

Andre Luiz Roizman

**Desenvolvimento de produtos para a  
indústria de cartão de crédito: uma  
aplicação de análise conjunta**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**  
Programa de Pós-Graduação em Administração  
de Empresas

Rio de Janeiro  
Outubro de 2003



**Andre Luiz Roizman**

**Desenvolvimento de produtos para a  
indústria de cartão de crédito: uma  
aplicação de análise conjunta**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada como requisito parcial para  
obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-  
graduação em Administração de Empresas do  
Departamento de Administração da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Jorge Ferreira da Silva

Rio de Janeiro  
Outubro de 2003



**Andre Luiz Roizman**

**Desenvolvimento de produtos para a indústria de cartão de crédito: uma aplicação de análise conjunta**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas do Departamento de Administração do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada

---

**Prof. Jorge Ferreira da Silva**

Orientador  
Departamento de Administração, PUC-Rio

---

**Prof. Paulo Cesar Motta**

Departamento de Administração, PUC-Rio

---

**Profa. Ângela Maria Cavalcanti da Rocha**

COPPEAD, UFRJ

---

**Profa. Zélia M. de Lossio e Seiblitz**

Coordenadora Setorial do Centro de Ciências Sociais da PUC-Rio

Rio de Janeiro, 08 de Julho de 2003

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

### **Andre Luiz Roizman**

Graduou-se em Administração de Empresas, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro em 1995. Além do mestrado, possui MBA em Administração pelo Instituto Brasileiro de Mercados de Capitais, concluído em 2000. No âmbito profissional, atuou em diversas áreas, nas seguintes empresas: White Martins, Sistema PH de Ensino, Banco Bozano, Simonsen, Embratel e Light.

#### Ficha Catalográfica

Roizman, Andre Luiz

Desenvolvimento de produtos para a indústria de cartão de crédito : uma aplicação de análise conjunta / Andre Luiz Roizman; orientador: Jorge Ferreira da Silva. – Rio de Janeiro : PUC, Departamento de Administração, 2003.

[16], 165 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração.

Inclui referências bibliográficas.

1. Administração - Teses. 2. Desenvolvimento de produtos. 3. Segmentação de mercado. 4. Marketing de serviços. 5. Análise conjunta. 6. Cartões de crédito. 7. Necessidades e desejos dos consumidores. I. Silva, Jorge Ferreira da. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Este trabalho é dedicado a:

Meus pais, irmão e a todos aqueles que contribuíram para a sua realização, com sugestões, paciência, apoio e incentivo nos momentos mais árduos, sem os quais o caminho até a sua conclusão teria sido muito mais difícil;

## Agradecimentos

Ao meu orientador, Professor Jorge Ferreira da Silva, pelo estímulo e ajuda para a realização deste trabalho.

Aos funcionários do IAG, pela disposição em ajudar-me a todo o momento, em especial a Teresa e ao Leopoldo.

Aos colegas da PUC-Rio, pelo incentivo e colaboração.

A todos os professores do Departamento, que de alguma forma me transmitiram ensinamentos valiosos.

A todos os colaboradores, que participaram do processo de definição de atributos e pesquisa de campo, envolvendo entrevistas, grupo de foco, pré-teste e respostas dos questionários.

Aos meus pais Hélio Henrique Roizman e Sonia Schneider Roizman e ao meu irmão Eduardo Roizman, por terem me proporcionado a educação que me levou a atingir os meus objetivos e pelo apoio e compreensão nestes anos de trabalho constante.

A minha noiva Débora Pires Agostinho da Silva pela paciência e incentivo nos últimos meses.

## Resumo

Roizman, Andre Luiz; Silva, Jorge Ferreira (Orientador). **Desenvolvimento de produtos para a indústria de cartão de crédito: uma aplicação de análise conjunta**. Rio de Janeiro, 2003. 165p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O desenvolvimento de produtos e a correta distribuição aos segmentos de mercado são fatores fundamentais no processo de elaboração da estratégia de marketing das empresas a fim de proporcionar uma vantagem competitiva. Para isso, é essencial o perfeito entendimento das necessidades e desejos dos consumidores. Nessa dissertação, aplica-se a teoria de análise conjunta, com o objetivo de apontar o conjunto de características consideradas desejáveis pelos consumidores para a aquisição de cartões de crédito. O desenvolvimento do trabalho é composto de duas etapas: escolha dos atributos a serem avaliados pelos respondentes e análise dessa avaliação. Para escolher o conjunto de atributos a serem julgados foram realizadas entrevistas em profundidade e grupo de foco. A formação desse conjunto de estímulos foi desenvolvida utilizando-se o *software* SPSS 11.0 versão Windows. Em seguida, realizou-se a coleta de dados por meio de questionários, os quais foram enviados por correio eletrônico, sendo que alguns foram entregues pessoalmente. Por fim, também com o auxílio do *software* SPSS 11.0 versão Windows, o estudo atingiu seu objetivo, identificando o conceito de produto considerado mais adequado, fruto da combinação de estímulos que gerou maior nível de utilidade.

## Palavras-chave

Desenvolvimento de Produtos; Segmentação de Mercado; Marketing de Serviços; Análise Conjunta; Cartões de Crédito; Necessidades e Desejos dos Consumidores.

## Abstract

Roizman, Andre Luiz; Silva, Jorge Ferreira (Advisor). **Product development to credit cards industry: a conjoint analysis application** Rio de Janeiro, 2003. 165p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The new product development and correct market segmentation are fundamental to define marketing strategy in order to provide a competitive advantage. To do this, the perfect understanding of customer needs is essential, too. In this research, the conjoint analysis theory is used with the objective of showing the group of characteristics understood as desirable by consumers to buy credit cards. This work is composed of two main basic steps: the choice of the attributes to be evaluated by the respondents and the analysis of this evaluation. The group of stimuli to be evaluated was chosen based on in-depth interviews and one focus group. The group of stimuli was developed using SPSS 11.0 *software* for Windows. Data collection was implemented with questionnaires sent by e-mail. Some of them were handled personally. In the last step, also using the SPSS 11.0 *software* for Windows, this study reached its objective, identifying the concept of product considered the most adequate, as a result of the stimuli combination, which generated the highest utility level.

## Keywords

Product Development; Market Segmentation; Services Marketing; Conjoint Analysis; Credit Cards; Customer Needs.

## Sumário

1. INTRODUÇÃO	16
1.1. Contextualização	18
1.2. Problema	20
1.3. Objetivos	22
1.4. Relevância do Estudo	23
1.5. Delimitação do Estudo	25
2. REFERENCIAL TEÓRICO	26
2.1. Marketing de Serviços	26
2.1.1. Características dos Serviços	27
2.1.2. Classificação dos Serviços	28
2.2. Desenvolvimento de Produtos	32
2.2.1. Elaboração do Estudo (Design do Produto)	40
2.2.2. Coleta de Dados	41
2.2.3. Avaliação das Alternativas de Produtos	43
2.2.4. Vantagens da Utilização de Análise Conjunta	44
2.2.5. Limitações da Utilização de Análise Conjunta	45
2.2.6. Método Adotado	45
2.3. Segmentação de Mercado	47
2.3.1. Conceito	47
2.3.2. Bases e Metodologias para Segmentação	49
2.3.3. Processo de Segmentação	52
2.4. Mercado de Cartões de Crédito	54
2.4.1. Histórico do Cartão de Crédito	54
2.4.2. Entendendo o Mercado de Cartões de Crédito	55
2.4.3. Forma de Operação do Produto	56
2.4.4. Tendências	62
2.4.4.1. Cartão com Chip	62
2.4.4.2. Cartão Virtual	64

3. METODOLOGIA DE PESQUISA	65
3.1. Tipo de Pesquisa	65
3.2. Universo e Amostra	66
3.2.1. Perfil da Amostra	66
3.3. Coleta de Dados	71
3.4. Tratamento dos Dados	72
3.5. Limitações do Método	73
3.6. Seleção de Atributos e Níveis	74
3.6.1. Entrevistas em Profundidade	74
3.6.2. Grupo de Foco	79
3.7. Seleção das Opções de Compra	89
3.8. Pesquisa de Campo	92
4. RESULTADOS	94
5. CONCLUSÃO	126
5.1. Resumo	126
5.2. Sugestão para Estudos Futuros	129
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	130
7. ANEXOS	135
7.1. Glossário	135
7.2. Base de Dados Fornecida pelos Respondentes	146
7.3. Outras Informações do Mercado de Cartões de Crédito	152
7.3.1. Benefícios Oferecidos	152
7.3.2. Política de Segurança	153
7.3.3. Indicadores de Mercado	154
7.3.3.1. Gastos na Utilização de Cartões de Crédito	154
7.3.3.2. Volume de Operações de Crédito	154
7.3.3.3. Distribuição por Ramo de Atividade	155
7.3.3.4. Evolução do Mercado Internacional	156
7.3.3.5. Comparativo do Mercado Internacional	156
7.3.3.6. Pontos de Venda	158

7.3.3.7. Perfil do Consumidor de Cartão de Crédito no Brasil - Plano Real (1994 / 1998)	158
7.4. Questionário	161

## Lista de Tabelas

Tabela 1 - Distribuição dos Meios de Pagamento	23
Tabela 2 - Potencial do Mercado de Cartões de Crédito	24
Tabela 3 - Classificação dos Atributos	84
Tabela 4 - Retorno de Questionários	92
Tabela 5 - Frequências das Ordenações por Opções de Compra	93
Tabela 6 - Cartão Ideal para o Total da Amostra	95
Tabela 7 - Resultados para o Total da Amostra	96
Tabela 8 - Cartão Ideal para portadores de 1 Cartão	100
Tabela 9 - Cartão Ideal para portadores de 2 Cartões	100
Tabela 10 - Cartão Ideal para portadores de 3 Cartões	101
Tabela 11 - Resultados para portadores de 1 Cartão	102
Tabela 12 - Resultados para portadores de 2 Cartões	102
Tabela 13 - Resultados para portadores de 3 Cartões	103
Tabela 14 - Cartão Ideal para Gasto Médio Mensal até R\$ 200,00	107
Tabela 15 - Cartão Ideal para Gasto Médio Mensal de R\$ 200,00 a R\$ 500,00	107
Tabela 16 - Cartão Ideal para Gasto Médio Mensal de R\$ 500,00 a R\$ 1.000,00	108
Tabela 17 - Cartão Ideal para Gasto Médio Mensal de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00	108
Tabela 18 - Resultados para Gasto Médio Mensal até R\$ 200,00	109
Tabela 19 - Resultados para Gasto Médio Mensal de R\$ 200,00 a R\$ 500,00	109
Tabela 20 - Resultados para Gasto Médio Mensal de R\$ 500,00 a R\$ 1.000,00	110
Tabela 21 - Resultados para Gasto Médio Mensal de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00	110

Tabela 22 - Cartão Ideal para Renda Mensal de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00	114
Tabela 23 - Cartão Ideal para Renda Mensal de R\$ 2.000,00 a R\$ 5.000,00	114
Tabela 24 - Cartão Ideal para Renda Mensal de R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00	115
Tabela 25 - Resultados para Renda Mensal de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00	116
Tabela 26 - Resultados para Renda Mensal de R\$ 2.000,00 a R\$ 5.000,00	116
Tabela 27 - Resultados para Renda Mensal de R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00	117
Tabela 28 - Cartão Ideal para Sexo Feminino	121
Tabela 29 - Cartão Ideal para Sexo Masculino	121
Tabela 30 - Resultados para Sexo Feminino	122
Tabela 31 - Resultados para Sexo Masculino	122
Tabela 32 - Gastos na Utilização de Cartões de Crédito	154
Tabela 33 - Volume de Operações de Crédito	155
Tabela 34 - Evolução do Mercado Internacional	156
Tabela 35 - Pontos de Venda	158

## Lista de Figuras

Figura 1 - Características dos Serviços	28
Figura 2 - Sistema de Classificação de Serviços	29
Figura 3 - Processo de Desenvolvimento de Produtos ou Serviços	35
Figura 4 - Base de Segmentação para Compradores Individuais	50
Figura 5 - Bases e Variáveis de Segmentação	51

## Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Possui Cartão de Crédito	67
Gráfico 2 - Bandeira	67
Gráfico 3 - Renda Mensal	68
Gráfico 4 - Faixa Etária	68
Gráfico 5 - Região de Moradia	69
Gráfico 6 - Sexo	69
Gráfico 7 - Gasto Médio Mensal com Cartões	70
Gráfico 8 - Percentual de Gastos com Cartões sobre Renda Mensal	70
Gráfico 9 - Anuidade	86
Gráfico 10 - Limite Máximo	87
Gráfico 11 - Limite Mínimo	87
Gráfico 12 - Utilidade Bandeira - Todos	97
Gráfico 13 - Utilidade Preço - Todos	98
Gráfico 14 - Utilidade Limite - Todos	98
Gráfico 15 - Utilidade Benefícios - Todos	98
Gráfico 16 - Importância Relativa dos Atributos - Todos	99
Gráfico 17 - Utilidade Bandeira - Cartões	105
Gráfico 18 - Utilidade Preço - Cartões	105
Gráfico 19 - Utilidade Limite - Cartões	105
Gráfico 20 - Utilidade Benefícios - Cartões	106
Gráfico 21 - Importância Relativa dos Atributos - Cartões	106
Gráfico 22 - Utilidade Bandeira - Gasto Médio Mensal	112
Gráfico 23 - Utilidade Preço - Gasto Médio Mensal	112
Gráfico 24 - Utilidade Limite - Gasto Médio Mensal	113
Gráfico 25 - Utilidade Benefícios - Gasto Médio Mensal	113
Gráfico 26 - Importância Relativa dos Atributos - Gasto Médio Mensal	113
Gráfico 27 - Utilidade Bandeira - Renda Mensal	119
Gráfico 28 - Utilidade Preço - Renda Mensal	119
Gráfico 29 - Utilidade Limite - Renda Mensal	120

Gráfico 30 - Utilidade Benefícios - Renda Mensal	120
Gráfico 31 - Importância Relativa dos Atributos - Renda Mensal	120
Gráfico 32 - Utilidade Bandeira - Sexo	124
Gráfico 33 - Utilidade Preço - Sexo	124
Gráfico 34 - Utilidade Limite - Sexo	124
Gráfico 35 - Utilidade Benefícios - Sexo	125
Gráfico 36 - Importância Relativa dos Atributos - Sexo	125
Gráfico 37 - Distribuição por Ramo de Atividade	155
Gráfico 38 - Volume de Transações	157
Gráfico 39 - Número de Cartões	157
Gráfico 40 - Posse e Ativação	157
Gráfico 41 - Plano Real - Sexo	159
Gráfico 42 - Plano Real - Idade	159
Gráfico 43 - Plano Real - Renda	159
Gráfico 44 - Plano Real - Região	160