



## INFORMATIVO PARA A IMPRENSA

ML&A Comunicações  
Ademir Morata | Denise Almeida  
(11) 3816-2820 – r. 111 | r.120  
ademir@mla.com.br | denise@mla.com.br

### **Mercado de cartões ainda tem potencial para um longo período de crescimento no Brasil**

*Valor das compras feitas com plásticos corresponde a 20% de todos os meios de pagamento no país. Nos EUA eles são responsáveis por 42% e seguem avançando*

**São Paulo, 28 de março de 2007.** Um estudo feito pela Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (ABECS) indica que o mercado de meios eletrônicos de pagamento tem espaço para crescimento contínuo no Brasil. A constatação é baseada no atual estágio do segmento no país em comparação com o que ocorre nos Estados Unidos.

O valor das compras feitas com os plásticos pelos norte-americanos já responde por 42% da soma da movimentação financeira de todos os meios de pagamento naquele país. No Brasil, esta relação ainda é de 20%.

Mesmo tendo o dobro da participação verificada no Brasil, o uso dos plásticos continua crescendo na preferência dos americanos. Estes números indicam que o mercado brasileiro tem espaço para dobrar o valor de compras com cartões, o que o colocaria no mesmo patamar dos EUA, e ainda assim continuar crescendo.

A pesquisa faz uma comparação entre o Brasil e os Estados Unidos, um mercado maior e mais maduro que o brasileiro, tendo como base a participação dos meios eletrônicos de pagamento no consumo privado (parcela do PIB referente aos gastos das famílias, utilizando todos os meios de pagamento disponíveis) dos dois países, o crescimento nos valores movimentados e o índice de cartões por habitante de cada país.

Existe uma clara tendência de que o mercado brasileiro se aproxime cada vez mais dos patamares registrados no mercado norte-americano ao longo dos anos. Na última década, por exemplo, o volume financeiro movimentado em compras feitas com cartões no Brasil cresceu em termos reais (descontada a inflação) a um ritmo médio de 14% ao ano, enquanto que nos EUA este crescimento foi de 10%.

“Os ciclos de aquecimento e estagnação da economia brasileira levam muita gente a pensar que o período de crescimento dos cartões no país está perto do fim. Mas se observarmos o que acontece nos EUA, uma das economias mais desenvolvidas do mundo, temos motivos para acreditar que isto não é verdade. Há ainda muito espaço para o mercado de cartões crescer no Brasil”, afirma o presidente da ABECS, Jair Scalco.

No que se refere à quantidade de cartões, entre as várias modalidades (crédito, débito, loja e rede), desde o ano 2000 os EUA apresentam uma proporção estável de quase seis plásticos por habitante, enquanto que no mesmo período o Brasil saiu de uma base de 0,7 para 2 cartões por habitante verificada ao final de 2006.

#### Cartões por Habitante

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>EUA</b>	5,9	5,9	5,9	5,9	5,7	5,8	5,8
% Crescimento		-1%	1%	0%	-4%	2%	0%
<b>BRASIL</b>	0,7	0,9	1,0	1,2	1,5	1,8	2,0
% Crescimento		24%	19%	20%	23%	20%	11%
<b>BRASIL % EUA</b>	12%	15%	17%	21%	27%	31%	35%

“Esta diferença de ritmo de crescimento se deve ao fato de que o mercado norte-americano já está estabelecido a mais tempo e é mais maduro do que o nosso, mas a notícia positiva é que estamos caminhando na mesma direção que eles caminharam”, afirma o diretor de marketing da ABECS, Antonio Rios.

De acordo com o estudo, há 10 anos, em 1996, os cartões representavam 23% dos gastos feitos pelas famílias americanas. Durante a última década, esta participação não parou de crescer quase dobrando de tamanho.

Fenômeno muito parecido aconteceu com o mercado brasileiro, mas numa proporção maior já que a participação triplicou. Em 1996, os plásticos respondiam por 7% do consumo privado nacional, ou seja, menos de um terço do que era no mercado americano. Dez anos depois esta participação cresceu e hoje já representa 20% do consumo, quase a metade do patamar norte-americano.

#### Participação % dos Cartões como meio de pagamento no Consumo Privado

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Crescimento no Período
<b>EUA</b>	23%	24%	26%	28%	31%	32%	34%	35%	38%	40%	42%	87%
<b>BRASIL</b>	7%	7%	8%	9%	11%	13%	14%	15%	17%	19%	20%	202%
<b>Brasil % EUA</b>	30%	28%	30%	33%	35%	40%	41%	43%	44%	47%	48%	

O diretor de marketing da ABECS, Antonio Rios, argumenta que tanto em um país como em outro, a participação dos cartões tem aumentado fortemente, mesmo com os americanos tendo o dobro da nossa participação no momento. “Isto mostra que os cartões têm um potencial de crescimento de pelo menos 22 pontos percentuais para empatar com a participação dos americanos no consumo privado, e só então começar a temer algum sinal de acomodação, coisa que lá nos Estados Unidos ainda não aconteceu”, disse.

“É claramente um fenômeno de substituição de formas de pagamento, que tem tudo para continuar acontecendo por muitos anos. A cada dia surgem novas tecnologias e funcionalidades que tornam os meios eletrônicos de pagamento cada vez mais seguros, cômodos e práticos de usar. E isto sempre será valorizado pelo consumidor”, conclui Rios.

## Sobre a ABECS

A Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (**ABECS**) foi fundada em 1971. Com sede em São Paulo, é a representante oficial do setor de meios eletrônicos de pagamento no Brasil. Atualmente a ABECS tem entre seus Associados emissores de 95% dos cartões de crédito existentes no país. A Associação congrega também bandeiras, credenciadoras e processadoras de cartões de crédito e débito, além dos cartões com marcas próprias de estabelecimentos comerciais (cartões de loja). A ABECS tem 29 Associados, dentre eles, quatro novas empresas compõem este quadro: BV Financeira, GetNet – Tecnologia em Captura e Processamento de Transações H.U.A, Visa Vale e Oboé Tecnologia e Serviços. A entidade busca apoiar o crescimento e a sustentabilidade do negócio de meios eletrônicos de pagamento no Brasil, representando os participantes dessa indústria e seus interesses comuns junto ao mercado em geral, ao governo e à sociedade. Trabalha para que os meios eletrônicos de pagamento sejam utilizados de forma preferencial em toda a transação que envolva pagamento pela venda de produtos e serviços. Além do mais, dedica-se para ser referência de seus Associados e da sociedade em geral, como entidade convergente de informações e procedimentos do setor. Entre outras contribuições para o segmento, a **ABECS** criou o **Manual do Portador de Cartão**, que oferece orientações sobre o manuseio e conservação dos cartões e o **Monitor ABECS do Mercado de Cartões**, além de pesquisas e estudos especiais sobre o setor.

Em 2006, a ABECS realizou o 1º Congresso Brasileiro de Meios Eletrônicos de Pagamento (CMEP) em parceria com a Febraban. Este ano, a segunda edição do Congresso acontecerá nos dias 16 e 17 de outubro, com o tema principal “Desafios para o crescimento dos Meios Eletrônicos de Pagamento”.