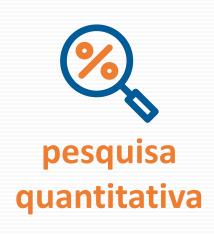




conhecer os motivos que levam os empresários a utilizar máquinas de cartão de crédito/débito, assim como as vantagens e os problemas enfrentados

3.803 entrevistas





utilizada a metodologia quantitativa, com o emprego da técnica de pesquisa por telefone (entrevistas gravadas)

entrevistados donos de pequenos negócios em todas as regiões do Brasil

margem de erro de +/- 1,6%, para um intervalo de confiança de 95% - resultados gerais

mailing fornecido pelo SEBRAE

coleta de dados: entre **30/08** e **29/09** de 2016

o critério de ponderação teve como base o universo de empresas por região os valores apresentados foram arredondados para facilitar a leitura

o estudo obedeceu aos códigos de ética da:

ABEP, ESOMAR e à norma ABNT NBR ISO

20.252:2012

introdução

detalhamento das entrevistas

por setor



serviços

1.202



comércio

1.803



indústria/ construção civil

798

por porte



MEI

2.129



ME

1.287



EPP

387



posse de máquina de cartão





 o uso das máquinas de cartão ainda está restrito a 2 em cada 5 dessas empresas (39%), sendo a sua utilização crescente quanto maior o porte das empresas.



 tanto que junto ao perfil MEI a mesma está ainda restrita a cerca de 1 em cada 4 delas (28%) (P1)

| | MEI | ME | EPP | |
|-------|-------------|-------------|-----|--|
| | 28% | 52 % | 65% | |
| | 72 % | 48% | 35% | |
| base: | 2.129 | 1287 | 387 | |

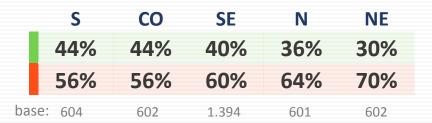
base: 3.803



posse de máquina de cartão







ind, e const.

| | | | mar e comstr |
|------|----------|---------|--------------|
| | comércio | serviço | civil |
| | 52% | 33% | 20% |
| | 48% | 67% | 80% |
| base | 2: 845 | 799 | 634 |

base: 3.803

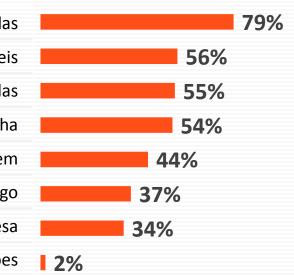
(i) + informações

razões para NÃO possuir

motivos pelos quais não têm interesse pela maquininha

não

prefere outras formas de recebimento de vendas considera alta a taxa de desconto e antecipação de recebíveis a empresa está com um baixo volume de vendas considera alto o custo da mensalidade ou da compra da maquininha não conhece os produtos ou as empresas que os oferecem o prazo para recebimento das vendas é muito longo medo de extrapolar o limite de faturamento da empresa nenhuma das opções



- dentre as motivações alegadas para essa falta de interesse pelo recurso, várias estão muito presentes, sendo a 'taxa de desconto' e a 'mensalidade' assim como o 'valor da compra' aspectos destacados
- o 'desconhecimento' dos produtos ou dos próprios serviços oferecidos (44%), bem como a mera 'preferência por outras formas de recebimento' (79%) podem ser justificativas para o mesmo problema, algo a ser analisado (P2)



sim

base: 2.274

razões para NÃO possuir

| | por região ————— | | | | por porte ——— | | | | | |
|--|------------------|-----|-------------|-------------|---------------|--|-------|-----|-----|----------|
| | S | SE | СО | NE | N | | MEI | ME | EPP | |
| prefere usar outras formas de recebimento de vendas | 87% | 81% | 75 % | 72 % | 75 % | | 77% | 84% | 85% | A |
| considera alta a taxa de desconto e antecipação de recebíveis | 48% | 58% | 54% | 56% | 55% | | 57% | 54% | 45% | • |
| a sua empresa está com um baixo volume de vendas | 47% | 55% | 52 % | 60% | 61% | | 60% | 45% | 30% | • |
| considera alto o custo da mensalidade ou da compra da maquininha | 53% | 58% | 52 % | 45% | 53% | | 55% | 53% | 42% | • |
| não conhece os produtos ou as empresas que os oferecem | 44% | 42% | 44% | 48% | 52 % | | 47% | 40% | 25% | • |
| o prazo para recebimento das vendas é muito longo | 31% | 40% | 36% | 37% | 36% | | 39% | 35% | 31% | • |
| tem medo de extrapolar o limite de faturamento da empresa | 29% | 35% | 33% | 36% | 41% | | 39% | 26% | 16% | • |
| nenhuma das opções | 1% | 2% | 4% | 4% | 3% | | 2% | 3% | 7% | |
| base: | 335 | 814 | 324 | 420 | 381 | | 1.565 | 584 | 125 | |

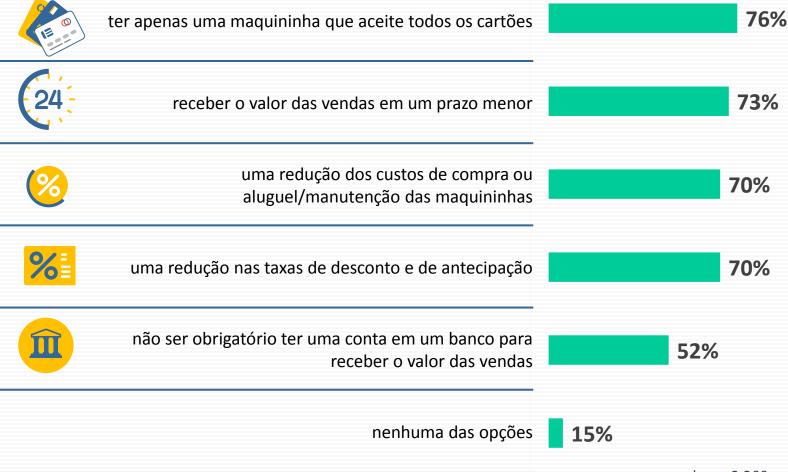
o todas as diferentes motivações avaliadas sobre a falta de interesse pela máquina de cartão estão diretamente relacionadas ao porte dessas empresas (P2)



motivos para passarem a ter



 várias seriam as razões capazes de convencer o empreendedor a passar a utilizar a máquina de cartão, inclusive com 4 delas com potencial para 'converter' mais de 70% desse universo de não-usuários (P3)



base: 2.266

motivos para passarem a ter

 fica claro serem todas essas razões fortemente relacionadas aos portes das empresas, inclusive com o perfil MEI como o mais suscetível a passar a utilizar o recurso, enquanto os empreendedores da região Sul os mais resistentes – sempre com os menores percentuais (P3)

| p | por região ———— | | | | | por po | por porte | | |
|--|-----------------|-----|-----|-------------|-----|--------|-----------|------------|---|
| | S | SE | CO | NE | N | MEI | ME | EPP | |
| ter apenas uma maquininha que aceite todos os cartões | 71% | 76% | 73% | 79% | 81% | 79% | 72% | 56% | • |
| receber o valor das vendas em um prazo menor | 66% | 73% | 71% | 75% | 77% | 76% | 68% | 51% | • |
| uma redução dos custos de compra ou aluguel/manutenção das maquininhas | 67% | 71% | 73% | 69% | 72% | 73% | 66% | 52% | • |
| uma redução nas taxas de desconto e de antecipação | 65% | 70% | 70% | 72 % | 75% | 73% | 65% | 51% | • |
| não ser obrigatório ter uma conta em um banco para receber o valor das vendas | 45% | 54% | 53% | 53% | 54% | 57% | 45% | 35% | • |
| nenhuma das opções | 19% | 15% | 17% | 13% | 10% | 12% | 19% | 34% | |
| base: | 335 | 812 | 324 | 416 | 379 | 1560 | 580 | 126 | |

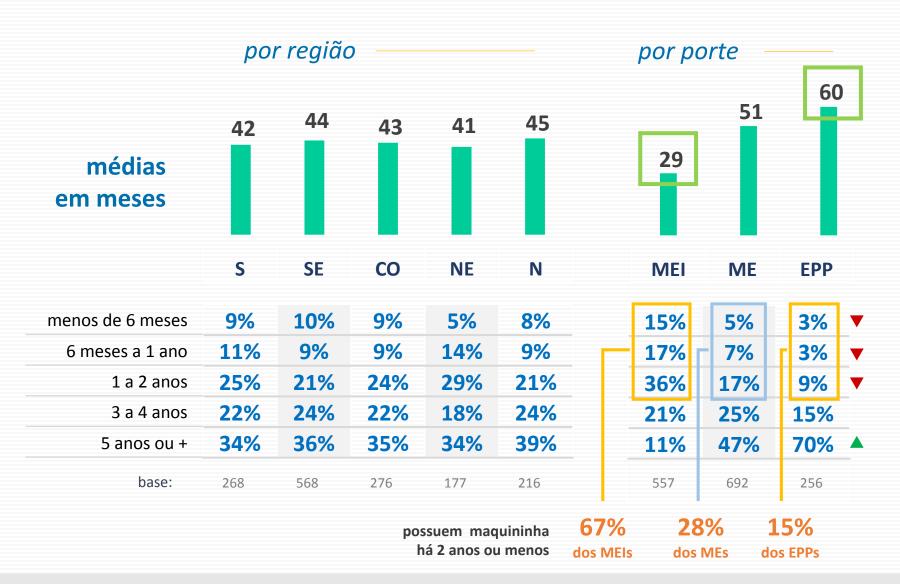


tempo de uso da máquina de cartão



 o tempo de utilização da máquina de cartão nas empresas por esses entrevistados ainda é razoavelmente curto, tanto que a média sequer alcança a 4 anos, e 42% desse universo fazem uso há menos de 2 anos (P4)

tempo de uso da máquina de cartão



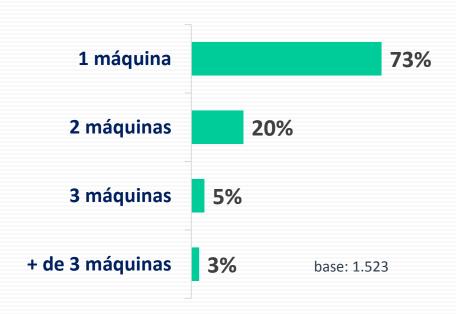
 a adesão por porte das empresas apresenta diferenças expressivas, tanto que a média em meses de utilização do perfil MEI (29) é menos da metade do tempo de uso da EPP (60)

 67% dos MEIs passaram a utilizar a máquina de cartão nos últimos 2 anos (talvez por serem mais novos), frente aos 28% das MEs e dos 15% das EPPs (P4)

(j) + informações

quantidade de máquinas de cartão





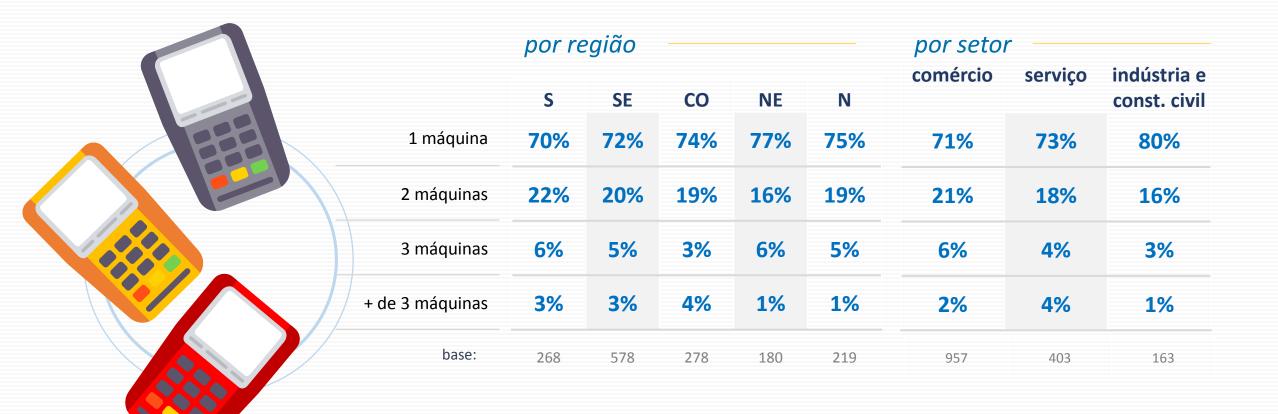
 o perfil MEI de usuários trabalha em média com 1,2 máquinas de cartão, enquanto as EPPs já atingem um número médio de 2,1 máquinas de cartão, uma variação de 74% entre esses extremos (P5)

| te — | | |
|------|------------------|--|
| ME | EPP | |
| 70% | 42% | • |
| 23% | 33% | |
| 5% | 15% | |
| 2% | 11% | |
| 702 | 260 | |
| 1,4 | 2,1 | |
| | ME 70% 23% 5% 2% | ME EPP 70% 42% 23% 33% 5% 15% 2% 11% 702 260 |

— média de máquinas de cartão —

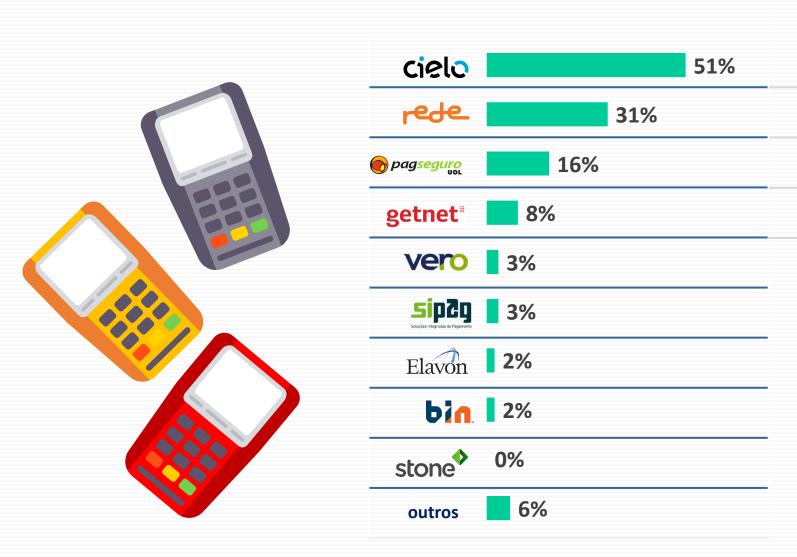


quantidade de máquinas de cartão





empresa responsável pela máquina



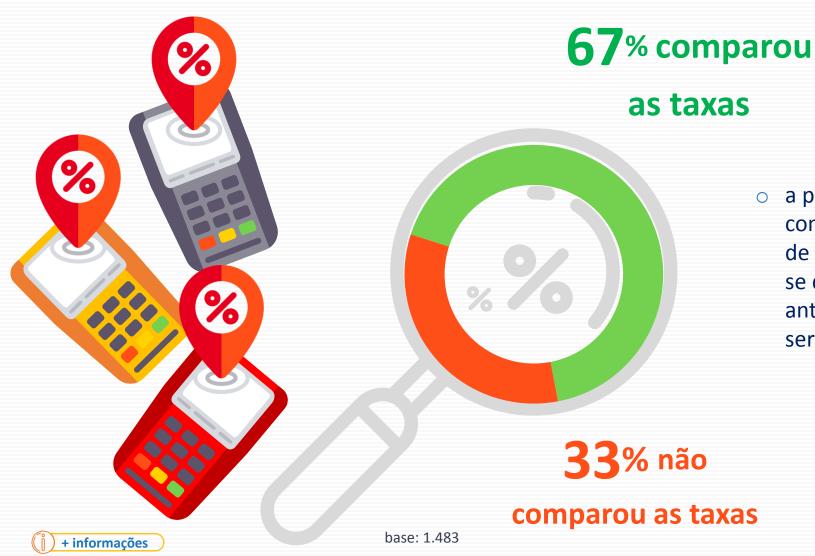
| por por | te — | |
|-----------|------|-----|
| MEI | ME | EPP |
| 37% | 56% | 75% |
| 19% | 37% | 43% |
| 29% | 8% | 4% |
| 8% | 6% | 9% |
| base: 549 | 690 | 249 |

 a liderança da Cielo é considerável, inclusive com presença em mais da metade desse mercado, apesar de particularmente no perfil MEI já existir uma presença maior de outros concorrentes (P6)

base: 1.488

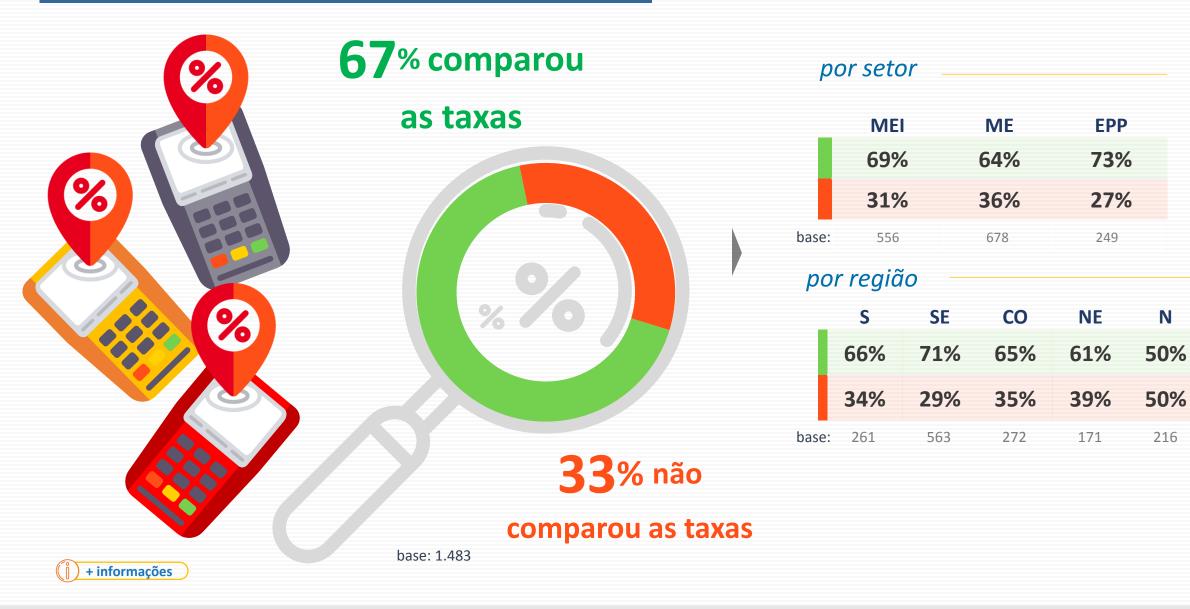
+ informações

comparação das taxas

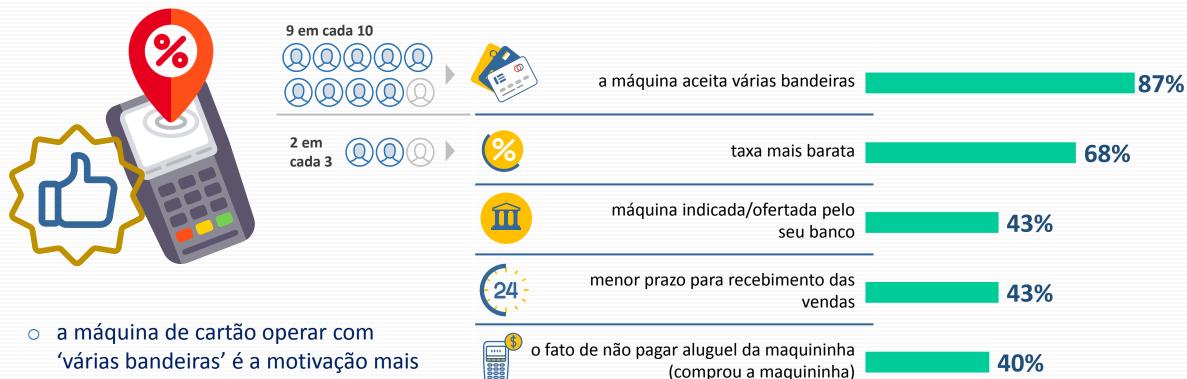


 a preocupação com as taxas e as condições existe, mas no geral, cerca de 1/3 desses empreendedores sequer se deu ao trabalho de compará-las antes de decidir pela contratação dos serviços (P7)

comparação das taxas



motivo para escolha da máquina



o a maquina de cartao operar com 'várias bandeiras' é a motivação mais presente para a escolha, alcançando a quase **9 em cada 10** (87%), enquanto o valor da taxa seria importante para apenas **2 em cada 3** (68%) desses empreendedores (P8)

nenhuma das opções citadas | 1%

indicação de amigos

base: 961

27%

motivo para escolha da máquina

| | | por região ——— | | | por setor | | 1.17.13. |
|-----------------------|--|----------------|-----|-----|-----------|---------|-----------------------------|
| | | MEI | ME | EPP | comércio | serviço | indústria e const. civil |
| | a máquina aceita várias bandeiras | 83% | 89% | 91% | 88% | 88% | 80% |
| % | taxa mais barata | 69% | 65% | 74% | 69% | 68% | 63% |
| Î | máquina indicada/ofertada pelo seu banco | 34% | 49% | 47% | 44% | 41% | 42% |
| 24: | menor prazo para recebimento das vendas | 53% | 36% | 32% | 41% | 43% | 48% |
| 000 000 000 | o fato de não pagar aluguel da maquininha (comprou a maquininha) | 55% | 28% | 33% | 36% | 43% | 58% |
| | indicação de amigos | 34% | 23% | 15% | 26% | 27% | 27% |
| | nenhuma das opções citadas | 1% | 2% | 2% | 1% | 0% | 3% |
| | base: | 373 | 410 | 178 | 598 | 261 | 102 |

 o perfil MEI é aquele com as características mais particulares no que se refere à tomada de decisão nessa escolha, onde o 'prazo para recebimento' e a 'não cobrança de aluguel' têm uma importância muito maior
 (P8)

+ informações







base: 1.504

 o depósito em conta corrente é praticamente uma unanimidade entre os empreendedores que operam com a máquina de cartão, com a utilização do 'cartão pré-pago' ainda bastante incipiente, mesmo para o perfil MEI (P9)

1.460

empreendedores só usam 1 meio

22

empreendedores usam 2 meios

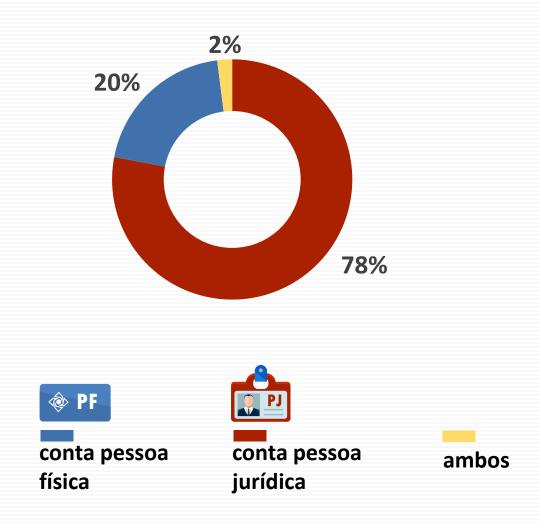
5

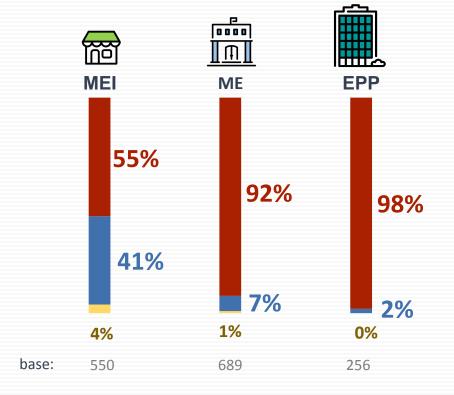
empreendedores usam os 3 meios

| | | | | base: |
|-----|-----|-----|------------|-------|
| MEI | 88% | 11% | 7 % | 549 |
| ME | 96% | 2% | 2% | 687 |
| EPP | 99% | 1% | 1% | 251 |
| | | | | |

| | conta corrente | conta poupança | cartão pré-pago | _ |
|--------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------|
| Sul | 92% | 6% | 4% | 260 |
| Sudeste | 94% | 5% | 4% | 560 |
| Centro-Oeste | 95% | 5% | 1% | 275 |
| Nordeste | 91% | 7% | 4% | 177 |
| Norte | 95% | 4% | 3% | 215 |
| geral | 93% | 5% | 4% | 1.487 |







 o perfil MEI novamente destoa dos demais portes, na medida em que 2 em cada 5 deles utilizam a conta corrente de uma pessoa física (P10)

† + informações

base: 1.495

| | | | | base: |
|---------------------|-----|-----|----|-------|
| comércio | 14% | 84% | 2% | 944 |
| serviços | 30% | 68% | 3% | 391 |
| ind. e const. civil | 27% | 70% | 3% | 160 |
| | | | | |

| | | PF |
|---|----------|----|
| = | <u> </u> | |

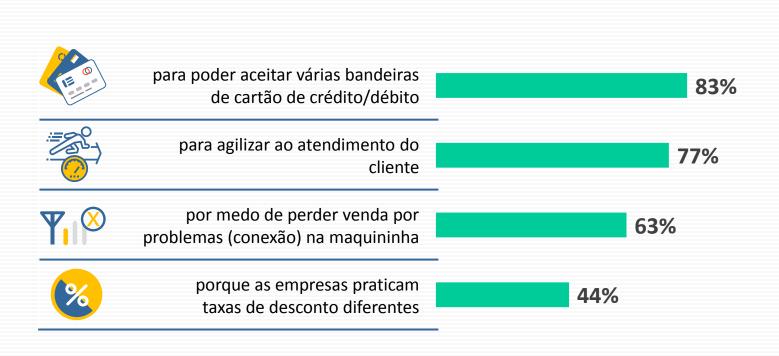


| | uma conta PF | uma conta PJ | ambas | _ |
|--------------|--------------|--------------|-------|-------|
| sul | 20% | 77% | 3% | 265 |
| sudeste | 19% | 79 % | 2% | 562 |
| centro-oeste | 21% | 78% | 1% | 274 |
| nordeste | 23% | 74% | 3% | 178 |
| norte | 16% | 83% | 1% | 216 |
| geral | 20% | 78% | 2% | 1.495 |

valores onde vendas são depositadas



motivo de uso de várias máquinas





 cada um desses usuários (que trabalha com mais de uma máquina de cartão) alega mais de um único motivo para esse comportamento, com destaque para a 'aceitação de várias bandeiras' alcançando a 4 em cada 5 delas (P11)

base: 424

motivo de uso de várias máquinas

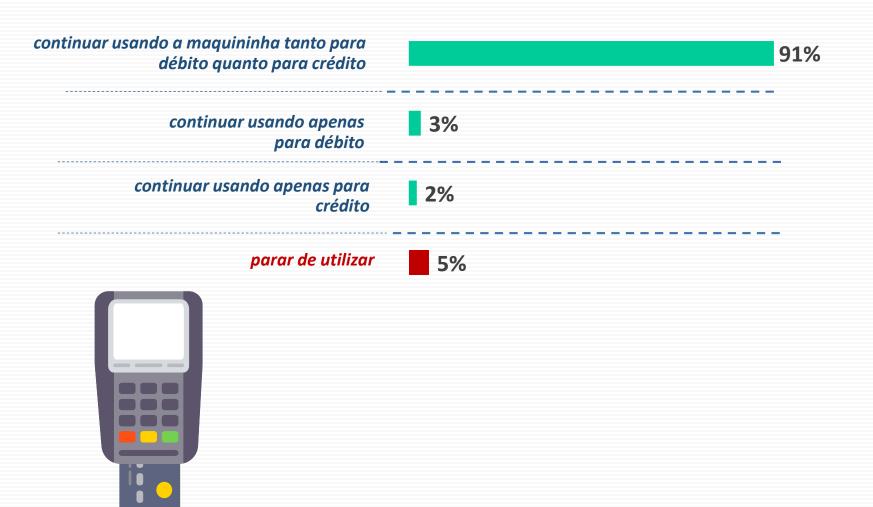
| | | por região ——— | | | |
|-----|--|----------------|-----|-----|--|
| | | MEI ME EP | | | |
| | para poder aceitar várias bandeiras de cartão de crédito/débito | 79 % | 85% | 82% | |
| | para agilizar ao atendimento do cliente | 78% | 74% | 80% | |
| YIX | por medo de perder venda por problemas (conexão) na maquininha | 64% | 61% | 64% | |
| % | porque as empresas praticam taxas de desconto diferentes | 49% | 44% | 39% | |
| | | 76 | 200 | 148 | |



o chama atenção a reduzida confiança que os empreendedores têm no sistema, uma vez que em todos os portes, mais de 61% deles receiam perder vendas por problemas (conexão) da máquina de cartão. De qualquer forma, seria importante verificar esse aspecto com uma questão onde as opções de resposta não fossem estimuladas (P11)



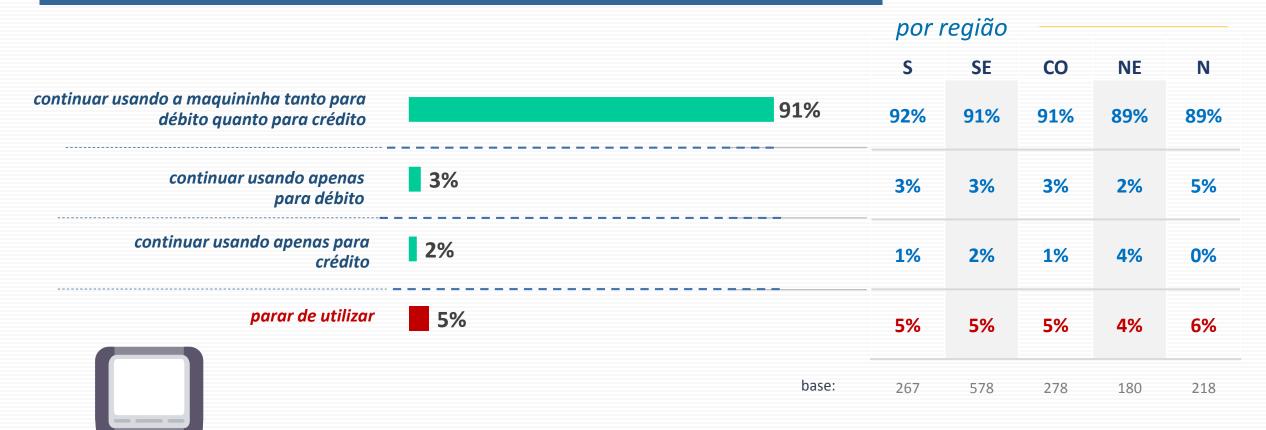
perspectivas quanto à continuidade no uso da máquina



- existe uma forte
 predominância das
 máquinas de cartões
 operarem tanto com
 operações de débito como
 de crédito
- somente 1 em cada 20
 desses empreendedores
 pretende 'parar de utilizar'
 o recurso (P12)

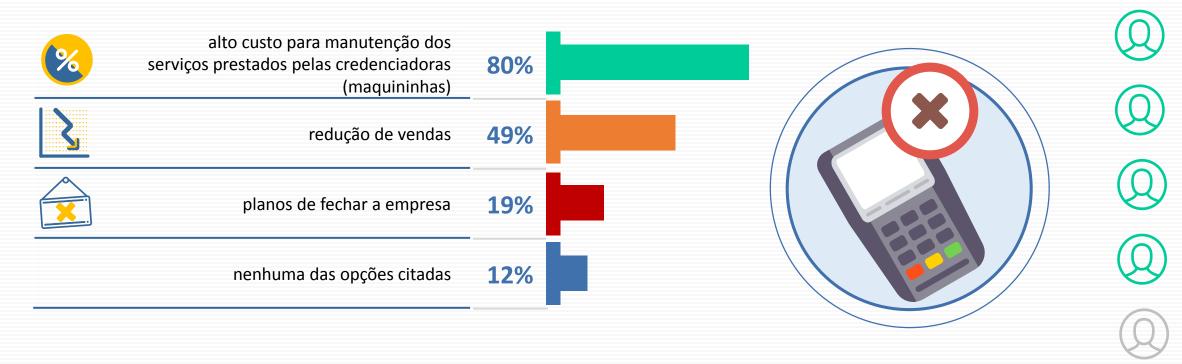
base: 1.521

perspectivas quanto à continuidade no uso da máquina



base: 1.521 (j) + informações

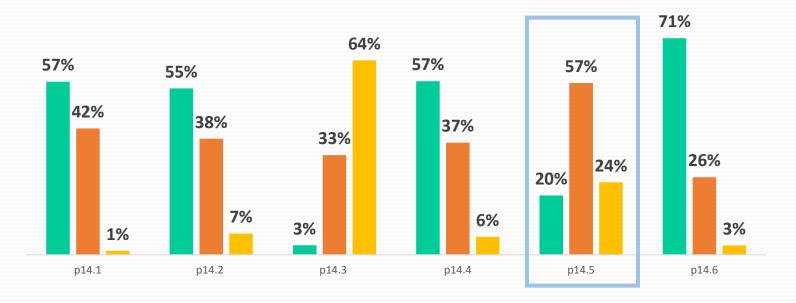
motivos para parar de usar a máquina



 o maior risco para a interrupção do uso da máquina de cartão reside no 'alto custo para a manutenção dos serviços', algo que impacta 4 em cada 5 empresários, apesar da preocupação com a 'redução das vendas' também ser bem presente (P13)

base: 71

impactos da utilização da máquina



| | base |
|---|-------|
| p14.1 segurança (por não ficar com dinheiro em caixa) | 1.490 |
| p14.2 faturamento | 1.490 |
| p14.3 inadimplência (clientes devedores) | 1.396 |
| p14.4 quantidade de vendas | 1.493 |
| p14.5 tempo gasto para o controle diário de caixa | 1.475 |
| p14.6 satisfação do cliente | 1.502 |



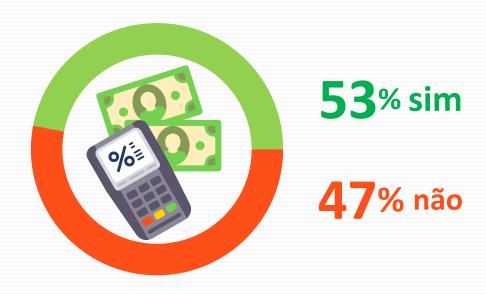
 a análise dos impactos advindos da utilização da máquina de cartão se revela bastante positiva na maior parte deles, suscitando apenas alguma dúvida no que tange ao 'tempo gasto para o controle diário de caixa' (P14)



impactos da utilização da máquina

| | por porte ——— | | | | por região | | | | |
|---|---------------|-----|-----|-----|------------|-----|-----|-----|-----|
| | | MEI | ME | EPP | S | SE | CO | NE | N |
| | aumentou | 52% | 59% | 64% | 65% | 56% | 57% | 52% | 52% |
| p14.1 segurança (por não ficar com dinheiro em caixa) | manteve | 45% | 40% | 36% | 33% | 43% | 43% | 45% | 46% |
| difficito efficativa) | reduziu | 2% | 1% | 1% | 1% | 1% | | 3% | 2% |
| | aumentou | 55% | 54% | 58% | 58% | 52% | 61% | 59% | 48% |
| p14.2 faturamento | manteve | 37% | 39% | 37% | 37% | 40% | 34% | 33% | 42% |
| | reduziu | 8% | 6% | 6% | 5% | 8% | 5% | 7% | 9% |
| | aumentou | 3% | 3% | 2% | 2% | 3% | 4% | 1% | 6% |
| p14.3 inadimplência (clientes devedores) | manteve | 33% | 33% | 31% | 29% | 35% | 33% | 28% | 39% |
| devedores | reduziu | 64% | 64% | 67% | 68% | 62% | 63% | 71% | 55% |
| | aumentou | 55% | 57% | 64% | 59% | 56% | 64% | 56% | 50% |
| p14.4 quantidade de vendas | manteve | 37% | 38% | 32% | 38% | 38% | 31% | 35% | 38% |
| | reduziu | 7% | 5% | 4% | 3% | 6% | 5% | 9% | 13% |
| | aumentou | 17% | 20% | 27% | 20% | 19% | 20% | 23% | 17% |
| p14.5 tempo gasto para o controle diário de caixa | manteve | 59% | 57% | 49% | 53% | 57% | 60% | 57% | 57% |
| diano de caixa | reduziu | 24% | 23% | 24% | 27% | 24% | 20% | 20% | 26% |
| | aumentou | 72% | 71% | 73% | 79% | 70% | 74% | 66% | 67% |
| p14.6 satisfação do cliente | manteve | 24% | 27% | 25% | 20% | 27% | 23% | 30% | 29% |
| | reduziu | 5% | 2% | 2% | 2% | 3% | 3% | 4% | 4% |

desconto por pagamento em dinheiro



 a prática (controversa, ou quiçá ilegal) de oferecer um desconto para o pagamento em dinheiro ainda se faz presente em pouco mais de metade desse universo de empreendedores (P15)

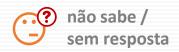


base: 1.521



percentual das vendas com cartão





responderam 88%

os empreendedores que utilizam a máquina de cartão relataram que apenas 39% das respectivas vendas se dão dessa forma

o tal percentual, no mínimo sinaliza o ainda grande espaço existente para crescimento (P16)

base: 1.525

percentual das vendas com cartão



por porte

| | MEI | ME | EPP |
|-------|-----|-----|-----|
| | 37% | 39% | 44% |
| base: | 480 | 628 | 231 |

por setor

| | | ina. e cont. | |
|-------|----------|--------------|-------|
| | comércio | serviço | civil |
| | 37% | 43% | 38% |
| base: | 852 | 343 | 144 |

por região

| | S | SE | СО | NE | N | |
|-------|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| | 36% | 41% | 40% | 36% | 31% | |
| base: | 242 | 499 | 242 | 167 | 189 | |

base: 1.525

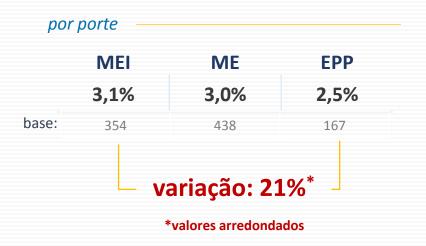
P16. As vendas a cartão representam quantos % das suas vendas aproximadamente?

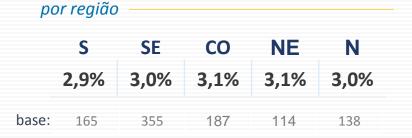


taxas pagas nas máquinas de cartão de débito



- com relação às taxas pagas na máquina para o 'débito', surpreende que 1 em cada 3 desses (37%) empreendedores sequer saiba o valor, algo que sugere despreparo
- ainda mais quando analisado que a variação desse valor médio informado entre os portes alcança a 21%! (P17.1)

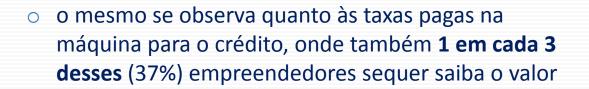




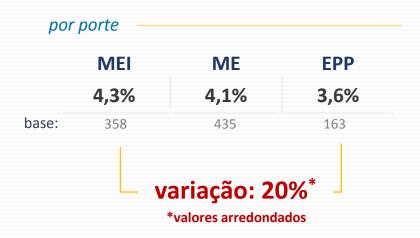


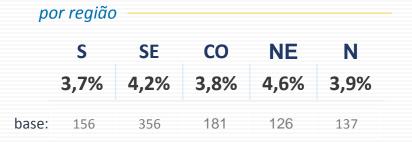
taxas pagas nas máquinas de cartão de crédito





 algo que novamente sugere despreparo quando analisado em conjunto com a diferença entre os portes que alcança 20%! (P17.2)



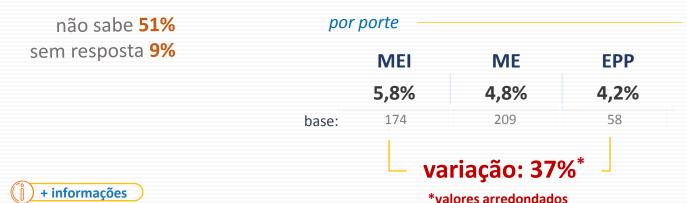


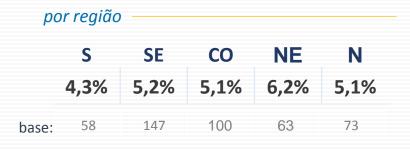


taxas pagas na antecipação de recebíveis

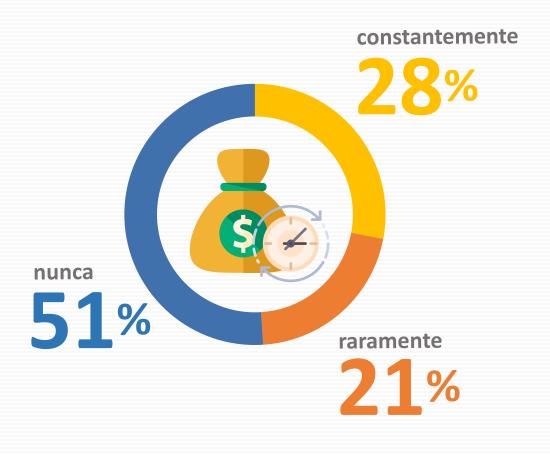


 e por fim, uma situação ainda pior com relação às taxas pagas na antecipação de recebíveis, onde 3 em cada 5 (61%) desses empreendedores sequer saibam o valor, algo que sugere despreparo quando analisado em conjunto com a diferença entre os portes (37%)! (P17.3)

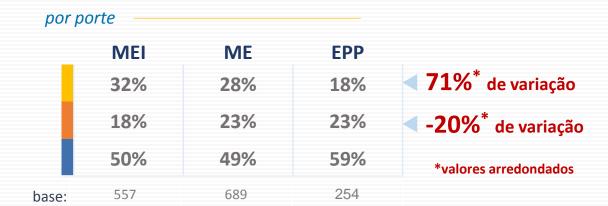




frequência da antecipação do recebimento

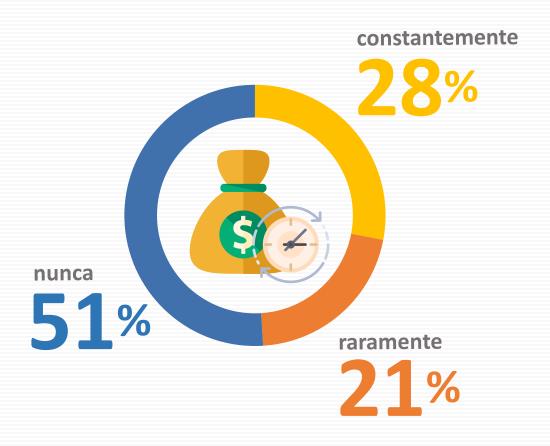


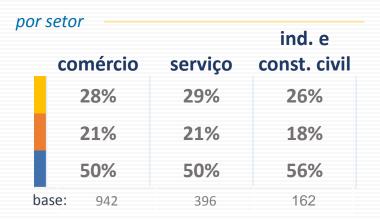
 o recurso da antecipação do recebimento já chega a ser relevante, tanto que mais de 1 em cada 4 empreendedores (28%) fazem uso do mesmo de forma 'constante', algo bem mais frequente no perfil de MEI, com um percentual 71% maior (P18)



base: 1.500

frequência da antecipação do recebimento

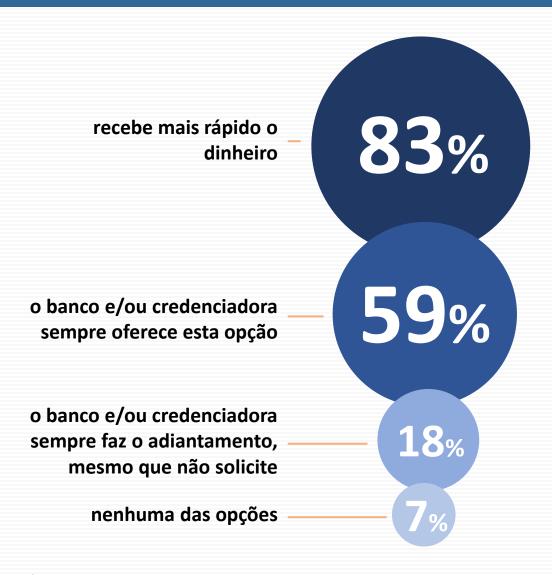




| por | região - | | | | | |
|-------|----------|-----|-----|-----|-----|--|
| _ | S | SE | CO | NE | N | |
| | 18% | 30% | 36% | 30% | 32% | |
| | 21% | 21% | 16% | 23% | 19% | |
| | 61% | 49% | 48% | 46% | 49% | |
| base: | 266 | 569 | 273 | 175 | 217 | |

† + informações

motivos para antecipação do recebimento



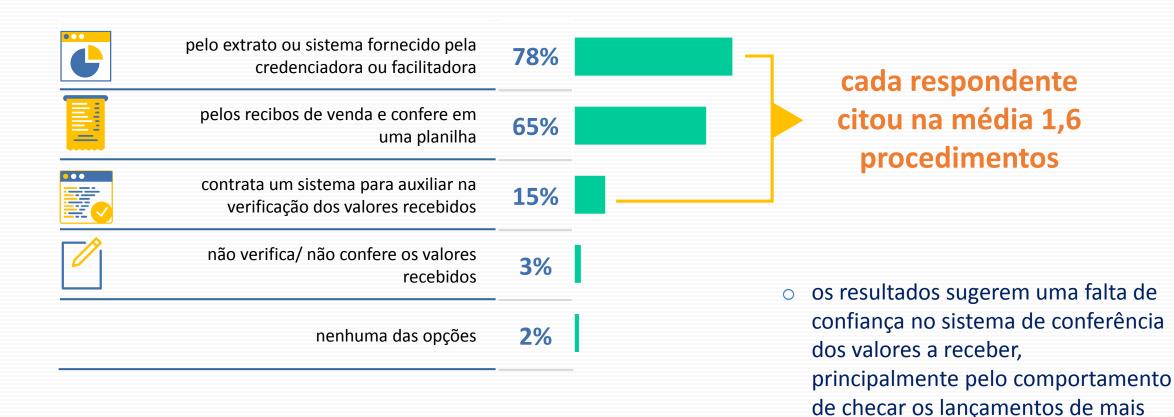
- dos motivos mencionados para a antecipação do recebimento a cartão, o 'acesso mais rápido do dinheiro' predomina
- mas pelas demais opções (sugeridas no questionário) não fica claro se tratar de:
 - uma necessidade do empreendedor,
 - o de comodismo ou
 - apenas ignorância dos custos reais,
 algo a ser mais bem analisado em
 estudos futuros (P19)

base: 736

motivos para antecipação do recebimento

| | por por | te ——— | | | por setor — | | |
|---|-------------|---------|-----|----------|-------------|---------|---------------|
| | | | | | , . | | ind. e cons |
| | MEI | ME | EP | Р | comércio | serviço | civil |
| recebe mais rápido o dinheiro | 85% | 82% | 81 | % | 83% | 82% | 86% |
| o banco e/ou credenciadora sempre oferece esta opção | 56% | 60% | 63 | % | 63% | 50% | 58% |
| o banco e/ou credenciadora sempre faz o adiantamento, mesmo que não solicit <u>e</u> | 25% | 13% | 14 | % | 17% | 19% | 23% |
| nenhuma das opções | 6% | 8% | 79 | 6 | 6% | 9% | 9% |
| base: | 278 | 352 | 106 | | 464 | 198 | 74 |
| | por reg | ião ——— | | | | | |
| | S | SE | CO | NE | N | | |
| recebe mais rápido o dinheiro | 78% | 83% | 88% | 85% | 87% | | |
| o banco e/ou credenciadora sempre oferece esta opção | 52 % | 62% | 56% | 55% | 64% | | |
| o banco e/ou credenciadora sempre faz o adiantamento, mesmo que não solicit <u>e</u> | 18% | 20% | 15% | 15% | 19% | | |
| nenhuma das opções | 10% | 8% | 6% | 4% | 3% | | |
| base: | 105 | 286 | 140 | 94 | 111 | (î) · | · informações |

controle dos valores a receber



base: 1.504

de uma forma (P20)

controle dos valores a receber

| | | por porte | | | por setor — | por setor | | |
|----------|--|-----------|-----|-----|-------------|-----------|------------------------|--|
| | | MEI | ME | EPP | comércio | serviço | ind. e const. civil | |
| | pelo extrato ou sistema fornecido pela credenciadora ou facilitadora | 80% | 77% | 76% | 77% | 78% | 82% | |
| | pelos recibos de venda e confere em uma planilha | 61% | 68% | 65% | 64% | 67% | 67% | |
| | contrata um sistema para auxiliar na verificação dos valores recebidos | 11% | 16% | 23% | 16% | 12% | 15% | |
| | não verifica/ não confere os valores recebidos | 4% | 3% | 3% | 3% | 4% | 1% | |
| | nenhuma das opções | 3% | 2% | 1% | 2% | 2% | 2% | |
| | base: | 557 | 692 | 255 | 944 | 399 | 161 | |
| (j) + in | formações proced. médios | 1,5 | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 1,6 | |

o surpreende que tal postura independa do porte das empresas, e até apresente um certo crescimento (P20)

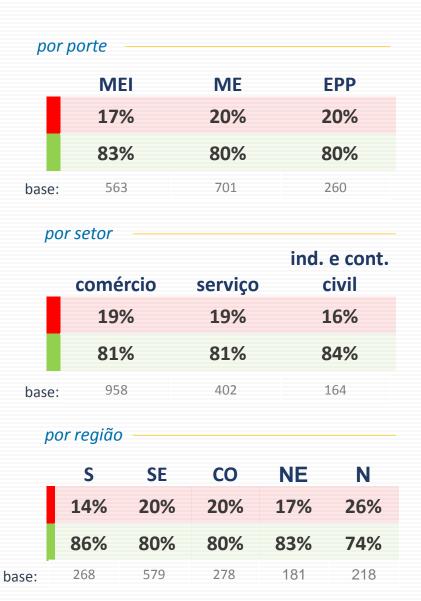
controle dos valores a receber

| | | por região - | | | | | |
|---|--|---------------|-----|-----|-----|---|-----|
| | | S | SE | СО | NE | | N |
| C | pelo extrato ou sistema fornecido pela credenciadora ou facilitadora | 79% | 80% | 72% | 75% | | 69% |
| | pelos recibos de venda e confere em uma planilha | 66% | 66% | 67% | 60% | | 61% |
| | contrata um sistema para auxiliar na verificação dos valores recebidos | 12% | 16% | 13% | 16% | | 14% |
| | não verifica/ não confere os valores recebidos | 3% | 3% | 4% | 4% | ľ | 7% |
| | nenhuma das opções | 2% | 1% | 3% | 3% | | 3% |
| | base: | | 571 | 275 | 175 | | 218 |
| | proced. méd | io 1,6 | 1,6 | 1,5 | 1,5 | | 1,4 |

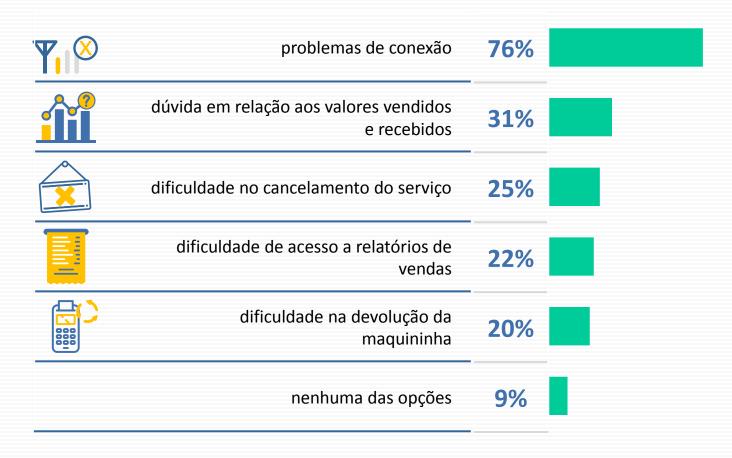


problemas com a máquina





tipos de problemas



- a maioria dos problemas relatados com a máquina de cartão foram relacionados à 'conexão'
- tal ocorreu em uma frequência mais de duas vezes superior às 'dúvidas em relação aos valores vendidos e recebidos' (P22)

base: 300

tipos de problemas

| | | por porte | | | por setor — | _ | |
|------|---|-----------|------|-----|-------------|----------|------------------------|
| | | MEI | ME | EPP | comércio | serviço | ind. e const. civil |
| | | IVILI | IVIL | LFF | Contentio | 3CI VIÇO | CIVII |
| YIX | problemas de conexão | 65% | 80% | 91% | 73% | 85% | 65% |
| î | dúvida em relação aos valores vendidos e recebidos | 42% | 26% | 17% | 31% | 28% | 37% |
| X | dificuldade no cancelamento do serviço | 27% | 21% | 29% | 17% | 40% | 33% |
| | dificuldade de acesso a relatórios de vendas | 28% | 19% | 13% | 21% | 26% | 11% |
| 0000 | dificuldade na devolução da maquininha | 21% | 20% | 21% | 17% | 24% | 31% |
| | nenhuma das opções | 11% | 9% | 3% | 11% | 6% | 6% |
| | base: | 101 | 145 | 54 | 192 | 82 | 26 |

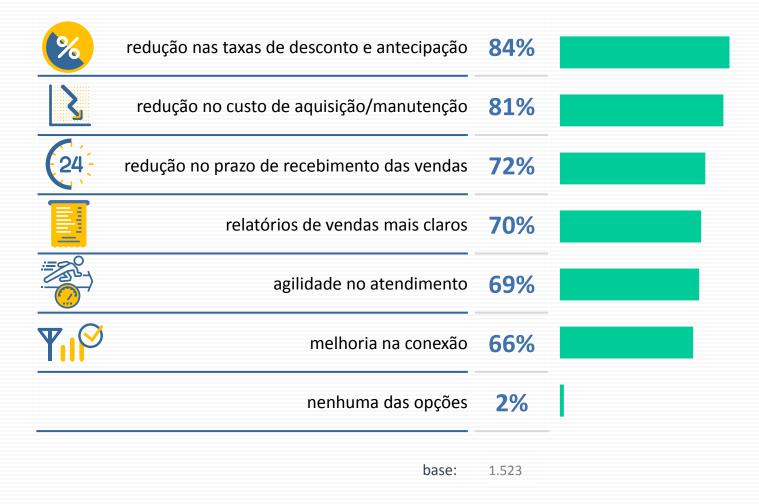


tipos de problemas

| | | por região ———————————————————————————————————— | | | | | | | |
|-----|---|---|-----|-----|-------------|-----|--|--|--|
| | | S | SE | СО | NE | N | | | |
| YIX | problemas de conexão | 81% | 77% | 67% | 71 % | 71% | | | |
| î | dúvida em relação aos valores vendidos e recebidos | 27% | 29% | 44% | 29% | 39% | | | |
| X | dificuldade no cancelamento do serviço | 22% | 29% | 18% | 16% | 22% | | | |
| | dificuldade de acesso a relatórios de vendas | 16% | 22% | 24% | 23% | 27% | | | |
| 000 | dificuldade na devolução da maquininha | 19% | 19% | 16% | 26% | 29% | | | |
| | nenhuma das opções | 11% | 7% | 6% | 13% | 12% | | | |
| | base: | 37 | 120 | 56 | 31 | 56 | | | |



melhorias importantes



- dentre todas as melhorias sugeridas, as três mais citadas estavam relacionadas a aspectos de custos
- somente a quarta fazia referência à uma questão administrativa (relatório mais claro), apesar de relevante até pela consequência relacionada à segurança do usuário
- tais expectativas, contudo são muito similares quanto analisadas pelos portes ou pelos setores de atividade econômica



melhorias importantes

| | | por porte | | | por setor — | | | |
|-----|---|-------------|-----|-----|-------------|-------------|---------------|--|
| | | | | | | | ind. e const. | |
| | | MEI | ME | EPP | comércio | serviço | civil | |
| % | redução nas taxas de desconto e antecipação | 84% | 86% | 82% | 85% | 85% | 83% | |
| | redução no custo de aquisição/manutenção | 76% | 86% | 81% | 83% | 80% | 76% | |
| 24: | redução no prazo de recebimento das vendas | 71% | 74% | 68% | 72% | 73% | 68% | |
| | relatórios de vendas mais claros | 68% | 71% | 76% | 70% | 72 % | 69% | |
| | agilidade no atendimento | 72 % | 66% | 72% | 69% | 69% | 73% | |
| YIP | melhoria na conexão | 65% | 66% | 71% | 66% | 70% | 61% | |
| | nenhuma das opções | 2% | 2% | 2% | 2% | 3% | | |
| | base: | 563 | 701 | 259 | 957 | 402 | 164 | |



melhorias importantes

| | por região ———————————————————————————————————— | | | | | | | | | | |
|-----|---|-------------|-----|-------------|-----|-------------|--|--|--|--|--|
| | | S | SE | СО | NE | N | | | | | |
| % | redução nas taxas de desconto e antecipação | 81% | 84% | 89% | 87% | 85% | | | | | |
| | redução no custo de aquisição/manutenção | 83% | 80% | 84% | 81% | 82% | | | | | |
| 24: | redução no prazo de recebimento das vendas | 67% | 73% | 75 % | 72% | 74% | | | | | |
| | relatórios de vendas mais claros | 72 % | 69% | 77% | 70% | 70% | | | | | |
| | agilidade no atendimento | 66% | 69% | 74% | 71% | 72 % | | | | | |
| YIP | melhoria na conexão | 67% | 67% | 64% | 66% | 68% | | | | | |
| | nenhuma das opções | 2% | 2% | 1% | 3% | 1% | | | | | |
| | base: | 268 | 579 | 277 | 180 | 219 | | | | | |



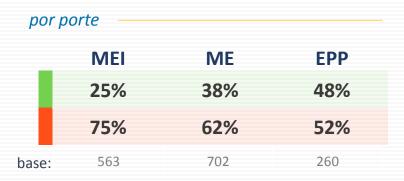
solicitação de desconto ou benefício

66% não solicitou



34% já solicitou

- outra sinalização do possível despreparo ou da inexperiência do perfil MEI seria perceptível nos percentuais de solicitação de desconto ou de benefícios, ao negociar com as operadoras de cartão,
- observa-se que o percentual do perfil MEI equivalente à quase a metade do apurado junto às EPPs (P24)



base: 1.525

solicitação de desconto ou benefício

66% não solicitou

base: 1.525



34% já solicitou

(j) + informações

| poi | r setor —— | | ind. e cont. |
|-------|-------------|---------|--------------|
| | comércio | serviço | civil |
| - | 37% | 33% | 22% |
| | 63% | 67% | 78% |
| base: | 958 | 403 | 164 |
| рог | r região —— | | |

| | 3 | | | | | |
|-------|-----|-----|-----|-------------|-----|--|
| _ | S | SE | CO | NE | N | |
| | 29% | 38% | 37% | 28% | 30% | |
| | 71% | 62% | 63% | 72 % | 70% | |
| oase: | 268 | 579 | 278 | 181 | 219 | |

êxito na solicitação de desconto e benefícios

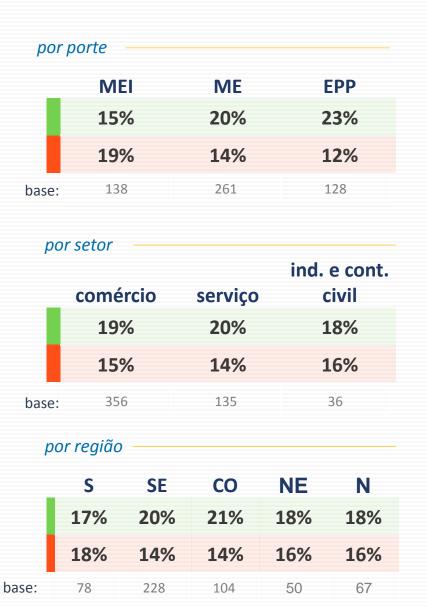


 ainda mais se considerarmos que foram atendidos mais da metade (57%) dos empreendedores que apresentaram essas solicitações de desconto ou de benefícios

 particularmente marcante é a constatação que essas taxas de sucesso cresçam conforme os portes das empresas (P25)

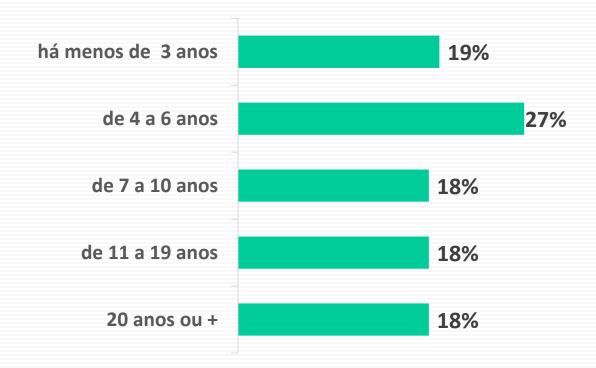
êxito na solicitação de desconto e benefício





tempo de atividade





base: 1.429

praticamente metade dessa amostra de empreendedores (46%) iniciou as atividades da respectiva empresa nos últimos 6 anos (P26)

tempo de atividade

| | por porte | ? | | por regiã | | | | | | |
|--------------------|-----------|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-----|--|--|
| | MEI | ME | EPP | S | SE | СО | NE | N | | |
| há menos de 3 anos | 35% | 9% | 5% | 18% | 18% | 26% | 20% | 17% | | |
| de 4 a 6 anos | 34% | 24% | 13% | 23% | 27% | 27% | 28% | 31% | | |
| de 7 a 10 anos | 14% | 23% | 18% | 19% | 19% | 18% | 16% | 16% | | |
| de 11 a 19 anos | 11% | 20% | 32% | 18% | 17% | 18% | 19% | 23% | | |
| 20 anos ou + | 6% | 24% | 31% | 22% | 18% | 10% | 17% | 13% | | |
| média em anos | 7 | 13 | 16 | 12 | 11 | 9 | 10 | 10 | | |
| base: | 537 | 650 | 242 | 247 | 542 | 263 | 167 | 210 | | |



tipo de cliente

 o público atendido por essas empresas dos empreendedores entrevistados era formado tanto por pessoas físicas como por empresas (P27)



base: 1.525

P27. No dia a dia o(a) Sr.(a) atende...(EST-RU)

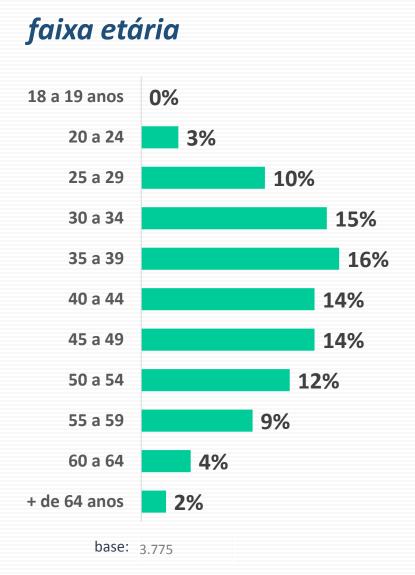
tipo de cliente

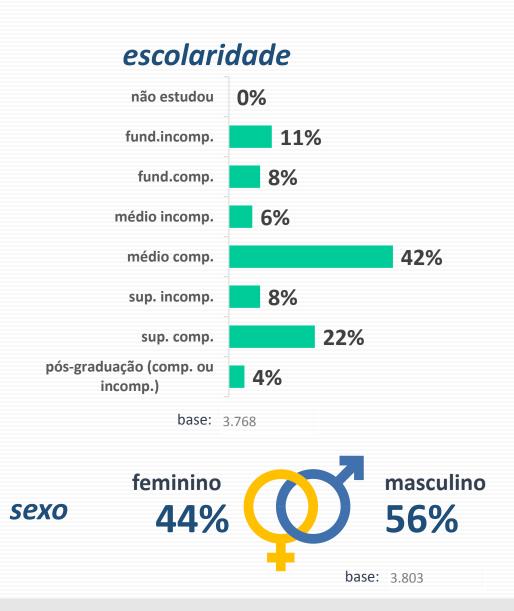
| | | por porte — por setor — — | | | | | por região ———— | | | | | |
|-------------|--------------------------|---------------------------|-----|-----|----------|---------|------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 200 | | MEI | ME | EPP | comércio | serviço | ind. e const. civil | S | SE | СО | NE | N |
| ♦ PF | pessoa física e jurídica | 52 % | 65% | 72% | 61% | 58% | 66% | 64% | 58% | 67% | 60% | 62% |
| PF | pessoa física | 44% | 33% | 24% | 37% | 39% | 30% | 32% | 39% | 33% | 36% | 37% |
| PJ | pessoa jurídica | 4% | 2% | 4% | 3% | 3% | 4% | 4% | 3% | 1% | 4% | 1% |
| | base: | 563 | 702 | 260 | 958 | 403 | 164 | 268 | 579 | 278 | 181 | 219 |



P27. No dia a dia o(a) Sr.(a) atende...(EST-RU)

idade, grau de instrução e sexo







para não esquecer

o uso das máquinas de cartão ainda é recente (menos de 4 anos na média), restrito (39% do universo entrevistado) e, mesmo para quem já aderiu, ainda representa uma parcela menor do faturamento total (39%)

isso exemplifica o grande campo para crescimento do uso do recurso, principalmente junto às empresas de menor porte (MEI), algo que demanda, contudo, algum trabalho extra de convencimento

o desconhecimento dos serviços das máquinas de cartão (44%) por quem ainda não utiliza é muito presente entre os empreendedores e uma barreira à maior propagação dos mesmos

importante desconstruir a sensação do serviço prestado pelas máquinas de cartão ser caro, em conjunto com um esforço de agregar mais confiança na qualidade (conexão) e na precisão dos lançamentos (débitos & créditos)

mesmo boa parte dos empreendedores que já faz uso das máquinas de cartão demonstra desconhecer aspectos importantes dos serviços, como valor das taxas, antecipação de recebíveis, etc.

caberia mais divulgação e comunicação, com informações e clareza quanto às vantagens e aos benefícios proporcionados pelas máquinas de cartão nos negócios, algo ainda muito ofuscado pelas dificuldades

a liderança da bandeira CIELO, principalmente nas EPPs, já é bem expressiva, apesar de que junto ao perfil das MEIs a concorrência já se faz mais presente

8

importante desenvolver uma ação no sentido de reduzir (ou eliminar) a prática, ainda muito frequente, do desconto para as vendas à vista, algo equivalente a uma sabotagem perpetrada pelos próprios empreendedores, além de ilegal







(61) 2107-0800

checonpesquisa@checonpesquisa.com.br