



Estudo setorial

O Mercado de Pagamentos em Portugal

Outubro de 2023

Conteúdo

1. Metodologia	2
2. Principais conclusões.....	4
3. Tendências dos Consumidores.....	6
4. O que querem as empresas?.....	7
5. O que pensam os <i>Players</i> em Portugal?.....	9
6. Pagamentos Eletrónicos - Vantagens para os Portugueses?.....	12
7. Impacto na Economia	14
8. Fintechs - Women Friendly.....	16
9. Barreiras e Impacto em Portugal	17
10. Recomendações.....	19
ANEXO I.....	20

Autoria e aviso legal

Esta apresentação é da autoria da VGD Consulting (VGD) com a colaboração da European Women Payments Network (EWPN), tendo por base a adjudicação de um estudo elaborado pela NIELSEN Portugal.

O estudo de mercado, com vertentes quantitativa e qualitativa, foi conduzido pela referida empresa de estudos de mercado, não tendo sido dada a conhecer aos autores desta apresentação a identidade das entidades que responderam tanto às entrevistas como aos inquéritos realizados e que emitiram muitas das opiniões aqui veiculadas, pois as respetivas respostas foram anonimizadas.

A ANIPE não é responsável pelo estudo realizado, nem pelas opiniões nele expressas, que são da exclusiva responsabilidade dos entrevistados e inquiridos, tendo a ANIPE o único papel de divulgação do estudo em causa, que entende como sendo de interesse público e útil para a discussão da situação do mercado dos serviços de pagamento em Portugal e, com inspiração no referido estudo, formular as recomendações que estima relevantes, apresentando as mesmas de forma separada e devidamente identificada.

Para além das marcas VGD Consulting e EWPN, todas as demais marcas divulgadas ao longo desta apresentação não são propriedade dos autores, pertencendo e/ou estando registadas em nome de terceiros não relacionados com a VGD Consulting (VGD) nem com a European Women Payments Network (EWPN), tendo sido mencionadas pelos Inquiridos que participaram no estudo subjacente a esta apresentação de forma confidencial.

1. Metodologia

Com a realização do estudo de mercado - “Meios de Pagamento em Portugal”, focado nos Pagamentos e no crescimento da economia portuguesa, a VGD e a European Women Payments Network (EWPN), pretenderam conhecer, e melhor compreender, o mercado nacional e os hábitos dos consumidores.

Procurámos de forma objetiva analisar o potencial do mercado e conhecer as tendências do setor, assim como dos consumidores portugueses e estrangeiros em Portugal. Nesse sentido, e com o suporte técnico da Nielsen Portugal, entidade reconhecidamente independente, certificada, e credível, realizámos o presente estudo, para o qual se identificaram como os intervenientes mais relevantes, os utilizadores, os fornecedores de instrumentos de pagamento e os comerciantes.

Como ponto de partida, foi organizado um evento em Fevereiro de 2020 subordinado ao tema “Pagamentos e o crescimento da economia portuguesa”, no qual, perante a representação de empresas, do Regulador e facilitadores de inovação, foi lançado o mote através de uma série de questões que abordaram temas como prazos de pagamento, hábitos do consumidor, identificação de barreiras à exportação e importação, turismo, medidas a concretizar, competitividade de Portugal relativamente a outros estados-membros da UE, entre outros tópicos de interesse.

Objetivo: Dar a conhecer e compreender o mercado nacional e os hábitos dos consumidores, com um estudo independente, credível e rigoroso, que não seja promovido nem por Players de mercado nem pelo Regulador, para de forma desinteressada identificar oportunidades e diagnosticar desafios.

Elaboração do estudo: Nielsen Portugal

Universo:

- Utilizadores de serviços de pagamento;
- Fornecedores de instrumentos de pagamento;
- Comerciantes a Retalho.

Metodologia: Após a validação dos pressupostos, aplicou-se uma metodologia de carácter misto constante de um estudo quantitativo e qualitativo.

Qualitativo: Entrevistas e grupos de foco de carácter exploratório, junto de empresas de várias indústrias, e de entidades do setor dos pagamentos, tendo sido realizadas e analisadas 16 entrevistas individuais em profundidade com uma duração média de 60 minutos, com base um guião de moderação.

Quantitativo: Amostra de consumidores nacionais e estrangeiros, e de entidades empresariais de diversos setores da economia.

Target quantitativo:

- População portuguesa: Ambos os sexos dos 18 aos 65 anos;
- Turistas: ambos os sexos dos 18 aos 70 anos, que estejam de visita;

- Comerciantes dos principais setores identificados.

Amostra e Metodologia (Quantitativo):

- 800 entrevistas telefónicas (CATI) junto do target com erro máximo de $\approx 3,5$ para um intervalo de confiança de $\approx 95\%$.
- 207 entrevistas pessoais assistidas por tablet (CAPI) junto do target Turistas, com erro máximo de ≈ 6.9 para um intervalo de confiança de $\approx 95\%$. 50% das entrevistas a Turistas SEPA e 50% a Turistas não-SEPA.
- 202 Entrevistas telefónicas (CATI) ao target Comerciantes, com erro máximo de ≈ 6.9 para um intervalo de confiança de $\approx 95\%$.

Período do trabalho de campo: Setembro de 2022.

Para mais detalhes referentes à Amostra e ao Target por favor consultar o Anexo I do presente documento.

2. Principais conclusões



Pandemia é um momento-chave na aceleração da indústria de pagamentos

A pandemia é vista como o maior acelerador da indústria no que respeita aos meios de pagamento. Veio intensificar o uso de meios de pagamento, por parte dos que já os usavam (passaram a usar mais frequentemente), e aumentar a percentagem de portugueses que os começaram a usar (tendo aumentado a penetração do Contactless e do MBway).

As Instituições financeiras entrevistadas, referiram que a SIBS não estava preparada para esta “revolução”, o que terá levado a uma falta de capacidade de resposta e conseqüente abertura a outras *Fintechs* para responder a essas lacunas.

A pandemia acelerou, igualmente, o desenvolvimento e lançamento de novos produtos, como Softpos, Pay by link, redução de terminais com processamento exclusivo Multibanco que não dispõem de Contactless, entre outros, e contribuiu também para que os processos se tornassem mais transparentes, as soluções digitais fossem mais usadas e surgisse mais utilização e oferta de Apps.



Mercado de Pagamentos adaptou-se à nova realidade ao nível da relação com os clientes e em termos da transformação entre empresas.

Destacam-se alguns fatores importantes nesta mudança: inovação tecnológica, legislação europeia (PSD 2) e pressão de contexto gerada pelas alterações provocadas pela pandemia a nível económico e social. A Inovação Tecnológica, a Legislação (PSD2) e a Pandemia estiveram na base da necessidade de o mercado de pagamentos ter de se adaptar a uma nova realidade, quer na relação com o Cliente quer na transformação entre empresas.



Portugal tem potencial ainda não realizado, para estar no pelotão da frente na área dos pagamentos

O alegado (...) *Monopólio da SIBS* (...) é indicado como um dos principais entraves à inovação do setor financeiro em Portugal.

A Suécia e o Reino Unido são referidos como a referência europeia. Portugal poderia estar ao nível do Reino Unido, se alegadamente não estivesse tão dependente da SIBS, que é vista como o maior entrave ao desenvolvimento. Apesar de inovador, Portugal é considerado pelo próprio setor, um mercado fechado.



Pagamentos de Serviços exclusivamente por utilizadores com conta bancária nacional, é barreira ao consumidor europeu e à economia do país

Os pagamentos de serviços ao Estado e Serviços essenciais, tais como Luz e Água, não deviam estar limitados a poder ser pagos por utilizadores com Contas Bancárias Nacionais. Numa Europa única, aberta e global – tal facto é visto como uma barreira ao consumidor europeu e uma barreira à economia do País.



5 Relação exclusiva entre Banco de Portugal e SIBS na operacionalização do SICOI, é vista por muitos dos players do setor dos pagamentos como prejudicial para o setor e para a economia.

O SICOI é o sistema interbancário do Banco de Portugal, em que os bancos comunicam, entre eles, para efeitos de operações bancárias. O Banco de Portugal é detentor do SICOI. A SIBS é quem opera o SICOI. Esta relação exclusiva, deixa os players desconfortáveis e faz questionar a necessidade de existência de um concurso público para operacionalizar o sistema de operações financeiras em Portugal, através do SICOI, uma vez que a atual relação, faz com que o Banco de Portugal se torne dependente da SIBS e perca, alegadamente, alguma da sua capacidade e autonomia, em relação, por exemplo, ao facto das Referências MB ou o MBway só serem, de facto e ao dia de hoje, disponibilizadas de forma direta por entidades da rede MB, apesar do Regulamento UE 2015/751 estar em vigor há 8 anos.



6 A facilidade, a comodidade, a segurança e a experiência do utilizador são decisivos na escolha do meio de pagamento preferencial entre os utilizadores.

Verifica-se que as e-wallets ganham terreno e o MBway e a Apple Pay se encontram no topo das preferências dos utilizadores.



7 Cartões de Débito e Crédito vistos como os meios de pagamento mais vantajosos para os utilizadores.

São eles que dão mais velocidade à operação de pagamento, maior transparência, maior facilidade de conciliação, permitindo maior mobilidade do utilizador e interoperabilidade.



8 Multibanco e MBway

Considerados como os meios de pagamento menos associados à mobilidade e interoperabilidade e menos transparentes para o Cliente. Em caso de disputa numa transação de pagamento, são estes os meios de pagamento que menos protegem o Consumidor.



9 Escalabilidade e mobilidade internacional dos meios de pagamento

A vantagem de existir acesso aos mesmos meios de pagamento em todos os países, é reconhecida consensualmente como uma necessidade e vantagem.



10 É reconhecido pelo mercado que nem tudo está a correr bem em termos de Open Banking.

A PSD3, agora em discussão, é vista como uma necessidade para regular, criar modelo de negócio para *open-banking*, novas áreas/moedas e alterar regras para uma Experiência de Utilizador sem fricção.

3. Tendências dos Consumidores.

Verifica-se que a maioria dos Portugueses continua a utilizar os meios tradicionais de pagamento (Dinheiro/numerário e Cartões), apesar do impacto da pandemia na promoção de outros instrumentos de pagamento que não o dinheiro/numerário.

84% dos Portugueses indicaram ser titulares de pelo menos um cartão de débito ou crédito.

A pandemia contribuiu significativamente para o aumento da utilização do pagamento por Contactless e por MBway. Constata-se que o MBway, em franco crescimento, é um dos meios de pagamento com maior índice de utilização Pós-Covid, aproximando-se daqueles das transferências bancárias, das referências multibanco e dos débitos diretos.

Os 3 benefícios mais associados à utilização de novas tecnologias nos meios de pagamento por parte dos consumidores são: redução de risco de fraude (segurança), conveniência e poupança.

31% dos utilizadores usariam mais, ou em exclusivo, meios de pagamento eletrónicos caso existissem benefícios financeiros.

10% dos utilizadores deixou de efetuar compras por 2 vezes no último mês, por não ter dinheiro e/ou por não ser aceite outro meio de pagamento.

97% recorrem ao Caixa Automático (ATM) em média 3 vezes por mês.

Cerca de metade dos Portugueses inquiridos viajam para fora do país e 12% daqueles que viajam, tiveram dificuldades em pagar noutros países devido ao desconhecimento das taxas aplicáveis ou por não conseguirem pagar com o seu cartão. A maioria dos portugueses desconhece que o MBway só pode ser usado em Portugal.

Nas compras online, 12% apontam dificuldades no pagamento, nomeadamente no que respeita aos procedimentos de autenticação (informação solicitada), e aos consequentes erros e/ou bloqueios.

Em geral os utilizadores estão satisfeitos e têm uma boa perceção do mercado de pagamentos.

4. O que querem as empresas?

Das entrevistas realizadas, concluiu-se que os comerciantes ainda são muitos fiéis aos meios de pagamento tradicionais, embora existam novos meios de pagamento em claro crescimento.

Destes, destacam-se as transferências bancárias e os cartões de crédito, considerados como os mais competitivos ao nível de taxas e os meios de pagamento mais habituais.

Verifica-se uma crescente tendência de melhoria da experiência do utilizador, nomeadamente através da disponibilização ao cliente final de várias alternativas de pagamento – a melhoria da experiência de compra ganha cada vez relevância no processo de decisão. Para os comerciantes, o débito direto é o meio de pagamento preferencial (embora não seja o mais usado) já que é um meio de pagamento que não implica qualquer ação do cliente, e traz mais vantagens para as empresas, como sejam a previsibilidade e o custo das comissões envolvido.

Uma experiência de compra fácil, rápida, cómoda, mas simultaneamente segura e transparente, são as principais razões para a utilização dos Meios de Pagamento eletrónicos; para as empresas é ainda considerada muito relevante a possibilidade que os Meios de Pagamento vieram acrescentar do ponto de vista de integração e conciliação de dados (ex: contabilidade e faturação).

Os 3 meios de pagamento mais aceites junto dos clientes finais nas transações comerciais (Business to Consumer) são: o Cartão de Débito, o Dinheiro/numerário e Cartão de Crédito. Já em termos das transações Business to Business (B2B), e de acordo com os inquiridos, a Transferência bancária continua a ser o meio de pagamento mais usado.

45% das entidades entrevistadas passaram a aceitar novos meios de pagamento nos últimos anos. Para mais de 50% dos entrevistados este grau de adoção teve um impacto positivo nas receitas. Alguns factos salientes:

- Os cartões Visa são os mais aceites e usados em Portugal pelos comerciantes, seguidos pelos cartões da Mastercard.
- Mais recentemente há mais clientes a pagar por débito direto, MBWay e Paypal.
- 87% dos Comerciantes, possibilitam pagamentos por Contactless, sendo que a maioria disponibiliza a possibilidade de pagamento Contactless em todos os terminais, representando já cerca de metade das transações recebidas.
- 63% dos comerciantes afirmam que possibilitam pagamentos por MBway e apenas 24% por Porta-moedas eletrónicos (*e-wallets*).

A pandemia reduziu os pagamentos com dinheiro e promoveu pagamentos por Contactless ou MBway. Para a maioria dos comerciantes o pagamento por Contactless foi o que aumentou mais na pandemia.

Cerca de 8% das empresas em Portugal, afirmam já terem passado por situações incómodas por não conseguirem aceitar algum meio de pagamento.

Os inquiridos consideram que as principais barreiras identificadas à adoção dos meios de pagamento não disponibilizados são: o banco e as taxas a pagar.

Das empresas inquiridas 41% concorda que a não disponibilização de um determinado meio de pagamento, é incómoda para o cliente, mas só 18% afirmam que podem perder vendas por não apresentarem os meios de pagamentos que o Cliente pretende ou dispõe.

Cerca de 25% dos comerciantes consideram que a economia poderia crescer mais se houvesse maior abertura a outros meios de pagamento.

Cerca de 10% concordam que já perdeu negócios por dificuldades que empresas ou turistas encontraram ao efetuar pagamentos.

5. O que pensam os *Players* em Portugal?

Apesar de inovador, Portugal é considerado pelo próprio setor um mercado fechado.

O eventual “(...) *Monopólio da SIBS* (...)” é referido como um dos principais entraves à inovação do setor financeiro de pagamentos em Portugal.

Uma das entidades entrevistadas no âmbito do presente estudo, chega mesmo a mencionar que:

“(...) A SIBS tem como acionistas os bancos, a SIBS é o processador de 99% de todas as transações que existem em Portugal, é a SIBS que abre as portas ou fecha a quem entra por aqui. Sendo que os bancos estão por trás, abrir portas não é propriamente o que acontece na maior parte das vezes, é muito mais fechá-las. (...)”.

Os entrevistados referem ainda que o mercado é fechado graças à alegada concorrência desleal entre a SIBS e os demais *Players* do setor, nomeadamente as *Fintech*. Reconhece-se, igualmente, a existência de outras restrições à entrada de novos *players*, como sejam “(...) *a força e imposição* (...)” da rede Multibanco, que não está disponível a novos *players* que não os da rede MB. Outras limitações/barreiras apontadas, passam pelos processos negociais de entrada (e os calendários associados) extremamente longos, nos quais as autorizações e implementações podem ultrapassar os 2 anos para projetos inovadores. Neste sentido, o Banco de Portugal é, por isso, também visto como uma força de bloqueio ao desenvolvimento e inovação do setor em Portugal. São ainda mencionadas as taxas elevadas como uma barreira significativa.

A iliteracia financeira dos comerciantes é também apontada pelos inquiridos, como um dos fatores que mais condiciona o País em termos de inovação no setor. Existe também a perceção de que todos os meios mais inovadores utilizados no mundo podem ser utilizados em Portugal, ou seja, estamos posicionados no Topo do *ranking*.

Contudo a dificuldade de acesso, a regulação, a burocracia envolvida, as taxas, a falta de literacia financeira, podem levar a que nem todas as empresas aceitem todos os meios de pagamento e que aqueles muito utilizados noutras geografias, ainda não se encontrem devidamente disseminados no nosso país.

Das entrevistas realizadas salienta-se ainda que:

“(...) Em Portugal, nós temos um sistema de settlement que se chama SICOI, tem gestão por parte da SIBS e tem supervisão do Banco de Portugal, mas o acesso a esse sistema deveria estar aberto a toda a gente, hoje, a toda a gente que opera na área dos pagamentos. Mas para aceder ao SICOI tem de ser membro oficialmente registado e validado pelo Banco de Portugal. Então vamos perguntar ao Banco de Portugal como é que eu me torno membro do SICOI, que é o sistema português, a primeira resposta vai ser “o acesso ao SICOI é só para bancos”. Isso contraria a lógica toda da União Europeia. Depois eles dizem temos uma second layer que é para entidades que não são bancos, mas tem de ter o sponsor de um banco (...)”.

“(...) É sempre um banco, ou direto ou indireto. Isto é mesmo inacreditável, eu até acho ‘ilegal’. Não posso... porque a União Europeia anda a dizer que o acesso a todo o ecossistema transacional é aberto a todas entidades que obviamente depois têm de respeitar as regras. Os organismos internacionais como a Visa e Mastercard como não fazem o settlement cá dentro,

fazem fora, não têm esse problema. Mas se você quer fazer o settlement cá dentro porque, por exemplo, quer usar o multibanco, porque você sabe que está em todos os terminais, então aí temos um problema. Isto não é fácil (...)”.

“(...) Open banking ainda não é uma realidade; começa a ser, começa a dar alguns passos, mas ainda não é uma realidade. As coisas não funcionam bem. Mesmo quem tente implementar, há muitas fricções nos pagamentos; os bancos são obrigados a ter, mas não têm propriamente, interesse em fazê-lo. É agora uma das grandes coisas que se fala para a PSD3 é os bancos conseguirem monetizar e poderem monetizar essas API’s para o open banking. Portanto, pode ser que aí, haja um incentivo para, o mercado então, se dirigir para esse caminho, o que eu duvido que vá acontecer. Mas eu diria, da PSD2, e o que resultou da PSD2 que teve mais impacto, que demorou muito tempo, mas que já está aqui em força, foi o strong customer authentication, a autenticação 3DS. De facto, é uma forma de as compras digitais, os pagamentos digitais, serem muito mais seguros e de ter reduzido muito, a fraude, e os custos com fraude e que todos tinham (...).”

“(...) Somos forçados a concluir que no final do dia isto não foi nada mais nada menos, alguém transpôs a diretiva europeia, traduziu-a, mas não se deu ao trabalho de pensar em mais nada. Não tendo tido esse trabalho, ficaram coisas na letra da lei que ninguém sabe responder. Estou-me a tentar lembrar de uma, há uma parte que diz que vai ser criada uma autoridade regional para supervisionar tudo o que são transações com instrumentos de pagamento específicos, como é o caso dos cartões refeição. Quem é essa autoridade? E alguém aparece e diz ‘Onde é que isso está escrito? Qual autoridade? Ah, há-de ser criada uma autoridade, um dia destes. (...)’”

A revisão da Diretiva de Pagamentos, PSD3, é vista como uma necessidade para regular, criar modelo de negócio para *open-banking*, bem como regular novas áreas/moedas, mas, mais ainda, para alterar regras tendo em vista uma experiência mais sem fricção.

Sobre a Inovação no sector:

Os meios de pagamento são, claramente, uma das áreas do setor financeiro com maior inovação nos últimos anos. O setor, a sofrer entretanto já algumas alterações e ajustes, nomeadamente com a entrada em vigor da PSD2, deve à pandemia Covid-19, um incremento significativo e uma aceleração marcante, muito graças à necessária e drástica adoção de determinados meios e canais de pagamento, dos quais se destacam:

- *E-Wallets* – Aumento exponencial da utilização do MBway;
- Tecnologia Contactless, que até então era residual;
- Aumento acentuado do E-Commerce.

Posicionamento de Portugal no sector dos Pagamentos:

Portugal é um dos países mais atualizados em termos de tecnologia de pagamentos – com significativa e crescente penetração de meios eletrónicos, como por exemplo as *e-Wallets* e o Contactless.

Deparamo-nos, no entanto, com características específicas ao nível do mercado que podem condicionar o acesso à inovação, assim como a inibição de alguns players Internacionais de operarem no mercado Nacional. O alegado “Monopólio SIBS”, as características socioculturais da população e a carga fiscal são fatores referidos como fulcrais:

O alegado “(...) *Monopólio SIBS* (...)”, é mencionado por vários entrevistados como uma das principais razões para ainda não estarmos no pelotão da frente, visto existir uma tendência para controlo do mercado, apostando em burocracias, barreiras e restrições que inibem e bloqueiam o acesso de outros players;

Características do País:

No que respeita às características socioculturais do país, salienta-se que, para além do mercado nacional ser considerado um mercado fechado com fortes restrições à entrada de novos players, o país tem uma população com alguma iliteracia financeira, e com receio, ainda, de utilização de meios de pagamento eletrónicos, estando os valores de adoção de determinadas tecnologias bastante abaixo de alguns indicadores na Europa.

São, simultaneamente, feitas algumas críticas ao impacto negativo que a elevada carga fiscal tem neste tipo de negócio (heterogeneidade de valores com impacto no PVP do produto/serviço).

Meios de Pagamento – Presente e Futuro:

As *e-wallets* e o Contactless destacam-se, presentemente, como os métodos mais utilizados a nível pessoal. O utilizador investe em experiências de pagamento simplificadas, cómodas, em real-time, algo que começa a ser conseguido através destes métodos mais inovadores.

A nível profissional/empresarial, no entanto, ainda são muito utilizados os métodos mais tradicionais, como as referências MB e as transferências bancárias. De acordo com os entrevistados, os principais motivos para essas práticas prendem-se, particularmente, com as taxas/custos de transação associadas a alguns meios de pagamento eletrónicos.

Nesse sentido, é considerado importante alguma normalização nos valores, tornando os mesmos mais competitivos, mais transparentes e, por conseguinte, mais utilizados pelas empresas.

Meios de pagamento potenciadores de negócio:

Além da experiência de utilização, os meios de pagamento eletrónicos promovem a compra por impulso, a compra sem fricção nem hesitação e, por essa razão, o aumento do volume de vendas dos comerciantes, que a jusante conduz a um impacto positivo no PIB e na receita fiscal do país.

É ainda destacada a possibilidade de cada vez se apostar mais em sistemas integrados, que permitam relacionar vários tipos de informação.

6. Pagamentos Eletrónicos - Vantagens para os Portugueses?

A União Europeia tem lançado um conjunto de medidas e apresentado uma série de diretivas, visando o desenvolvimento do mercado de pagamentos, a promoção da desmaterialização do dinheiro, e o aumento dos benefícios para os consumidores, com soluções de pagamento mais seguras e inovadoras.

Os pagamentos eletrónicos permitem maior comodidade, maior amplitude de soluções e alternativas de pagamento e acesso a soluções de financiamento, permitindo também maior rapidez e segurança na experiência do consumidor, tendo vindo para ficar e continuar a evoluir.

O acompanhamento das soluções de pagamento, a par dos comportamentos e a evolução do mercado digital, são visíveis: 54 % dos portugueses afirmam comprar online uma a duas vezes por mês e 71% afirmam usar smartphone.

Os pagamentos eletrónicos, além de aumentarem o controlo por parte de todos os intervenientes, aceleram o processo de pagamento, e o processo de compra, o que se traduz em vantagens evidentes para consumidores e comerciantes. Em geral, os pagamentos eletrónicos têm um impacto significativo na aceleração da circulação monetária. Os pagamentos eletrónicos, não só melhoraram a eficiência nos estilos de vida, mas também vieram aumentar a satisfação dos consumidores durante o processo de compra.

O desenvolvimento dos pagamentos eletrónicos levou, ainda, ao surgimento de novos modelos de negócio em sociedade, como sejam aqueles associados à “*shared economy*”, atualmente bastante popularizados, que muito se desenvolveram graças à generalização e popularidade dos pagamentos eletrónicos.

Vantagens de um ambiente concorrencial saudável:

“(...) Os consumidores portugueses têm uma boa perceção do País em relação ao mercado de pagamentos, por oposição à maioria dos players de mercado que afirma que Portugal ainda é um País fechado às soluções inovadoras, e que essas barreiras, maioritariamente relacionadas com matéria concorrencial, têm um forte impacto no desenvolvimento do País (...)”

De acordo com a Autoridade da Concorrência, nomeadamente de excertos do seu site que passamos a transcrever, existem inúmeras vantagens que decorrem de uma concorrência efetiva de mercado.

“(...) Os consumidores portugueses têm uma boa perceção do País em relação ao mercado de pagamentos, por oposição à maioria dos players de mercado que afirma que Portugal ainda é um País fechado às soluções inovadoras, e que essas barreiras, maioritariamente relacionadas com matéria concorrencial, têm um forte impacto no desenvolvimento do País (...)”

“(...) A concorrência é um bem público e deve ser encarada como um ativo fundamental que contribui para a existência de uma sociedade equilibrada e justa e de um mercado onde as oportunidades são para todos (...)”

“(...) O funcionamento eficiente dos mercados pressupõe a existência de livre concorrência. E é esta livre concorrência que potencia a competitividade e que aumenta o estímulo das empresas em busca do melhor desempenho económico possível. Maior competitividade gera mais

produtividade e melhor qualidade dos produtos e serviços. As empresas conseguem, assim, garantir a preferência dos consumidores e, conseqüentemente, um melhor posicionamento no mercado. O mercado cresce de forma sustentada e os consumidores beneficiam de preços mais baixos, bem como de um leque mais vasto de bens e serviços. (...)

(...)

- *A concorrência é vantajosa para a economia do país*
- *A concorrência garante melhores preços*
- *A concorrência favorece os consumidores*
- *A concorrência é benéfica para as empresas*
- *A concorrência favorece a criação de empresas*
- *A concorrência promove a inovação*
- *A concorrência promove a exportação*

(...)

(...) A violação das regras da concorrência prejudica os consumidores, a competitividade das empresas e a economia como um todo. É, por isso, fundamental que todos cumpram as regras do jogo (...).

in <https://www.concorrencia.pt/pt/beneficios-da-concorrencia>

7. Impacto na Economia

Existem alguns estudos internacionais que revelam a correlação entre os pagamentos eletrónicos e/ou digitais e o aumento da circulação monetária. Vários dos inquiridos neste estudo têm, igualmente, a mesma perceção relativamente ao mercado português.

Na verdade, as economias que utilizam mais numerário tendem a crescer de forma menos acentuada e a perder benefícios financeiros significativos. Alguns estudos internacionais indicam que as economias que promovem o digital são mais bem-sucedidas: um estudo da consultora BCG refere mesmo que a mudança pode aumentar o PIB anual em até 3 pontos percentuais.

Porém, num setor económico tão relevante como o Turismo, universo que abordámos nos inquéritos realizados, o estudo revelou que:

- 34% dos inquiridos afirmam que o seu meio de pagamento habitual não é aceite em Portugal;
- 62% sente-se forçado a usar dinheiro se o seu meio de pagamento usual não for aceite;
- 12% gostariam mais se a sua forma de pagar habitual fosse aceite em Portugal.

Ainda sobre pagamentos e nível governamental, numa das entrevistas efetuadas, refere-se que a “maioria das entidades públicas em Portugal é muito limitada na sua aceitação de pagamentos, e em particular para residentes estrangeiros, uma vez que a limitação em alguns serviços, impõe a utilização de uma conta em Portugal, ou pelo menos na Europa, para realizar pagamentos ao Estado Português e a serviços básicos no País” reforçando que “(...)sendo Portugal um País que pretende atrair talento, em particular nómadas digitais, deveria ser um País aberto, moderno e digital, preparado para receber estas pessoas(...)”.

Economicamente falando, existe a perceção generalizada que a promoção dos pagamentos influencia positivamente a economia de um País:

- Potencializa as compras presenciais e online por parte de todos, inclusive estrangeiros/turistas em Portugal, assim como dos portugueses no estrangeiro;
- Promove as vendas no seu todo, assim como as compras por impulso; Melhoria da experiência de compra;
- Facilita a entrada de empresas estrangeiras em Portugal;
- Facilita as interações internacionais – potencializa os negócios (mais rapidez, facilidade, comodidade, entre outros

Em última instância e numa perspetiva macro, os pagamentos podem impactar a economia de um país – aumento do negócio em Portugal.

Há numerosos exemplos em todo o mundo de como os pagamentos eletrónicos, não necessariamente por demérito do numerário, são, na realidade, propulsores económicos. Entre as economias avançadas, a Suécia e a Coreia do Sul, afastaram-se progressivamente do uso do

numerário devido a uma estratégia coerente e equilibrada que promove os pagamentos eletrónicos. Em 2018, as transações em numerário na Suécia representaram menos de 2% do valor dos pagamentos, resultando numa expansão da digitalização da economia e do comércio online, assim como numa acentuada redução da fraude nos pagamentos.

Um estudo da BCG estimou que a promoção de um modelo *cashless* acrescentaria cerca de 1 ponto percentual aos PIB's anuais das economias desenvolvidas e mais de 3 pontos percentuais aos das economias emergentes. O mesmo documento refere ainda como exemplo de transição para uma sociedade *cashless*, o caso da Suécia, que implementou uma série de políticas integradas, dentre as quais algumas nos merecem avaliação positiva, incentivadoras dos pagamentos eletrónicos, que passaram pela implementação de medidas facilitadoras, como e-KYC (Registo e *Due-diligence* de clientes online) e pagamentos em tempo real.

Além da experiência de utilização, da promoção da compra por impulso e, por conseguinte, o aumento do volume de vendas do país, sustentada pelos diversos meios de pagamento, é de reforçar a possibilidade de cada vez se apostar mais em sistemas integrados, que permitem relacionar vários tipos de informação, representando por isso, menos recursos humanos e financeiros na gestão da informação, com impacto económico positivo para todos.

8. Fintechs - Women Friendly

Em geral, a área financeira, e especificamente a área de pagamentos, é vista como desafiante e motivadora para se trabalhar “(...) as funções são desafiantes, interessantes e motivadoras (...)” e é uma área em constante mudança e adaptação. Do ponto de vista do equilíbrio pessoal-profissional, o emprego no setor é visto como exigente ao nível da gestão familiar (conciliação com filhos pequenos), mas que a pandemia veio facilitar essa gestão familiar com o teletrabalho e modelos de trabalho mistos. Como a certo ponto é referido, “(...) na área financeira e em específico na área de meios de pagamento consegue-se um bom work-life-balance (...)”

Quando as funções são mais “tecnológicas”, praticamente não há mulheres e o departamento é composto por homens porque em termos de formação são exigidos cursos que normalmente também são eles maioritariamente frequentados por homens (ex: Informática e Tecnologias de Informação).

Quando as funções são mais “técnicas” (contabilidade ou semelhantes) a tendência é para um maior rácio de mulheres, tal como noutros setores.

Nas funções de topo/direção ainda há predominância de homens, mas nota-se um esforço crescente para ter mais mulheres nessas funções.

9. Barreiras e Impacto em Portugal

Open-banking:

- Exigiu adaptação das empresas;
- Obrigou a medidas novas no que toca à *Strong Customer Authentication* que contribuiu para a redução da Fraude e da Fricção;
- Muitos custos / muita burocracia – algo difícil de suportar por várias PMEs;
- É uma oportunidade para a entrada de novos meios como a *SEPA Instant Payment* que poderia ter um impacto significativo na redução de custos de contexto de uma empresa na sua conciliação bancária;
- Perceção de que permitiu lançar novos serviços.

Mas, não funciona:

- Entraves por parte dos bancos que, apesar de terem a obrigação, não têm propriamente interesse na implementação, devido à ausência de um modelo de negócio e monetização que justifique a operacionalização de API's para o *open-banking*;
- A parte regulatória está na Lei, o problema é o cumprimento dessas normativas pelos players de mercado e a respetiva supervisão;
- Custo por transação.

PSD2

É do entendimento geral dos inquiridos que a diretiva PSD2 contribuiu para o surgimento de novas entidades e pela maior abertura aos dados bancários. A adaptação não foi a melhor e ficou-se aquém na implementação: “(...) há coisas que foram traduzidas, mas que não se percebe como irão funcionar na prática em Portugal (e parece não haver interesse em perceber) (...)”.

Portugal	1985	1992	2000	2004	2007	2008	2009	2012	2013	2014	2016	2018	2022
Data surgimento das IP e IME atuais	1	1	1	1	1	1	0	1	3	3	1	0	1



Tabela 1 – Data de fundação original das 15 IP e IME atualmente sedeadas em Portugal

Os inquiridos consideram que o que falhou, e está a falhar, é o cumprimento dessas normativas pelos *players* do mercado. Referem:

“(...) Somos forçados a concluir que no final do dia isto não foi nada mais nada menos, alguém transpôs a diretiva europeia, traduziu-a, mas não se deu ao trabalho de pensar em mais nada. Não tendo tido esse trabalho, ficaram coisas na letra da lei que ninguém sabe responder. Estou-me a tentar lembrar de uma, há uma parte que diz que vai ser criada uma autoridade regional para supervisionar tudo o que são transações com instrumentos de pagamento específicos, como é o caso dos cartões refeição. Quem é essa autoridade? E alguém aparece e diz “Onde é que isso está escrito? Qual autoridade? Ah, há-de ser criada uma autoridade, um dia destes (...)”

“(...) Para mim esse é o problema, enquanto está em sede de União Europeia, as coisas estão a ser feitas no sentido de poder criar uma lei que abarque o máximo possível todas as realidades. Só que depois desce ao local e todos os países têm um banco central e o banco central não perdeu assim todos os poderes, perdeu alguns. Sobretudo não perdeu aquele de dizer ‘Lei é lei, mas a forma como isto se aplica no contexto local é aquela que nós interpretamos (...)’”

“(...) Em Portugal, nós temos um sistema de settlement que se chama SICOI, tem gestão por parte da SIBS e tem supervisão do Banco de Portugal, mas o acesso a esse sistema deveria estar aberto a toda a gente, hoje, a toda a gente que opera na área dos pagamentos. Mas para aceder ao SICOI tem de ser membro oficialmente registado e validado pelo Banco de Portugal. Então vamos perguntar ao Banco de Portugal como é que eu me torno membro do SICOI, que é o sistema português, a primeira resposta vai ser “o acesso ao SICOI é só para bancos”. Isso contraria a lógica toda da União Europeia. Depois eles dizem “temos uma second layer que é para entidades que não são bancos, mas tem de ter o sponsor de um banco”. É sempre um banco, ou direto ou indireto. Isto é mesmo inacreditável, eu até acho ilegal. Não posso... porque a União Europeia anda a dizer que o acesso a todo o ecossistema transacional é aberto a todas entidades que obviamente depois têm de respeitar as regras. Os organismos internacionais como Visa e Mastercard como não fazem o settlement cá dentro, fazem fora, não têm esse problema. Mas se você quer fazer o settlement cá dentro porque, por exemplo, quer usar o Multibanco, porque você sabe que está em todos os terminais, então aí temos um problema. Isto não é fácil. (...)” referiu uma das entidades inquiridas no âmbito deste estudo de mercado.

Além das barreiras à inovação e ao desenvolvimento de negócio quer dos players nacionais como dos internacionais que pretendem desenvolver-se em Portugal, é latente a frustração já que se veem inibidos de desenvolver o seu negócio com o mesmo potencial de oportunidade que outros players europeus em outros Países europeus.

A revisão da diretiva de pagamentos, e a expectativa sobre a atuação do regulador e da Autoridade da Concorrência são, para alguns dos *players*, a esperança de melhoria do mercado de pagamentos em Portugal.

10.Recomendações

Recomendações apresentadas pelas Instituições Financeiras que participaram no Estudo:

- É importante que se continue a fazer pressão por forma a tornar o mercado menos “fechado”, nomeadamente, através da possibilidade da SIBS alargar a sua rede MB a outros players.
- Paralelamente é importante que se apostem em Meios de Pagamentos globais, melhorando a experiência de compra e aumento das vendas, quer por parte dos turistas que se deslocam a Portugal, quer ao nível da experiência de compra dos portugueses.
- Com base em todas as informações recolhidas no estudo, e também outros estudos e informações oficiais, será possível extrair algumas outras conclusões além das referidas pela análise realizada pela empresa certificada que realizou o trabalho de campo para este estudo de mercado sobre Meios de Pagamentos em Portugal.

No futuro a apostar ...

- Crescimento do BNPL (*Buy Now Pay Later*);
- Instant Payments;
- Pagamentos *Account to Account*;
- Experiência de compra em loja física cada vez mais próxima do *online* em termos de pagamento – tendência para o desaparecimento dos terminais;
- Mais Soluções *Open-Banking*;
- *Tap on Phone*;
- Cripto Moedas / Euro Digital.

Para desaparecer/diminuir...

- O Cartão físico, de plástico.
- Promover os pagamentos eletrónicos, mas sem ser pelo demérito do numerário.

O mundo dos pagamentos é o mercado por excelência na área das *Fintech* e continua ainda com grande potencial de expansão. O contexto português tem ainda muito por desenvolver e crescer, pelo que é relevante continuar a desenvolver um pensamento crítico, de livre discussão que permita analisar e comparar com o mercado global e pelo menos europeu, com ambição de querer por no que refere ao mercado de pagamentos, Portugal no pelotão da frente.

ANEXO I

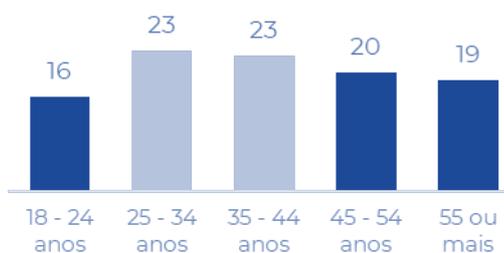
Detalhes referentes à Amostra e ao Target do estudo quantitativo

Target População – Amostra:

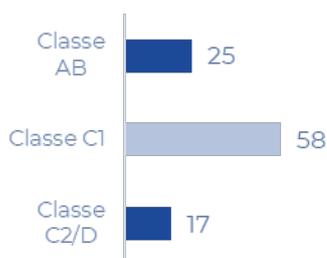
Género



Idade



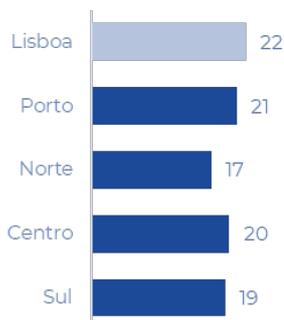
Classe social



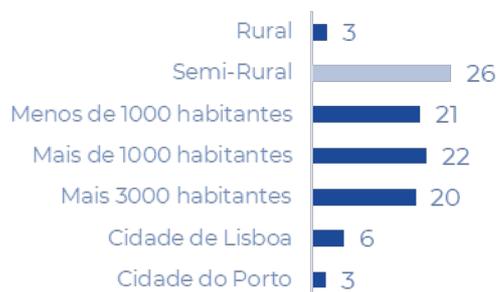
Situação familiar



Região



Estrato



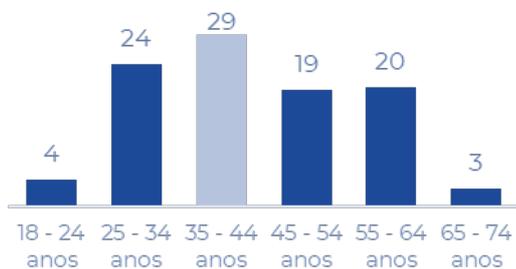
Base: Total entrevistas
Valores em %

Target Turistas – Amostra:

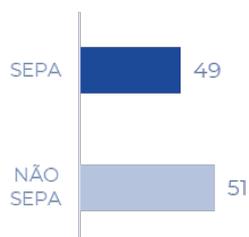
Género



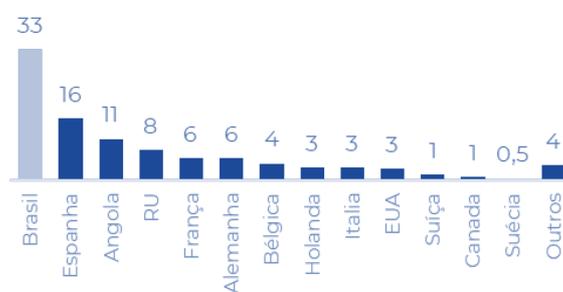
Idade



Pertence a um País SEPA



País

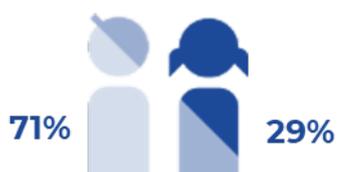


Base: Total entrevistas

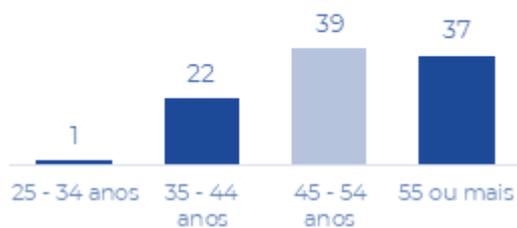
Valores em %

Target Comerciantes – Amostra:

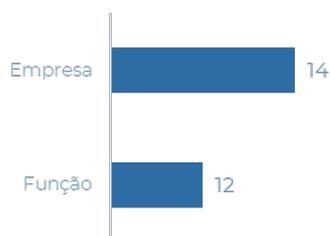
Género



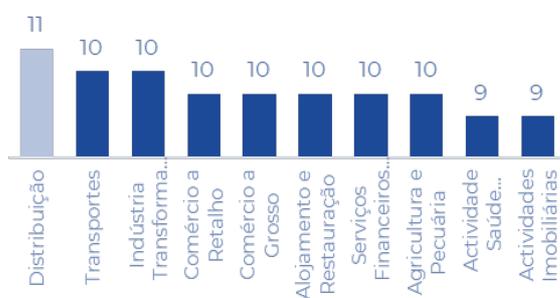
Idade



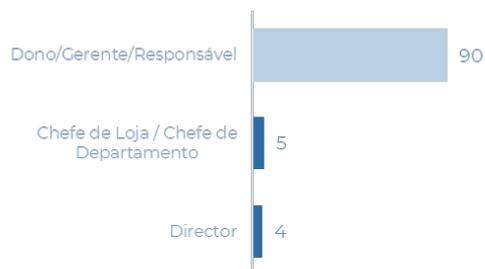
Tempo na empresa e função (anos)



Setor de atividade



Função



Base: Total entrevistas
Valores em %