



# *Mercado de Cartões de Crédito:*

## *Análise PLS 213/2007 e PLS 677/2007*



*Secretaria de Acompanhamento  
Econômico*

*Brasília  
27 de maio de 2008*



# ESTRUTURA

- **A Secretaria de Acompanhamento Econômico/MF**
- **Panorama do Mercado de Cartões de Pagamento no Brasil**
- **Estrutura da Indústria de Cartões**
- **PLS 213/2007**
  - Diferenciação de preço na venda à vista com cartão de crédito
- **PLS 677/2007**
  - Compartilhamento de infra-estrutura de captura e processamento



## A SEAE/MF - Histórico

- Em 19 de novembro de 1992, criou-se Secretaria de Política Econômica do Ministério da Fazenda.
- A SEAE foi criada em 1º de janeiro de 1995, por meio da Medida Provisória nº 813, como resultado do desmembramento da Secretaria de Política Econômica do Ministério da Fazenda.
- Tarefa primordial naquele momento: acompanhamento dos preços da economia (herança CIP/SUNAB)
- Posteriormente: enfoque do controle de preços pela maior concorrência, atuando em três esferas:
  - Promoção e defesa da concorrência;
  - Regulação econômica e
  - Acompanhamento de mercados.



### Missão da SEAE (Decreto Nº 6.193, de 22 de Agosto de 2007)

- **Art. 12. À Secretaria de Acompanhamento Econômico compete:**
  - (...)
  - **II - assegurar a defesa da ordem econômica, em articulação com os demais órgãos do Governo encarregados de garantir a defesa da concorrência(...)**

### Convênio entre BC, SDE e SEAE (julho 2006)

“1 – Do Objeto do Convênio:

Cláusula Primeira – O objeto do presente Convênio é a cooperação técnica entre o BACEN, a SDE e a SEAE para a elaboração de análises e de estudos sobre a concorrência na indústria de cartões de pagamentos, no que se refere à estrutura do mercado vigente, à estrutura de preços e tarifas e a potenciais práticas anticompetitivas, tendo em vista a participação desse segmento no Sistema de Pagamentos Brasileiro.”



# ESTRUTURA

- **A Secretaria de Acompanhamento Econômico/MF**
- **Panorama do Mercado de Cartões de Pagamento no Brasil**
- **Estrutura da Indústria de Cartões**
- **PLS 213/2007**
  - Diferenciação de preço na venda à vista com cartão de crédito
- **PLS 677/2007**
  - Compartilhamento de infra-estrutura de captura e processamento



# Forte aumento do número de cartões emitidos

O aumento de 81% no estoque total de cartões (*crédito, débito e private label*) emitidos entre 2004 e Março/2008

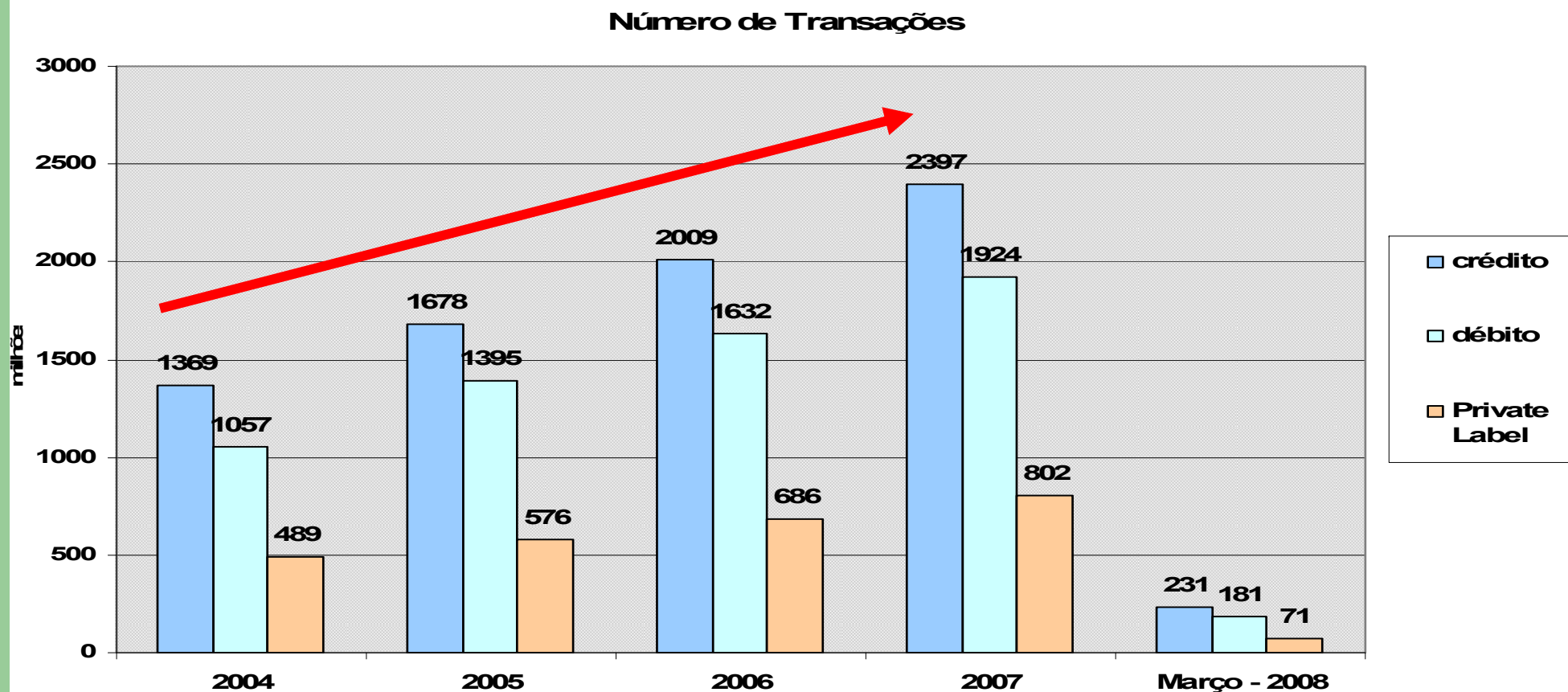
		2004	2005	2006	2007 Março - 2008	
crédito	Cartões emitidos (milhões)	49	68	79	93	97
	Número de transações (milhões)	1369	1678	2009	2397	231
	Faturamento (R\$ bi)	101.3	123	150.9	183.3	17.5
débito	Cartões emitidos (milhões)	122	171	187	201	205
	Número de transações (milhões)	1057	1395	1632	1924	181
	Faturamento (R\$ bi)	44.2	58.3	69.6	84.7	8.5
Private Label	Cartões emitidos (milhões)	79	99	120	142	150
	Número de transações (milhões)	489	576	686	802	71
	Faturamento (R\$ bi)	21.7	27.7	35.4	44.5	4
total	Cartões emitidos (milhões)	250	338	386	436	452
	Número de transações (milhões)	2915	3649	4327	5123	483
	Faturamento (R\$ bi)	167.2	209	255.9	312.5	

		2004	2005	2006	2007 Março - 2008	
crédito	Ticket Médio (R\$)	74	73.08	75.00	76.08	75.67
	Transações por cartão	27.9	27.5	27.4	27.6	6.7
	Gasto Médio por cartão (R\$ )	2064	2014	2060	2110	512
débito	Ticket Médio (R\$)	42	41.75	42.58	45.25	46.67
	Transações por cartão	8.7	8.7	8.8	9.7	2.6
	Gasto Médio por cartão (R\$ )	363	366	385	436	120
Private Label	Ticket Médio (R\$)	44	48.17	51.17	53.17	56.33
	Transações por cartão	6.2	6.3	6.3	6.3	1.5



# Forte Elevação do Número de Transações

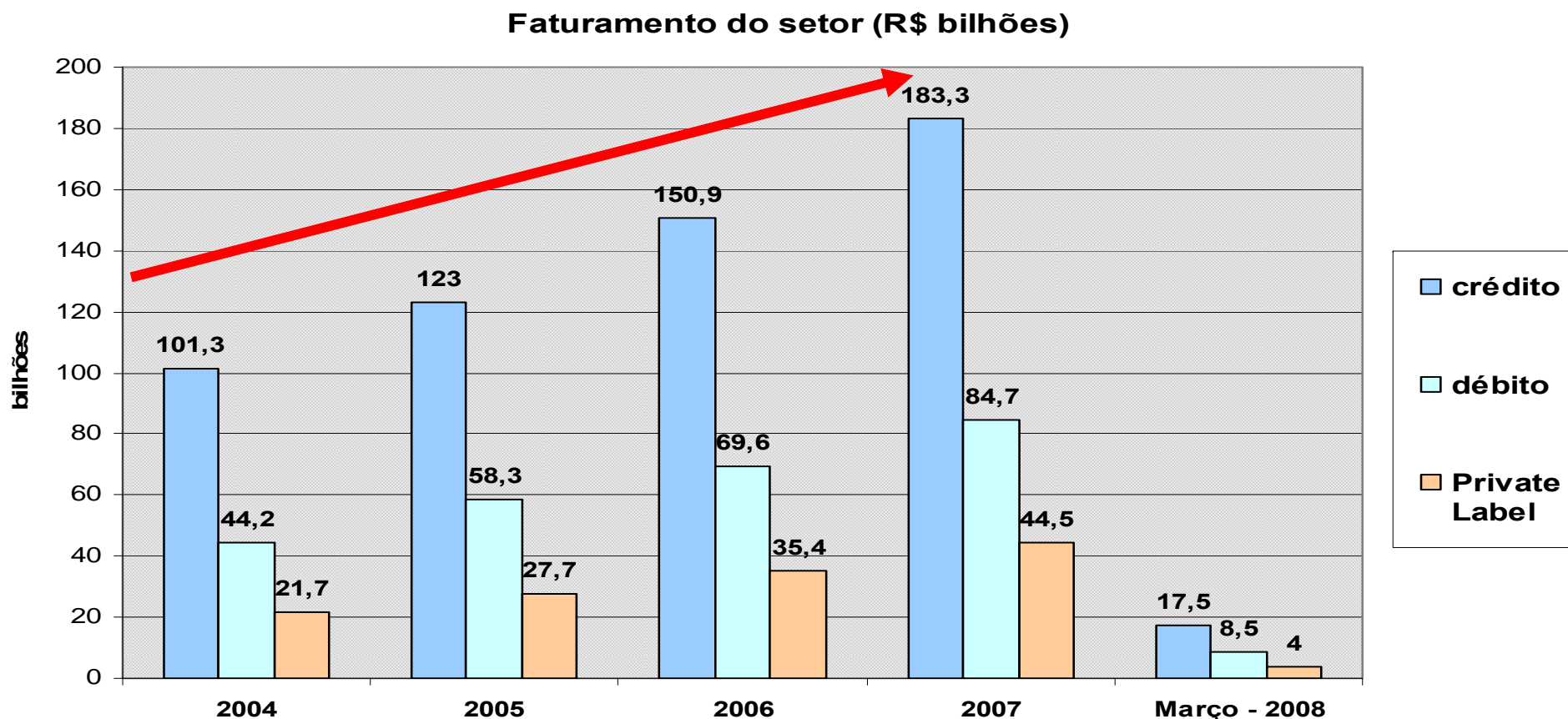
Elevação de 76% no total de transações realizadas com cartões de pagamento entre 2004 e 2007





# Forte Elevação do Faturamento do Setor

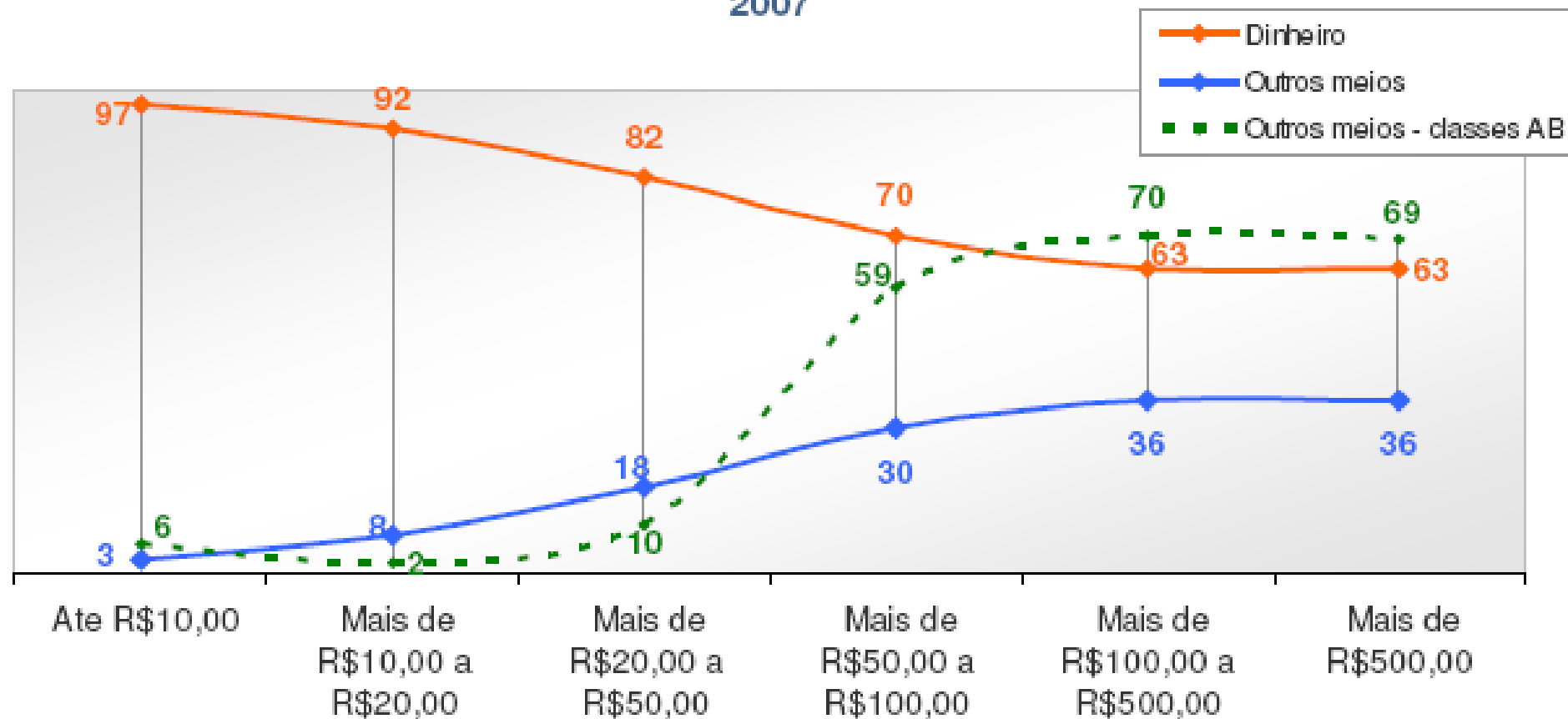
O aumento do faturamento anual total do setor (cartões de débito, crédito e *private label*) foi de 87% entre 2004 e 2007.







### Forma de pagamento utilizada com maior frequência 2007



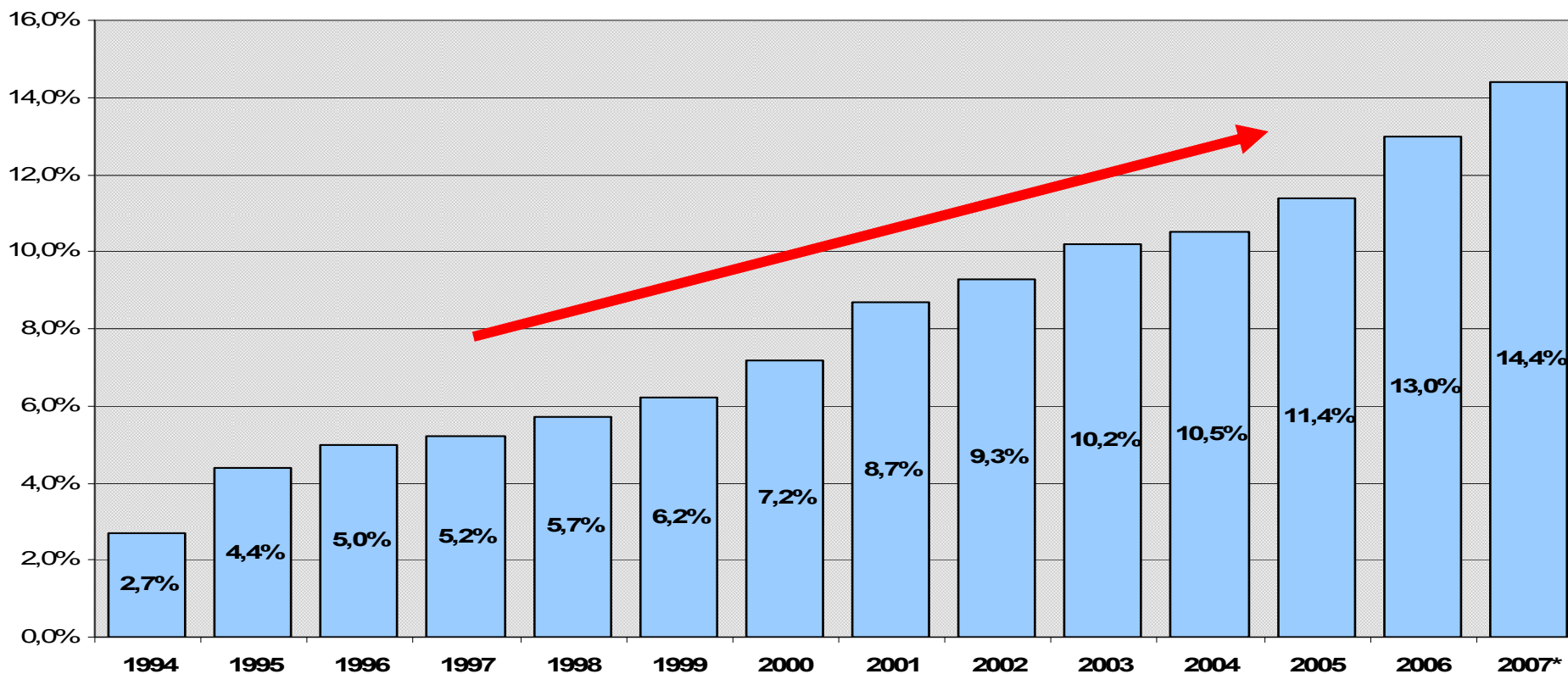
Fonte: Pesquisa “O brasileiro e sua relação com o dinheiro” 2007 – BACEN/Datafolha



# Disseminação do Uso dos Cartões de Pagamento

A participação dos gastos com cartão de crédito no consumo privado dobrou entre 2000 e 2007

Participação dos Gastos com Cartão de Crédito no Consumo Privado

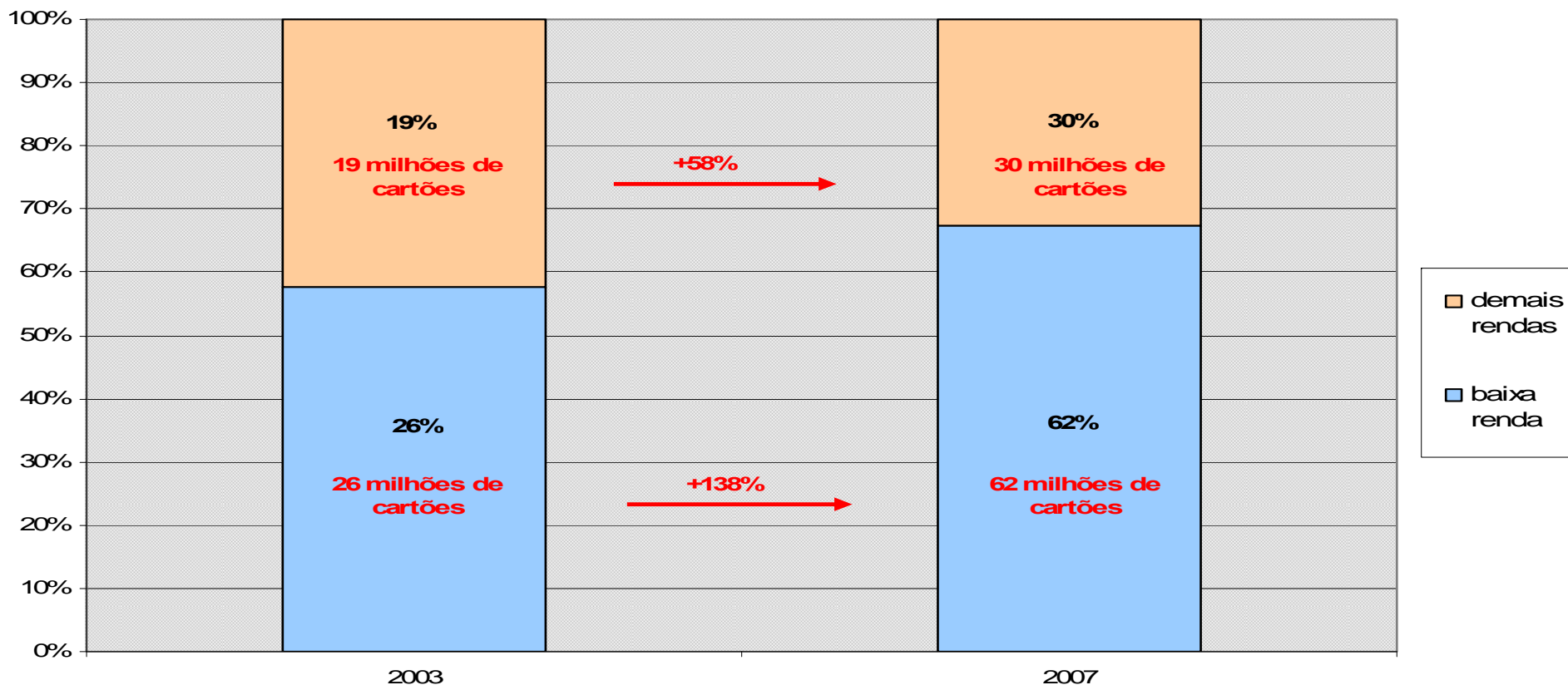




# Disseminação dos Cartões de Crédito entre a População de Baixa Renda

Entre 2003 e 2007 houve elevação de 138% do número de cartões de crédito em posse da população de baixa renda

Cartões de Crédito na População de Baixa Renda

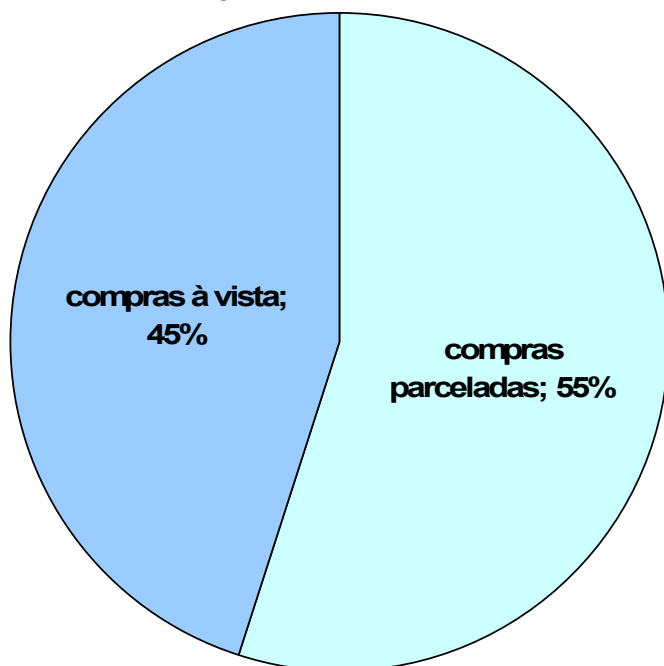




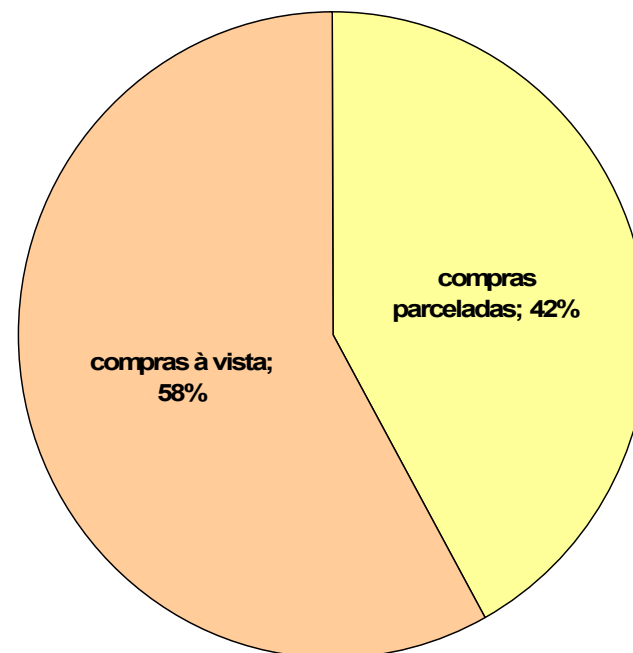
## Disseminação dos Cartões de Crédito entre a População de Baixa Renda

População de baixa renda utiliza o cartão de crédito principalmente para compras parceladas.

Compras com cartão de crédito (Jan - Set/2007)  
População de Baixa Renda



Compras com Cartão de Crédito (Jan - Set/2007)  
População de Alta Renda

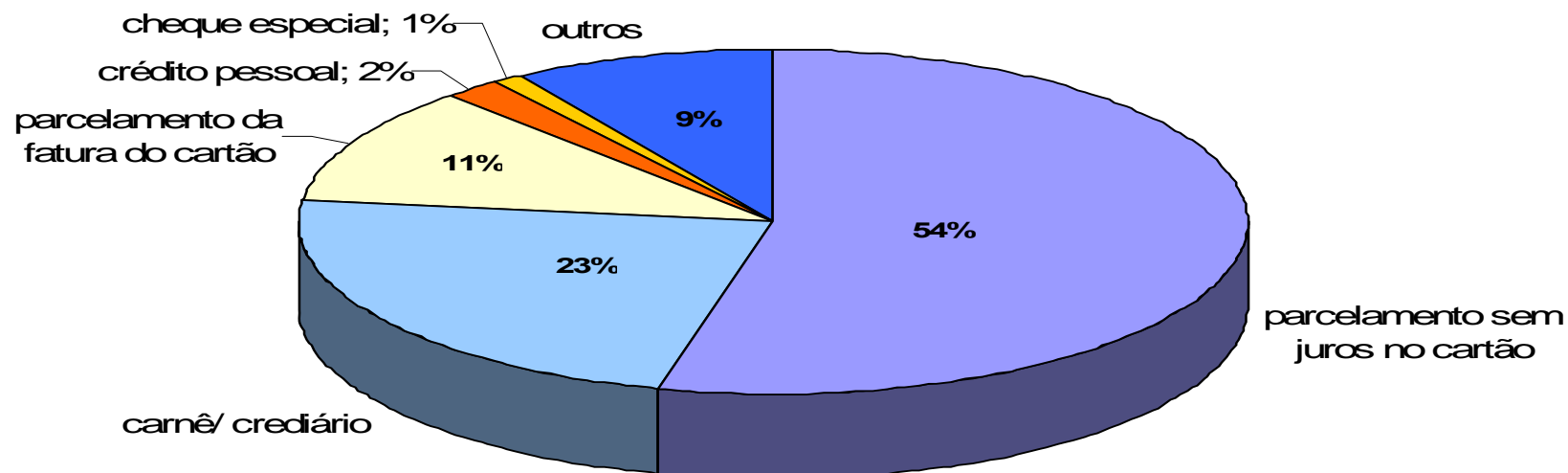




# Disseminação dos Cartões de Crédito entre a População de Baixa Renda

Para a população de baixa renda que possui cartão de crédito, ele já representa o principal meio de financiamento

Meios de Financiamento - População de Baixa Renda





# ESTRUTURA

- **A Secretaria de Acompanhamento Econômico/MF**
- **Panorama do Mercado de Cartões de Pagamento no Brasil**
- **Estrutura da Indústria de Cartões**
- **PLS 213/2007**
  - Diferenciação de preço na venda à vista com cartão de crédito
- **PLS 677/2007**
  - Compartilhamento de infra-estrutura de captura e processamento



## Estrutura de Mercado - Bandeira

- Mercado com **alto índice de concentração**.
- Bandeiras com atuação em nível nacional: 4 bandeiras internacionais (Visa, Mastercard, American Express e Diners) e uma bandeira nacional (Hipercard);
- Existem outras dezenas de bandeiras com atuação restrita a determinadas regiões e com pequena participação de mercado (Cabal, GoodCard, Minascred, Fácil Card, Oboé Card, etc)
- As bandeiras permitem dualidade aos emissores (os emissores podem emitir cartões de mais de uma bandeira);



## Estrutura de Mercado - Emissão

- Existem **dezenas de emissores**, sendo os bancos de varejo os principais;
- Há também financeiras e administradoras não vinculadas a bancos que emitem cartões de crédito de bandeiras regionais ou *private label*;
- Apesar do grande número de emissores, **o mercado de emissão também é concentrado**;
- Em 2006, estima-se que **os 5 principais emissores (Itau, Unibanco, Bradesco, Banco do Brasil e Banco Ibi) concentravam cerca de 71% do mercado, em número de cartões emitidos**;
- Em volume de transações, estima-se que **os 5 maiores emissores (Itau, Bradesco, Banco do Brasil, Citibank e Unibanco) concentravam 79% do mercado**.





## Estrutura de Mercado - Credenciamento

- O mercado de credenciamento é bastante concentrado. Tomando como base o número de estabelecimentos credenciados, estima-se que **as três maiores credenciadoras respondem por cerca de 70% do mercado**;
- As grandes bandeiras adotaram no Brasil um modelo de negócios em que o credenciamento de sua rede fica a cargo de apenas uma credenciadora (Visa→Visanet; Mastercard→Redecard; Diners→Redecard);
- Integração do controle de todas as atividades da cadeia de credenciamento, processamento e liquidação das transações;
- As duas maiores credenciadoras do mercado são de propriedade dos bancos emissores das duas maiores bandeiras;
- Bandeiras regionais fazem seu próprio credenciamento ou contratam empresas também regionais de credenciamento (FastCred, GetNet, Smart.Net, Unik, Mobile Card, etc);



# ESTRUTURA

- **A Secretaria de Acompanhamento Econômico/MF**
- **Panorama do Mercado de Cartões de Pagamento no Brasil**
- **Estrutura da Indústria de Cartões**
- **PLS 213/2007**
  - **Diferenciação de preço na venda à vista com cartão de crédito**
- **PLS 677/2007**
  - **Compartilhamento de infra-estrutura de captura e processamento**



## PLS 213/2007

- **PLS 231/2007** – Propõe acrescentar o seguinte parágrafo ao Art. 39 do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990):

*§ 2º Não se considera abusiva a fixação de preço diferenciado na venda de bens ou na prestação de serviços pagos com cartão de crédito em relação ao preço à vista.*

- No Brasil, a diferenciação de preços nas vendas feitas por meio de cartão de crédito é proibida tanto pelas regras das bandeiras como por **normas expedidas pelo poder público**:
  - *o inciso I do Art 1º da **Portaria Federal nº 118/1994**, do Ministério da Fazenda dispõe:*
  - *“I - não poderá haver diferença de preços entre transações efetuadas com uso do cartão de crédito e as que são em cheque ou dinheiro”;*
  - *As autoridades de defesa do consumidor também consideram a prática de sobrepreço irregular:*
    - *- Resolução nº 34/89 do **Conselho Nacional de Defesa do Consumidor – CNDC**.*
    - *- Notas Técnicas nº 02 e 103, de 2004 do **Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor**, do Ministério da Justiça*



## Proibição de Sobrepreço: Perspectiva Antitruste

- Efeitos anticoncorrenciais ao longo da indústria de cartões decorrentes da regra de não-sobrepreço:
- **Redução da concorrência entre as bandeiras:** Como a diferenciação de preço é proibida não só entre meios de pagamento, mas também entre tipos diferentes de cartão, ela aumenta a idéia de substituíbilidade entre as diferentes bandeiras para o consumidor. Entretanto, o custo para o comerciante difere e como esta diferença não pode ser repassada para o consumidor, este último não tem como decidir de modo a favorecer as empresas que cobram as menores taxas. Assim, a regra de não-sobrepreço protege as bandeiras da concorrência interna entre elas.
- **Redução da amplitude dos preços no mercado de credenciamento:** Se o preço dos produtos pudesse ser diferenciado de modo a refletir a taxa de desconto que cada credenciador cobra do comerciante, o impacto deste custo seria mais transparente e a pressão para sua redução seria maior (lojistas+portadores). Quando a diferenciação de preços ao consumidor final não pode ser feita, a empresa que cobra a taxa de desconto menor deixa de internalizar esta vantagem, já que sua taxa de desconto irá compor o preço final uniforme que deverá ser cobrado de todos os consumidores.
- **Distanciamento da concorrência do fator “preço”:** Como o preço no balcão é o mesmo, o que acaba tendo maior influência sobre a decisão do consumidor são os benefícios de cada instrumento de pagamento. Assim, as empresas de cartão vão concentrar a concorrência em fatores como promoções, descontos, programas de milhagem, prêmios e sorteios.



## Proibição de Sobrepreço: Perspectiva Antitruste

- Embora, a regra de não-sobrepreço provoque os efeitos anticoncorrenciais apontados, a sua proibição exige alguns cuidados:
  - acompanhamento da diferenciação de preços praticada no mercado para **evitar abusos**;
  - uma vez que as vendas com cartão **facilitam a fiscalização** de impostos, em alguns setores pode ocorrer **elevação de preços exagerada para as compras com cartão** com o intuito de **desincentivar ou inviabilizar a utilização** deste instrumento;
  - atualmente é comum o preço à vista com cartão, cheque ou dinheiro ser igual ao preço parcelado no cartão. Já que a população de baixa renda é a principal beneficiada por esta prática, é preciso avaliar como a **diferenciação de preços repercutirá nos preços das operações parceladas com cartão**.



# ESTRUTURA

- **A Secretaria de Acompanhamento Econômico/MF**
- **Panorama do Mercado de Cartões de Pagamento no Brasil**
- **Estrutura da Indústria de Cartões**
- **PLS 213/2007**
  - Diferenciação de preço na venda à vista com cartão de crédito
- **PLS 677/2007**
  - **Compartilhamento de infra-estrutura de captura e processamento**



## PLS 677/2007

- **PLS 677/2007** – Dispõe que as redes de captura e processamento de informações das operadoras de cartões de crédito e débito deverão ser interconectadas e funcionalmente compatíveis.
- Determina que o compartilhamento de redes será objeto de livre negociação entre os operadores.
- Determina que os acordos de compartilhamento devem ser celebrados em termos não-discriminatórios e devem estabelecer preços justos e razoáveis associados aos respectivos custos.



## Compartilhamento de Infra-estrutura: Perspectiva Antitruste

- A **cadeia de captura e processamento** de uma transação com cartão de crédito ou débito compreende as seguintes atividades:
  - Credenciamento do lojista.
  - Venda ou locação dos terminais de captura
  - Captura e processamento das transações
  - Direcionamento dos pedidos de pagamento
  - Liquidação e compensação das transações
  - Definição dos parâmetros e pré-requisitos para acesso a rede, bem como dos padrões técnicos operacionais.
- No Brasil, todas as redes são caracterizadas por **alto grau de integração** destas atividades.
- Embora **alguns serviços** sejam **terceirizados**, em cada rede, o **controle das atividades** e a responsabilidade pelos serviços é **concentrado em uma única empresa**.





## Compartilhamento de Infra-estrutura: Perspectiva Antitruste

- A replicação das redes de captura e processamento significa **custos sobrepostos de ampliação e manutenção**;
- A impossibilidade de acesso a rede para diferentes credenciadores de uma mesma bandeira faz com que os comerciantes **possuam uma única opção de credenciamento para cada bandeira**;
- A impossibilidade de compartilhamento de terminais entre bandeiras diferentes faz com que os comerciantes **tenham que contratar uma empresa diferente para cada bandeira** com que desejam trabalhar;
- Alternativa atual de compartilhamento (PDV) só é viável **para estabelecimentos de grande porte, devido ao custo elevado**;
- Nos segmentos onde a inexistência do compartilhamento poderia representar um grande empecilho para o uso dos cartões, as **redes têm projetos de compartilhamento em teste** (delivery, vendas porta-a-porta, táxi, etc).



## Compartilhamento de Infra-estrutura: Perspectiva Antitruste

- Ganhos esperados com o compartilhamento da infra-estrutura:
  - Aplicação **mais eficiente dos recursos** na ampliação e manutenção da infra-estrutura de captura e processamento;
  - **Redução dos custos de transação** com cartões para os comerciantes;
  - **Entrada de novos *players*** nas atividades de credenciamento e processamento e conseqüente aumento da concorrência;
  - **Aumento da variedade de serviços oferecidos** aos comerciantes, com possível redução do preço dos serviços;



## Compartilhamento de Infra-estrutura: Perspectiva Antitruste

- O compartilhamento da infra-estrutura envolve questões complexas como:
  - O modelo que se deseja implantar:
    - a) compartilhamento de terminais, sem imposição da separação das atividades de rede, credenciamento e processamento;
    - b) abertura de rede, com completa separação das atividades de rede, processamento e credenciamento.



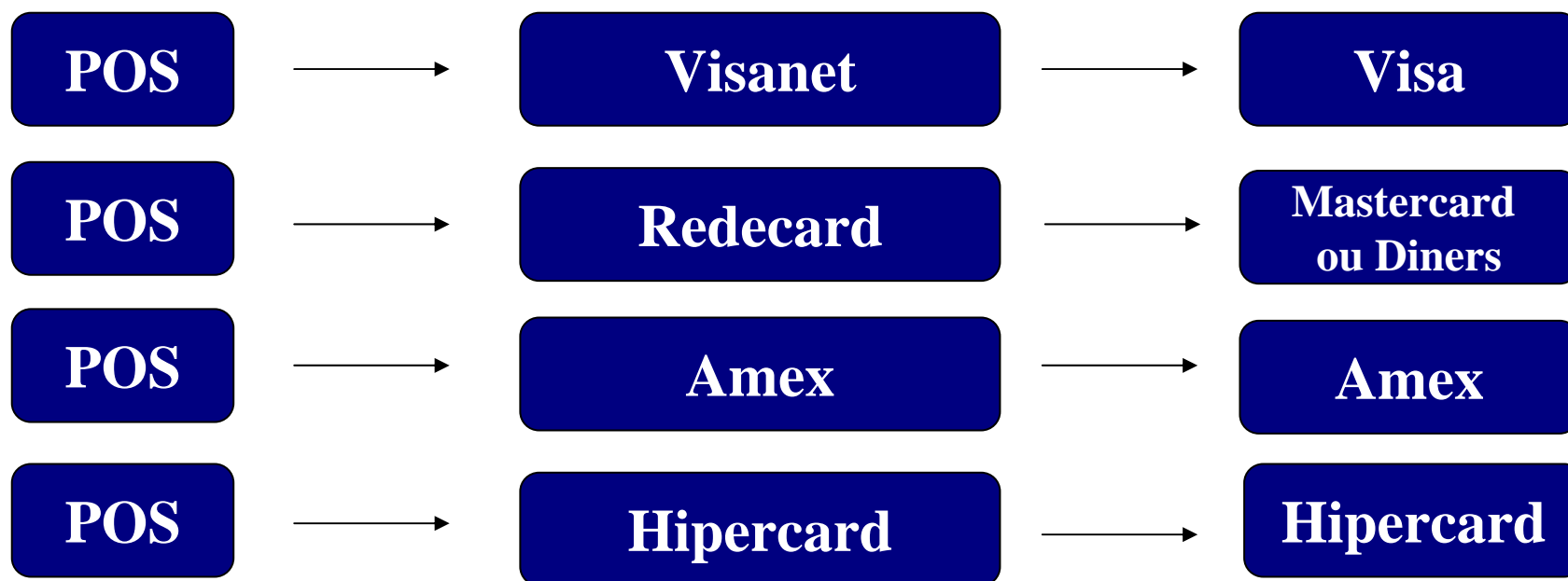
## Compartilhamento de Infra-estrutura: Perspectiva Antitruste

- **Compartilhamento de terminais de captura** – mesmo que os acordos sejam feitos de forma bilateral, será necessária alguma regulação e acompanhamento do mercado para evitar condutas discriminatórias através de preço ou tráfego de dados que na prática inviabilizem o compartilhamento;
- **Separação das atividades de processamento e credenciamento** – neste caso, uma empresa só poderia atuar em uma destas atividades. Aquelas que atuam hoje de forma verticalizada teriam que realizar desinvestimento em uma das atividades.



## Compartilhamento de Infra-estrutura: Perspectiva Antitruste

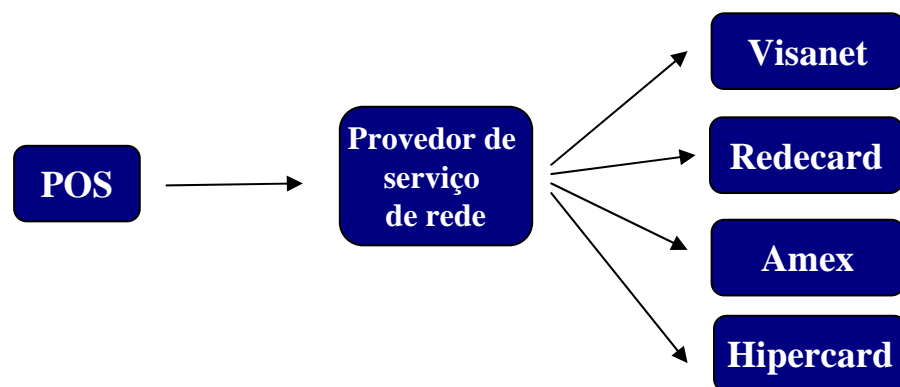
Modelo atual no Brasil:



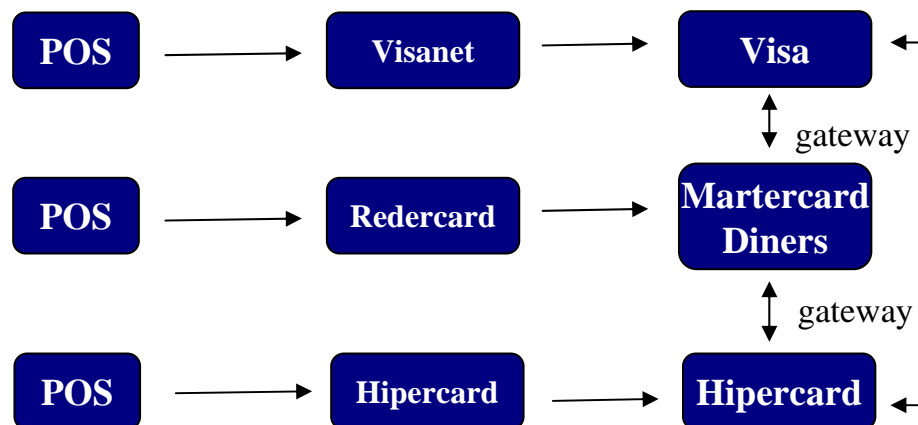


## Compartilhamento de Infra-estrutura: Perspectiva Antitruste

### ➤ Possíveis Modelos Alternativos:



- Único POS no estabelecimento;
- Estabelecimento tem contrato com diversos adquirentes
- Modelo adotado no Japão e Coréia

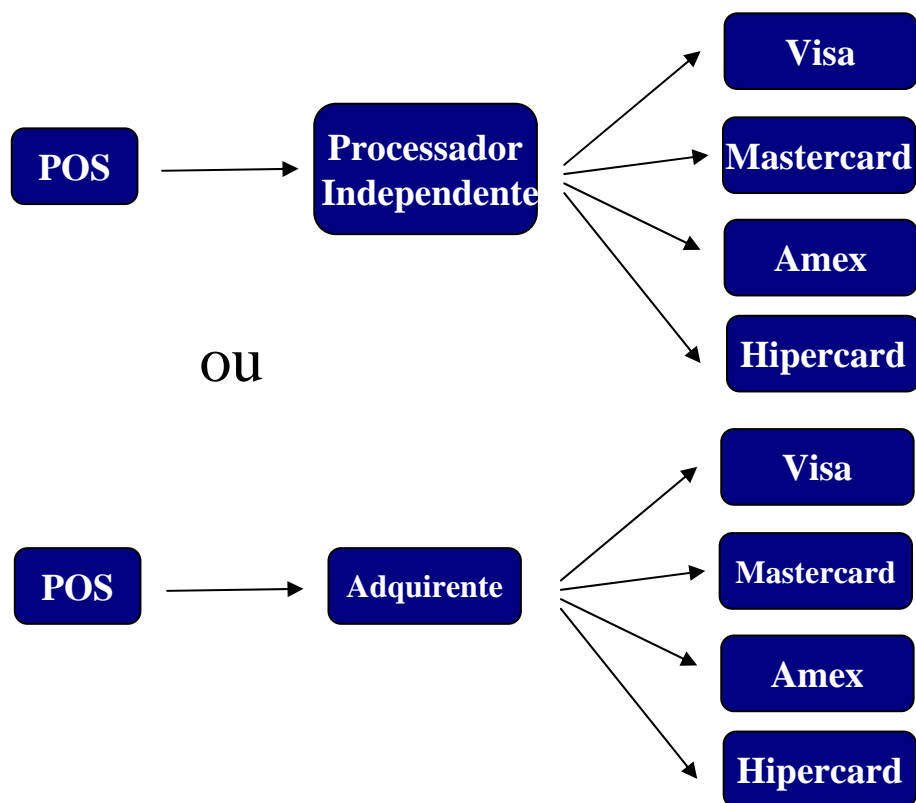


- Único POS no estabelecimento;
- Estabelecimento tem contrato com apenas uma adquirente
- Bandeiras têm acordo de intercâmbio de transações entre suas redes
- Modelo adotado no Canadá



## Compartilhamento de Infra-estrutura: Perspectiva Antitruste

### ➤ Possíveis Modelos Alternativos:



- Único POS no estabelecimento;
- Vários produtos não relacionados aos cartões podem ser disponibilizados por meio do POS para o comerciante (carga celular, gift card, etc)
- Modelo adotado nos EUA



## Compartilhamento de Infra-estrutura: Perspectiva Antitruste

- No Brasil há uma perspectiva de que a tendência para os próximos anos seja o compartilhamento.
- Já existe no mercado nacional uma rede (GetNet) com o conceito de rede aberta de multiserviços, isto é, que permite a utilização de seus terminais para o processamento de múltiplos produtos de administradoras de cartões e operadoras de diversos segmentos (financeiro, varejo, telefonia, transportes).
- Além disso, empresas internacionais têm se interessado em atuar no Brasil, apostando que o modelo de negócios de cartões no Brasil deve migrar para o compartilhamento entre os próximos 5 e 10 anos. É o caso da TSYS, que é a maior processadora mundial de pagamentos eletrônicos.
- A entrada no mercado dos *mobile payments* também tem potencial de alterar radicalmente a configuração do mercado de captura e processamento, já que possibilita a entrada de grandes players no mercado (telefônicas) para concorrer com as redes já instaladas, embora a padronização ainda seja um entrave.





Obrigado!

Marcelo de Matos Ramos  
Coord. Geral Comunicação e Mídia  
[marcelo.ramos@fazenda.gov.br](mailto:marcelo.ramos@fazenda.gov.br)  
tel: 61 3412-2280