

Estudo revela: 6 em cada 10 consumidores divide pagamentos - Inquérito Oney em Portugal, Espanha, França e Polónia -

Grupo Oney divulga estudo sobre os meios de pagamento e a respetiva perceção das transações em loja e no online. Uma das conclusões revela que estes consumidores europeus usam, em média, mais de cinco meios de pagamento e os cartões bancários são os preferidos.

O pagamento fracionado é um aliado do consumidor e das marcas e é utilizado em Portugal por 61% dos inquiridos, em Espanha por 62%, por 59% em França e por 60% na Polónia, nas mesmas proporções, ou seja, seis em cada dez consumidores utiliza-o pelo menos uma vez por ano. Em Portugal, 17% afirma utilizá-lo sempre que pode, ou uma a duas vezes por mês; e 14% reforça mesmo que a possibilidade de pagar em diversas vezes é um incentivo para comprar online. 25% diz que escolhe fazer compras nas marcas que apresentam possibilidade de pagamento fracionado. Estas são algumas das conclusões do estudo realizado pelo Oney Bank no segundo trimestre deste ano.

O inquérito em parceria entre o Oney Bank, Opinion Way e Altavia mostra tendências do consumidor relativamente às práticas bancárias em quatro dos 11 países onde o Oney Bank opera: Espanha, França, Polónia e Portugal. As mudanças de comportamentos na última década permitiram identificar alterações no consumidor, nomeadamente, maior procura por produtos e serviço com melhor relação qualidade/preço; a simplificação; a vantagem de ser utilizador em vez de proprietário; e a autonomização das pessoas. Através deste estudo, o Oney Bank pretende mostrar os impactos destas mudanças e identificar as respetivas necessidades e expetativas, relativamente aos meios de pagamento.

Consumidores escolhem as marcas, dependendo do pagamento fracionado

Os consumidores europeus utilizam frequentemente os pagamentos fracionados, cujos são decisivos no ato da compra, uma vez que um em cada dois clientes desiste ou adia a compra, caso o comerciante não apresente a possibilidade de pagamento dividido em frações; bem como um terço dos inquiridos escolhe marcas que tenham esta possibilidade, sendo a classe etária 18-34 a mais atenta e que escolhe como prioridade marcas que disponibilizem pagamento fracionado. Os consumidores, genericamente, utilizam o pagamento fracionado maioritariamente para montantes entre os 100€ e os 500€ e neste intervalo é utilizado em Portugal por 29% dos respondentes.

Escolher no momento de pagar

Portugueses, espanhóis, franceses e polacos utilizam, em média, mais de cinco métodos de pagamento, entre eles, o cartão bancário, pagamento em dinheiro e cheque bancário. Portugal destaca-se no pagamento com cartão bancário, utilizado por 98% dos inquiridos, dos quais 44% utiliza-o sistematicamente. O pagamento com dinheiro surge como segunda opção, sendo utilizado por 94% dos portugueses inquiridos e neste caso 25% usa-o sistematicamente. Outra conclusão revela que no momento da compra, as expectativas dos consumidores das quatro nacionalidades são semelhantes, todos procuram segurança, simplicidade e rapidez.

Enquanto *peer-to-peer*, o pagamento com Paypal é o mais utilizado, concretamente para 69% dos respondentes em Portugal, sendo que 21% fá-lo frequentemente.

Por outro lado, os portugueses continuam a privilegiar o pagamento direto ao vendedor, no caso de 79% dos inquiridos; não obstante os pagamentos em caixas automáticas/rápidas é primeira escolha para 70% das pessoas.

Destaca-se o facto do método 'testar antes de pagar' começa a ganhar expressão no mercado português e a despertar interesse em 70% dos inquiridos, dos quais 26% revela-se muito interessado em utilizar este método e 44% mostra-se eventualmente interessado em experimentar.

Segurança: principal critério nos pagamentos inovadores

Os consumidores dos quatro países estão familiarizados com métodos de pagamentos inovadores: 10 a 25% já utilizou métodos de pagamento como via telemóvel, pagamentos biométricos, através de objetos conectados, via redes sociais. Em Portugal, em Espanha e na Polónia, três em cada dez consumidores utilizam os respetivos telemóveis para fazer pagamentos. 49% dos respondentes portugueses afirma que utiliza o telemóvel para pagar roupa e acessórios de moda, na loja ou online.

Neste contexto, genericamente, os consumidores esperam que o meio de pagamento que utilizam seja, em primeiro lugar, seguro. Em Portugal, 'segurança' surge como principal característica (90%), 'confidencialidade' é indicado logo a seguir (61%), 'rapidez no momento de pagar' (58%) e 'simplicidade' (52%) são igualmente importante.

No momento de escolher o meio de pagamento para pagar as compras, o consumidor português privilegia aquele que ofereça simplicidade (58%) e quer ter muita liberdade de escolha (38%).

As compras *online* ganham expressão junto dos portugueses e 28% afirma comprar *online* uma a duas vezes por mês; 25% diz comprar *online* sempre que pode; 24% dos inquiridos revela que raramente faz compras *online*; e 17% diz comprar pela *internet* uma a duas vezes por ano.

Mais de metade dos consumidores europeus não se importaria se o pagamento em dinheiro desaparecesse, pelo que 50% dos portugueses considera tratar-se de um progresso, contra 26% que mostra-se incomodado.

Outra conclusão revela que alguns consumidores mantêm-se renitentes em relação a compras automaticamente debitadas das respetivas contas, sem passagem pela caixa de venda, por sentirem falta do contacto humano. Em Portugal, este sentimento reflete-se em 33% dos inquiridos.

O estudo revela interesse por novas experiências de compra, embora reforce a importância do contacto humano no ato da compra; mostra também que este ato gera satisfação, apesar da necessidade de melhorias na segurança, confidencialidade, na rapidez e na permanência do contacto com pessoas.

Metodologia

Pesquisa quantitativa realizada nos seguintes 4 países: França (1003 respondentes), Espanha (1015), Portugal (1007) e Polónia (1005).

Amostras representativas definidas com base no género, idade, área residencial e atividade profissional.

Entrevistas online conduzidas entre 17 e 24 de abril de 2019 no sistema CAWI (Computer Assisted Web Interview) system.

Sobre o Oney Bank

Somos um banco diferente que nasceu do setor do retalho e cuja expertise tem sido desenvolvida ao longo de 35 anos, com o objetivo de projetar soluções de pagamento e de serviços financeiros inovadores. Cada dia, os nossos 2500 colaboradores, em todo o mundo, ajudam a reinventar a banca, em prol de uma relação mais humana e tendo como missão 'dar a cada um a liberdade de ser e de agir'. Com os nossos 400 parceiros de comércio físico e de comércio eletrónico, apoiamos projetos de 7,6 milhões de clientes em 11 países, para que tenham uma experiência de compra memorável, tanto em loja como online. Em Portugal estamos presentes desde 1994 e contamos com mais de 350 colaboradores.

Siga-nos:

<https://www.oney.pt/>



[Oney](#)

Contacto imprensa:

Carlota Pina | Oney Bank

cpina@oney.pt