

Fiserv Insights

Meios de Pagamento das PMEs

Fiserv Brasil

Novembro de 2023

Fiserv Insights – Meios de Pagamento das PMEs

1. A Pesquisa
2. Perfil dos Participantes
3. Meios de Pagamento Tradicionais
4. Meios de Pagamentos Digitais
5. Canais de Venda e Experiência do Cliente
6. Perspectivas das PMEs para os Próximos 12 Meses
7. Principais Insights

A Pesquisa

Em 2023, em parceria com o [Sebrae-SP](#), a [Fiserv](#) conduziu uma pesquisa com o objetivo de entender como os meios de pagamento estão impactando as pequenas empresas em São Paulo.

Os participantes da pesquisa **são proprietários ou sócios** de empreendimentos no estado de São Paulo, compreendendo tanto Microempresas (ME) como Empresas de Pequeno Porte (EPP).

A **coleta de dados** ocorreu por meio de uma pesquisa de **autopreenchimento** distribuída **por e-mail** durante o mês de **setembro** de 2023. No total, recebemos **1.308 respostas** de empreendedores que são do estado de São Paulo.

Para garantir que os resultados refletissem fielmente a representação das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte no estado, os **dados foram ponderados**, pelo porte ME e EPP, com base em informações da Receita Federal, conforme disponibilizado pelo [Datasebrae](#) em 3 de outubro de 2023.

Esses resultados não apenas oferecem **insights valiosos** para o Sebrae-SP e a Fiserv, mas também enriquecem a compreensão das necessidades dos pequenos negócios em São Paulo. Eles têm o potencial de influenciar políticas e programas de apoio a esse setor vital para a economia regional, promovendo o crescimento e a sustentabilidade das pequenas empresas no estado.

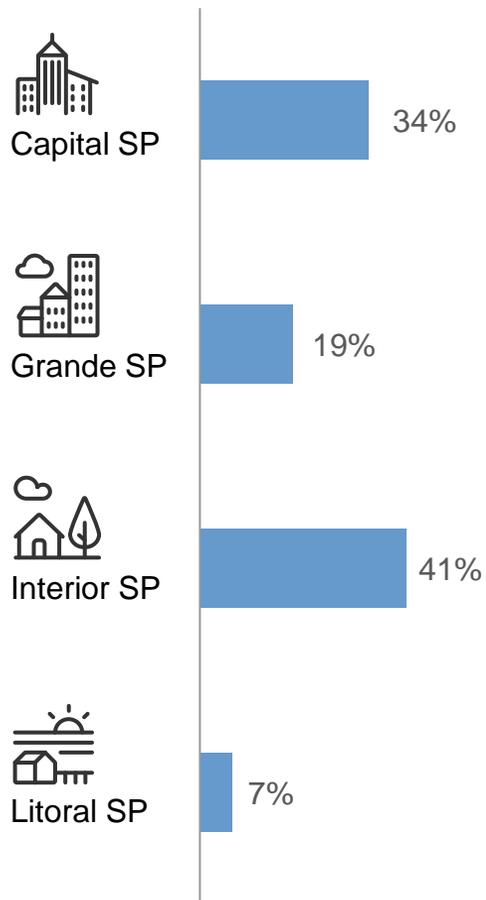
2

Perfil dos Participantes

Perfil dos Empreendedores Que Aceitam Pagamentos Por Maquininha



Região Base = 1.308



Porte/setor



Faturamento anual

- Microempresa (ME): até R\$ 360 mil
- Empresa de Pequeno Porte (EPP): de R\$ +360 mil a R\$ 4,8 milhões

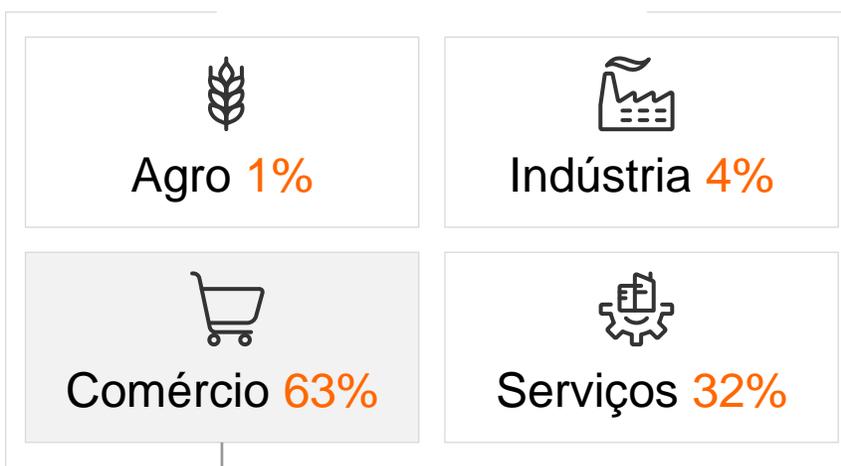
Tempo de vida Base = 702



Dos respondentes que adotam maquininhas para pagamentos, observa-se que **41%** estão localizados no interior, enquanto **34%** atuam na capital.

É notável que a maioria, representando **69%** desses empreendedores, são categorizados como **Microempresas (MEs)**, seguidos por **31%** que são **Empresas de Pequeno Porte (EPPs)**.

Além disso, os setores de **comércio (63%)** e **serviços (32%)** se destacam como os mais preponderantes em suas atividades.



Comércio – Grupo CNAE – Top 7

Comércio varejista de produtos novos não especificados anteriormente e de produtos usados	14.7%
Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo	11.6%
Comércio varejista de material de construção	7.7%
Comércio varejista de equipamentos de informática e comunicação; equipamentos e artigos de uso doméstico	6.2%
Comércio varejista não-especializado	5.3%
Comércio de peças e acessórios para veículos automotores	5.2%
Comércio varejista de produtos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos e artigos médicos, ópticos e ortopédicos	3.1%
Comércio varejista de artigos culturais, recreativos e esportivos	2.6%

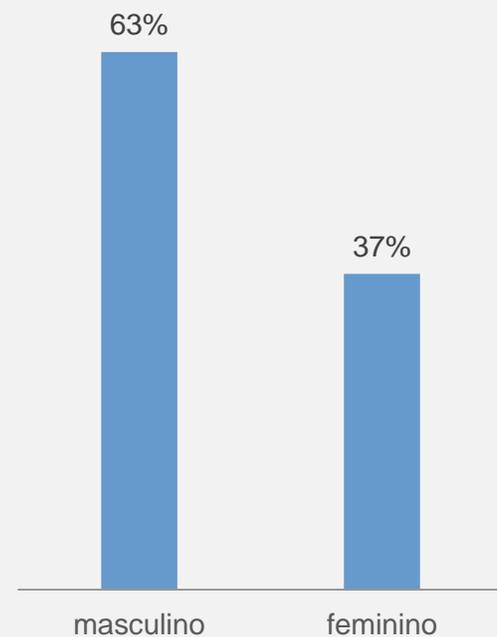
Perfil dos Empreendedores Que Aceitam Pagamentos Por Maquininha



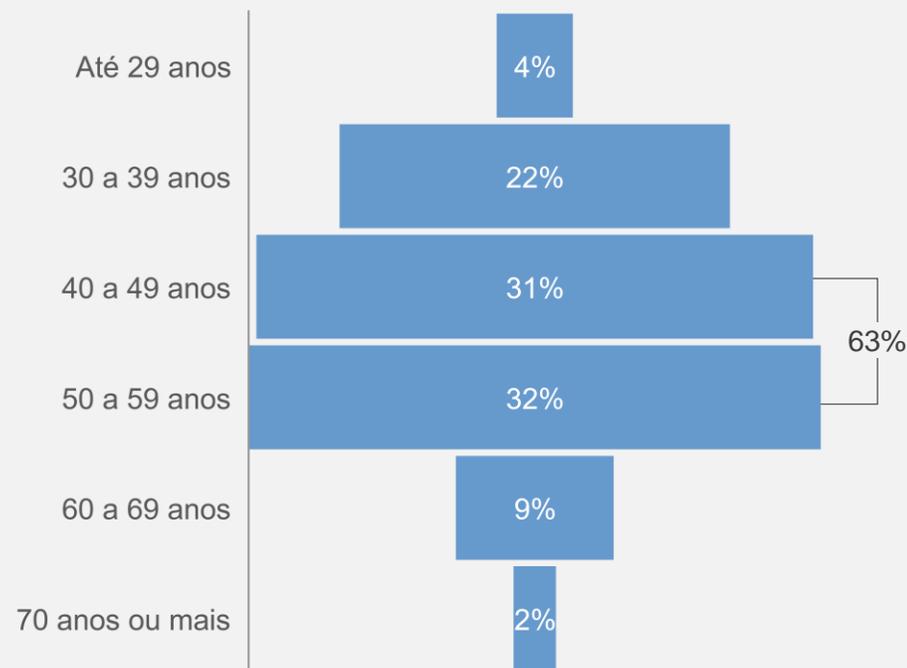
Na pesquisa, observa-se que a maioria dos empreendedores que aceitam maquininhas de pagamento **são homens (63%)** com idades entre **40 e 59 anos (63%)**. Além disso, a grande maioria possui **níveis educacionais mais elevados**, com 59% tendo concluído o ensino superior ou pós-graduação. Esses dados sugerem um perfil demográfico com instrução superior entre esses empreendedores em comparação com a população de São Paulo.

Gênero

Base = 1.308

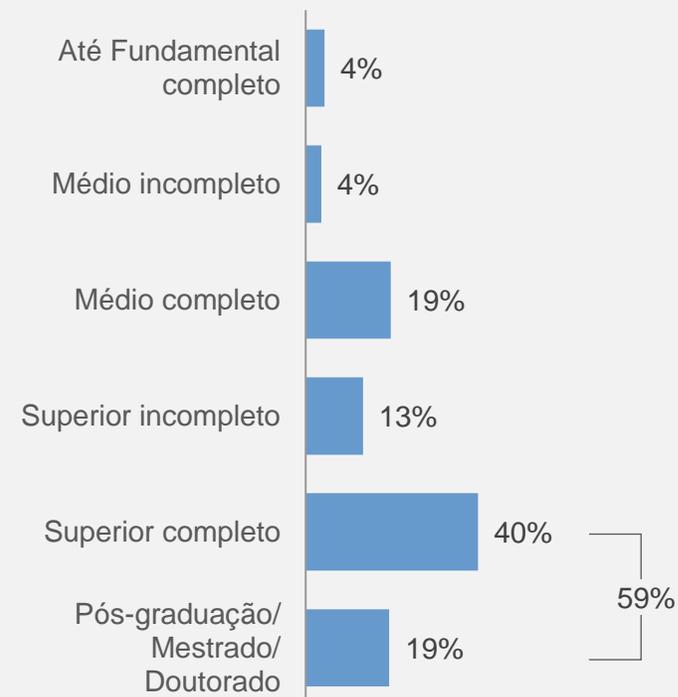


Idade



Escolaridade

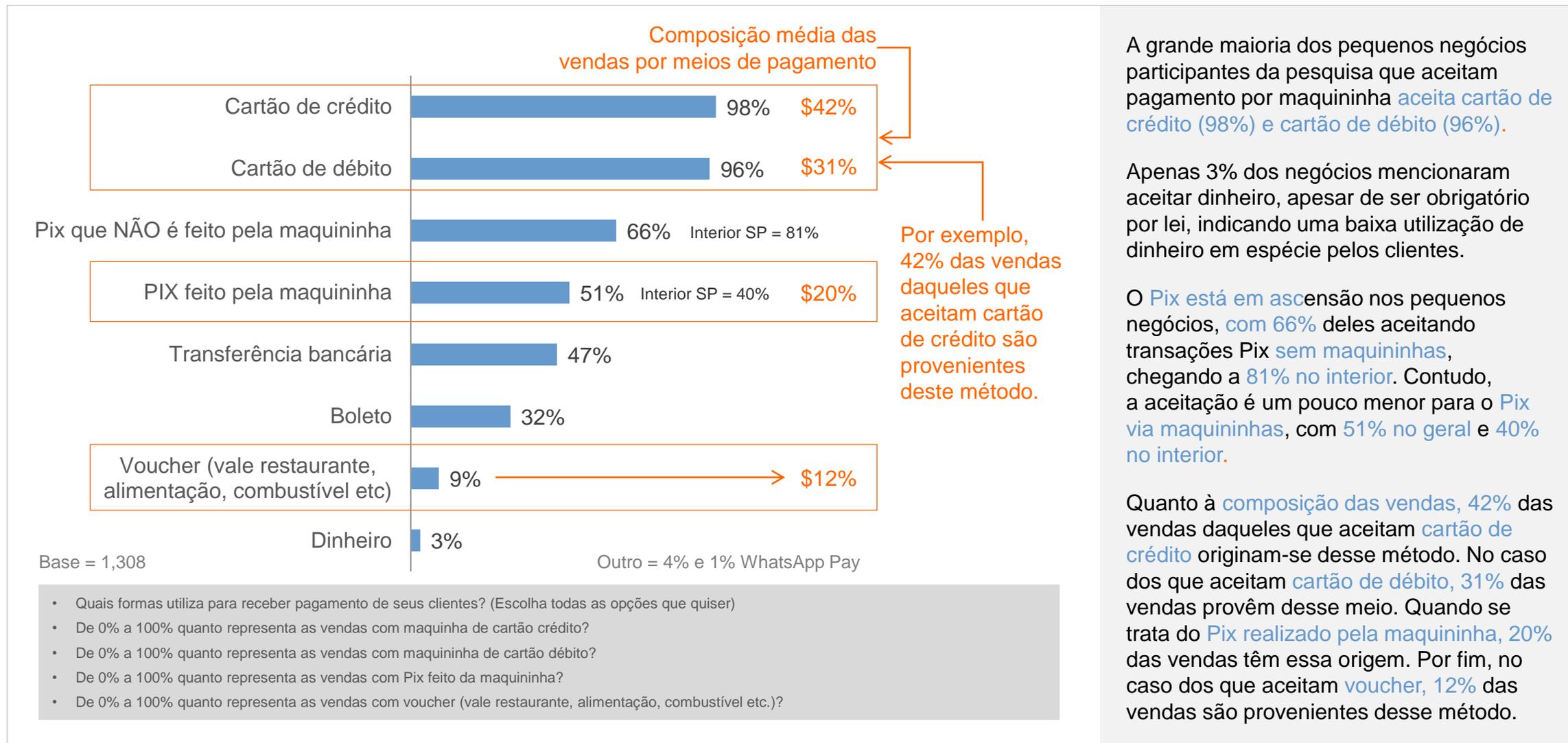
(1% recusou)



3

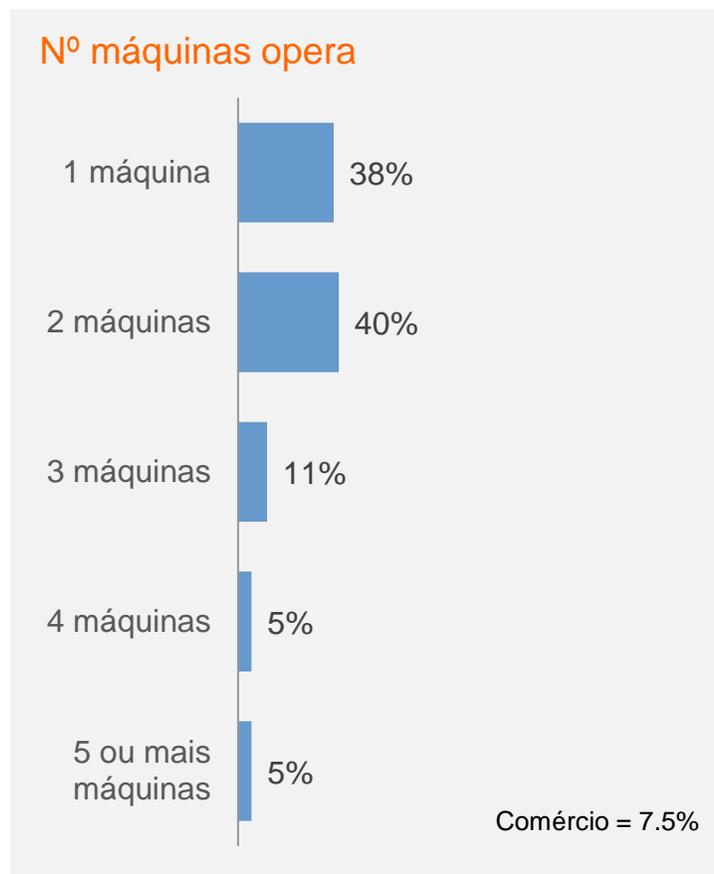
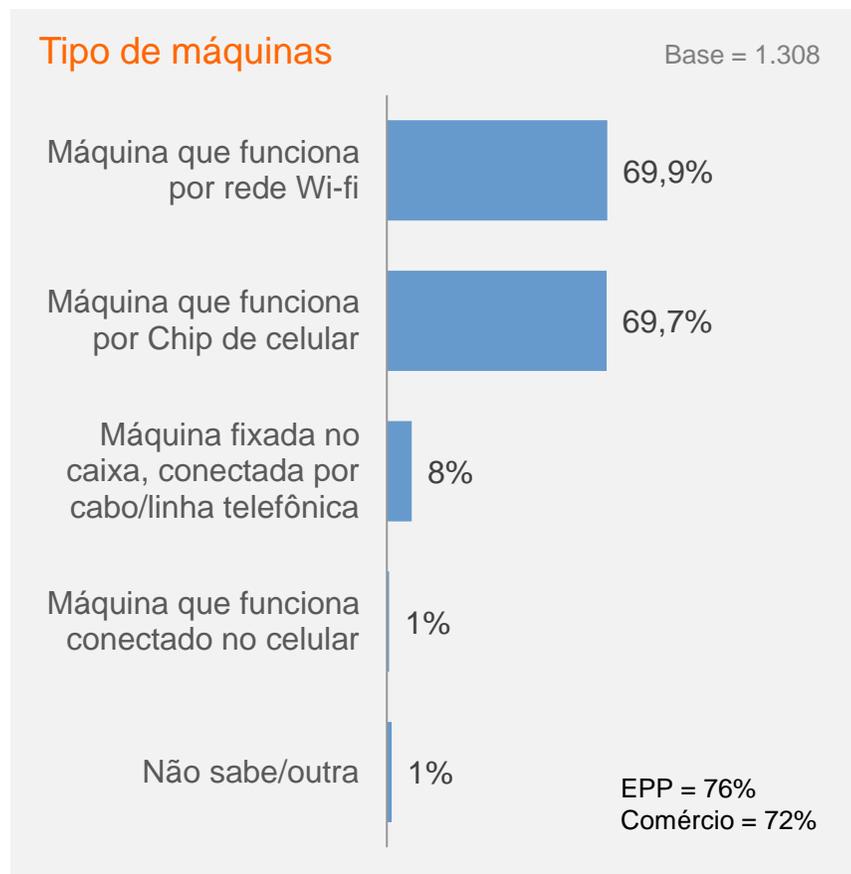
Meios de Pagamento Tradicionais

Métodos de Pagamentos Tradicionais Aceitos



- Quais formas utiliza para receber pagamento de seus clientes? (Escolha todas as opções que quiser)
- De 0% a 100% quanto representa as vendas com maquininha de cartão crédito?
- De 0% a 100% quanto representa as vendas com maquininha de cartão débito?
- De 0% a 100% quanto representa as vendas com Pix feito da maquininha?
- De 0% a 100% quanto representa as vendas com voucher (vale restaurante, alimentação, combustível etc.)?

Maquininhas em Uso: Tipos e Quantidades



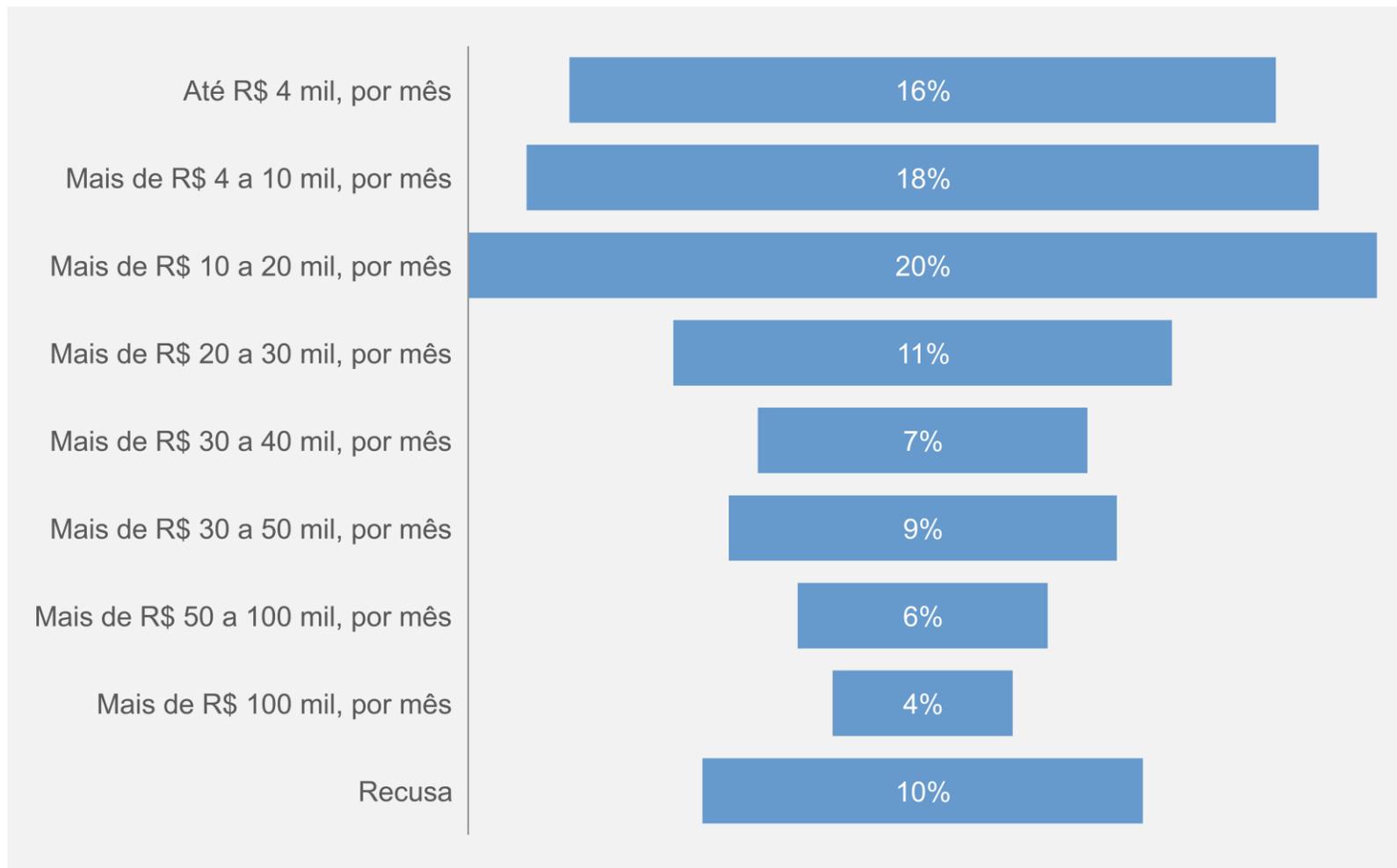
Dos participantes, 70% usam maquininhas que operam com conexão Wi-Fi, enquanto 70% optam por maquininhas que funcionam com chip de celular, com 76% deles pertencentes ao setor EPP e 72% ao setor de comércio. Apenas 8% utilizam maquininhas fixas conectadas por cabo ou linha telefônica.

Em relação à quantidade de maquininhas em uso, 38% dos entrevistados possuem apenas uma, 40% possuem duas, 11% têm três e 5% utilizam quatro maquininhas, com um percentual de 7.5% no setor de comércio.

Nas respostas múltiplas a soma dos percentuais resultaram 100% ou mais, isso ocorre ao fato da possibilidade de escolher uma ou mais respostas.

- Quais maquininhas você utiliza/opera para receber pagamento de seus clientes? (Escolha todas as opções que quiser)
- Quantas maquininhas possui/ opera?

Movimento Médio (\$) Mensal Com Vendas Das Maquininhas



Os empreendedores na pesquisa apresentam uma ampla variação no faturamento das maquininhas: 16% faturam até R\$ 4 mil por mês, 18% entre R\$ 4 mil e R\$ 10 mil, e 20% entre R\$ 10 mil e R\$ 20 mil.

A estimativa média de faturamento é de R\$ 24.902 por mês, totalizando R\$ 298.800 anualmente.

Esses dados ilustram a diversidade de empreendedores e seus níveis de uso das maquininhas de cartão, desde pequenos negócios até empresas com um faturamento relativamente substancial.

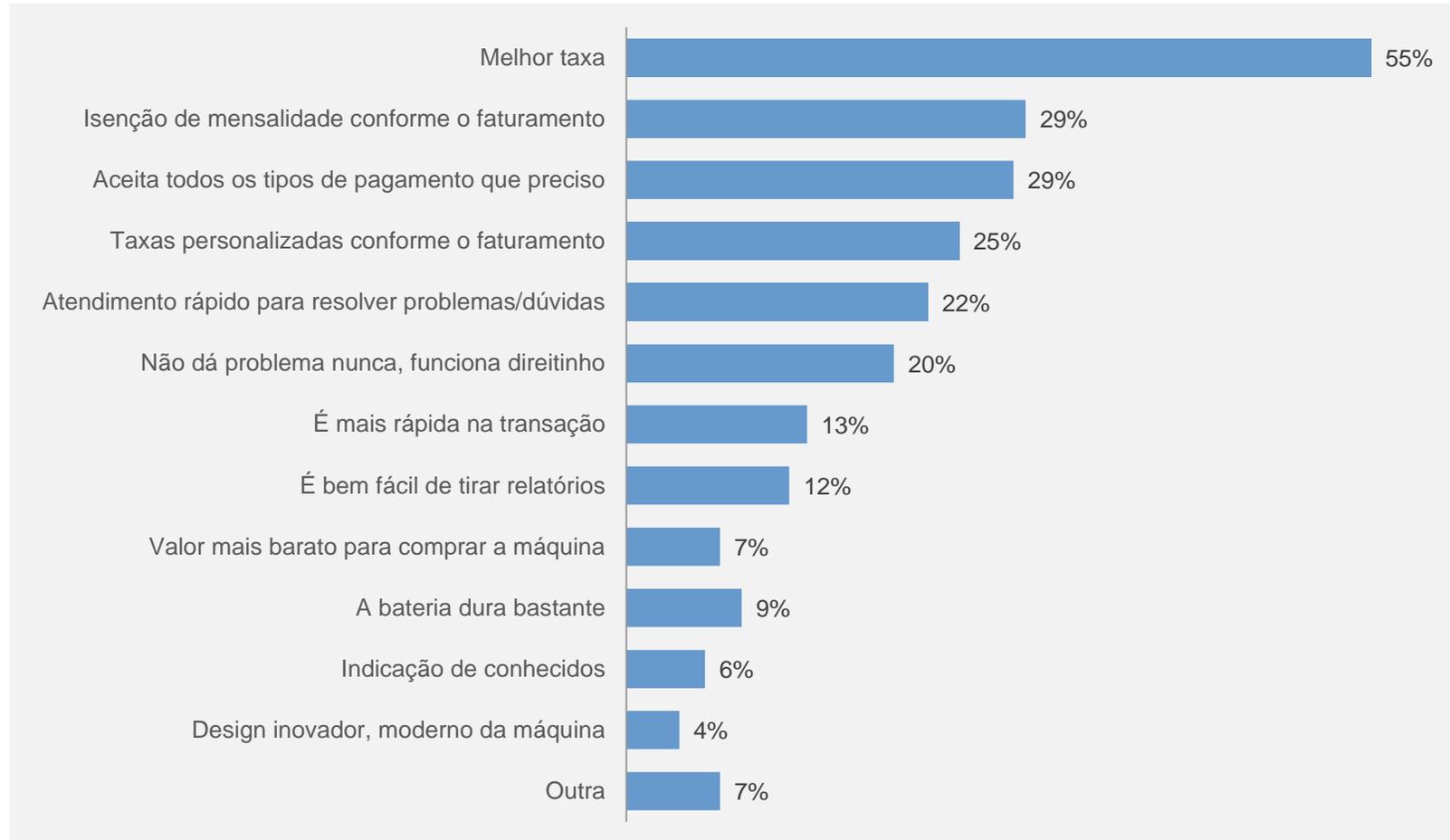
Estimativa de faturamento:

- R\$ 24.902, por mês
- R\$ 298.800, por ano

Em média, quanto movimenta (fatura) com as vendas das maquininhas?

Base = 1,308

Motivos Prefere Utilizar a Maquinha de Cartão



A preferência dos entrevistados pelas maquininhas de cartão revela uma busca incessante por economia e praticidade.

Os entrevistados priorizam maquininhas com "Melhor Taxa" (55%), seguidas por "Isenção de Mensalidade conforme Faturamento" e "Aceitação de todos os tipos de pagamento necessários" (ambos 29%). Também valorizam "Taxas Personalizadas" (25%) e "Atendimento Rápido" (22%), buscando eficiência e flexibilidade nas transações.

Base = 1,308

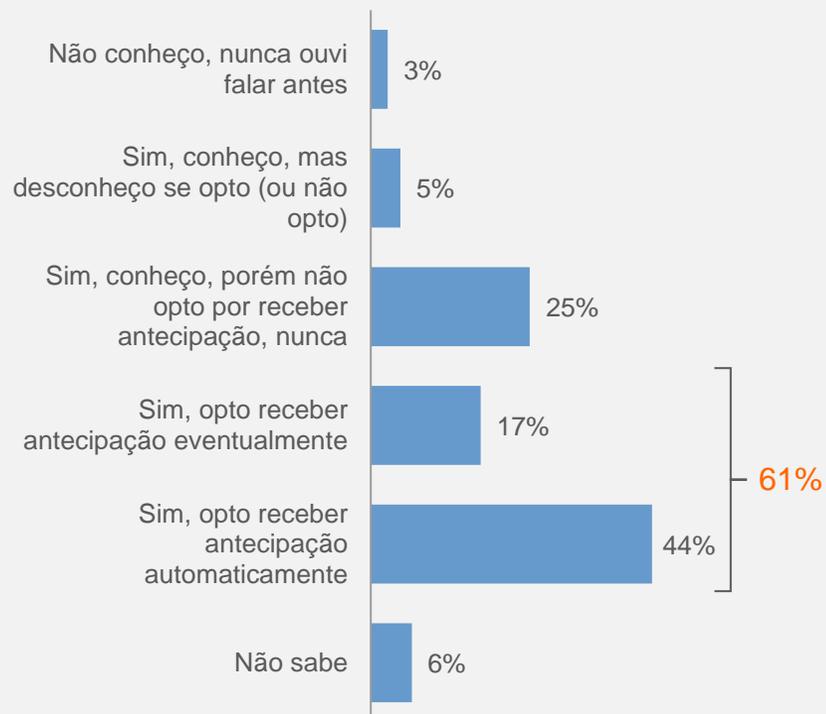
Por quais motivos mais utiliza ou prefere utilizar a máquina 1º lugar? (resposta múltipla estimulada)

Nas respostas múltiplas a soma dos percentuais resultaram 100% ou mais, isso ocorre ao fato da possibilidade de escolher uma ou mais respostas.

Antecipação de Vendas nas Maquinhas De Cartão

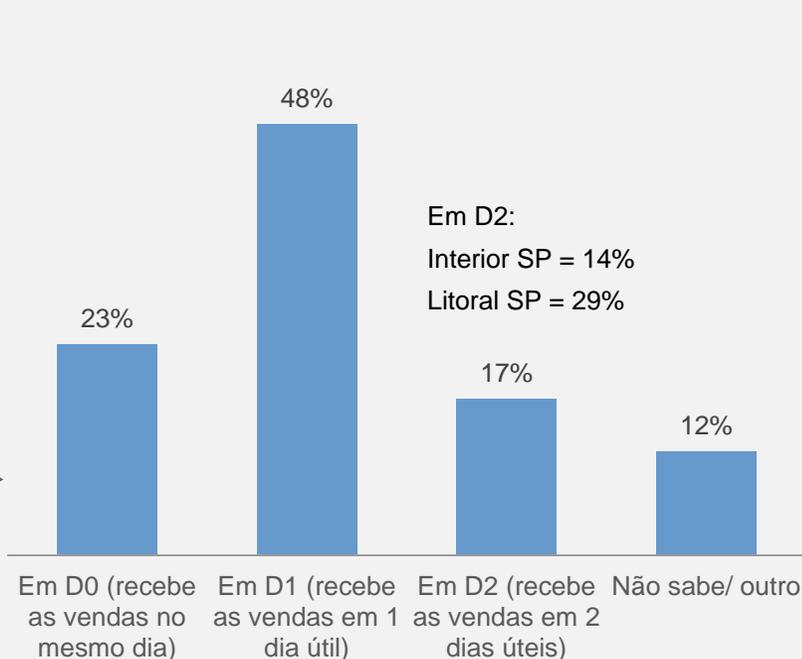


Opta receber por antecipação de vendas?



Base = 1,308

Em quanto tempo recebe a antecipação?



Base = 799

61% →

Entre os entrevistados, a maioria dos empreendedores (61%) opta por receber antecipações das vendas realizadas em suas maquininhas de cartão. Dentro desse grupo, 44% escolhem a opção de antecipação automática, enquanto 17% preferem solicitá-la eventualmente. Entre aqueles que optam pela antecipação, 48% recebem os fundos em 1 dia útil, 23% no mesmo dia das vendas e 17% em 2 dias úteis após as transações. Esses dados refletem as diversas preferências dos empreendedores em relação aos adiantamentos de pagamento.

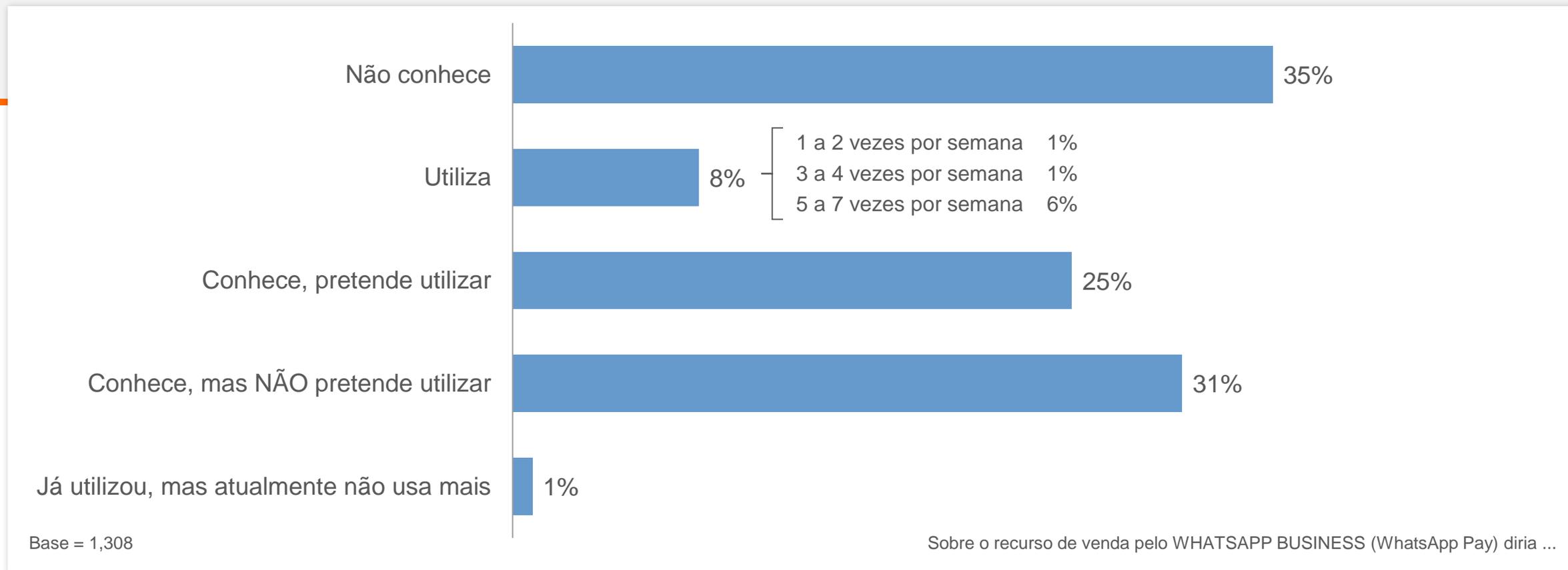
- Opta receber ANTECIPAÇÃO DAS VENDA em sua(s) maquininha(s) de cartão?
- E opta receber antecipação da vendas ...

4

Meios de Pagamento Digitais

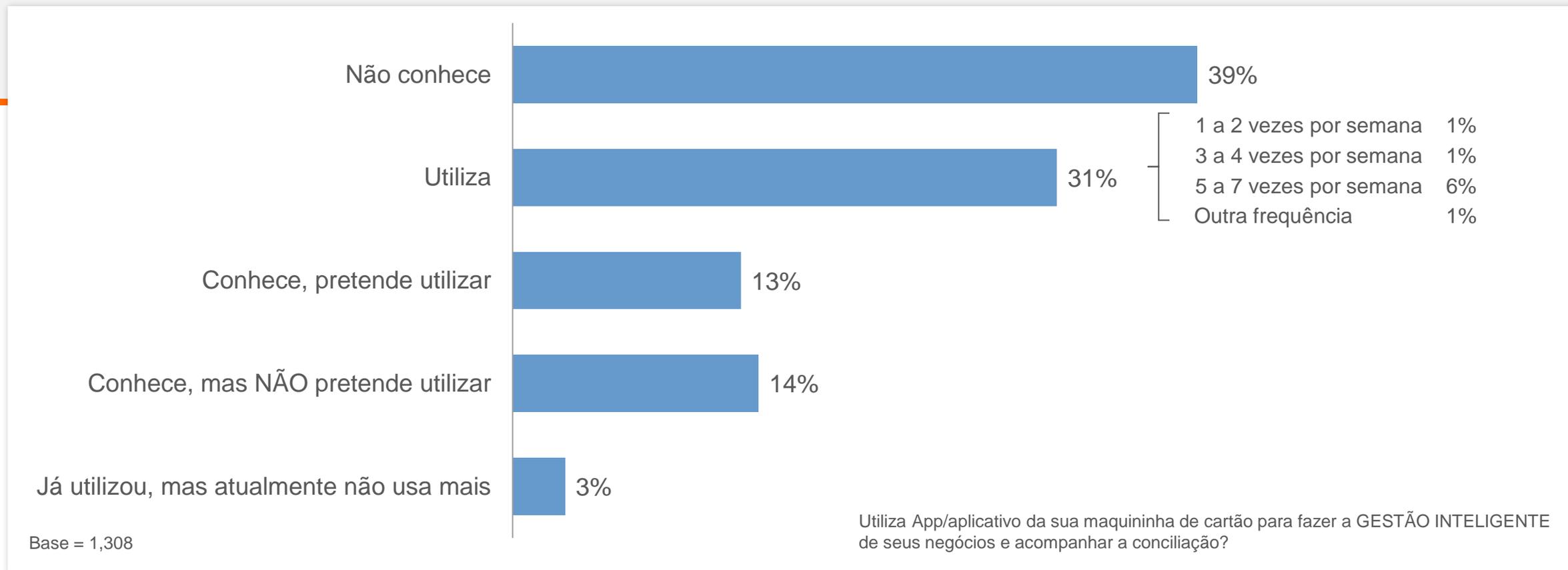
Uso de WhatsApp Pay

Os dados revelam que o WhatsApp Business (WhatsApp Pay) é desconhecido para 35% dos entrevistados, sendo usado por apenas 8%. No entanto, 25% conhecem e pretendem utilizar, enquanto 31% conhecem, mas não têm planos de usá-lo.



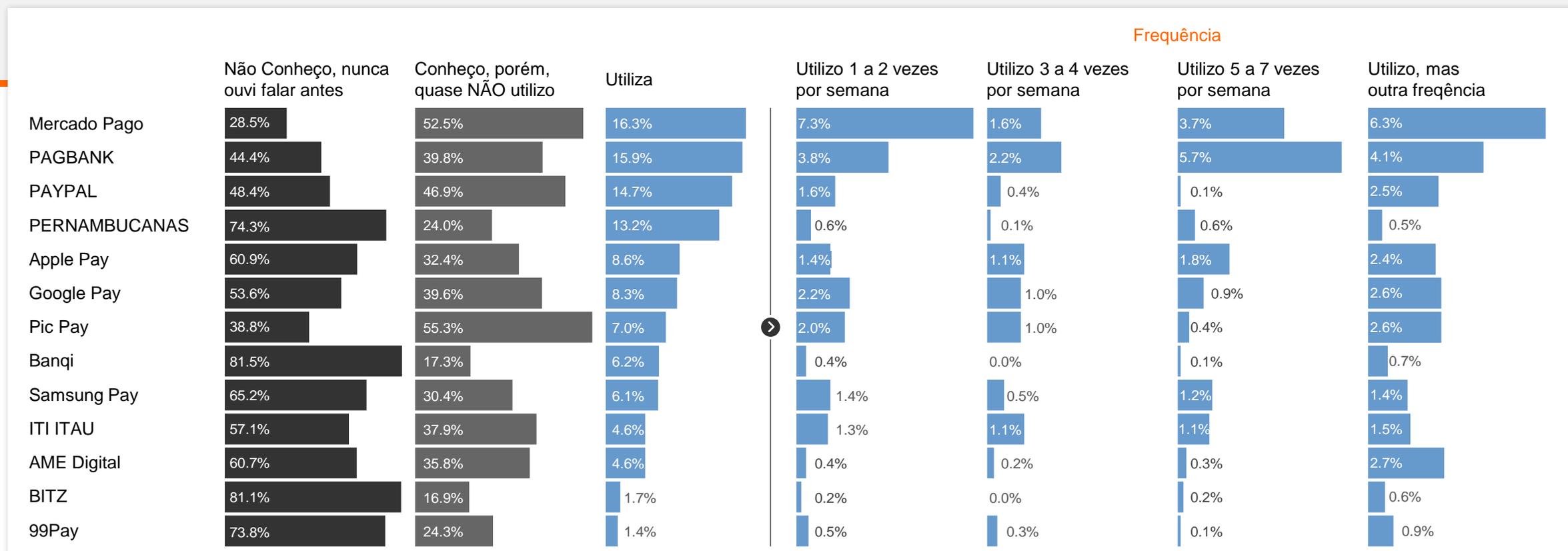
Uso de App de Gestão Inteligente

Os dados revelam que o App de gestão inteligente é utilizado por 39% desconhecem, 31% utilizam, 13% conhecem e planejam usar, 14% conhecem, mas não têm planos de uso.



Utilização de Carteiras Digitais

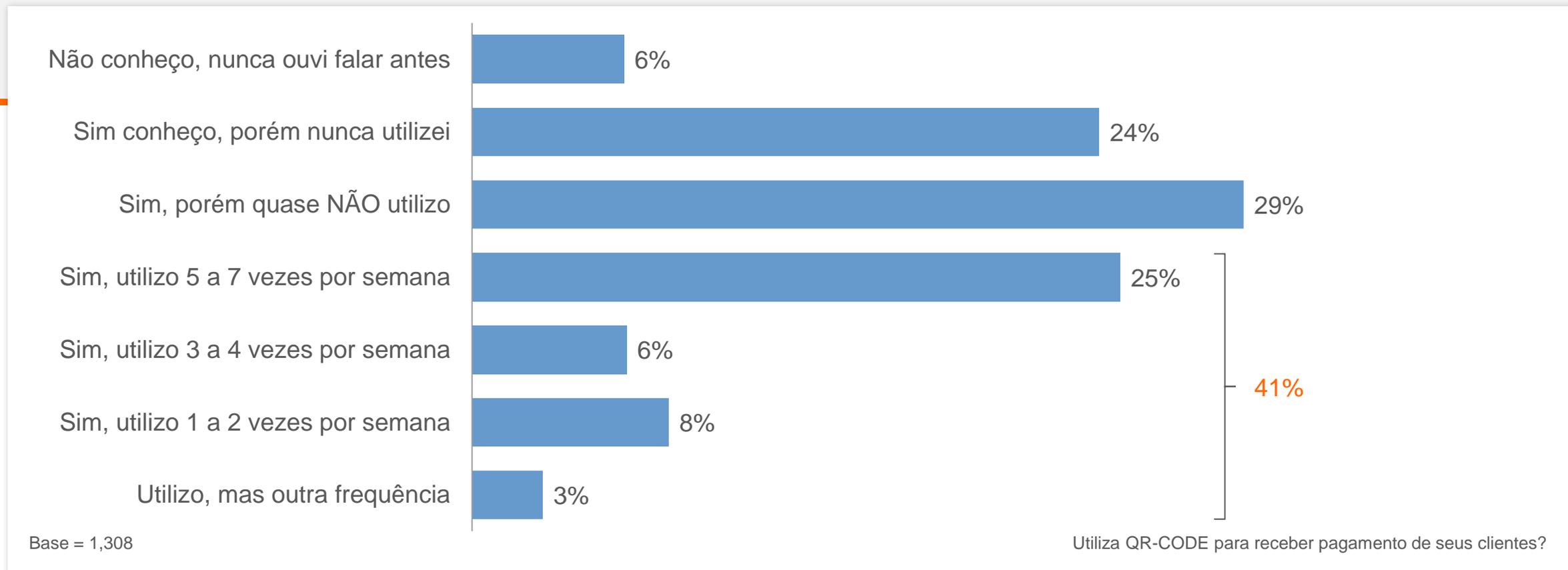
Os dados que mais chamam a atenção na pesquisa sobre a conhecimento e uso de carteiras digitais pelos empreendedores são a **alta porcentagem** de empreendedores que **não conhecem ou nunca ouviram falar de algumas das carteiras**, como "Pernambucanas" (74,3%) e "Bitz" (82,1%), contrastando com a presença considerável de "Mercado Pago" (16,3%) e "PagBank" (15,9%) entre os que utilizam. Além disso, a maioria dos empreendedores parece estar ciente das opções, mas uma parcela significativa apenas as **utiliza ocasionalmente**, destacando a necessidade de esforços para aumentar a adoção efetiva dessas carteiras digitais.



Base = 1,308 | Quais CARTEIRAS DIGITAIS você utiliza atualmente?

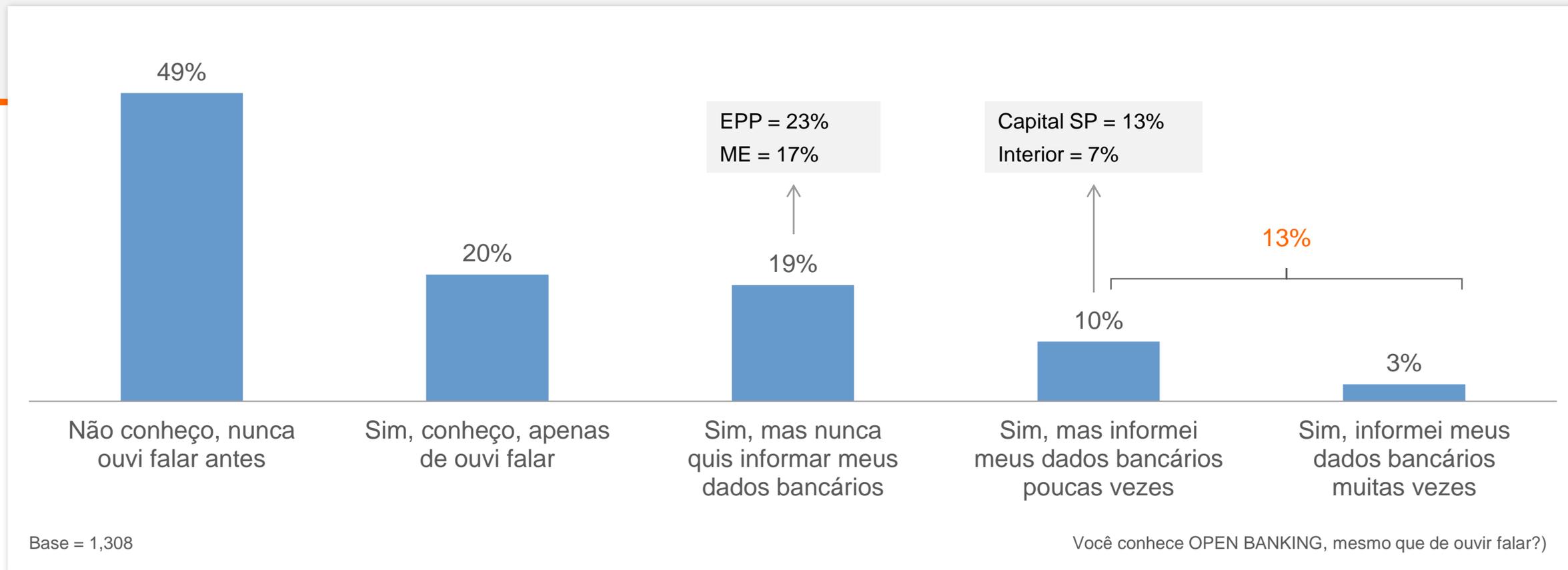
Utilização de QR Code Para Receber Pagamentos

Na pesquisa, o QR Code é **amplamente conhecido (94%)**, com apenas 6% desconhecendo-o, mas sua **utilização é variada totalizando 41% de utilização**, sendo que 25% o utilizam de 5 a 7 vezes por semana.



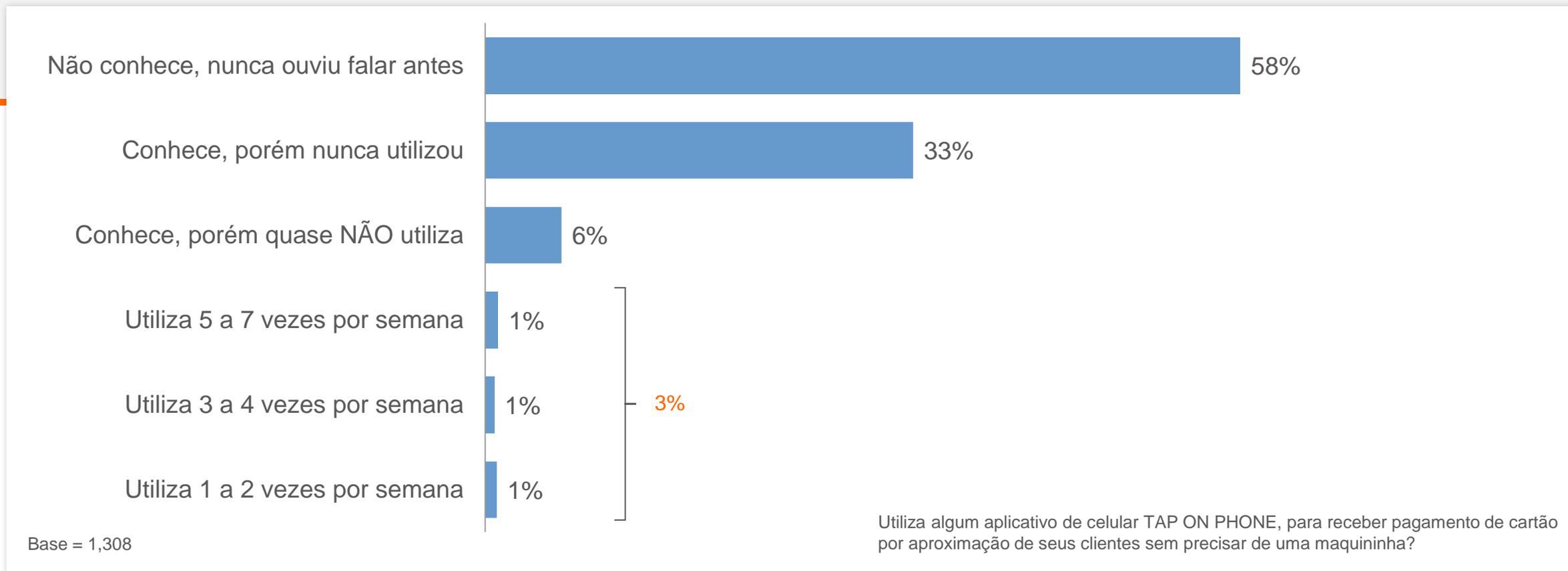
Conhecimento Sobre Open Banking

A maioria dos empreendedores pesquisados (49%) **não conhece o Open Banking**. Cerca de 20% têm **conhecimento superficial**, enquanto 19% não quiseram informar suas informações bancárias. Apenas 13% informaram seus dados bancários, indicando baixa adoção.



Utilização Tap On Phone Para Receber Pagamentos

Na pesquisa, o aplicativo de celular **Tap on Phone** para pagamento por aproximação é desconhecido por 58% dos entrevistados, apesar de 6% conhecê-lo. Apenas 3% o utilizam, destacando um potencial de crescimento. Esses resultados ressaltam a necessidade de conscientização e adoção de novas tecnologias de pagamento.



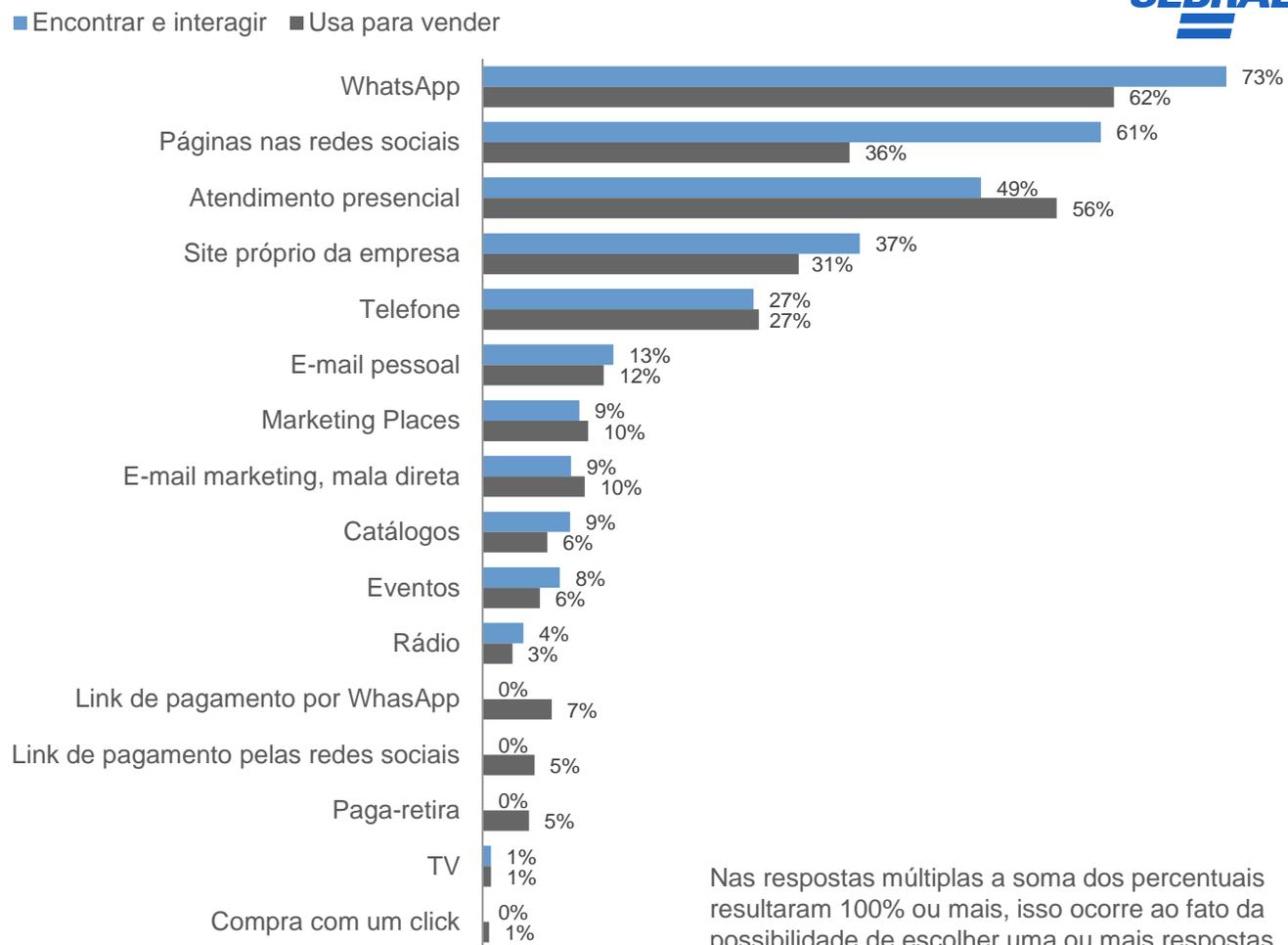
5

Canais de Venda e Experiência do Cliente

Canais Utilizados Para Encontrar/Interagir com os Clientes e Vender Produtos/Serviços

- Os dados revelam que as empresas pesquisadas adotam uma **abordagem multicanal para encontrar, interagir e vender produtos e serviços**
- O **WhatsApp** é amplamente utilizado, com 73% das empresas o empregando para interação e 62% para vendas
- As **redes sociais** também desempenham um papel essencial, com 61% as usando para interação e 36% para vendas
- Surpreendentemente, o **atendimento presencial** é preferido por 49% para interagir e 56% para vendas, destacando a importância da interação pessoal
- Além disso, 37% das empresas utilizam seu **site próprio** para interação e 31% para vendas
- O **telefone e o e-mail** pessoal também desempenham papéis significativos
- Esses resultados enfatizam a necessidade de uma estratégia multicanal para atender às diversas preferências dos clientes e otimizar oportunidades de interação e vendas

Base = 1,308



Nas respostas múltiplas a soma dos percentuais resultaram 100% ou mais, isso ocorre ao fato da possibilidade de escolher uma ou mais respostas.

- Qual primeiro nome de maquininha vem à sua cabeça?
- Quais utiliza atualmente? (resposta múltipla estimulada)
- Quais maquininhas conhece, mesmo que ouvir falar? (resposta múltipla e estimulada)
- Qual mais utiliza ou prefere utilizar em 1º lugar

Redes Sociais Utilizadas Para Encontrar/Interagir com os Clientes e Vender Produtos/Serviços

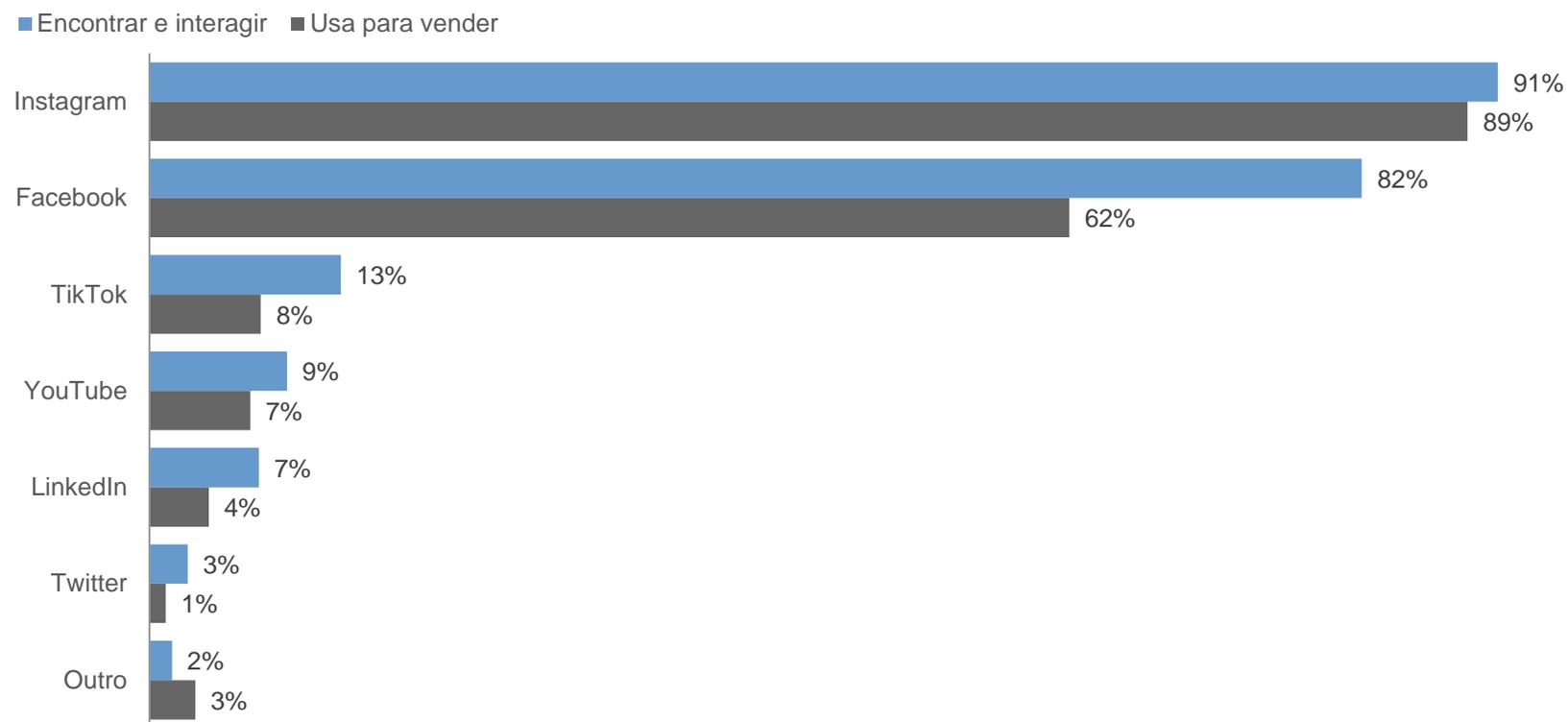


A análise dos dados mostra que as empresas **adotam uma estratégia multicanal** para encontrar, interagir e comercializar produtos e serviços.

O **Instagram** se destaca, sendo amplamente utilizado, com 91% das empresas empregando-o para interação e impressionantes 89% para vendas.

O **Facebook** também desempenha um papel crucial, com 82% das empresas o utilizando para interação e 62% para vendas.

Outras plataformas, como **TikTok, YouTube, LinkedIn, Twitter** e outras, têm presença, embora menor, com variações nas taxas de uso para encontrar, interagir e vender.



Base = 886 (quem utiliza redes sociais)

- Quais redes sociais a sua empresa utiliza para encontrar e interagir com os clientes, promovendo seus produtos e serviços?
- Quais redes sociais a sua empresa utiliza para vender e comercializar produtos e serviços?

Nas respostas múltiplas a soma dos percentuais resultaram 100% ou mais, isso ocorre ao fato da possibilidade de escolher uma ou mais respostas.

Marketplaces Utilizados Para Vender Produtos/Serviços

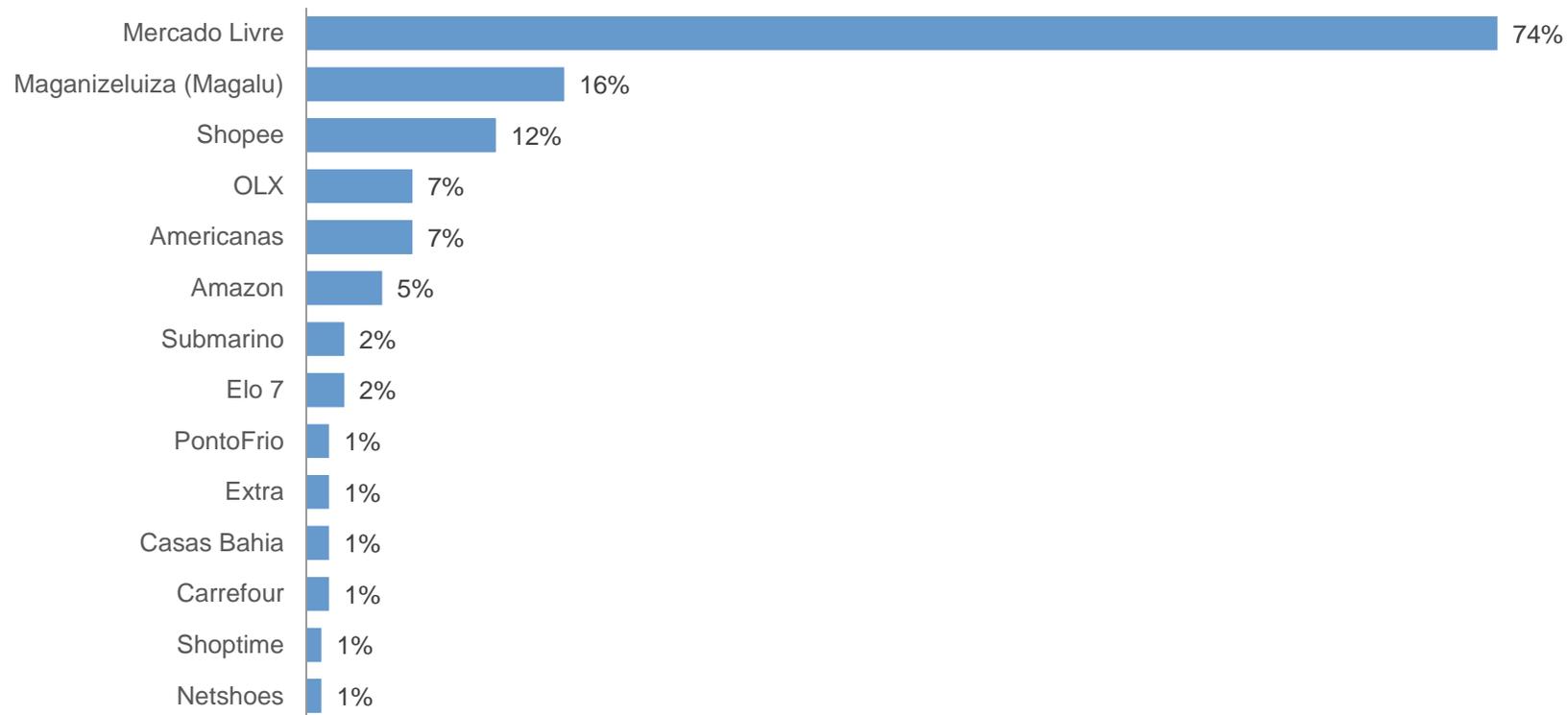


Os dados revelam que as empresas utilizam diversos Marketplaces para comercializar produtos e serviços.

O Mercado Livre é o mais popular, adotado por 74% das empresas. A Magalu (Magazine Luiza) também desempenha um papel significativo, com 16% de adoção.

Além disso, Shopee, OLX e Americanas são utilizados por 12%, 7% e 7% das empresas, respectivamente.

Esses números destacam a diversidade de canais de venda online e enfatizam a importância de uma presença eficaz nos Marketplaces para expandir as oportunidades de comercialização.



Base = 211 (quem utiliza Marketplaces)

Quais Marketplaces utiliza para vender/comercializar seus produtos e serviços?

Nas respostas múltiplas a soma dos percentuais resultaram 100% ou mais, isso ocorre ao fato da possibilidade de escolher uma ou mais respostas.

6

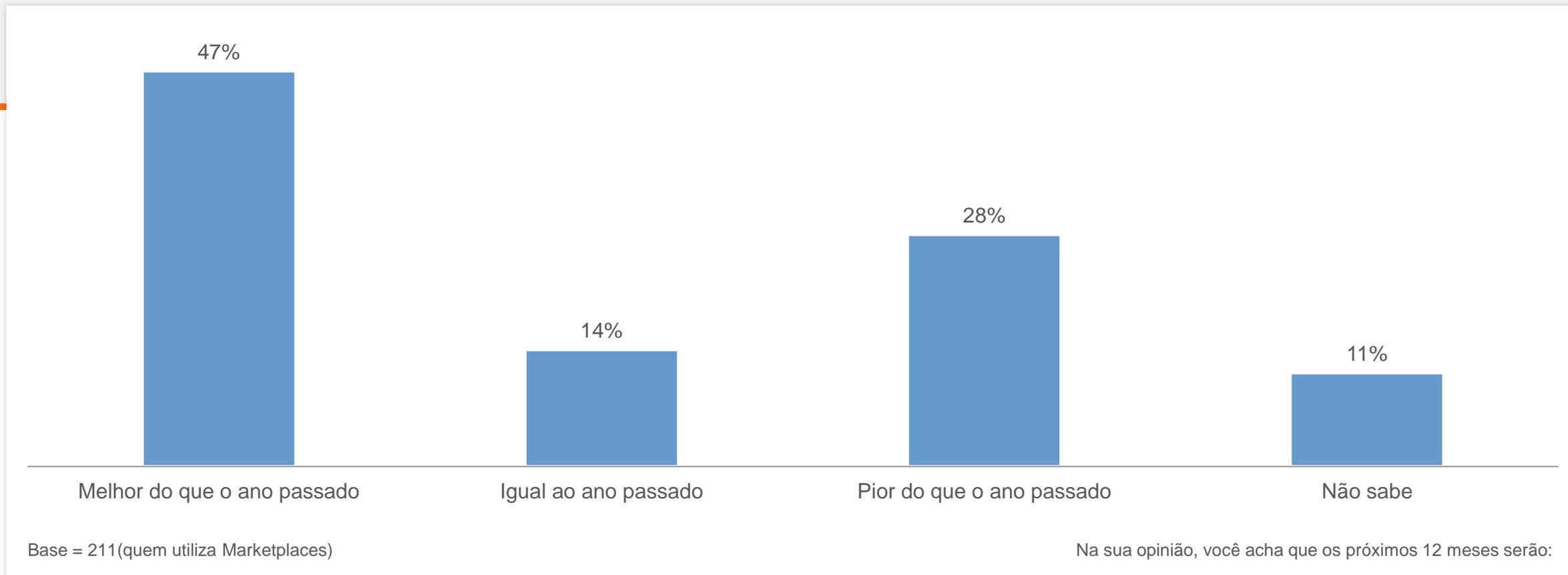
Perspectivas das PMEs para os Próximos 12 Meses

Perspectivas Para os Próximos 12 Meses das Empresas Pesquisadas



De acordo com as empresas pesquisadas, a expectativa para os próximos 12 meses é variada.

Cerca de 47% acreditam que será um período **melhor do que o ano anterior**, enquanto 14% acreditam que será igual. No entanto, 28% expressam preocupações de que será pior. Um número significativo (11%) está incerto sobre o que esperar. Esses resultados refletem uma mistura de otimismo e cautela em relação ao futuro, sugerindo a necessidade de abordagens flexíveis e estratégias adaptáveis à medida que as empresas enfrentam incertezas econômicas.



7

Principais Insights



Principais Insights

1

Perfil Demográfico dos Empreendedores que Aceitam Maquininhas:

A maioria dos empreendedores que aceitam maquininhas é composta por **homens (63%)**, com idades entre **40 e 59 anos (63%)** e com **níveis educacionais mais elevados (59% com ensino superior ou pós-graduação)**.

2

Preferência por Maquininhas de Cartão:

A preferência dos empreendedores por maquininhas de cartão destaca uma busca por **economia e praticidade**, com a **"melhor Taxa"** sendo o principal motivo de escolha (**55%**).

3

Diversidade de Meios de Pagamento Aceitos:

A pesquisa mostra que a maioria dos pequenos negócios aceita **cartões de crédito (98%)** e **débito (96%)**, enquanto a **utilização de dinheiro é baixa (3%)**.

4

Crescimento do Pix e sua Origem nas Vendas:

- O Pix está **ganhando popularidade** em pequenos negócios, com **66% aceitando transações Pix diretamente (sem máquina)**, aumentando para 81% no interior. No entanto, a aceitação é **um pouco menor** quando o Pix é feito através de maquininhas, com 51% no total e 40% no interior.
- Além disso, a pesquisa destaca que **42% das vendas provenientes do cartão de crédito** e **31% do cartão de débito** indicam a importância desses meios de pagamento nas transações.



Principais Insights

5

Uso de Múltiplos Canais para Interação e Vendas:

Os pequenos negócios adotam uma **abordagem para encontrar, interagir e vender** produtos e serviços, destacando o uso **do WhatsApp, redes sociais, atendimento presencial, sites e mais.**

6

Marketplaces como Estratégia de Vendas Online:

Entre os empreendedores pesquisados, **1 em cada 10 (10%) utiliza Marketplaces.** Isso ressalta a importância de uma presença eficaz nesses canais de vendas online.

7

Expectativas para o Futuro:

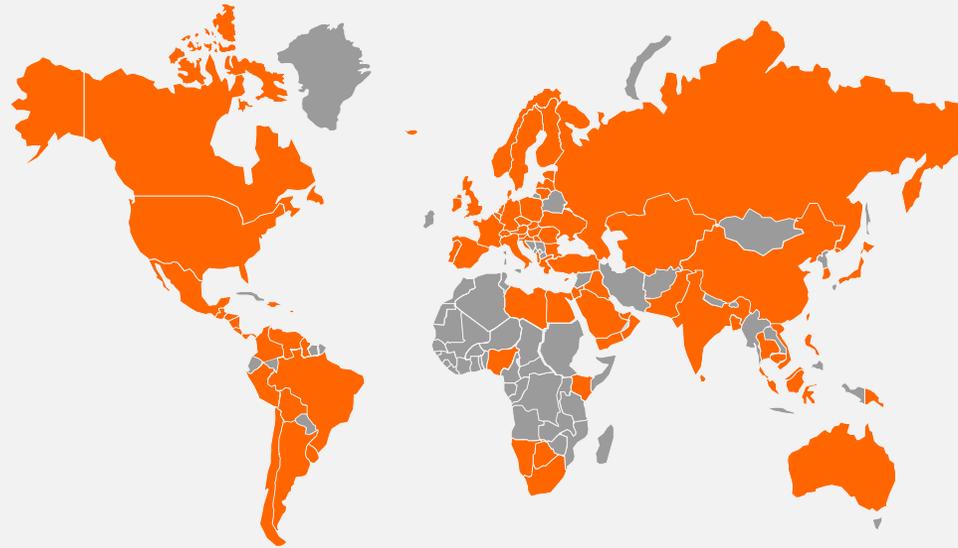
As **perspectivas variadas** para os próximos 12 meses **refletem um equilíbrio** entre **otimismo e cautela** entre os empreendedores (**47% acreditam que será melhor, 28% expressam preocupações**), sugerindo a necessidade de estratégias flexíveis diante da incerteza econômica.



Fiserv Global

#1

- Adquirente do mundo
- Processador de cartões no mundo
- Processamento de contas bancárias nos EUA
- Transferência de fundos e pagamento de contas nos EUA



Mais de

44 Mil

colaboradores

Sede

Brookfield

Wisconsin

39 anos

- Facilitando bilhões de transações
- Processando milhares de milhões de contas de depósitos
- Suportando milhares de instituições financeiras e milhões de negócios em mais de 100 países

Membro do **Índice S&P 500[®]**

Uma das empresas mais admiradas do

mundo pela **FORTUNE[®]** por **11 dos últimos 14 anos**

Listada entre as empresas mais inovadoras do mundo pela **Fast Company** por dois anos consecutivos.

Fiserv América Latina e Brasil

América Latina



+ de 35 anos
na América Latina



+ de 900 mil
estabelecimentos ativos



+ de 47 milhões
de contas processadas
FirstVision



+ de 2.300
associados



+ de 3.3 bi
transações de aquisição



+ US\$ 128 bi
em volume de
processamento de
aquisição



Certificada

Argentina
Colômbia
México
Panamá
Uruguai

Brasil



+ 415 mil
estabelecimentos ativos



+ 950
associados



+ US\$ 200 bi
volume transacionado
no varejo



+ 10 bi
transações no varejo



+ 1.2 bi
transações de aquisição



+ US\$ 19.5 bi
volume de
processamento de
aquisição



+ de 230 milhões
transações Pix



+ de 200 milhões
cartões processados
VisionPLUS



+ 750 mil terminais

*Dados de 2022.

Adquirência Fiserv



Brasil

+ de 750 mil em todo o país

- Diversidade de aceitação nos meios de pagamento (principais bandeiras, cartões regionais, Private Label, Vouchers e Pix)
- Controle integral da operação: desde captura até arquivos de pagamento e conciliação
- Logística e suporte para todos os segmentos – troca de máquina em até 1h / Command Center e Monitoração 24x7
- Antenada às novas tecnologias – SmartPOS, Tap On Phone, WhatsApp Pay (em breve)
- Possibilidade de integrar com as automações e gestão das vendas/conciliação (integração TEF e Smart)
- Plataforma integrada com tecnologias para prevenção de fraude e risco

bin
from **fiserv.**

azulzinha X
A MAQUININHA DA CAIXA

Uma solução **fiserv.**

*Dados de 2022.

Ficha Técnica

A pesquisa “Fiserv Insights - Meios de Pagamento das PMEs” é um projeto desenvolvido pela Unidade de Gestão Estratégica, com o apoio da Unidade de Relacionamento com Clientes do Sebrae São Paulo e em parceria com a Fiserv.

SEBRAE-SP

Unidade Gestão Estratégica

Gerente: Juliana Gazzotti Schneider

Coordenação interina: Eduardo Borba

Equipe Técnica: Alexandre Sousa Nascimento, Felipe Ferreira de Barros, Márcia Shizue Kikuchi, Pedro João Gonçalves e Nicollas Alexandre Poletto.

Unidade Relacionamento com Clientes

Gerente: Alexandre Nunes Robazza

Coordenação: Bruno Zamith de Souza e Carlos Kazunari Takahashi

Equipe Técnica: Fernanda Prada da Silva, Carina Cristina Camargo Tasaka, Danilo Pereira da Silva, Julio César Domingues, Maria das Mercedes Vasconcelos Amaral, Thalita Cardoso da Silva e Thuanny de Lira Marti.

Rua Vergueiro, 1117 – Paraíso

CEP: 01504-001 – São Paulo – SP

Homepage: www.sebraesp.com.br

Informações sobre produtos e serviços do SEBRAE-SP: 0800 570 0800

Informações sobre este relatório: eduardob@sebraesp.com.br alexandres@sebraesp.com.br

Fiserv do Brasil

Gerente de Marketing: Cintia Sakurai

Coordenação e PR: Juliana Ruffato

Comunicação Digital: Nathalia Nhan e Fabíola Costa

Comunicação para clientes: Michele Tavares

Comunicação Interna: Merye Governate



Obrigado

Para saber mais sobre as ofertas de Adquirência,
acesse www.fiserv.com.br/adquirencia

