



Credenciadoras de cartão de crédito ampliam planejamento geográfico

A nova regra do fim da exclusividade para as bandeiras de cartões de crédito, que começou a valer a partir de 1º de julho, já vem mexendo com a postura estratégica de empresas adquirentes (credenciadoras) de cartão de crédito. Segundo o empresário **Reinaldo Gregori**, da **Cognatis**, empresa de geomarketing, não só Cielo e Redecard estão mais preocupadas em mapear os potenciais de negócio e otimizar sua atuação.

“Pelas conversas com o mercado, vemos que as principais adquirentes e também outras marcas vêm aumentando sua preocupação em identificar que locais trazem maior viabilidade econômica. Com certeza, eles têm consciência de que precisam reforçar o aparato de inteligência”, diz **Gregori**, que aponta o setor de cartões de créditos como um dos que mais têm demandado serviços de geomarketing nos últimos anos.

Especialista em mapeamento de regiões economicamente potenciais, o demógrafo assinala que as regiões Sul e Nordeste estão entre os principais horizontes a serem vislumbrados pela indústrias de cartões de crédito no País.

Segundo pesquisa realizada pela **Cognatis** e concluída este ano, 55% dos estabelecimentos comerciais brasileiros já adotam pagamento eletrônico. No Sudeste, esse patamar é de 68%, enquanto que no Nordeste segue a média do País, no Sul cai para de 50% , no Centro-Oeste fica por volta de 48% e no Norte, em 45%. O estudo foi concluído no primeiro semestre de 2010 e radiografou municípios nacionais que tivessem no mínimo população de 100 mil habitantes.

<http://colunistas.ig.com.br/guilhermebarros/2010/07/22/credenciadoras-de-cartao-de-credito-ampliam-planejamento-geografico/>