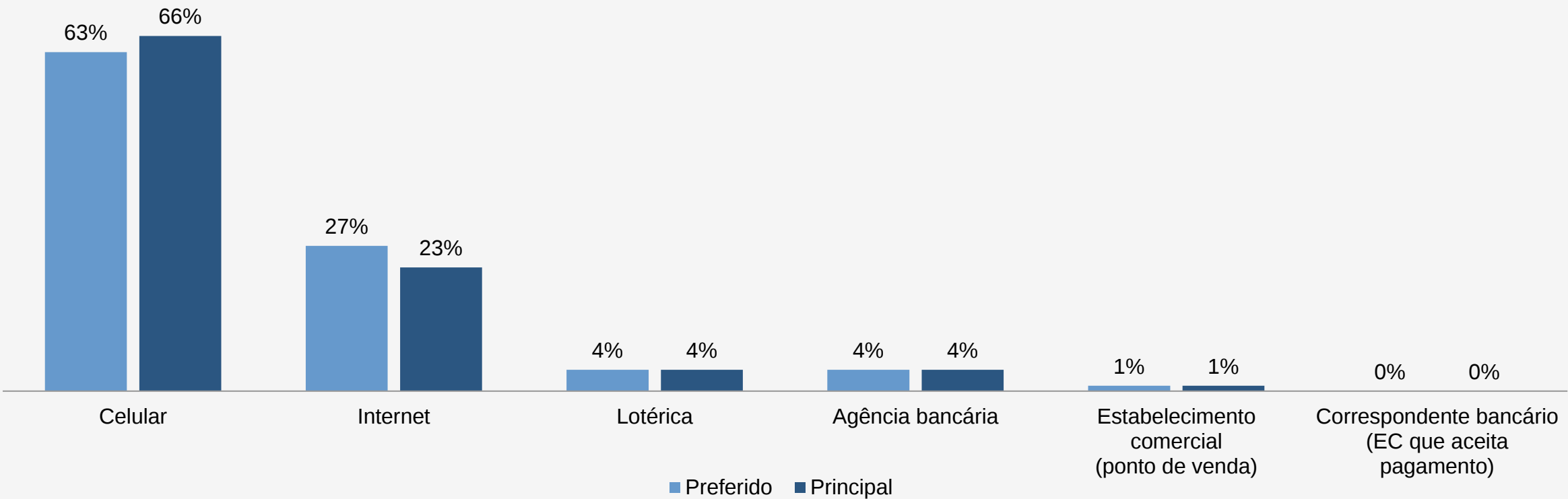
Qual/ quais canal de pagamento você costuma usar?



O celular é o canal mais utilizado (principalmente entre os mais novos) seguido da internet. As lotéricas e agências bancárias estão no terceiro lugar, com 27% de uso pelos respondentes da pesquisa.

Tipos de Canais Preferidos vs. Principais

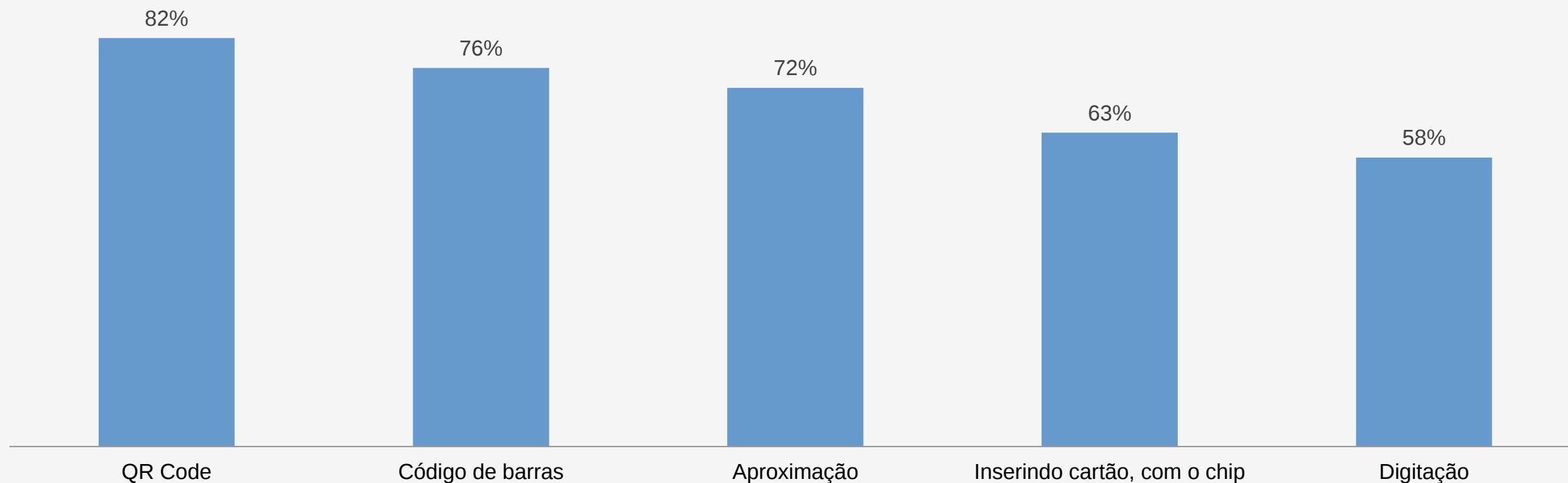
Da lista de canais de pagamento a seguir, qual é o canal de pagamento (onde realiza o pagamento) que você prefere? Qual considera é o seu canal de pagamento (onde realiza o pagamento) principal/mais utilizado?



O celular é o canal de pagamento preferido e o principal para a maioria dos entrevistados.

Conhecimento das Interfaces de Pagamento

Pensando nos seguintes tipos de Interface, comunicação com o dispositivo (método de identificação do meio de pagamento), quais você conhece, mesmo que não tenha utilizado?



O QR Code é a interface mais conhecida junto com o código de barras e a aproximação.

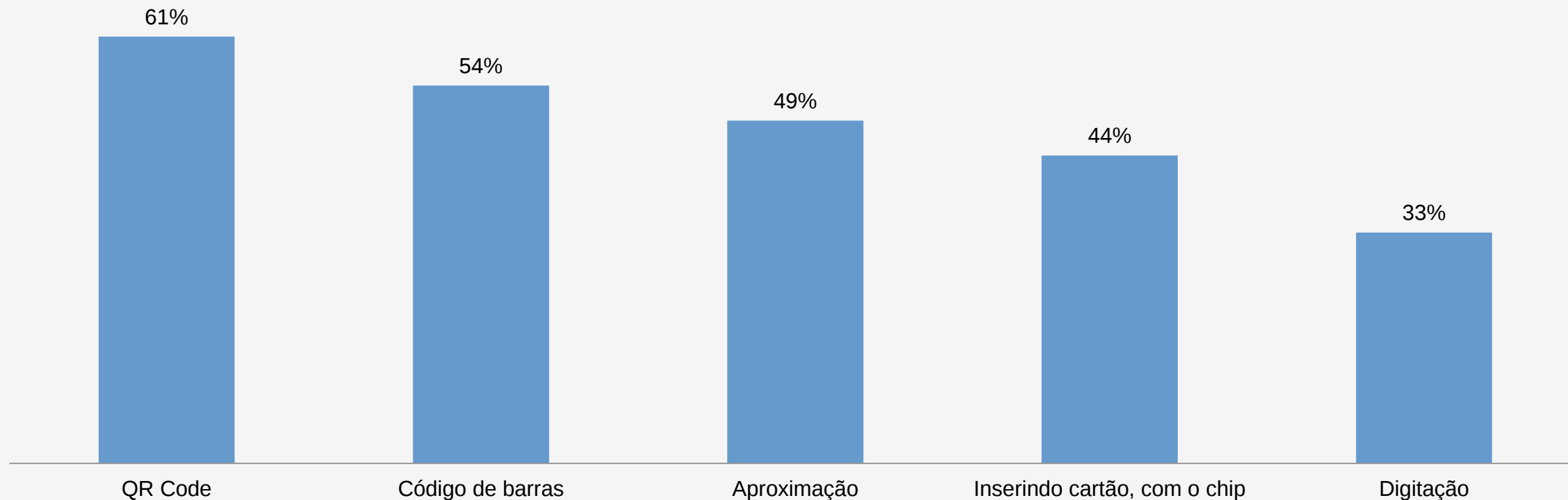
Conhecimento das Interfaces de Pagamento

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
QR Code	82	84	82	84	81	82	84	80	85	82	79
Código de barras	76	76	76	82	73	71	76	86	79	76	72
Aproximação	72	74	72	76	71	67	75	76	79	65	70
Inserindo cartão, com o chip	63	67	60	64	62	56	64	72	66	59	61
Digitação	58	59	57	63	55	56	57	62	63	55	54

Base: 600 casos

Utilização das Interfaces de Pagamento

Qual/quais Interface/s, comunicação com o dispositivo você costuma usar?



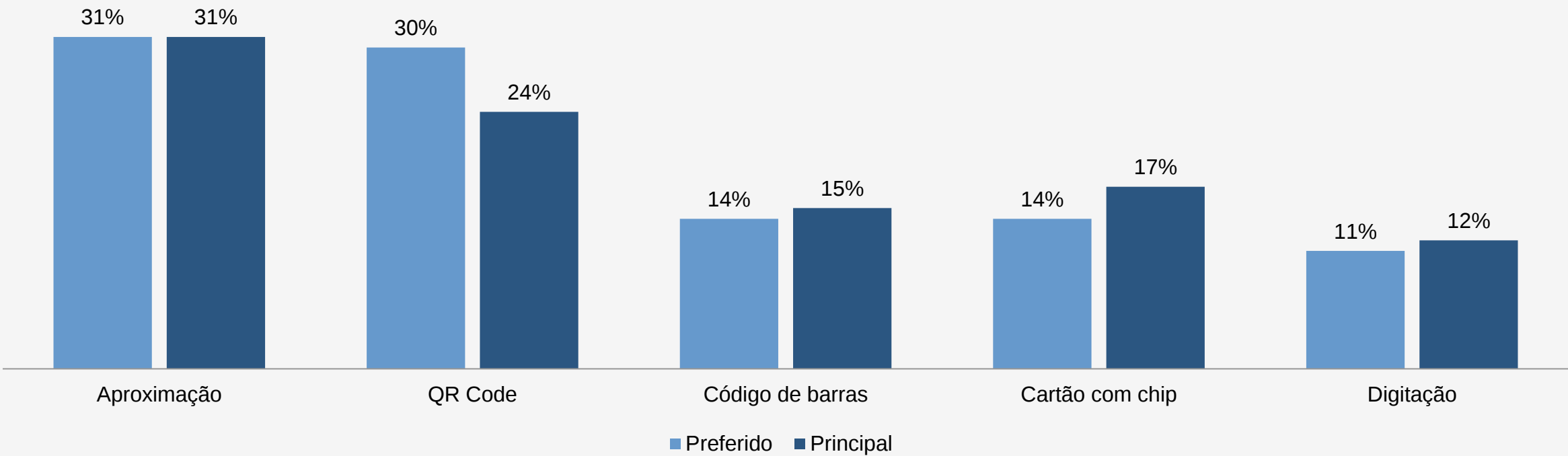
O QR Code é a interface mais usada em geral (principalmente entre os jovens) seguida do código de barras (principalmente entre os adultos).

Utilização das Interfaces de Pagamento

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
QR Code	61	62	61	65	60	69	64	44	62	62	59
Código de barras	54	53	56	57	52	44	59	57	54	56	53
Aproximação	49	50	50	52	48	52	49	47	53	43	50
Inserindo cartão, com o chip	44	46	44	49	42	39	45	52	46	46	41
Digitação	33	35	32	36	32	33	33	32	33	36	31

Preferência x Uso das Interfaces de Pagamento

Da lista a seguir, qual é a Interface, comunicação com o dispositivo você prefere?
Qual considera é a sua Interface, comunicação com o dispositivo principal/mais utilizada?



A aproximação é tanto a interface preferida quanto a principal. Em preferência compartilha o primeiro lugar com o QR Code e que demonstra que há oportunidade em ampliar a aceitação do varejo para melhorar a experiência do cliente (30% de preferência x 24% de uso).



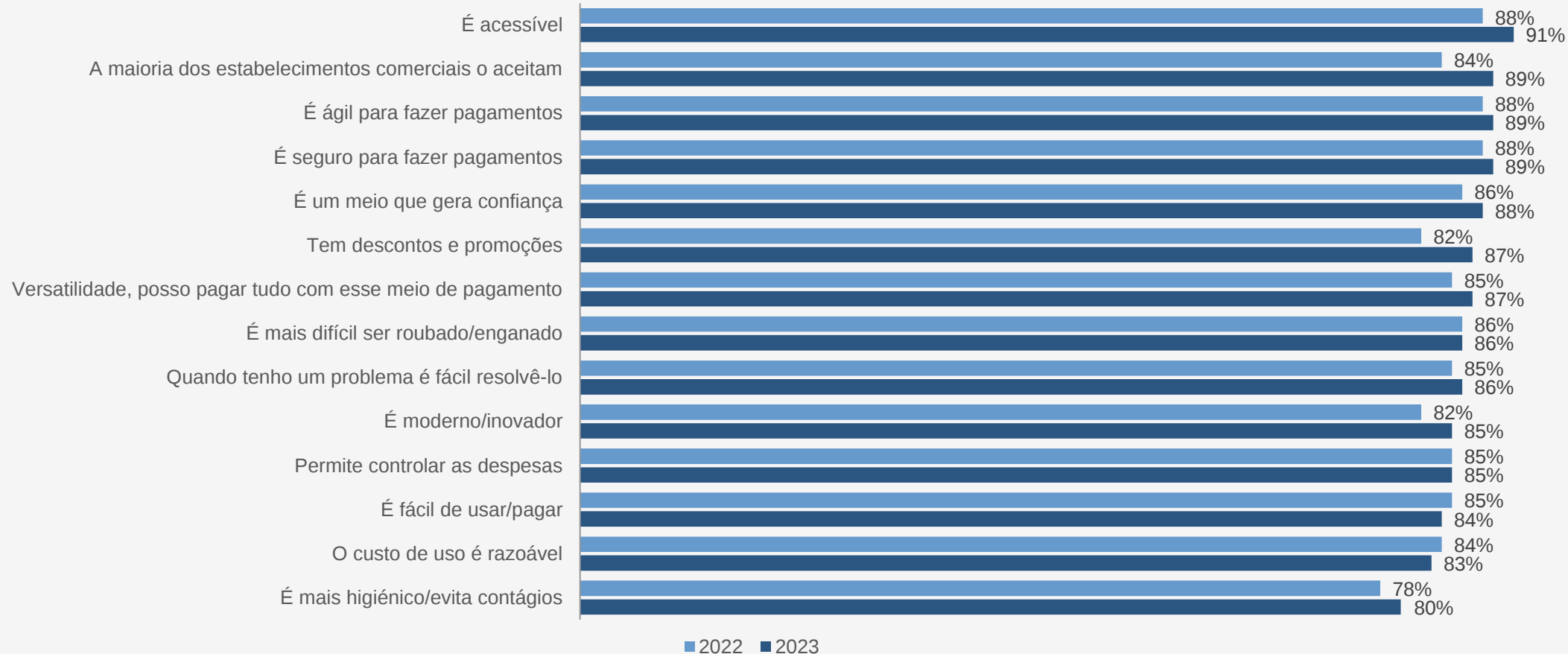
3. Percepção de Cada Meio de Pagamento

Importância dos Atributos em um Meio De Pagamento



A demanda por atributos é alta: muitos compartilham um alto nível de importância, com destaque para **segurança, agilidade, acessibilidade e confiança**.

Importância dos Atributos em um Meio De Pagamento



A demanda por atributos é alta: muitos compartilham um alto nível de importância, com destaque para **segurança, agilidade, acessibilidade e confiança**, sem diferença se comparada à pesquisa anterior.

Características Diferenciais

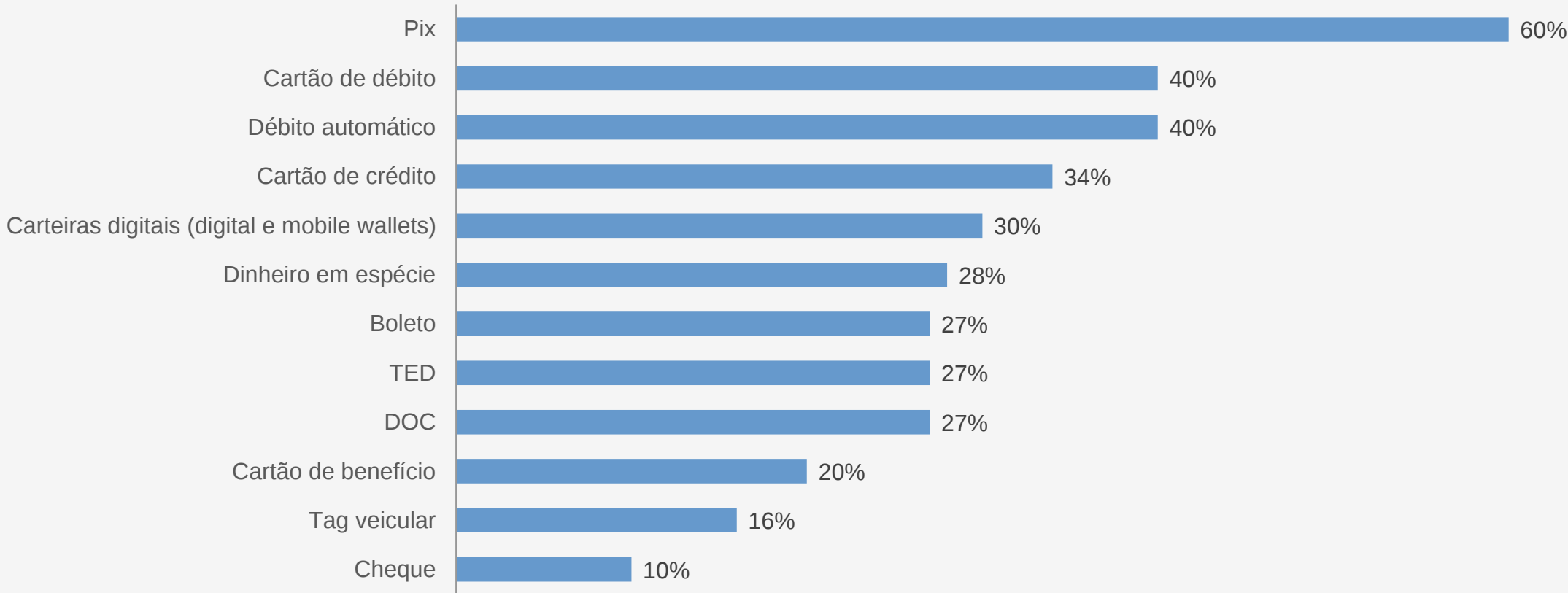
	Dinheiro em espécie	Cartão de crédito	Cartão de débito	Pix	Cartão de benefício	Cheque	Boleto	Carteiras digitais	Tag veicular	TED	DOC	Débito automático
É rápido para realizar transações	2	5	7	11	-5	-6	-7	-3	5	-4	-5	1
É simples e descomplicado de usar	-1	3	8	8	-3	-6	-2	-3	4	-3	-4	-1
O custo de uso é razoável	0	1	5	-2	-2	0	1	-6	-1	2	1	1
É seguro para fazer pagamentos	-1	0	6	0	0	-4	3	-4	1	0	-2	1
É uma forma ordenada de administrar meu dinheiro e controlar as despesas	-3	2	3	-9	2	3	1	2	-3	-1	0	2
É mais higiênico	-18	-9	-3	13	0	0	-1	4	6	1	1	7
Tem descontos e promoções	11	-1	-6	-10	3	1	1	1	0	0	0	2
Quando tenho um problema é fácil resolvê-lo	5	3	-2	-13	2	2	2	3	-3	3	3	-2
Versátil	4	3	1	2	-1	0	0	0	-6	-1	1	-2
Acessível	15	15	17	-5	-4	-3	-4	-6	-10	-4	-3	-9
É moderno/inovador	-16	-12	-10	21	1	0	-2	12	7	-1	0	0
É mais difícil ser roubado/enganado	-2	-3	-7	-14	1	6	6	1	3	4	2	4
Opção com menor incidência de taxas e impostos	8	-20	-8	7	4	3	1	0	0	2	3	0
Permite comprar coisas que, de outra forma, não conseguiria	-1	13	-11	-8	2	3	1	0	-2	1	3	-2

O Pix é o meio com melhor imagem, seguido pelos cartões de crédito e de débito. O Pix se destaca por ser inovador, rápido, higiênico e fácil de usar.

Base: 600 casos

Avaliação de Segurança

Dos seguintes meios, avalie de 1 a 10 segundo quanto seguro é para você cada um deles



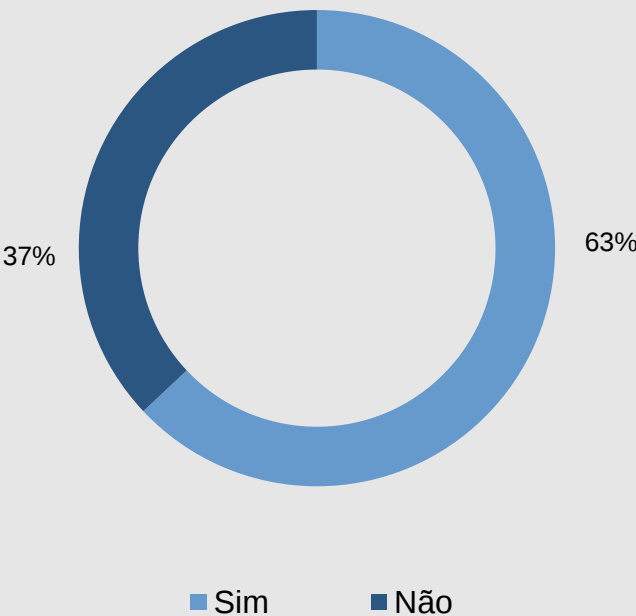
O Pix é considerado o meio de pagamento mais seguro seguido pelo cartão de débito e o débito automático.



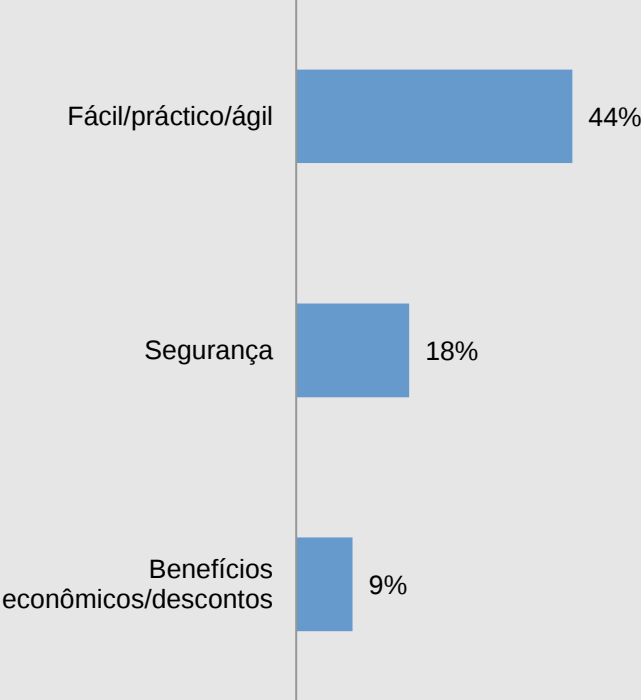
3.1 Aceitação das Carteiras Digitais

Carteiras Digitais

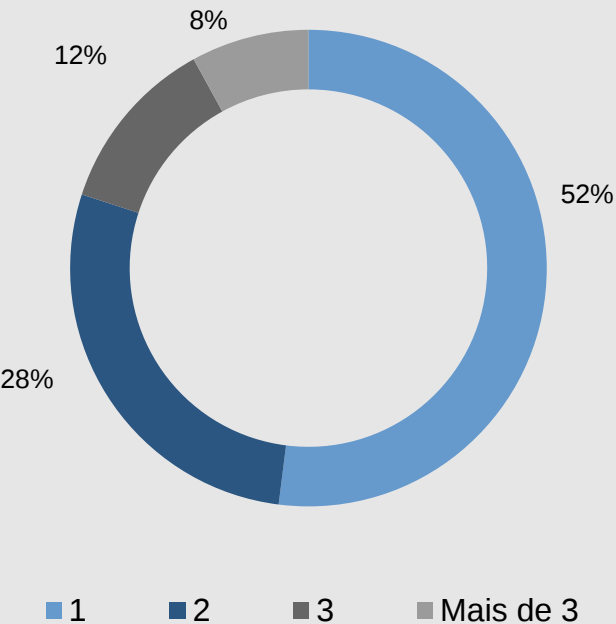
Você já utilizou alguma vez uma carteira digital?



Quais são os motivos pelos quais utiliza uma carteira digital?



Quantas carteiras digitais utiliza atualmente?



6 em cada 10 pessoas declaram utilizar carteiras digitais (mais alto entre homens, nível socioeconômico altos e jovens). Atualmente, a maioria tem 1 ou 2 carteiras digitais.

Base: 600 casos

Carteiras Digitais

Você já utilizou alguma vez uma carteira digital?

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
Sim	63	69	58	74	58	71	63	55	67	66	56
Não	37	31	42	26	42	29	37	45	33	34	44

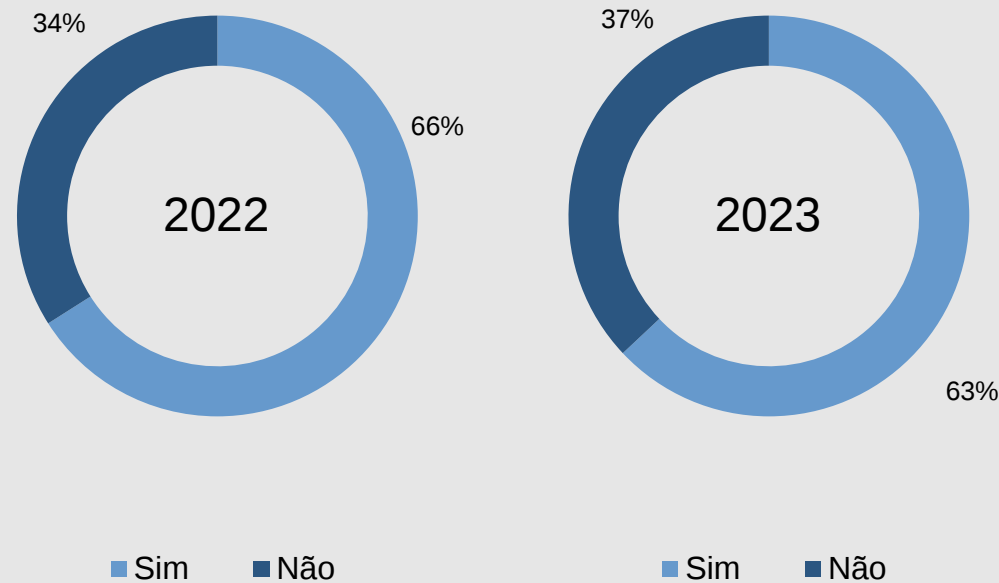
Quantas carteiras digitais utiliza atualmente?

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
1	52	54	48	47	55	50	51	58	55	49	48
2	28	23	35	29	28	27	31	22	28	31	27
3	12	12	13	12	13	15	11	10	9	14	16
Mais de 3	8	11	4	12	5	8	6	10	8	6	8

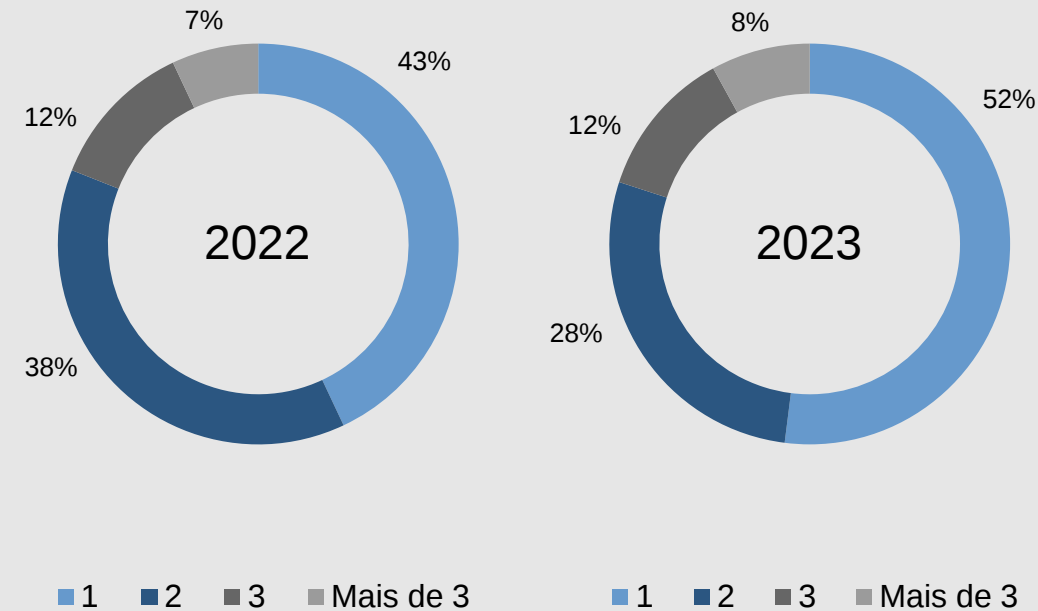
Base: 397 casos

Carteiras Digitais

Você já utilizou alguma vez uma carteira digital?



Quantas carteiras digitais utiliza atualmente?

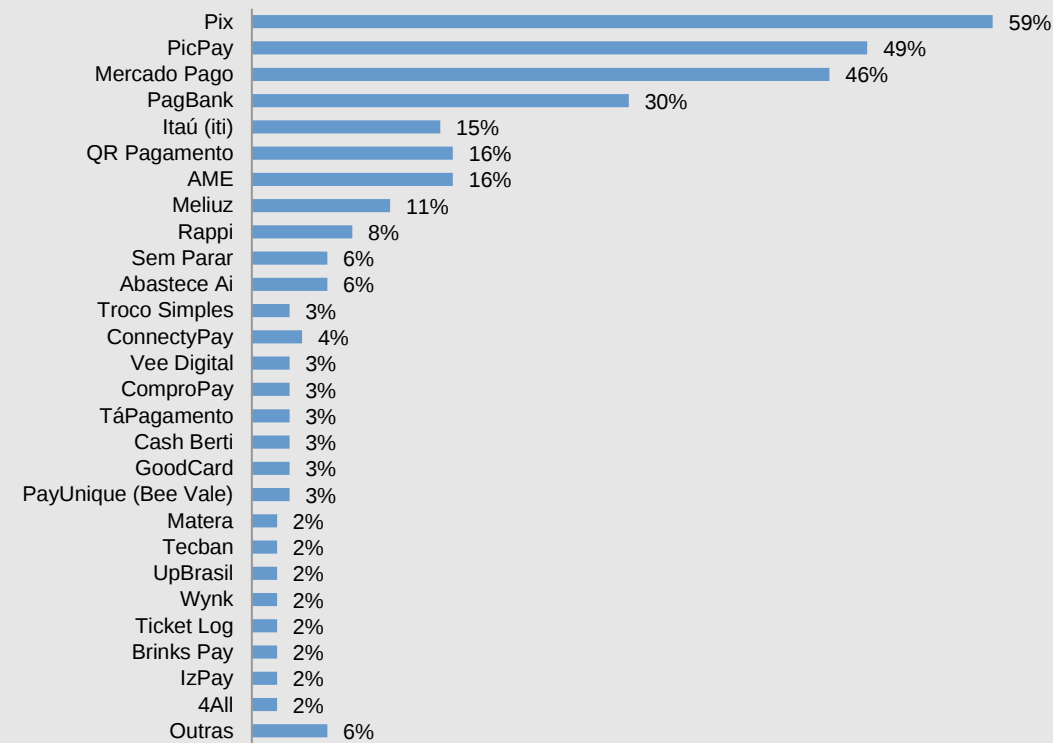


O uso de carteiras digitais se manteve muito similar à pesquisa anterior, com mais de 60% dos respondentes utilizando carteiras digitais.

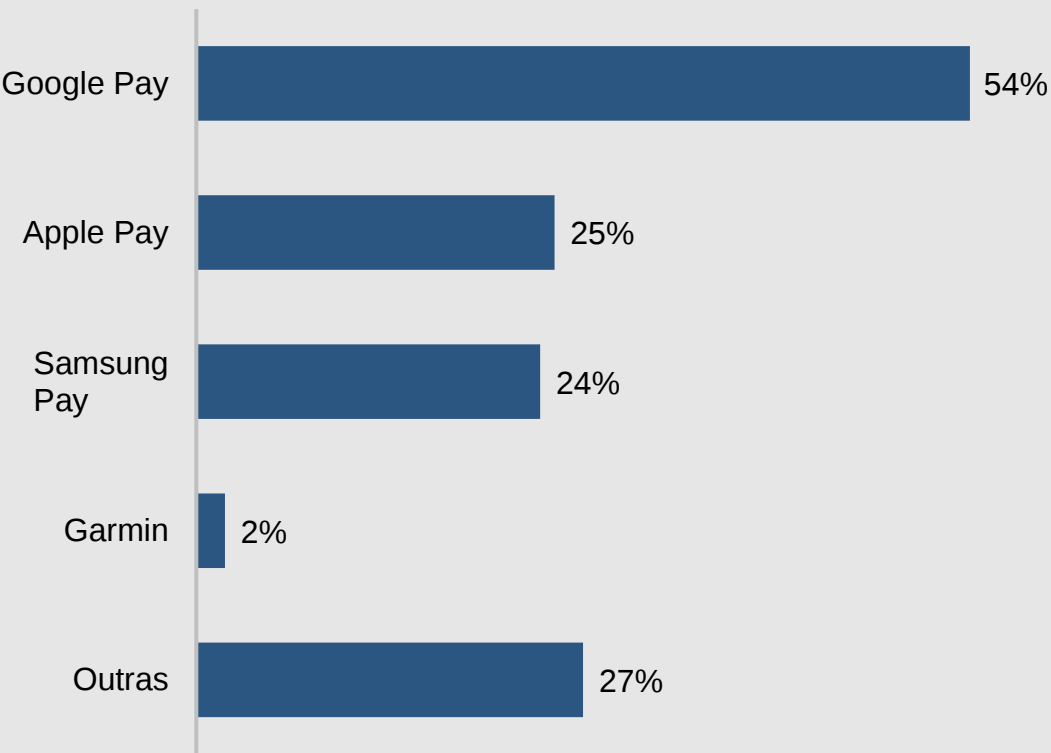
Base: 600 casos

Carteiras Digitais

E sobre as Carteiras Digitais que utilizam QR Code para efetuar um pagamento, quais você utiliza?



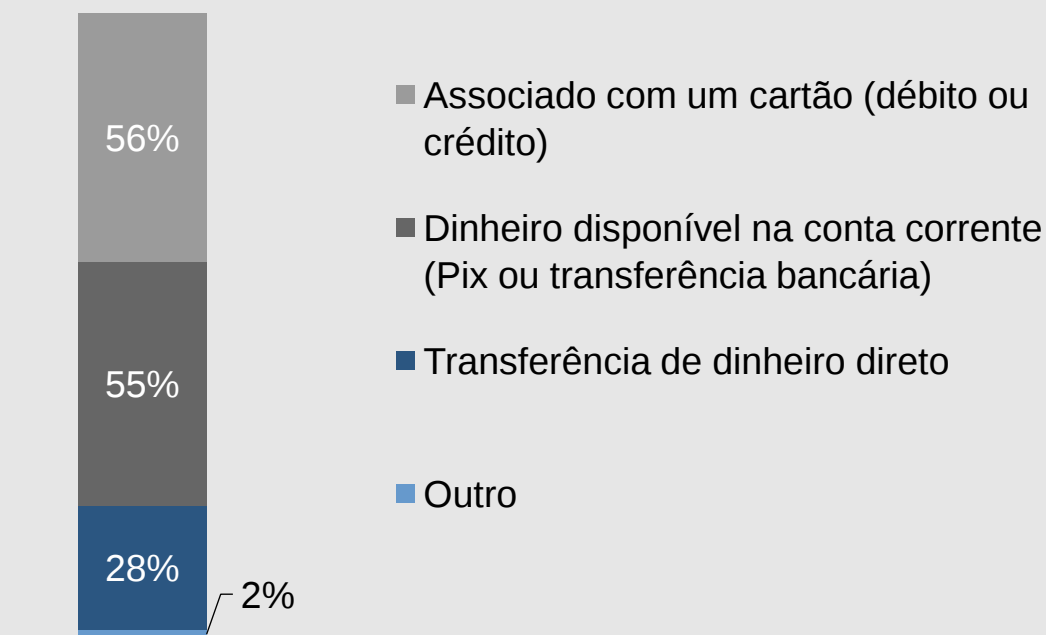
E quais Mobile Wallets (Carteira Digital que realiza transações por aproximação) você costuma utilizar?



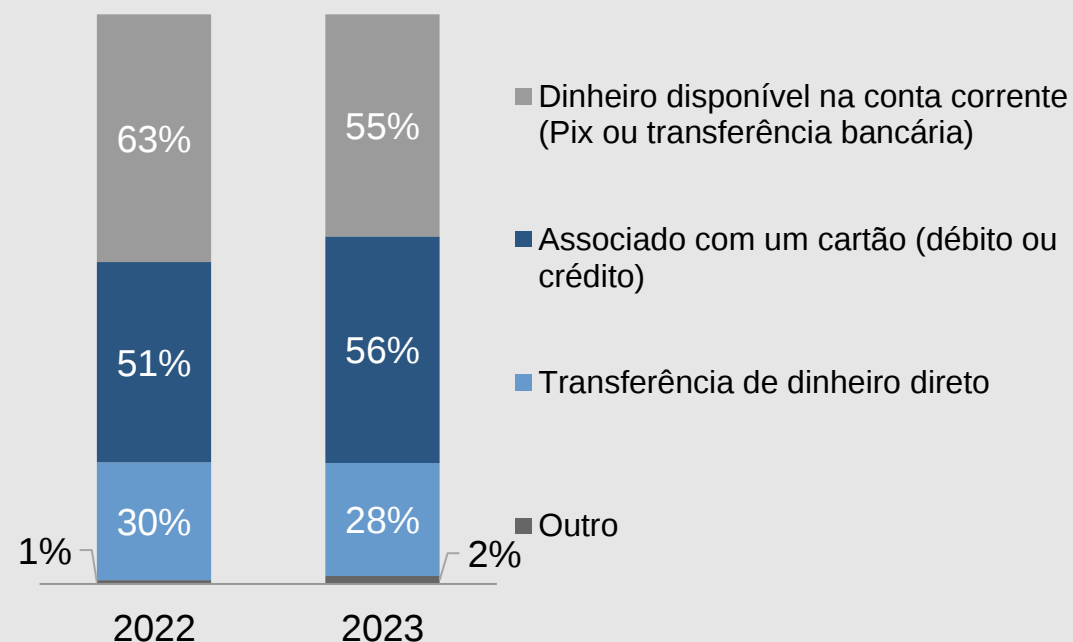
Pix com QR Code é a carteira mais utilizada (59%) seguido pelo Pic Pay (49%) e Mercado Pago (46%). Em relação às mobile wallets, Google Play lidera com 54% dos respondentes.

Carregamento da Carteira Digital

De onde provém o dinheiro da carteira digital?



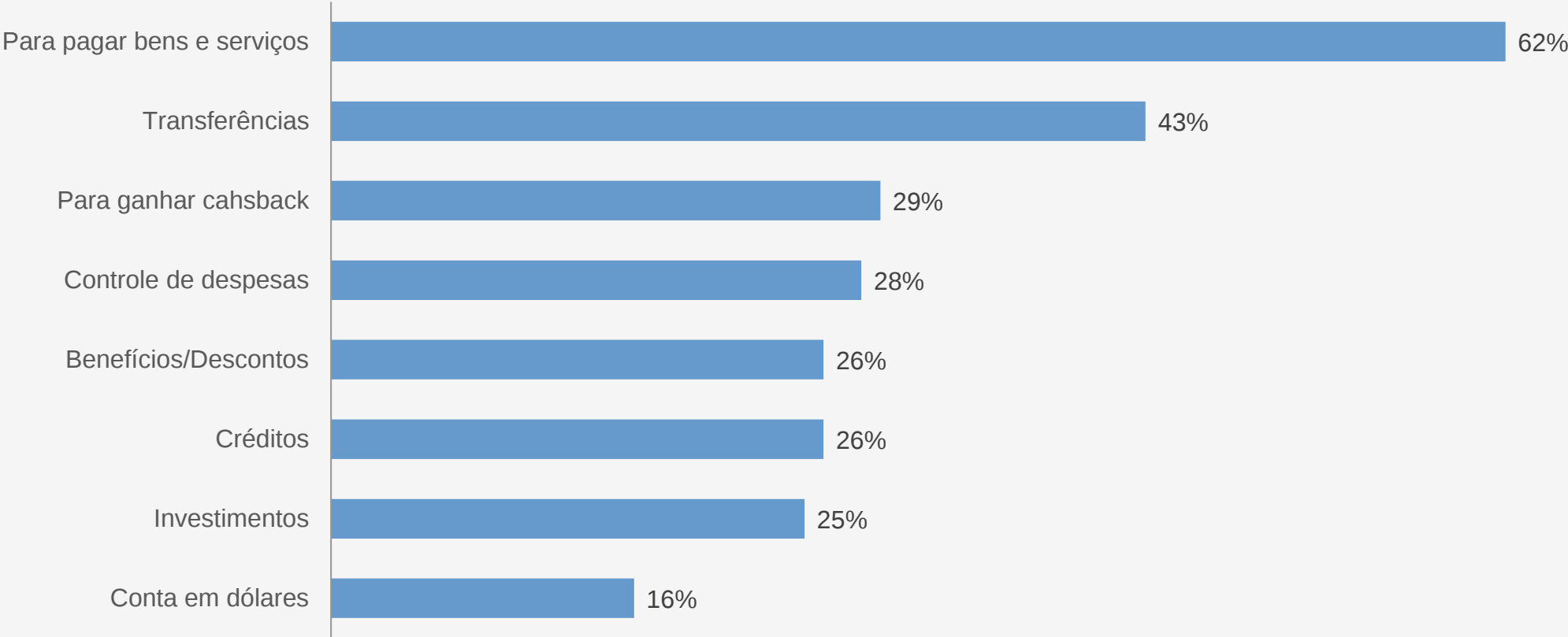
Origem do dinheiro comparado com a pesquisa anterior



O carregamento de dinheiro da carteira digital é por meio de dinheiro disponível na conta corrente e cartão. Comparada com a pesquisa anterior, é maior a quantidade de usuários que associam a carteira a um cartão (51% x 56%).

Finalidade de Uso das Carteiras Digitais

Para que você utiliza mais a(s) carteira(s) digital(is)?



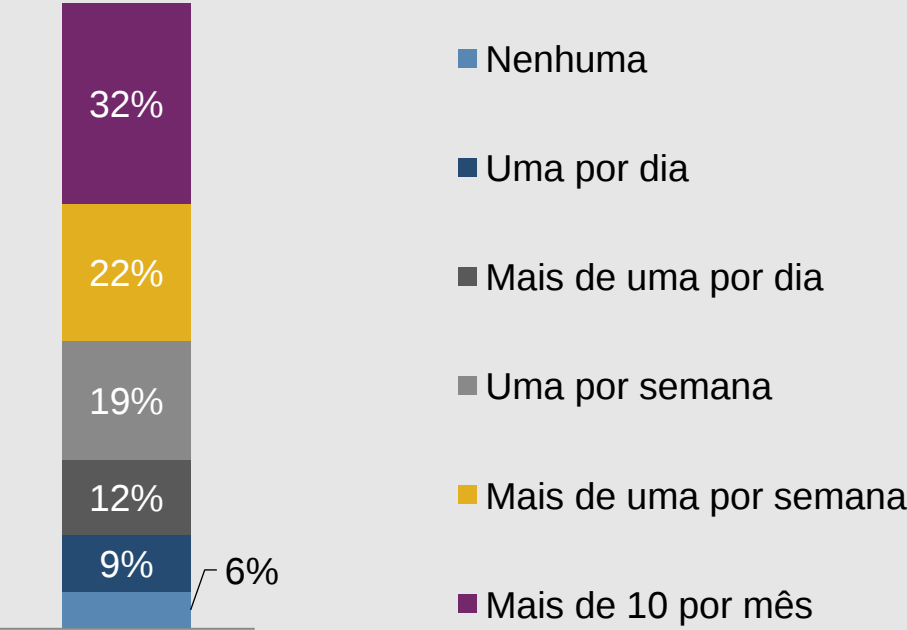
As carteiras são utilizadas principalmente para pagar bens e serviços e, em segundo lugar, para fazer transferências.



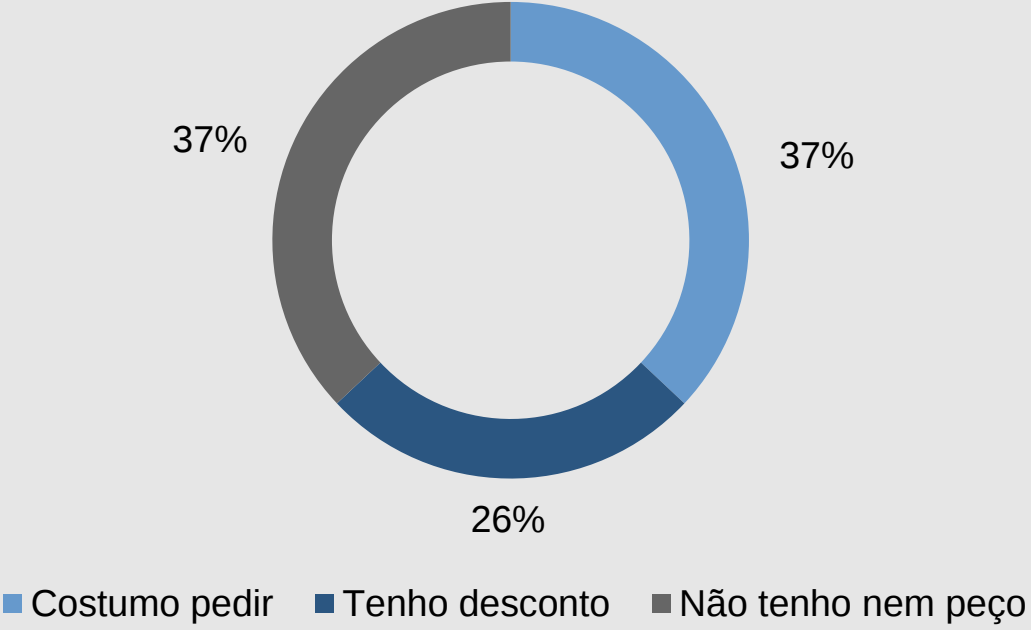
3.2 Evolução do Pix

Retrato do Uso de Pix

Quantas transações Pix tradicional você realiza por mês?



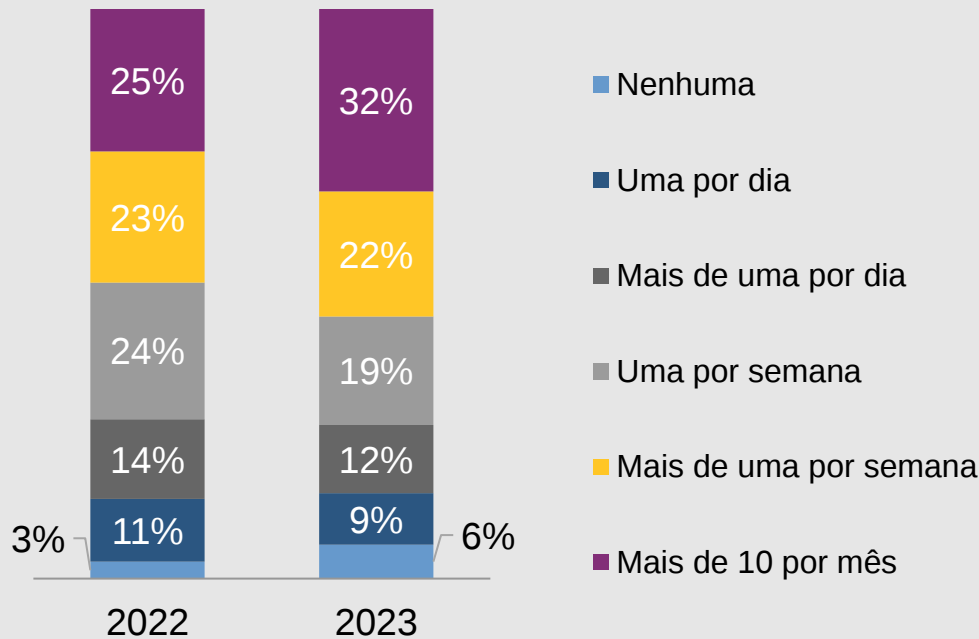
Quando você paga com Pix, tem descontos ou costuma pedi-los?



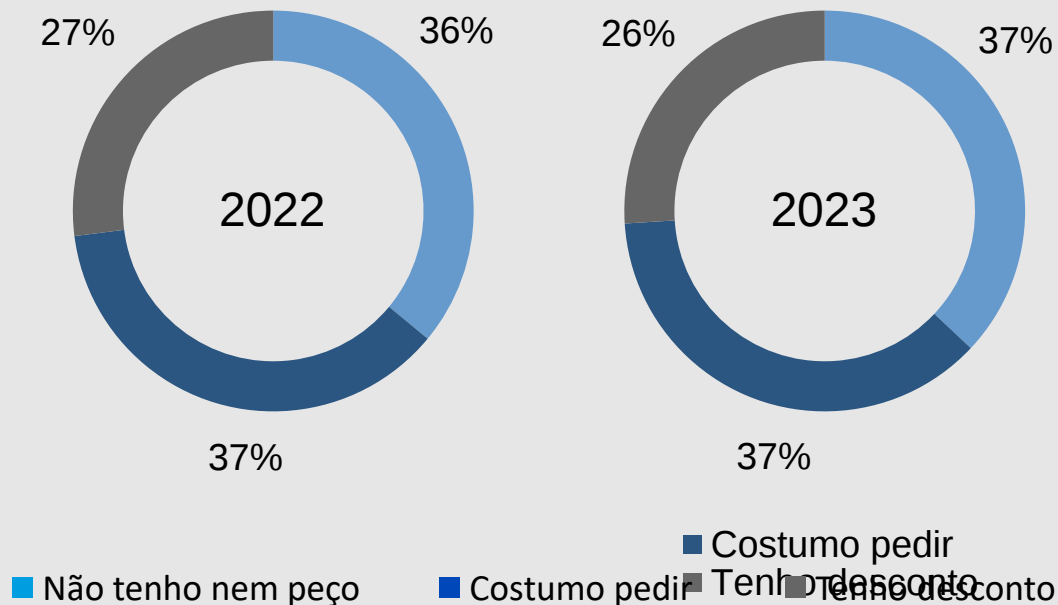
9 de cada 10 pessoas realizam pelo menos uma transação com o Pix por semana. 32% dos respondentes realizam mais de 10 Pix por mês e 65% dos entrevistados atrelam o meio de pagamento com a oportunidade de ter ou pedir desconto.

Retrato do Uso de Pix

Quantas transações Pix tradicional você faz por mês?



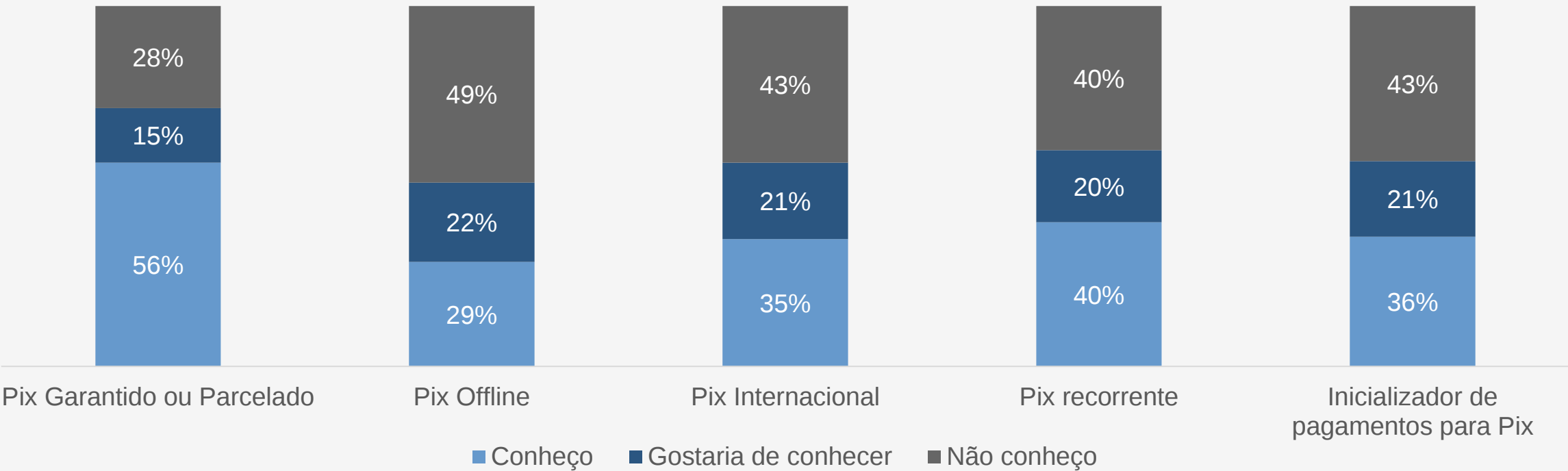
Quando você paga com Pix, tem descontos ou costuma pedi-los?



Cresce, em relação ao ano anterior, a porcentagem que realiza mais de 10 transações de Pix por mês.

Conhecimento Sobre as Modalidades Pix

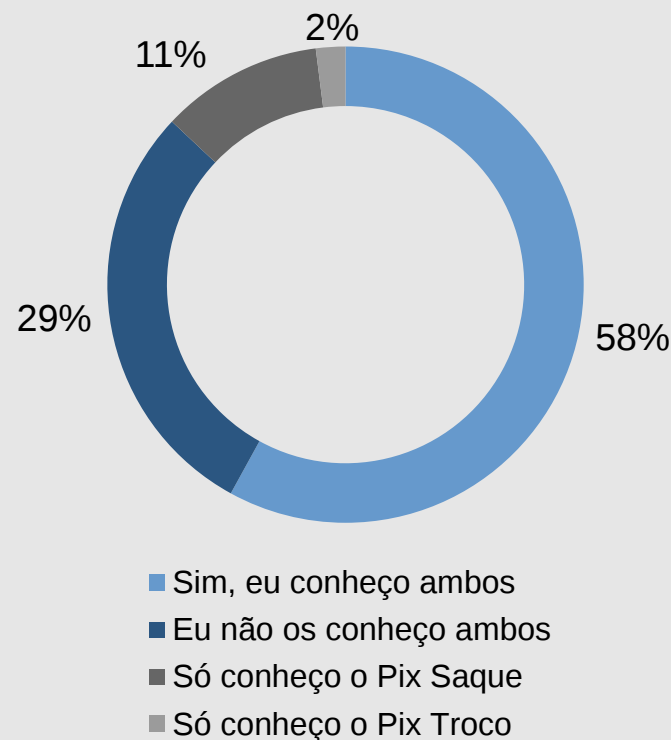
Além do Pix tradicional, onde a transferência acontece em instantes, qual outras modalidades de Pix você conhece/já ouviu falar



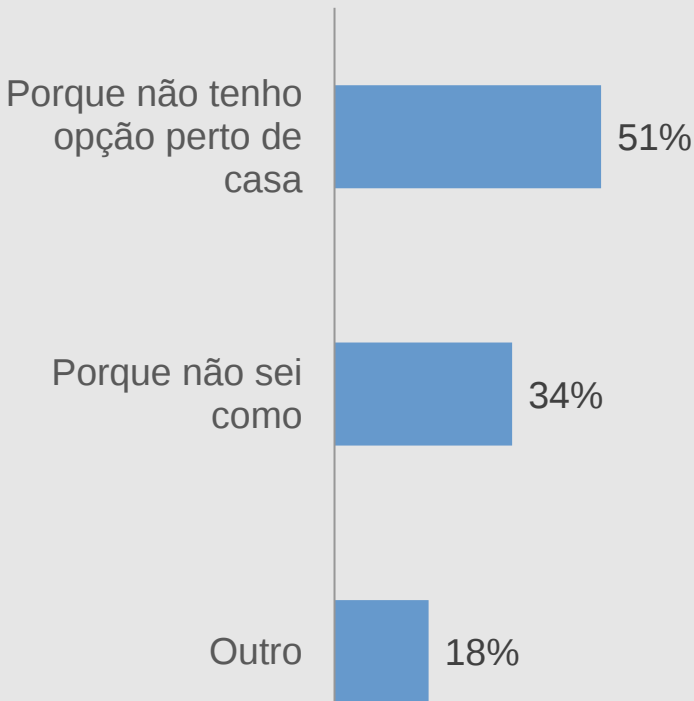
Pix garantido ou parcelado é o com maior conhecimento entre os respondentes.

Conhecimento e Uso de Pix Saque e Pix Troco

Você conhece Pix Saque e Pix Troco?



Por que você ainda não os utilizou?

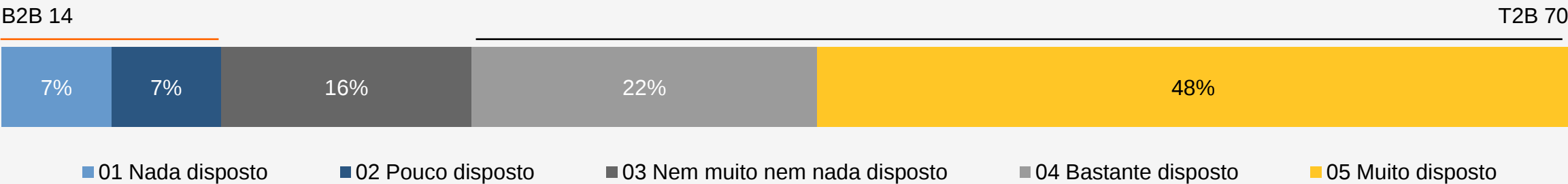


58% das pessoas conhecem Pix Saque e Pix Troco, mas ainda são pouco utilizadas. A principal justificativa para quem nunca usou um dos serviços é o fato de não ter opção perto de casa (51%), demonstrando ao varejo e às Instituições Financeiras a oportunidade que eles têm para melhorar a comunicação da oferta.

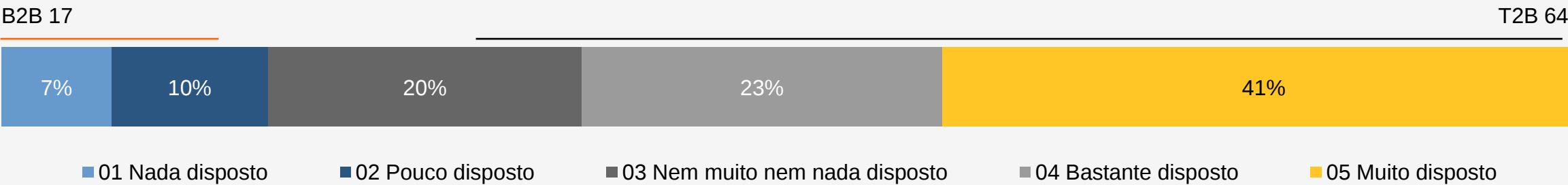
Intenção de Uso do Pix Saque e Pix Troco

B2B: Bottom to Box – soma de não disposto ou pouco disposto
T2B: Top to Box – soma de muito ou bastante disposto

Quanto você estaria disposto a utilizar Pix Saque?



Quanto você estaria disposto a utilizar Pix Troco?



A intenção de usar ambas as modalidades é alta, impulsionada pelos mais jovens. 70% dos entrevistados estariam dispostos a utilizar o Pix Saque e 64% a fazer o uso da modalidade Pix Troco.

Intenção de Uso do Pix Saque e Pix Troco

B2B: Bottom to Box – soma de não disposto ou pouco disposto
T2B: Top to Box – soma de muito ou bastante disposto

Quanto você estaria disposto a utilizar Pix Troco?

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
Top Two Box	70	72	68	72	69	72	73	60	69	75	67
Muito disposto	48	47	49	51	46	51	50	37	44	53	48
Bastante disposto	22	25	19	21	23	21	23	22	25	22	19
Nem muito nem nada disposto	16	14	18	14	17	18	10	28	18	12	16
Pouco disposto	7	7	7	7	7	4	10	5	5	9	8
Nada disposto	7	7	6	7	7	6	8	8	8	4	8
Bottom Two Box	14	14	13	14	14	10	18	13	13	13	17

Quanto você estaria disposto a utilizar Pix Saque?

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
Top Two Box	64	65	63	66	62	64	69	53	65	65	61
Muito disposto	41	39	43	44	39	44	43	29	39	47	37
Bastante disposto	23	26	20	23	24	20	25	24	26	18	23
Nem muito nem nada disposto	20	17	22	18	20	23	13	31	21	17	20
Pouco disposto	10	9	10	8	11	8	12	8	6	14	11
Nada disposto	7	9	5	8	7	5	7	8	7	4	8
Bottom Two Box	17	18	15	15	17	13	19	16	14	17	19

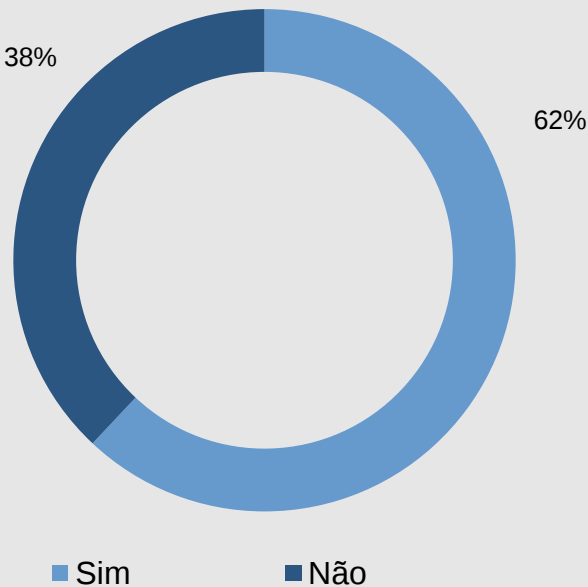


4. Transformação dos Pagamento nos Últimos 12 meses

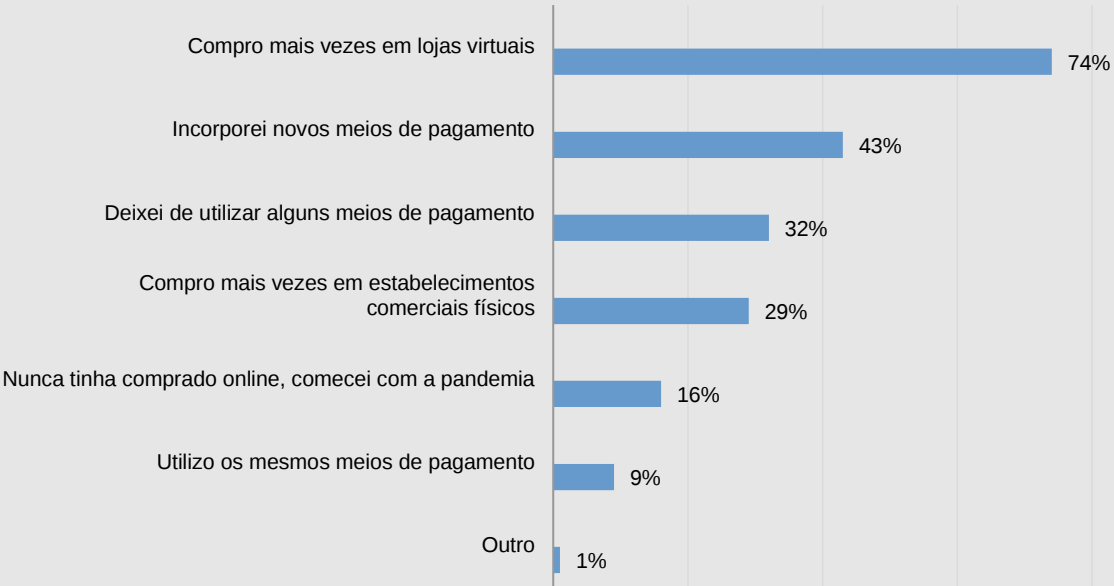
Evolução do Hábito de Comprar e Pagar

No último ano, você mudou a forma de fazer compras e/ou a forma de pagar?

Fiz mudanças na forma de pagar



Mudanças experimentadas

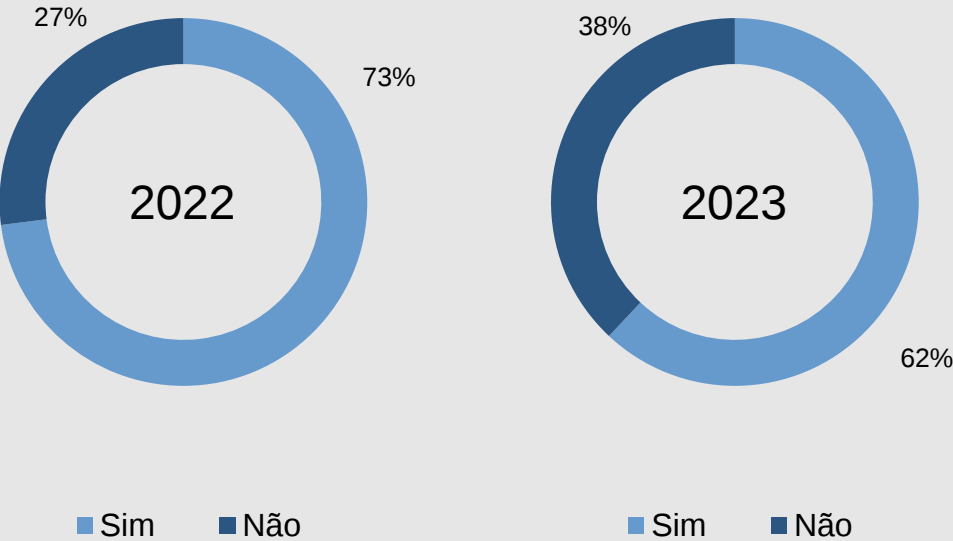


A maioria das pessoas fez mudanças na forma de comprar ou pagar no último ano: **migrou para o e-commerce e incorporou novos meios de pagamento.**

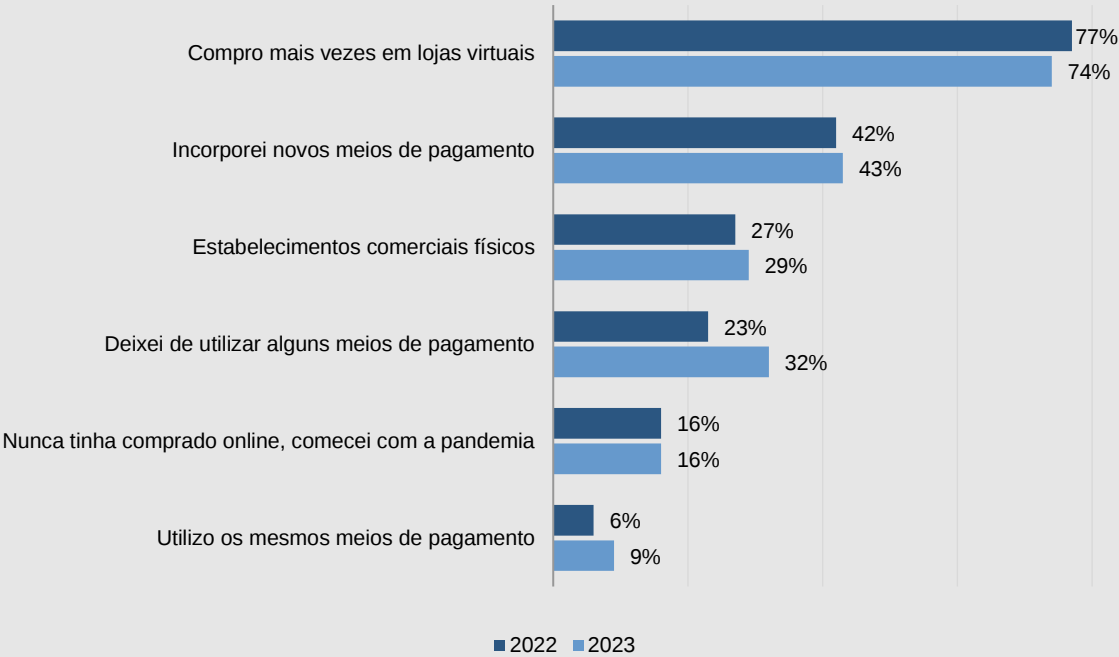
Evolução do Hábito de Comprar e Pagar

No último ano, você mudou a forma de fazer compras e/ou a forma de pagar?

Fiz mudanças na forma de pagar



Mudanças experimentadas



A digitalização foi acelerada na pandemia, mas há uma tendência de substituição de meios de pagamento. Com 9% de respondentes que afirmam terem deixado de usar alguns meios de pagamento, o varejo precisa estar atualizado para atender essa nova demanda.

Evolução do Hábito de Comprar e Pagar

No último ano, você mudou a forma de fazer compras e/ou a forma de pagar?

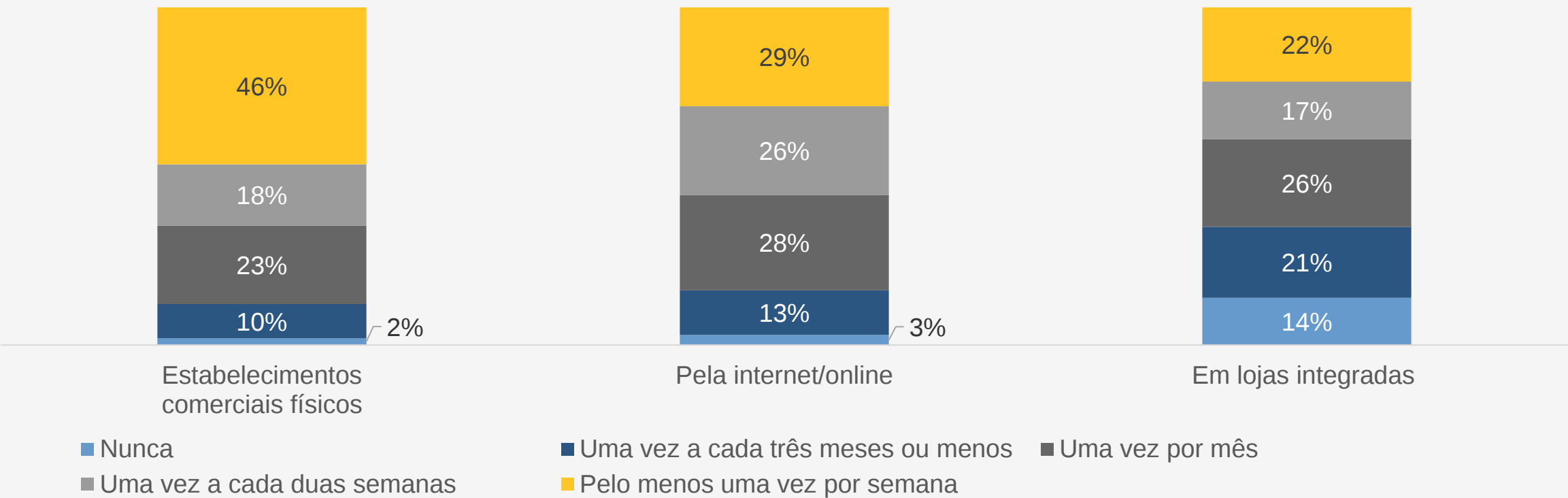
	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
Sim	62	62	62	60	63	67	64	48	62	62	62
Não	38	38	38	40	37	33	36	52	38	38	38

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
Compro mais vezes em lojas virtuais	74	78	72	75	74	74	75	77	75	72	75
Incorporei novos meios de pagamento	43	51	35	62	34	36	47	46	40	47	45
Deixei de utilizar alguns meios de pagamento	32	29	34	33	31	27	32	35	29	28	37
Compro mais vezes em estabelecimentos comerciais físicos	29	31	27	35	26	27	28	34	30	32	25
Nunca tinha comprado online, comecei com a pandemia	16	14	18	18	15	17	17	10	15	14	19
Utilizo os mesmos meios de pagamento	9	8	10	12	7	6	11	9	8	12	8
Outro	1	1	2	1	2	2	1	0	1	4	0

Base: 600 casos

Frequência de Compra em Estabelecimentos Físicos

Em estabelecimentos comerciais físicos: Aproximadamente, com qual frequência você costuma realizar compras?



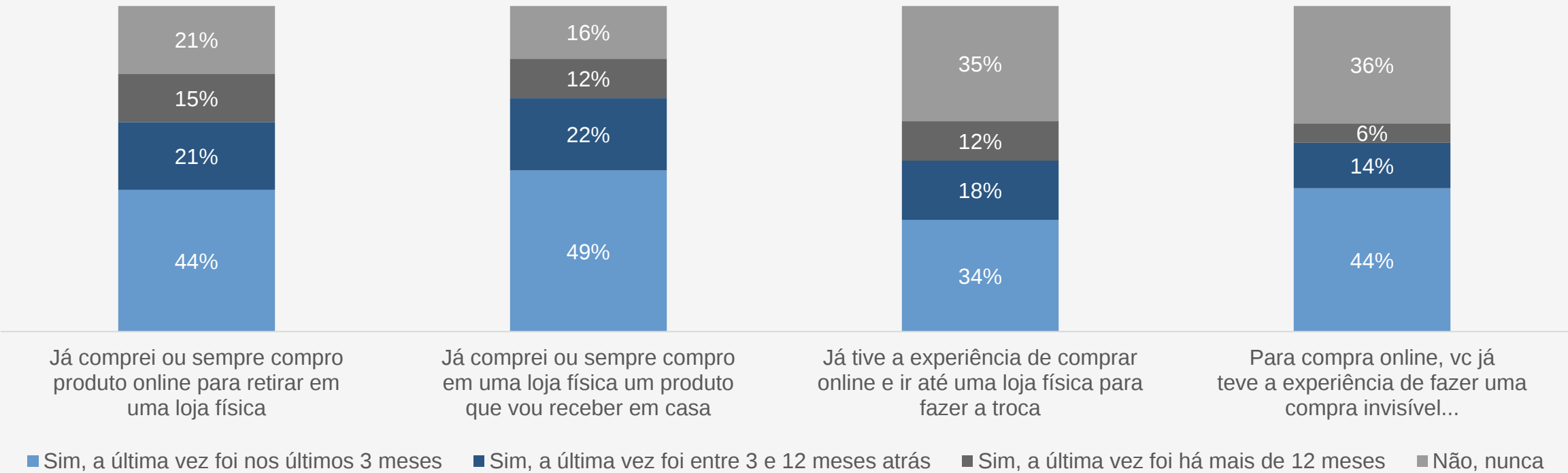
As compras em estabelecimentos comerciais físicos continuam sendo mais frequentes, mas **mais da metade das pessoas realiza compras online pelo menos uma a cada duas semanas.**



5. Jornada Omnichannel

Experiência Omnichannel

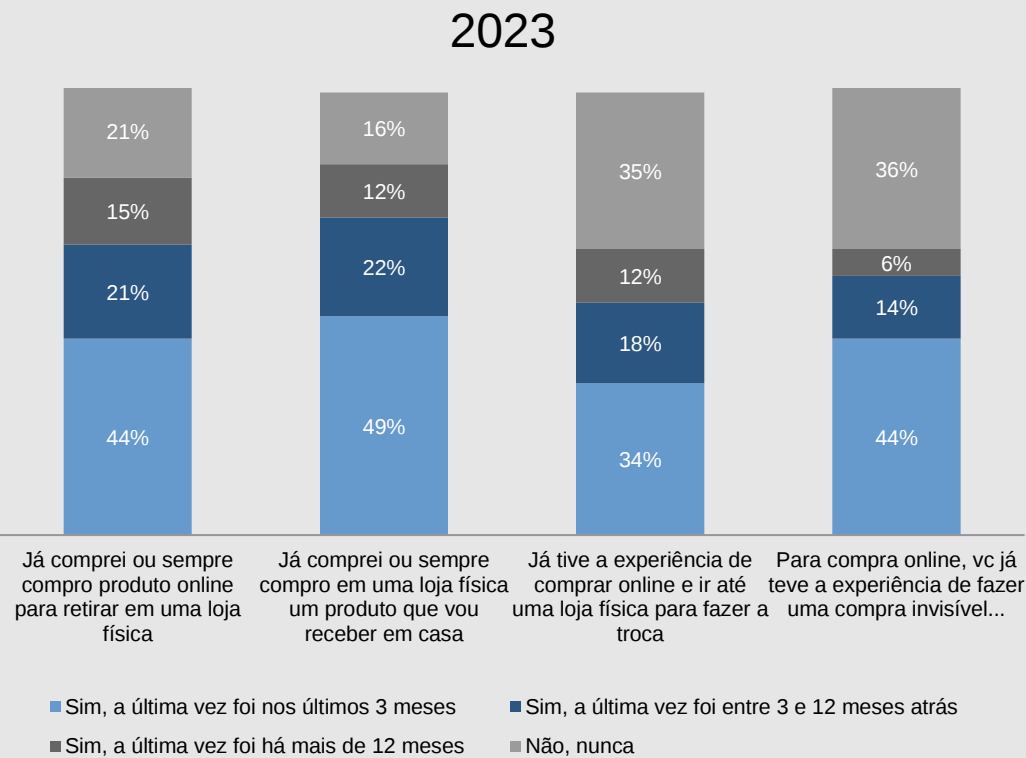
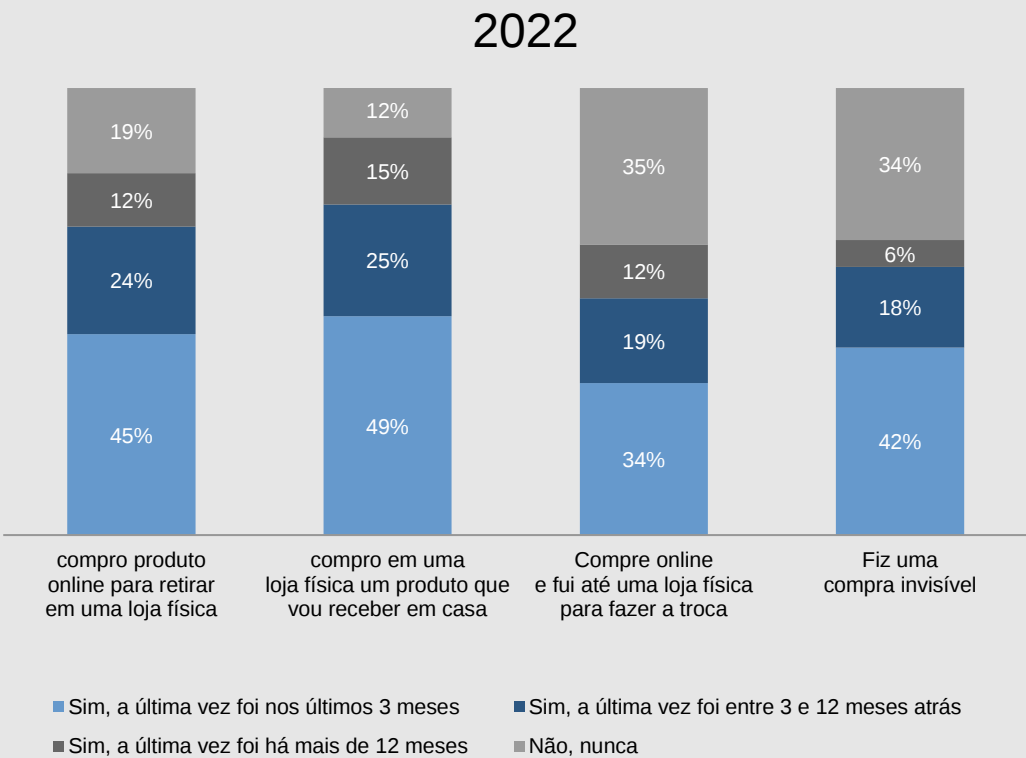
Em relação às seguintes frases você diria que



A experiência omnichannel é relativamente alta. Quatro em cada 10 pessoas já tiveram a experiência de compra invisível no curto prazo. Entretanto, há 20% dos respondentes que dizem que ainda não a experimentaram, demonstrando que há espaço para melhorar a jornada do consumidor.

Experiência Omnichannel

Em relação às seguintes frases você diria que

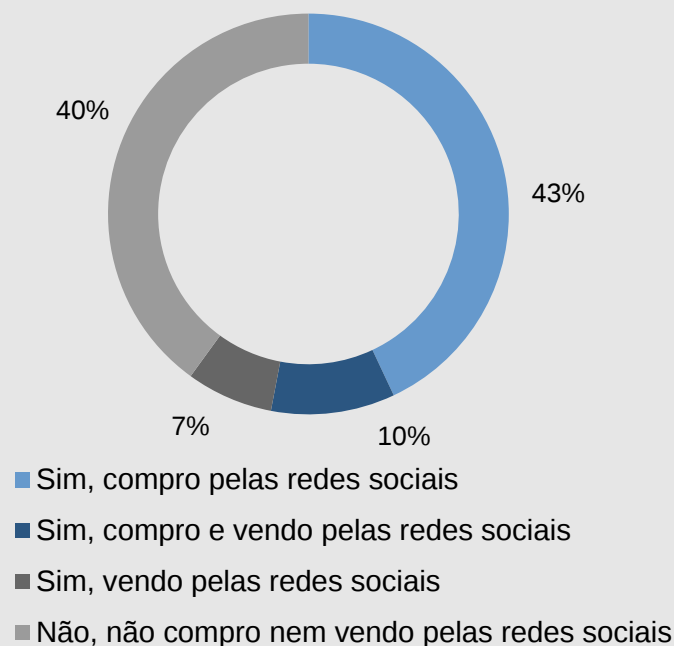


Permanece estável o porcentual de pessoas que tiveram uma experiência multicanal em relação ao ano anterior.

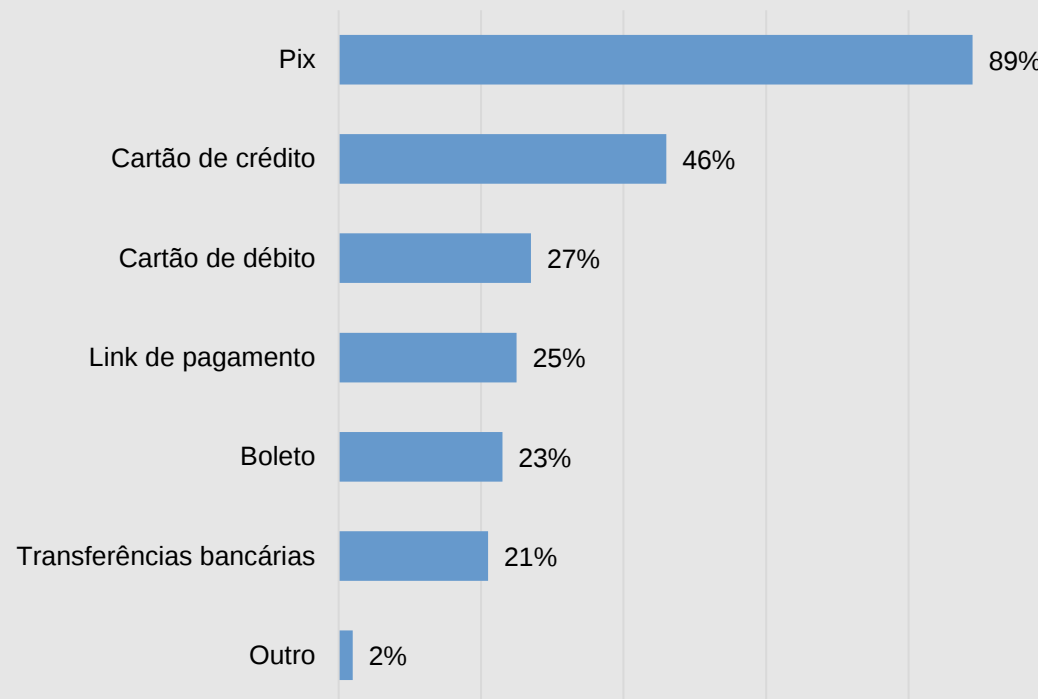
Base: 600 casos

Compra e Venda pelas Redes Sociais

Você faz compras ou vendas pelas redes sociais (Facebook/Instagram/WhatsApp)?



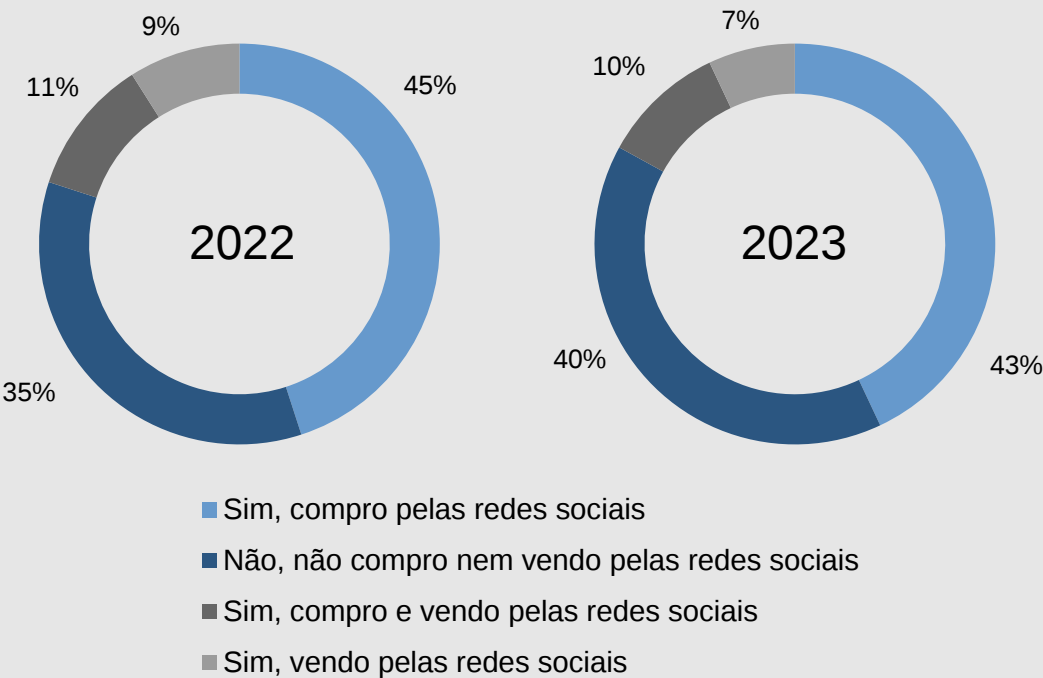
Como você paga ou recebe pagamentos da loja pelas redes sociais?



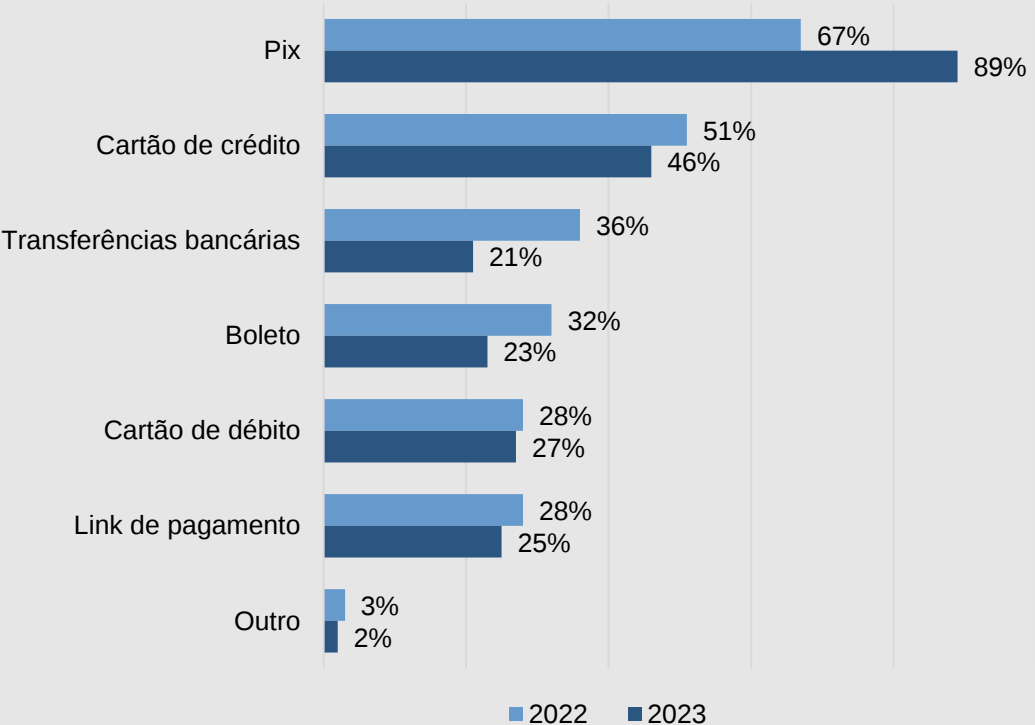
6 em cada 10 pessoas compram e/ou vendem pelas redes sociais e o principal meio de pagamento utilizado é o Pix. Esse hábito é mais forte em mulheres de baixa e meia idade e de nível socioeconômico médio e alto.

Compra e Venda pelas Redes Sociais

Você faz compras ou vendas pelas redes sociais (Facebook/Instagram/WhatsApp)?



Como você paga ou recebe pagamentos da loja pelas redes sociais?



Quando comparado os números com a edição anterior, nota-se um aumento de pagamento por Pix, de 67% versus 89%.

Compra e Venda pelas Redes Sociais

Você faz compras ou vendas pelas redes sociais (Facebook/Instagram/WhatsApp)?

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
Sim, compro pelas redes sociais	43	39	46	49	39	54	40	33	39	50	42
Sim, compro e vendo pelas redes sociais	10	9	11	7	11	10	10	7	7	11	12
Sim, vendo pelas redes sociais	7	7	7	6	7	6	8	4	7	9	4
Não, não compro nem vendo pelas redes sociais	40	46	36	38	43	30	41	55	47	30	42

Como você paga ou recebe pagamentos da loja pelas redes sociais?

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
Pix	89	91	88	88	91	97	87	78	90	87	91
Cartão de crédito	46	44	48	49	44	42	48	48	49	48	41
Cartão de débito	27	28	27	27	27	30	24	30	27	31	24
Link de pagamento	25	23	27	26	24	30	21	24	28	20	26
Boleto	23	23	23	25	21	25	22	19	24	23	21
Transferências bancárias	21	24	19	24	19	21	20	25	21	24	18
Outro	2	4	1	3	2	0	2	9	3	2	2

Compras x Canais de Preferência

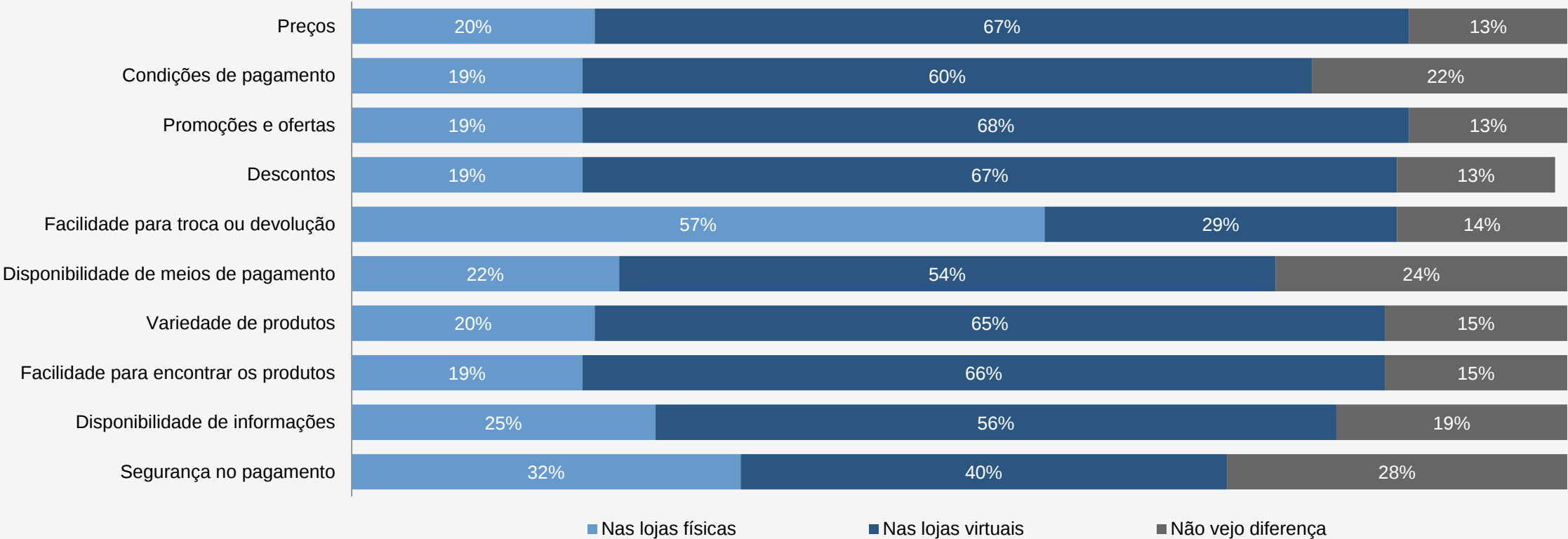
Pensando nas seguintes categorias de produtos e serviços, você prefere comprar

	Roupas	Aparelhos eletrônicos	Cosméticos e maquiagem	Medicamentos e produtos para saúde	Artigos esportivos	Compras de supermercado	Comida pronta	Eletrodomésticos e utensílios para casa	Cursos e treinamentos	Entretenimento (games, shows, filmes, peças de teatro)
Pela internet/online	52	54	49	34	56	23	57	49	66	68
Em estabelecimentos comerciais físicos	34	30	29	46	20	65	26	28	13	15
Em lojas integradas	9	10	12	13	10	8	10	14	10	5
É indiferente	6	6	11	8	14	5	7	9	11	12

A preferência de compra online é ampla: para todas as categorias, exceto medicamentos e compras de supermercado.

Atributos das Lojas Físicas e Digitais

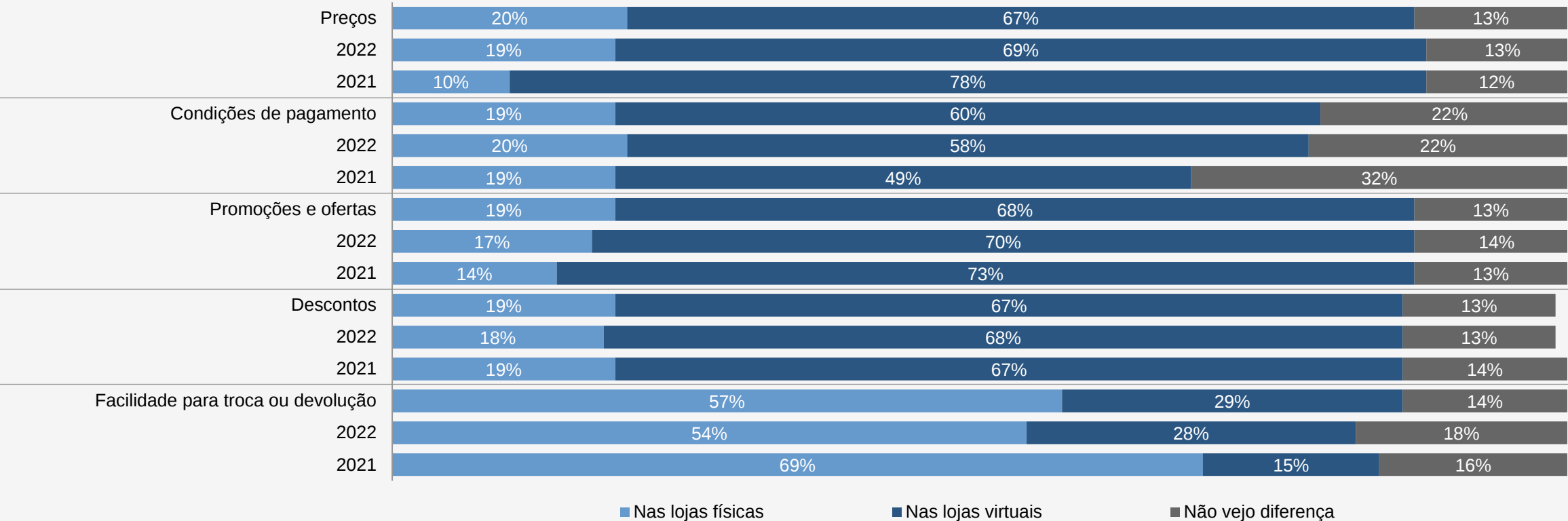
Levando em conta as seguintes características, você considera que são melhores nas lojas físicas ou nas lojas virtuais?



Em termos gerais, **as compras online têm mais vantagens do que as compras presenciais** com melhores preços, mais descontos promocionais e facilidade de encontrar produtos. A grande vantagem da compra presencial é a facilidade de devolução.

Percepção da Experiência de Compra nos Últimos 3 Anos

Levando em conta as seguintes características, você considera que são melhores nas lojas físicas ou nas lojas virtuais?



A percepção da experiência de compra nos últimos três anos é mantida, entretanto as condições de pagamentos são notadas entre as lojas online e físicas, se comparado os resultados de 2023 x 2021 em 10 pontos percentuais. Isso demonstra que o cliente está percebendo mais opções de pagamento no universo online.

Percepção da Experiência de Compra nos Últimos 3 Anos



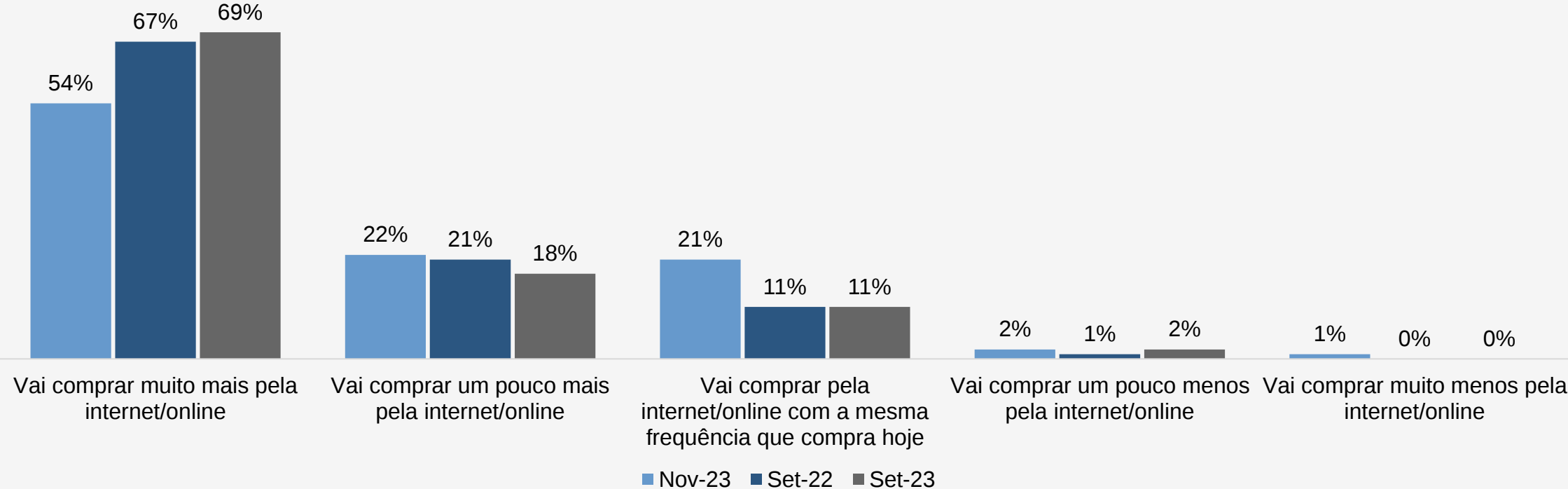
Com a evolução do omnichannel, a variedade dos produtos nas lojas virtuais (que chegou a 71% em 2021), migrou para 65% em 2023. A segurança no pagamento subiu 19 pontos percentuais, com 21% em 2021 x 40% em 2023.



6. Futuro

Compras pela Internet nos Próximos 12 meses

E em relação às compras pela internet/online que você realiza hoje, nos próximos 12 meses, você acredita que



A intenção de comprar pela internet no próximos 12 meses cresce em relação a 2021 (de 54% a 69% em 2023) e permanece estável em relação a 2022.

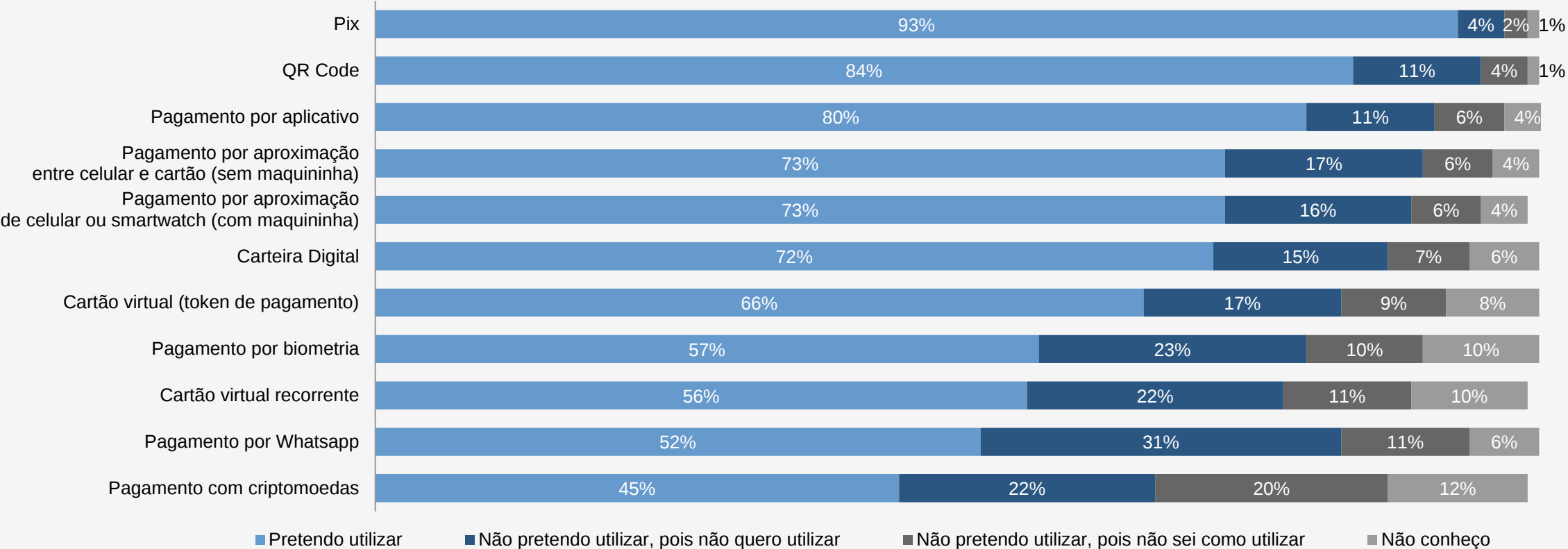
Compras pela Internet nos Próximos 12 meses

E em relação às compras pela internet/online que você realiza hoje, nos próximos 12 meses, você acredita que:

	Total	Gênero		Nível socioeconômico		Idade			Região		
		Homem	Mulher	A/B1	B2/C1	18-30	31-45	Mais de 46	Sudeste	Nordeste	Outros
Vai comprar muito mais pela internet/online	69	74	66	73	66	68	71	61	67	71	68
Vai comprar um pouco mais pela internet/online	18	15	18	16	19	18	20	12	17	20	16
Vai comprar pela internet/online com a mesma frequência que compra hoje	11	9	13	10	12	11	8	21	11	7	15
Vai comprar um pouco menos pela internet/online	2	2	3	1	3	3	1	6	4	2	1
Vai comprar muito menos pela internet/online	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0

Uso dos Meios de Pagamento em 12 Meses

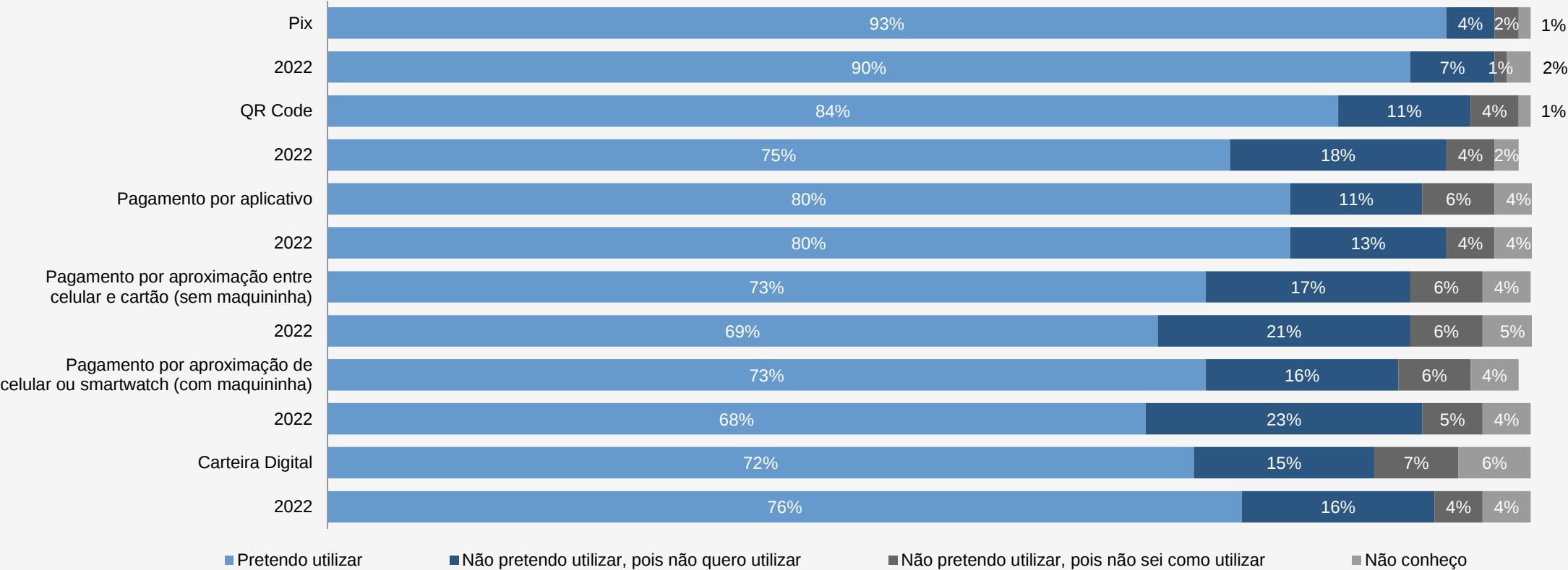
Nos próximos 12 meses, pensando nas seguintes facilidades, você considera que (%)



O **Pix** (93%) e o QR Code (84%) são dois dos meios que os respondentes vão utilizar nos próximos 12 meses. Criptomoedas (45%) e pagamento por WhatsApp (52%) apresentam menor intenção de uso. Pagamento por WhatsApp e com criptomoedas ainda têm espaço para educação e conscientização.

Uso dos Meios de Pagamento em 12 Meses

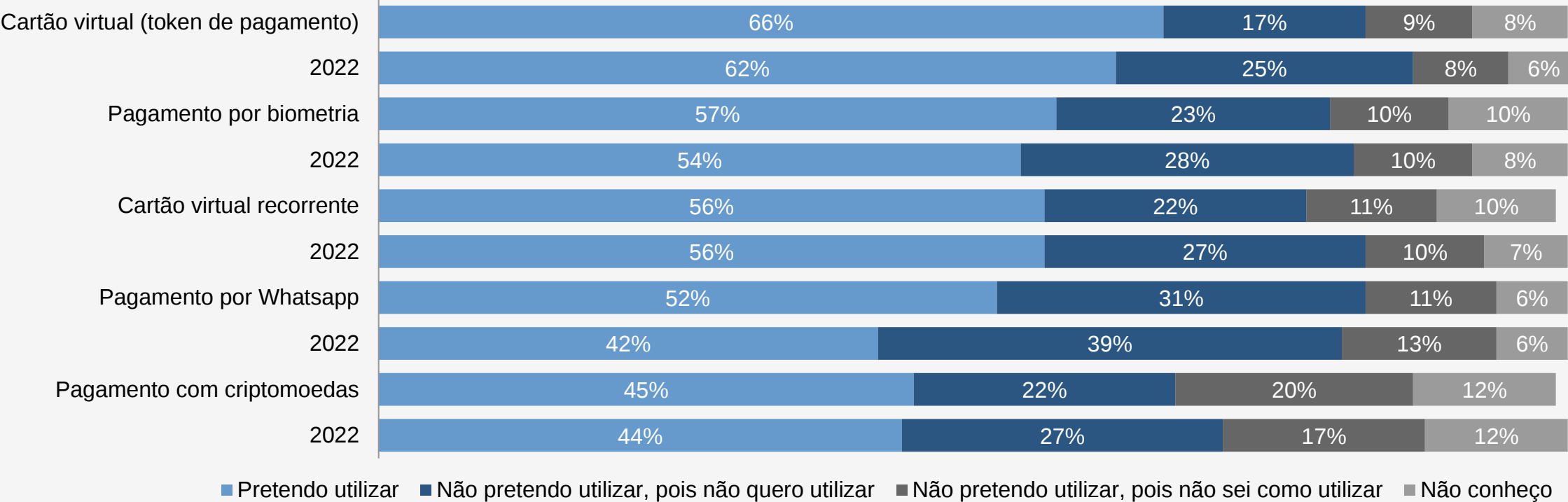
Nos próximos 12 meses, pensando nas seguintes facilidades, você considera que (%)



O pagamento por QR Code e aproximação crescem vs 2022, passando de 75% para 84% e 69% para 73%, respectivamente.

Uso dos Meios de Pagamento em 12 Meses

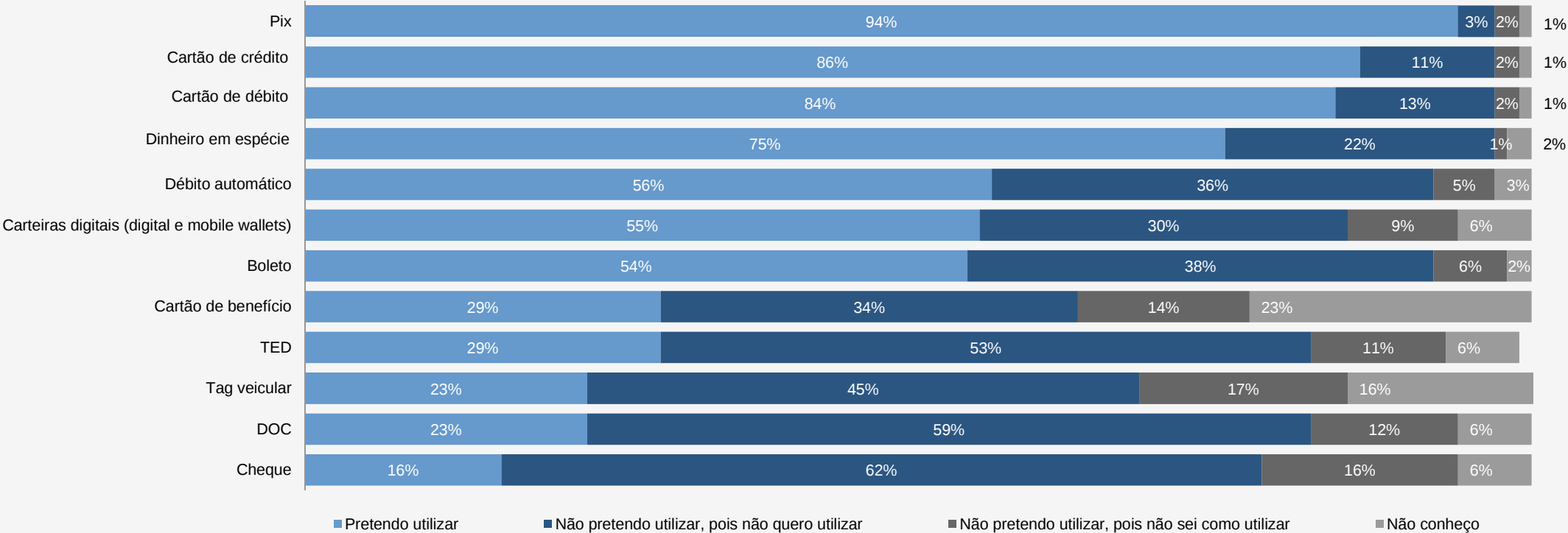
Nos próximos 12 meses, pensando nas seguintes facilidades, você considera que (%)



O pagamento por WhatsApp cresce vs 2022.

Intenção de Uso em 12 Meses

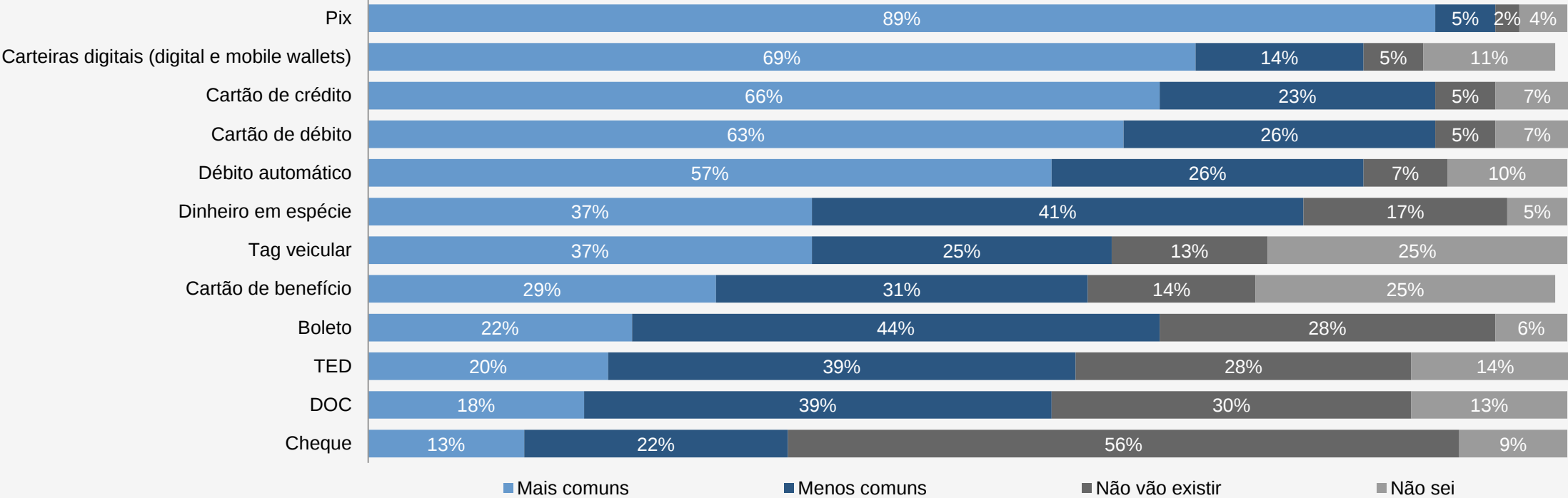
Nos próximos 12 meses, pensando nas seguintes facilidades, você diria que



O **Pix** é o meio mais atraente, com maior intenção de uso futuro. Há pouca intenção de utilizar pagamentos por meio de cheque, DOC ou TED

Próxima Década dos Meios de Pagamento

Daqui a 10 anos, você acredita que esses meios de pagamento vão ser mais comuns do que são hoje, menos comuns do que são hoje ou não vão existir mais?



Os entrevistados acham que nos próximos 10 anos os meios digitais vão crescer e o dinheiro em espécie, o TED e o DOC vão diminuir. Apenas 2% acreditam que o Pix não vai mais existir, enquanto 56% acham que o cheque será descontinuado.



8. Conclusões

Conclusões

Brasileiros e os Bancos

- Os entrevistados têm na média 3,4 contas de banco cada um. A maioria dos entrevistados possui conta em um banco tradicional e em uma Fintech, e 54% tem cartão de crédito de mais de um banco.
- **A digitalização dos bancos na relação com o cliente é bem aceita.** Os clientes preferem interagir online, seja por meio de home banking ou seu site, e é assim como costumam fazê-lo como já apontava a pesquisa no ano anterior. Prova disso é que os respondentes continuariam sendo clientes caso a entidade retirassem as agências físicas – e essa probabilidade aumentou em relação à pesquisa dos dois últimos anos (38%, 62% e 67% respectivamente muito provavelmente continuariam clientes da instituição).
- **A digitalização e bancarização dos jovens começa antes dos 18 anos.** 73% dos respondentes com filhos menores já oferecem a eles acesso às instituições financeiras, seja em formato de conta digital, cartão adicional ou pré-pago. Isso indica que os **varejistas precisam estar atentos a esse novo perfil de público que já nasce digital, faz compras com um clique e tem o imediatismo com o modus operandi, em que a tokenização pode ser uma das tecnologias para melhorar a experiência de compra.**

Conhecimento e Preferência dos Meios de Pagamento

- Os brasileiros contam com uma ampla variedade de meios de pagamento conhecidos.
- **O Pix é o meio de pagamento preferido e mais utilizado.** Sua preferência cresceu muito no último ano (36% em 2022 x 51% em 2023) e abrange os segmentos de idade, gênero e nível socioeconômico. É mais utilizado nos níveis B2/C1 e entre os mais jovens; entretanto nota-se que, em algumas situações, é necessário pagar com cartão por falta da disponibilidade do varejo.
- O Pix continua sendo o meio de pagamento mais comum, mais frequente e preferido pelas pessoas. Sua praticidade, rapidez e o fato de não ter de carregar dinheiro são os principais drivers de uso. Seu uso e preferência é transversal em regiões, gêneros e faixas etárias. Tem **total intenção de uso futuro**



Conclusões

Percepção de Cada Meio de Pagamento

- Segurança, rapidez e descontos são os três principais drivers de escolha de um meio de pagamento. Quando comprado com a pesquisa anterior, **os brasileiros estão mais sensíveis a descontos, segurança e parcelamento.**
- A falta de praticidade e segurança são os principais motivos para não usar dinheiro em espécie e cartão de crédito. No caso de **Pix, o não pode ser é justificado pela falta da oferta da modalidade.**
- **O celular e a internet são os canais de pagamento mais conhecidos, seguido pelas lotéricas.** Esse último é conhecido por 64% dos respondentes, principalmente homens com mais de 31 anos, no nível econômico A/B1 na região Nordeste, o que demonstra a relevância e a abrangência desse estabelecimento comercial para a economia local. O celular é o canal mais utilizado (principalmente entre os mais novos) seguido da internet. As lotéricas e agências bancárias estão no terceiro lugar, com 27% de uso pelos respondentes da pesquisa.
- **O QR Code é a interface mais conhecida entre os entrevistados (82%), já que está atrelada a diversas experiências.** O código de barras assume o segundo lugar (76%) devido ao ser associada com contas e boletos.
- **Há espaço para que o varejo ofereça mais experiências de pagamento com QR Code.** A aproximação é tanto a interface preferida quanto a principal. Em preferência compartilha o primeiro lugar com o QR Code e que **demonstra que há oportunidade em ampliar a aceitação do varejo para melhorar a experiência do cliente (30% de preferência x 24% de uso).**
- Quanto à imagem da mídia, o Pix lidera em imagem, impulsionado por ser inovador, rápido, higiênico e fácil de usar. Também é considerado o meio mais seguro



Conclusões

Aceitação das Carteiras Digitais

- **As carteiras digitais continuam ganhando espaço no universo dos meios de pagamento.** 6 em cada 10 pessoas declaram utilizar carteiras digitais (mais alto entre homens, nível socioeconômico alto e jovens). Atualmente, a maioria tem 1 ou 2 carteiras digitais.
- As carteiras são utilizadas principalmente para pagar bens e serviços e, em segundo lugar, para fazer transferências.
- **O Pix com QR Code é a carteira mais utilizada (59%)** seguido pelo Pic Pay (49%) e Mercado Pago (46%). Em relação às mobile wallets, Google Play lidera com 54% dos respondentes; que demonstra que o varejista precisa estar pronto para diversificar seus meios de pagamento.
- O dinheiro provém de uma conta ou de um cartão de crédito associado (que cresce em relação à pesquisa anterior). Realizam-se múltiplas operações, principalmente para o pagamento de bens e serviços



Conclusões

Evolução do Pix

- **9 de cada 10 pessoas realizam pelo menos uma transação com o Pix por semana.** 32% dos respondentes realizam mais de 10 Pix por mês. Em comparação com a pesquisa anterior, esse número subiu de 25% para 32%.
- O meio de pagamento está atrelado à negociação afinal, 65% dos entrevistados relacionam o Pix com oportunidade de ter ou pedir desconto.
- Dentre todos os debates e definições de modalidades do Pix pelo Banco Central, há um espaço e oportunidade para educar os consumidores. Pix garantido ou parcelado é a modalidade com maior conhecimento. Os entrevistados **demonstram interesse em conhecer sobre o Pix Offline (22%), seguido de Pix Internacional e Inicializador de Pagamentos (21%).**
- **58% das pessoas conhecem Pix Saque e Pix Troco,** mas ainda são pouco utilizadas. A principal justificativa para quem nunca usou um dos serviços é o fato de não ter opção perto de casa (51%), demonstrando ao varejo e às Instituições Financeiras a oportunidade que eles têm para melhorar a comunicação da oferta.
- A **intenção de uso de Pix Saque e Pix Troco é alta,** impulsionada pelas idades mais novas. 70% dos entrevistados estariam dispostos a utilizar o Pix Saque e 64% a fazer o uso da modalidade Pix Troco.
- Quando comparado os números com a edição anterior, nota-se um aumento de pagamento por Pix para quem compra nas redes sociais, de 67% versus 89%, mesmo que o Banco Central ainda esteja em fase de definição do Inicializador de Pagamentos, que facilitará ainda mais a jornada do cliente.



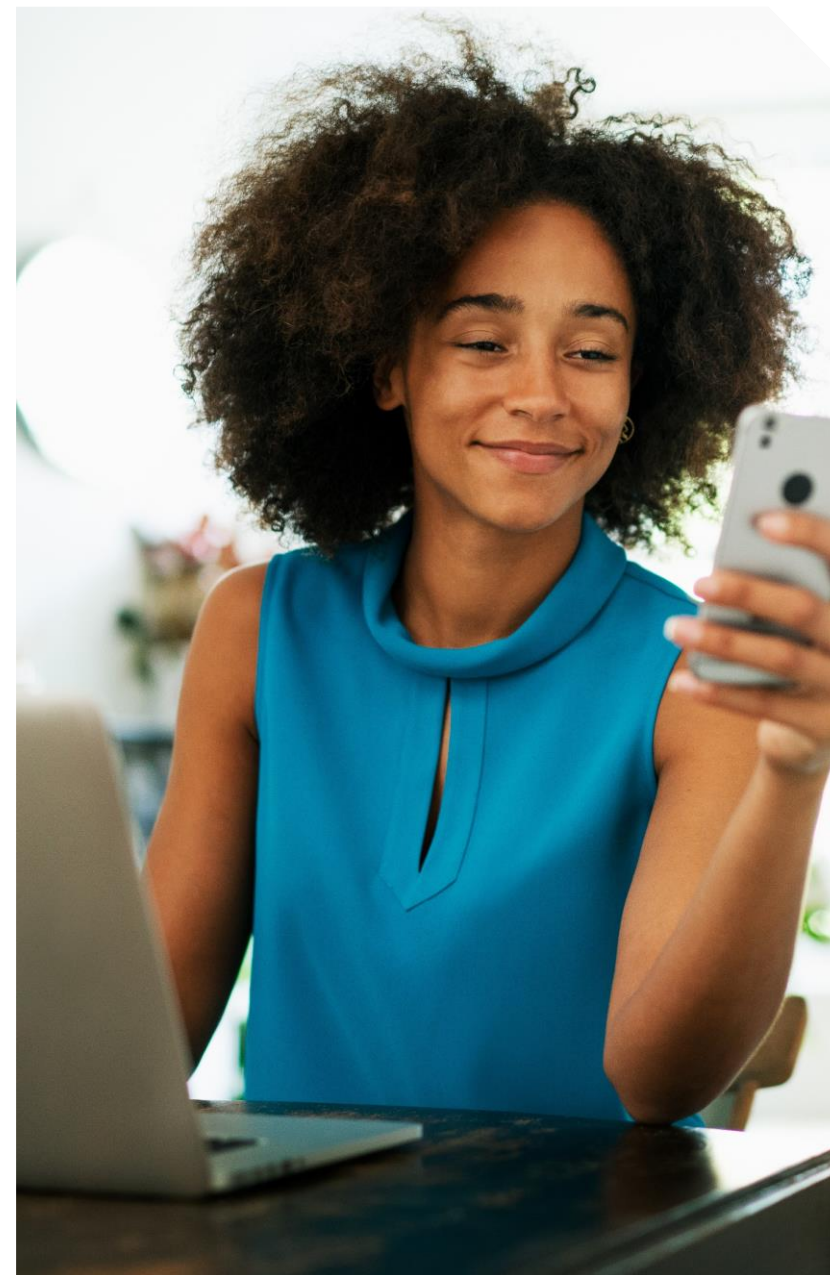
Conclusões

Transformação dos Pagamentos nos últimos 12 meses

- A digitalização foi acelerada na pandemia, mas **há uma tendência de substituição de meios de pagamento**. Com 9% de respondentes que afirmam terem deixado de usar alguns meios de pagamento quando comparada com a pesquisa anterior, o varejo precisa estar atualizado para atender essa nova demanda.
- As compras em estabelecimentos comerciais físicos continuam sendo mais frequentes, mas mais da metade das pessoas realiza compras online pelo menos uma a cada duas semanas.
- Quase 9 em cada 10 entrevistados já compram no canal online pelo menos uma vez por mês.

Jornada Omnichannel

- A experiência omnichannel é relativamente alta. Já **4 em cada 10 pessoas tiveram a experiência de compra invisível no curto prazo**. Entretanto, há 20% dos respondentes que dizem que ainda não a experimentaram, demonstrando que **há espaço para melhorar a jornada do consumidor**.
- 6 em cada 10 pessoas compram e/ou vendem pelas redes sociais e o principal meio de pagamento utilizado é o Pix. Esse hábito é mais forte em mulheres de baixa e meia idade e de nível socioeconômico médio e alto. Vale considerar o movimento que as redes sociais vem fazendo para integrar o pagamento dentro de suas plataformas, facilitando para quem compra e quem vende. Assim com a Meta já disponibiliza pagamento no WhatsApp Pay e, em breve levará esse recurso para o Instagram, esse conceito vem evoluindo a forma de fazer novos negócios.
- A preferência de compra online é ampla: para todas as categorias exceto medicamentos e compras de supermercado. Em termos gerais, as compras online têm mais vantagens do que as compras presenciais com melhores preços, mas descontos promocionais e facilidade de encontrar produtos. A grande vantagem do presencial é a facilidade de devolução.
- A percepção da experiência de compra nos últimos três anos é mantida, entretanto as condições de pagamentos são notadas entre as lojas online e físicas, se comparado os resultados de 2023 x 2021 em 10 pontos percentuais. Isso demonstra que o cliente está percebendo mais opções de pagamento no universo online.



Conclusões

Futuro

- Num contexto em que houve grandes mudanças em relação à utilização dos meios de pagamento digitais e compras pela internet, espera-se que esta situação continue se consolidando no futuro. As pessoas pretendem comprar ainda mais por e-commerce e há uma grande intenção de continuar utilizando os meios de pagamento mais inovadores como Pix, carteira digital e QR code.
- O Pix (93%) e o QR Code (84%) são dois dos meios que os respondentes vão utilizar nos próximos 12 meses. Criptomoedas (45%) e pagamento por WhatsApp (52%) apresentam menor intenção de uso. Pagamento por WhatsApp e com criptomoedas ainda têm espaço para educação e conscientização.
- Quando comparado com a pesquisa anterior, o pagamento QR Code e com aproximação cresceram respectivamente de 75% para 84% e de 69% para 73%.
- O Pix – o meio de pagamento por excelência, tem uma alta intenção de uso futuro e é muito provável que as novas modalidades e serviços (Pix Saque & Troca, Pix Garantido, Offline, internacional) da marca adquiram maior relevância.
- Os entrevistados acham que nos próximos 10 anos os meios digitais vão crescer e o dinheiro em espécie, o TED e o DOC vão diminuir. Apenas 2% acreditam que o Pix não vai mais existir, enquanto 56% acham que o cheque será descontinuado.





9. Sobre a Pesquisa

Sobre a Pesquisa

População geral (18+), bancarizado e com acesso à internet

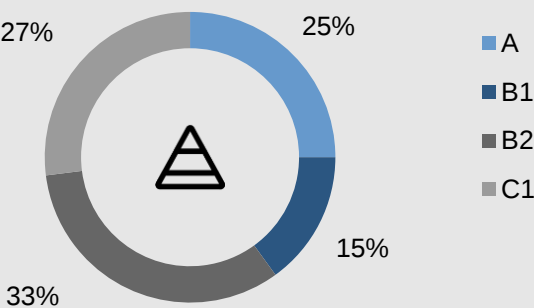
600 entrevistas online

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

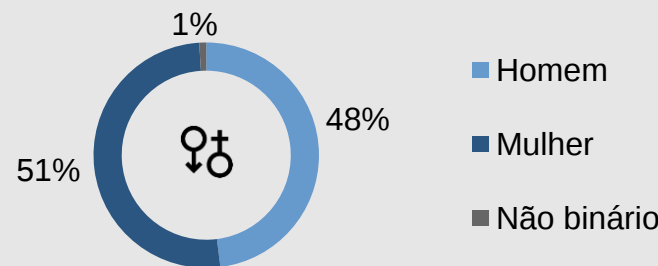
Campo: setembro de 2023

Realizado por Instituto 5º Elemento

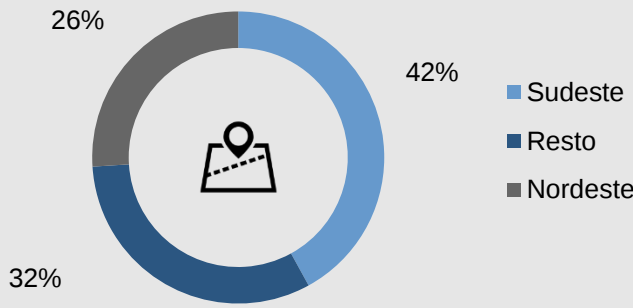
Nível sócioeconômico



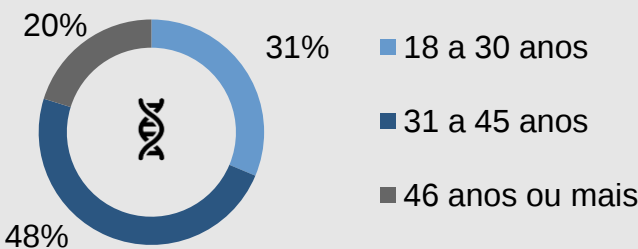
Gênero



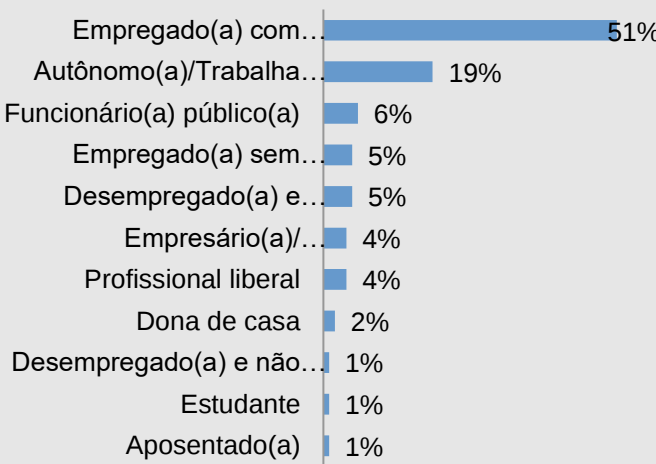
Região



Idade



Qual é a sua principal situação de trabalho?



Carat, plataforma de última geração para impulsionar o varejo

A plataforma de comércio global da Fiserv conta com soluções prontas para ajudar empresas a impulsionarem seus negócios, vendas e experiências de compras. Sem limites de fronteiras, moedas e integração de sistemas.

Permite aos clientes realizar pagamentos com segurança, em qualquer lugar, por meio de variados dispositivos e ter acesso à experiência de compras unificadas e inovadoras.

Saiba mais em
www.fiserv.com.br/carat





Obrigado

Contato para a Imprensa:
Brain Comunicação para Fiserv
+ 55 11 98423-1818
fiserv@braincomunicacao.com

www.fiserv.com.br

  @fiserv