

Relatório

Tendências nos Meios de Pagamento em 2018

Com a colaboração de



minsait

An Indra company



Prefácio

Leading payments, processing the future

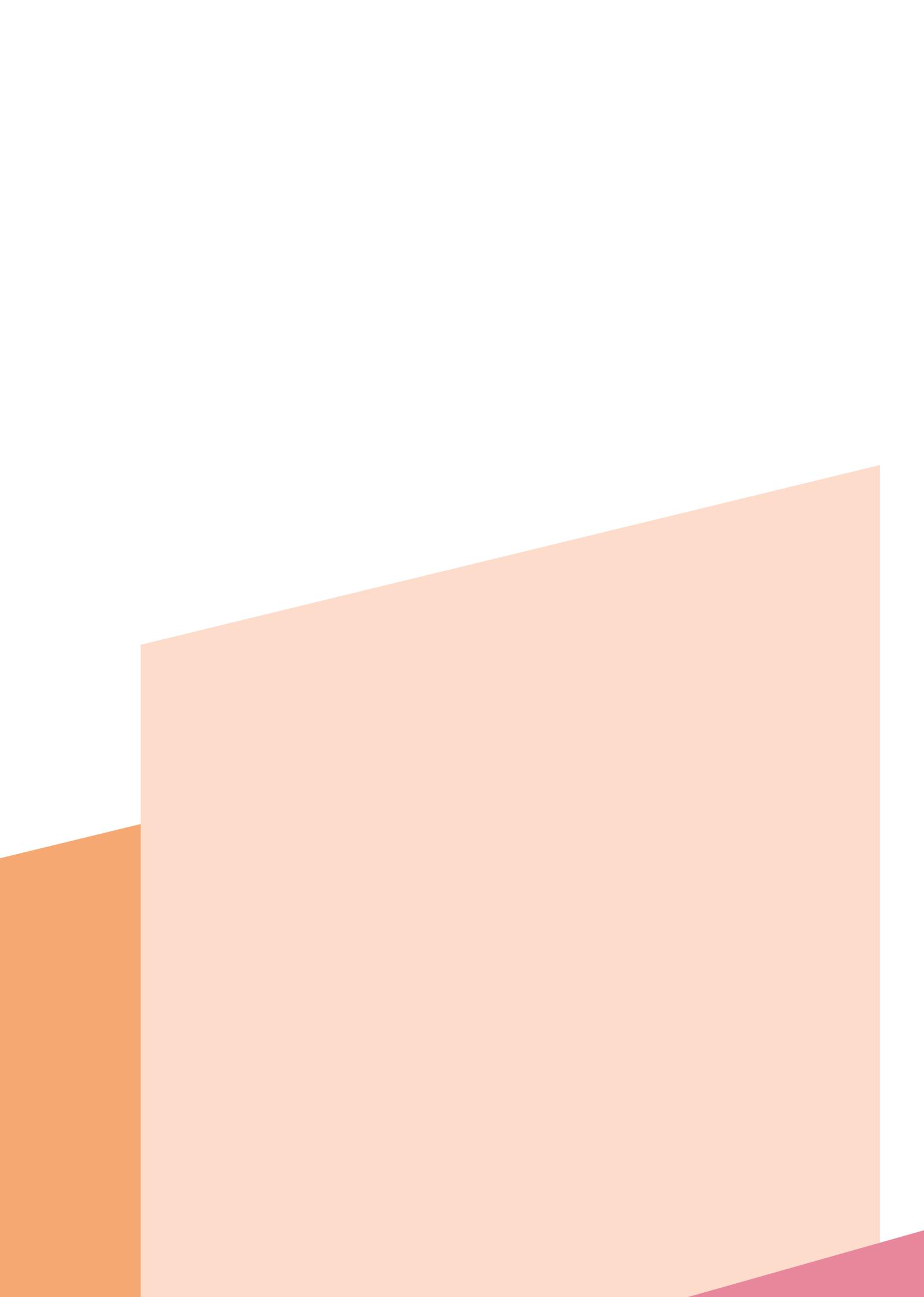
No ano de 2018, desenvolvemos e evoluímos o relatório tradicional de Tendências de Meios de Pagamento da TecnoCom, que se estabeleceu como uma referência no setor.

A Minsait, uma empresa da Indra, assumiu a responsabilidade de elaborar este relatório. Sua essência foi respeitada e destacamos sua tradição de conhecimento e experiência em meios de pagamento, combinando tudo isto com uma nova visão: antecipar o futuro e demonstrar flexibilidade e capacidade de reagir diante de um mercado em constante mudança e evolução.

Minsait é a empresa que reúne todos os negócios de TI da Indra, integrando mercados verticais, unidades horizontais e unidades de suporte para atender às necessidades de transformação dos negócios dos seus clientes.

Na Minsait, criamos soluções de impacto, valorizando o produto, a cultura e a oferta transformacional para dar um impulso à reinvenção de negócios e da sociedade. Na Minsait, apostamos pela descoberta e abertura de novos caminhos como garantia de transformação e geração de impacto através da inovação.

Na Minsait, somos a impressão que deixamos. E a impressão que queremos deixar.

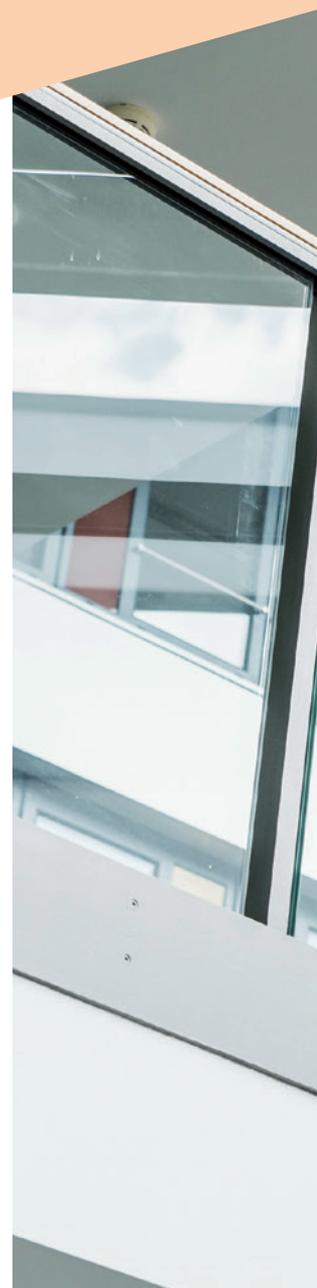


Índice

1.	Os destaques do Relatório Minsait 2018	6
2.	Novidades em meios de pagamento 2018	24
3.	A visão do setor	38
4.	O setor em números	72
	Numerário	77
	Cheques	78
	Transferências e débitos diretos	79
	Cartões	80
	Dinheiro eletrônico	87
	Redes de aquisição: caixas eletrônicos, PDVs e agentes bancários	90
	Banco digital	96
	Pagamentos no comércio eletrônico	97
5.	O valor dos dados	100
	O valor dos dados no setor de pagamento	106
	Desafios	111
6.	Demanda de meios de pagamento	120
	Introdução	122
	Metodologia	122
	População internauta bancarizada	123
	Relação da população internauta bancarizada com os bancos	123
	Número de cartões	124
	Uso de serviços online entre a população internauta bancarizada	128
	E-Commerce	130
	Conhecimento de fintech	133
	Barreiras aos pagamentos através do celular	136
	Utilização de meios de pagamento pela população internauta bancarizada	139
	Métodos de pagamento em estabelecimentos comerciais e online	142
	Segurança dos dados	145
	Análise da população internauta bancarizada em cada país	147

Os destaques do Relatório Minsait 2018

1





Inovação e tendências em meios de pagamento

O ano de 2018 foi especialmente intenso em termos de atualização e reforma das regras do jogo que dominam o negócio de Meios de Pagamento, como ficou provado pelas novidades no campo legislativo e regulatório.

O uso de dinheiro em espécie, de transferências entre contas de bancos diferentes, débitos automáticos, pagamentos com cartão ou cheques, cuja evolução vem sendo analisada pela Minsait desde 2012, continua apontando diferenças notáveis em nível nacional.

Os meios de pagamento geram o interesse de participantes não bancários em nível global, sendo este um negócio essencial e eminentemente transacional, sujeito a uma convergência crescente e rapidez na transferência de inovações, bem como a uma redução de prazos de implementação e adoção entre mercados mais e menos avançados.

Entre as mais de sessenta entrevistas realizadas, descritas no capítulo A visão do setor, três grandes tendências são extraídas em forma de conceito, serviço e tecnologia. Apesar de não serem realmente inovadoras, elas surgem uma vez mais paralelamente aos efeitos que podem gerar nos ecossistemas de pagamentos. Essas tendências são: dinheiro eletrônico, cashback (ou saque de dinheiro no terminal do ponto de venda ou PDV) e do código QR (Quick Response Code, correspondente à sigla em inglês de "Código de Resposta Rápida").

O ano de 2018 foi especialmente intenso em termos de atualização e reforma das regras do jogo que dominam o ramo de pagamentos de baixo valor. Uma prova disso é a extensa lista de novidades registradas em termos de legislação e regulamentação no ano passado, embora sua intensidade seja diferente conforme o país: foi mais alta na Argentina, no Brasil, na Colômbia, Costa Rica e no México e mais baixa no Peru e na República Dominicana. A Espanha e Portugal divergem dos países da América Latina, tendo em vista que praticamente todas as alterações registradas - e as previstas em curto prazo, que acumulam atrasos relevantes - são uma resposta a várias diretrizes europeias, como a nova Diretriz de Serviços de Pagamento, ou PSD2.

Na América Latina, as novidades estão focadas no auge das carteiras digitais, principalmente na Argentina, devido aos

recursos operacionais - requisitos de interoperabilidade (entre as chaves bancárias unificadas e as chaves virtuais unificadas) e de padronização (códigos QR) - que a legislação deixou em mãos dos novos prestadores de serviços de pagamentos ainda não regulamentados, como se encontram também os pré-pagamentos, apesar da sua presença crescente.

Em 2018, foi aprovada a primeira lei de Fintech na região da América Latina (México). A utilização de dinheiro eletrônico em vários formatos (cartão pré-pago, carteira digital, etc.) está se tornando popular em muitos países, embora ainda não apareça com precisão nas estatísticas oficiais. O acompanhamento da transacionalidade (volume, valor) dos instrumentos de pagamento baseados em dinheiro eletrônico, essencialmente recarregáveis, será uma tarefa a ser abordada por este Relatório quando as autoridades exigirem informações das instituições responsáveis (emissores autorizados). Nesta edição, compartilhamos os dados oficiais disponíveis, que ainda são poucos.

Na América Latina, continuam sendo empreendidos esforços para progredir na universalização do acesso e da utilização de meios de pagamento digitais entre a população. As autoridades estão convencidas de que a superação gradual da dependência do dinheiro em espécie beneficia a sociedade como um todo e que essas políticas ativas e comprometidas são necessárias. A interoperabilidade das soluções de pagamento de varejo e a geração de padrões são necessárias para formar ecossistemas de pagamentos universais no setor doméstico, que continuam sendo um assunto pendente.

O comportamento dos meios de pagamento (dinheiro em espécie, transferência interbancária, débitos diretos,

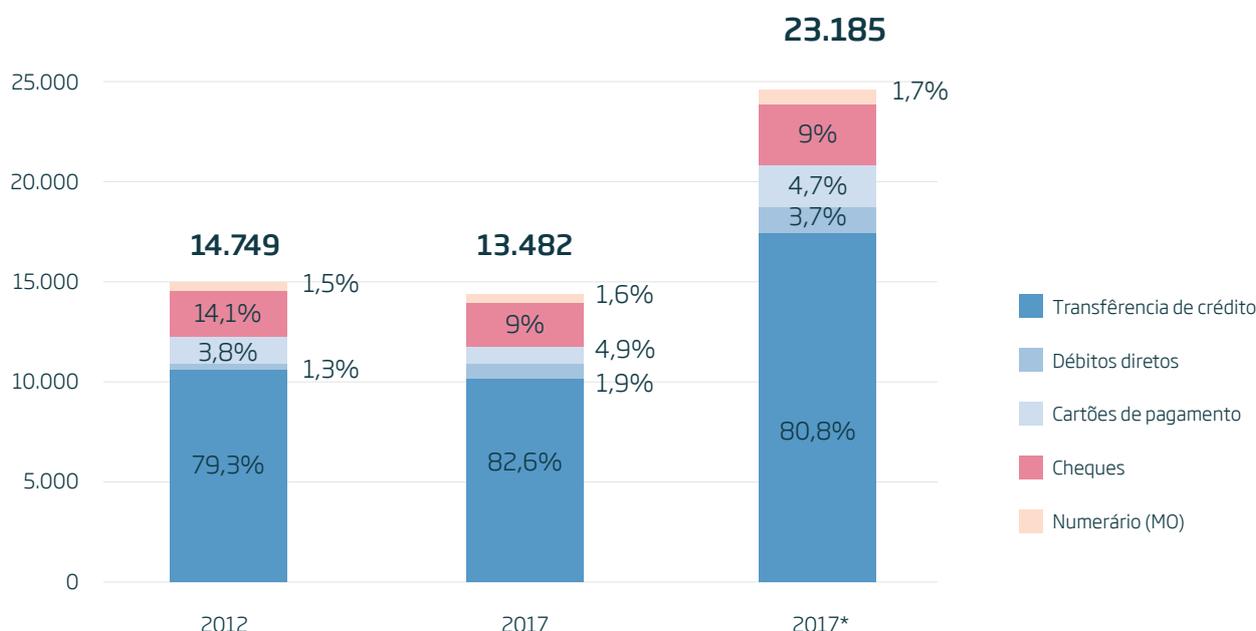
pagamentos com cartão e outros pagamentos em papel, como cheques e obrigações comerciais), analisado por este relatório desde 2012, continua mostrando diferenças notáveis no espectro nacional. A Espanha cresce em valor a uma taxa de 8,5% por ano depois de ter atingido os níveis pré-crise no ano anterior, como também acontece em Portugal, que teve um crescimento na casa de dois dígitos em 2017 (23,6%). No entanto, na América Latina, continua o efeito da taxa de câmbio sobre a perda de valor das moedas latino-americanas em relação ao dólar (consultar a **Figura_11**), moeda na qual são apresentados os números analisados. Isso significa que, nos últimos seis anos, a transacionalidade perdeu quase 9 pontos no valor em dólar, o que representa um crescimento positivo, analisado em termos constantes desde 2012.

Os dois instrumentos de pagamento que mais contribuem para o declínio no valor das transações são os cheques e as

transferências, em último caso, em grande parte devido ao efeito do Brasil. Os cheques continuam registrando uma queda geral em todos os países, embora seu valor negociado em USD tenha aumentado na Espanha, Argentina e Chile, sendo a Costa Rica o país com o maior corte. No entanto, apesar de ter reduzido sua presença em volume e valor em 40%, os cheques continuam ocupando a segunda posição como meio de pagamento na América Latina (9,2%), depois das transferências digitais, que são o meio de pagamento de varejo de maior valor na América Latina, representando 81,3% do valor total das operações de pagamento na região da América Latina em 2017, 56,2% na Espanha (**Figura_13**) e 50,2% em Portugal (**Figura_14**).

A presença dos débitos diretos entre bancos teve um pequeno aumento entre os instrumentos de pagamento na América Latina nos últimos anos, representando apenas 3,8% do valor total e 1,7% das operações.

Figura_1-1: Valor das operações de pagamento na América Latina em 2012 e 2017, por instrumento, milhares de milhões de USD



Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos.

Observação: As operações de pagamento da Argentina e da Costa Rica são incluídas pela primeira vez.

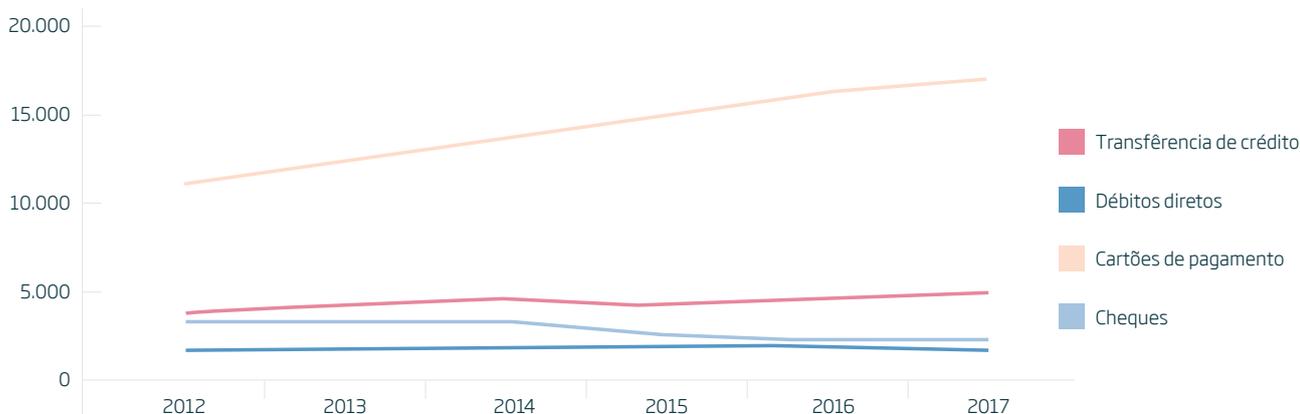
*Taxa de câmbio em 2012

Em termos de pagamento com cartão, o destaque é o crescimento do número de operações realizadas na América Latina, acima de 20 bilhões de transações em 2017, representando 78,6% do número total de operações de pagamentos eletrônicos de varejo registrados (**Figura_12**) e 3,9% do valor.

As transferências digitais vêm ganhando peso gradativamente, substituindo os cheques e se posicionando como o segundo meio de pagamento mais utilizado em 2017 (17% das operações), enquanto o cheque, que ficou em terceiro lugar, representa 9,7%.

Dinheiro eletrônico, cashback e códigos QR são tendências em 2018.

Figura_ 1-2: Número de operações de pagamento na América Latina, 2012-2017, em milhões

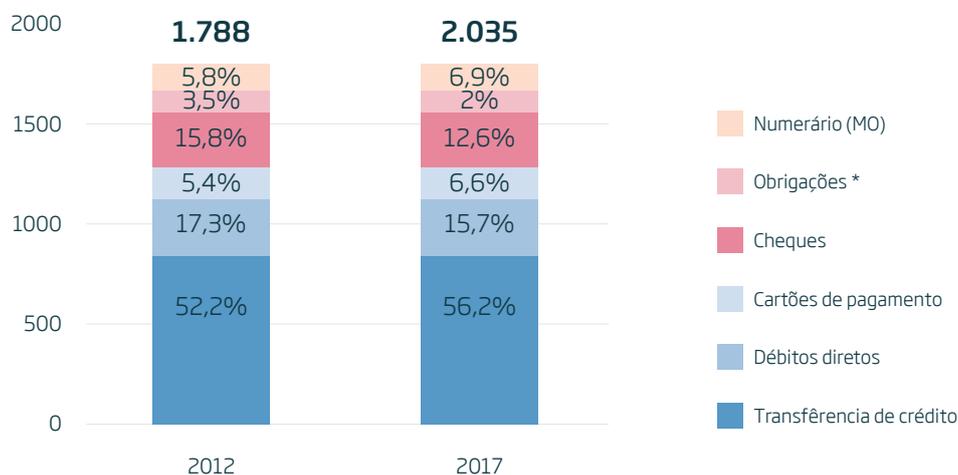


Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos.

Os débitos diretos estão crescendo pausadamente na maioria dos países, portanto, é de prever um comportamento estável em curto prazo. Os débitos diretos têm maior presença na Espanha, diferente da América Latina, chegando a 23,6% do volume e

15,7% do valor em 2017 (**Figura_1-3**), embora seu valor em relação ao total de 2012 tenha sofrido uma redução. Em Portugal (**Figura_14**), diminuíram até representar 5,5% do valor das operações de pagamento no país.

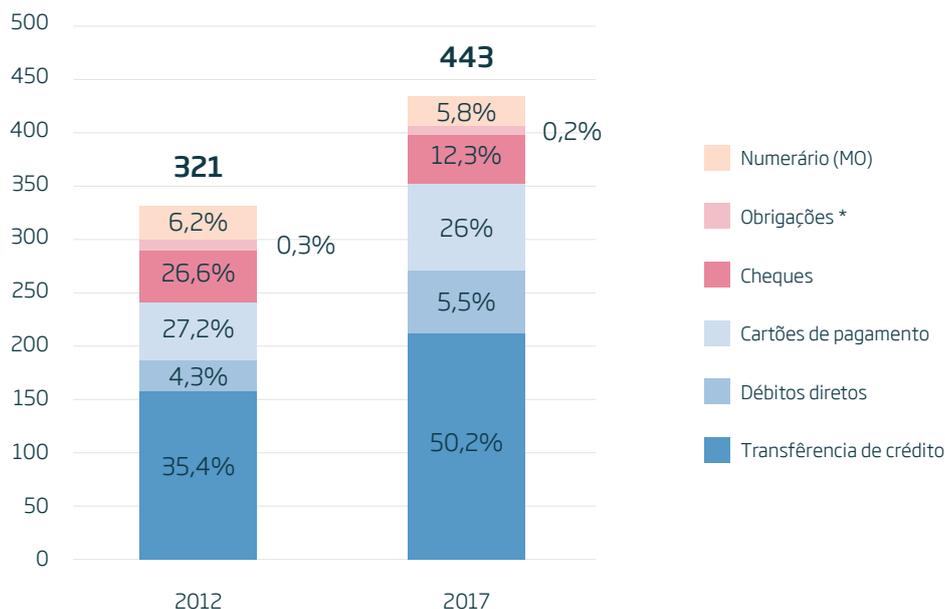
Figura_ 1-3: Valor das operações de pagamento na Espanha em 2012 e 2017, milhares de milhões de EUR



* Obrigações são títulos de crédito que podem ser recebidos (quando são a favor) ou devem ser pagos (se forem a cobrar) na data de vencimento.
Fonte: Banco da Espanha.

Em 2017, os pagamentos realizados com cartão representaram 6,6% do valor das operações de pagamento na Espanha, em comparação com 26% em Portugal. Apesar da diferença com a Espanha em relação ao total, é o meio de pagamento que gera maior volume de operações, atingindo 3,429 bilhões de transações em 2017 (65,1% do número total na Espanha em comparação com 86% em Portugal).

Figura_ 1-4: Valor das operações de pagamento em Portugal em 2012 e 2017, milhares de milhões de EUR



Fonte: Banco de Portugal.

Em compensação, nos últimos anos, a utilização de dinheiro em espécie não parou de crescer regionalmente a um ritmo de 7% no último ano. Na Espanha, a utilização de numerário teve 4,0% de crescimento em 2017, contabilizando 139,7 bilhões de euros em notas e moedas em circulação e representando 12,3% do PIB, 2,3 pontos acima dos valores de 2012. Portugal registrou, da mesma forma, 4,0% de crescimento em 2017, até chegar a 25,732 bilhões de euros (13,6% do PIB).

Outra variável que mostra a intensidade de uso de dinheiro em espécie é aquela que registra o saque de dinheiro nos caixas

eletrônicos (ATMs), tendo atingido a casa de 122,473 bilhões de euros na Espanha em 2017, 3,5% a mais do que no ano anterior, representando o quarto ano consecutivo de crescimento após ter saído da crise. Em Portugal, foram realizados em 2017 saques no valor de 37,3 bilhões de euros em dinheiro em espécie em ATMs, 1,9% a mais do que no ano anterior.

Analisando a distribuição e a evolução dos cartões de crédito e de débito (**Tabela_ 1-1**) observamos que a titularidade de cartões de débito é superior à de cartões de crédito em todos os países analisados, exceto na Espanha e na Argentina, onde o padrão é invertido.

Tabela_ 1-1. Número de cartões de débito e de crédito em circulação, 2017

	Cartões de débito	Cartões de crédito	Total
Argentina	44.713.625	57.931.955	102.645.580
Brasil	323.714.411	150.153.760	473.868.171
Chile	21.644.787	12.932.083	34.576.870
Colômbia	27.524.422	14.898.432	42.422.854
Costa Rica	5.842.526	2.395.141	8.237.667
México	144.381.139	32.740.502	177.121.641
Peru	17.224.734	8.027.652	25.252.386
República Dominicana	4.563.513	2.465.819	7.029.332
Espanha	26.930.000	52.350.000	79.280.000
Portugal	14.632.526	6.073.740	20.706.266

Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos.
*Não inclui cartões de varejo.

Embora a distribuição por país seja divergente, em 2017, a popularidade do cartão de débito cresceu em relação a 2012 na Colômbia, no Peru e na República Dominicana, com proporções de aproximadamente 2:1 em débito/crédito. Em Portugal, esse número é de 2,4 cartões de débito para cada cartão de crédito. Inclusive, em 2017, o número de cartões de débito em Portugal cresceu 4,1% em comparação com 0,5% de crescimento dos cartões de crédito, aumentando significativamente a proporção de cartões de débito por cada cartão de crédito em comparação com o índice de 1,1:1 registrado em 2012.

Na Espanha, a emissão de cada modalidade de cartão é invertida, sendo que a proporção de débito/crédito é de 0,5 cartão de débito por cartão de crédito. Assim sendo, o número de cartões de crédito aumentou 7,4% em 2017 (+3,6 milhões a mais), enquanto o número de cartões de débito subiu 4,5% (1,2 milhão a mais). A Espanha mostra, portanto, uma mudança de tendência na evolução do número de cartões em circulação, como mostram os 4,8 milhões de cartões adicionais em 2017. O número total de 79,3 milhões de cartões é 3 milhões maior que o recorde histórico registrado em 2008, com uma transferência de aproximadamente 5 milhões de cartões que vão da modalidade de débito para crédito.

Por outro lado, na Argentina, a proporção de débito/crédito é de 0,7:1. Em relação ao crescimento da Argentina, na Espanha, é possível observar uma redução da proporção em relação a 2012.

Analisando os cartões em circulação em relação ao tamanho da população, é possível constatar certa estabilidade na modalidade de débito em mercados como o da Costa Rica, da Espanha, Brasil e Peru, que apresentam crescimento reduzido em termos per capita durante o período de 2012-2017. Em compensação, em outros países da região, como a Argentina, Colômbia, México e o Chile, houve crescimentos mais altos em termos per capita. Em Portugal, o número de cartões de débito por habitante

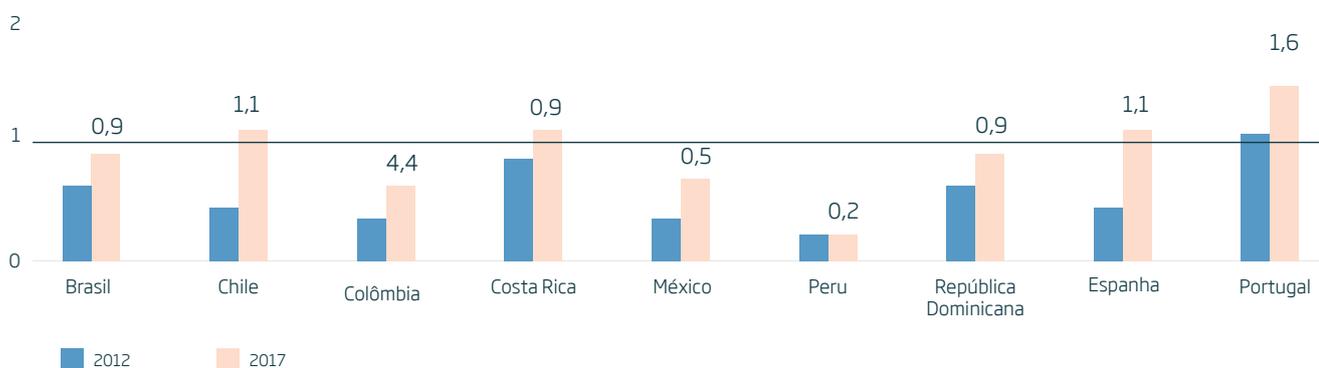
também aumentou notavelmente, passando de 972 para 1.421 nesse período. O único país que registrou um número abaixo da unidade em cartão de débito em termos per capita em 2017 é a Espanha.

Na modalidade de crédito, o destaque é da Argentina tanto pelo nível máximo atingido (1,3 cartões de crédito por habitante) quanto pelo crescimento registrado no período analisado. O Chile, a Espanha, a Colômbia e a Costa Rica são países onde o número de cartões de crédito per capita teve um crescimento significativo. Portugal, em compensação, passou de 884 cartões por mil habitantes em 2012 para 590 em 2017, uma queda também registrada no Brasil, embora em menor número.

Em conjunto, em 2017, o número de operações de compra realizadas na Espanha com cartões espanhóis no PDVs (sem diferenciar entre as modalidades de débito e crédito devido à falta de informação do público) aumentou 12,6%, uma taxa de crescimento mais alta e muito diferente daquela do seu equivalente de uso em ATMs, que caiu 0,7%. O mesmo é observado em termos do valor das operações em PDVs, que cresceram 8,7% no ano passado e representam 11,9% do PIB (em USD).

A tendência que intensifica a utilização de cartões como meio de pagamento direto em PDVs em comparação com o saque de dinheiro em ATMs é mantida, embora a um ritmo lento. Dessa forma, o valor das operações de pagamento com cartão em PDVs é sistematicamente maior que o valor dos saques com cartões em ATMs, registrando uma proporção de 1,1, ficando atrás apenas de Portugal (1,6), onde a proporção mencionada foi excedida em 2009 (**Figura_15**). O Chile excedeu a unidade em 2017 e a República Dominicana e a Costa Rica estão se aproximando a ela; o Peru registrou a menor proporção, de 0,2 (o valor de saques em ATMs é cinco vezes maior que o valor pago com os cartões em PDVs), permanecendo inalterado nos últimos cinco anos.

Figura_1-5. Índice do valor das operações realizadas com cartão em PDVs x ATMs (saque de dinheiro), 2012-2017



Fonte: Bancos centrais, superintendências de bancos.

Na América Latina, a média de consumo de cada pagamento feito com cartão de débito é semelhante em quase todos os países analisados, com um ticket médio de 28 USD em 2017, exceto a Colômbia, que registra um gasto mais alto, de 43 USD. Quanto aos cartões de crédito, o consumo médio por país mostra um comportamento desigual, em que os valores mais baixos são observados em países como o México e a Costa Rica (48 USD) e a República Dominicana (53 USD), abaixo da média regional de 62 USD, enquanto os mais altos são aqueles mostrados pela Colômbia (88 USD), o Chile (77 USD) e o Peru (71 USD).

A intensidade de uso dos cartões de débito é diferente entre os países, sem discriminar por tipo de operação (pagamentos e saques) mensurado como número de operações realizadas com cada cartão em circulação por ano. Neste sentido, a Espanha e o Chile são os países mais dinâmicos em termos de utilização de cartões de débito, com 94 e 60 operações com cartões em 2017 respectivamente, seguidos pelo Peru (43) e o Brasil (38). No caso do cartão de crédito, é possível diferenciar entre três principais comportamentos: a intensidade de uso mais alta é registrada no Brasil e na República Dominicana, com aproximadamente 40 transações com cartão e ano; em segundo lugar, estão a Espanha (27), o Chile (26) e o México (24) com uma média de 25 transações por cartão e ano. Os últimos lugares são ocupados pelo Peru (20) e a Colômbia (14).

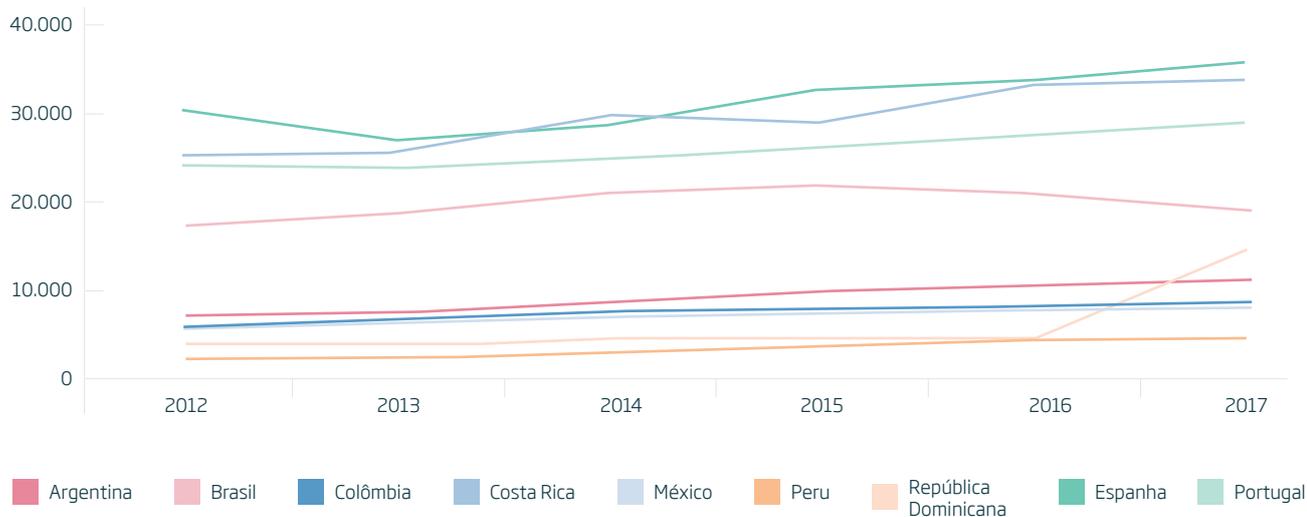
A facilidade de financiamento ao consumidor com cartão de crédito permanece com o maior dinamismo mostrado historicamente na América Latina, em relação à Espanha. Desta forma, nos últimos seis anos, o crescimento na Espanha chegou perto da casa de dois dígitos (9,8% de CAGR), mesmo a partir de níveis muito baixos. Na verdade, todos os países da região superaram a Espanha e Portugal em valor de financiamento ao consumidor com cartão de crédito em relação ao PIB, especialmente o Chile (8,3%), a Colômbia (5,5%), a Costa Rica (3,4%) e o Brasil (3,0%), sendo os mercados que lançam mão

com maior intensidade do financiamento ao consumidor por cartão de crédito. Os maiores valores médios são registrados no Chile (1.783 USD de financiamento vivo por cartão de crédito em circulação) e a Colômbia (1.122 USD), e o menor na Espanha (315 USD), na Argentina (346 USD) e no Brasil (414 USD). A Espanha e a Argentina também coincidem como os países com um conjunto de cartões de crédito maior que os de débito, como mencionado acima.

Na América Latina, as redes de ATM e PDV mostraram um crescimento desigual nos últimos cinco anos. No Chile, a rede de ATMs continua sofrendo uma redução da sua presença a um ritmo de -3,8% CAGR no período de 2012-2017, para o qual contribuiu a queda de 1,3% em 2017. A Costa Rica perdeu 2,1% em número de ATMs, primeiro ano da série em que apresentam queda. Em Portugal, a queda foi de 3,3% em 2017, enquanto a Espanha registrou o segundo ano de crescimento (1,8%), após uma queda ininterrupta desde 2008, deixando o conjunto de ATMs em 90% do tamanho registrado naqueles anos antes da crise.

Na evolução da rede de PDVs (**Figura_1-6**) continuam existindo duas grandes categorias no grupo de países representados: a Espanha, a Costa Rica, Portugal e o Brasil com mais de 20.000 PDV por milhão de habitantes (38.000 no caso da Espanha, 36.000 na Costa Rica, 30.800 em Portugal e 19.800 no Brasil); e o Peru (3.900), o México (7.500) e a Colômbia (8.200) com menos de 10.000. A Argentina e o Peru, que ficam em último lugar, registraram o maior crescimento ano a ano em número de PDVs instalados em 2017 (35,5% e 24,1%, respectivamente). A Espanha e Portugal registraram crescimentos positivos (5,4% e 5,0%, respectivamente), atingindo cerca de 1,8 milhões de PDVs instalados, no caso da Espanha, e 317.000 em Portugal. O Brasil, por outro lado, perdeu 6,5% do número total de PDVs registrado no ano anterior, o único país com comportamento negativo devido à perda de quase 300.000 máquinas de cartão.

Figura_1-6. Número de PDVs por milhão de habitantes, 2012-2017



Fuente: bancos centrales y superintendencias de bancos.

O valor médio por operação em PDVs é relativamente parecido em todos os países, independentemente da região: desde 41-46 USD registrados no Brasil, na Costa Rica, Argentina, República Dominicana e na Espanha até 60 na Colômbia e em Portugal. O México, por outro lado, registra a menor média de operação em valor, 33 USD.

O número de operações diárias por PDV instalado, bem como o valor pago com eles, mostra diferenças muito notáveis, estando Portugal à frente nas duas variáveis: um PDV em Portugal recebe pagamentos por 606 USD por dia, enquanto que, na Espanha, um deles mal chega a 242 USD. No entanto, o número de operações de pagamento em PDVs de 4 para 5 tem aumentado diariamente, sendo a metade deles registrados pelos PDVs portugueses e nos níveis da Costa Rica e da Colômbia.

A intensificação da utilização dos PDVs e dos cartões é uma tarefa em aberto, a ser realizada pelos emissores e adquirentes em um grande número de países incluídos neste Relatório, onde Portugal é uma exceção à regra. É importante que o ponto de venda não apenas adote, mas sim que motive e incentive a aceitação, para dar um impulso ao aumento do uso de PDVs.

Em relação aos agentes não bancários, o Peru continua sendo o país que lidera o ranking de números de agentes em relação à população, com mais de 3 agentes por 1.000 habitantes. A Colômbia permanece em segundo lugar, aonde caiu em 2015, passando para 2 agentes por 1.000 habitantes. A Costa Rica está na terceira posição e muito próxima do Brasil, como pioneiro. A República Dominicana continua superando o México, o último, com crescimento moderado.

Nos últimos seis anos, o comércio eletrônico de varejo na América Latina experimentou um crescimento exponencial, duplicando amplamente o volume de vendas feitas por esse canal (USD 62 bilhões em 2017 x USD 25,5 bilhões em 2012), onde o México concentra um terço do valor das vendas registradas, seguido pelo Brasil com um quarto do valor. Na Espanha, o comércio eletrônico quase triplicou o volume de negócios desde 2012. Os números publicados para o ano de 2017 pelo CNMC, que contabiliza as compras feitas via Internet com cartão de crédito ou de débito, endossa esse comportamento: foram registradas 514 milhões de operações de comércio eletrônico (30% a mais do que as registradas em 2016), que representaram um volume de negócios superior a 30 bilhões de euros, 25,7% a mais que em 2016.

A monografia é dedicada ao principal componente no qual gira o processo de transformação em que nos encontramos - da era analógica para a era digital. Esse componente é a informação e as novas capacidades para acessá-la, armazená-la, tratá-la, analisá-la, compreendê-la e gerar conhecimento com base nela. A informação é materializada em dados, um insumo essencial na economia digital, o que faz com que entremos em um novo conceito associado: a economia dos dados ou o conjunto de iniciativas, atividades e/ou projetos, cujo modelo de negócios é baseado na exploração e na procura de estruturas de bancos de dados existentes (tradicionais e novos) para identificar novas oportunidades de gerar valor, produtos e serviços.

É importante abordar a questão do valor dos dados em um relatório como este, já que, se existe um ramo que possa ser considerado *early adopter* da geração e da utilização de dados, então é justamente aquele desenvolvido pela indústria de pagamentos eletrônicos ou digitais. É um setor em plena transição, desde sua atribuição inicial praticamente exclusiva ao setor financeiro até o expoente dos negócios baseados em dados, cujo ecossistema é pouco parecido àquele que predominava há apenas 20 anos (século XX). Enquanto todas as empresas são chamadas para se tornarem uma *data driven company* (DDC - Empresa dirigida por dados), o ramo de pagamentos tem sido pioneiro na adoção de uma abordagem baseada em dados, seja por conformidade regulatória, impulso inovador ou por competição de mercado.

Nos países analisados, é possível observar diversos níveis de desenvolvimento da economia de dados na indústria de pagamentos: Em alguns casos, os PSPs tradicionais estão começando a definir o escopo dos dados coletados por eles - do armazenamento em silos para a exploração científica dos dados gerado nas diversas unidades de negócio para criar uma visão unificada do cliente - enquanto em outros eles já estão muito avançados em termos de inovações próximas ao Open Banking.

Todas as empresas são chamadas para se tornarem uma data driven company (DDC). O ramo de pagamentos tem sido pioneiro na adoção de uma abordagem baseada em dados.

Nesse contexto, os PSPs enfrentam muitos desafios para passar para um modelo de DDC e maximizar o valor extraído dos dados gerados com base nas operações oferecidas por eles aplicando ferramentas de Big Data e disciplinas da ciência dos dados. Há muitas dimensões que são tratadas detalhadamente, desde a conformidade regulatória - setorial (pagamentos) e cruzada (proteção de dados, cibersegurança, concorrência) - passando pela mudança de cultura empresarial tão necessária, que envolve tornar-se um DDC, até levar em consideração as capacidades, percepções e hábitos do usuário final, que será aquele que irá "adquirir" os novos serviços com base em dados.

A última parte do Relatório analisa a relação da população internauta bancarizada com os meios de pagamento. A análise esteve centralizada na população internauta bancarizada, porque é um segmento cuja importância é crescente e ao qual as principais inovações no campo dos pagamentos são direcionadas. São incluídos tópicos atuais, como o conhecimento e a adoção de novos meios de pagamento (carteiras eletrônicas ou wallets), conhecimento de fintech ou a sensação de segurança em relação a dados financeiros em operações de pagamento online, e a disposição de transferi-los. Também é realizado o detalhamento das compras online, dos meios de pagamento mais usados nesse canal e do nível de confiança que eles oferecem.

É de destacar a utilização crescente dos pagamentos eletrônicos, que superou o de meios de pagamento baseados em papel para cobrir as despesas mensais em certos países, como o Chile e Portugal. Além disso, existem evidências da redução do uso de dinheiro em espécie nos últimos 5 anos, bem como da predisposição demonstrada pelos países para deixar de usá-lo definitivamente.

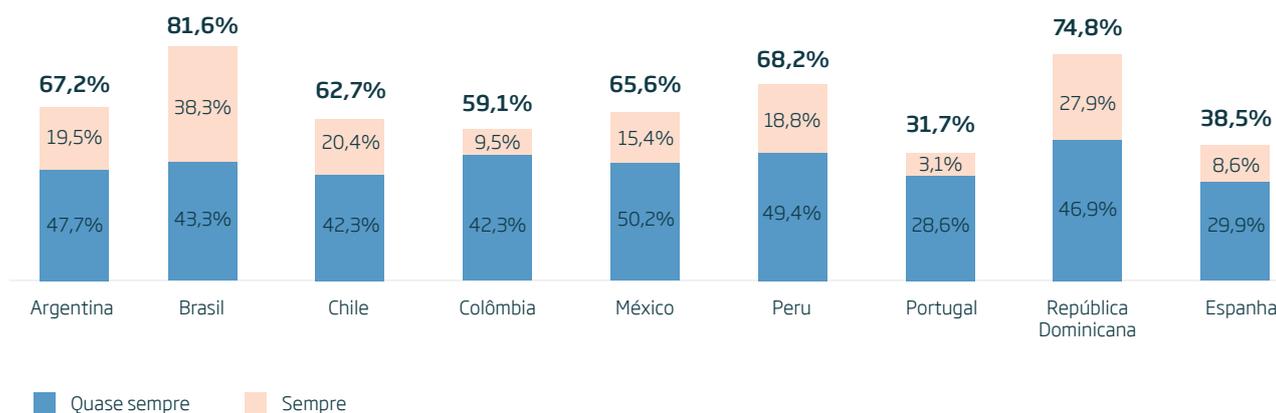
Existem diferenças em termos de destaque e utilização em vários países em relação a novos meios de pagamento baseados em aplicativos para dispositivos móveis. As barreiras que impedem sua utilização são variadas e abrangem desde a falta de confiança até o enraizamento de outros meios de pagamento.

Quanto às compras online, como é uma população internauta, a maioria já fez compras por esse meio e, em geral, é um canal que proporciona confiança e segurança. Apesar disso, a falta de confiança nesse canal ainda continua em certos países, como o Peru e o Brasil, onde os meios de pagamento mais usados são os cartões de pagamento, embora em alguns países o dinheiro em espécie ainda tenha um peso significativo.

Quanto à disposição de transferir dados financeiros (informações sobre a situação dos saldos e dos movimentos, produtos contratados) para empresas tecnológicas em troca de uma série de benefícios, é possível observar uma atitude mais aberta nos países latino-americanos (principalmente na República Dominicana) do que na Espanha e em Portugal.

A **Figura_1-7** mostra que o uso dos cartões de crédito como meio de financiamento ou pagamento de compras a prestação não é generalizado uniformemente em todos os países explorados. Existem três níveis: o primeiro, definido por uma frequência de utilização muito alta, como no Brasil e na República Dominicana, onde pelo menos 75% da população utiliza essa modalidade com frequência (sempre ou quase sempre). O segundo nível, composto pelos demais países da América Latina, apresenta uma frequência de utilização de aproximadamente 60% - 70%. E o terceiro nível, composto por Portugal e Espanha, a grande maioria usa essa modalidade com baixa frequência: apenas 31,7% dos portugueses e 38,5% dos espanhóis disseram que costumam usá-lo para pagar a prazo ou a crédito.

Figura_1-7. Frequência de uso de cartão de crédito para pagamentos a prazo ou a crédito (2018)



*n: Número total de titulares de cartão de crédito por país
 Nas barras em pilhas está a soma de: sempre + quase sempre
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

A atratividade de uma série de propostas que poderiam incentivar o pagamento com este meio foi testada entre aqueles que não têm cartão de crédito ou cuja frequência de uso é baixa (**Tabela_1-2**). Uma vez mais, os espanhóis e os portugueses são os mais relutantes em incluir este meio de pagamento: para 37,7% e 36,0%, respectivamente, nenhuma das iniciativas analisadas estimularia uma utilização maior. No entanto, nos países da América Latina, esse percentual não ultrapassa 20%, exceto no Chile (21,6%). Os países europeus exigem um incentivo mais tangível em forma de descontos diretos em estabelecimentos, enquanto nos países da América Latina é previsto um número maior de oportunidades para ativar usuários de cartão de crédito.

Tabela_1-2. Incentivos que fomentariam o pagamento com cartão de crédito entre não usuários e não titulares - (2018)

	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	México	Peru	Portugal	República Dominicana	Espanha
Descontos diretos em estabelecimentos	28,20%	15,10%	14,30%	22%	15,40%	22,80%	23,70%	22,10%	26,90%
Taxa de juros preferencial (menor taxa de juros)	12,20%	20,80%	19,50%	23,50%	25,60%	24,10%	16,90%	16,10%	10,10%
Escolha das quotas ao realizar o pagamento	25,50%	16,70%	18,20%	13,80%	17,90%	11,80%	6,80%	12%	8,20%
Acumulação de pontos que podem ser trocados por presentes	16,50%	19,30%	17,30%	12,30%	15,80%	17,70%	8,90%	20,70%	10,10%
Participação em sorteios (viagens, computadores, etc.)	3,20%	6,80%	5,20%	9%	4,30%	6,30%	4%	12%	1,60%
Incluir uma garantia antifraude	1,10%	1,60%	3,90%	1,90%	4,30%	1,7%	3,70%	2,30%	5,40%
Nenhum deles	13,30%	19,80%	21,60%	17,50%	16,70%	15,60%	36%	14,70%	37,7%

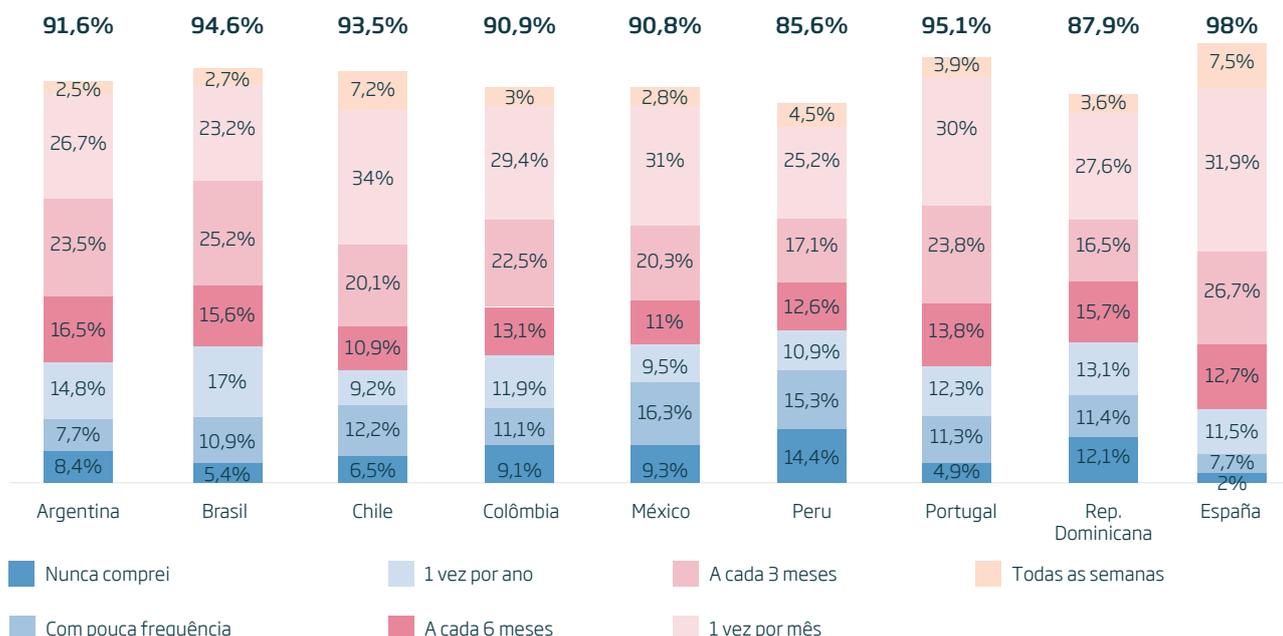
n: População internauta bancarizada que não possui cartão de crédito ou que o utiliza com pouca frequência, em total por país
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

As compras online são atividades diárias em um ambiente digitalizado, como aquele formado pela amostragem do estudo. A proporção maior de compradores online está concentrada na Espanha (98,0%), em Portugal (95,1%) e no Brasil (94,6%). Na República Dominicana (87,9%) e no Peru (85,6%), esse índice sofre uma leve queda. Nos demais países, esse número também é alto. Os dados indicados apontam que apenas 2% dos espanhóis e 5% dos portugueses internautas bancarizados

nunca compraram online. Na América Latina, esse número varia entre 5,4% no Brasil e 14,4% no Peru.

Os espanhóis e os chilenos são os que compram com mais frequência online (**Figura_1-8**), 4 de 10 compras online pelo menos uma vez por mês. O Peru, o Brasil, a República Dominicana e o México são os que compram com menos frequência online; aproximadamente 1 em cada 4 não compra online mais de uma vez por ano.

Figura_1-8. Frequência de compra de produtos ou serviços na Internet (2018)

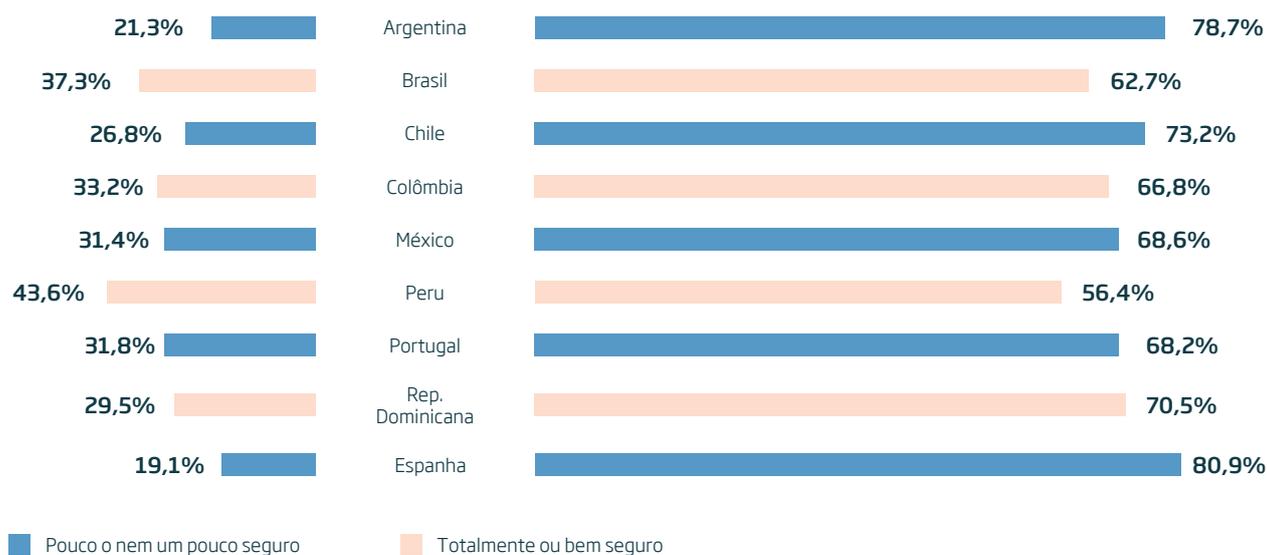


n: População internauta bancarizada em total por país (400)
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Mesmo que a maioria tenha usado o canal online para comprar, o nível de confiança que esse meio lhes oferece não é uniforme em todos os países. Na Espanha, onde 4 em cada 10 compram *online* todas as semanas, o nível de segurança percebido nesse canal é muito alto (80,9%). Na América Latina, os países que percebem mais segurança são a Argentina (78,7%) e o Chile (73,2%). Na República Dominicana, em Portugal e no México, 7 em cada 10 afirmam que se sentem seguros quando fazem compras *online*.

Os peruanos são os que mais se sentem suscetíveis de risco ao comprar online, tendo em vista que 43,6% declaram que não se sentem seguros ou se sentem pouco seguros ao comprar online. Inclusive, entre todos os países analisados, o Peru é que apresenta o menor índice de compradores *online* (1 em cada 7 nunca comprou online). O Brasil também mostra desconfiança pelas compras online e 37,3% dos brasileiros afirmam que não se sentem seguros ou se sentem pouco seguros (**Figura_1-9**)

Figura_1-9. Percepção de segurança nas compras online (2018)



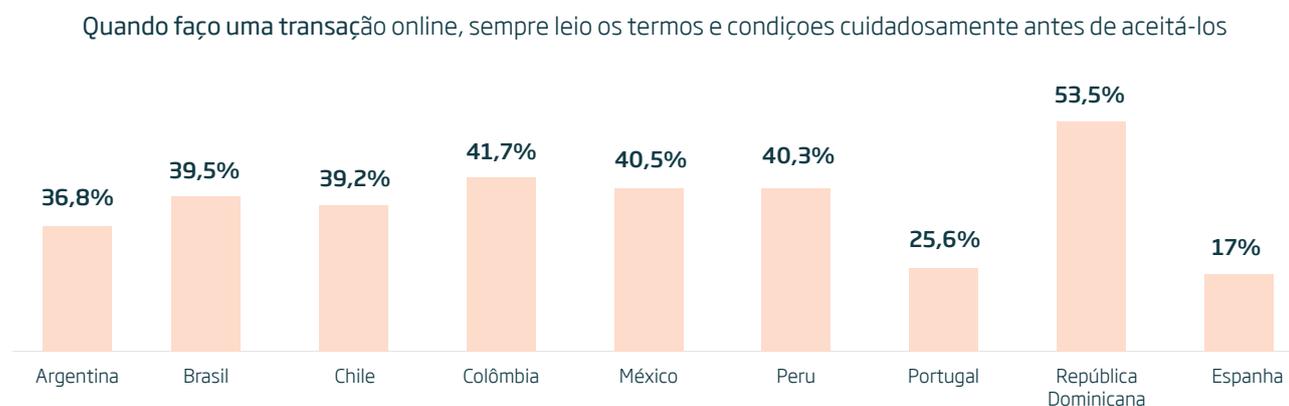
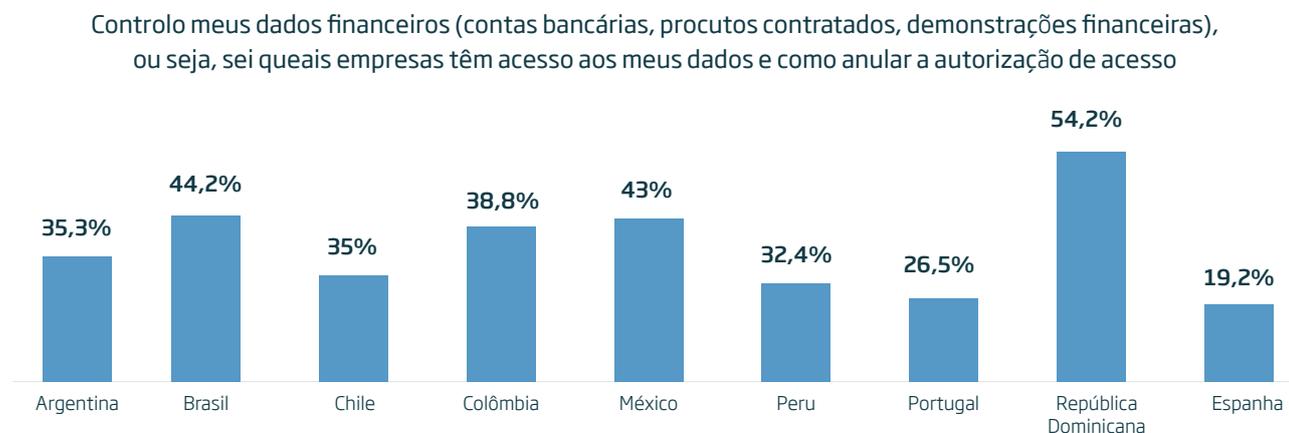
n: População bancarizada que faz compras online por país, em total
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Existe certa relação entre o modo de ver o controle dos dados financeiros e a atenção prestada aos termos e condições ao realizar transações online: os países que declaram que leem estes últimos detalhadamente sentem que têm maior controle sobre seus dados financeiros (**Figura_1-10**). Grande parte dos países latino-americanos declaram que tem controle de seus dados financeiros, o que pode ser entendido como ter conhecimento de quais empresas receberam autorização para acessar seus dados e como isso pode ser revogado. A República Dominicana destaca como o país que sente que tem o maior controle. Nesse país, aqueles que têm pontuação mais alta (9 ou 10) em uma escala de 0 a 10 representam 54,2%, e é seguido pelo Brasil (44,2%) e pelo México (43,0%). Os outros países variam entre 26,5% em Portugal e 38,8% na Colômbia. Diferente do que seria possível pensar como resultado do Regulamento Geral de Proteção de Dados, que entrou em vigor recentemente na Europa, os países europeus são os que declaram que têm menos controle dos seus dados financeiros, principalmente a Espanha, onde apenas 19,2% declara ter controle total, e Portugal (26,5%). Em ambos os casos, são mais baixas que as declaradas pelos usuários de Internet nos países da América Latina.

Para fazer transações *online* é necessário aceitar claramente os termos e condições apontados pelo *e-commerce* e que abrangem a operação em si legalmente. Geralmente são textos longos e às vezes difíceis de entender. A questão é saber se eles realmente são lidos antes de serem aceitos ou se, ao contrário, são aceitos sem prestar atenção a eles.

Os latino-americanos são os que mais afirmam que leem os termos e condições com atenção quando vão fazer uma operação via Internet (**Figura_1-10**). Neste aspecto, o destaque fica uma vez mais com os dominicanos, considerando que 1 em cada 2 declara que os lê com atenção antes de fazer operações *online*. Esta porcentagem é de aproximadamente 40% nos outros países da região, enquanto que nos países europeus não é prestada tanta atenção, tendo em vista que em Portugal apenas 1 em 4 declara que lê esses termos enquanto que na Espanha é apenas 1 em cada 6.

Figura_ 1-10. Índice de concordância (9 ou 10) com afirmações relacionadas à segurança de dados pessoais em transações *online* (pontuações 9-10 em uma escala de 0 a 10) - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

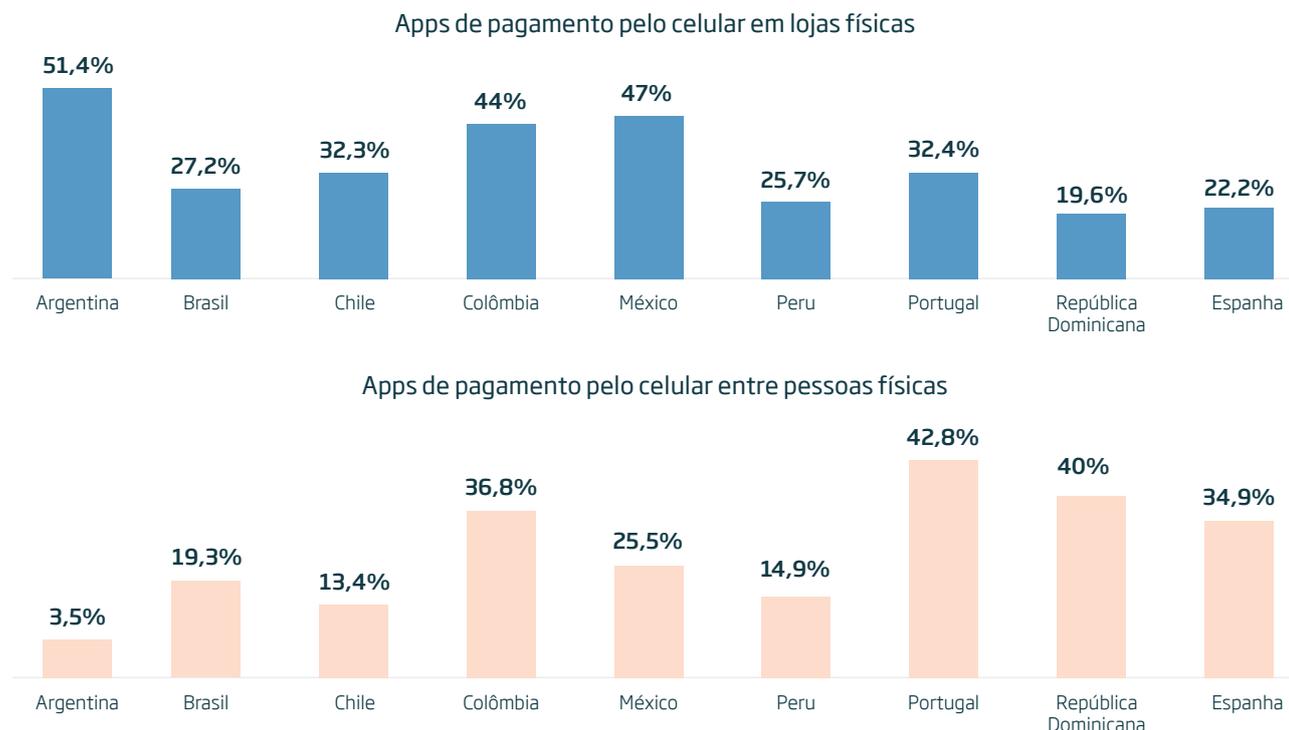
Ainda existe uma grande parte da população que nunca fez pagamentos móveis em lojas ou estabelecimentos comerciais, começando pelos argentinos que, com 48,6% são os que mais usaram esses apps, até os dominicanos, com 80,4%, os que menos utilizaram.

Os apps com os quais é possível realizar pagamentos em estabelecimentos comerciais foram adotados em massa pelos argentinos, considerando que aproximadamente 51,4% já usaram esses apps em alguma ocasião (Figura_ 1-11). No entanto, os apps de pagamento P2P não tiveram tanta aceitação nesse país, considerando que apenas 3,5% já usou esses apps em alguma ocasião. Nos demais países latino-americanos, a tendência é semelhante: os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais são mais usados do que os apps de pagamento P2P. O México e Colômbia são os países que mais usaram os primeiros (47,0% e 44,0%), enquanto o percentual de utilização no Brasil e no Peru chega perto da casa de 25%.

Essa tendência é interrompida pelos países europeus e a República Dominicana, porque os apps de pagamento entre pessoas físicas são mais usados do que os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais. Na Espanha, os usuários de apps P2P representam 34,9% em comparação com 22,2%, que declaram ter pago com apps em estabelecimentos comerciais. Em Portugal, esses percentuais representam 42,8% e 32,4% respectivamente, e na República Dominicana 40,0% em comparação com 19,6%.

A principal barreira é o fato de que outros meios de pagamento tradicionais prevalecem, e não a desconfiança ou a dificuldade ao usá-los.

Figura_ 1-11. Utilização de apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais ou apps de pagamento entre pessoas físicas - (2018)



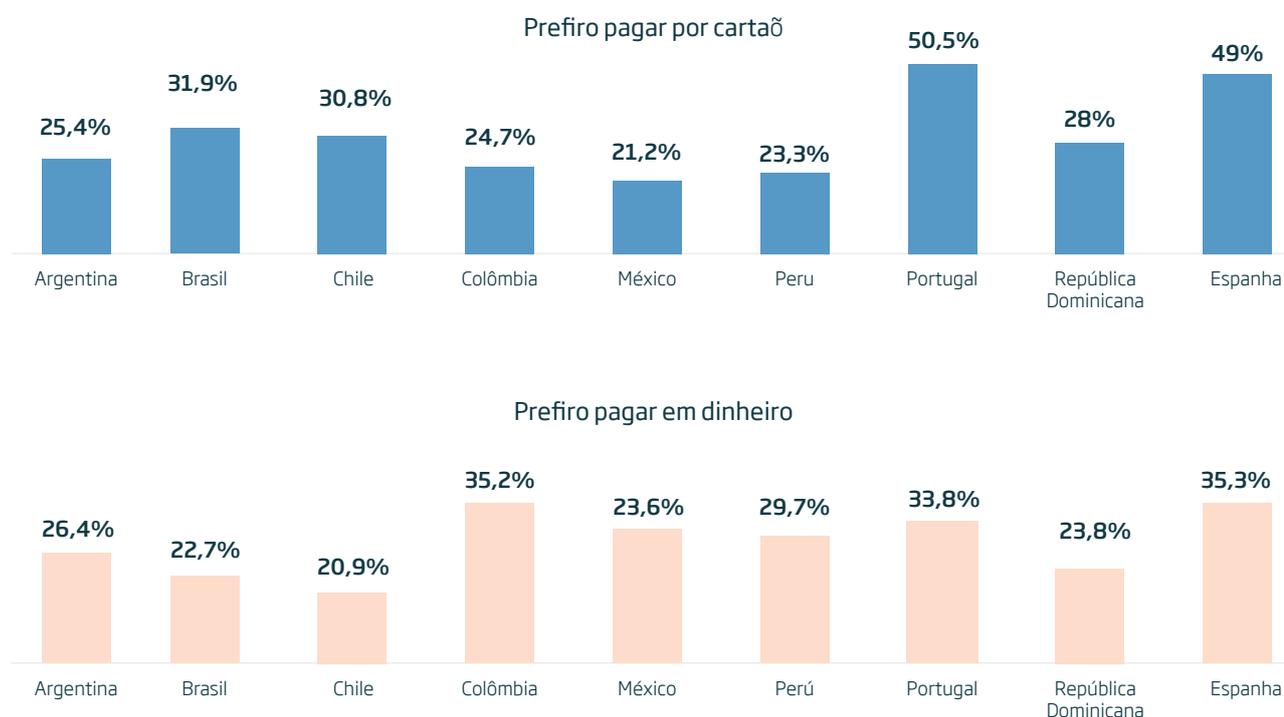
n: População internauta bancarizada em total por país (400)

Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

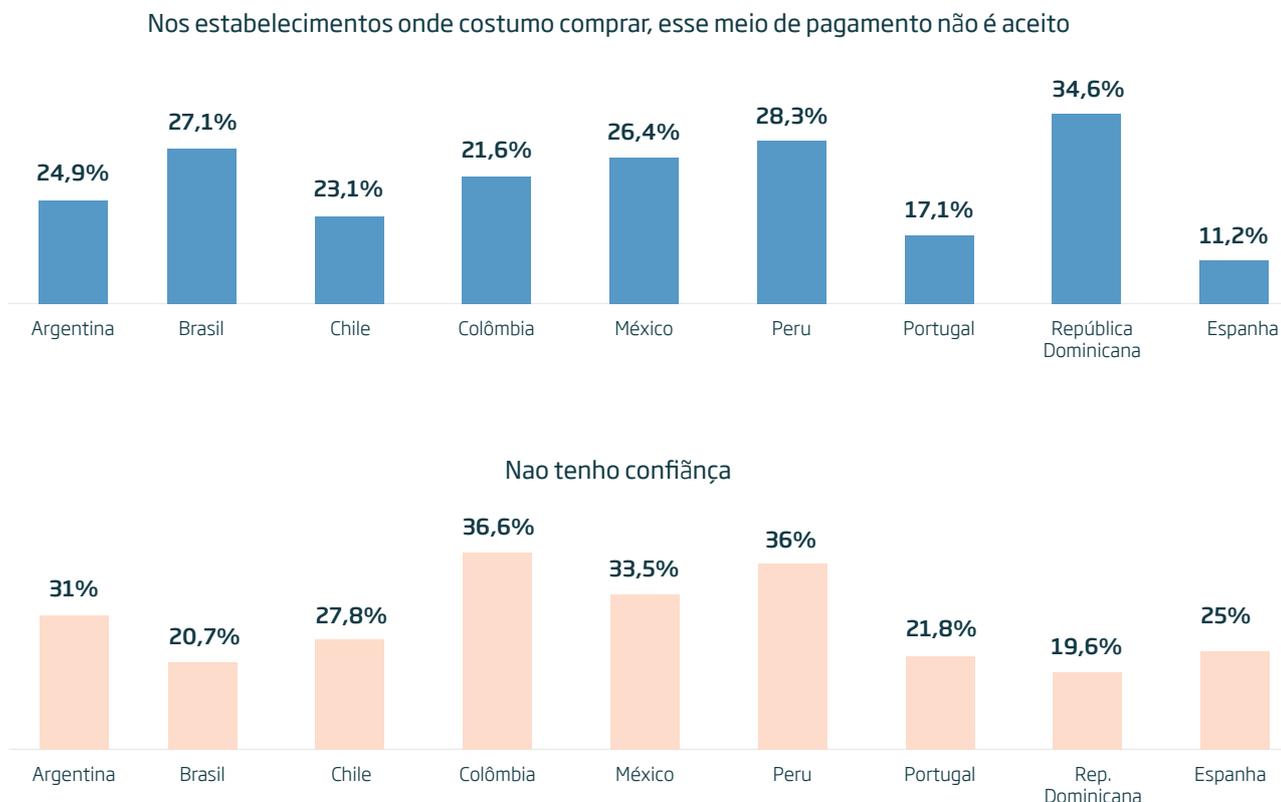
Dependendo do país, existem vários fatores que influenciam a decisão de não usar esse meio de pagamento (**Figura_ 1-12**). No caso da Espanha e Portugal, o principal obstáculo é o costume de usar outros meios de pagamento, como os cartões (49,0%

e 50,5%) ou dinheiro em espécie (35,3% e 33,8%). Portanto, nesses países, a principal barreira é o fato de que outros meios de pagamento tradicionais prevalecem, e não a desconfiança ou a dificuldade ao usá-los.

Figura_ 1-12. Barreiras para usar pagamento móvel/carteira virtual em estabelecimentos entre a população internauta bancarizada



Figura_ 1-12. Barreiras para usar pagamento móvel/carteira virtual em estabelecimentos entre a população internauta bancarizada (continuação)

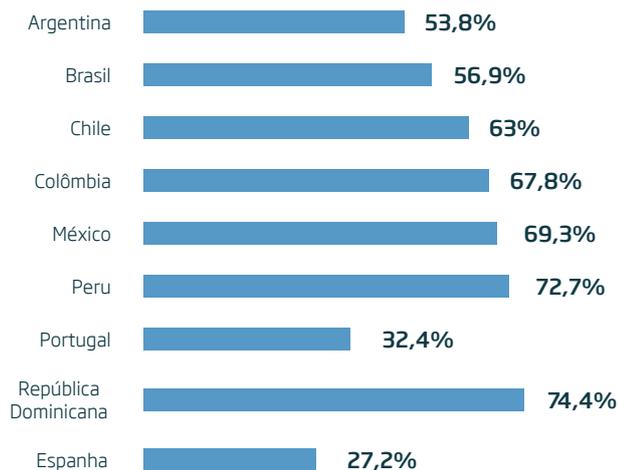


n: População total que não utilizou pagamento móvel/carteira virtual em estabelecimentos comerciais
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Depois de analisar as barreiras para que esses novos meios de pagamento sejam usados, foi realizada uma análise da predisposição para que sejam usados em alguma ocasião no próximo ano. Na América Latina, predomina uma alta predisposição para isso, principalmente na República Dominicana e no Peru, onde respectivamente 74,4% e 72,7% das pessoas que não usam essa modalidade estariam dispostas a usá-la. Nos outros países latino-americanos, também existe um alto nível de intenção. Em compensação, os países da Península Ibérica demonstram menos interesse em adotar esses meios de pagamento: a porcentagem de *intenders* é de 32,4% em Portugal e 27,2% na Espanha (Figura_ 1-13).

A oferta de produtos e serviços em troca da transferência de dados pessoais é a iniciativa mais bem-sucedida, embora os usuários europeus estejam mais relutantes em fornecer seus dados do que os latino-americanos.

Figura_ 1-13. Intenção da população internauta bancarizada de usar no próximo ano aplicativos de pagamento móvel/carteira virtual que ainda não usa - (2018)



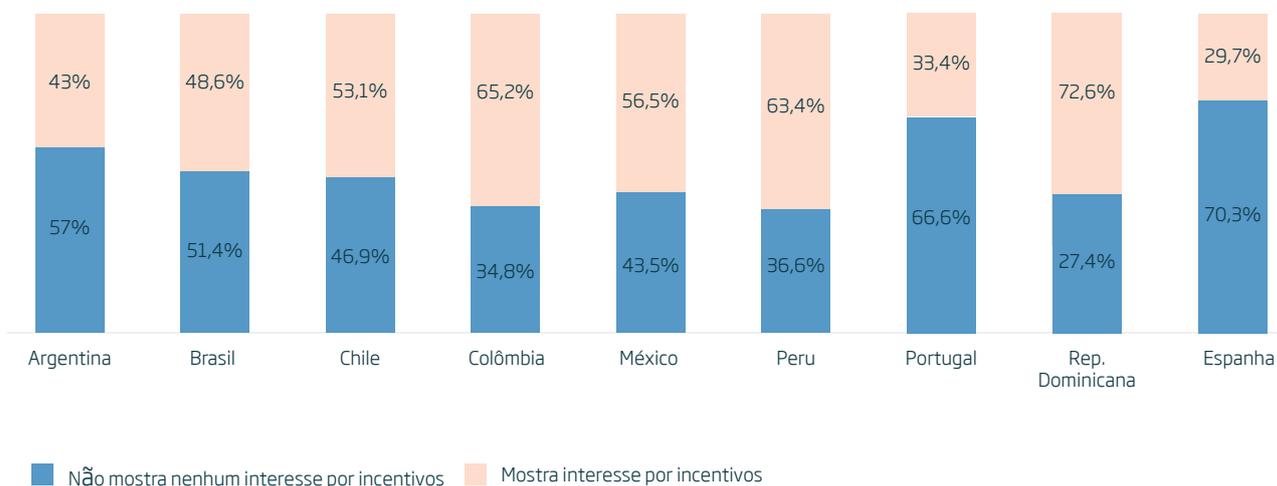
n: População total que não utilizou pagamento móvel/carteira virtual em estabelecimentos comerciais
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Relatório de Minsait sobre Tendências nos meios de pagamento em 2018

Mais uma vez é mostrada a diferença que existe entre europeus e latino-americanos quando à disposição de ceder seus dados para terceiros em troca de qualquer uma das propostas analisadas. Os primeiros são mais reticentes que os segundos. Na Espanha e em Portugal, respectivamente 70,3% e 66,6% dos usuários de Internet não estão interessados em nenhuma

das opções propostas. Em alguns países da América Latina, esse percentual é um pouco mais baixo, como na Argentina (57,0%) ou no Brasil (51,4%), enquanto que em outros a predisposição é muito maior, como na República Dominicana, onde 72,6% estariam dispostos a ceder seus dados, como no Peru (63,4%) e na Colômbia (65,2%) (Figura_ 1-14).

Figura_ 1-14. Predisposição para entregar dados financeiros em troca de incentivos (2018)

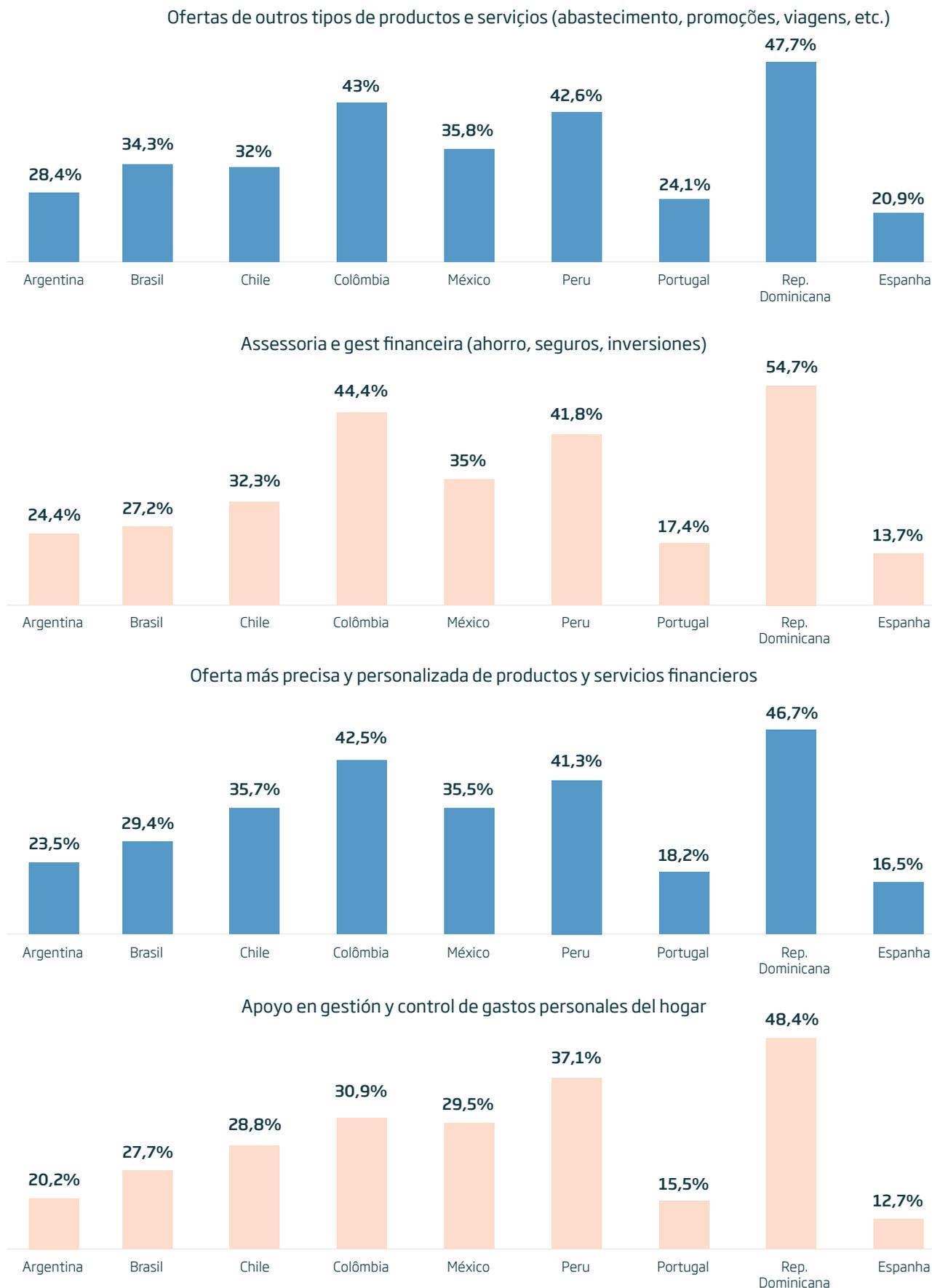


n: População internauta bancarizada em total por país que comprou on-line no último mês
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Entre todas as iniciativas propostas, as que mais despertam interesse são as ofertas em outros tipos de produtos e serviços (produtos, promoções, viagens, etc.), embora não da mesma forma em todos os países (Figura_ 1-15). Com essa proporção, 47,7% dos dominicanos estariam dispostos a fornecer seus dados, do mesmo modo que 43,0% dos colombianos e 42,6%

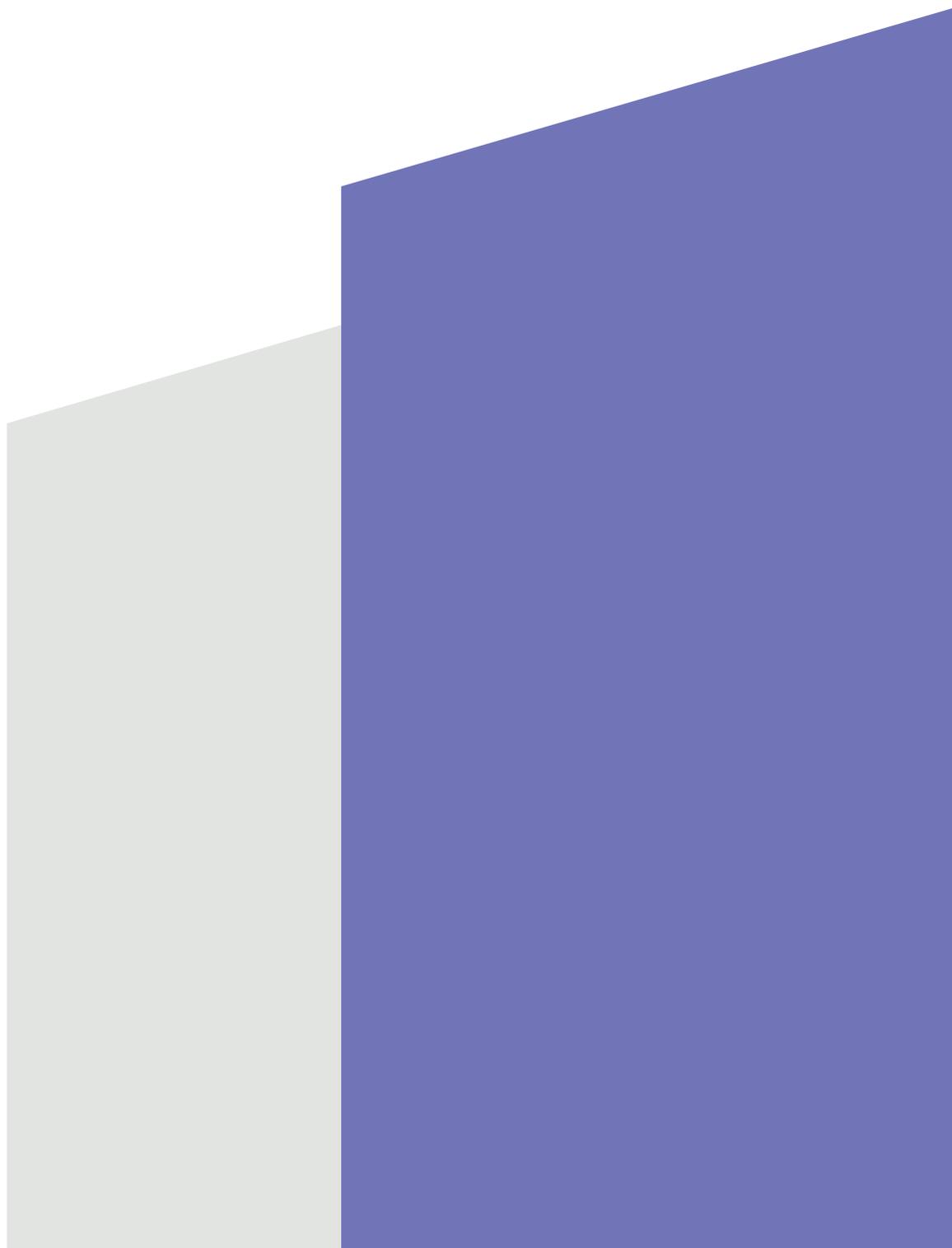
dos peruanos. No caso dos argentinos (28,4%), portugueses (24,1%) e espanhóis (20,9%), a mobilização dessa medida é menor. A proposta que menos atrai todos os países, exceto a República Dominicana, é a de obter suporte para administrar e controlar as despesas domésticas e/ou pessoais.

Figura_ 1-15. Disposição de entregar dados financeiros para empresas de tecnologia em troca de incentivos (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)

Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas



Novidades em meios de pagamento 2018

2





Uma mudança de status quo

2018 reforçou e gerou novas tendências, como o dinheiro eletrônico, o cashback e a utilização de códigos QR. A Minsait coleta as mudanças e desafios pelos quais a área de meios de pagamento está passando na América Latina e na Europa.

O auge das carteiras digitais, das novas modalidades de bancos - como o Wilobank na Argentina e o Nubank no Brasil - e as associações e alianças estratégicas de instituições bancárias com fintechs e a implementação gradativa de sandboxes de inovação financeira, formam o futuro dos meios de pagamento.

O ano de 2018 foi especialmente intenso em termos de atualização e reforma das regras do jogo que imperam no ramo de pagamentos de baixo valor. Uma prova disso é a extensa lista de novidades registradas em termos de legislação e regulamentação no ano passado, embora seus níveis de intensidade sejam diferentes segundo o país analisado: mais alta na Argentina, no Brasil, na Colômbia, Costa Rica e no México, e mais baixa no Peru e na República Dominicana.

O caso da Espanha e de Portugal é diferente do que aconteceu nos países latino-americanos, na medida em que praticamente todas as mudanças encontradas e aquelas previstas em curto prazo sejam uma resposta automática a um grande número de diretrizes europeias que estão aguardando implantação, e no que diz respeito aos pagamentos, a PSD2, que já foi transferida, embora parcialmente, acumulando atrasos significativos. A emissão de regulamentos técnicos pela Autoridade Bancária Europeia (EBA, na sigla em inglês), para articular o mandato da nova Diretriz de Serviços de Pagamento, está prestes a ser concluída. O maior progresso realizado até a data de encerramento do presente Relatório foi adotar a Diretriz 2014/92/UE relativa às contas de pagamento com funções básicas. As novas regras do jogo definidas pelo novo Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR, na sigla em inglês) foram implementadas na Europa no mês de maio. Por essa ocasião, a Comissão Europeia lançou a avaliação do impacto desses regulamentos no mercado de pagamento com cartões dois anos após sua criação, prevista no Regulamento de comissões interbancárias.

Na América Latina, o auge das carteiras digitais é o principal personagem, principalmente na Argentina, devido aos recursos operacionais - requisitos de interoperabilidade (entre as chaves bancárias unificadas e as chaves virtuais unificadas) e de padronização (códigos QR) - que a legislação disponibilizou aos novos prestadores de serviços de pagamentos ainda não

regulamentados, como acontece com os pré-pagamentos apesar da sua presença crescente. A Argentina também está inaugurando um novo sistema nacional de identificação digital. O Brasil regulamentou os limites máximos de comissões interbancárias e está comprometido em estabelecer um marco regulatório para pagamentos imediatos, além de fortalecer os relatórios, que as instituições de pagamento estão obrigadas a emitir. No Chile, finalmente a emissão de pré-pago foi inaugurada, em uma ocasião em que há uma abertura gradativa para a adquirência, assumida exclusivamente pelo Transbank até este ano. A Colômbia regula os gateways de pagamento digital, regula o Big Data e já possui a primeira empresa especializada em operações de depósito e pagamentos eletrônicos (Movii), quatro anos após a divulgação da Lei de Pagamento Digital. A Costa Rica renova o Regulamento do Sistema de Pagamentos para facilitar, entre outros, a adoção em massa de pagamentos *contactless* ao mesmo tempo em que apostou visivelmente na erradicação do dinheiro em espécie em operações de pagamento, começando pelo setor público. A aprovação e a regulamentação (parcial) da Lei de Fintech no México, bem como o reconhecimento da nova figura da Instituição de Fundos de Pagamento e a regulamentação do pré-pagamento, entre outros, têm sido um marco no continente, porque é um movimento pioneiro. O Peru regula as contas de pagamento com funções básicas e planeja emitir uma regulamentação nas casas de câmbio de criptomoedas, as fintechs e a padronização de códigos QR. Existem vários países que sofreram episódios específicos, de intensidade e impacto diferentes, provenientes do cibercrime, como os casos do México (SPEI), do Chile e do Peru.

Eles surgiram e foram implementados a partir do exterior usando o "passporting" ou novas formas de bancos digitais, alcançando destaque no mercado de novas modalidades de bancos digitais na Espanha, com diversos tipos de licenças (N26, Revolut, BNext). Além disso, são uma realidade na Argentina (Wilobank),

no Brasil (com a chegada do Nubank na categoria de unicórnio e a queda do Banco Neon) e no México (Bankaool). Pelo menos na Espanha, a associação de instituições bancárias com fintechs especializadas na prestação de serviços de financiamento ao consumidor foi intensificada, bem como com gigantes como a Alipay (Ant Financial), a fim de facilitar a aceitação de pagamentos digitais com código QR para os estabelecimentos comerciais que são atendidos por serviços de adquirência. Nessa tendência, os grandes *merchants*, como El Corte Inglés, são um caso singular. O recurso de um sandbox de inovação financeira (com diversos tipos de formalização) já é uma realidade no México e na Colômbia. Na Espanha, o processo de design teve início em 2018 e está previsto que essa modalidade surja em breve. A abertura de sistemas nacionais de pagamentos para fornecedores terceirizados é realidade em alguns mercados, e espera-se que esteja disponível em breve em um número maior deles, incluindo a Espanha, conforme descrito no Projeto de Lei de Transposição da PSD2.

Mercado Pago - um braço financeiro do Mercado Libre, o unicórnio argentino - que mencionamos pela primeira vez neste Relatório, está presente em um número maior de países da região, prestando serviços e ocupando espaços não atendidos pelos provedores de pagamento tradicionais, e será um ator para seguir a pista nos próximos anos.

Vários processos de fusão estão entre as inovações corporativas (tais como os esquemas de três cartões - Servired, 4B e Euro 6000 - autorizados pela autoridade de concorrência na Espanha), aquisições (PayPal-iZettle) e alianças estratégicas para aumentar a concorrência no mercado de adquirência. Essa abertura é observada no Chile, na Colômbia e logo na Argentina, neste caso por ordem do órgão oficial da concorrência. Em relação ao negócio de adquirência, observe que o m-pos está sendo adotado com rapidez na região.

O pagamento móvel da HCE continua expandindo sua presença, com dinamismo discreto. O Google Pay se une ao Apple Pay e ao Samsung Pay como um serviço associado ao dispositivo móvel e também começa a concorrer principalmente em alguns mercados da América Latina, mas não apenas com o renascimento do código QR, desta vez no mundo dos pagamentos. E, claro, o blockchain, embora ainda seja predominante na fase de prova de conceito, já tem algumas soluções aplicadas, principalmente no campo das transferências internacionais de dinheiro e soluções patenteadas no campo da autenticação de identidade. O consórcio espanhol Alastria é uma referência internacional pelo seu conceito de colaboração e multissetorial, e sua finalidade de solução "como país" para o desafio da transformação digital da economia e da sociedade.

Outubro 2017



Novas
tecnologias e
produtos

A fintech britânica Revolut chegou à Espanha e abriu um escritório em Barcelona. Revolut é um aplicativo de banco móvel que ainda não possui ficha bancária, portanto, as contas dos usuários estão localizadas no Lloyds Bank do Reino Unido.

VisaNet lança no Peru o Poket POS, solução de pagamento próprio para estabelecimentos comerciais e profissionais liberais.



Notícias
corporativas

O plano de desinvestimento da Prisma foi publicado como resultado da Resolução nº 17 referente a comportamentos anticompetitivos no mercado de cartões de crédito, de débito e de meios de pagamento digitais da Comissão Nacional de Defesa da Concorrência (CNDC) da Argentina.

A PayPal e a MasterCard ampliam seu acordo digital globalmente e incluem o Canadá, Europa, América Latina e Caribe, Oriente Médio e a África. Originalmente, o acordo estava em vigor nos EUA e na região da Ásia-Pacífico. Esse acordo faz com que (i) a MasterCard possa ser apresentada como uma opção de pagamento no PayPal; (ii) os usuários possam adicionar seus cartões MasterCard ao PayPal a partir dos próprios apps de instituições bancárias parceiras da MasterCard; e o (iii) Masterpass é adicionado como uma opção de pagamento para estabelecimentos comerciais que processam pagamentos através do Braintree.

O Banco Santander, a MasterCard e o Governo da Cantábria inauguram a iniciativa "cashless" denominada Cantabria Pago Digital, pioneira na Espanha, cujos resultados e aprendizagens podem ser consultados no site www.cantabriapagodigital.es.

O Alastria, primeiro consórcio multissetorial promovido por empresas e instituições, foi fundado para estabelecer uma infraestrutura semipública de blockchain/DLT independente, autorizada e neutra, idealizada para dar apoio a serviços com eficácia jurídica na região da Espanha e em conformidade com a regulamentação europeia.



Notícias de
regulamentação

O governo de Portugal aprova o Decreto-Lei nº 107/2017 referente à implantação da Diretriz nº 2014/92/UE sobre a comparabilidade das comissões ligadas a contas de pagamento, à transferência de contas de pagamento e ao acesso a contas de pagamento com funções básicas..

Modificação da Circular do Banco Central do Brasil (BCB) nº 3.843 esclarecendo aspectos da Circular nº 3.854, sobre a obrigação de compensação e liquidação centralizada pela Câmara Interbancária de Pagamentos (CIP), e sua entrada em vigor.

Novembro 2017



Novas
tecnologias e
produtos

A Iberpay lança a infraestrutura interbancária nacional de transferências instantâneas na modalidade de SEPA dos bancos espanhóis. Esta é uma das primeiras infraestruturas europeias preparadas para processar transferências instantâneas.

O Banco Central Europeu (BCE) convida a fintech a apresentar propostas de serviços TIPS - novo sistema de liquidação de pagamentos imediatos Target Instant Payment Settlement, com o qual será possível liquidar pagamentos imediatos 24 horas por dia, 365 dias por ano, e cuja operação terá início em novembro de 2018. Depois da decisão de implementar o serviço, tomada pelo Conselho de Governança do BCE em junho de 2017, o projeto está em fase de desenvolvimento. O Eurosistema oferecerá o serviço aos bancos por um preço máximo de € 0,20 centavos por transação pelo menos durante os primeiros dois anos de operação.

A EMVCo emite as primeiras especificações técnicas de Secure Remote Commerce (SCR - Comércio Remoto Seguro).



Notícias
corporativas

A Alibaba registra vendas de mais de 25 bilhões de USD no Singles Day 2017, o maior dia de promoção de vendas ao varejo do mundo, atingindo 43% de crescimento em relação às vendas registradas em 2016 (24% entre 2015 e 2016).



Notícias de
regulamentação

O Congresso da República da Colômbia debate pela primeira vez o Projeto da Lei 133 de 2017 do Senado, que visa reduzir a utilização de dinheiro em espécie e fomentar o uso de meios eletrônicos para realizar pagamentos no território nacional. Arquivado por troca da legislatura.

O BCE publica o Relatório "The use of cash by households in the euro area" (Utilização de dinheiro em espécie pelas famílias na área do euro).

O Conselho de Ministros da Espanha aprovou o Real Decreto Lei 19/2017 referente a contas de pagamento com funções básicas, à transferência de contas de pagamento e à comparabilidade das comissões, e que implanta a Diretriz 2014/92/UE cujo prazo de substituição era setembro de 2016.

O Banco Central da República Argentina (BCRA) publicou o Comunicado A 6354 que define os requisitos que as instituições financeiras e seus fornecedores devem cumprir para terceirizar suas atividades e contratações de serviços de tecnologia da informação, como serviços de computação na nuvem.

A Superintendência de Bancos e Instituições Financeiras (SBIF) do Chile emitiu uma Circular com regulamentações gerais para empresas emissoras de cartões de pagamento, depois da divulgação da Lei nº 20.950 referente à emissão e operação de meios de pagamento com provisão de fundos por empresas não bancárias (pré-pago), em outubro de 2016. O Banco Central do Chile, por sua vez, emitiu o acordo nº 2104-05-171102, que substitui as disposições relativas à emissão de cartões de pagamento em geral para passar a integrar as normas aplicáveis a todos os emissores de cartões de pagamento, incluído no novo Capítulo III. J.1 do seu Compêndio de Normas Financeiras.

Comunicado BCB nº 31.379 que avisa sobre os riscos resultantes de operações de custódia e negociação das chamadas moedas virtuais.

Dezembro 2017



Novas
tecnologias e
produtos

A Samsung Espanha lança o Samsung Rewards, programa de fidelidade do serviço Samsung Pay, por meio do qual os usuários recebem pontos como resultado das compras realizadas e que podem ser trocados por presentes.



Notícias
corporativas

A MasterCard e a Multicaja passam a operar uma rede (Inswitch) paralelamente ao Transbank, único adquirente até o momento e ao qual a rede do BancoEstado, a Compraquí também se uniu como subadquirente. O Transbank desempenha um duplo papel para os bancos: afiliação de estabelecimentos comerciais (papel de adquirente) e fornecimento da infraestrutura (switch). A nova rede opera com cartão de crédito e está previsto que começará a trabalhar com cartão de débito em um futuro próximo.



Notícias de regulamentação

A Superintendência de Bancos, Seguros e AFP (SBS) do Peru modificou o Regulamento de Gestão de Riscos para Lavagem de Capital e Financiamento de Terrorismo através da Resolução nº 4705-2017. Estabelece exigências mais altas quanto à rastreabilidade para identificar o beneficiário final do dinheiro enviado por empresas de transferência de fundos (ETF), que são obrigadas a empregar agentes ou caixas-agentes nos seus sistemas.

O BCB emitiu a Carta Circular nº 3.855, que aprova o requisito de fornecimento de informações sobre contas de pré-pago - valor e número de transações, número de usuários e volume de recursos alocados - dos meios de pagamento integrantes e não integrantes do Sistema de Pagamentos Brasileiro (SPB).

A EBA (na sigla em inglês) emitiu parecer sobre a transição da PSD1 para a PSD2.

A EBA (na sigla em inglês) publicou o esboço final das RTSs e ITSs no Cadastro Eletrônico Central no âmbito da PSD2. A EBA (na sigla em inglês) publicou o esboço final das RTSs sobre os Principais Pontos de Contato no âmbito da PSD2. Especifica os critérios de determinação da adequação dos pontos atribuídos nos Estados-Membros anfitriões (host).

Janeiro 2018



Novas tecnologias e produtos

Os usuários do cartão de compras do El Corte Inglés (ECI) ultrapassam o número de 100.000 transações realizadas com o Samsung Pay desde que foi lançado em julho de 2017. Por intermédio da sua empresa de concessão de crédito, a ECI tornou-se a primeira emissora de cartões privados no mundo a oferecer essa modalidade de pagamento.



Notícias corporativas

A Android Pay e a Google Wallet criaram o Google Pay para ser usado em estabelecimentos comerciais com PDVs compatíveis com a tecnologia NFC. Na Espanha, os emissores que operam com esse sistema são o BBVA, o Openbank, o N26, a American Express, os cartões de pré-pago de Correos, o Edenred Ticket Restaurant e a Sodexo.

A ECI integra o pagamento móvel da Alipay em todos os seus sistemas e PDVs, para atrair clientes chineses. Os terminais poderão ler o código QR ou os códigos de barras exibidos no app no telefone do usuário vinculado a um cartão de crédito ou débito. Clientes que não residam na UE receberão o reembolso do imposto sobre o valor agregado (IVA) correspondente através do aplicativo. O BBVA é o parceiro de tecnologia, já que é o banco da Alipay na Espanha desde junho de 2017.

Ant Financial, do grupo Alibaba, desiste da aquisição da American MoneyGram devido à falta de possibilidade de obter autorização do Comitê de Investimentos Estrangeiros dos EUA. A aquisição foi anunciada em janeiro de 2017 por USD 880 milhões.



Notícias de regulamentação

Entrada em vigor da PSD2 (Diretriz 2015/2366) em 13 de janeiro de 2018. Na data da emissão final do presente Relatório, foi implementada em 20 países, parcialmente em 5 (Bélgica, Espanha, Lituânia, Malta e Polónia) e está aguardando para ser adotada em 2 (Holanda e Romênia, que não comunicaram medidas de implementação).

Na Espanha, publicação do Real Decreto-Lei 19/2018 relativo a serviços de pagamento e outras medidas financeiras urgentes, de 23 de novembro de 2018, que inclui parcialmente a Diretriz de 2015/2366 (PSD2) e substitui a Lei 16/2009 relativa a serviços de pagamento.

(Em Portugal, publicação do Decreto-Lei nº 91/2018 em 12 de novembro de 2018, que aprova o novo regime jurídico dos serviços de pagamento e de moeda digital.)

Entrada em vigor do regulamento do Open Banking britânico. A Competition and Markets Authority (CMA, Autoridade de Concorrência e Mercados) exige que os nove principais bancos (por número de contas de depósito) ofereçam APIs padronizadas a terceiros autorizados para prestar serviços de informações de contas (SIC) e serviços de início de pagamentos (SIP).

Relatório da Comissão ao Parlamento Europeu e para o Conselho sobre a aplicação e o impacto da Diretriz 2009/110/CE, particularmente em relação à aplicação de requisitos de prevenção para instituições de dinheiro eletrônico, tendo avaliação positiva.

O governo da Argentina aprovou os Decretos Nº 27/2018 (Desburocratização e simplificação) e 30/2018 (Seguro de Garantia de Depósitos), que abrangem seis medidas destinadas a promover a inclusão financeira. Esses Decretos destacam (i) a habilitação de novos métodos para fechar contratos de cartão de crédito, cheques e notas promissórias à distância, permitindo ter acesso remoto a serviços financeiros; ii) a impossibilidade de embargar salários (até 3x o salário médio recebido nos últimos seis meses); (iii) modificam a lei de casas e agências de câmbio para favorecer a concorrência; (iv) removem procedimentos burocráticos para exportar notas de dinheiro em divisas; e (v) removem o limite regulatório para a taxa de juros que remunera os depósitos bancários cobertos pelo sistema de garantia de depósitos.

Comunicación BCRA A 6425 que regula el estándar para pagos a través de códigos de respuesta rápida (códigos QR).

A Comissão Europeia (CE) publicou as RTS que estabelecem os requisitos para garantir a independência funcional dos sistemas de cartões de pagamento e das entidades de processamento.

Fevereiro 2018



Novas
tecnologias e
produtos

A empresa Mercado Pago lançou o cartão pré-pago da MasterCard na Argentina.

Lançamento do novo sistema australiano de pagamentos imediatos (Australian New Payments Platform), idealizado e operado pela SWIFT por 12 anos.

A Western Union lançou o sistema piloto de remessa de transferências internacionais de dinheiro com a Ripple.



Notícias
corporativas

A Comissão Nacional de Mercados e Concorrência da Espanha (CNMC, na sigla em espanhol) aprovou a fusão do ServiRed, 4B e Euro 6000 sob uma marca única, estabelecendo algumas condições: o acordo deve estar aberto à entrada de novos parceiros; deve garantir maior concorrência nos aplicativos de pagamento com cartão na Espanha; e que os preços estabelecidos para terceiros estejam alinhados com aqueles da UE.

A Comissão Europeia criou o observatório e o fórum da cadeia de blocos da UE com o apoio do Parlamento Europeu.

Março 2018



Novas
tecnologias e
produtos

O Instagram ativa a funcionalidade de Instagram Shopping na Espanha, através da qual é possível fazer compras pelo aplicativo.

O Banco BCI do Chile lançou MACH, o primeiro cartão pré-pago 100% virtual do país



Notícias
corporativas

A Paypal chegou a um acordo estratégico com o Caixabank para que o Paypal apareça como um meio de pagamento disponível nas vendas pela Internet dos estabelecimentos comerciais que sejam clientes do banco.

A Paypal chegou a um acordo estratégico com o Bankia por meio do qual os clientes do banco podem abrir uma conta da PayPal nos canais online do banco, a fim de adicionar e associar seus produtos (cartões e conta bancária) ao PayPal.

O Nubank, banco digital do Brasil, obtém a categoria de unicórnio por ter atingido uma valorização acima de 1 bilhão de USD.



Notícias de
regulamentação

A SBS do Peru aprovou a Resolução nº 885 -2018, que define as atividades voltadas à promoção da inclusão financeira, tais como operadoras de caixas de agentes regulamentados, bem como agentes legislados nos Regulamentos do ETF; a comercialização de produtos de seguros por intermédio de várias empresas de comercialização e de empresas com diversos tipos de operação e emissoras de dinheiro eletrônico; ATMs regulamentados localizados em estabelecimentos comerciais cujo proprietário possui uma licença de operação, e outros canais complementares de atendimento ao cliente definidos pela SBS.

A Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP - Administração Federal de Receitas Públicas) da Argentina emitiu a Resolução Geral nº 3997/2017, que exige que os estabelecimentos comerciais aceitem pagamentos com cartões de débito, cartões pré-pagos não bancários ou outros meios de pagamento alternativos ao dinheiro em espécie e que sejam considerados equivalentes pelo Poder Executivo Nacional.

Aprovação da Lei de regulamentação de instituições de tecnologia financeira (Fintech Law) pelo Congresso no México, que prevê o financiamento coletivo, os ativos virtuais, as APIs e um sandbox regulatório. É considerada a primeira lei completa do setor de fintech no continente.

Circular do BCB nº 3.872 (volume de meios de pagamento e subadquirentes) e divulgação e fundamentação das Circulares 3.886 e 3.887. A Circular esclarece os critérios básicos para realizar o cálculo dos valores predefinidos pelos arts. 2 e 4 da Circular do BCB nº 3.682 de 2013, e para realizar o cálculo do valor total estipulado pelo art. 26 do Regulamento anexo à Circular do BCB nº 3.682, no âmbito de meios de pagamento.

Circular do BCB nº 3.886 de modificação da Circular nº 3.682 de 2013, que regulamenta a prestação de serviços de pagamento no âmbito dos meios que fazem parte do SPB, e seu regulamento adjunto, estabelecendo (i) a liquidação centralizada de subadquirentes obrigatórios para aqueles que ultrapassarem os R\$ 500 milhões em transações de pagamento recebidas em um período de 12 meses; e (ii) autorização do BCB para emissores de dinheiro eletrônico, emissores de instrumentos de pós-pagamento ou credenciados com R\$ 500 milhões em transações realizadas em 12 meses ou com, no mínimo, R\$ 50 milhões depositados em contas de pagamento.



Notícias de regulamentação

Circular do BCB nº 3.887 que define os limites máximos das comissões interbancárias das transações com cartão de débito em 0,50% a partir de 1º de outubro de 2018 para a média de comissão interbancária ponderada pelo valor das operações, e de 0,80% para qualquer operação individual. Os limites não são aplicáveis a operações não presenciais ou com cartões empresariais.

A CE publicou um call for tender para avaliar a aplicação do Regulamento 2015/751 relativo a comissões interbancárias para pagamentos com cartão (IFR) dois anos após sua entrada em vigor, conforme definido no artigo 17º do próprio regulamento.

O Banco Central do Equador desativou as contas de dinheiro eletrônico em 31 de março. Os passivos e saldos que permaneceram imobilizados poderão ser devolvidos durante os próximos cinco anos por até 25% de um salário básico unificado atual (USD 96,50 para o ano de 2018) se estiverem compostos por recursos equivalentes, enquanto que, se eles tiverem valores mais altos, o prazo será ampliado para até dez anos. Os recursos não retirados serão transferidos para a Conta Única do Tesouro Nacional.

Publicação das RTSs da EBA (na sigla em inglês) relativas à autenticação reforçada (SCA) e padrões seguros de comunicação aberta no âmbito da PSD2, aplicáveis a partir de setembro de 2019.

Bruxelas abre processo administrativo contra diversos países europeus, entre eles a Espanha e Portugal, devido ao atraso em implantar a PSD2.

Abril 2018



Novas tecnologias produtos

A PayPal apresentou seu novo serviço gratuito de pagamento entre pessoas físicas na Espanha e na área de SEPA para envios, recebimento e pedido de dinheiro de amigos ou familiares, independentemente da fonte de fundos escolhida para enviar dinheiro (saldo do PayPal, cartão ou conta bancária).

A Alipay chega ao México através de uma aliança com a Openpay (adquirida pelo BBVA em 2016), de forma que clientes chineses possam usar o aplicativo para comprar nos estabelecimentos comerciais afiliados da Openpay.

O sistema bancário espanhol prepara um novo cartão de alcance doméstico para competir com os sistemas atuais como Visa ou Mastercard.

A MasterCard realiza o cadastramento de um sistema nos EUA para verificação da identidade de usuários através do blockchain, a fim de proteger a identidade e evitar a utilização de dados em diversos serviços bancários.

A VisaNet lança a solução de pagamento digital Vendemás no Peru, focada na digitalização de pagamentos para os setores C e D, principalmente microempreendedores informais sem banco, na base da pirâmide.

O Santander é o primeiro banco global a lançar um serviço de transferência internacional com blockchain (Santander One Pay FX) para seus clientes. O serviço está disponível na Espanha, no Reino Unido, no Brasil e na Polônia



Notícias corporativas

A PayPal oficializa acordo com a Samsung com o qual será possível utilizar serviços de PayPal no Samsung Pay.

A Octagon, empresa que planeja instalar 5.000 ATMs a partir de junho, chega na Argentina, passando a ser a terceira rede do país depois do Banelco e da Red Link.

O Banco Mundial publica o Relatório Global Findex 2017: Mensuração da inclusão financeira e da revolução da tecnologia financeira.

A TransferWise passa a ser a primeira entidade não bancária a tornar-se membro direto da Faster Payments no Reino Unido, o que foi possível graças a um novo acesso à conta de liquidação do Banco da Inglaterra.



Notícias de regulamentação

Através do Comunicado A 6483, o BCRA sanciona a interconexão de ATMs não bancários com redes de ATM existentes.

A Superintendência Financeira da Colômbia (SFC) lança um sandbox a fim de possibilitar o desenvolvimento da inovação no setor de fintech.

A Colômbia, o primeiro país da América Latina e o oitavo do mundo a adotar uma política de Big Data. O documento Conpes 3920, elaborado pelo Departamento Nacional de Planejamento (DNP), define a política de mineração de dados ou Big Data para o país.

O Parlamento Europeu adotou o texto da 5ª Diretriz 2018/843 contra lavagem de dinheiro que prevê uma vigilância mais estrita das moedas virtuais, para evitar que sejam usadas para lavar dinheiro ou financiar terrorismo

Maio 2018



Novas tecnologias e produtos

O BBVA lança o sistema global de pagamentos digitais Global Gateway na Espanha empregando a infraestrutura do Mastercard Payment Gateway Services, que inclui cartões, meios de pagamento alternativos, como Paypal, Alipay ou outras soluções digitais, bem como uma ferramenta de prevenção antifraude. O sistema será estendido para os EUA, México e outros mercados da América Latina.

JCB lança seu primeiro cartão de crédito com a Caixa Econômica Federal no Brasil.

VisaNet Peru lançou a plataforma online TuVitrina, com a qual é possível criar e gerenciar uma loja online para vender produtos ou serviços com a Visa.

Nasce BTC.com, a primeira carteira virtual móvel bitcoin a ser integrada na loja de aplicativos App Gallery de telefones Huawei.

A Link Mobility desenvolve a solução de faturamento e pagamento via SMS Mobile Invoice, agora também disponível na Espanha.

O BBVA Colombia habilita os códigos de segurança CVV para que 3 milhões de clientes com cartões de débito possam fazer compras pela Internet. <http://www.paymentmedia.com/news-3751-bbva-colombia-lanza-nueva-funcioacuten-para-hacer-pagos-digitales.html>

A Mercado Libre lança o Mercado Fondo, com o qual seus clientes argentinos poderão fazer investimentos com seus saldos do Mercado Pago. Todos os usuários podem depositar seu dinheiro na plataforma em uma conta do banco em questão, em associação com o Banco Industrial, que investirá em instrumentos de renda fixa em um modelo equivalente a um Fundo de Investimento Comum.



Notícias corporativas

A Prepaid Financial Services Limited (PFS) e a empresa postal espanhola Correos lançam a primeira solução de pré-pago na Espanha habilitada para ser usada no Google Pay. O Google Pay usa a plataforma MasterCard Digital Enablement Service (MDES) para realizar operações móveis.

A ADOFINTECH é estabelecida como a primeira associação dominicana de empresas de fintech. A assinatura dos estatutos foi realizada por 19 membros.

A Apple e a Goldman Sachs planejam criar um novo cartão de crédito em conjunto. Esse será o primeiro produto de cartão de crédito da Goldman Sachs.

A rede de lojas Oxxo será a primeira do México a disponibilizar pagamentos sem contato. A maioria dos PDVs está pronta (hardware), mas as atualizações de software teriam início no terceiro trimestre de 2018 com a colaboração do BBVA Bancomer.

A Multicaja assina acordo com a Visa para se tornar adquirente na operação dos seus cartões de crédito, débito e pré-pago nacionais e internacionais em estabelecimentos comerciais e também em e-commerce.

A Blue Code e a Alipay anunciam sua aliança de pagamento móvel na Europa. O Blue Code é uma solução de pagamento óptico para bancos e varejistas europeus. Os bancos podem emitir códigos de barras azuis em seus aplicativos bancários para que os usuários paguem diretamente a partir das suas contas atuais.

A American Express e o Santander encerram aliança na Espanha através da filial de cartões de crédito Bansamex, fundada pelo banco em 1992 para emitir e explorar os cartões dessa marca. A propriedade, que até agora era compartilhada em 50%, tornou-se 100% da empresa americana, cujo serviço deixa de ser prestado na Espanha

A Paypal compra a plataforma de pagamento móvel iZettle por 2 bilhões de USD. A iZettle tem presença em 11 mercados, incluindo a Espanha, o Brasil e o México, além da Dinamarca, Finlândia, França, Alemanha, Itália, Holanda, Noruega, Espanha e a Suécia. Para a Paypal, a compra da iZettle representa uma oportunidade para continuar expandindo sua presença nos estabelecimentos comerciais, principalmente retail de varejo. A transação cancela o IPO previsto pela iZettle para 2018.

A Visa investe na YellowPepper para acelerar a inovação da tecnologia de pagamento digital e sua utilização na América Latina e no Caribe. A intenção é expandir as oportunidades de pagamentos com tokenização, aumentar o acesso às APIs da Visa e desenvolver a utilização de pagamentos por push através do Visa Direct. Isso faz parte da estratégia global para abrir o ecossistema Visa e dar suporte a uma grande variedade de parceiros novos. Anteriormente, a Visa fez investimentos nas empresas solarisBank, Marqeta, Chain, Klarna, Square e Stripe, entre outras.

Repsol e UnionPay International assinam acordo por meio do qual os titulares de cartões UPI poderão pagar nos postos de abastecimento do Grupo Repsol na Espanha.

A Paypal comemora 13 anos de atividades na Espanha. Em 2017, foram realizados aproximadamente 66 milhões de pagamentos, 35% deles -23 milhões - pelo celular. No primeiro trimestre de 2018, esse número subiu para 200.000 transações diárias. O PayPal tem 4,5 milhões de usuários na Espanha.



Notícias de regulamentação

O novo Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) entra em vigor na União Europeia.

O Sistema de Pagamentos Eletrônicos Interbancários (SPEI) do México sofre vários ataques cibernéticos nos dias 17 e 27 de abril e 8 de maio. Como resultado disso, o Banxico apresentou uma proposta de reforma das regras do SPEI para aumentar os níveis de alerta e reforçar os esquemas de segurança e vigilância do sistema, e criou uma Diretoria de Cibersegurança.

O Projeto de Proposta de Lei de Serviços de Pagamento, que implanta a Diretriz 2015/2366 (PSD2), é aprovado no Conselho de Ministros da Espanha. Inclui a obrigação de os comerciantes e prestadores de serviços terem máquinas de cartão ou serviços alternativos, a fim de oferecer aos clientes uma alternativa ao pagamento em dinheiro para compras superiores a 30 euros.

A Comissão Europeia anuncia a denúncia contra a Espanha perante o Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias por atrasos na aplicação da diretriz relativa às contas de pagamento com funções básicas.

A chave virtual uniforme (CVU) é criada pelo Comunicado BCRA A 6510, permitindo realizar a identificação e o rastreamento de transferências de fundos realizadas entre contas à vista quando pelo menos uma delas pertencer a uma empresa prestadora de serviços de pagamento, facilitando a interoperabilidade entre as contas à vista e os serviços de pagamento (contas virtual). Compatível com a Chave Bancária Uniforme (CBU).

O Banco da República da Colômbia (BCR) emite a Resolução Externa 1/2018 que reduz e modifica o regime de câmbios internacionais.

O BCB liquida o Banco Neon por graves violações das normas e por sua situação financeira comprometida. As irregularidades encontradas no Banco Neon não estão relacionadas à abertura ou operação de contas digitais ou à emissão de cartões pré-pagos, que são cobertas por um acordo operacional com a Neon Pagamentos SA.

Aprovado o Regulamento Adjunto 2018/1108 da Comissão Europeia por meio do qual a Diretriz (UE) 2015/849 é complementada com normas técnicas de regulação dos critérios de designação de pontos de contato centrais para emissores de dinheiro eletrônico e prestadores de serviços de pagamentos, estabelecendo normas para seu funcionamento.

O Banco do Chile confirmou o ataque cibernético milionário que conseguiu subtrair aproximadamente 10 milhões de USD

O BCB criou um grupo de trabalho temático sobre pagamentos imediatos (GT-pagamentos imediatos) através da Portaria nº 97.909, e que deverá concluir seus trabalhos em 30 de novembro de 2018.

Junho 2018

O Visa México apresenta o primeiro cartão pré-pago não recarregável "Visa El Regalo Perfecto", emitido com o Blackhawk Network Mexico, que trabalha com o iTunes. Pode ser adquirido em qualquer estabelecimento.

A Clip lança novo leitor de pagamentos m-pos no México (Clip Plus), com o qual será possível receber dinheiro coletado em 24 horas. O leitor possui tecnologia Bluetooth e um teclado físico para que os clientes possam digitar seu PIN de segurança.

A Mercado Libre/Mercado Pago lança um sistema de pagamento com código QR na Argentina. No futuro, está previsto que essa modalidade seja lançada no Brasil e no México.

O BBVA continua avançando nos sistemas de pagamento biométrico com o novo sistema Selfie & Go, que se encontra na fase piloto entre os funcionários da Ciudad BBVA em Madrid.

O Santander permitirá realizar o pagamento com celular e cartão no serviço de EMT de Madrid. O banco recebeu a adjudicação da licitação pública para a aceitação destes meios de pagamento por meio do Santander España Merchant Services (SEMS), e conta com o apoio da Mastercard.

A Western Union não adicionará suporte para transferência de criptografia em um futuro próximo. Na opinião da empresa, os clientes estão mais interessados em dinheiro fiduciário do que em moedas digitais, devido às possibilidades mais extensas de utilização.

O Banco da Inglaterra reformará seu sistema de pagamentos de alto valor em tempo real, garantindo a compatibilidade com blockchain.

A Paypal lança um cartão de débito para seu aplicativo móvel Venmo.

Alipay e MoneyGram exploram sistemas de remessas internacionais com blockchain.



Novas tecnologias e produtos

Junho 2018

Os usuários de Samsung Pay no Brasil poderão usar o serviço para efetuar pagamentos online graças ao acordo alcançado pela empresa com o adquirente de pagamentos Adyen.

A plataforma argentina SOS Genial fecha acordo com a Red Link para entrar no negócio de caixas eletrônicos não bancários.

O Banco Falabella se torna o maior emissor de cartões de crédito no Chile.

O CaixaBank desfaz seus laços comerciais com a American Express e deixará de emitir seus cartões de crédito.

Depois de se posicionar como o quarto emissor de cartões de crédito na Colômbia, com mais de 1,6 milhões de cartões ativos, o Banco Falabella anuncia sua entrada no segmento de cartões especiais na Colômbia por intermédio da MasterCard.

No Brasil, a carteira digital da Samsung Pay funcionará com os cartões do Itaú, pioneiro na implementação de Apple Pay desde abril no Brasil. A plataforma de transferência de dinheiro TransferWise anuncia sua chegada na Argentina.

O Banco Sabadell compra a fintech espanhola Instant Credit, uma plataforma online de financiamento para o consumidor fundada em 2016 e especializada em oferecer empréstimos rápidos aos consumidores que fazem os mais diversos tipos de compras pela Internet.

O Bankinter entra no capital da Euro 6000 e seus clientes usarão toda a rede de ATMs gratuitamente, portanto, terão a maior rede de terminais gratuitos de um mesmo banco.

O sistema Visa sofre uma queda maciça na Europa, o que impede a empresa de processar pagamentos. O incidente não afetou o sistema espanhol e português, mas sim os estrangeiros nesses países e os espanhóis e portugueses no exterior. A Visa afirmou que 5,2 milhões de transações falharam durante a ocorrência, que durou 10 horas.

O banco digital N26 abre sua segunda agência europeia em Barcelona e a terceira em todo o mundo. Também presente em Berlim e Nova York. A agência em Barcelona está concentrada no desenvolvimento de produtos e de tecnologia. Desde o seu lançamento em 2015, o N26 adicionou mais de 1 milhão de clientes nos 17 mercados europeus nos quais está presente, e chegará em breve aos EUA e no Reino Unido.

O BBVA Consumer Finance e a Fintonic chegam a um acordo de colaboração para a comercialização de crédito ao consumidor no valor de até 30.000 euros.



Notícias corporativas

A SFC publica a Circular Externa 007 de 2018 para fortalecer a proteção de informações financeiras dos consumidores em relação aos riscos de cibersegurança e às operações realizadas nos gateways de pagamento. A Circular Externa 008 de 2018, por sua vez, estabelece os requisitos mínimos de segurança e qualidade para que as plataformas possam prestar seus serviços por meio das instituições (bancos e redes de pagamento) supervisionadas pela Superfinanciera (Superintendência Financeira).

Projeto de portaria ministerial sobre serviços, comissões sobre contas de pagamento de funções básicas, procedimento de transferência e comparadores. Os clientes podem transferir sua conta bancária gratuitamente em um prazo de 13 dias. O custo máximo dessa conta será de 3 euros por mês e terá um catálogo mínimo de serviços incluídos nesse preço. O serviço será mais barato ou gratuito para grupos suscetíveis de correr risco ou que sofram risco de inclusão financeira.



Notícias de regulamentação

Julho 2018

A principal emissora de cartões de crédito na Argentina, Naranja, adota os pagamentos com QR.

A primeira Sociedade de Emissão de Dinheiro e de Pagamentos Eletrônicos (SEDPE) da Colômbia, Movii, entra em operação.

Mastercard obtém patente para executar transações de criptomoedas com cartões bancários nos EUA.

American Express apresenta patente para um sistema de teste de pagamento baseado em blockchain nos EUA.

Fechado Snapcash, serviço de pagamento do Snapchat, que não está mais disponível.

Wilobank, o primeiro banco 100% digital da Argentina, é totalmente implementado pela Indra Minsait.

MasterCard anuncia sua intenção de iniciar um piloto de cartões de pagamento biométrico no Reino Unido. O cartão biométrico da MasterCard, que já está sendo testado na África do Sul, combina tecnologia de chip com um scanner de impressão digital para verificar a identidade do titular do cartão ao fazer compras.



Novas tecnologias e produtos



Notícias corporativas

O Google e o Mercado Pago Brasil assinam um acordo para fazer com que seja possível realizar compras sem cartão no Google Play.

Os bancos BBVA, Sabadell, Bankia e Banca March integram o Apple Pay em seus serviços de pagamento.

O Itaú Unibanco lança no Brasil um novo processador de pagamentos (Credicard Pop) voltado para pequenas empresas, com preços e políticas de pagamento diferenciados: não haverá taxas de mensalidade e o pagamento para os estabelecimentos comerciais será realizado nos dois próximos dias, em caso de transações com cartões de crédito, prazo muito mais baixo que a média para liquidação do setor (30 dias).

PayU adquire a plataforma de tecnologia de pagamento israelense ZOOZ para criar futuramente uma infraestrutura global de pagamento líder com base em uma plataforma de sistema operacional de pagamento ("Payment OS platform") integral, modular e flexível.

First Data e Bancolombia formam uma aliança estratégica na Colômbia para reforçar os serviços de aquisição para as empresas do país.

A eBay aceitará pagamentos com o Apple Pay até o final de 2018, após o anúncio anterior para substituir o Paypal como o processador de pagamento exclusivo em seu marketplace para a plataforma holandesa Adyen, que aceita pagamentos com cartão e pelo Apple Pay. A Adyen também é compatível com o Android Pay. O Paypal deixará de ser o sistema de pagamento predominante no eBay em 2023, passando então a ser considerado uma opção de pagamento como outras.

O Banco Sabadell integrará o sistema de pagamento móvel Alibaba em estabelecimentos comerciais que sejam seus clientes, após o acordo alcançado por meio do qual os usuários do sistema de pagamento Alipay, operado pelo Ant Financial Services Group, filial da Alibaba, para fazer compras nos estabelecimentos comerciais da instituição bancária, que poderão então aceitar pagamentos com o aplicativo móvel Alipay nos seus terminais PDVs.

Money Gram e Visa criarão uma rede global de pagamentos imediatos P2P na plataforma de push VisaDirect.

Relatório da Comissão Europeia para o Parlamento Europeu e o Conselho sobre restrições para pagamentos em dinheiro.

O Ministério da Fazenda e Crédito Público (PCH) do México e a Comissão Nacional de Bancos e Valores Mobiliários (CNBV) informam sobre a regulamentação de novas atividades financeiras previstas na Lei de Fintech. Haverá dois tipos de novas Instituições de Tecnologia Financeira (ITF): instituições de fundos de pagamento eletrônico e instituições de financiamento coletivo.

A Comissão Nacional do Mercado de Valores (CNMV) assina um acordo de colaboração, consulta e troca de informações no campo de projetos de fintech com sete órgãos de supervisão, que também fazem parte do Instituto Ibero-americano de Valores Mobiliários (IIMV): Comissão Nacional de Valores Mobiliários da Argentina; Superintendência Financeira da Colômbia; Comissão Nacional de Bancos e Seguros de Honduras; Comissão Nacional de Valores Mobiliários do Paraguai; Superintendência do Mercado de Ações do Peru; Comissão de Valores Mobiliários de Portugal e Superintendência de Valores Mobiliários da República Dominicana.

O Regulamento do Sistema de Pagamentos do Banco Central da Costa Rica (BCCR) estabelece que os pagamentos com cartão por valores inferiores a 15.000 colones (aprox. USD 25) não exigirão assinatura ou apresentação de documento de identidade.

Proposta de Lei de serviços de pagamento, pela qual a Diretriz (UE) 2015/2366 (PSD2) é implantada parcialmente, sob consideração do Conselho de Estado.

Através da Resolução SBS 2891-2018, a SBS do Peru aprova o regulamento das contas de função básica (criadas em 2011 pela Resolução 2108-2011).

O Ministério da Economia e Empresa da Espanha publica a Proposta de Lei sobre Medidas para Transformação Digital do Sistema Financeiro, que inclui o regulamento de um sandbox. O regulamento autoriza esses órgãos a cobrarem uma taxa às empresas que usarem o sandbox, para patrociná-lo.

O Ministério do Interior, Obras Públicas e Habitação da Argentina apresenta o novo Sistema de Identidade Digital, plataforma desenvolvida com base no banco de dados do Registro Nacional de Pessoas (RENAPER), que permite comprovar a identidade remotamente e em tempo real a partir da autenticação biométrica realizada pelo reconhecimento facial e a fotografia do documento de identidade.

A SBS do Peru pondera regulamentar as casas de câmbio digitais.

A EBA publica o esboço final das RTSs na cooperação entre as autoridades competentes dos Estados-Membros de origem e recebimento (home e host) para supervisionar as instituições de pagamento que operam de acordo com os termos do artigo 29 (6) da PSD2.

O Banco Central da Costa Rica inaugura o Programa L de certificação de instituições sem dinheiro em espécie. Seu objetivo é reduzir o uso de numerário em transações de cobrança e pagamento e substituí-lo por meios de pagamento eletrônico.

O Banco Central da China proíbe a intermediação de recursos pelos prestadores de serviços de pagamentos, obrigando a manter 100% dos fundos em reserva. De acordo com a Analysis Mason, o número de operações de pagamento móvel chegou a 16 bilhões em 2017, realizadas em 54% pela Alipay (Ant Financial / Alibaba) e 39% pela WeChat (Tencent).

A CNMV da Espanha simplifica o regulamento sobre criptomoedas. As empresas de serviços de investimento somente precisarão confirmar e supervisionar a oferta inicial de criptomoedas (ICO) "de modo geral".



Notícias de regulamentação

2. Novidades do setor

Agosto 2018	
 <p>Novas tecnologias e produtos</p>	<p>A Associação Portuguesa de Fintech e o Banco de Portugal lançam o Portugal FinLab para dar um impulso à inovação em fintech.</p> <p>BBVA é a primeira instituição bancária espanhola a usar um sistema de identificação biométrica da íris através do Samsung Pass para acessar o aplicativo de banco móvel.</p>
 <p>Notícias corporativas</p>	<p>Na Espanha, primeiro país europeu a oferecer este serviço, Samsung Pay ultrapassou 100 milhões de euros em transações e 800.000 usuários cadastrados desde o seu lançamento, em junho de 2016.</p> <p>A WiZink compra a fintech espanhola Aplázame, especializada no financiamento instantâneo de compras online e off-line, que combina um meio de pagamento a prestações integrado no checkout das lojas online e no sistema de caixa de estabelecimentos comerciais.</p> <p>O Scotiabank e a QED Investors anunciam seu primeiro investimento na fintech colombiana Zinobe, de empréstimos online.</p>
 <p>Notícias de regulamentação</p>	<p>O Banco da Espanha sofre um ataque cibernético que impede que servidores externos tenham acesso ao seu site.</p> <p>A Associação dos Bancos do Peru (Asbanc) confirma um ataque cibernético ao sistema financeiro do Peru.</p> <p>A Asobancaria propõe que o Imposto sobre Transações Financeiras (ITF), que chega a 4 por mil do valor das transações, seja aplicado apenas a dinheiro em espécie. A proposta prevê a isenção do imposto para transferências bancárias e transferências interbancárias, transferência de cheques administrativos, compras com cartão de crédito, desembolsos de créditos para contas ou cheques e débitos para pagamentos para terceiros depositados em uma conta.</p> <p>O governo da Costa Rica fomenta a eliminação dos pagamentos em numerário no setor público. Em 2019, o setor público deverá migrar para pagamentos eletrônicos para favorecer a inclusão financeira. As instituições financeiras têm a tarefa de oferecer facilidades de abertura de contas com expediente simplificado (CES) e outros serviços de pagamento (cartões de pagamento, serviços de banco digital, banco móvel, SINPE móvel e outros) a pessoas que recebem benefícios de assistência social.</p> <p>Emitida Circular do Banxico 12/2018 voltada a instituições de fundos de pagamento eletrônico relativa às disposições gerais aplicáveis às operações de instituições dos fundos de pagamento eletrônico.</p> <p>Aprovadas as disposições gerais da Secretaria da Fazenda e de Crédito Público (SHCP, na sigla em espanhol) referentes ao artigo 58 da Lei de Regulamentação das ITFs sobre prevenção de operações com recursos de origem ilícita e financiamento do terrorismo.</p> <p>Circular nº 3.909 do BCB sobre novas regras de segurança de empresas de meios de pagamento para a contratação de serviços de processamento e armazenamento de dados.</p>
Setembro 2018	
 <p>Novas tecnologias e produtos</p>	<p>Uber começa a aceitar pagamentos em dinheiro na Espanha.</p> <p>Asobancaria implementa a Equipe de Resposta a Incidentes Cibernéticos (CSIRT, na sigla em inglês, comunidade de troca de informações cibernéticas do setor bancário que realiza conexão em tempo real com mais de 15 fontes de informações locais e internacionais.</p> <p>Itaú, primeiro banco a ter tecnologia contactless em todos os seus cartões de crédito MasterCard na Argentina.</p> <p>Cielo lança solução de pagamento por meio da tecnologia de código QR.</p> <p>Ualá, carteira virtual móvel na modalidade de pré-pago, inaugura serviço de transferências interoperacionais imediatas entre CBU e CVU.</p> <p>Asobancaria anuncia o lançamento de programas piloto de autenticação facial em 2019.</p>



Notícias corporativas

Apple suspende planos de oferecer serviços de pagamento digital na Índia devido aos novos regulamentos do Bank of India sobre a localização de dados. Esse órgão também não autorizou o mecanismo de autenticação por impressão digital da Apple.

Visa comemora 60 anos

PROSA México e Discover Financial Services fecham acordo de aceitação dos cartões Discover, Diners Club e Pulse em PDVs e ATMs da rede PROSA.

Nequi e PayPal se unem na Colômbia para que usuários do Nequi possam fazer saques de dinheiro através do PayPal.



Notícias de regulamentação

A Secretaria de Transportes da cidade de Buenos Aires anuncia a modificação do Código de Trânsito e Transporte da Cidade (Lei nº 2.488), a ser realizada em breve, para que táxis aceitem pagamentos com cartões de débito e crédito e disponibilizem aplicativos para solicitar e pagar o serviço. A cidade possui uma frota de táxis de 37.000 veículos.

Real Decreto Lei para a implantação da Diretriz 1148/2016 NIS sobre cibersegurança, aplicável a instituições que prestem serviços essenciais para a comunidade e dependam das redes e sistemas de informação para realizar suas atividades.

O Congresso do Peru recebe projeto de lei de regulamentação das fintechs, visando proteger os usuários.

As autoridades de Singapura aprovam uma nova norma de pagamentos móveis com código QR.

O governo do Panamá anuncia seu interesse em ter uma lei fintech.

Outubro 2018



Novas tecnologias e produtos

Bitcoin comemora 10 anos de existência; a moeda virtual que, teoricamente, nasceu no paper "Bitcoin: um sistema de dinheiro em espécie eletrônico peer-to-peer", elaborado por Satoshi Nakamoto.

No Reino Unido, pagamentos com cartão "contactless" é superior ao número de pagamentos via chip, onze anos depois de a tecnologia ter chegado nesse mercado.

O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) lança a LAC-Chain, idealizada pelo BID Lab, o laboratório de inovação do BID, para criar um ecossistema de blockchain na América Latina e no Caribe.

Amazon anuncia o lançamento do Amazon Recharge na Espanha, um sistema com o qual os usuários podem recarregar o saldo da sua conta da Amazon em mais de 50 mil estabelecimentos associados (entre eles, quiosques da Fundação ONCE) na modalidade de pré-pagamento.



Notícias corporativas

Vodafone Australia e Alipay se unem para oferecer a solução de pagamento da Alibaba para turistas chineses no país. A aliança permite que a Vodafone venda aos visitantes chineses o SIM pré-pago integrado no app Alipay.

A Oxxo no México e a Amazon exploram a modalidade de pagamento em dinheiro e coleta de compras online na rede de mais de 17 mil lojas da Oxxo no país. Desta forma, os estabelecimentos comerciais são parte integrante da cadeia de valor de e-commerce no país, onde metade da população não é bancarizada e enfrenta desafios na logística de entrega em domicílio. A Oxxo está pensando em criar um serviço de entrega digital.



Notícias de regulamentação

A MasterCard e a Visa solicitam ao Banco Central da Índia (RBI) uma extensão do prazo e flexibilidade na certificação de conformidade com os requisitos de localização dos dados de operações de pagamento emitidos no mês de abril.

O FSB publica o documento Crypto-asset markets: Potential channels for future financial stability implications (Mercados de ativos de criptografia. Canais potenciais para futuras implicações de estabilidade financeira).

Regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho relativo aos controles de entrada ou saída de numerário da União, revogando o Regulamento (CE) nº 1889/2005. No escopo do Regulamento, entende-se por numerário o dinheiro em espécie, as obrigações negociáveis ao portador, as matérias primas usadas como depósitos de valor líquido e cartões pré-pagos.

O Conselho de Ministros da Espanha aprova a criação do Observatório do Comércio 4.0 que irá analisar a situação do comércio varejista na Espanha e sua adaptação às novas tecnologias, com representantes da Administração Geral do Estado e do setor público institucional; a Federação de Municípios e Províncias; organizações e associações de comércio e economia digital; do setor de hotelaria, bem como organizações que representam os meios de pagamento. O Observatório de Pagamentos com Cartão Eletrônico é removido.

A visão do setor

3





Zoom especializado no novo paradigma de pagamentos

Nesta edição, a Minsait inclui pela primeira vez o barômetro de tendências em inovação de Meios de Pagamento, elaborado com o ponto de vista de mais de 60 especialistas do setor, que refletem sobre as novidades e o horizonte do setor nos países de referência.

Os principais tópicos ao redor dos quais é articulado o discurso dos meios de pagamento são a necessidade de um novo regulamento que determine o papel dos novos agentes econômicos, a cibersegurança, a blockchain e o dinheiro eletrônico.

A visão do setor

Como todos os anos, este trabalho é alimentado por uma das mais valiosas e credenciadas fontes de informação do setor. Mais de sessenta executivos e executivas compartilharam sua visão, incluindo reguladores, supervisores, emissores, adquirentes, câmaras de compensação, fintechs e sistemas de cartões, entre outros agentes da cadeia de valor de pagamentos.

Nesta edição, a novidade é a inclusão de um “Barômetro de tendências em meios de pagamento” neste capítulo. Através dele, são ilustradas as principais tendências e desafios na inovação para o futuro, elaborados com base nas respostas dadas em um questionário ad hoc.

O diretor corporativo de Crédito e Meios de Pagamento do BBVA Bancomer, Alejandro Pineda, aponta como uma evidência inegável em nível global que “Os meios de pagamento produzem muito apetite dos participantes não bancários, considerando que este é um ramo com muito volume e pouca margem - excetuando o financiamento do cartão de crédito associado”. “Essa forma de atrair novos participantes pode ter consequências sobre os preços de certos produtos de pagamento que estão sendo fornecidos pelos novos participantes”, afirma o gerente de Infraestrutura e Mercados Financeiros da Associação de Bancos Centrais da América Latina e Caribe (CEMLA), Raúl Morales. Outra tendência observada são as crescentes convergência e velocidade da transferência de inovações, e os prazos de implementação e de adoção entre mercados mais e menos avançados. “Hoje, a lacuna entre a Europa e a América Latina não é superior a 6 meses”, afirma Juan Gabriel Rodríguez, de Global Payment Solutions do BBVA.

Três outras grandes tendências observadas quanto a conceito, serviço e tecnologia, respectivamente, ressurgiram simultaneamente, sem que possam ser qualificadas como genuinamente inovadoras, com os efeitos que elas podem desencadear nos ecossistemas de pagamento, independentemente de sua maturidade. Essas tendências são dinheiro eletrônico, cashback (ou disposição de numerário em PDVs) e o código QR (abreviatura em inglês de Quick Response Code).

Em termos de regulação, existem muitas tendências comuns ocorridas em 2018. Elas vão desde a autorização (Colômbia, México) e a consideração (Espanha, Peru) de sandboxes regulatórias ou de supervisão para inovações financeiras, até a abertura do acesso aos sistemas nacionais de pagamentos para os novos agentes, principalmente às câmaras de compensação e de liquidação (que foram autorizadas na Costa Rica, México, Brasil e Argentina, e estão previstas no projeto de implantação da PSD2 na Espanha e em Portugal). Além disso, foi constatada a presença de uma nova onda de limitações regulatórias às comissões interbancárias (Argentina, Brasil), bem como as advertências das autoridades que regulam a concorrência em relação à concentração vertical nos esquemas de pagamento com cartão (Argentina, Brasil), ou a obrigatoriedade de aceitação desse meio de pagamento em certos pontos de venda e arrecadação, tais como o comércio, profissionais autônomos (na Argentina, e em breve na Espanha), além de impostos e taxas. A extensão do direito de acesso a uma conta de pagamento com funções básicas, direito habilitado há muitos anos em muitos países da América Latina - contas de expediente simplificado (na Colômbia, Costa Rica, México, Peru), conta RUT (no Chile) ou contas de pagamento (no Brasil) - chega à Espanha e Portugal através de uma norma europeia. Isso facilita a abertura dessas contas remotamente (onboarding digital), para o que é necessário construir sistemas nacionais de identificação digital onde ainda não estavam presentes (como na Argentina,

Costa Rica e no México), com base em biometria. A obrigação de garantir a interoperabilidade e a portabilidade entre provedores autorizados (na Argentina, Brasil, Espanha, Portugal) também é ampliada, transformando a conta bancária, além de em um direito básico, em uma commodity. “A conta RUT tornou-se um direito adquirido no Chile”, afirma a Gerente de Produtos e Meios de Pagamento do Banco Estado, Sandra Karinna Novoa.

Uma das diferenças em ambos os lados do oceano em relação às contas de pagamento básicas é que na Europa, conforme a norma europeia (associadas a um número IBAN) elas são bancárias, enquanto que na América Latina (exceto na Costa Rica, no Chile e no México) geralmente elas assumem a forma de contas pré-pago, virtuais ou de dinheiro eletrônico, recarregáveis e com características e versatilidades muito diferentes - entre elas, a interoperabilidade - dependendo do país.

Neste novo contexto digital e aberto, o CEMLA tem sido promotor da cooperação e do diálogo aberto entre os bancos centrais no que diz respeito a duas questões com alto potencial de impacto: cibersegurança e fintech. Neste campo, é possível perceber que “a fraude está mudando, porque antes se concentrava em um cartão não presente, mas agora os grandes ataques são realizados por meio de contas transacionais, ampliando os vetores de risco utilizados pelos atacantes”. Da mesma forma, considera-se que “a irrupção da fintech está mudando o caráter do ecossistema de pagamento”. Esses dois grandes desafios globais têm como fator adicional as moedas digitais e desenvolvimentos similares (criptoativos, tokens, etc.), sejam eles públicos ou privados, por isto, o CEMLA está se alinhando com a posição aprovada oficialmente pelo BIS. No que diz respeito a este último, “É importante avaliar a adequação da implementação de uma moeda digital que acompanha o dinheiro em espécie”, considerando que “...as moedas digitais soberanas dão lugar a diferenças de natureza prática e conceitual que não são claras para o público em geral, e que podem afetar os negócios financeiros, porque dinheiro eletrônico (e-money) não é a mesma coisa que moeda digital (e-cash)”.

O impulso do regulador é bastante perceptível no Brasil, conforme descrito por Rodrigo Duarte, Superintendente Nacional da Caixa Econômica Federal: “2018 foi tão relevante em questões regulatórias quanto 2013, ano em que foi realizada a reforma do Sistema Brasileiro de Meios de Pagamento (Arranjos de Pagamento). Hoje, o Banco Central está explorando novos modelos para acelerar a adoção e fazer com que o mercado evolua com mais rapidez”, acrescenta. A Argentina é outro exemplo de país que se encontra em plena corrida rumo à modernização do ecossistema de pagamentos impulsionado pelo seu Banco Central.

Há cinco anos, o tópico de cashback ou cashout foi abordado pela primeira vez neste relatório, levantando a possibilidade de ser levado em consideração para realizar saques em dinheiro em espécie em PDVs, como vem acontecendo em muitos mercados. Isto representaria, então, uma alternativa aos ATMs em sua função de caixa eletrônico para saques em dinheiro, cujo número vinha diminuindo na Espanha e em Portugal naquela época. Se a última edição descreveu a inauguração desse serviço por

“É importante avaliar a adequação da implementação de uma moeda digital que acompanha o dinheiro em espécie”

Raúl Morales
CEMLA

uma instituição na Espanha, em 2018 países que reconhecem a habilitação desse serviço, estão estudando o assunto ou nos quais sua utilização foi revitalizada, porque já existia anteriormente. Este é o caso da Argentina, do México e do Chile.

No México, existe há vários anos um serviço de saque em numerário com um cartão de débito em estabelecimentos comerciais, principalmente os grandes supermercados - chamados localmente de “Inter-redes” - como uma transação on us, sem troca entre participantes da rede de pagamento. O diretor de Meios de Pagamento da Associação de Bancos do México (ABM), Rafael Rojas, salienta que “Para os estabelecimentos comerciais, esse tipo de transação reduz o custo e o risco de reter o dinheiro até o momento em que as empresas de transferência realizam a coleta, e é conveniente para o titular da conta de débito”.

No Chile, o gerente de Pré-pago da Multicaja, Pablo Andrés Marambio, explica que “A queda no número de ATMs, devido ao número de assaltos nos últimos anos nesses equipamentos, principalmente off-premises ou em periferias, é em parte a razão pela qual agências não bancárias, como Multicaja ou Caja Vecina, que oferecem o serviço de cash-out (saque) com um cartão de débito nos PDVs de estabelecimentos comerciais de bairro para algumas instituições bancárias (BCI e Santander, no caso da Multicaja, e Banco Estado, no caso da Caja Vecina), experimentaram um ressurgimento de transações em dinheiro”. Sandra Karinna Novoa, do Banco Estado, observa uma inibição no uso de ATMs. O Country Manager da Mastercard Chile, Patricio Sandoval, confirma que o cashback associado com o cartão de débito evoluiu nos últimos três anos, representando um benefício implícito para o comércio.

Na Espanha, a pergunta é saber se isso seria uma alternativa interessante para reagir contra o desaparecimento gradativo dos ATMs para realizar saque em dinheiro nas áreas rurais do país. Anna Puigoriol, diretora de Serviços Financeiros do Banc Sabadell, apostaria no pagamento com cartão, mesmo reconhecendo que é um problema não resolvido. “O cashback não é aonde deveríamos nos dirigir, apesar do fato de que em alguma área ou região poderia representar uma solução parcial.” “Nessas áreas, devemos garantir que todos os estabelecimentos comerciais estejam equipados com PDVs para aceitar pagamentos com cartão, em vez de buscar soluções na extensão da regulamentação de ATMs ou na habilitação do cashback.” A Country Manager da Mastercard Spain, Paloma Real, por sua vez, lembra que “O cashback afeta o trabalho dos estabelecimentos comerciais que têm que administrá-lo, representando custos de segurança e gerenciamento de caixa relevantes”.

Em relação ao dinheiro eletrônico, existem muitas questões envolvidas com a proliferação de emissores desse meio de pagamento em sua variada acepção dependendo do país, em relação com a transparência, a interoperabilidade e a proteção ao cliente. Quanto à transparência, que é determinada pelo nível de exigência de reporting, sua falta pode impedir a aproximação da sua dimensão (quantos pagamentos são realizados e por qual valor) e a capacidade de gerar riscos. Do ponto de vista do próximo capítulo deste Relatório (O setor em números), as perguntas “As informações transacionais disponíveis nas autoridades de vigilância estão completas? Um mercado de pagamentos digitais poderia estar sendo criado “às escondidas”, autorizado, mas invisível para os olhos do regulador e supervisor? têm estado presentes em boa parte das conversas realizadas.

Anna Puigoriol, do Banc Sabadell, aponta que, do ponto de vista do usuário, “Tudo aquilo que envolve sistemas mais abertos, que o dinheiro passe de uma conta para outra sem intermediários ou bolsos intermediários, é muito melhor”. Ela reconhece que “Como bancos, temos o desafio de visualizar e valorizar as vantagens do sistema aberto e interoperável, de trabalhar em todo o sistema end-to-end” dentro de um contexto em que “Embora tenhamos que ver se ameaças como as que é possível vislumbrar nas bigtechs se concretizarão por tamanho, as fintechs têm menos probabilidade de serem bem-sucedidas na Espanha, que tem um sistema expandido e contactless”. Hoje, a eliminação de intermediários é uma meta para muitos agentes, como as marcas, que deverão passar a oferecer uma relação direta aos estabelecimentos comerciais - começando pelas grandes cadeias comerciais - como acontece hoje no Reino Unido e nos Estados Unidos, caminhando para um modelo mais parecido com o de três partes. Devido às mudanças na regulamentação - neste caso, a regulamentação da comissão interbancária - a American Express, um expoente desse modelo, decidiu abandonar a questão com os bancos europeus para tratar a contratação diretamente ou em conjunto com parceiros não financeiros, destinada a usuários interessados em programas de fidelidade, para evitar que sejam tratados como um esquema de quatro partes.

A “volta” do código QR, desta vez aplicado aos pagamentos, é muito significativa na Argentina e naqueles mercados que têm uma presença crescente de carteiras digitais de dinheiro eletrônico e/ou um importante segmento de comércio e trabalhadores informais, mas não só isso. Alejandro Pineda, do BBVA Bancomer, conta que “Existem novos modelos e tecnologias, como os pagamentos com código QR, que estão latentes e vão chegar logo”. Na opinião de Paloma Real, da MasterCard Espanha, “O código QR é um bom exemplo do renascimento de coisas antigas”. De fato, mesmo na Espanha, que tem um alto grau de terminais de PDVs e meios de pagamento digital, alguns grandes estabelecimentos comerciais, como El Corte Inglés, já estão explorando sua implementação. Do ponto de vista do emissor, o objetivo é fazer com que a aceitação dos seus meios de pagamento seja o mais ampla possível.

Carlos Alberto Moreira Jr., diretor da ELO, marca brasileira do Banco do Brasil, Bradesco e Caixa Econômica Federal, três

“Como bancos, temos o desafio de visualizar e valorizar as vantagens do sistema aberto e interoperável, de trabalhar em todo o sistema end-to-end”

Anna Puigoriol
Banc Sabadell

bancos que representam 65% das contas bancárias do país, falou sobre o desafio da aceitação internacional dos meios de pagamento, apontando como o principal desafio da companhia para este ano “...a ampliação da aceitação internacional de cartões ELO nos principais destinos dos cidadãos brasileiros com o Discover Financial Services (e suas duas marcas Discover e Diners, que são amplamente aceitas no Brasil, em Portugal e na Argentina), fazendo referência ao Chile e à França”.

Na Espanha, o diretor geral adjunto da Iberpay, José Luis Langa, afirma que “Os códigos QR estão voltando a ser usados em massa em muitos países, e foram adotados porque são fáceis de ler, contêm muitas informações e não exigem um terminal de PDV”. Anna Puigoriol do Banc Sabadell, é da opinião que “Veremos certa aceitação do QR pelos cidadãos chineses que visitam a Espanha, mas é importante entender os sistemas alternativos de pagamento e as maneiras que eles têm para crescer”. Ana Garrido de la Revilla, diretora de Métodos de Consumo e Meios de Pagamento do Bankinter, é da mesma opinião ao considerar que “O QR resolve deficiências em infraestrutura e conectividade, embora não soubesse se comunicar bem na Espanha”.

“O QR resolve deficiências em infraestrutura e conectividade, embora não soubesse se comunicar bem na Espanha”

Ana Garrido de la Revilla
Bankinter

Panorama dos meios de pagamento na Europa

PSD2, transformação digital e ecossistema fintech

Na data de encerramento deste Relatório, nem a Espanha nem Portugal tinham implantado a PSD2. Além destes, apenas a Holanda, a Romênia, Malta, Luxemburgo, Letônia e a Croácia não tinham cumprido o prazo estabelecido pelas autoridades europeias. O atraso na transposição regulatória gera incertezas, apesar de quase todas as normas técnicas de regulamentação para segurança (RTS) já terem sido definidas pela European Banking Authority (EBA, na sigla em inglês), entre as quais se destaca a autenticação reforçada de clientes e de comunicação aberta segura, a serem aplicadas obrigatoriamente a partir de 14 de setembro de 2019. “Estamos na expectativa para ver como a implantação da PSD2 será realizada. Existem dúvidas até

mesmo no escopo da aplicação, já que a única coisa fechada é a segurança; nas outras questões, ainda existem aspectos em aberto”, afirma Ana Garrido, do Bankinter. Victoria Pilar Sánchez, diretora de Meios de Pagamento, Marketing e Estratégia Digital da Ibercaja confirma que “O regulador está caminhando atrás do mercado, e nós somos forçados a aplicar mudanças muito profundas nos negócios sem que ainda exista uma regulamentação clara”.

Essa incerteza se soma à baixa difusão que a PSD2 está tendo entre os clientes das entidades e da população em geral, embora a confiança dos clientes em relação aos bancos que vêm usando a vida inteira represente um valor de importância indiscutível nesta nova etapa que se inicia. “As entidades devem ajudar seus clientes a entenderem o novo modelo bancário, que representa uma mudança no status quo muito importante para eles. Isso irá forçá-los a manter um relacionamento diferente com seus clientes, mas existe uma chance de que esse relacionamento seja reforçado”, aponta Paloma Real, da MasterCard Espanha.

Na opinião de Anna Puigoriol, do Banc Sabadell, 2018 foi, uma vez mais, um ano de transição, do mesmo modo que 2017: “A PSD2 é a mudança que todos esperávamos em 2018, mas estamos vendo que ela será adiada até setembro de 2019. Por isso, as fintechs esperam que as APIs estejam funcionando para poderem desenvolver seus sistemas e soluções, que são componentes-chave para habilitar o Open Banking”. Inclusive, “Teremos que esperar até o final de 2019 para dar início aos pagamentos com débito em conta, o que esperávamos já poder ver um pouco este ano”. Nesse contexto de transição, se fizermos um screen scrapping, seria difícil unificar e garantir um funcionamento adequado. “Isso mostra que o mercado está aprendendo”, conclui Anna Puigoriol.

“As entidades devem ajudar seus clientes a entenderem o novo modelo bancário, que representa uma mudança no status quo muito importante para eles”

Paloma Real
Mastercard España

Na opinião do diretor de Cartões e Setor de Emissão do Bankia, Carlos Mier, um dos fatos mais relevantes do ponto de vista desse setor na Espanha foi a fusão dos esquemas, sem salientar as novidades de novos serviços disruptivos, além da generalização de acordos entre emissores e “os ‘Pays’” (Apple Pay e Samsung Pay), como aquele adotado pelo Bankia com a Apple em julho de 2018. “As entidades perceberam que nós não só devemos ter nossas próprias soluções, mas também identificar e adotar as de terceiros para melhorar o atendimento aos nossos clientes”, aponta. No contexto atual, Carlos Mier acredita que “Antes que um terceiro se transforme em um concorrente, é melhor fazer alianças”. Além disso, ele também considera que a PSD2 entrará em vigor em e-commerce, autenticação e whitelisting a partir do segundo semestre de 2019, além da operação dos PISPs quando sua entrada estiver normalizada. “2018 foi mais uma

vez um ano de transição e adoção de desenvolvimentos para competir no novo contexto, como as soluções de agregação que todos os bancos terão, e cuja capacidade de sucesso dependerá do número de bancos com os quais os clientes irão operar.” Sua visão coincide com a de José Luis Langa, da Iberpay, quando afirma que “O que está claro é que os bancos começarão a oferecer serviços de agregação de informações, onde terão a grande vantagem de ter a confiança dos clientes”. O BBVA, por sua vez, planeja expandir em massa o onboarding digital na Espanha, apoiado por soluções biométricas no primeiro semestre de 2019, conforme conta Juan Gabriel Rodríguez.

Estes são, sem dúvida alguma, momentos em que os vários agentes assumem posições mais ou menos visíveis. Um exemplo disso é o compartilhado por infraestruturas, como a Iberpay, administradora do Sistema Nacional de Compensação Eletrônica (SNCE), que estava disposta, depois de ter exercido três novas funções no âmbito da PSD2: Ser a instituição de certificação de Third Party Providers (TPP), incluindo registros e testes de conexão; desenvolver APIs padronizadas em comum para o setor bancário; e estabelecer os requisitos de segurança. Finalmente, a Redsys foi a instância designada para exercer essa função, conforme explica José Luis Langa, da Iberpay.

Em relação ao novo Sistema de Cartões e Meios de Pagamento (STMP, na sigla em espanhol), uma empresa resultante da fusão dos três sistemas nacionais de pagamento com cartão, a saber Servired, 4B e EURO 6000, ele é definido pelo CEO, Juan Carlos Martín Guirado, como “...uma resposta do setor devido à digitalização dos pagamentos”. “Com esta operação, temos a tendência de nos parecermos com os países da UE, onde muitas vezes existe um sistema nacional de meios de pagamento no qual instituições financeiras e prestadores de serviços de pagamentos são integrados”.

Juan Carlos Martín Guirado, da STMP, acredita que “Ainda há um longo caminho a ser percorrido no mercado para desenvolver produtos e serviços de pagamento inovadores, seguros, acessíveis, universais e fáceis de usar. Portanto, nós da STMP trabalhamos para oferecer soluções de pagamento setoriais e serviços de valor agregado que aperfeiçoem a experiência de compra e potencializem os pagamentos eletrônicos, reduzindo o uso de numerário e seu alto custo para a sociedade. Queremos responder, com isso, às necessidades cada vez mais altas dos titulares e dos estabelecimentos comerciais, contribuir para a transformação digital dos meios de pagamento na Espanha e fomentar a competitividade do mercado”.

“Antes que um terceiro se transforme em um concorrente, é melhor fazer alianças”

Carlos Mier
Bankia

Novas propostas de valor

Carlos Mier, do Bankia, considera que, na Espanha, continua havendo uma ampla margem de crescimento em termos de financiamento com cartões de crédito. “As pessoas gostam mais de débito”, e acrescenta que o segredo pode não estar no cartão de crédito, mas sim em outros produtos de financiamento adaptados àquilo que os clientes necessitam.

David Hernández, Head of Credit da Visa Europe, acredita que, com a PSD2, aparecerão propostas de pagamento inovadoras que aproveitem uma conta corrente de outro banco, como os neo-bancos, cujas inovações estão concentradas em produtos básicos, de nicho e gratuitos, para depois implantar serviços de classe *premium* (por exemplo, crédito instantâneo online), embora sua massificação não seja tão evidente. Aproveitando a regulamentação, outros neo-bancos estão abrangendo vários mercados simultaneamente. “Não existe nenhum caso evidente de emissores de cartões de débito que não sejam instituições bancárias tradicionais.”

Roberto Monge, diretor de Operações da Telecoming, afirma que “A PSD2 confiou no faturamento via operadora (*carrier billing*) como o meio de expandir a digitalização e que irá ver como os limites crescerão no futuro, talvez não tanto em quantias, mas em setores (por exemplo, o *vending*), facilitando a monetização da Internet das Coisas (IoT) quando o 5G estiver implantado”. Roberto Monge explica que os produtos tradicionais das operadoras (voz, mensagens, *roaming*, etc.) estão reduzindo sua capacidade de gerar receitas, e a busca de novas linhas de negócios que deem um impulso ao consumo de dados é condicionada pela atratividade das ofertas de conteúdo, mesmo em concorrência direta com seu próprio conteúdo, como pode ser observado em alianças, como as da Vodafone e a HBO ou da Telefónica com a Netflix. “As operadoras estão reproduzindo essa nova oferta de conteúdo no celular, e é aí onde está a razão de existir do *carrier billing*”, diz Roberto Monge, acrescentando: “Os três pilares que servirão de impulso para o pagamento móvel por operadora são a regulamentação, o desenvolvimento tecnológico e a experiência do usuário (UX), sem esquecer que é a alternativa mais universal, porque todos têm um telefone celular”.

Na opinião do Chefe de Soluções Financeiras, Direção de Marketing e Estratégia Digital da Ibercaja, José Manuel Artal, “Existem três grandes desafios no novo contexto: o financiamento; a entrada da IA na autenticação para aprimorar a UX, e a segurança. Além disso, o comércio deve vender, para impedir que outros players entrem para atendê-lo”.

“Existem três grandes desafios no novo contexto: o financiamento; a entrada da IA na autenticação para aprimorar a UX, e a segurança. Além disso, o comércio deve vender, para impedir que outros players entrem para atendê-lo”

José Manuel Artal
Ibercaja

O poder da colaboração

Na opinião de Victoria Pilar Sánchez, da Ibercaja, a conformidade regulatória se une a esses três desafios, principalmente nas instituições de médio porte. “Os desafios atuais estão fazendo com que nós reconhecamos que não podemos ser especialistas em tudo, e devemos ver os benefícios da colaboração com terceiros e pequenas fintechs para podermos contribuir juntos com o valor agregado”. Em suma: “A abertura é uma oportunidade”, em um contexto em que “A pressão regulatória é um empecilho para o time to market de qualquer novo desenvolvimento dentro das instituições financeiras”. “A PSD2 nos iguala de alguma forma aos bancos e aos novos participantes, tendo em vista que os requisitos de iniciação e agregação são comuns a todos.”

A cooperação com fintechs é considerada uma fonte de flexibilidade, novas formas de pensar e de ideias que podem ser adotadas com maior rapidez pelos bancos para melhorar o time-to-market, que não é rápido o suficiente. Resumindo, é necessário incentivar a cooperação e a inovação de dentro e de fora e encontrar o equilíbrio para que todas as partes estejam satisfeitas. Para isso, os bancos devem tomar decisões em três aspectos: cooperação, inovação e abertura.

Outros exemplos de cooperação e de mudança nas relações entre os agentes tradicionais e novos do setor são aqueles sobre os quais fala Raimundo Sala, diretor geral da PayPal da Espanha e Portugal: “Em 2018 chegamos a acordos locais muito importantes - o primeiro fora dos EUA - com o CaixaBank para o onboarding de estabelecimentos comerciais pela plataforma do banco, e com o Bankia para criar e ativar uma conta do PayPal sem sair da plataforma do banco.” Neste ponto, é importante lembrar que, para fazer um pagamento com o PayPal, é preciso ter uma fonte de recursos, como uma conta bancária ou um cartão de crédito ou de débito.

E-commerce

David Hernández, da Visa, identifica um problema com o índice de conversão do e-commerce em Portugal e na Espanha, que continua produzindo fricções devido à variedade de sistemas de autenticação para pagamentos remotos *online*, que precisam melhorar com a IA e a aplicação da regra de risco. Do ponto de vista dos estabelecimentos comerciais, ele considera que é um fracasso não poder concluir a operação de venda devido a problemas de pagamento, um ponto para o qual a PSD2 servirá de ajuda. “Se um estabelecimento comercial espanhol ou português quiser competir com a Amazon, ele deve resolver o *check-out* e chegar mais perto do *one-click* na experiência do cliente”, sugere.

Isso significa otimizar processos de autenticação forte com sistemas e regras mais inteligentes, para evitar quedas no índice de conversão. Na opinião de Victoria Pilar Sánchez, da Ibercaja, “O maior número de fraudes com cartões está concentrado no comércio eletrônico, e apresenta um crescimento em fraudes

de emissão, principalmente no comércio não seguro, que ainda está muito presente”. “Em teoria, com a PSD2, a autenticação forte obrigatória deverá reduzir esse nível de fraude”, conclui ela. Em relação aos meios de pagamento utilizados, Carlos Mier, do Bankia, revela que existem pessoas que preferem usar o pré-pagamento em suas compras online. Angel Nigorra, da Bizum, revela que “A Bizum tem um piloto de e-commerce em andamento com a visão de se expandir comercialmente mais tarde”.

A situação em Portugal é pior devido à menor entrada do e-commerce.

Pagamento móvel e pagamentos imediatos

Embora os pagamentos móveis na Espanha tenham crescido em 2018 e continuarão crescendo, com um aumento mais significativo em volumes de transações da Apple Pay e da Samsung Pay, não se espera que eles representem uma mudança radical no setor. “Ainda faltam alguns anos para chegar a 10% do pagamento com o celular”, confirma Anna Puigoriol, do Banc Sabadell, que acredita que a história está mostrando que a mudança global que esperávamos é mais evolutiva do que disruptiva: “No nicho pode haver disrupções, mas em nível global, a evolução é muito mais demorada”.

David Hernandez, da Visa, também conta que o pagamento móvel continua sendo minoritário na Espanha, e repete a cifra de 3%, associada à existência da Apple Pay. “As ‘wallets’ de maior sucesso dos bancos não chegaram aonde a Apple Pay chegou, o que também não representou nenhuma disrupção nos hábitos de pagamento.”

Andrea Fiorentino, chefe de Produtos e Soluções para o sul da Europa da Visa, considera que o pagamento móvel não cresce tanto devido à dependência do terminal usado (principalmente no caso do Google Pay, pela heterogeneidade dos dispositivos) e porque existem muitos aplicativos de pagamento (‘wallet’ HCE dos bancos, também heterogênea) que as pessoas não conhecem ou não sabem como usar. Isso, apesar do fato de que “A Espanha foi um dos primeiros países a introduzir pagamentos NFC com HCE (sigla em inglês de Host Card Emulation), tendo seus primeiros aplicativos desenvolvidos por bancos, mas que não puderam competir com a Apple em UX e em termos de homogeneidade da experiência de pagamento, embora esta última não permita serviços adicionais”. Adicionalmente, acrescenta que o Samsung Pay funciona bem porque mantém o controle sobre o hardware e o software. “Antes a tecnologia era do banco, hoje são as pessoas que escolhem o celular, com os envolvimento de dependência que isso implica”, e “Até para o melhor banco do mundo é difícil desenvolver uma UX no nível dos gigantes digitais do Silicon Valley”, por isso acredita que os bancos deveriam investir mais em UX do que em seus próprios meios de pagamento.

“Antes a tecnologia era do banco, hoje são as pessoas que escolhem o celular, com os envolvimento de dependência que isso implica”

Andrea Fiorentino
Visa Europe

“Os problemas de uso que são relatados estão ligados mais à falta de conhecimento do vendedor na loja do que ao usuário”

Inmaculada Anglada
Samsung Pay Espanha

José Manuel Artal, da Ibercaja, acrescenta outros fatores à falta de uniformidade dos dispositivos que causam insatisfação quanto aos processos de pagamento móvel em relação ao concorrente mais eficiente de hoje - o cartão contactless: os incidentes relatados pelos terminais - geralmente, dispositivos tácteis das grandes redes - e, talvez o mais importante, a falta de conhecimento dos estabelecimentos comerciais, que ele acha que devem ser treinados. “Os problemas de uso que são relatados estão ligados mais à falta de conhecimento do vendedor na loja do que ao usuário”, confirma Inmaculada Anglada, chefe da Samsung Pay España, que destaca a boa acolhida do serviço no El Corte Inglés - primeiro emissor não bancário a integrá-lo em 2017 - e o lançamento do programa de fidelidade Samsung Rewards em janeiro de 2018, digno do prêmio Global Mobile Award pela melhor inovação em pagamento móvel no Mobile World Congress 2018.

Apesar dos problemas de utilização mencionados, Inmaculada Anglada considera que “Quem descobre o pagamento móvel tem a tendência de não voltar atrás pela utilidade, conforto e versatilidade”, opinião com a qual Ana Garrido, do Bankinter, concorda, afirmando que “A UX com o pagamento móvel é um elemento definitivo, muito presente na ‘wallet’ que lançaremos em breve no mercado e que incluirá QR, além de uma depósito de tickets e a hospedagem de cartões de pagamento e cartões de fidelidade”.

Neste sentido se expressa também Inmaculada Anglada, da Samsung Pay Spain, serviço com o qual conseguem atrair a preferência dos usuários para a marca. Inclusive, conta que um estudo recente da Ipsos revela que “70% dos entrevistados dizem que uma das razões para comprar um smartphone Samsung é poder continuar usando o serviço Samsung Pay”.

Victoria Pilar Sánchez, da Ibercaja, é da opinião que “O fato de o Apple Pay ser mais usado que os wallets dos bancos é, de certa forma, um reconhecimento do fracasso dos bancos”, e atribui parte da responsabilidade à falta de soluções colaborativas do setor, que tenham modelos de interface de usuário que possam ser equiparados a esses ambientes. “Além de perder rentabilidade, os bancos se veem ameaçados pela perda de influência”, conclui.

Nesse contexto, muitos pensam que os bancos mais bem-sucedidos serão aqueles que integrarem uma experiência “pay” com notificações relevantes e úteis para o cliente usando Big Data para casos de uso, como a detecção de comportamentos (prever viagens ao exterior) ou pontuação de transações (e-commerce).

Entre os vários “pays” e as diversas wallets de banco, não existe nenhuma unanimidade na visão de que estes últimos têm um longo caminho a ser percorrido no futuro, reconhecendo a enorme oportunidade que o pagamento móvel representa. “Aos poucos, veremos mais interesse na utilização do celular, mas será um processo demorado, no qual a biometria representará a grande mudança”, prevê David Hernández, da Visa. Imaculada Anglada, da Samsung Pay España, comenta que “Em breve, vamos começar a incluir novos dispositivos nos quais o Samsung Pay será integrado, para oferecer mais opções e novas experiências aos usuários”. A este respeito, Raimundo Sala, da PayPal acrescenta que “Os investimentos da Apple, Samsung e dos fabricantes de Android em terminais de baixo custo com recursos de NFC farão com que um número maior de pessoas associe seus meios de pagamento ao celular”.

Embora tenhamos anunciado, há duas edições, que o mundo dos cartões está ameaçado pela chegada de pagamentos imediatos, também é verdade que o primeiro está muito consolidado e é uma fonte relevante de renda para os bancos, portanto, não é possível saber com clareza quem irá apostar por eles, porque não existem comissões interbancárias. Se pagamentos imediatos devoram os cartões, não se espera que seja uma mudança iminente.

Ana Garrido, do Bankinter, afirma que “o cartão de débito pode perder atratividade porque não oferece serviços de valor agregado ou vantagens em relação à conta”. Quanto a este aspecto, José Luis Langa, do Iberpay, salienta que “As instituições bancárias podem ocupar espaço nos mundos dos pagamentos e cartões, o que os posiciona com vantagem em relação às fintechs ou plataformas globais, como Amazon, Google, Apple ou Facebook”.

“Os modelos de negócios associados aos pagamentos imediatos são muito variados”

José Luis Langa
Iberpay España

Uma prova disso é que a Espanha, como participante pioneira em nível industrial na época do lançamento do serviço em novembro de 2017, quando a Iberpay ofereceu essa modalidade aos seus participantes, “Os grandes bancos ainda não tinham lançado e outros optaram por isso com abordagens muito diferentes, de modo que os modelos de negócios associados aos pagamentos imediatos são muito variados”.

Hoje, a missão da Iberpay é estar conectada à TIPS em 30 de novembro de 2018, um serviço para o qual a maioria das entidades designou a Iberpay como a Instructing Party, ou seja, o canal por meio do qual as comunicações de pagamentos imediatos são enviadas e recebidas. “O sistema funciona muito

bem: demoramos menos de dois segundos para processar operações end-to-end, o que não nos impede de continuar investindo em máquinas mais potentes e com menos latência, para ter mais velocidade e capacidade de previsão de eventuais aumentos significativos no volume de operações”.

No desenvolvimento de pagamentos imediatos de uma conta, José Luis Langa conclui com dois desafios que demorarão vários anos para serem realizados: concluir a implementação de pagamentos imediatos na Europa e concretizar o potencial de fazer com que a instantaneidade se torne o novo normal. Paloma Real, da MasterCard, expõe os desafios de outro ponto de vista, lembrando que “...os meios de pagamento têm uma curva de adoção lenta”, e expõe o exemplo da própria MasterCard que conseguiu criar e aperfeiçoar regras de jogo, e garantias de que todos os agentes entendam, após 50 anos no mercado. “Criar o mesmo com pagamentos imediatos vai demorar muito tempo”, conclui, “porque o sistema de pagamento com cartão é altamente otimizado, e os economics regulamentados”.

Nos pagamentos entre pessoas físicas, o serviço de pagamento imediato de conta para conta Bizum foi acrescentado em 2018 aos serviços prestados pelo PayPal com um serviço idêntico que oferecia há anos, mas que agora também é gratuito, quando não é feita uma mudança de moeda, exceto porque o PayPal foi criado com um alcance pan-europeu. “O Bizum nasceu hospedado nos apps próprios dos bancos, agora adiciona um app dedicado, como um canal complementar aos dos bancos, muito focado no serviço, o que facilitará sua localização e uma UX homogênea”, aponta Angel Nigorra, diretor geral da Sociedade de Procedimentos de Pagamento, SL. “Em 2019, começarão a ser abordados projetos de interoperabilidade com serviços equivalentes na Europa. Este ano será também interessante ver como o novo esquema integrado de cartões é consolidado na Espanha e como será a entrada de novos agentes no escopo da PSD2.”

Esse executivo não está tão preocupado com as fintechs - geralmente de pequeno porte e com espírito de colaboração com os bancos - como os grandes provedores de Internet e gigantes tecnológicos, que têm enorme capacidade para influenciar o mercado. Em vista disso, ele considera que “Com PSD2 e instant payments, a conta bancária ganhará destaque nos pagamentos”.

“Uma solução que não seja global ou multinacional não é suficiente”

Raimundo Sala
Paypal España

A confusão do usuário diante da diversidade da oferta de soluções continua estando latente na Espanha. Ángel Nigorra, da Bizum, prevê que “Pouco a pouco, as soluções serão filtradas e não haverá tantas como agora, embora também não fique só uma, porque a disputa está focada em ser a favorita dos clientes”. Raimundo Sala, da PayPal, acrescenta que, embora entenda que as pessoas estão confusas com tantas soluções, “Hoje, uma solução que não seja global ou multinacional não é suficiente, tendo em vista que as estabelecimentos comerciais onde compramos e uma parte dos amigos ou familiares para quem nós transferimos dinheiro, estão fora”.

Raimundo Sala acrescenta à questão de globalidade, que a proposta de valor deve ir além da própria ação de pagar e prever meios confiáveis de devolução, assumir despesas, seguros e rapidez na correção de erros ou enganos.

Em Portugal, a solução de pagamento móvel do setor é a MBWay, lançada em 2016 e baseada no esquema nacional próprio de cartões Multibanco. Esse app não pertence ao ambiente dos apps de bancos e prevê ter um serviço de pagamentos imediatos de conta para conta. Além disso, está a geração de cartões virtuais de uso único para fazer compras online e sacar dinheiro em ATMs. Tudo isso dentro de um contexto próprio, português, no qual nem o Apple Pay, nem o Samsung Pay nem nenhum outro serviço de “pagamento” está presente, provavelmente por questões de tamanho de mercado. É importante lembrar que o sistema de pagamento imediato pan-europeu baseia-se no SEPA SCT Inst (transferências instantâneas), o que obrigou Portugal a desenvolver seu componente nacional ex novo, considerando que sua aposta inicial era que passassem pelo sistema de cartão nacional, o Multibanco, uma aposta que recebeu críticas do Banco Central Europeu. O serviço estará pronto no último trimestre de 2018, apesar de não contar com um ecossistema para esse tipo de transação, como o previsto pelo Multibanco, com base no qual foram construídas 17 funcionalidades diferentes.

Inclusive, existem muitos casos de uso inexplorado de pagamentos imediatos, principalmente no campo de P2B, onde “A firmeza e a irreversibilidade das transferências são atributos e vantagens das transferências, especialmente do ponto de vista do comércio, que nem todo mundo conhece”, como aponta José Luis Langa, da Iberpay.

Existem outras novidades em pagamentos descontados em conta como uma alternativa para as transferências instantâneas (débitos imediatos) que estão sendo analisadas pelo Conselho Europeu de Pagamentos (EPC, na sigla em inglês), embora a Bizum já esteja oferecendo essa funcionalidade na esfera nacional. Entre essas modalidades de pull imediato, já existem exemplos recentes na Argentina (DEBIN) e na Costa Rica (débitos em tempo real), como será explicado posteriormente.

Novos modelos de negócios e dinheiro eletrônico

Na opinião de Juan Gabriel Rodríguez do BBVA, existem diferenças iniciais que condicionam o desenvolvimento das fintechs em vários mercados. “Nos EUA, a cadeia de pagamento sofreu uma substituição da intermediação pelas fintechs e bigtechs, porque era um sistema de pagamento com amplos espaços para solucionar ganhos de eficiência e de inclusão financeira. O mesmo não aconteceu na América Latina nem na Europa, porque o sistema funcionava melhor”.

Entretanto, com esse histórico inicial, existe uma sensação generalizada, e não apenas na Europa, mas também na América Latina, como veremos a seguir, de que os novos PSPs podem estar se transformando na parte opaca do mercado. “Se o volume e o valor transferidos forem muito grandes, isso pode se tornar um risco de mercado, como é o caso do shadow banking nos EUA e na China”, diz Juan Gabriel Rodríguez, do BBVA. Anna Puigoriol, do Banc Sabadell, adverte que “Com os novos agentes, a visibilidade e o conhecimento do volume e do valor das transações serão perdidos, e isso é algo que o regulador tem que estar alerta exigindo relatórios e transparência, ou seja, regras

equivalentes do jogo, que ainda não estão claras com a PSD2”. A publicação recente do esboço das RTS da EBA (na sigla em inglês) relativas à Home-host cooperation under PSD2 delega às autoridades nacionais a decisão de exercer a autoridade de exigir informações transacionais dos PSPs que oferecem seus serviços cross-border fundamentados nas atribuições do passporting.

“Com os novos agentes, a visibilidade e o conhecimento do volume e do valor das transações serão perdidos, e isso é algo que o regulador tem que estar alerta exigindo relatórios e transparência, ou seja, regras equivalentes do jogo, que ainda não estão claras com a PSD2”

Anna Puigoriol

Banc Sabadell

Inclusive, na Europa, é possível observar que os neo-bancos e outros PSPs preferem, em primeiro lugar, a figura regulatória de Electronic Money Issuer (EDE - Emissor de dinheiro eletrônico) para expandir seus serviços na área de SEPA por intermédio do passporting, oferecendo uma conta digital (de dinheiro eletrônico) associada a um cartão pré-pago de marca internacional como produto mínimo viável. Na data de elaboração deste Relatório, o Banco da Espanha conta com 5 EDEs cadastrados sediados na Espanha e 159 EDEs que operam sem sede (entre os quais a Google Wallet, a Amazon Payments e a Facebook, para citar três “players” globais). As instituições de pagamento (EP) cadastradas são 38 sediadas e 402 não sediadas (por exemplo, a Alipay), às quais é necessário acrescentar aproximadamente vinte sucursais e redes EDE e EP comunitárias (por exemplo, Money Gram e Western Union). Por outro lado, existem 277 instituições de crédito - PSPs tradicionais - em conjunto, entre elas a PayPal.

Na opinião de Paloma Real, da Mastercard, embora a Espanha ainda seja um mercado de débito, o pré-pagamento está surgindo com força por conveniência, controle e segurança no e-commerce e devido ao segmento não bancarizado. “Os Neobanks estão começando a oferecer soluções próximas ao Open Banking com base em uma solução de pré-pago e de uma Lite Account, que oferece serviços básicos, sem compromissos nem vínculos”, descreve Paloma Real.

O debate se estende ao acesso dos TPPs às infraestruturas básicas de pagamento, como a ACH. “Seu acesso como participantes indiretos está sendo elucidado no anteprojeto de lei para a implantação da PSD2, no qual ele aparece de surpresa”, diz José Luis Langa, da Iberpay. As marcas dos cartões, por sua vez, estão facilitando a conexão dos TPPs às infraestruturas de pagamento, conforme comentado por David Hernández, da Visa: “A Visa Direct tem alcance global e está aberta às fintechs, desde que elas cumpram com as normas de segurança e de AML/FCT da VISA”.

O interesse pelo onboarding digital e a emissão instantânea de meios de pagamento têm se generalizado com base nas propostas dos neo-bancos, mas é um processo ainda complexo em ambientes não presenciais devido à dificuldade de realizar a verificação da identidade remotamente. “Nesse processo, a tokenização - atribuição de credencial ao cartão de pagamento - é fundamental”, afirma David Hernández, da Visa, e acrescenta que “No futuro, quando as ordens de pagamentos sejam emitidas de forma autônoma (IoT), por pull ao invés de por push, eles exigirão uma modalidade de pagamento padronizada e automatizada e, portanto, mudanças no emissor, para garantir que as credenciais dos seus meios de pagamento sejam aquelas exibidas por padrão no estabelecimento comercial ou no prestador de serviços, garantindo os pagamentos futuros”, principalmente os repetitivos.

“A tokenização do PAN, que é o catalisador de todas as soluções de pay, faz com que o usuário possa controlar quais merchants possuem as credenciais do seu cartão”, acrescenta David Hernández, da Visa, e permitirá que as empresas definam sua experiência de pagamento. “A prioridade da VISA é abrir um ecossistema no qual o comércio escolha a experiência de check-out mais adequada para ele e seu cliente, seja com código QR, em apps, PDVs, etc.”, porque “A definição da UX pode ser qualquer coisa, como ficou demonstrado pela Uber.” “Para nós, o mais importante é que o meio de pagamento no qual um cartão está baseado”, conclui David Hernández, da Visa.

A Visa e a Mastercard estão desenvolvendo soluções para a extensão dos pagamentos digitais em campos de uso em massa, como o transporte público, com base em tarifas de preços dinâmicas, onde a aplicação pela Transport for London é uma referência “O impacto econômico é moderado, mas permite que as pessoas adotem novos hábitos de pagamento”, afirma David Hernández, da Visa. Na cidade de Madri, a adaptação para o pagamento de bilhetes simples de transporte com cartão bancário com tarifas de preço dinâmicas em toda a frota de ônibus da Companhia de Transportes Municipais (EMT, na sigla em espanhol), que chega a 2.100 unidades, está se aproximando e tem como parceiros tecnológicos a Mastercard e o Banco Santander.

“Na Espanha, seu lançamento em grandes redes comerciais representou o verdadeiro salto na aceitação de pagamento contactless e do pagamento móvel, onde os caixas eletrônicos desempenharam o papel de instrutores de usuários”, comenta David Hernández, da Visa.

Financiamento e pagamentos

“O pagamento é uma commodity: quase todo mundo será capaz de fazer um pagamento com PSD2, mas nem todo mundo pode oferecer financiamento”, afirma Ana Garrido do Bankinter. José Manuel Artal, da Ibercaja, reconhece que “Eles estão em um setor que exige cada vez mais investimento, inovação tecnológica e impulso comercial para que os clientes mudem seus hábitos, dentro de um contexto de limitação de renda (comissões interbancárias) e abertura para a concorrência na ativação de pagamentos”. Nesse contexto, “O financiamento representa o grande desafio, mas ainda é preciso mudar os hábitos do cliente”, uma tarefa em que acredita que os novos participantes têm vantagem oferecendo serviços de parcelamento de pagamentos.

“A PSD2 permitirá obter informações para a oferta de empréstimos instantâneos em um cenário na Espanha no qual não existem agências de concessão de crédito fortes”, afirma David Hernández, da Visa. Entretanto, as novas oportunidades não existem apenas na área de financiamento: “Outro espaço que não é abordado é a poupança/investimento dos consumidores, cujas modalidades são primitivas”, como ficou provado empiricamente na I Pesquisa de Competências Financeiras elaborada pelo Banco da Espanha e publicado em meados de 2018. “Nós veremos novas propostas de valor nessa área oferecidas pelas fintechs e os corretores online”, comenta David Hernández, da Visa.

“Agora que passamos para modelos com menor capilaridade de sucursais e maior atendimento remoto, um dos desafios dos bancos é manter o relacionamento com os clientes”, aponta Paloma Real, da Mastercard Espanha. “Por um lado, temos uma regulamentação que nos obriga a disponibilizar acesso a plataformas e a informações (Access to the Account) e, por outro, o cliente quer mais liberdade e ser atendido remotamente.” Isto é um desafio muito relevante para os bancos tradicionais, que “...precisarão destacar todo o histórico das suas funções”, conclui Paloma Real, da Mastercard Espanha.

Dinheiro em espécie

Anna Puigoriol, do Banc Sabadell, chega à conclusão de que o dinheiro em espécie continua crescendo, mas com uma mudança de tendência significativa: “O pagamento com cartão está crescendo acima do pagamento em dinheiro; para que isso mude, é necessário que um número maior de “players” se una aos bancos para fomentar a redução do uso de dinheiro em espécie na Espanha”. Na opinião da diretora de Operações de Meios de Pagamento do Bankia, Amelia I. Angulo García, “É necessário popularizar os meios de pagamento alternativos ao dinheiro, fazer com que as pessoas se acostumem e utilizem esses meios em todos os seus pagamentos”. E menciona um exemplo específico, sugerindo que “Para que o grande salto possa ser dado na Espanha, é preciso ter iniciativas como a da *Transport for London*”.

“É necessário popularizar os meios de pagamento alternativos ao dinheiro, fazer com que as pessoas se acostumem e utilizem esses meios em todos os seus pagamentos”

Amelia I. Angulo García
Bankia

Na Visa, David Hernández insiste na mudança de costumes: “O desafio de reduzir o uso de dinheiro para a Espanha não tem tanto a ver com os terminais, mas sim as despesas com cartão, que são baixas, em comparação com outros países avançados da Europa.”

A novidade prevista pelo projeto de implantação da PSD2 relativa à obrigatoriedade de que os estabelecimentos comerciais, prestadores de serviços e profissionais liberais aceitem

pagamentos de mais de 30 euros por meios que não seja dinheiro, recebeu uma avaliação muito positiva dos agentes entrevistados, embora sem ter certeza sobre o motivo de colocar o limite nesse valor.

Na opinião de Ana Garrido, do Bankinter, “O dinheiro tem mais força porque é fácil e a experiência é universal”. Portanto, a facilidade e a universalidade são fundamentais para facilitar a transição para o pagamento digital: “Desde que a solução oferecida aos seus clientes atenda a esses parâmetros, você poderá competir com o dinheiro em espécie”, conclui Ana Garrido, do Bankinter.

Exclusão financeira

2018 presenciou um novo debate na Espanha relacionado com a inevitável retração dos pontos de atendimento físico das instituições financeiras, incluindo ATMs, um retraimento que se faz mais visível em áreas rurais do território nacional. Inclusive, a metade dos municípios espanhóis (de um pouco mais de 8.000, em total) não teria nenhuma agência bancária hoje. No entanto, esses dados geográficos impressionantes precisam ser complementados por uma referência demográfica da população afetada por esta tendência, que representa 2,7% do total.

A Associação Espanhola de Bancos (AEB) e alguns governos das autonomias espanholas estão em negociações para identificar medidas que possibilitem a transição para o que será uma realidade associada à economia digital em um futuro próximo: o fechamento gradativo dos pontos de atendimento físicos. Embora a solução pareça ser consensual para estabelecer subsídios para manter ou reinstalar ATM nos municípios sem agência bancária (caixas eletrônicos móveis, rotativos ou de marca neutra/várias marcas), a estratégia deveria ser considerada de longo prazo e apostar na melhoria dos recursos e habilidades digitais da população, para que a transição para o banco digital seja mais fácil e sem atrito em todas as suas formas, especialmente as mais antigas. Nesse contexto, estão surgindo iniciativas fintech de cashback, como os mencionados na introdução.

Quanto à obrigação de oferecer contas de pagamento básicas para residentes na área de SEPA, e depois da ameaça feita pela Comissão Europeia de multar a Espanha se não concluísse a implementação da regulamentação resultante da Diretriz 2014/92 de julho de 2014, o Ministério da Economia emitiu um projeto de Ordem Ministerial relativa a serviços, comissões sobre contas de pagamento com funções básicas, processo de transferência e comparadores em julho, depois que um Decreto Real, que tornou a titularidade de uma conta bancária em um novo direito na Espanha, tivesse sido emitido em novembro de 2017. Nessa Ordem Ministerial, é estabelecida uma comissão máxima de 3 euros por mês pela contratação de uma conta de pagamento com funções básicas, abrangendo a prestação de, pelo menos, os seguintes serviços: (i) abertura, uso e fechamento da conta; (ii) depósito de fundos; (iii) saques de dinheiro em agências ou ATMs localizados na UE; (iv) operações de pagamento com cartão de débito ou pré-pago, incluindo pagamentos online na UE; (v) até 200 operações de pagamento anuais na UE (débitos, transferências, ordens permanentes), tanto em sucursais quanto em serviços online.

Panorama dos meios de pagamento na América Latina

A América Latina tem dois ritmos: por um lado, são mercados favoráveis à adoção de inovações tecnológicas em pagamentos, das quais os expoentes são as carteiras digitais; por outro lado, são mercados nos quais a eliminação de obstáculos transversais para a universalização dos pagamentos digitais avança devagar.

A extensão e padronização da adquirência continua sendo o carro-chefe em muitos mercados nos quais as autoridades responsáveis pela concorrência de mercado emitiram advertências para situações de posição dominante - como na Argentina e no Brasil - ou de aberturas regulatórias ou de setores - como no Chile. Outro fator determinante para a aceitação - a interoperabilidade - continua sendo uma questão a ser resolvida, principalmente na Colômbia e no Peru.

Usando o caso da Colômbia como exemplo, é de destacar a agenda regulatória que a Unidade de Regulamentação Financeira do Ministério da Fazenda do país vem promovendo para atualizar áreas-chave, como explica o diretor executivo da Colombia Fintech, Edwin Zácipa, sobre como modernizar as normas dos sistemas de pagamento de baixo valor, incluindo o Credibanco e o Redeban. Além disso, está sendo realizada uma revisão de tudo aquilo que é necessário para que a Colômbia tenha uma infraestrutura de pagamentos imediatos. Para isso, espera-se que a ACH da Colômbia possa oferecer esse serviço em colaboração com uma fintech até 2019. Uma questão adicional é o controle de riscos e a cibersegurança dos gateways de pagamento, para os quais a Superintendência de Finanças (SFC) emitiu uma circular em junho exigindo que os agregadores que desejarem operar com um banco apresentem certificados dos seus serviços nos estabelecimentos comerciais. Por outro lado, a atualização do regime cambial internacional na Colômbia, emitida em maio pelo Banco Central após muitos anos, habilita a utilização de divisas no comércio e nas transações de dívida no exterior, aumenta o limite para pagar a compra e venda de divisas em dinheiro de USD 3.000 para USD 10.000, ou seu equivalente em outras moedas, dando um impulso ao e-commerce, as remessas e as SEDPEs, autorizadas como novas Intermediárias do mercado de câmbio.

“A Superfinanciera (Superintendência Financeira) está muito envolvida com o desenvolvimento das fintechs e sua contribuição para a inclusão financeira”, confirma Edwin Zácipa, da Colombia Fintech, enfatizando três áreas nas quais são observados avanços importantes que confirmam a existência de um diálogo permanente entre o setor e esse órgão: (i) a criação de uma área de consultas e feedback regulatório para o setor de fintech (Q & A sobre modelos de negócios); (ii) a criação de um sandbox de supervisão em abril de 2018, no qual instituições financeiras e/ou fintechs supervisionadas possam testar novos modelos de negócios, “como se fossem uma área de P&D+i da Superintendência” e (iii) a adequação tecnológica dentro desse órgão para integrar a Regtech nas suas operações e processos de supervisão.

“É muito interessante ver o alinhamento que está sendo realizado entre os quatro países da Aliança do Pacífico - Colômbia, Peru, Chile e México - no campo de fintech, para buscar homologações e evitar arbitragens regulatórias entre os quatro países e com terceiros”, aponta Edwin Zácipa, da Colombia Fintech. Por outro lado, os Secretários de TIC de cada nação coordenam a Agenda Digital da Aliança do Pacífico que “...tem, entre seus objetivos, a criação de um espaço para a coordenação público-privada para digitalizar os pagamentos em toda a região”. A próxima reunião, a ser realizada em 2019, deverá definir as bases dessa iniciativa.

Nos dias anteriores à entrevista com Edwin Zácipa, da Colombia Fintech, foi lançada a primeira SEDPE, oferecendo conta de poupança, de débito recarregável e de pagamento de boletos que, na opinião de Edwin Zácipa, “...têm o potencial de se transformar em um catalisador dos pagamentos digitais na Colômbia, que será seguido por outros que ainda estão em processo de autorização”, como as de entidades tradicionais (Grupo Aval, Credibanco, etc.)

Ecosistema de pagamento: emissão, adquirência e interoperabilidade

Raúl Morales, do CEMLA, sublinha que “A interoperabilidade é um fator determinante na adoção em massa de soluções tradicionais de pagamento digital e das novas, que ainda precisam avançar muito na região”. Além disso, prevê que “As novas carteiras digitais que proliferaram no ano passado talvez poderiam gerar pressão competitiva dentro do setor”. Alejandro Pineda, do BBVA Bancomer, reconhece que “Como setor, não conseguimos chegar a um acordo para melhorar a eficiência do sistema”. No caso do México, a confiança foi depositada nos agregadores, reconhecendo sua função de prestadores de serviços de aceitação para aquelas empresas que ainda não estão prontas para entrar em um relacionamento formal com os bancos. A coordenadora do Subcomitê de Cartões da Associação de Bancos do México (ABM), Lourdes Herrera, explica que a lei mexicana exige às pequenas empresas muitos requisitos formais para que se tornem afiliadas pelos bancos, não pelos agregadores.

Neste contexto, a interoperabilidade regulamentar entre contas bancárias e contas virtuais ou digitais recentemente inauguradas na Argentina, como a primeira globalmente, pode definir o caminho para uma tendência futura na região e em outros lugares. A visão que pertence a essa inovação em regulamentações é ilustrada por Rodolfo Ricci, Diretor de Tecnologia e Operações, COO e CDO do Banco Itaú: “Os pagamentos deveriam fluir de forma automática e praticamente imperceptível. Além disso, deveriam estar dentro do contexto das atividades do cliente”.

“Os pagamentos deveriam fluir de forma automática e praticamente imperceptível e estar dentro do contexto das atividades do cliente”

Rodolfo Ricci
Banco Itaú

“É muito interessante ver o alinhamento que está sendo realizado entre os quatro países da Aliança do Pacífico - Colômbia, Peru, Chile e México - no campo de fintech, para buscar homologações e evitar arbitragens regulatórias entre os quatro países e com terceiros”

Edwin Zácipa
Colômbia Fintech

Saúl Limón, diretor de Operações do Banco Afirme, reconhece que existe muito mercado a ser coberto em emissão e adquirência no México, onde já é possível perceber a concorrência dos agregadores - também dos gateways de pagamento - principalmente desde que o órgão responsável permite que atendam a qualquer transferência de negócio. “Os m-pos começam a aparecer muito”, aponta, “embora eles ainda tenham que se adaptar -PINPAD- para atender ao requisito de PCI obrigatório para todos os estabelecimentos comerciais”.

“8 de 10 empresas que começam a aceitar cartões fazem isso por meio de um agregador”

Eduardo Guraieb
Fintech México

De acordo com Eduardo Guraieb, da Fintech México, “8 de 10 empresas que começam a aceitar cartões fazem isso por meio de um agregador, onde Clip, o iZettle e o Señor Pago são os principais”. Esclarece que os agregadores não são Instituições de Fundos de Pagamento Eletrônico (IFPE) ou emissores, administradores ou transmissores de dinheiro eletrônico de acordo com a Lei de Fintech, mas sim que são governados pelos regulamentos de participantes de redes de alienação da CNBV. Os IFPEs são uma das duas novas formas de Instituição Financeira de Tecnologia (a outra são Instituições de Financiamento Coletivo) que estarão autorizadas a operar assim que o processo for regulamentado a partir de setembro de 2018, por meio de disposições gerais emitidas pela CNBV, a SHCP e o Banco do México, em suas respectivas responsabilidades. Espera-se que eles possam eventualmente ser participantes diretos do SPEI - ao qual acessar agora através de um intermediário que presta serviços de interconexão.

A Argentina é outro mercado da região em que a inovação nos pagamentos ganhou enorme proeminência no ano passado, com um sistema nacional de pagamentos (SNP) em plena consolidação e um Banco Central (BCRA) que incentiva ativamente os pagamentos digitais - basta consultar suas atividades nas redes sociais. Rodolfo Ricci, do Itaú, descreve da seguinte forma: “A Argentina é muito desafiadora, o ecossistema está crescendo muito depressa, novos players estão surgindo com propostas de meios de pagamento muito interessantes, gateways de pagamento, bancos digitais, além de bancos tradicionais que estão se movimentando com rapidez em um

mundo cada vez mais complexo”. De tal forma que ele acredita que “O número de ofertas disponíveis para fazer as mesmas coisas pode ser redundante e confusa em certos aspectos para o usuário, por isso, as soluções tenderão a convergir e ser simplificadas”.

A estratégia da autoridade competente (BCRA) está baseada em três pilares: ter uma infraestrutura de SNP aberta e equitativa; garantir usabilidade evitando complexidades - um exemplo disso é a associação de um alias ao Código Bancário Uniforme ou CBU; e eliminar barreiras a entradas injustificadas, autorizando instituições não bancárias a instalar ATMs, para citar um exemplo.

Na Argentina, o problema derivado do modelo de emissão e aquisição das marcas internacionais Visa e Mastercard tem sido evidenciado por meio de duas empresas comerciais, às quais os bancos delegaram as funções mencionadas. A Visa representa dois terços do mercado por intermédio da empresa PRISMA, pertencente a quinze bancos argentinos. “Esse modelo foi muito rentável para os bancos, mas é muito fechado para o sistema, há pouquíssima capilaridade de PDV no país e as tecnologias são antigas”, comenta o CIO do Banco COMAFI, Leonardo Maglia. De fato, em 2018, o desinvestimento no PRISMA deverá ser materializado, forçado pela Comissão Nacional de Defesa da Concorrência em 2016, gerando uma modificação no modelo de negócios e a abertura do mercado para outros agentes. “No negócio de aquisição na Argentina, existe espaço para poucos “players”, tendo em vista que é um negócio de escala e alto volume”, afirma o diretor de Sistemas de Naranja, Sergio Mazzitello, principal emissor de cartões de crédito no país (emissor não bancário), que possui processamento próprio in-house para seus próprios cartões e mais de 200.000 aderidos, e é usuário das redes Visa (PRISMA) e MasterCard (FIRST DATA), as duas grandes adquirentes que concentram o mercado de cartões bancários no país.

Federico Borrego, diretor geral de supervisão de participantes em redes da Comissão Nacional de Bancos e Valores (CNBV), acentua a busca de dois objetivos principais: o aumento da aceitação de pagamentos com cartão e o incentivo da concorrência, que favorece a agilidade em adotar inovações. Para isso, considera imprescindível “...fazer com que diversas redes possam coexistir para que as inovações cheguem ao mercado o mais rápido possível, sem ter que acompanhar os que vão mais devagar”, aponta Federico Borrego, da CNBV. Nesse contexto, ele considera que “Relaxar em termos de segurança não deve ser uma arma competitiva, e as regras e circuitos pelos quais as informações são transmitidas devem ser cooperativos, não competitivos”.

“Fazer com que diversas redes possam coexistir para que as inovações cheguem ao mercado o mais rápido possível, sem ter que acompanhar os que vão mais devagar”

Federico Borrego
CNBV México

Um exemplo de lentidão na adoção de inovações é o compartilhado pela diretora de Participação de Rede da CNBV, Mary Pily Loo Castillo, apontando que “O Samsung Pay demorou dois anos para entrar no México, e por enquanto tem apenas seis bancos”. Nesse aspecto, a perspectiva do supervisor é que, provando conformidade suficiente com as regras de segurança, não seria necessário adotar requisitos adicionais. “Se isso representar um stopper para adotar inovações globais com agilidade, precisará mudar”, comenta Mary Pily Loo, da CNBV. No segmento de agregadores, foi possível observar um crescimento, informa Federico Borrego, da CNBV, mas “Ainda precisamos de adquirentes fortes no mercado”.

O ABM está à frente do Programa de Fomento de Meios de Pagamento Digitais, um esforço público-privado que envolve todos os participantes da rede de pagamentos do país, incluindo as autoridades (SHCP, CNBV, Banco do México e SAT), as câmeras, os agregadores, as marcas internacionais, os emissores e os adquirentes. Rafael Rojas, diretor de Meios de Pagamento da ABM, Lourdes Herrera, coordenadora do Subcomitê de Cartões da ABM, e Jorge Garizurieta, PMO do Programa, descrevem o objetivo deste: aumentar a utilização e a penetração de meios de pagamento digitais em todas as operações de consumo pessoal e reduzir a frequência de uso de dinheiro em espécie. Como primeiro passo, a ABM fez um diagnóstico sobre as diversas causas que inibem ou dificultam a utilização de meios de pagamento digitais. “O estudo conclui que não existe uma solução rápida para expandir a utilização dos meios de pagamento digitais para substituir o dinheiro em espécie. É por isso que o esforço coordenado de autoridades e participantes da rede de pagamentos é necessário, empregando ações coordenadas de longo prazo que modifiquem a tendência substancialmente”, afirma Rafael Rojas, da ABM.

“O programa inicial tem 38 iniciativas-chave que atacam as barreiras mais críticas a serem superadas para alcançar o ponto de virada na tendência, e é a resposta para as causas raiz”, informa Lourdes Herrera, da ABM. Um ano após a inauguração do Programa, estão sendo implementadas 11 iniciativas com propostas técnico-operacionais e regulatórias, destacando-se as seguintes: (i) generalização do uso do número de identificação pessoal (PIN) em operações com cartões EMV nos estabelecimentos comerciais; (ii) inclusão de elementos de segurança adicionais para a autenticação indiscutível do titular do cartão em operações com cartão não presente; (iii) habilitar o cadastramento de estabelecimentos comerciais na rede de pagamento simplificando os requisitos; (iv) implementação da norma internacional PCI DSS em vez da norma mexicana RSI-M (Regras de Segurança da Informação no México); (v) permitir que os clientes de cartões, principalmente os de débito, saibam qual é seu saldo disponível após cada operação por meio de uma mensagem automática para o seu celular; e (vi) aproveitar os investimentos em inovação e tecnologia para o desenvolvimento conjunto de produtos e soluções, e adaptar o padrão de mensagens entre os participantes do mercado de pagamento com cartão, de acordo com as práticas internacionais. Esta iniciativa habilitará a convivência das mensagens de intercâmbio online nacionais, originadas na ISO 8583, com outros protocolos e facilitará sua interoperabilidade, melhorando o *time to market*.

3. A visão do setor

Rafael Rojas, da ABM, conclui que “É imprescindível que a nova administração federal dê um impulso à digitalização dos pagamentos. Se isto acontecer, certamente veremos o México como uma referência no setor de meios de pagamento nos próximos anos”.

Alejandro Pineda, do BBVA Bancomer, explica que, no México, o ecossistema está estruturado para ser monoadquirido, e considera que existem dois motivos pelos quais os estabelecimentos comerciais têm vários terminais de PDV; preço e/ou serviço, dependendo da linha de negócios. “Em relação ao serviço, o meio de pagamento tornou-se essencial para o comércio. Os restaurantes de gama média, por exemplo, não podem se permitir que existam falhas e deixar de cobrar uma venda já consumida.” Ele esclarece que eles não são usados indistintamente, mas sim como backup. “Outros tipos de comércio possuem vários, devido às promoções de pagamentos em parcelas sem juros, embora um terminal Bancomer ou de outro banco possa operar as promoções de outro banco.” As regras no México não permitem multiadquirência - que o mesmo agente adquirente ofereça aos estabelecimentos comerciais a cobrança simultânea com várias marcas de cartões - mas sim que dois bancos ofereçam o serviço sob a mesma afiliação, para melhorar o serviço, a questão comercial e o preço (“on us/ not on us”), explica Alejandro Pineda, acrescentando: “Para os vendedores de PDV, poderia parecer um projeto ruim de incentivos, porque confundem o comércio informando que eles só podem usar promoções com um terminal específico.”

Passando para a Colômbia, Andrés Mauricio Ramírez, diretor de Transformação Digital e Inclusão Financeira da Asobancaria, reconhece que “É necessário continuar dando passos em frente nas questões de interoperabilidade entre os prestadores de serviços de pagamento (PSP) na Colômbia, tanto em relação aos tradicionais (bancos) quanto aos novos (SEDPE, fintech, etc.), a fim de garantir a massificação dos pagamentos digitais”, uma avaliação com a qual Edwin Zácipa, da Colômbia Fintech, concorda: “As questões de conectividade e interoperabilidade estão na mesa, mas até agora são apenas uma abordagem. A discussão será ativada quando a ACH der início ao serviço de transferências instantâneas”. Ele acrescenta que “A adoção de normas de interoperabilidade em QR - que ainda não estão presentes na Colômbia - é um debate ativo, uma vez que, no momento, fica a critério de cada rede (Credibanco, Redeban) que trabalha com diversos tipos de padrão”. First Data - membro da Colombia Fintech - terceiro adquirente com licença, ainda está em fase de testes, tendo o Pago Go como produto.

Na República Dominicana, a interoperabilidade é “demonstrada na rede de caixas eletrônicos (ATMs) das empresas de intermediação financeira interconectadas em uma única rede gerenciada pela Cardnet, e nos PDVs das empresas de aquisição”. Por outro lado, no que diz respeito à interoperabilidade das transferências interbancárias, “Também existe no Sistema de Liquidação Bruta em Tempo Real (LBTR) administrado pelo Banco Central, uma vez que esse sistema permite que todas as instituições bancárias façam suas próprias transferências em nome de seus clientes, dentro destes os pagamentos imediatos, conhecidos como instantâneos em outros lugares. Esse serviço, disponível para todos os clientes

bancários, fornece um canal rápido para transferências em tempo real das 7:00 às 23:00, sete dias por semana. “No entanto, para outros sistemas de transferências interbancárias, a interoperabilidade dos fundos não existe, porque permitem realizar apenas transferências entre instituições bancárias participantes do mesmo sistema de pagamento, e no país existem três sistemas de transferências de Retail que não têm necessariamente os mesmos participantes”, relata o diretor do Departamento de Sistemas de Pagamentos do Banco Central da República Dominicana (BCRD), Ángel González. Karina Villar, diretora de Operações do BDI, aponta que o fato de que agora existem 3 adquirentes estimulou a concorrência no mercado e permitiu observar tecnologias mais avançadas. “Antes, com dois adquirentes, com o mercado cativo, eles não estavam interessados em inovações”, afirma Yilmary Rosario, do BCRD.

No Peru, a Visanet é o facilitador de pagamentos de aquisições, que concentra 85% do volume negociado; 15% é a MC Processos (MasterCard), e outras marcas, como AMEX ou Diners, operam com peso secundário. Embora em Lima e nas principais cidades haja paridade de PDV de ambas as redes, nas províncias o Visa predomina, com pouca presença em estabelecimentos comerciais pequenos e profissionais liberais. No último ano, a Visanet fez parceria com a VendeMás, que está conseguindo afiliar esses perfis autônomos com cartões m-pos, pré-pagos e uma estratégia de multimarcas. O m-pos pode até ser comprado em estabelecimentos comerciais, como acontece no México com Clip. “Essas iniciativas ajudarão no médio prazo, sem dúvida, a aumentar a rede de aquisição e gerar pressão competitiva, para que os adquirentes estabelecidos sejam multimarcas, em um contexto no qual a pressão regulatória ainda não chegou para que sejam interoperáveis”, diz José Antonio Muñiz, gerente da área de Meios de Pagamento e Financiamento ao Consumidor do Banco de Crédito do Peru (BCP). “Eles também estão começando, embora como iniciantes, devido à falta de atenção do mercado, payment facilitators ou agregadores - dois, por enquanto - que afiliam os merchants e processam em nome dos adquirentes”, aponta José Antonio Muñiz do BCP. “Esses novos agentes farão os preços caírem ou com que o valor recebido pelo comércio seja maior, uma coisa que está faltando no Peru”, acrescenta. “Na equação de valor que as empresas fazem hoje, elas estão perdendo aproximadamente 2% da renda em troca de uma melhoria zero nos serviços”, conclui.

Milton Vega, vice-gerente do sistema de pagamento do Banco Central da República do Peru (BCRP), aponta que uma das apostas é usar o código QR como um meio de identificar o estabelecimento comercial para sua entrada no pagamento digital por um custo baixo, liberando-o de ter um PDV. “Estamos avaliando a questão dos regulamentos QR para garantir interoperabilidade, uniformidade e padronização, e não ter vários QRs no mercado.” A questão central é “...ter o QR para facilitar os pagamentos digitais e a inclusão financeira dos pequenos estabelecimentos comerciais”, diz Milton Vega, do BCRP. O Banco Azteca de México é outra das entidades da região que adotou o código QR para pagamentos em estabelecimentos comerciais afiliados, com seu aplicativo de banco digital, que tem mais de 500 mil usuários, como prevê Pablo Henonin, diretor de Produtos do Banco Azteca.

No Chile, como relatado por Sandra Karinna Novoa do Banco Estado, o resultado da liberação da função de adquirência finalmente é percebido pela concessão de licenças que as marcas estão fazendo, começando pela Mastercard em empréstimos com a Multicaja, e à qual o Banco Estado se somou com um piloto através da sua filial Compra Aquí. “O mercado estará muito movimentado nos próximos dois anos, à medida que novos operadores surgirem, com muito mais concorrência nos segmentos de massa ou não bancarizados - uma coisa que não era vista no país - tendo o pré-pagamento como um elemento transversal”, prevê Sandra Novoa, do Banco Estado. Até o momento, o modelo de Transbank (adquirente único) era de alto custo, com várias opções de cotas inteligentes integradas no PDV. “O importante é fazer modelos mais leves, com PDVs simples e padronizados, como aqueles que o Banco Estado oferece com o Compra Aquí”, acrescenta Sandra Novoa. “Na fase piloto atual, somos um sub-adquirente do Transbank, porque é um novo modelo, para aproveitar a infraestrutura tecnológica, os aprendizados, etc., enquanto consolidamos os regulamentos”, conclui.

Multicaja, o terceiro adquirente autorizado, é membro da Associação Fintech do Chile, juntamente com as fintechs de pagamentos Kipu e MercadoPago. “O que permitiu à Multicaja entrar na adquirência foi que a Visa e a Mastercard lhe concederam uma licença pura de adquirente para o Chile, desligando-se da prática de no acquiring without issuing”, explica Pablo Andrés Marambio, da Multicaja. “A Multicaja também opera negócios complementares ao de adquirência, como o nosso acordo com a Paypal que permite, desde 2011, que merchans chilenos que recebem pagamentos com o PayPal enviem dinheiro para sua conta bancária no Chile.” O Mercado Pago tem o papel de adquirente, afiliando empresas online, embora ainda não ofereça soluções de pré-pago (carteira digital) no Chile.

“No curto prazo, o Chile será transformado em um país onde haverá multiadquirencia e passará para um modelo internacional, não como o atual no qual as adquirências locais não passam pelas marcas”, prediz José López Molina, chefe de Produto Passivo, Investimentos e Meios de Pagamento do Banco Santander Chile. Ele explica que as comissões interbancárias entre adquirentes e emissores, normalmente reguladas pela marca, não existem no Chile. “É um conceito de merchant discount, negociado diretamente pela Transbank com os estabelecimentos comerciais”, diz José López Molina, do Santander Chile.

“No curto prazo, o Chile será transformado em um país onde haverá multiadquirencia e passará para um modelo internacional”

José López Molina
Banco Santander Chile

Patricio Sandoval, da Mastercard, explica o processo de mudanças nas regras dos modelos de quatro partes no Chile, ajustes introduzidos na norma da Superintendência de Bancos e Instituições Financeiras (SBIF) e do Banco Central, que autoriza a emissão de pré-pago para emissores não bancários: “Se uma empresa quiser emitir um cartão de crédito, basta que esteja alinhada a uma marca internacional para desfrutar de toda a aceitação nacional e internacional que houver, sem ter que estabelecer acordos com adquirentes”. Antes, um emissor tinha que negociar com um adquirente e definir condições, remuneração, etc.; agora tudo estará pré-estabelecido.

Do ponto de vista de um adquirente global, como a PayPal, “A compra da iZettle (m-pos) facilita nossa presença internacional, inclusive na América Latina, e em um novo campo de atuação, que é o mundo off-line”, diz Raimundo Sala, da PayPal. “Qualquer profissional liberal que não tenha uma página web também pode receber pagamentos sem ter um compromisso com uma instituição financeira”, adiciona.

Padrões de uso de cartões de débito e crédito.

“Spain is different da América Latina com relação ao uso do cartão de crédito”, diz Juan Gabriel Rodríguez, do BBVA. Como principal razão, apresenta o fato de que o acesso a financiamentos é democratizado na Espanha, enquanto na América Latina não é tão democrático, nem sua concessão é tão fácil, mas sim feito sempre em pessoa. “Na América Latina, a maneira de habilitar empréstimos tem sido através do cartão de crédito com financiamento revolving, imediato, com acesso a promoções e pagamentos em parcelas sem juros”, acrescenta. Na Argentina, onde existem várias marcas nacionais, como a Naranja, o financiamento continuará sendo permitido dentro do modelo de pagamento em parcelas sem juros ou de descontos para pagamento com cartão de crédito, mas sob uma nova regulamentação de transparência - Resoluções E-51 e E-240 de 2017 - emitida pela Secretaria do Comércio do Ministério da Produção da Nação, que exige a comunicação do TAE ou Custo Financeiro Total (CFT). “As parcelas sem juros são um gancho que funcionou muito bem para motivar o consumo no país”, diz Rodolfo Ricci, do Itaú Banco. “O revolving não é muito usado porque as taxas de juros são muito altas, embora ofereça a conveniência de permitir escolher quanto você quer pagar”, acrescenta. Quanto ao futuro dos cartões, ele aponta que “Embora possam desaparecer, o conceito de cartão de crédito continuará a ser necessário, provavelmente na forma de Virtual Credit Cards (VCC)”. A evolução do cartão é semelhante à do cheque: “Talvez ele deixe de ser físico e se torne eletrônico, mas continuará sendo útil devido à funcionalidade do endosso na gestão de contas a receber e a pagar pelas empresas.”

Na República Dominicana, “Os cartões de débito mostram um crescimento vegetativo devido à obrigação do pagamento de holerits em uma conta bancária, mas são usados principalmente para sacar dinheiro nos ATMs - os empregados sacam todo o dinheiro quando recebem o salário - não tanto para pagamentos em PDVs”, conta Ángel González Tejada, do BCRD. No PDV físico ou online, é usado principalmente o cartão de crédito.

3. A visão do setor

Yilmery Rosario, diretora adjunta do Sistema de Pagamentos do BCRD, explica que, no caso dos cartões de crédito, o crescimento é mais determinado pelo trabalho comercial dos emissores e pelas necessidades dos clientes. No entanto, “Desde 2014, existem muitas regulamentações no país que dificultam a criatividade em relação ao financiamento do consumo com cartão de crédito”, diz a vice-presidente sênior administrativa do BDI, Mencía Collado, fazendo referência ao Regulamento de Cartão de Crédito modificado pela Circular SB 002/14.

Em compensação, Portugal e Espanha são “países de débito” em termos de uso de cartões. Isto acontece apesar do fato de que, na Espanha, as estatísticas oficiais do supervisor mostram que o número de cartões de crédito praticamente é o dobro do de cartões de débito.

O Brasil mostra um padrão de uso semelhante ao da Argentina, conforme relatado por Rodrigo Duarte, Superintendente Nacional da Caixa Econômica Federal, que afirma que “As pessoas usam o cartão de crédito para pagamentos em parcelas sem juros, mais que para financiamento pela linha de crédito associada”. Nesse sentido, o Banco Central emitiu, em 2018, uma regulamentação sobre comissões interbancárias do cartão de débito, que visa justamente incentivar a utilização de meios de pagamento para pagar, e os de financiamento, para financiar. Essa nova regulamentação complementa aquela que limita o revolving, em vigor desde abril de 2017.

No Chile, é possível observar que as lojas de departamento ou shopping centers estão enfrentando suas próprias tendências, também observadas em outras regiões avançadas, como os EUA e, em menor escala ainda, na Europa. Javier Chivite, gerente geral da Unicard, explica que “O modelo de Retail é ameaçado não tanto pelo e-commerce, mas sim pela entrada de grandes marcas (Inditex, H&M, Forever 21, etc.) e os category killer (IKEA, Decathlon, etc)”. Comenta que os grandes retails já assumiram posições vendendo sua carteira de crédito-Walmart para a BCI; Cencosud para o Scotiabank - ou unificando o negócio de cartões de retail com o setor bancário - Falabella, Ripley. O retail de médio porte, com portfólios menos interessantes, precisam sobreviver afetados pela concorrência. Patricio Sandoval, da Mastercard Chile, enfatiza essa visão afirmando que “...é uma evolução natural: em um negócio limitado, são necessárias sinergias com instituições financeiras, como aconteceu nos EUA”.

Javier Chivite da Unicard, conta outra tendência dos grandes retails chilenos: “Eles estão se movendo para emitir um cartão aberto com chip” - muito mais caro para produzir - mesmo que só sejam usados pelos clientes dentro do retail, fazendo com que o consumo continue sendo um close loop ou “on us.” “A intenção é de abertura, mas o comportamento está fechado”, conclui. Claudio Cisternas, membro do conselho de administração da Unicard, explica que “a classe média chilena tem uma relação de financiamento com o cartão de crédito, não com

transacionalidade, mas com medo de usá-lo devido ao risco de excesso de endividamento”. Por perfis, ele considera que “no segmento ABC1 funciona bem, uma vez que pagam apenas parcelado quando precisam, e creditam muitos pontos de fidelidade”.

O BBVA Bancomer, principal adquirente no México, considera que seus serviços são uma ferramenta de marketing para os merchants, que podem fazer promoções com as ferramentas de Big Data do banco. “Já que muitas transações são “on us”, temos o programa de pontos mais reconhecido do México, em grande parte porque ele pode ser usado em todos merchants adquiridos pela Bancomer, que já chegam a mais de meio milhão”, diz Alejandro Pineda, do BBVA Bancomer. “Um dos problemas com os pontos de fidelidade é que não existe nenhum lugar onde resgatá-los e nós resolvemos esse problema.”

Contactless, pagamento móvel e pagamentos imediatos

O pagamento móvel não é mais apenas pagamento por NFC. O pagamento por código QR, as carteiras digitais, como a BIM no Peru e, sendo puristas, o pagamento por operador ou carrier billing também fazem o mesmo.

Desde meados de 2018, a República Dominicana tem uma solução (MONI), que é uma carteira virtual móvel associada a um cartão de crédito operado pela Carnet para pagamento em estabelecimentos comerciais afiliados. Rodolfo Vander Horst, vice-presidente de Operações e Canais do BHD León, prevê que “A expectativa é de que tenha uma penetração em massa, já que está sendo lançada pelo adquirente que tem cerca de 80% do mercado”. “Na República Dominicana, para MONI, o pagamento com dispositivos Android funciona por meio de NFC, enquanto no iPhone gera um código numérico (tokenização) que deve ser fornecido ao estabelecimento comercial para aplicar o pagamento”, explica a vice-diretora do Sistema de Pagamentos do BCRD, Yilmery Rosario. Mas a MONI não é a única solução em vigor. Desde 2010, a GCSistemas gerencia uma plataforma de pagamentos móveis (P2P e P2B) na qual participam as três operadoras de telefonia e uma dezena de bancos, conhecidos como TPago. Essa empresa também oferece os serviços Efectivo Móvil e Altice Peso, gerenciados em conjunto com empresas de telefonia e um banco privado. “Foi lançado pelo adquirente com a menor rede do mercado, o que limita a adoção”, afirma Rodolfo Vander Horst, do BHD León. Em ambos os casos, o uso desses serviços está associado a custos* que inibiram sua adoção.

Serviços como o Apple Pay ou o Samsung Pay não operam no país, e o PayPal opera com apenas uma entidade financeira para seu serviço de e-commerce. “Com a ausência de grandes operadoras, os emissores têm muitas possibilidades de desenvolver suas carteiras no país”, conclui Rodolfo Vander Horst, do BHD León. O potencial de pagamento móvel no transporte público está sendo analisado pelo governo, prevendo soluções baseadas em pré-pagamento, considerando o nível de penetração bancária ainda baixo da população.

* O tPago tem uma taxa de uso mensal de RD\$ 25; os saques têm uma taxa entre RD\$ 125 e 2% do valor sacado. As transferências têm um custo de 1,5% (entre RD\$ 5 e RD\$ 50 em M-Peso); a consulta de saldos ou movimentos RD\$ 5 (RD\$ 1 em M-Peso).

O exposto acima acontece em um contexto em que “As marcas Visa e MasterCard estão impondo prazos para a adoção de contactless, API, carteiras eletrônicas virtuais e tokenização, que representam um desafio principalmente para as empresas de aquisição, mas também para os emissores”, informa Karina Villar da BDI. Yilmari Rosario, do BCRD, aponta que “33% do conjunto está adaptado para o contactless, enquanto 98% dos cartões bancários já possuem um chip EMV, embora o PIN ainda não seja obrigatório”.

No Brasil, segundo Carlos Alberto Moreira da Elo, “Os terminais da Cielo e da Redecard estão 100% adaptados à NFC, e o terceiro adquirente a 90%. No lado do emissor, ainda tem muito chão, somente os clientes premium têm cartões contactless”. Em sua opinião, “O pagamento via NFC deve progredir através dos segmentos em massa, para que as pessoas peguem o costume no transporte público, acesso a campos de futebol, etc.”. Claudemir Alledo, diretor de TI e Operações da CATENO, joint-venture do Banco do Brasil e do adquirente CIELO, confirma que “Embora o pagamento móvel esteja se expandindo no Brasil, ainda depende muito do custo de dispositivos móveis que possuem as funcionalidades necessárias para que sejam habilitados”. Na opinião de Rodrigo Duarte, da Caixa, o primeiro banco do Brasil a lançar o Samsung Pay e depois o Google Pay, “Os valores transacionais com os pays não são importantes e a usabilidade não é a melhor de todas, porque cada adquirente tem uma solução contactless diferente em seus PDVs, o que para o comércio e o usuário representa uma UX dolorosa”. Com esse histórico, a Associação Brasileira de Empresas de Cartões de Crédito (ABECS, adquirentes) propôs auto-regulamentar a homologação na autenticação de transações contactless.

“O pagamento via NFC deve progredir através dos segmentos em massa, para que as pessoas peguem o costume no transporte público, acesso a campos de futebol, etc.”

Carlos Alberto Moreira
Elo

No Peru, as carteiras virtuais móveis começaram a aparecer no mercado em meados de 2017, afirma José Antonio Muñiz, do BCP, uma instituição que espera ter sua própria carteira virtual móvel no ano que vem, “...mas o pagamento móvel ainda não decolou”. “No início de 2017, começaram a ser emitidos os primeiros cartões contactless por ordem da Visa e, a partir de setembro de 2018, toda a emissão deveria ser contactless”, acrescenta. No lado da aquisição, 70% dos PDVs já está adaptado para contactless e está previsto que chegará a 85% até o final de 2018.

Os bancos estavam esperando que os pays chegassem ao Peru, algo que não aconteceu, fazendo com que comessem a desenvolver suas próprias carteiras. Para isso, tiveram que resolver contingências com algumas operadoras e fabricantes de dispositivos (por exemplo, com a Apple, a questão foi resolvida usando senhas para entrar no PDV). “O problema é que não é possível oferecer o Apple Pay à massa de clientes premium, aos early adopters. As mudanças na UX estão em contra daqueles

que buscam avanços tecnológicos e nos obriga a fazer o catch-up mais devagar”, conclui.

Entretanto, é da opinião que educar e ajudar a mudar os costumes dos clientes será mais fácil empregando um meio conhecido como cartão, antes de passar para a carteira virtual móvel, que trará uma gama de oportunidades de PFM, fidelidade, gamificação, entre outros serviços e atributos para melhorar a experiência com o banco, além do pagamento. José Antonio Muñiz, do BCP, acrescenta que “É necessário trabalhar com os adquirentes para melhorar a experiência de pagamento”. “O fato de o comerciante continuar solicitando o cartão para realizar a transação contactless é um erro que responde ao fato de os PDVs estão escondidos e conectados com fio por questões de segurança, do outro lado do balcão e longe do cliente”, conclui.

Conforme mostrado também no Chile - onde o Transbank era o único adquirente até recentemente - quando as decisões são tomadas em um consórcio, o valor não é necessariamente multiplicado nem a inovação acelerada. Um exemplo disto é que o Samsung Pay queria entrar no mercado chileno primeiramente através da CMR Falabella - principal emissora de cartões de crédito no país - e depois com os demais emissores. Para isso, a NEXUS e outros processadores fizeram ajustes, mas finalmente a Samsung se retirou, explica Pablo Marambio, da Multicaja. Javier Chivite, da Unicard, conclui que “As regras fazem com que o serviço de aquisição seja sofrível e inove pouco: o fato de as taxas de desconto ficarem acima de 2%, que o Transbank faça todas as máquinas de cartão iguais e que o contactless não progrida, impede a viabilidade do pagamento móvel”.

Felipe Mena, vice-presidente de TTS Latin America Receivables (Citi), salienta que “O mercado desafiou o Transbank, que está flexibilizando seu modelo, reduzindo as tarifas e ganhando tempo para ser mais competitivo na hora de oferecer soluções”. Em relação aos pagamentos imediatos, ele afirma que “No Chile, eles existem há tanto tempo que ninguém se lembra como era antes, mas estão surgindo novos modelos de pagamento aparecendo nas ACH - requests to payonline- e neles o Chile ficou para trás”.

Alonso Pallarés Camino, diretor executivo de Meios de Pagamento e Seguros do Banco Santander México, aponta a tendência que está sendo observada, e em que estão trabalhando, em direção à tokenização e digitalização dos cartões, processo em que somente o BBVA Bancomer avançou e que, como indústria, considera que deve ser priorizado para estarem à altura do mercado jovem. “O contactless não está difundido no México, é uma tarefa em aberto que devemos abordar aprendendo com outras áreas geográficas onde as coisas foram muito bem feitas”, conclui. Alejandro Pineda, do BBVA Bancomer, ilustra as diferenças entre a wallet do banco e os pays: “Fazer shopping é uma experiência de três fases: antes, durante e depois, onde os pays atendem a fase do durante enquanto a wallet do BBVA atende as fases de antes, durante e depois, proporcionando uma shopping experience, não apenas uma *payment experience*”.

Na Argentina, o contactless está sendo incorporado através da MasterCard (a Visa está mais atrasada), iniciando a implantação da tecnologia no PDV cujo hardware e software devem ser alterados. Rodolfo Ricci do Itaú explica que a “LAPOS (PRISMA/ Visa) e a POSNET (FIRST DATA/Mastecard) são as duas empresas de PDV e ambas têm o switch da Visa e da MasterCard com configuração no software, por isso o próprio PDV opera com todos os processadores e funciona como um gateway de pagamento, e passa a operação para cada marca de acordo com o BIN do cartão”. “Nem todos os PDVs existentes leem chips”, afirma Tomás De Simone, Analista de Canais Digitais e Transformação do Supervielle. A visão generalizada é de que o desenvolvimento do pagamento contactless possa empreender outro caminho na Argentina através do código QR.

“No Peru, o pagamento entre pessoas (P2P) é intrabanking, exceto no caso da carteira BIM, como explica José Antonio Muñiz, do BCP - apesar de o país ter uma câmara interbancária online que é bastante eficiente, mas que as pessoas não usam devido ao custo de transferências interbancárias, além da usabilidade complicada (dados de validação, número de conta, restrições de horários e valores, etc)”. Milton Vega, do BCRP, ressalta que a câmara está em processo de modernização tecnológica e que, em 2019, os cheques de alto valor irão diretamente para o sistema LBTR, diminuindo os riscos para a câmara.

O BCP lançou o Yape, o primeiro, e por enquanto, único, P2P intrabancário. “A adoção é boa, tem mais de 240 mil clientes ativos e a expectativa de atingir quinhentos mil no final de 2018.” No entanto, a interoperabilidade é o desafio para o crescimento exponencial, por isso, “O BCP está trabalhando com a VISA para implantar seu programa global Visa Direct no Peru por meio de cartões de débito”, conclui.

Falando de BIM, Felipe Vásquez de Velasco, Gerente Geral da empresa Pagos Digitales Peruanos, uma intermediária que administra contas de dinheiro eletrônico em nome de emissores, afirma que “Não existe nada pré-estabelecido sobre o sucesso desse tipo de solução, considerando que cada país tem um contexto e uma cultura que são fundamentais para o modelo e o sucesso das inovações”. Entre as principais lições aprendidas após dois anos do lançamento do BIM, Felipe Vásquez destaca o seguinte: é necessário encontrar um tipo de usuário inicial que tenha alguma necessidade ou características diferentes do comum da população; aproveitar a infraestrutura já instalada e começar onde é mais fácil (orientação em áreas urbanas e peri-urbanas, com uma população que não esteja longe pela distância física, habilidades e / ou conhecimento); e concentre-se em poucos casos de uso que permitem alcançar escala e adicione usos adicionais.

“Os pagamentos P2P instantâneos serão uma transformação radical no sistema de pagamento brasileiro”

Rodrigo Duarte
Caixa

“Não existe nada pré-estabelecido sobre o sucesso desse tipo de solução, considerando que cada país tem um contexto e uma cultura que são fundamentais para o modelo e o sucesso das inovações”.

Felipe Vásquez de Velasco
Pagos Digitales Peruanos

Um serviço similar ao BIM, mas intrabanking, é a carteira do Banco Nación PIM da Argentina, que também opera com o protocolo USSD, ainda novo, porque não tem muitos estabelecimentos comerciais ligados, apesar de estar há um ano no mercado. Na Argentina “O pagamento móvel é tão pouco desenvolvido que praticamente não existe”, afirma Marcelo López, Gerente de Organização e Processos do Banco COMAFI. Mariano Durán, Gerente de Tecnologia, do Wilobank, afirma que, por enquanto eles não estão pensando em lançar sua própria carteira digital porque isso representa um investimento alto. Em vez disso, “Queremos que nossos clientes usem uma carteira interbancária já desenvolvida pelas redes (Todopago, da Prisma; Valepei, da Redlink) e incentivem que seja adotada e utilizada”. Ele ressalta que as redes não permitem que os bancos coloquem seu nome na carteira, uma decisão que pode confundir o cliente devido à falta de comunicação clara. Emiliano Porciani, gerente de Banco Digital do Banco Galicia, insiste que “A adoção do TodoPago não está sendo tão rápida quanto eles gostariam, porque não é fomentado pelo comércio e é difícil escalar rapidamente sem esse aliado”. E adiciona: “Será necessário ver como as regras do jogo vão mudar com a venda do PRISMA, o que, em princípio, abrirá a possibilidade de cada banco desenvolver sua própria estratégia de pagamento.”

O Banco da Província de Buenos Aires (doravante, Banco Provincia), na falta de uma solução própria, também aderiu às duas carteiras das redes. Embora o gerente de Sistemas de Informação do Banco Provincia, Gustavo Díaz, afirme que seria fácil desenvolver uma solução de pagamento móvel NFC, ela não depende exclusivamente deles, já que “As redes não acompanham e o contactless é muito prematuro. Além disso, as redes de comunicação são pobres no país, principalmente no interior”. Sergio Mazzitello, diretor de Sistemas do Naranja, anuncia que a carteira digital será o produto mínimo viável a ser lançado com base em pagamentos com código QR.

No Brasil, o Banco Central está analisando a criação de pagamentos P2P instantâneos que, nas palavras de Rodrigo Duarte, da Caixa, “...serão uma transformação radical no sistema de pagamento brasileiro (SPB)”, protagonizado hoje pelas marcas, adquirentes, emissores e comércios, em busca de reduzir o custo para as extremidades finais, com os envoltórios que isso representa em relação aos espaços ocupados e às fees recebidas. Embora as transferências instantâneas no SPB (feitas em 15 minutos) entre contas

bancárias existam desde 2002, “O projeto P2P permitirá a participação daqueles que não têm conta bancária”, explica Duarte, da Caixa. O objetivo é conectar contas bancárias com contas de pagamento (dinheiro eletrônico) administradas por emissores não bancários, parecido ao que já existe na Argentina com a Norma BCRA A 6510, de maio de 2018. Para isso, o Banco Central criou o Grupo de Trabalho Pagamentos Imediatos, que concluirá seus trabalhos antes de 30 de novembro de 2018. Nesse contexto, Rodrigo Duarte, da Caixa, comenta que a Caixa está desenvolvendo um piloto com três outros bancos com base em uma plataforma blockchain. Os executivos entrevistados no Brasil acreditam que os pagamentos P2P imediatos serão uma realidade em 2019, embora não tenham certeza de como será a regulamentação, como os bancos estarão envolvidos ou como as regras de aquisição que fornecem segurança para esse tipo de transação irão funcionar, nem mesmo se elas serão aplicáveis ao segmento P2B.

A modalidade de pagamento instantâneo P2P, na qual a Costa Rica está apostando, é o SINPE Móvil, que já tem 750.000 usuários e 150.000 transações por mês, e que é gratuito até USD 200 por dia, para encorajar as pessoas a abandonarem o dinheiro em espécie, comenta Carlos Melegatti, Diretor da Divisão de Sistemas de Pagamento do Banco Central da Costa Rica (BCCR).

Na Argentina, as transferências interbancárias imediatas são uma realidade, confirma Rodolfo Ricci, do Itaú, que comenta sobre o recente lançamento da ItaúKey, uma solução para transferências P2P interbancárias imediatas através de qualquer serviço de mensagens instantâneas ou RRSS, “que funciona como um botão de pagamentos integrado em um teclado que é ativado ao interagir com qualquer aplicativo de mensagens, bate-papo ou rede social.”

“É muito fácil fazer transações P2P com carteiras interbancárias”, apontam no Wilobank, mas outros meios de pagamento estão proliferando, grande parte deles com dinheiro eletrônico, como o Mercado Pago; esses não têm relação entre si e competem na aquisição de novos usuários. Todo mundo está se esforçando em projetar mecanismos que, afinal, não se comunicam entre eles.” O BCRA forçou a interoperabilidade com base em regulamentação e, inclusive, a Argentina se tornou o primeiro país com interoperabilidade entre contas bancárias e contas virtuais, digitais ou de dinheiro eletrônico.

Novos modelos de negócios e dinheiro eletrônico.

As soluções baseadas em dinheiro eletrônico em seus diversos conceitos de regulamentação, incluindo o de “não regulamentação” da Argentina, ocupam espaços a uma velocidade muito significativa e, nos últimos anos, já apareceram inúmeras carteiras virtuais e carteiras digitais na América Latina - principalmente nos últimos meses - além daquelas que deverão surgir no futuro. A Argentina é um caso particularmente singular,

já que o Mercado Pago, o unicórnio argentino de âmbito regional, é o líder absoluto. Entretanto, também estão o México (com o Sr. Pago, além do Mercado Pago) e o Brasil (com o Nubank, um neo-banco unicórnio brasileiro que já tem mais de um milhão de usuários em apenas um ano de existência).

Na Argentina, Emiliano Porciani, do Banco Galicia, afirma que “O órgão regulador emitiu normas (PEI, DEBIN) que afetam diretamente a rentabilidade do negócio bancário de pagamentos, permitindo que entrassem novos agentes sem regulamentação, como o Mercado Pago, que está gerando um sistema de meios de pagamento paralelo ao regulamentado, e que não se vê”.

Embora a visão das autoridades seja de que a proliferação de novos meios de pagamento aumentará a bancarização e a digitalização da economia, Emiliano Porciani, do Banco Galicia, sugere que “A visão deve ser mais completa e considerar a tributação, tendo em vista que essas carteiras podem continuar operando no mercado informal”.

No Chile, Felipe Mena, do Citi é da opinião que “Para o setor financeiro, o susto são os meios alternativos de pagamento, como o MercadoPago, que anunciou que ia começar a remunerar os saldos das contas na Argentina”. Ele acredita que o elo que mais sofrerá é o banco local e de consumo, negócio que o Citi abandonou na região, exceto no México. “Outros casos globais, como o PayPal e o Worldpay, não estão conectados a bancos locais e possuem sistemas de compensação no exterior, o que afeta a taxa de câmbio na conversão”, afirma Felipe Mena, do Citi.

Os bancos tiveram a exclusividade na emissão de dinheiro eletrônico durante muitos anos nos dois lados do Atlântico, mas não conseguiam ver o “Business case”. Hoje, outros agentes estão desenvolvendo soluções de valor com pré-pago ou de contas recarregáveis. “A direção leva ao pagamento com dinheiro eletrônico através de redes sociais”, confirma José López, do Banco Santander Chile.

“A aproximação ao pré-pagamento é necessária, mas é preciso que seja bem delineado, porque não é lucrativo, tendo em vista que é apenas transacional, para pagamentos de ticket baixo”, afirma Claudio Cisternas, da Unicard, acrescentando que “Falha no retail tradicional porque o crédito é necessário para financiar tickets altos”. Añade que “en el retail tradicional falla porque el crédito es necesario para financiar tickets altos”.

“A aproximação ao pré-pagamento é necessária, mas é preciso que seja bem delineado, porque não é lucrativo, tendo em vista que é apenas transacional, para pagamentos de ticket baixo”.

Claudio Cisternas

Unicard

² A definição mais recente de dinheiro eletrônico é encontrada na Lei de Fintech do México. Na Europa, é o valor monetário armazenado em meio eletrônico representado por um crédito a receber para seu emissor e aceito como meio de pagamento por empresas que não sejam o emissor. No Chile e no Peru, está associado ao conceito de pré-pagamento.

³ Com operações na Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Peru, Uruguai e Venezuela.

⁴ Outros que lhe seguiram são o Banco Original, o Banco Oriente, o Banco Neón (liquidado em maio de 2018).

Pablo Marambio, da Multicaja, considera que, com o pré-pagamento, “Os bancos chilenos podem tomar medidas de defesa diante da ameaça de que terceiros entrem em seus negócios”, mencionando o cartão pré-pago Mach do BCI. Até o lançamento desse cartão, a única maneira de que um chileno sem cartão de crédito pudesse comprar em um comércio eletrônico estrangeiro era usando o Paypal-Multicaja, uma aliança com a qual qualquer pessoa podia pagar com o saldo do PayPal carregando a conta através de uma transferência em pesos. A Multicaja também emitirá um sistema de pré-pagamento para que seus clientes possam pagar em todos os merchants internacionais, incluindo aqueles que não aceitam pagamentos com PayPal (Amazon, Netflix). “De todos os nichos onde o pré-pagamento funciona bem, vamos nos concentrar primeiro nas compras cross-border”, diz Pablo Marambio, da Multicaja. Ele chega à conclusão que a regra de pré-pagamento prevê a abertura remota, “...mas a UAF propôs mudanças regulatórias que aumentariam a demanda de processos KYC, o que dificultaria muito a vida útil dos cartões pré-pagos como foram idealizados pelo SBIF e pelo Banco Central”. No Banco Estado, a oferta de pré-pagamento será complementar à conta RUT, que opera principalmente no mundo físico, reforçando a marca para o mundo presencial, explica Sandra Karinna Novoa.

O Banco Central do Brasil optou por regular os emissores de dinheiro eletrônico/gestores de conta de pagamento (em consulta) de acordo com a dimensão atingida. Assim, agregadores e sub-compradores com volumes relevantes (PayPal, Mercado Pago) serão obrigados a migrar para a figura do adquirente pleno, com objetivo de transparência e de reporting, afirma Rodrigo Duarte, da Caixa Econômica Federal. “O objetivo da norma é facilitar a entrada de novos agentes no mercado com poucas exigências, como o Mercado Pago, o Seguro Pago, o PayPal, etc. fizeram, mas quando eles alcançam relevância, cumprem as regras de reporting como os outros agentes”, conclui.

“O objetivo da norma é facilitar a entrada de novos agentes no mercado com poucas exigências, mas quando eles alcançam relevância, cumprem as regras de reporting como os outros agentes”.

Rodrigo Duarte
Caixa Econômica Federal.

Milton Vega adianta que o Banco Central de Reserva do Peru está avaliando uma abordagem semelhante, que tenha autoridade sobre os prestadores de serviços de pagamento. “A ideia é definir uma regulamentação proporcional e progressiva que fomente a inovação controlando riscos significantes.” Na Argentina, desde julho de 2017, o código bancário uniforme (CBU) de todas as contas do sistema financeiro está associado com um alias de acordo com a norma BCRA A 6044.

Em 2018, será lançada a chave virtual uniforme (CVU), atribuída às contas de carteiras virtuais eletrônicas, para que sejam consideradas como um tipo de conta a mais no sistema nacional de pagamentos. “Essa interoperabilidade irá revolucionar o mercado, porque ela permite ancorar uma carteira eletrônica - hoje com uma conta de arrecadação da instituição no banco correspondente que a administra - sem intermediários, diretamente para sua conta digital, instantaneamente”, explica Rodolfo Ricci, do Banco Itaú.

Alejandro Pineda, do BBVA Bancomer, avisa: “Nem as autoridades nem as instituições devem parar de apostar em um ecossistema seguro em comparação com um ecossistema fácil, mesmo que seja a custos da aceitação e do crescimento. Nós podemos voltar para a idade da pedra”. No ABM, é apontado outro aspecto relacionado ao pré-pagamento: “O pré-pagamento fechado não é regulamentado por ninguém, em compensação é exigida compliance aos níveis 1 no setor bancário”, pressentindo que o grande negócio dos emissores de meios de pagamento fechados é o saldo não utilizado quando o período de validade é ultrapassado.

Em relação aos gateways de pagamento que conectam o consumidor e o comércio em uma operação de compra online, uma das tendências observadas em diversos mercados (por exemplo, na Colômbia há mais de 20 em operação monitorados pela Superintendência de Sociedades; na Argentina, em compensação, não são regulamentados) é que eles não transferem o pagamento imediatamente para o comércio, gerando um importante float com o qual eles estão começando a oferecer aos usuários de ambos os lados financiamento, investimento e remuneração pelos saldos. No caso da Colômbia, o empréstimo de dinheiro é legal desde que seja com recursos próprios, o que gerou um limbo no caso dos gateways descrito. Neste sentido, não é uma casualidade que o governo chinês - um mercado em que as contas e carteiras digitais tomaram a maior dimensão - tenha exigido que os emissores de moeda eletrônica criassem reservas para 100% do montante emitido desde julho de 2018.

“Nem as autoridades nem as instituições devem parar de apostar em um ecossistema seguro em comparação com um ecossistema fácil, mesmo que seja a custos da aceitação e do crescimento”

Alejandro Pineda
BBVA Bancomer

Esse tipo de preocupação está surgindo em torno do dinheiro eletrônico, das carteiras digitais e dos novos participantes que ampliam seus serviços além dos pagamentos, por não estarem necessariamente sujeitos a regulamentação, e cujas informações transacionais não são públicas em muitos mercados, pelo menos por enquanto.

⁵ PayU, Mercado Pago, Pagamentos Online, Pagamentos Inteligentes, ePayco, Interpagos, Pagamento Digital, Expresso Coletivo, Evline, Dicmax, Shopify, Kushki, entre outros, mas apenas PayU e Mercado Pago reportam informações.

Débitos diretos

A Argentina lançou um novo serviço de débito automático online (DEBIN) com o qual o BCRA procura fazer com que os pagamentos sejam ativados de ambos os lados, não apenas na modalidade de push, mas “Nunca foi explicado pela autoridade monetária e é pouco usado”, diz Leonardo Maglia, da COMAFI. “O BCRA impôs prazos muito apertados para sua implementação, mas ninguém está usando; é mais fácil fazer uma transferência imediata”, ressalta Gustavo Díaz, gerente de Sistemas de Informação do Banco Provincia. Pedro Vistalli, Diretor de Canais Digitais, Transformação e Adoção do Banco Supervielle, afirma que é um dos poucos bancos que têm seu próprio desenvolvimento para DEBIN, e que isso foi feito pela grande maioria através do PRISMA porque “Os prazos de aplicação permitidos pelos regulamentos são muito curtos”.

A Costa Rica tem um serviço semelhante, conforme descrito por Carlos Melegatti, do BCCR, que “tem ampla aceitação e utilização, diferente da Argentina, e chegou a mais de 5 milhões de transações anuais”. Na Colômbia, Peru, República Dominicana, México e Chile, essa modalidade de pull de pagamento imediato não foi desenvolvida.

E-commerce

“Para compras online cross-border, os cartões de uso internacional são fundamentais”, afirma Patricio Sandoval, da Mastercard Chile. Juan Gabriel Rodríguez, do BBVA, reconhece que, em relação à abertura do cartão de débito para o e-commerce, “Os bancos sofriam de miopia, pensando que os cartões de crédito deveriam ser o meio de pagamento universal e os de débito apenas de âmbito doméstico, e essa miopia fazia com que os bancos fossem promotores do uso de dinheiro no e-commerce”. Em junho de 2018, o BBVA autorizou o uso do débito cross-border para 3 milhões de pessoas na Colômbia. “Estas são as vantagens que a digitalização permite: em vez de substituir 3 milhões de cartões, optamos por uma solução em massa e imediata, incluindo o CVV na carteira virtual móvel”, explica Juan Gabriel Rodríguez, do BBVA. Alejandro Pineda, do BBVA Bancomer, concorda, apontando que todos os seus cartões de débito estão abertos para compras online, desde o início da abertura gradativa em 2016, com aqueles merchants em cujos sistemas de prevenção de fraudes eles confiavam. “Queremos ser criadores de mercado e, com medidas como a abertura, quebramos o mito de que os cartões de débito não poderiam comprar no e-commerce. Com este exemplo, devemos passar por toda a economia do cash (pagamentos de boletos, transporte, etc.)”, diz Juan Gabriel Rodríguez, do BBVA.

Martin Chapa, gerente de Meios de Pagamento Corporativo do Banco Famsa, confirma que este ano eles começaram a abrir sua carteira de débito para compras online, e Saúl Limón, da Afirme, disse que eles fizeram o mesmo com alguns merchants que concentram mais tráfego e que são seguros (Amazon, Netflix, Airlines, etc.). “É uma coisa que o mercado estava pedindo”, comenta Saúl Limón.

Alonso Pallarés, do Banco Santander, confirma que, como sendo um dos primeiros bancos que abriu a plataforma transacional de débito para cartão não presente, “Hoje, o faturamento está

crescendo duas vezes mais do que com um cartão presente, por isso, estamos aplicando ferramentas de inteligência artificial para prevenir estafas, e fortalecendo a emissão e a aquisição, para que os clientes tenham uma experiência seamless”. O uso do cartão não presente obriga a desenvolver um botão de pagamento e o comércio seguro, embora ainda existam muitos bancos que fecharam o débito.

Andrés Mauricio, da Asobancaria, confirma que houve muito progresso na abertura do débito para pagamentos online na Colômbia. Além disso, “O banco tem uma linha de produtos cujo processo é simplificado para a população vulnerável - o Nequi, do Bancolombia, ou o Daviplata, em processamento - que permitem fazer transações através de meios digitais”.

No Chile, os bancos decidiram não imprimir o CVV em seus cartões de débito porque não estavam em conformidade com as regulamentações bancárias, e exigem duas medidas de autenticação forte. Com a nova regulamentação de pré-pagamento, a decisão sobre as medidas de segurança dos cartões continuam em mãos das diretorias das entidades. Sandra Karinna Novoa, do Banco Estado, explica que “Embora pensem que o mercado para a conta RUT está consolidado, continuamos abrindo contas, principalmente para atender aos migrantes”. Isto obrigou o banco a rever seu produto mais popular para o público em massa e integrar a marca Visa no seu cartão pré-pago, para permitir o acesso ao e-commerce e à utilização internacional. “Antes, era obrigatório inserir o PIN para o e-commerce, mas agora já não é preciso”, acrescenta. “A abertura para as marcas são coerentes, tendo em vista que os clientes buscam compras internacionais e a oferta deve atender às necessidades de demanda”, conclui Sandra Karinna Novoa, do Banco Estado, observando que muitos microempresários que acessam fornecedores como o Alibaba e outros, faziam isso “comprando” serviços de cartão de crédito de terceiros ou com Multicaja (PayPal). Ela conclui afirmando que “Além disso, o pré-pagamento é cuidadoso com o segmento de baixa renda, porque gastam apenas o que tiver sido carregado, permitindo ter acesso a oportunidades e experiências que esse segmento da população não tinha antes”.

Claudio Cisternas, da Unicard, é da opinião que soluções como o Mercado Pago, já presente no Chile, continuarão florescendo com o potencial de mudar as regras do jogo de e-commerce local. “Os pequenos retailers online estão apostando em carteiras desse estilo”, diz ele. As receitas dos segmentos em massa são analógicas (dinheiro), portanto, sem um cartão pré-pago aberto, eles não podem ter acesso às compras online. “Existe uma enorme oportunidade no segmento de massa”, conclui ele. Javier Chivite, da Unicard, esclarece: “Uma tendência que vai crescer é o pagamento off-line para compras online”, ilustrado com o exemplo do Mercado Libre e do Servipag, uma empresa de propriedade dos bancos para pagamentos e recebimentos em dinheiro.” Pablo Henonin, do Banco Azteca do México, também concorda com essa avaliação ao afirmar que “O modelo de finalização do pagamento de uma compra digital em dinheiro em espécie em um agente pode crescer, principalmente com as novas alianças de retail digital-agente”, embora reconheça que essas medidas não contribuem para a digitalização dos pagamentos que todos nós estamos buscando.

Na República Dominicana, o cartão de débito não está aberto para compras online, sendo usual que esses sejam processados internamente pelo emissor, no caso de bancos pequenos/médios, enquanto que o processamento do cartão de crédito é delegado a processadores especializados, conforme aponta Carolina Bennasar, vice-presidente de Cartão de Crédito do BDI.

No Peru, José Antonio Muñiz, do BCR, afirma que “Embora a fraude esteja migrando para um cartão não presente, os canais online ainda não estão muito desenvolvidos, portanto, em termos absolutos, praticamente não tem dimensão”. Ele afirma que sabe que eles devem abordar as fraudes com cartão não presente do ponto de vista do setor.

No dia 1º de outubro de 2018, foram implementados no Brasil os limites regulatórios para as comissões interbancárias dos cartões de débito estabelecidos na Circular nº 3.887, definindo no máximo 50 pontos base, excluindo os cartões empresariais e aqueles utilizados em e-commerce, devido ao risco mais alto de fraude do cartão não presente. “Isso pode causar repulsa, porque o cartão de débito dificilmente é usado em compras online, porque está ligado à conta corrente, e a preocupação dos bancos é que exista uma conexão de risco entre o cartão e a conta”, comenta Carlos Alberto Moreira Jr., da Elo. Ele acrescenta que hoje no Brasil “Cada banco possui um modelo de autenticação, cada loja virtual precisa de um modelo de autenticação diferente para cada instituição financeira, para cada adquirente, para cada bandeira”. A Associação Brasileira de Cartões (ABECS), do mesmo modo que nos PDVs físicos para pagamentos móveis, está em busca de padronização, um objetivo para o qual já existem propostas de uso de CVVs, começando pelos grandes merchants digitais. Na Argentina, os cartões de débito são exclusivamente para uso doméstico em e-commerce, embora a penetração para este tipo de compras seja muito baixa, enquanto o uso majoritário é de cartões de crédito ou recarregáveis.

Na região, observa-se, portanto, que a abertura do cartão de débito para o comércio online segue a mesma linha - exceto no Chile, onde o obstáculo era regulatório - com prestadores de serviços digitais cuja média de ticket é baixa e há baixo impacto de fraudes. “Em compensação, para compras tradicionais, como viagens, ainda é necessário dar um salto de autenticação semelhante ao cartão presente”, conclui Carlos Alberto Moreira, da Elo. “Com o cartão de crédito, são usadas versões com token ou virtuais o que é uma forte tendência no Brasil”, conclui Carlos Alberto Moreira Jr. da Elo.

Identidade e onboarding digital

Juan Gabriel Rodríguez, do BBVA, prevê que “Em 2019, o onboarding digital será uma realidade em muitos mercados latino-americanos”. Inclusive, em julho de 2018, a Argentina inaugurou o Registro Nacional de Pessoas (RENAPER), um novo método biométrico de identificação digital e de validação online do documento de identidade, desenvolvido pelo Ministério da Modernização. “Ao contrário da Europa, onde muitos processos são realizados com telepresença (por exemplo, videoconferência via Skype), na Argentina é complicado porque a tecnologia 4G não está bem desenvolvida, a conexão não é de qualidade e também é cara”, afirma Leonardo Maglia, da COMAFI.

“Em 2019, o onboarding digital será uma realidade em muitos mercados latino-americanos”

Juan Gabriel Rodríguez

BBVA

Juan Carlos Ozcoidi, gerente geral do Wilobank, o primeiro banco digital autorizado na Argentina, afirma que “Estamos esperando para ver como auditores e inspetores entenderão a digitalização em áreas como a materialização de comitês, os documentos de clientes, entre outros”.

O Banco Galicia, por sua vez, conta com uma plataforma 100% digital há dois anos, a “Galicia MOVE”, preparada para o onboarding digital, embora até o final de 2017 a regulamentação exigisse um processo físico. Hoje eles se identificam com um mecanismo de “selfie” usando os serviços da Amazon para fazer a comparação com o documento de identidade. “Somos um banco local líder em inovação que compete com os bancos globais, para os quais a tecnologia vem do exterior”, afirma Emiliano Porciani, do Banco Galicia.

Na Costa Rica, o Banco Central é o emissor da identificação digital, distribuída pelas sucursais bancárias em conexão com o SINPE. “Há um banco que está emitindo o certificado no próprio cartão de débito, o que incentivará os demais bancos a fazer o mesmo”, afirma Carlos Melegatti, do BCCR, “como os bancos comerciais brasileiros vêm fazendo há anos emitindo a assinatura digital em cartões de débito e crédito”. Nesse sentido, a Superintendência de Bancos emitiu uma diretriz que obriga as instituições financeiras a darem acesso com certificado digital aos sites bancários para todos os clientes que possuem esse dispositivo e o pedirem, o que exige adaptar a infraestrutura para garantir a interoperabilidade desse meio de identificação digital. “Na Costa Rica, a digitalização anda ombro a ombro com a inclusão financeira, por isso apostamos em incluir a identificação digital em cartões de débito e/ou de crédito”, concluiu Carlos Melegatti.

O Peru, por outro lado, ainda não avançou devido a obstáculos relacionados ao ritmo da digitalização no país, em todas as áreas. No México, Saúl Limón, da Afirme, pretende ter mecanismos digitais onboarding para todos os produtos, para acelerar a absorção. “A questão é resolver a biometria”, explica ele.

“A biometria está muito presente nos caixas eletrônicos brasileiros para autenticação no saque de dinheiro, enquanto nos PDVs é o PIN”, explica Carlos Alberto Moreira Jr., da Elo.

Rodolfo Ricci, do Itaú, prognostica que “As senhas têm os dias contados e a biometria será o mecanismo de identificação mais consistente”, afirmando que “Estamos explorando com touch ID, que pode ser usado diretamente nos sistemas operacionais dos fabricantes de dispositivos”. Para os bancos mexicanos, a impressão digital está no processo de ser a porta de entrada para qualquer operação em sucursais e aplicativos móveis. O PayPal é um membro fundador da Aliança FIDO (fast identity online), criada em 2013 para construir um ecossistema interoperável de dispositivos e soluções de autenticação biométrica e passar a ser independente de senhas.

Fintech / Open Banking

Na opinião de Eduardo Guraieb, diretor da Fintech no México, “A lei das Fintechs é muito flexível, o que nos obriga a elaborar disposições regulatórias detalhadas e abrangentes para fazer com que seja operacional”, informando que deverão começar a ficar prontas paulatinamente a partir de setembro de 2018.

A perspectiva regional proporcionada por Raúl Morales do CEMLA é essencial em um exercício de visualização de tendências nos meios de pagamento. “É importante analisar como a entrada de novos participantes está afetando o modelo de negócios dos agentes tradicionais e a transformação do ecossistema, a modificação da cadeia de valor e o posicionamento de cada um deles”. Ele menciona que, há cinco anos, o debate estava focado na participação das empresas de telecomunicações, enquanto hoje os protagonistas são as fintech, que são numerosas, etéreas, possuem modelos de negócios variados e nem sempre operam no último elo da cadeia de valor. “Muitas estão conectando as entidades com as plataformas de compensação, fazem parte das instituições que lidam com as informações e o dinheiro dos clientes, e não estão no ambiente regulatório atual dos bancos centrais, o que levanta a questão de até que ponto as autoridades devem verificar seu escopo regulatório para garantir que os clientes e os sistemas de pagamento não sejam afetados por implicações negativas”, explica Raúl Morales, do CEMLA.

“Como um banco central deve planejar a coleta de dados das fintechs?”

Raúl Morales
CEMLA

Ele informa que o BIS acaba de atualizar sua metodologia de reporting sobre informações de pagamento de retail, abrangendo uma discriminação mais detalhada das informações e incluindo fornecedores que podem ser categorizados como empresas fintech. “Entretanto, mesmo com esses avanços, não é possível encontrar todas as informações que gostaríamos de ver devido à dificuldade de estabelecer comunicação direta com as fintechs, principalmente naqueles países onde operam em segundo plano, onde nem mesmo associações estão coletando essas informações dos seus associados, e também pela dificuldade de impor um regime de reporting complexo, como aquele que os agentes tradicionais têm”, acrescenta Raúl Morales. Na América Latina, será necessário esperar algum tempo para abordar a mudança metodológica de reporting, depois que tiver sido testada pelo próprio BIS devido ao desafio que representa, depois de a atividade estar regulamentada. “Como um banco central deve planejar a coleta de dados das fintechs?”, conclui Raúl Morales. Essa mesma questão é feita por Federico Borrego, da CNBV, do ponto de vista do supervisor, reconhecendo que, depois de regulamentar a autorização e operação desses novos atores, auditar e supervisionar representa um desafio. Para muitas obrigações da lei, “...ainda precisamos pensar em quais informações vamos exigir, que

forma deverão ter e qual será sua periodicidade. É necessário inventar a nova técnica de monitoramento de tudo isso”, acrescenta, “e, como supervisores, devemos estar abertos para a tecnologia com a inclusão da Regtech, e atrair talentos de novas formas (hackaton)”.

“É necessário inventar a nova técnica de monitoramento de tudo isso e, como supervisores, devemos estar abertos para a tecnologia com a inclusão da Regtech, e atrair talentos de novas formas (hackaton)”

Federico Borrego
CNBV

O Brasil pode ser considerado pioneiro na emissão de regulamentação favorável à inovação em meios de pagamento e em adotar uma postura aberta. Em 2013, a Lei 12865, que reformou o SPB, buscou um equilíbrio entre garantir a inovação e a diversificação e o funcionamento seguro e eficiente do mercado de pagamentos. Mais recentemente, a Circular 3.886, de 26/03/2018, estabeleceu uma exigência regulatória mais alta em reporting para aqueles meios de pagamento que apresentem transações de valores mobiliários que excedam (i) 500 milhões de reais nos últimos doze meses; ou (ii) 25 milhões de transações. “A abordagem regulatória no Brasil é que o que não é proibido pode ser feito, e é regulamentado a partir do instante em que a atividade poderia gerar riscos sistêmicos”, afirma Rodrigo Duarte, da Caixa Econômica Federal. No entanto, nesse contexto, não é possível observar muito movimento, apesar de vários bancos estarem explorando e trabalhando com API (entre eles, a Caixa). “Neste momento, estamos esperançosos com o que acontecerá na Europa, apesar de não prevermos iniciativas relevantes de Open Banking nos próximos 12 meses, mas talvez sim em 24 ou 36 meses, se bem que com certeza elas não virão por regulamentação.” E a razão mencionada é que “Agora, e provavelmente até 2020, o Banco Central está focado no desenvolvimento de pagamentos imediatos via P2P”.

A visão do futuro de Rodrigo Duarte, da Caixa, é que “Os bancos serão fornecedores de soluções financeiras, um grande back office e gerenciador de operações financeiras”. Fazendo uma comparação com o setor de gastronomia, “...até agora, eram produtores de alimentos, distribuidores para restaurantes e inclusive cozinheiros e garçons do próprio restaurante. No futuro - ou já presente, em certos mercados - os bancos serão os fabricantes de alimentos e os restaurantes serão servidos pelas fintechs”, ilustra Rodrigo Duarte.

3. A visão do setor

A Argentina segue uma abordagem semelhante à do Brasil desde 2016, embora muito mais liberalizada na medida em que não é regulamentado nem o dinheiro eletrônico nem quem pode emití-lo. Na verdade, “Será o primeiro mercado do mundo a permitir a integração de carteiras digitais (dinheiro eletrônico) com as contas bancárias”, anuncia Leonardo Maglia, da COMAFI. Dessa forma, “...os salários podem ser depositados em uma carteira de dinheiro eletrônico, promovendo assim um modelo que forçará os bancos a administrarem essas carteiras de modo interoperável, sendo que essas carteiras não estão sujeitas a impostos, ao contrário das caixas econômicas”.

As duas áreas em que o Banco Central está incentivando o desenvolvimento de fintechs são, como comenta Leonardo Maglia, da COMAFI, a de empréstimos em um contexto de redução da proporção crédito/PIB, e a de pagamentos. “A NUBI, start-up da COMAFI, tem um contrato exclusivo com a PayPal na Argentina e recentemente fez uma aliança com a Transferwise”, afirma Leonardo Maglia, informando que, com as novas regulamentações, a NUBI irá lançar uma carteira digital. “Para entender o crescimento exponencial resultante da necessidade deste tipo de soluções, a COMAFI possui 350.000 clientes em seus 15 anos de existência; com a NUBI, foram 100.000 em 1 ano”, conclui. A simplicidade, usabilidade e a UX são imprescindíveis para qualquer nova solução: “Seu modo de operação foi 100% intuitivo desde o primeiro iPhone, tanto que não tem manual de instruções. É assim como deveria ser tudo”, diz Marcelo López, da COMAFI, acrescentando que “Tão importante quanto a UX é melhorar a cultura financeira, para que as pessoas saibam diferenciar as opções disponíveis”.

O Mercado Pago braço financeiro do Mercado Libre, merece uma menção à parte. Plataforma regional de comércio eletrônico criada em 1999, foi a primeira empresa da América Latina listada no NASDAQ 100 (desde junho de 2017), substituindo o Yahoo! sendo, para todos os efeitos, o primeiro unicórnio argentino. Sua divisão de pagamentos digitais estava destinada inicialmente aos estabelecimentos comerciais, oferecendo sua plataforma para a administração adquirente. Hoje, alcançou um crescimento muito significativo, e em sua carteira coexistem vários meios e opções de pagamento ativados por QR. Este crescimento gerou um float muito importante, com o qual começa a oferecer serviços semelhantes aos oferecidos pelos bancos: de empréstimos (MercadoCrédito) e investimentos (MercadoFondos), mesmo sem ser um banco. Esta implantação dos serviços do Mercado Pago está gerando atrito com os bancos onde, no entanto, a discussão mais profunda é o conceito de depósito em sua dimensão como emissor não regulamentado de dinheiro eletrônico.

O Banco Galicia está explorando o Open Banking e, para isso, o banco foi aberto para o ecossistema de desenvolvedores e de fintechs através da API, por enquanto internamente. “Estamos desenvolvendo a arquitetura para aprender neste mundo inevitavelmente hiperconectado.”

A posição do BCCR é de consolidar todas as coisas em um único sistema de pagamento, o SINPE. “O Regulamento do sistema de pagamento aprovado em maio permitirá que as fintechs autorizadas para fazer parte do SINPE a partir de janeiro de 2019, enviem cobranças e pagamentos para as contas de qualquer instituição financeira do país”, relata Carlos Melegatti, que considera que as fintechs devem ter acesso direto às contas dos clientes por meio do sistema de pagamento, e não indiretamente, atrás dos bancos por meio de APIs.

O BCRD prevê que, nos próximos meses, haverá uma alteração no Regulamento dos Sistemas de Pagamentos, usando como referência a PSD2 e a lei de fintechs do México, visando modernizar e atualizar as novas tendências e agentes, reforçar a interoperabilidade e habilitar o dinheiro eletrônico. “O regulador entende sua importância e o lugar que deverão ocupar no ecossistema de pagamentos de curto prazo, e é por isso que eles estão prevendo o desenvolvimento de uma regulamentação que permita que elas se desenvolvam”. Rodolfo Vander Horst, do BDH León, considera que “Na medida em que as instituições financeiras estão integrando novos desenvolvimentos via API, das quais existem muitas soluções genéricas, os bancos maiores irão assimilá-los e gerar um efeito de arrastão nos clientes de outros bancos menores”. Acrescenta que “Em pequenos mercados, como a República Dominicana, é difícil fazer fundraising para inovações”. No entanto, “O país é considerado um terreno fértil para fazer pilotos de outras fintechs da região, mas o México, o Brasil, a Argentina e a Colômbia já têm o mercado, portanto, os primeiros avanços regulatórios estão sendo vistos nesses países”, conclui.

No Peru, o atraso na eclosão de um ecossistema de fintech, embora revitalizado no ano passado, deve-se à sua situação de convivência com bancos com sistemas legacy, lentidão nas tomadas de decisão e pelo apetite desigual para o risco. “Essa lentidão faz com que as propostas de fintech percam o interesse”, diz José Antonio Muñoz, do BCP.

Marcelo Ávila, subgerente Geral de Tecnologia do Banco Provincia reconhece que “No começo, estávamos relutantes em sentar com as fintechs, mas hoje sabemos que pode ser uma maneira fácil e rápida de oferecer uma solução aos clientes sem ocupar recursos próprios, usando soluções que já estão prontas e são fáceis de integrar”. Ele comenta que os bancos seguiram duas estratégias a esse respeito: investir/comprar em uma fintech ou, como afirma que foi feito pelo Banco, analisar o mercado e ver como eles podem ser associados. “Por enquanto, não nos convém, porque não são coisas que não podemos fazer internamente”, diz Marcelo Ávila.

Federico Borrego, da CNBV, explica a natureza obrigatória das APIs previstas na Lei de fintechs: “Ao contrário da PSD2, no México, a obrigatoriedade foi situada no nível informativo, não no transacional, mas para o setor financeiro como um todo.” A abertura informativa através da API permitirá explorar o potencial de inovação das soluções. “Estamos analisando os diversos modelos de Open Banking existentes para definir quais os níveis a serem padronizados que fazem sentido e quem deve fazer isso (os bancos?; desenvolvedores?)”, aponta Federico Borrego, da CNBV. Um modelo de dados padronizado (por exemplo, geolocalização, latitude, longitude, em nível de

campo)? Layouts específicos? “A padronização é um grande desafio. Um único padrão nos colocaria na mesma velocidade que os mais lentos, e isso não é bom em questões de tecnologia; é melhor ir na velocidade do mais rápido”, conclui. “Essa será uma das futuras forças de competência para o futuro. É necessário recompensar o time to market”.

No Brasil, “O NuBank foi o primeiro a abrir um caminho que os bancos tradicionais não viram”, diz Carlos Alberto Moreira Jr., da Elo. “Em países jovens, como o México e o Brasil, os modelos digitais estão mostrando uma grande capacidade de crescimento e são muito apreciados, porque a alternativa com frequência está muito afastada em termos de acessibilidade, alcançabilidade e autonomia de gestão.”

Claudemir Alledo, da CATENO, vai mais além, afirmando que “Não estamos passando apenas por uma transformação digital, mas por uma reformulação das relações entre as pessoas e as empresas; o que é válido hoje pode ser que não funcione amanhã”.

A CATENO, responsável pelo back office dos meios de pagamento com cartão do Banco do Brasil na joint-venture com a Cielo, está autorizada a emitir e administrar contas de pagamento (dinheiro eletrônico) desde abril de 2018, uma atividade que teve início esse ano na subsidiária CATENO Gestão de Contas de Pagamento. Acabou de lançar um cartão pré-pago com a bandeira ELO e “marca branca” para co-branding para um público muito simples. No momento não é contactless nem internacional, embora será em breve. Claudemir Alledo está convencido de que “As empresas precisam de profissionais envolvidos full time com uma visão de futuro e com inovação inculcada na organização como verdadeiros ‘mantras’”. Ele também acredita que “O foco não pode estar na solução em si, mas sim nas tendências do mercado, no que as pessoas querem. As empresas que não olham para a experiência do usuário são empresas que têm grandes chances de ter problemas”.

Inclusão financeira e dependência de dinheiro.

Nos últimos três anos, o BCCR se concentrou no desenvolvimento da estratégia de pagamento de varejo com uma meta de inclusão financeira. O primeiro pilar da estratégia, comum em países, devido aos outros analisados, são as contas cujo expediente é simplificado e que já representam 1,3 milhão, “...um sucesso considerando que a Costa Rica é um país de 5 milhões de habitantes”, diz Carlos Melegatti. Além disso, eles estão criando o Cadastro de Contas Exclusivas, que será integrado em breve ao SINPE. “Estamos no processo de atribuir um número de telefone celular a essas contas do cadastro”, acrescenta. O terceiro pilar da estratégia é concluir a atribuição de contactless aos cartões (60% do número total de cartões já é contactless, do mesmo modo que 65% dos PDVs e 20% das transações). “O contactless é o caminho para chegar ao pagamento eletrônico no transporte público, não apenas nos estabelecimentos comerciais”, conclui Carlos Melegatti.

A carteira BIM do Peru, uma solução do setor gerenciada por PDP e interoperável, está explorando atualmente novos casos de uso com pequenos estabelecimentos comerciais, sendo considerado um aliado e um early adopter com capacidade de levar as pessoas

físicas a adotarem a solução através da aceitação: (i) geração de nota fiscal compulsada das transações de pagamento; (ii) pagamentos P2P; (iii) cobrança de parcelas de empréstimos e desembolso de créditos de instituições financeiras e (iv) disponibilidade de float dos estabelecimentos comerciais para as recargas feitas para pagamento a fornecedores. O pagamento com BIM em estabelecimentos comerciais começará no final de 2018.

“O contactless é o caminho para chegar ao pagamento eletrônico no transporte público, não apenas nos estabelecimentos comerciais”

Carlos Melegatti
Banco Centra CR

A sensação em geral é de que faltam políticas públicas que incentivem plenamente a transição para o pagamento com meios eletrônicos, e existe um número cada vez maior e mais estruturado de vozes que sugerem a implementação de incentivos claros pelas autoridades, para desestimular a utilização de numerário. “Seria muito importante remover os atuais impostos sobre transferências financeiras (ITF)”, diz Yilmari Rosario, do BCRD. Em agosto, a Asobancaria da Colômbia propôs remoção do ITF (4x1000) de todas as transações realizadas eletronicamente ou digitalmente, mantendo esse imposto para operações em dinheiro. “E, quanto ao setor privado, reduzir comissões e taxas de fornecedores”, acrescenta Yilmari Rosario. Ela informa, inclusive, que “A entrada de um terceiro concorrente na aquisição há cerca de três anos gerou concorrência, associada a uma redução nas comissões interbancárias e de desconto”.

Em sua meta de reduzir a presença de numerário na sociedade, o BCCR inaugurou Programa L Entidade Libre de Efectivo, para certificar entidades que atingem a meta de reduzir o numerário, até que represente apenas 10% de suas operações de pagamento. O Presidente da República também emitiu uma diretriz em agosto que obriga o setor público a migrar toda a dispersão de pagamentos e benefícios sociais para as modalidades eletrônicas, principalmente as transferências bancárias, em um período de seis meses.

Digitalizar as máquinas de vending também é uma estratégia abordada em vários países da região. Na Argentina e no Brasil, a escassez de moedas metálicas aliada à ampliação das máquinas de autoatendimento motiva ainda mais essa passagem para a digitalização.

Horacio Lovati, gerente geral da COMAFI, apresenta sua visão: “Os governos da América Latina querem oficializar a economia via digitalização de pagamentos”, porque eles não têm receitas fiscais suficientes. No entanto, “Cadastrar um estabelecimento comercial, formalizá-lo, além de incômodo, é um processo analógico, que é uma faca de dois gumes, além do fato de que o comércio não tem nenhuma vantagem assumindo essa formalização”.

Rodolfo Vander Horst, do BDH León, é categórico: “O dinheiro

continuará sendo o rei na região por muito tempo”. Andrés Mauricio Ramírez Pulido, da Asobancaria, reconhece que, na Colômbia, continua havendo um enorme desafio de política pública para gerar os incentivos necessários para reduzir o uso de numerário e promover os meios de pagamento digitais de maneira mais eficiente. Ele faz alusão à proporção de numerário/M2, que fica perto de 12,5% na Colômbia, enquanto a média dos países da OCDE é sete pontos mais baixa. “Enquanto a informalidade da economia for tão alta, será difícil dar passos adiante na adoção”, aponta. A Lei 1819 de dezembro de 2016, que introduziu modificações no estatuto fiscal, como o imposto único, entre outras, não foi implementada. “Apesar de ser uma boa ideia, o design do mecanismo falhou”, conclui Andrés Mauricio Ramírez, da Asobancaria.

“O dinheiro continuará sendo o rei na região por muito tempo”

Rodolfo Vander Horst
BDH León

O Projeto F da Colômbia, projeto interinstitucional liderado pelo setor bancário para a massificação de pagamentos eletrônicos no país, é baseado em estratégias que atacam dois vetores: as arrecadações (contribuições sociais, impostos nacionais, distritais e alfandegários) e os pagamentos. Em relação às arrecadações, está previsto viabilizar o pagamento de impostos online PSE com cartão de débito e incluir incentivos ao pagamento eletrônico de impostos, como o IBI. Em relação ao comércio exterior, Andrés Mauricio, da Asobancaria, observa que “Em fevereiro de 2018, foi emitida a reforma do estatuto alfandegário, que está aguardando regulamentação da obrigação de arrecadação eletrônica”.

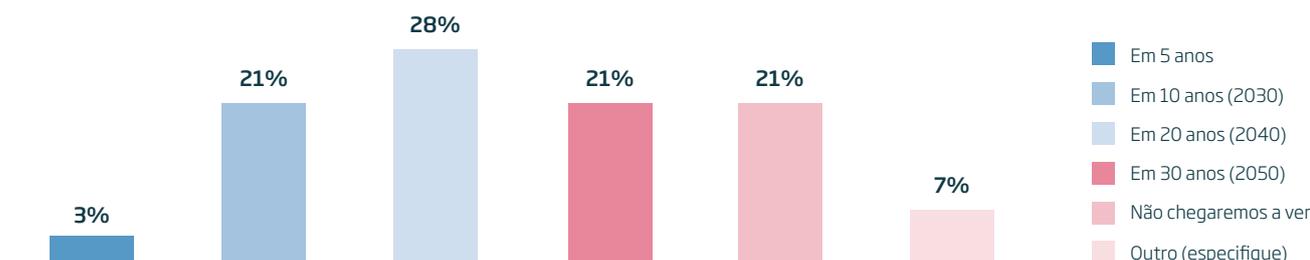
Do ponto de vista dos pagamentos, foram dados passos adiante na criação do ecossistema de pagamentos digitais, interoperável para o setor de transporte rodoviário de mercadorias, que

Tendências em inovação

A presente edição inaugura um instrumento colaborativo para mensurar as tendências em inovação em meios de pagamento, construído a partir das respostas a um questionário ad-hoc fornecidas por boa parte dos especialistas entrevistados. Essa

O futuro new normal dos meios de pagamento

Figura_3-1. Quanto ao eventual desaparecimento do dinheiro em espécie, você acha que isso acontecerá... (Resposta de única escolha.)



Fonte: Pesquisa própria. N=29. Aplicável a todos os dados.

representa, na Colômbia, 90% do transporte de mercadorias e cujos pedágios são pagos em dinheiro - em 2017, chegaram a 3, 3 bilhões de pesos (mais de 1 bilhão de USD). “Os esforços feitos até agora têm sido importantes e estão na direção certa, mas ainda há alguns aspectos específicos a serem completados”, conclui Andrés Mauricio, da Asobancaria. A proposta de isenção do ITF (4x1.000) para transações eletrônicas é a mais recente, apresentada já com o novo governo.

Na Argentina, a autoridade fiscal - AFIP - foi quem forçou realizar a cobrança com cartão a partir de 10 pesos em todos os estabelecimentos comerciais do país a partir de abril de 2018. O BCRA, que penaliza ter numerário em instituições financeiras, está revendo a norma de transporte de fluxos.

Patricio Sandoval, da Mastercard Chile, por sua vez, considera que “É necessário compreender o cashflow e todos os economics do comércio (fornecedores, linhas de crédito, etc.) para poder aceitar um cartão”. O estabelecimento comercial é o local de aceitação, mas também é emissor do ponto de vista de inclusão financeira e fiscal, com capacidade de estabelecer uma relação mais ampla com o adquirente (arrecadações, pagamentos, etc.) através dos PDVs.

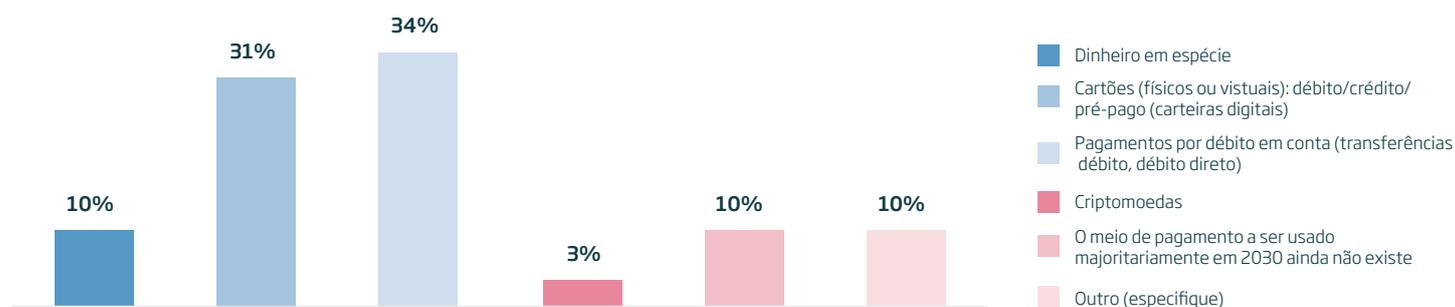
Neste sentido, Juan Gabriel Rodríguez, do BBVA, é da opinião que “Temos conversado sobre inclusão financeira há muitos anos, mas também precisamos falar sobre inclusão fiscal”. Para isso, “Os governos devem trabalhar nos incentivos apropriados para criar essa vocação fiscal, de modo que todas as redes que baseiam sua transacionalidade em numerário possam formalizar e digitalizar seus processos”. Isso exige um regime fiscal adequado e uma oferta de serviços públicos de qualidade que compensem o pagamento de impostos nas camadas socioeconômicas menos favorecidas. A função dos bancos é “...continuar construindo a infraestrutura, a educação e a confiança nos sistemas de pagamento, em colaboração com as fintechs e com as marcas”. “Caso contrário, é impossível que somente o sistema bancário possa construir coisas grandes”, conclui.

novidade permite quantificar as avaliações qualitativas coletadas nas seções panorâmicas anteriores e iniciar uma linha de base para comparar, olhando para o futuro, as percepções atuais sobre algumas das tendências mais relevantes em termos de inovação.

O ponto de chegada do processo de transição em direção a economias menos dependentes do dinheiro - uma tarefa que ainda não teve início com firmeza e abrangência em 2018 em nenhum dos países abrangidos por este relatório - é vislumbrado distante no tempo. Inclusive, dois em cada três entrevistados acreditam que pelo menos serão necessários 20 anos a mais

para poder assistir ao desaparecimento de dinheiro. 1 em cada 5 demonstra mais otimismo ao estabelecer a data hipotética desse desaparecimento antes de 2030. Aqueles que responderam com "Outro", justificam as opções propostas: "Em 10 anos, seu uso será minoritário (< 10% das transações)" e "Embora o pagamento digital seja expandido, o numerário não irá desaparecer".

Figura_3-2. Qual você acha que será o meio de pagamento usado majoritariamente em seu país em 2030? (Resposta de única escolha.)

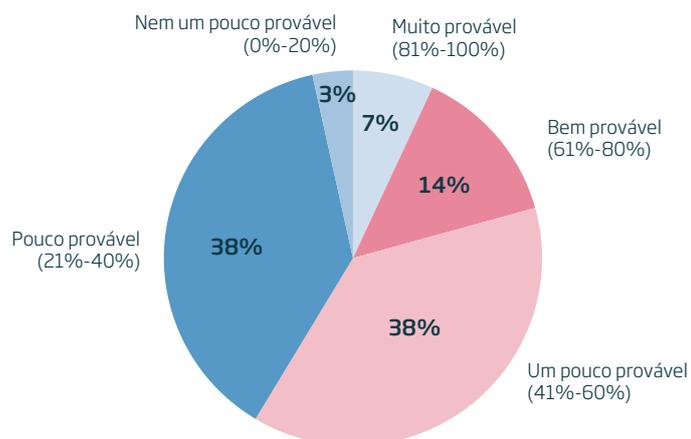


Fonte: Pesquisa própria. N=29

Até 2030, 1 em cada 3 considera que os meios de pagamento usados majoritariamente serão os débitos em conta, seguido de perto (30%) pelos pagamentos com cartão. As apostas pela prevalência de numerário representam apenas 10% das respostas, a mesma intensidade que teve o reconhecimento de que "Os meios de pagamento de uso majoritário do futuro ainda não foram inventados". A previsão de que as criptomoedas serão

de uso majoritário em dez anos é mínima (1 em 20). Aqueles que responderam à opção com "Outros", complementaram as opções fazendo menção às wallets ou carteiras digitais, à IoT associada a contas, cartões específicos de crédito, e pagamentos NFC, que são mecanismos de iniciação e não meios de pagamento subjacentes, exceto os cartões.

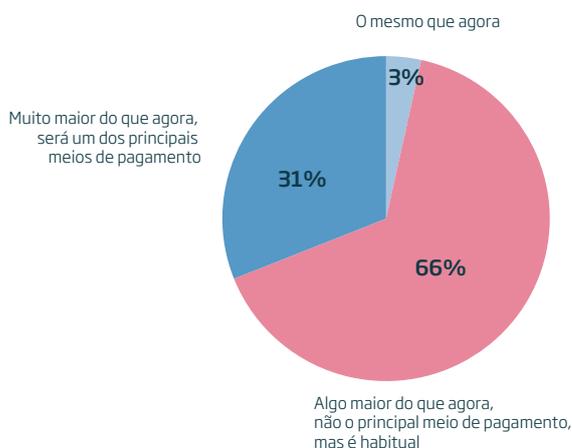
Figura_3-3. Você acha que o débito em conta substituirá o pagamento com cartão em seu país nos próximos 10 anos (em 2030)? (Resposta de única escolha.)



Mantendo a igualdade de condições, as respostas foram relativas às opções de "pouco provável" e "relativamente provável" de que a substituição apresentada venha a acontecer. Prevendo uma probabilidade acima de 40%, foram apresentadas 6 de 10 respostas. Destas, 1 em cada 5 considera este cenário bastante ou muito provável.

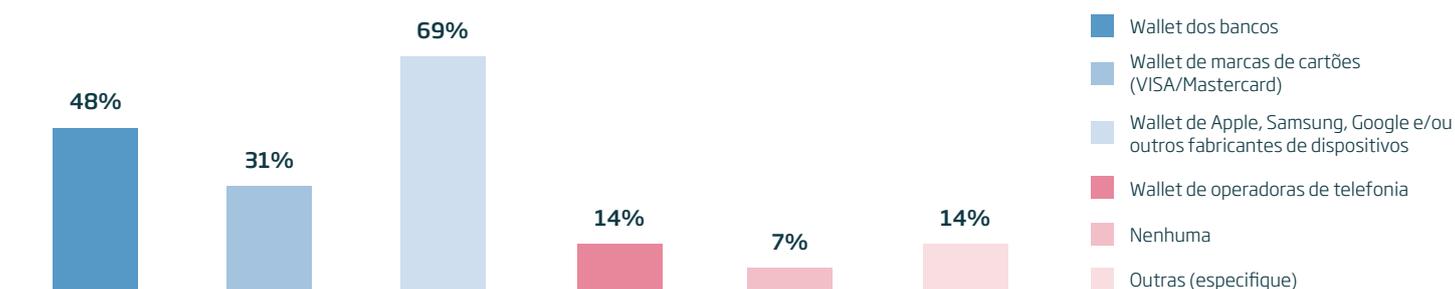
3. A visão do setor

Figura_3-4. Como você acha que será a intensidade do uso dos pagamentos imediatos descontados da conta em 2020 (em 1 ou 2 anos)? (Resposta de única escolha.)



2 em cada 3 apontam que a intensidade do uso dos pagamentos descontados imediatamente da conta nos próximos 2 anos será um pouco mais alta do que agora e que será usado regularmente, mas não o principal meio de pagamento. 3 em cada 10 consideram que sua utilização será muito mais alta do que atualmente, e que representará um dos principais meios de pagamento. Somente 3% aponta para a materialização de um cenário sem mudanças neste aspecto, em relação ao que existe atualmente.

Figura_3-5. Qual das seguintes modalidades de carteira de pagamento você considera mais provável que sobreviva em cinco anos? (Resposta de múltipla escolha, até 3 opções.)

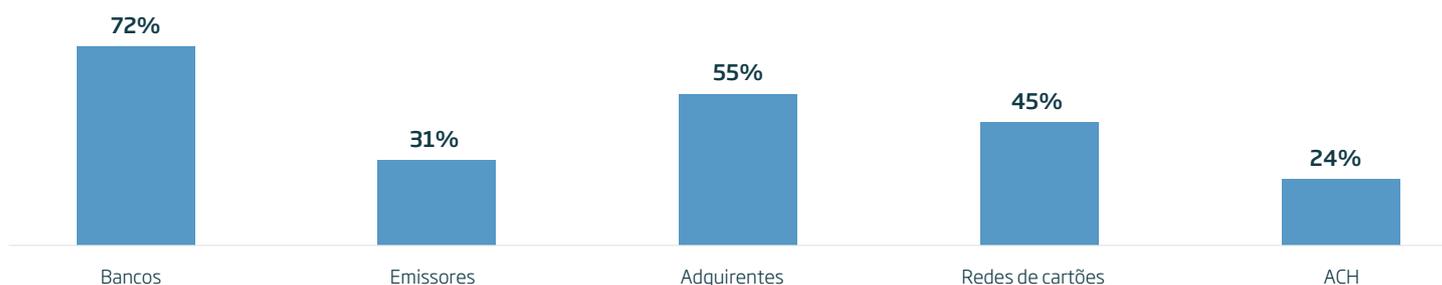


Em relação às carteiras de pagamento, 7 em cada 10 consideram que aquelas fornecidas pelas bigtech têm mais probabilidade de sobreviver em um prazo de cinco anos, acima das wallets de bancos e às de outros operadores/fornecedores. Em alguns

mercados latino-americanos, a interpretação requer explicação: a SEDPE e as carteiras de ecossistemas de pagamento, de setores ou de empresas de pagamento (Venmo, PayPal, etc.) são incluídas em "Outros".

O futuro dos participantes no setor

Figura_3-6. Qual(is) do(s) seguinte(s) agente(s) do setor você considera estar(em) mais exposto(s) à ameaça de novos participantes? (Resposta de múltipla escolha, até 3 opções.)

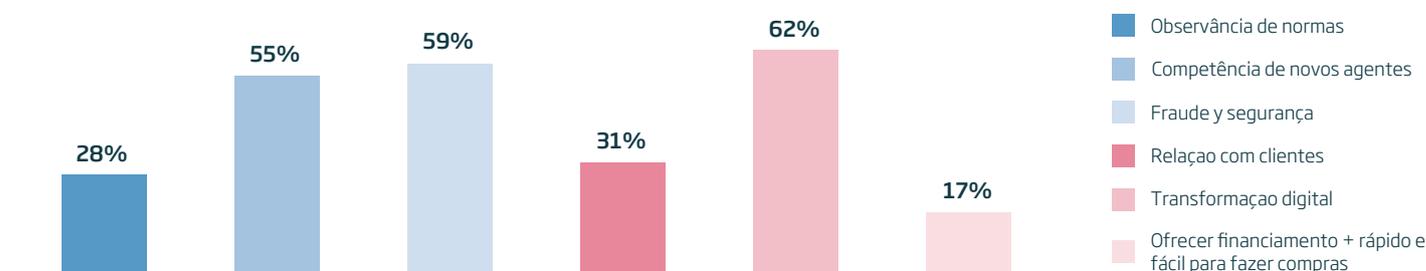


A transformação digital do setor, protagonista de debates infinitos e de desafios atuais, é ilustrada com o novo contexto de abertura para a concorrência proveniente de atividades originalmente distantes dos serviços financeiros, principalmente na esfera digital. Os bancos são considerados como o tipo de agente mais exposto à ameaça de novos participantes (bigtechs, fintechs) por 7 dos 10. São seguidos por adquirentes (55%) e redes ou marcas de cartões (45%). Os emissores (31%) e ACH (24%) são considerados agentes não tão ameaçados no novo contexto em constante mudança.

Carlos Alberto Moreira Jr., da ELO, considera que “A bandeira é a parte mais frágil do sistema de pagamentos e está deixando de ser intermediada em alta velocidade”, e sugere que se posicionem como provedores de inovação tecnológica, plataformas abertas para criar ecossistemas com desenvolvedores, aproveitando o fato de que, em 2013, o Banco Central tenha delegado a definição das regras desse sistema de pagamento às Instituições do Arranjo de Pagamento (marcas).

Desafios do presente-futuro

Figura_3-7. Qual você acha que é o maior desafio atual para os agentes do setor de meios de pagamento? (Resposta de múltipla escolha, até 3 opções.)



Focando nos desafios mais relevantes enfrentados pelos agentes da indústria, na resposta de múltipla escolha, com três opções, 62% consideram que a transformação digital do negócio é o maior desafio, seguido de perto pela prevenção de fraudes e a segurança (59%), e pela concorrência com novos agentes (55%). As crescentes exigências de conformidade e de relação com os clientes são considerados desafios menos complexos de serem gerenciados.

A transformação digital está sendo abordada com a definição de uma estratégia e da adoção de metodologias Agile mais ou menos puras, com células que integram áreas de negócio e sistemas, a aceitação de novas figuras, como o CDO e o PMO, que decidem como abordar os projetos (tradicionais ou Agile), alcançando consensos horizontais (grupos colaborativos entre áreas) que não seriam viáveis de outra forma (verticalizados). Marcelo Ávila, do Banco Provincia, ilustra bem essa mudança: “A maneira de trabalhar representou uma grande mudança para nós e alivia a questão da demanda interna não atendida”. Sergio Mazzitelli enfatiza que, no Naranja, “A transformação digital foi idealizada repensando os processos a partir de zero, e não digitalizando processos existentes”. Existem muitas entidades na região que estão desenvolvendo projetos de marketing digital, Analytics e Big Data, pilotos e casos de uso com técnicas de machine learning e algoritmos de previsão de aquisições para a apresentação de ofertas de financiamento, chatbots de atendimento ao cliente em redes sociais, motores de decisão em tempo real e IA aplicada à cibersegurança e de atendimento ao cliente em ritmos diferentes, para estar à altura neste novo cenário competitivo.

“A transformação digital foi idealizada repensando os processos a partir de zero, e não digitalizando processos existentes”

Sergio Mazzitelli
Naranja

Em relação à prevenção de fraudes, existe unanimidade em relação à posição sugerida por Felipe Mena, do Citi, que afirma que “O imediatismo chegou para ficar, por isso a segurança precisa estar presente end-to-end; os sistemas têm que funcionar com a tecnologia voltada à segurança”. Ele acrescenta que “A segurança não é apenas um trabalho dos bancos, mas também do Estado, que deve construir uma cidadania digitalmente educada”.

Raúl Morales, do CEMLA, confirma que os bancos centrais estão priorizando a cibersegurança em suas agendas, incluindo terceiros que prestam serviços auxiliares, bem como o elo mais fraco - o usuário final. “Se existe uma coisa que está no foco dos reguladores e supervisores para os próximos anos, então é a cibersegurança”, diz Rodolfo Vander Horst, do BHD León. O Conselho Monetário do BCRD elaborou um regulamento de cibersegurança (em consulta, atualmente) após o decreto presidencial que aprovou a Estratégia Nacional de Cibersegurança.

3. A visão do setor

Por isso, um dos maiores desafios do sistema é a cibersegurança, que concentra grande parte dos investimentos atuais e futuros em um mundo em que tudo acontece em tempo real. Raimundo Sala, da PayPal, reconhece que “A segurança e a cibersegurança fazem parte do DNA do PayPal tanto em termos de volume de investimento e aquisições quanto pelo percentual de funcionários dedicados a essa função, que excede 40%”. Anna Puigoriol, do Banc Sabadell, focaliza a dependência crescente de terceiros (fabricantes de dispositivos, cartões SIM, processadores) para a prestação de serviços, o que torna o desafio da cibersegurança ainda mais complexo.

Para Rodolfo Ricci do Itaú “A segurança é um never ending, um cuidado extremo contínuo do qual ninguém está isento”. No Peru, José Antonio Muñiz, do BCP, reconhece que é uma questão pendente a ser tratada como setor, em que cada banco faz o possível para mitigar o impacto, mas sem a estrutura de uma política governamental. Milton Vega, do BCRP, argumenta que “Os desafios e riscos da cibersegurança envolvem repensar políticas e processos, ser mais cuidadosos na hora de avaliar os sistemas e as inovações, e fortalecer a coordenação com os agentes do mercado”.

Américo Becerra, gerente de Operações e TI do Banco Ripley no Chile, expõe que “Depois que a pressão da conformidade devido

ao risco operacional, de crédito e ao risco financeiro foi superada, agora é o risco da cibersegurança que ocupa o papel principal”. Em 2018, o Chile e o México foram vítimas de sérios ataques cibernéticos aos seus sistemas de pagamentos imediatos.

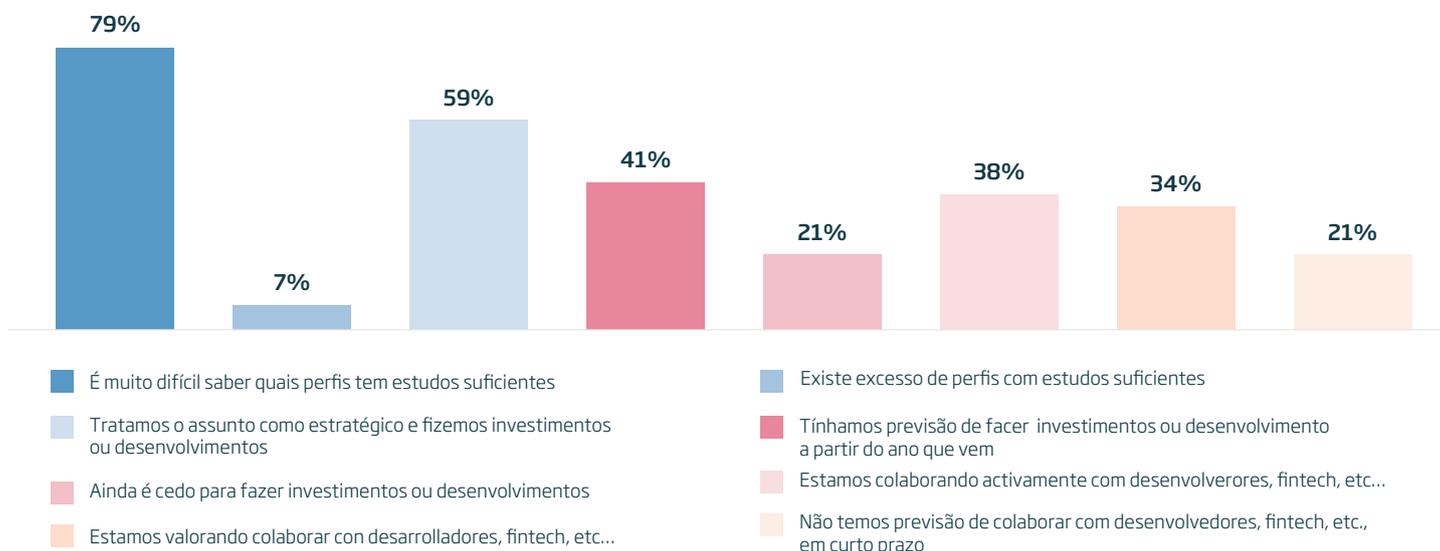
Paloma Real, da Mastercard Espanha, aponta a autenticação biométrica como uma das três linhas core de transformação nos meios de pagamento, em que as outras duas são a tokenização e a IA, a fim de otimizar o binômio UX/segurança na autorização de transações e na autenticação de clientes.

“Depois que a pressão da conformidade devido ao risco operacional, de crédito e ao risco financeiro foi superada, agora é o risco da cibersegurança que ocupa o papel principal”

Américo Becerra
Banco Ripley

O valor dos dados

Figura_3-8. Sobre a exploração de dados com ferramentas de Big Data e Data Analytics (respostas de múltipla escolha, até 3 opções).



A dificuldade de identificar perfis de Big Data e de Data Analytics suficientemente treinados no mercado, reconhecida por 8 em cada 10 entrevistados, pode estar desacelerando o ritmo dos investimentos e dos desenvolvimentos, considerados estratégicos pela grande maioria. A associação ou a colaboração ativa com as fintechs e os desenvolvedores é uma prática ainda não majoritária.

A colaboração é fundamental para a criação de ecossistemas com a capacidade de navegar no mesmo ritmo dos grandes visionários tecnológicos, que também estão fazendo incursões em um negócio alheio para eles, de como se fossem nativos. Agora, a transformação digital é um grande desafio para os bancos, que precisam construir uma solução que concorra com as fintechs e as big techs.

A fase em que muitas instituições se encontram em ambos os lados do Atlântico é ilustrada por Victoria Sánchez, da Ibercaja, que explica “O sistema bancário tem muitos dados que está estruturando agora, porque as instituições não falam entre elas”; considera o setor financeiro privilegiado, mas que não soube tratar a oportunidade original. Ela salienta que “A captura dos dados deve ser expandida para o mundo em aberto, a fim de identificar as preferências dos clientes, para serem integradas no GFP”. Alonso Pallarés, do Banco Santander México, admite que eles estão construindo os dados há bastante tempo e capitalizando as informações transacionais para construir modelos de prevenção de riscos, seja do ponto de vista biométrico para a segurança, quanto do transacional para as campanhas. “O importante é estar preparado para hospedar os dados de maneira apropriada, tratá-los e criar valor”, conclui.

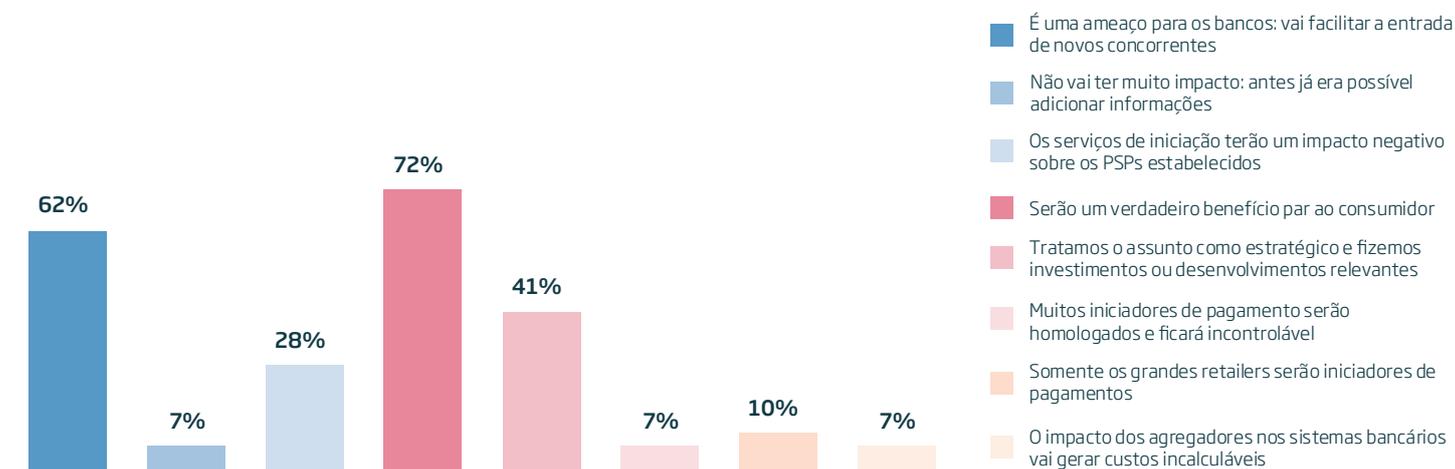
O Itaú Argentina também está mergulhado na organização dos dados, na revisão do modelo e da arquitetura, “...o primeiro passo de uma tarefa de titãs para que possam ser explorados de uma perspectiva bottom-up com base em necessidades específicas”, comenta Rodolfo Ricci. Em relação aos modelos preditivos, à análise de dados não estruturados, etc., as entidades ainda têm muito que fazer e avançar, e muitas delas começaram com o tagging dos seus canais digitais para saber quais são os roteiros dos clientes. Segundo Americo Becerra, do Banco Ripley, “No Chile, a segmentação é feita pelas rendas, não tanto pelo comportamento, de modo que as ferramentas de Big Data permitirão criar perfis de outras maneiras”.

Alejandro Pineda, do BBVA Bancomer, adverte que “Vamos começar a ver tendências de não cobrar por serviços, contanto que possamos obter os dados, uma situação que pode distorcer o mercado e comprometer a sustentabilidade do ecossistema de pagamentos”. Felipe Mena, do Citi, confirma que “O sistema bancário se acostumou a doar transações sem comissões nem cobrança com base em uma etapa de fee for services, por isso, é necessário dar visibilidade aos custos associados”. Mas não só tornar visível. Ele sugere “...gerar camadas de valor agregado - analytics - porque é difícil cobrar por alguma coisa que até agora era oferecido gratuitamente”.

Desde a adoção da Política Nacional de Exploração de Dados do Conselho Nacional de Política Econômica e Social (CONPES 3920) em abril de 2018, não é de admirar que a Colômbia seja provavelmente o primeiro país da América Latina e o oitavo do mundo a regulamentar o Big Data.

Carolina Bennasar, do BDI, destaca que as marcas de cartões são as que propõem ferramentas de Big Data por meio de suas plataformas, principalmente para entidades de menor porte. O PayPal, por outro lado, baseou-se fundamentalmente no Big Data para prevenir fraudes e AML/FTC, e agora está se movendo em direção à sua aplicação, para melhorar a UX através da previsão dos comportamentos. “O uso de Big Data na UX será mais visível, sua aplicação em segurança não é vista”, afirma Raimundo Sala, da PayPal.

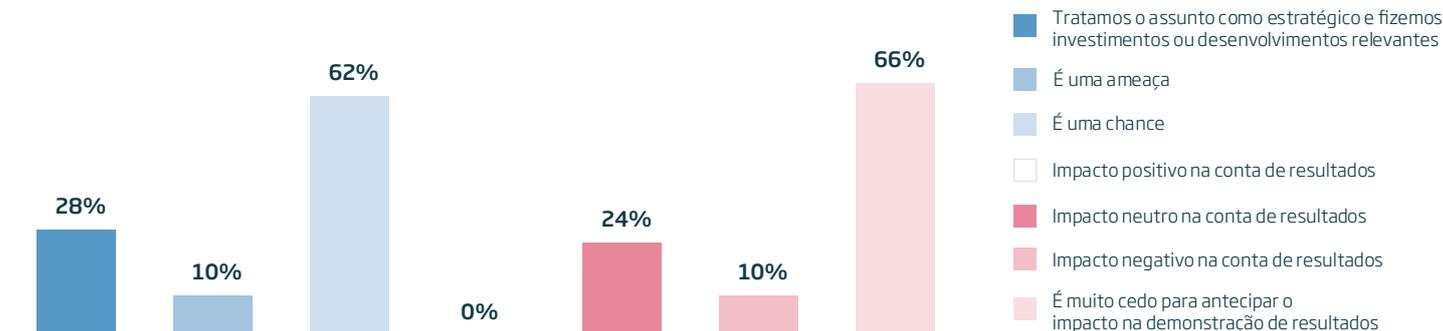
Figura_3-9. Quanto ao impacto da PSD2/Lei das fintechs, selecione as afirmações com as quais você concorda. (Resposta de múltipla escolha, até 3 opções.)



7 em cada 10 consideram que o impacto da PSD2 e das leis de fintech de natureza semelhante será, sem dúvida, positivo para o consumidor final, além de representar uma ameaça para os bancos de forma diferenciada que para os demais agentes, e que isso envolveu a tomada de decisões estratégicas e de

investimentos ou desenvolvimentos importantes. É considerado que os possíveis riscos de governança dos serviços de iniciação de pagamento ou de custos associados aos de agregação de informações têm menos impacto nesse contexto.

Figura_3-10. Quanto ao impacto do RGPD/Regulamento de proteção de dados e privacidade. (Resposta de múltipla escolha, até 2 opções.)



2 em cada 3 acreditam que é muito cedo para avaliar o impacto do RGPD e de regulamentos similares na conta de resultados, embora seja considerado principalmente como uma oportunidade.

“A confiança no atendimento dos dados é uma das grandes vantagens que os bancos têm no escopo do RGPD”, afirma Victoria Pilar Sánchez, da Ibercaja. “Quando eles oferecerem serviços de agregação, o banco terá mais capacidade do que outros agentes devido à confiança do cliente.” Anna Puigoriol, do Banc Sabadell, é da mesma opinião: “Desde o início, começamos com vantagem e será uma coisa que irá nos beneficiar agora e no futuro.” Portanto, a confiança é um atributo que o sistema bancário deve impor no novo contexto de dados.

“A confiança no atendimento dos dados é uma das grandes vantagens que os bancos têm no escopo do RGPD”

Victoria Pilar Sánchez
Ibercaja

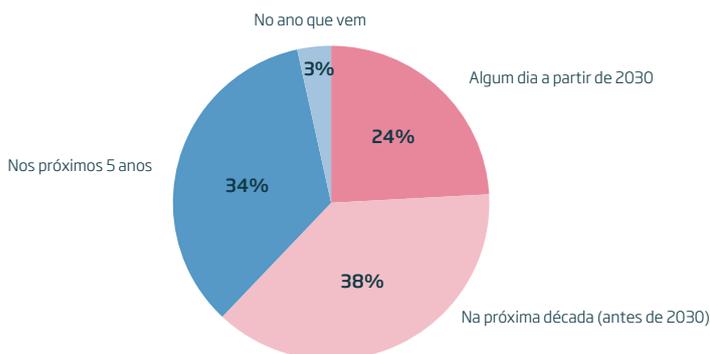
Na América Latina, o RGPD começa a ser sentido pelos bancos afiliados, que demandam mudanças nos processos de KYC de clientes estrangeiros, “...não tanto do ponto de vista de que

o cliente é o dono de seus dados e que ele decide com quem compartilha esses dados. Essa abordagem é muito avançada e os sistemas de cibersegurança precisam ser muito reforçados de antemão”, diz Rodolfo Vander Horst, do BHD León. Conforme comenta Carolina Bennasar, do BDI, o BCRD está procurando uma norma de proteção de dados do setor bancário. Américo Becerra, do Banco Ripley, prevê que “O RGPD chegará ao Chile de qualquer maneira, principalmente porque é um país da OCDE, e isso irá representar desafios importantes, porque a Lei de Dados Pessoais no Chile é superficial”. Seja como for, ele prevê que não será uma prioridade de regulamentação para os bancos, mas sim a cibersegurança, devido a eventos recentes.

As normas nacionais de alojamento de dados afetam diretamente a capacidade de confiar na computação em nuvem. No Peru e na Argentina, os dados devem ser hospedados no país e on-premises, embora neste último “Estão começando a ser realizados debates na Mesa de Inovação do BCRA sobre o processamento na nuvem fora da Argentina”, confirma Gonzalo Ozán, gerente de Tecnologia do Naranja, que “Será uma grande mudança, porque oferece oportunidades de novos negócios”. José Antonio Muñiz, do BCP, aponta que “A discussão está centralizada na nacionalidade da nuvem”. As regras da CNBV para terceirizar serviços de computação e processamento de dados no México exigem aprovação preliminar, caso esses saiam do território nacional.

Open Banking, o padrão do futuro

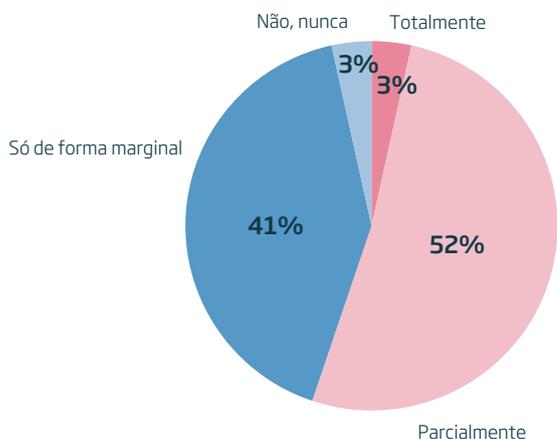
Figura_3-11. Você acha que o Open Banking será um padrão em seu país? (Resposta de única escolha.)



Não resta nenhuma dúvida de que o Open Banking será uma realidade. No entanto, a rapidez com que a ampla adoção desse padrão acontecerá está sujeita a uma diversidade maior de respostas. Em conjunto, a visão da maioria (7 em cada 10) é que demorarão de 5 a 10 anos para que o Open Banking se transforme na prática padrão. Entretanto, 1 em cada 5 considera que isso não acontecerá na próxima década.

Blockchain, novo paradigma ainda não visível

Figura_3-12. Você acha que o blockchain irá substituir os esquemas atuais de meios de pagamento nos próximos anos? (Resposta de única escolha.)



De acordo com 93% das respostas, o blockchain alterará os atuais meios de pagamento nos próximos anos apenas secundária ou parcialmente, de modo que não está prevista uma revolução blockchain nos pagamentos nos próximos anos, principalmente na dimensão varejo.

Alejandro Pineda, do BBVA Bancomer, considera que a aplicação do blockchain faz sentido no banco de atacado, especialmente para conferir segurança e rapidez às transações. "O piloto intrabancário do sistema bancário de atacado que fizemos serviu para compreender que o blockchain é seguro, que as transações fluem com certeza e em uma fração de tempo em comparação com os meios tradicionais." No entanto, ele acrescenta que: "Não acho que essa tecnologia possa vir a ser usada em curto prazo para questões em massa".

Emiliano Porciani, do Banco Galicia, afirma que ainda não está usando tecnologia para seus processos, embora esteja presente no lab de inovação, onde exploram inovações que ainda estão em um horizonte mais afastado do seu core de negócios. "É como o HTML na Internet: enquanto não apareceram soluções compreensíveis, ele não explodiu", esclarece.

Gustavo Díaz, do Banco Provincia, acha que o blockchain é ótimo para processos KYC, mas "...seria mais enriquecedor se fosse abordado de forma colaborativa entre vários bancos, o que provavelmente acontecerá no futuro devido à própria necessidade".

Esta é a abordagem comentada pela Amelia I. Angulo, do Bankia, explicando que os esforços do Alastria - consórcio espanhol multissetorial de blockchain - estão focados hoje no desenvolvimento da identidade digital (ID Alastria), considerada pelo José Luis Langa, da Iberpay, como um enorme potencial de KYC, bem como para a monetização do mundo digital, e que "...espera que as pessoas façam login através do seu banco digital para tudo, de forma que sua identidade digital na rede seja garantida".

Como conclusão deste capítulo sobre tendências futuras, lembramos a visão de Raimundo Sala, do PayPal, que entende que os ritmos da tecnologia são muito superiores àqueles que somos capazes de absorver como sociedade. Um exemplo disso é "...a tecnologia de pagamento com beacons, o que está testado, mas não estamos culturalmente preparados para isso", afirma fazendo menção a iniciativas piloto como a da Amazon Go.

O setor em números

4





8 anos de dados para entender o setor de pagamento

Analizamos os dados relativos ao uso e à penetração dos diferentes meios de pagamento na área da América Latina e da Europa. A partir de uma série histórica de oito anos, é possível analisar a evolução e, além disso, prever as tendências que irão imperar no setor.

Na América Latina, o banco digital é reafirmado, enquanto que, na Espanha e em Portugal, são fortalecidas as relações com o banco tradicional. O aumento do e-commerce nos leva a novas formas de banco digital e ao omnichannel necessário nos pagamentos.

Como vem fazendo desde sua primeira edição, este capítulo analisa o comportamento dos diversos meios de pagamento no ano passado e nos últimos cinco anos nos países de referência por meio da comparação da visão que os profissionais do mundo dos pagamentos têm do presente e do futuro em seu setor com dados oficiais.

Neste ano de 2018, além de entrar em vigor o novo marco regulatório europeu para o pagamento (a PSD2), a primeira lei de fintech foi aprovada na região da América Latina (México), e há muitos países nos quais o uso de dinheiro eletrônico em vários formatos (cartão pré-pago, carteira digital, etc.) está sendo dinamizado, embora isso ainda não apareça com clareza nas estatísticas oficiais. O acompanhamento da transacionalidade (volume, valor) dos instrumentos de pagamento baseados em dinheiro eletrônico, essencialmente recarregáveis, será uma tarefa a ser abordada por este Relatório assim que as autoridades chegarem a um acordo para exigir que as instituições responsáveis façam "reportings" - principalmente os emissores autorizados. Nesta edição, simplesmente compartilhamos os dados oficiais disponíveis, ainda poucos.

Este esclarecimento visa demonstrar ou, melhor dizendo, antecipar, por um lado, a importância que o dinheiro eletrônico em suas múltiplas variedades assumirá nos próximos anos e, por outro, que o dimensionamento dos sistemas de pagamento de baixo valor nos países de referência encontra-se mergulhado em uma transição em direção a novos detalhamentos em termos de relatório, pela razão indicada. Esses deverão incluir, certamente, aspectos de interesse, como o dispositivo de iniciação de pagamento (cartão físico, app), a modalidade do cartão (chip, contactless) e o canal de iniciação (cartão presente, cartão não presente), entre outros.

Assim sendo, o comportamento dos meios de pagamento que este Relatório vem acompanhando desde 2012 (dinheiro em espécie, transferência interbancária, débitos diretos,

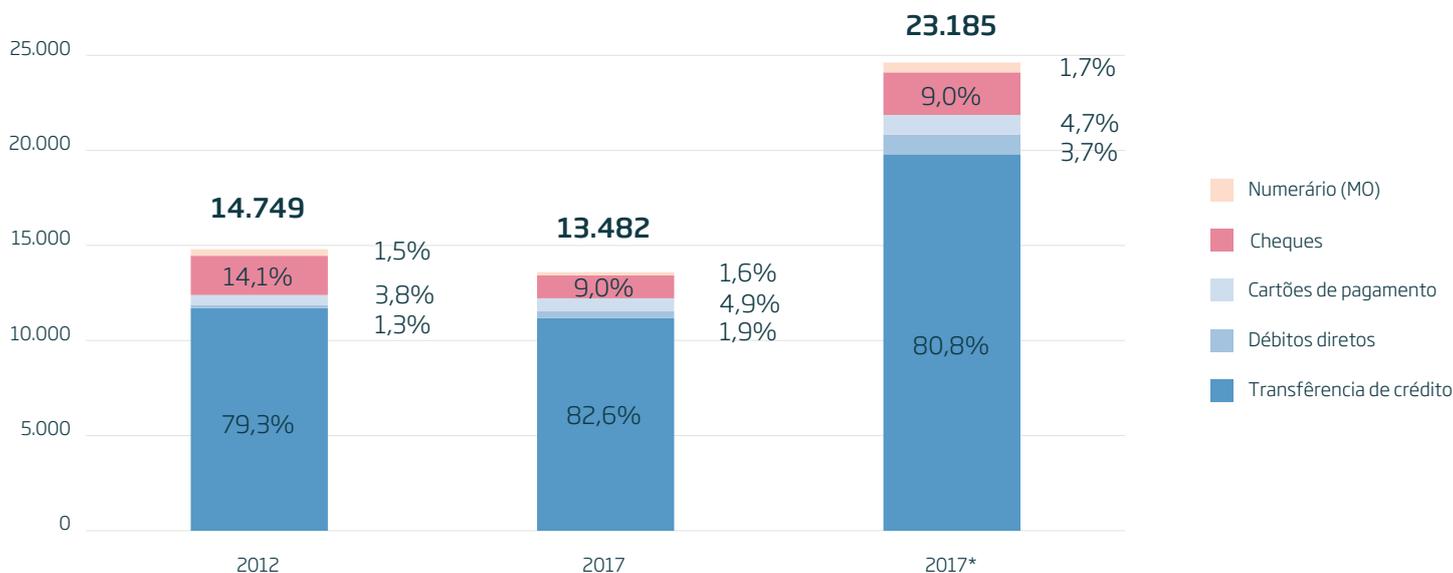
pagamentos com cartão e outros pagamentos em papel, como cheques e obrigações comerciais), continua mostrando diferenças interessantes no espectro nacional, descritos a seguir. A Espanha cresce a um ritmo de 8,5% por ano, depois de ter atingido os níveis pré-crise no ano passado, como também acontece em Portugal, que teve um crescimento na casa de dois dígitos em 2017 (23,6%). Na América Latina, no entanto, persiste o efeito da taxa de câmbio sobre a perda de valor das moedas latino-americanas em relação ao dólar norte-americano (consultar a Figura_1-1), moeda na qual os dados numéricos analisados neste capítulo são apresentados, utilizando a taxa de câmbio do fechamento de cada exercício reportado. Isso significa que, nos últimos seis anos, a transacionalidade perdeu quase 9 pontos no valor em dólar, o que representa um crescimento sem dúvida positivo, se analisado em termos constantes desde 2012. O de 2017, de 5,0%, contribui para isso.

Tendo dito isso, os cheques e as transferências são os dois instrumentos de pagamento que mais contribuem para o retrocesso no valor das transações. No caso das transferências, que cresceram no mesmo ritmo que o das demais transações eletrônicas (registrando 40% a mais de volume na região do que em 2012), exceto os cartões (60% a mais no mesmo período), o declínio se deve, em grande parte, ao "efeito Brasil". A República Dominicana se destaca como o mercado com maior crescimento interanual no uso de transferências interbancárias (44% em valor, 51% em número de operações), como consequência dos serviços de pagamento instantâneo (15 minutos) inaugurados em 2015. Os cheques continuam registrando uma queda generalizada em todos os países, onde a Costa Rica é o país com o maior recorte (34% em volume, 19% em valor), embora o valor negociado em USD tenha aumentado na Espanha, na Argentina e no Chile (11%, 4% e 1% em 2017, respectivamente). Não é de admirar que o cheque continue ocupando a segunda posição como meio de pagamento na América Latina (9,2% do valor), apesar de ter reduzido em 40% sua presença em volume e valor.

A tendência a reduzir os meios de pagamento em papel (numerário e cheques) continua, conforme mostrado na **Figura 1**, da mesma forma que vinha sendo observado em relatórios anteriores. As transferências eletrônicas continuam sendo o meio de pagamento de varejo com maior valor de operações na América Latina, representando 81,3% do valor total das operações de pagamento na região da América Latina em 2017 (**Figura 4-1**). Em relação à intensidade de uso, as transferências eletrônicas vêm ganhando peso gradativamente como substituto do cheque, posicionando-se como o segundo

meio de pagamento mais utilizado em 2017 (17% das operações, conforme reproduzido no **Figura 4-2**). A presença dos débitos diretos entre bancos teve um pequeno aumento entre os instrumentos de pagamento na América Latina nos últimos anos, representando apenas 3,8% do valor total e 1,7% das operações. Em termos de pagamentos com cartões, é importante destacar o crescimento experimentado pelo número de operações realizadas na América Latina, acima de 20 bilhões de transações em 2017, representando 78,6% do número total de operações de pagamentos eletrônicos de varejo registrados e de 3,9% do valor dessas.

Figura_4-1: Valor das operações de pagamento na América Latina em 2012 e 2017 por instrumento; milhares de milhões de USD

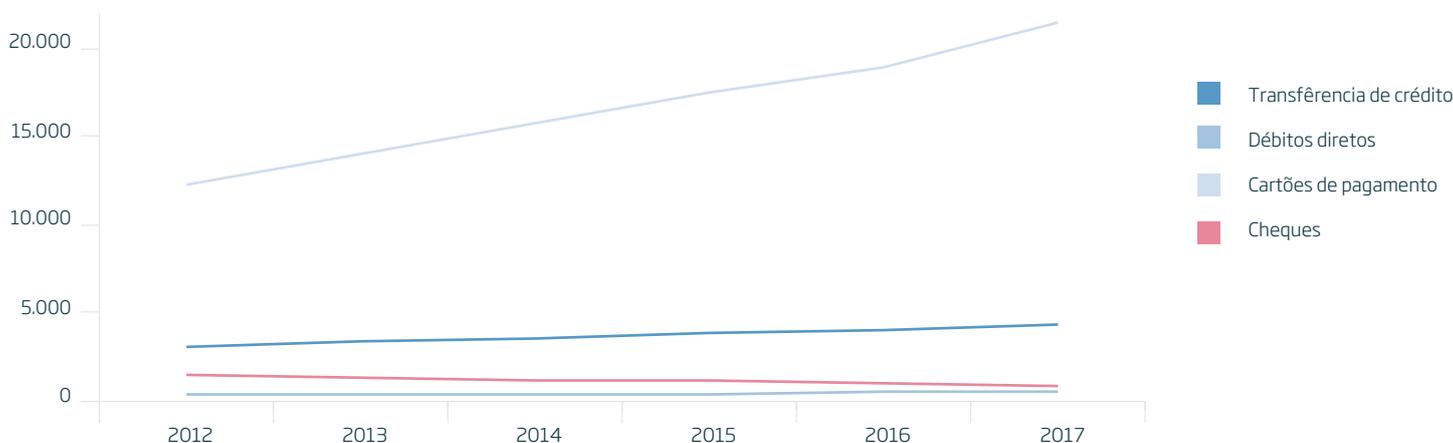


Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos.

Observação: As operações de pagamento da Argentina e da Costa Rica são incluídas pela primeira vez.

*Taxa de câmbio em 2012

Figura_4-2: Número de operações de pagamento na América Latina, 2012-2017, em milhões



Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos.

4. O setor em números

As transferências de crédito são os meios de pagamento de maior valor de transacionalidade na Espanha, do mesmo modo que na América Latina. Em 2017, esse instrumento de pagamento representou 56,2% do valor total das operações de pagamento (Figura_4-3), atingindo 545 milhões de transferências, 9,2% a mais do que no ano anterior. Em Portugal, as transferências representam 50,2% do valor total das transações (Figura_4-4).

Os débitos diretos interbancários têm maior presença na Espanha, diferente do que acontece na América Latina, chegando a 15,7% do valor em 2017 e 23,6% do volume, embora seu valor em relação ao total de 2012 tenha sofrido uma redução. Em Portugal, diminuíram até representar 5,5% do valor das operações de pagamento no país.

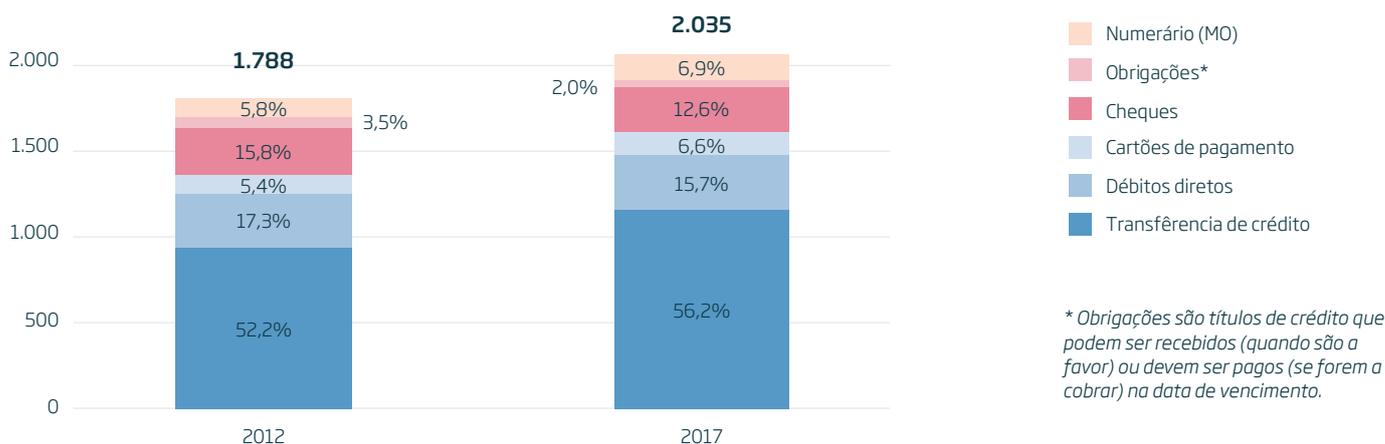
Apesar de o meio circulante ter aumentado entre 2012 e 2017 em Portugal (+ 5,2% da taxa anual composta ou CAGR), esse instrumento de pagamento reduziu sua proeminência em relação ao valor total das operações de pagamento, diminuindo de 6,2% em 2012 para 5,8% em 2017 (Figura_1-4). Para o

período mencionado na Espanha, aumentaram tanto o meio circulante (+ 6,7% de CAGR em moeda local) quanto seu peso em relação ao valor total das operações de pagamento, a saber, de 5,8% para 6,9% (Figura_4-3).

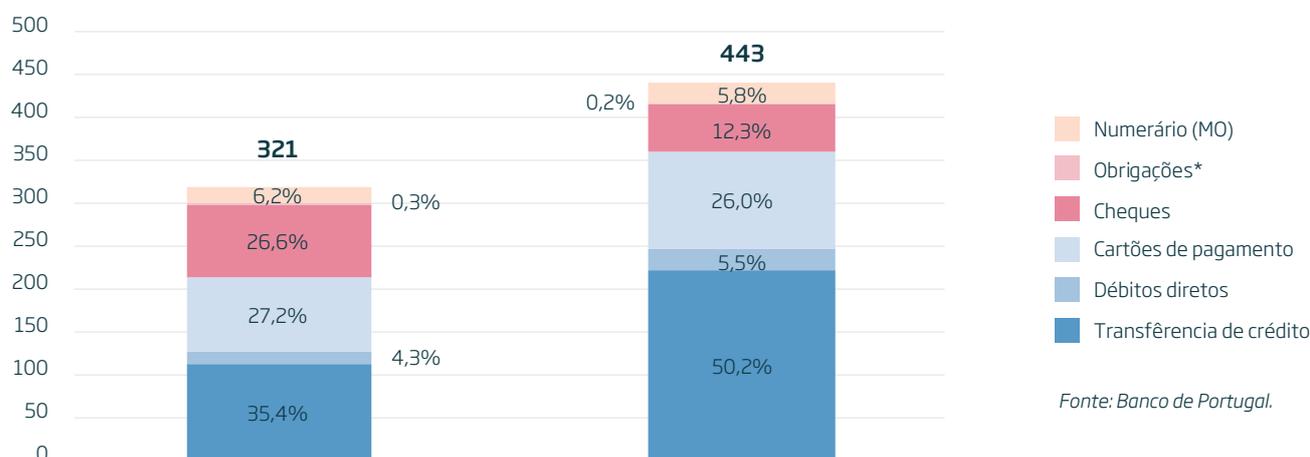
Em Portugal, embora o cheque tenha reduzido sua presença nos últimos cinco anos, ele continua tendo uma utilização significativa, considerando que, em 2017, representou 12,3% do valor total das operações de pagamento. Na Espanha, em 2017 ainda representa 12,6% do valor total, tendo crescido no ano passado.

Em 2017, os pagamentos realizados com cartão representaram 6,6% do valor das operações de pagamento na Espanha, em comparação com 26,0% em Portugal. Apesar do menor valor representado na Espanha em relação ao total, é o meio de pagamento que gera maior volume de operações, atingindo 3,429 bilhões de transações em 2017 (65,1% do número total na Espanha em comparação com 86,0% em Portugal). Finalmente, as obrigações comerciais estão pouco presentes nesses países (2,0% na Espanha, 0,2% em Portugal em 2017).

Figura_4-3: Valor das operações de pagamento na Espanha em 2012 e 2017, milhares de milhões de EUR



Figura_4-4: Valor das operações de pagamento em Portugal em 2012 e 2017, milhares de milhões de EUR



Fonte: Banco de Portugal.

Numerário

Em boa parte dos países da região da América Latina, do mesmo modo que na Espanha e em Portugal, existe um objetivo de reduzir o uso intensivo e generalizado de numerário (moedas e notas em circulação), associado à luta contra a evasão, engano e fraude fiscais, contra a economia subterrânea e a corrupção, bem como para reduzir os custos associados à gestão de numerário em seu formato físico, e para a inclusão financeira. Houve muitos exemplos de países que tomaram medidas sobre o assunto em 2017 e 2018, e que demonstraram esse objetivo por meio de várias medidas: a obrigação de pagar com meios alternativos ao dinheiro em espécie em estabelecimentos comerciais (Argentina, previsto também na Espanha), a certificação de

entidades sem numerário, inaugurada pelo Banco Central da Costa Rica, a proposta da Asobancaria de isentar o pagamento do Imposto sobre Transações Financeiras (ITF) em vigor para transações de pagamento eletrônicas ou digitais, que representa 4 milésimos do valor das transações, para mencionar os mais relevantes.

Apesar dos esforços, a utilização de numerário não parou de crescer regionalmente a um ritmo de 7% no último ano. Como sugerido pelo "Índice Afi de Taxas de Câmbio da LATAM" (Figura 4-5), a depreciação das moedas latino-americanas foi mantida em 2017, principalmente na Colômbia e na Argentina.

Figura_4-5: Meio circulante na América Latina, 2012-2017; porcentagem do PIB



*O Índice Afi de PIB da LATAM é a taxa de variação do PIB na América Latina e no Caribe (com base em 2009)

** O Índice Afi de taxa de câmbio da LATAM é o índice de variação da média da taxa de câmbio (com base em 2009).

Fonte: Afi, bancos centrais e superintendências de bancos.

Na Espanha, a utilização de numerário teve 4,0% de crescimento em 2017, contabilizando 139,7 bilhões de euros em notas e moedas em circulação e representando 12,3% do PIB, 2,3 pontos acima do registro em 2012. Portugal também registrou 4,0% de crescimento em 2017, do mesmo modo que a Espanha, chegando a 25,732 bilhões de euros (13,6% do PIB).

Outra variável que nos permite aproximar a intensidade do uso de numerário é aquela que registra saques de dinheiro em caixas eletrônicos, que atingiram 122,473 bilhões de euros na Espanha em 2017, 3,5% a mais do que no ano anterior e o quarto ano consecutivo de crescimento, depois de sair da crise (Tabela_4-1). Em Portugal, em 2017 foram realizados saques em dinheiro em espécie em caixas eletrônicas no valor de 37,3 bilhões de euros, 1,9% a mais do que no ano anterior.

Tabela_4-1: Meio circulante na Espanha e em Portugal em 2012-2017, bilhões de EUR

		2012	2013	2014	2015	2016	2017
Espanha	Moedas e notas em circulação	103,3	108,1	122,0	129,2	134,4	139,7
	Crecimiento anual	2,6%	4,6%	12,9%	5,9%	4,0%	4,0%
Portugal	Moedas e notas em circulação	20,0	21,2	22,4	23,7	24,7	25,7
	Crecimiento anual	2,9%	6,5%	5,3%	5,8%	4,5%	4,0%

Fonte: Bancos centrais.

Cheques

A redução na utilização do cheque como instrumento de pagamento é generalizada entre todos os países analisados neste Relatório.

Na América Latina, a substituição progressiva do cheque por meios alternativos, como as transferências, significou que em 2017 representou 13,6% do valor total das operações de pagamento no varejo, em comparação com 15,1% registrados em 2012. No entanto, o uso desse instrumento não tem o mesmo peso em cada país analisado. Enquanto no Chile, na República Dominicana e no Peru os cheques têm um peso de 62,2%, 51,6% e 27,4%, respectivamente, em termos de valor, o Brasil (5,0%) e o México (2,8%) são os países com o menor valor relativo de operações de pagamento feitas com cheques.

Em relação ao valor médio por operação, o Brasil se destaca (USD 585) pela baixa média de valor em comparação com outros países, como a Colômbia (USD 5.230) e o Peru (USD 4.940), muito acima da média, ou da República Dominicana (USD 1.787) ou do México (USD 2.079), entre os mais baixos da região.

Na Espanha, os controles deixaram de representar 15,8%

do valor das operações em 2012, atingindo 12,6% em 2017, posicionando em 43,1 milhões o número de operações (297,036 bilhões de euros). Isto representa uma redução do número de operações (-25,8%) e também do valor destas (-18,2%) na taxa composta anual para o período de 2012-2016 (**Tabela_4.2**). A redução da utilização desse meio de pagamento em papel em Portugal foi ainda mais pronunciada do que na Espanha, onde representava 26,6% em 2012 para situar-se em 12,3% em 2017, o que significou uma redução de 48,5% e 42,4% do número de transações e do valor no período, respectivamente. A quantidade média de operações na Espanha é a mais alta dos países analisados (USD 6.895) em comparação com a média de USD 1.865 em Portugal.

O uso de meios de pagamento mais tradicionais como o cheque cai em todos os países, mas há um interesse crescente em instrumentos de pagamento digital, como débitos diretos e transferências.

Tabela_4-2: Utilização de cheques, seleção de países, 2017

	Número de operações (milhões)	Valor (bilhões de USD)	Média de montante por operação (USD)	Número de operações	Valor
	2017			Tasa de crecimiento anual compuesto 2012-2017	
Argentina	85	199	2.330	-8,7%	-22,6%
Brasil	479	271	565	-46,9%	-53,6%
Chile	123	451	3.674	-34,9%	-32,2%
Colômbia	16	84	5.230	-45,6%	-53,7%
Costa Rica	7	18	2.405	-60,0%	-61,8%
México	68	141	2.079	-38,2%	-41,8%
Peru	5	25	4.940	-38,2%	-60,3%
República Dominicana	23	42	1.787	-10,8%	-22,1%
Espanha	43	297	6.895	-25,8%	-18,2%
Portugal	34	63	1.865	-48,5%	-42,4%

Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos.

Transferências e débitos diretos

Entre 2012 e 2017, a utilização de transferências e débitos diretos aumentou de forma constante em todos os países nos quais os pagamentos interbancários debitados na conta são permitidos, embora a modalidade de crédito (pagamentos e transferências de fundos, mecanismo de push) mostre um comportamento muito mais dinâmico do que o de débito (arrecadações e débitos diretos, mecanismo de pull). Em ambos os casos, a otimização dos serviços prestados pelas câmaras de compensação automatizadas (ACH, na sigla em inglês) no processamento de ordens de pagamento eletrônicas e de arrecadações de baixo valor contribuiu para melhorar a trajetória desse meio de pagamento, embora alguns países, como o Peru, não tenham concluído o processo de adaptação da sua infraestrutura para permitir a modalidade de débitos diretos interbancários.

A Argentina e a Costa Rica apostaram com firmeza na promoção dos débitos automáticos administrados pelos sistemas nacionais de pagamento respectivos. Entretanto, somente a Argentina e a Colômbia registram operações em volume e valor significativos através dessa modalidade na região. No caso da Argentina, os débitos diretos representam 13,9% do valor total das transações e 13,2% do volume; na Colômbia, impulsionados pelo botão de pagamento online do PSE do ACH, representam 13,8% do volume, mas apenas 4,0% do valor. Na Espanha, a aposta das autoridades europeias está associada à dinamização, eficiência e rapidez dessas duas modalidades de meios de pagamento eletrônico no escopo da SEPA.

Entre os países analisados, o Peru é o que experimenta maior dinamismo na utilização das transferências, com índice composto de crescimento anual de 20,4% e 29,4% nos últimos cinco anos em valor e número de operações, respectivamente (**Tabela_4.3**). Uma prova disso é que, se o número de transferências em 2014 foi superior ao número de cheques pela primeira vez, em 2017 elas já representavam mais de 3 vezes seu volume (18,6 milhões de transferências interbancárias em comparação com 5,0 milhões de operações com cheques). Esse crescimento será acelerado pela inclusão dos serviços de transferências interbancárias imediatas por algumas instituições financeiras de maior porte.

A República Dominicana também experimentou um crescimento extraordinário no uso de transferências desde 2015, após a inauguração do sistema de pagamentos imediatos. Assim, em 2017, registraram 51,0% de crescimento em volume e 44,2% em transações de baixo valor, representando agora 32,2% do valor total de operações eletrônicas de montante baixo (3,7% do volume).

A Colômbia é um caso excepcional na América Latina, já que as transferências registradas em 2017 (130 milhões) são da mesma ordem de grandeza que as operações realizadas via débitos diretos (109 milhões, 13,8% do volume), embora as primeiras representem dezessete vezes o valor das segundas. Uma explicação para esse comportamento único na região em relação ao uso do débito direto é a utilização crescente do botão de pagamento PSE, associado ao débito direto em conta, apontando, além disso, um valor médio de USD 194.

Tabela_4-3: Transferências interbancárias de crédito, 2017, seleção de países

	Número de operações (milhões)	Valor (bilhões de USD)	Média de montante por operação (USD)	Número de operações	Valor
	2017			Índice composto de crescimento anual, 2012 e 2017	
Argentina	210	1.150	5.469	18,9%	5,6%
Brasil	3.215	4.691	1.459	5,6%	-3,8%
Chile	122	171	1.405	10,3%	11,9%
Colômbia	124	366	2.958	7,6%	0,4%
Costa Rica	34	122	3.566	16,2%	8,7%
México*	633	4.766	7.526	21,1%	0,6%
Peru	19	32	1.714	28,1%	11,2%
República Dominicana**	7	26	3.719	32,8%	22,8%
Espanha	546	1.322	2.421	8,0%	-0,7%
Portugal	143	257	1.793	6,3%	2,0%

*Os dados do Banco de México para transferências de crédito interbancárias abrangem ordens de pagamento do sistema de Transferência Digital de Fundos (TEF) de baixo valor e do Sistema de Pagamentos Eletrônicos Interbancários (SPEI) de até 500.000 pesos, bem como pagamento de cartões de crédito de outros bancos.

**Na República Dominicana, inclui tanto as transferências de baixo valor quanto as de alto valor e pagamentos imediatos.

Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos.

4. O setor em números

Considerando o número de operações, o uso de débitos diretos cresceu 113% na República Dominicana e 25,1% no México no último ano, sendo que este último quadruplicou o número de transações em relação a 2012 (**Tabela_4.4**). Na Espanha, onde aproximadamente um quarto das operações de baixo valor são

feitas através de débito direto, os débitos automáticos do banco, como também são chamados, aumentaram novamente no último ano em termos de volume (4,1%) e de valor (4,3%). Desta forma, o montante médio das operações passou de USD 340 em 2012 para USD 296 em 2017.

Tabela_4-4: Débitos diretos, 2017, seleção de países

	Número de operações (milhões)	Valor (bilhões de USD)	Média de montante por operação (USD)	Número de operações	Valor
	2017			Índice composto de crescimento anual, 2012 e 2017	
Argentina	274,1	233,3	851	41,1%	39,9%
Colômbia	109,6	21,3	194	53,1%	18,5%
Costa Rica	0,4	1,3	2.845	-97,2%	-23,3%
México	36,3	7,3	201	131,0%	63,8%
República Dominicana**	0,9	3,4	3.798	247,4%	59,8%
Espanha	1.241,6	368,2	297	6,4%	-7,3%
Portugal	179,4	28,3	158	50,8%	60,1%

*Os dados da República Dominicana incluem tanto débitos diretos de baixo valor quanto de alto valor, tendo em vista que a instituição financeira pode escolher o sistema de liquidação a ser utilizado.

Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos. Informações não disponíveis para o Brasil, Chile e Peru.

Cartões

Analisando a distribuição e a evolução dos cartões de crédito e de débito, observamos que a titularidade de cartões de débito é superior à de cartões de crédito em todos os países analisados, exceto na Espanha e na Argentina, onde a tendência é invertida (**Tabela_4-5**).

Tabela_4-5: Número de cartões de débito e de crédito em circulação, 2017

	Cartões de débito	Cartões de crédito	Total
Argentina	44.713.625	57.931.955	102.645.580
Brasil	323.714.411	150.153.760	473.868.171
Chile	21.644.787	12.932.083	34.576.870
Colômbia	27.524.422	14.898.432	42.422.854
Costa Rica	5.842.526	2.395.141	8.237.667
México	144.381.139	32.740.502	177.121.641
Peru	17.224.734	8.027.652	25.252.386
República Dominicana	4.563.513	2.465.819	7.029.332
Espanha	26.930.000	52.350.000	79.280.000
Portugal	14.632.526	6.073.740	20.706.266

Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos.

*Não inclui cartões de crédito de varejo.

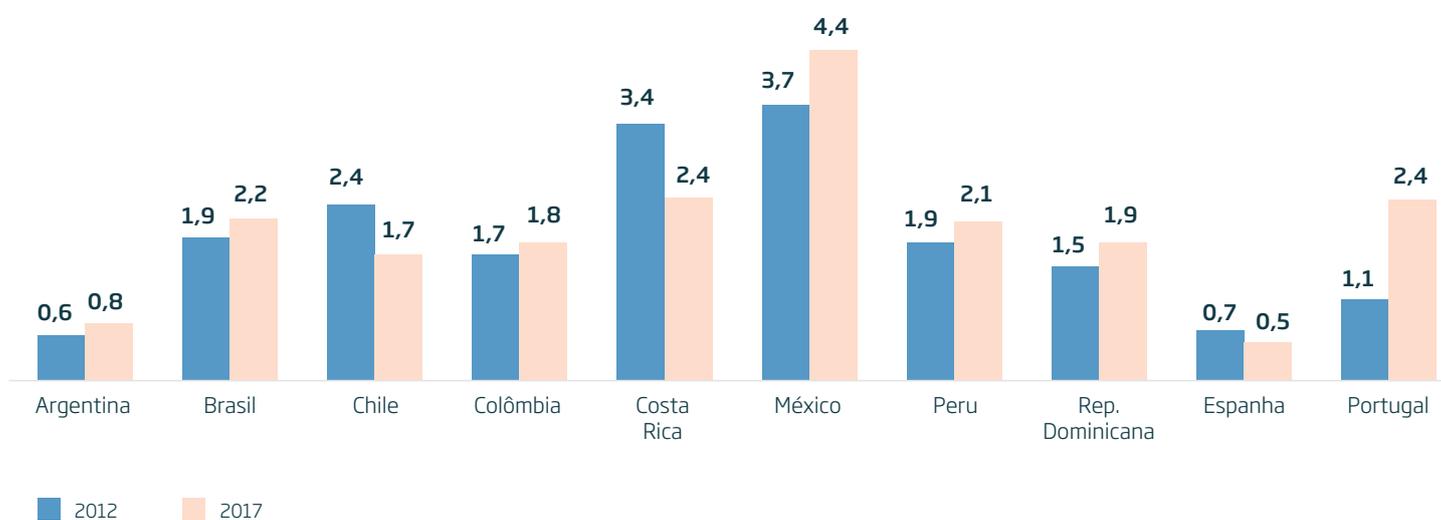
Embora a distribuição entre os países seja diferente, em 2017, a popularidade dos cartões de débito cresceu em países como Colômbia, Peru, República Dominicana em relação a 2012, com índices de débito/crédito próximos a 2:1, e em Portugal, chegando a 2,4 cartões de débito para cada cartão de crédito (Figura_4-6). Inclusive, em 2017, o número de cartões de débito em Portugal cresceu 4,1%, enquanto que o crescimento dos cartões de crédito foi de apenas 0,5%, aumentando significativamente a proporção de cartões de débito com cartão de crédito com base no índice de 1,1:1 registrado em 2012.

Na Espanha, a emissão de cada modalidade de cartão é invertida, sendo que a proporção de débito/crédito é de 0,5 cartão de

débito com cartão de crédito. Assim sendo, o número de cartões de crédito aumentou 7,4% em 2017 (+3,6 milhões a mais), enquanto o número de cartões de débito subiu 4,5% (-1,2 milhão a mais). Na Argentina, a proporção de débito/crédito é de 0,7:1; enquanto a Argentina cresce, na Espanha, é possível observar uma redução da proporção em relação a 2012.

Entre os países latino-americanos, também é importante mencionar o México, que passou de ter 3,7 cartões de débito para cada cartão de crédito em 2012 para um índice de 4,4 em 2017, recuperando a tendência observada nos anos anteriores, embora ainda muito distante do máximo registrado em 2015, com 5 cartões de débito para cada cartão de crédito.

Figura_4-6. Proporção de cartões de débito/crédito em circulação em 2012-2017



Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos.

Em 2017, a modalidade de débito cresceu principalmente na República Dominicana, que liderou o crescimento interanual com 17,0%, o Peru (11,7%), a Colômbia (9,3%) e a Argentina (8,8%) (Figura_4-7). É importante observar que, no ano passado, o número de cartões de débito na Espanha cresceu 4,5%, embora não tenha conseguido recuperar o máximo histórico de 31,6 milhões de cartões de débito atingido em 2008. O México, cujo conjunto de cartões de débito cresceu 9,1% em 2017, superou o recorde histórico alcançado em 2015, com mais de 144 milhões de cartões. Em 2017, o comportamento mais tímido pode ser observado na Costa Rica (1,1%), no Brasil (1,79%) e no Chile (2,3%).

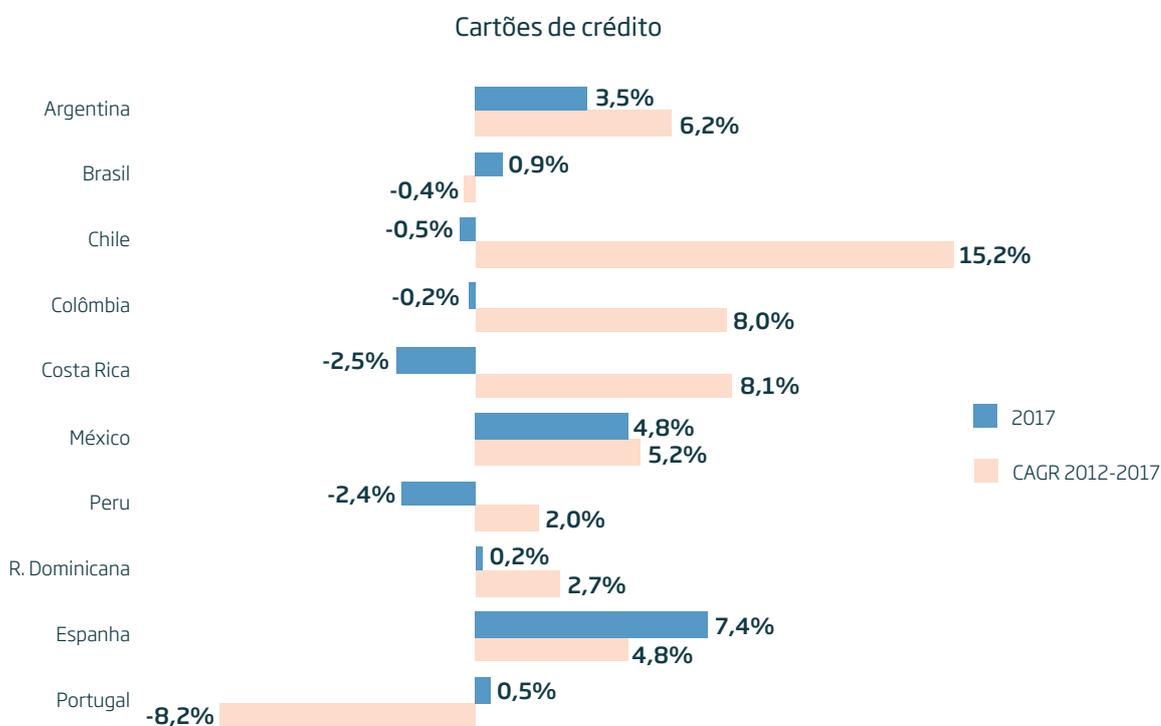
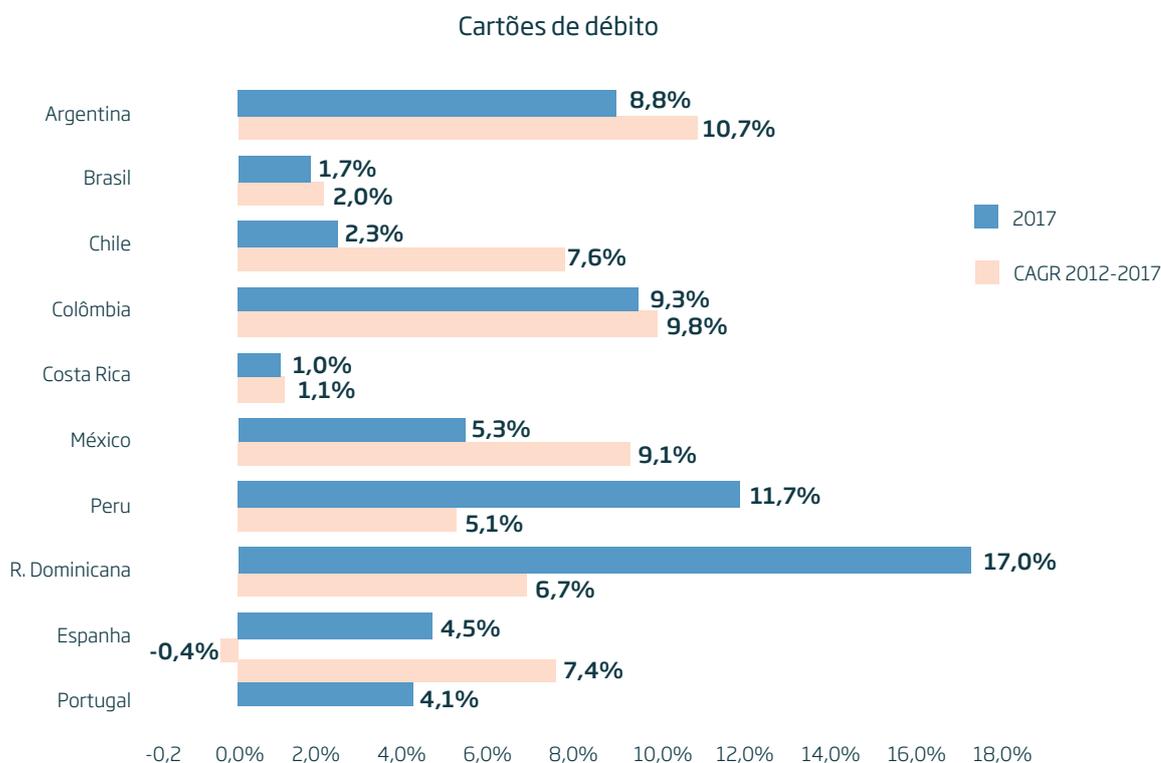
Em relação aos cartões de crédito, é importante mencionar a disparidade de resultados, se compararmos a evolução do

número de cartões dessa modalidade no último ano. Enquanto em 2017 o número de cartões na Costa Rica, Peru, Chile e na Colômbia foi reduzido (-2,5%, -2,4% e -0,5%, respectivamente), a Espanha registrou 7,5% de crescimento ao ano, um pouco abaixo do registrado em 2016 (8,8%). O México e a Argentina, por sua vez, cresceram 4,8% e 3,5%, respectivamente, em 2017.

O crescimento mais proeminente no período de 2012-2017 é o do Chile, que emitiu em total 6,5 milhões de cartões de crédito adicionais (15,2% CAGR), duplicando o número total em seis anos, seguidos pela Costa Rica (CAGR 8,1%) e a Colômbia (8,0%).

No período de 2012-2017, o número de cartões de crédito em Portugal sofreu 8,2% de redução (3,2 milhões), embora tenha passado por uma leve recuperação no último ano (0,5%).

Figura_4-7. Crescimento anual composto x crescimento no ano anterior; número de cartões de débito e crédito em 2012-2017

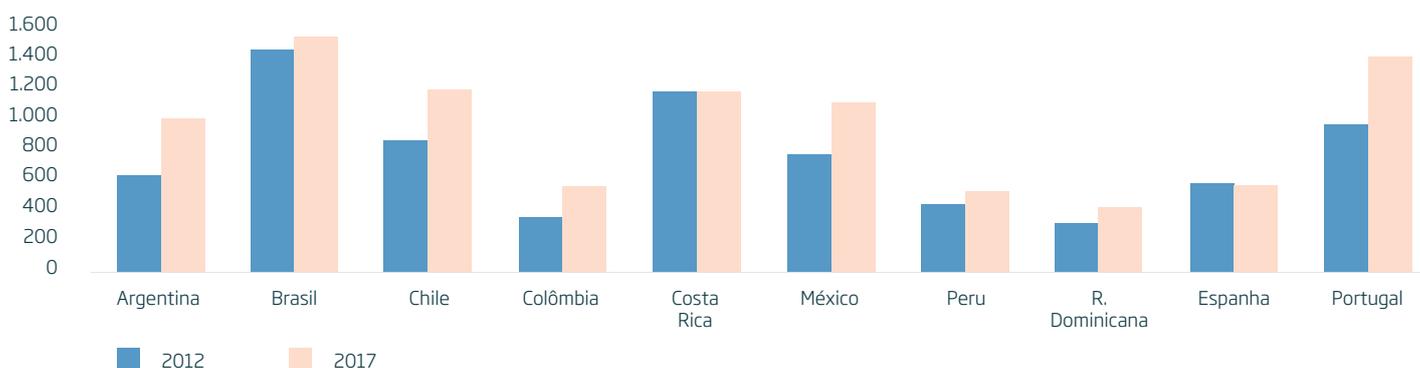


Fonte: Afi, com base em informações publicadas pelos Bancos Centrais e pelas superintendências dos bancos.

Analisando a presença dos cartões em circulação em relação ao tamanho da população, a **Figura_4-8** espelha certa estabilidade na modalidade de débito em mercados como o da Costa Rica, da Espanha, Brasil e do Peru, que apresentam crescimento reduzido em termos per capita durante o período de 2012-2017. Em compensação, em outros países da região, como a Argentina,

Colômbia, México e o Chile, houve crescimentos mais altos em termos per capita. Em Portugal, o número de cartões de débito por habitante também aumentou notavelmente, passando de 972 para 1.421 no período. O único país que registrou um número abaixo da unidade em cartão de débito em termos per capita em 2017 é a Espanha.

Figura_4-8. Número de cartões de débito em circulação por 1.000 habitantes em 2012 e 2017

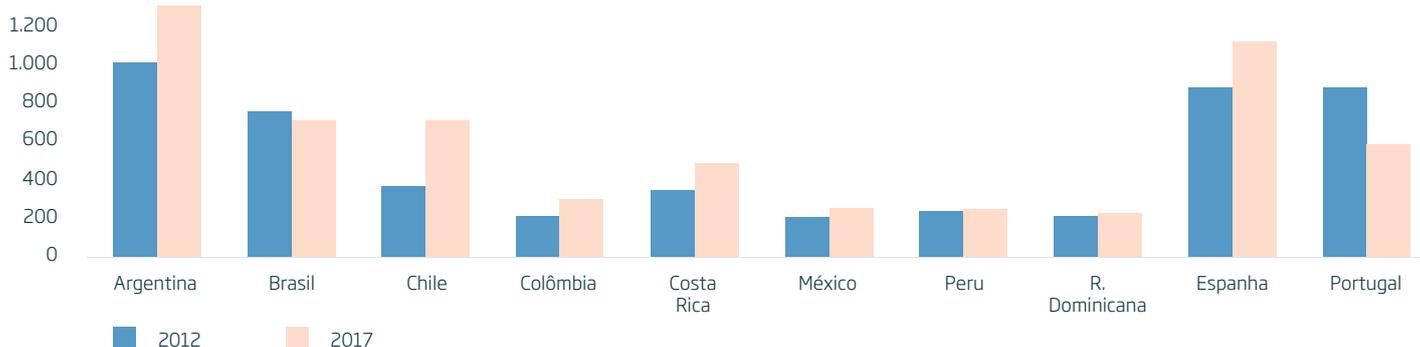


Fonte: Bancos centrais e superintendências de bancos. Os dados da Argentina são de 2016, provenientes do Yellow Book (2017).

O destaque da Argentina está principalmente em crédito, tanto pelo nível máximo atingido (1,3 de cartões de crédito por habitante) quanto pelo crescimento no período (**Figura_4-9**). O Chile, a Espanha, a Colômbia e a Costa Rica são países onde o número de cartões de crédito per capita teve um crescimento

significativo. Portugal, em compensação, passou de 884 cartões por mil habitantes em 2012 para 590 em 2017, um recorte também registrado no Brasil nesse período, embora em menor ordem de grandeza.

Figura_4-9. Número de cartões de crédito em circulação por 1.000 habitantes em 2012 e 2017



Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Os dados da Argentina são de 2016, provenientes do Yellow Book (2017).

A Espanha continua pela vereda de crescimento econômico - e, portanto, do consumo - e reforçou a mudança de tendência na evolução do número de cartões em circulação, como é mostrado pelos 4,8 milhões de cartões adicionais em 2017, perfazendo em total 79,3 milhões de cartões, superando em 3 milhões o recorde histórico registrado em 2008, embora com uma transferência de cerca de 5 milhões de cartões da modalidade de débito para crédito.

Em conjunto, em 2017, o número de operações de compra realizadas na Espanha com cartões espanhóis em PDVs (sem ser possível diferenciar entre as modalidades de débito e crédito devido às informações públicas disponíveis) aumentou consideravelmente (12,6%), uma taxa de crescimento mais alta e muito diferente daquela do seu equivalente de uso em caixas eletrônicos, que caiu 0,7%. O mesmo é observado em termos de valor das operações em PDVs, que cresceram 8,7% no ano passado e representam 11,9% do PIB (em USD).

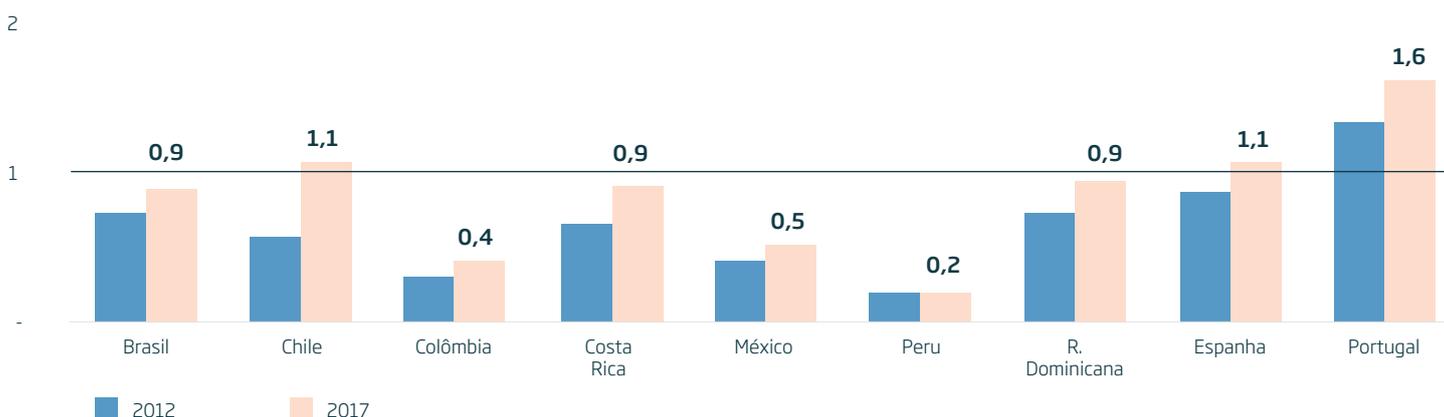
4. O setor em números

A tendência que intensifica a utilização de cartões como meio de pagamento direto em comparação com o saque em dinheiro em caixas eletrônicos é mantida, embora a um ritmo lento. Dessa forma, o valor das operações de pagamento com cartão em PDVs é sistematicamente maior que o valor dos saques com cartões em ATMs, registrando uma proporção de 1,1, ficando atrás apenas de Portugal (1,6), onde a proporção mencionada foi excedida em 2009 (Figura_4-10). O Chile excedeu a unidade em 2017 e a República Dominicana e a Costa Rica estão se aproximando a

ela; o Peru registrou a menor proporção (0,2; o valor de saques em ATMs é cinco vezes maior que o valor pago com cartões em PDVs), permanecendo inalterado nos últimos cinco anos.

A maior taxa de crescimento no número de transações de pagamento com cartão na Espanha fez com que a média de ticket continue sua trajetória descendente, oscilando em torno de 39 euros por transação de pagamento.

Figura_4-10. Índices de pagamentos com cartão em PDVs x saques de dinheiro em ATMs

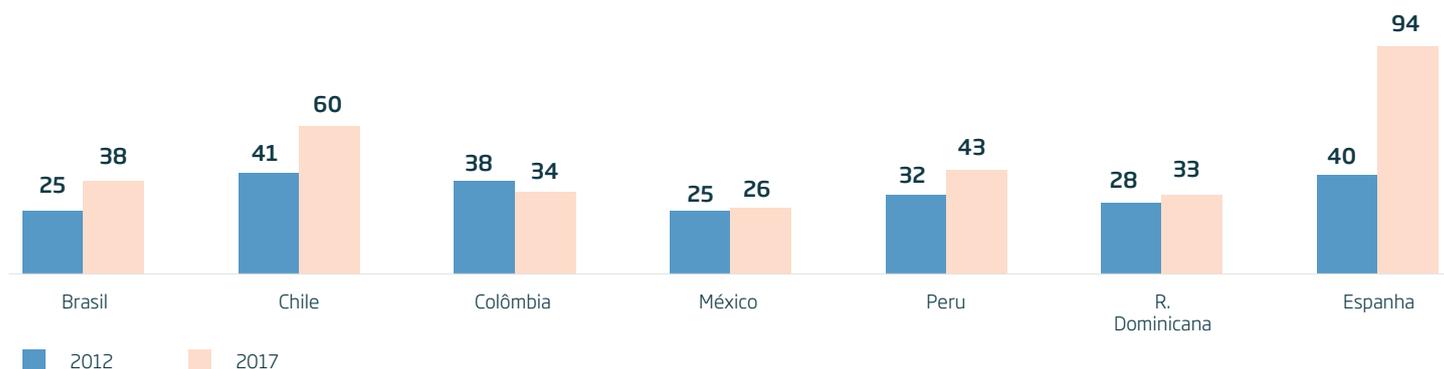


Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Os dados da Argentina são de 2016, provenientes do Yellow Book (2017).

A intensidade de uso dos cartões de débito é diferente entre os países, sem discriminar por tipo de operação (pagamentos e saques) mensurados como número de operações realizadas com cada cartão em circulação por ano (Figura_4-11 e 4-12).

Neste sentido, a Espanha e o Chile são os países mais dinâmicos em termos de utilização de cartões de débito, com 94 e 60 operações com cartões em 2017 respectivamente, seguidos pelo Peru (43) e pelo Brasil (38).

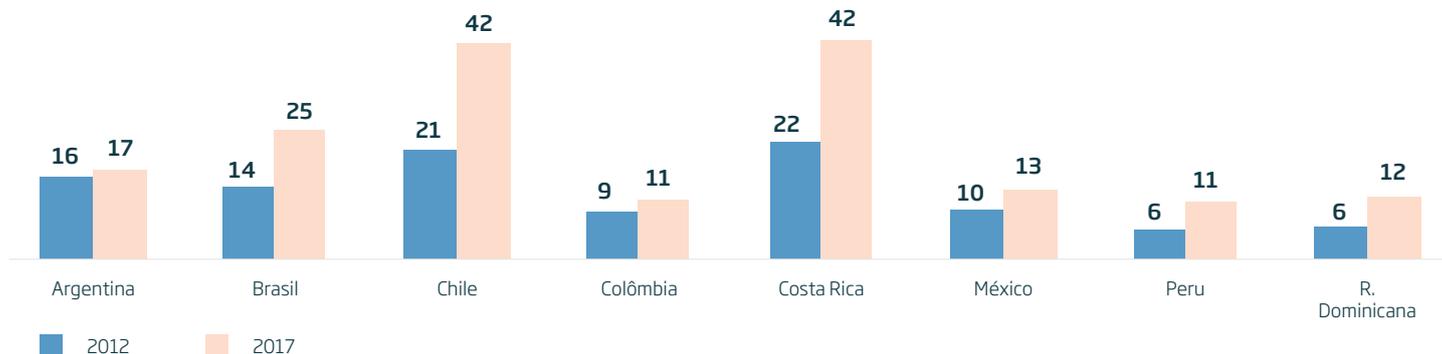
Figura_4-11. Intensidade de uso de cartões de débito: número de transações por cartão / ano.



Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos.

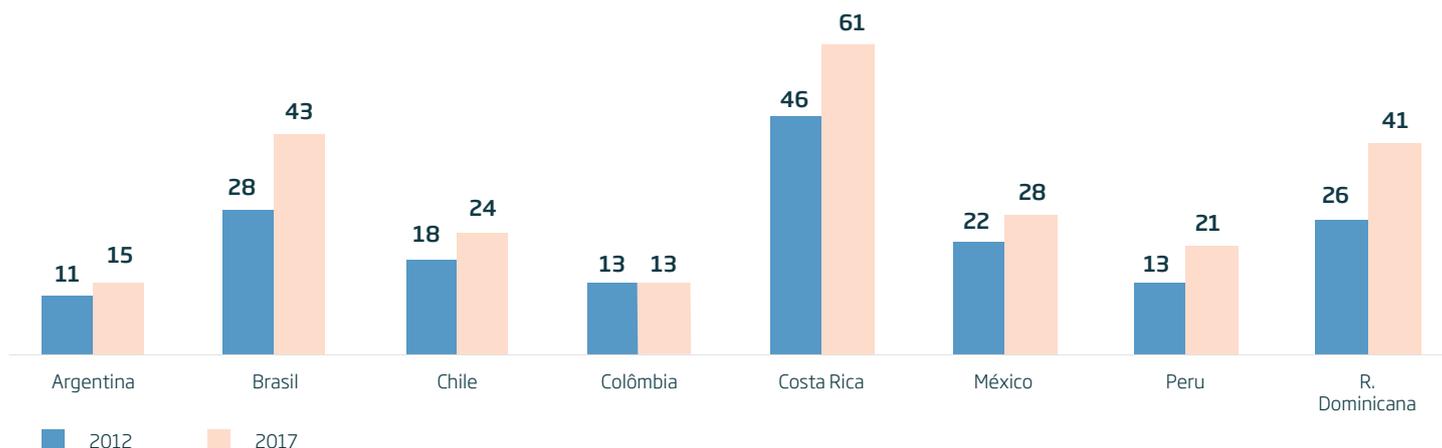
Em relação à intensidade de utilização de cartões de pagamento para realizar pagamentos em PDVs, o Chile e a Costa Rica estão à frente, com 42 transações por cartão/ano. Atrás estão o Brasil (25) e a Argentina (17), como observado na Figura_4-12.

Figura_4-12. Intensidade de uso de cartões de débito para pagamentos em PDVs: número de transações por cartão/ano.



Argentina são de 2016, provenientes do Yellow Book (2017)..

Figura_4-13. Intensidade de uso de cartões de crédito para pagamentos em PDVs: número de transações por cartão/ano.



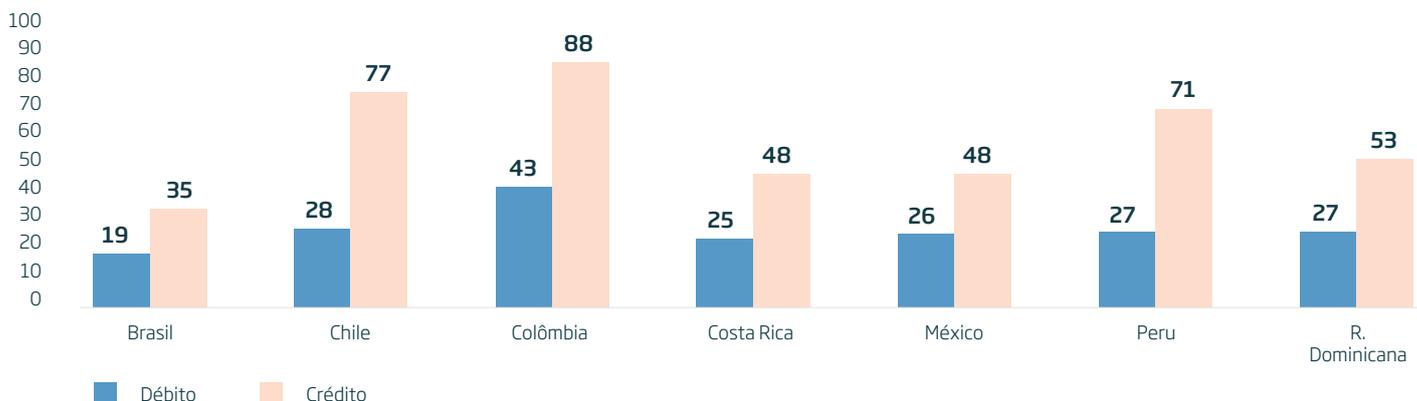
Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Os dados da Argentina são de 2016, provenientes do Yellow Book (2017).

Em termos de empréstimos, o destaque também fica com a Costa Rica, com uma média de 61 operações de pagamento em PDVs com cartão de crédito em circulação (**Figura_4-13**). A alguma distância estão o Brasil (43) e a República Dominicana (41). Portanto, é possível diferenciar entre dois padrões de uso de cartão em termos de intensidade de operação: Costa Rica, República Dominicana, México e Brasil com maior intensidade de uso do cartão de crédito; Chile com o maior uso relativo de débito. Os demais países mostram um comportamento similar em termos de intensidade de uso. As estatísticas na Espanha e Portugal, por sua vez, não permitem realizar essa análise segmentada usando o cartão (para pagamentos/saques) e a modalidade (débito/crédito).

Na América Latina, a média de consumo de cada pagamento feito com cartão de débito é semelhante em quase todos os países analisados, com um ticket médio de USD 28 em 2017, exceto a Colômbia, que registra um gasto mais alto, de USD 43 (**Figura_4-14**). Quanto aos cartões de crédito, o consumo médio por país aponta um comportamento desigual, em que os valores mais baixos são aqueles registrados por países como o México e a Costa Rica (48 USD) e a República Dominicana (53 USD), abaixo da média regional de 62 USD, enquanto os mais altos são aqueles mostrados pela Colômbia (USD 88), o Chile (USD 77) e o Peru (USD 71).

4. O setor em números

Figura_4-14: Média de tickets em cartões de débito e crédito; pagamentos em USD - 2017

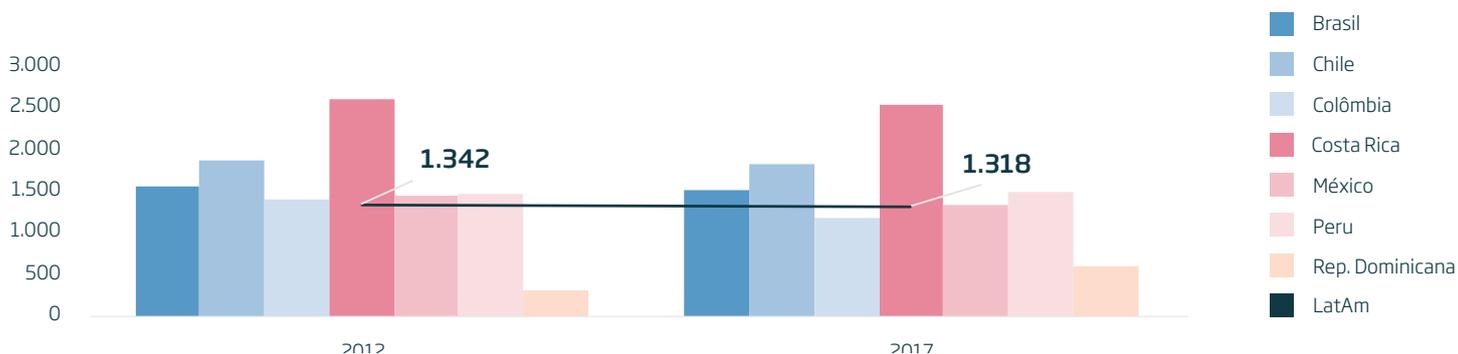


Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Dados não disponíveis para a Argentina.

Em 2017, os gastos anuais com cartões, diferenciando entre débito e crédito e considerando apenas sua função de pagamento, sobem para USD 514 em débito e USD 1.318 em

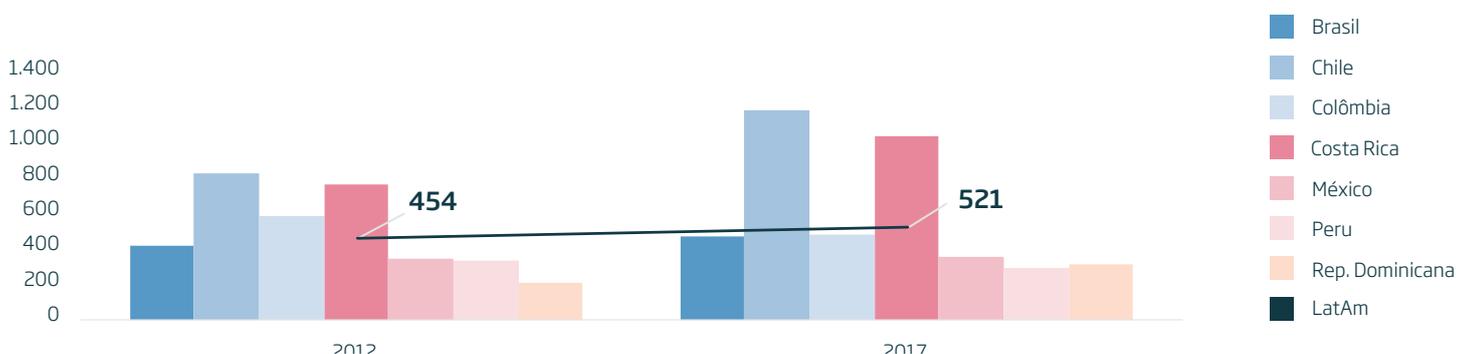
crédito para a média da região latino-americana, conforme demonstrado nas **Figuras_4-15 e 4-16**, com uma tendência claramente crescente no caso do cartão de débito.

Figura_4-15. Evolução das despesas anuais com cartão de débito (USD) - Pagamentos



Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Dados não disponíveis para a Argentina.

Figura_4-16. Evolução das despesas anuais com cartão de crédito (USD) - Pagamentos



Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Dados não disponíveis para a Argentina.

A facilidade de financiamento ao consumidor com cartão de crédito (**Tabela_4-6**), gerador de receitas financeiras associadas a um meio de pagamento, continua no maior dinamismo mostrado historicamente na América Latina em relação à Espanha. Assim sendo, nos últimos seis anos, o crescimento na Espanha chegou perto da casa de dois dígitos (9,8% de CAGR), embora a partir de níveis muito baixos. Na verdade, todos os países da região superaram a Espanha e Portugal em valor de financiamento ao consumidor com cartão de crédito em relação

ao PIB, especialmente o Chile (8,3%), a Colômbia (5,5%), a Costa Rica (3,4%) e o Brasil (3,0%), sendo os mercados que lançam mão com maior intensidade do financiamento ao consumidor por cartão de crédito. Os maiores valores médios são registrados no Chile (1.783 USD de financiamento vivo por cartão de crédito em circulação) e a Colômbia (1.122 USD), e o menor na Espanha (315 USD), na Argentina (346 USD) e no Brasil (414 USD). A Espanha e a Argentina também coincidem como os países com um conjunto de cartões de crédito maior que os de débito, como apontado acima.

Tabela_4-6. Financiamento para consumo com cartão de crédito, USD, 2017

	Valor (USD) por cartão de crédito	Valor total (% do PIB)	Valor
	2017		Índice composto de crescimento anual, 2012 e 2017
Argentina	346	2,2	38,8
Brasil	414	3,0	9,7
Chile	1.783	8,3	n.a.
Colômbia	1.132	5,5	11,7
Costa Rica	830	3,4	12,4
México	506	1,4	5,4
Peru	782	2,9	7,8
República Dominicana	405	1,3	12,8
<i>América Latina</i>	775	3,5	14,1
Espanha	315	1,2	9,8
Portugal	572	1,6	1,1

Fonte: Afi, de bancos centrais, superintendências dos bancos e associações de instituições financeiras

Para concluir esta seção de cartões, teria sido interessante poder falar sobre a transacionalidade dos pagamentos com cartão contactless em nossos países de referência, mas apenas poucos deles coletam essas informações das suas autoridades de supervisão de sistemas de pagamento. Por exemplo, o Banco de Portugal informa - como dados adicionais - que a tecnologia

contactless foi utilizada em 2017 em apenas 1,6% do volume e 0,6% do valor total de compras pagas com cartão durante o ano. O crescimento se concentrou nos distritos de Lisboa (+ 32% em volume, 30% em valor) e do Porto (+ 20% e 19% respectivamente), onde o comércio de varejo representou 85,8% do volume e 74,6% do valor das transações contactless no país.

Dinheiro eletrônico

Segundo o Banco Central Europeu, o dinheiro eletrônico é o valor monetário representado por um empréstimo cobrável ao emissor e que possui as seguintes características: (i) é aceito como meio de pagamento por outras empresas que não sejam o emissor; (ii) armazenado em meio eletrônico (hardware ou software); e (iii) emitidos após o recebimento de fundos cujo valor do montante não seja inferior ao valor monetário emitido. Na União Europeia, a base jurídica para a sua emissão foi estabelecida na Diretriz 2009/110/EC, e o conceito de regras de funcionamento como

meio de pagamento pertence ao escopo da PSD2. Este capítulo "O setor em números" deveria conter os dados correspondentes ao volume e ao valor das transações realizadas com dinheiro eletrônico nos países incluídos neste Relatório, a fim de garantir uma visão tão completa quanto possível da dimensão real dos pagamentos de baixo valor. Infelizmente, por enquanto, poucos países coletam e publicam informações de forma acessível a esse respeito, embora muitas vezes sim com alcance parcial com base em certo porte que o agente emissor de dinheiro atingiu. Isto é o que acontece na Argentina (onde o dinheiro eletrônico não é regulamentado), no Brasil e no Peru.

4. O setor em números

Assim sendo, tanto a Autoridade Bancária Europeia (EBA (na sigla em inglês), responsável pela elaboração da regulamentação da PSD2 que, entre outros aspectos, inclui normas relativas aos relatórios de transações em dinheiro eletrônico), como o próprio BIS, estão mergulhados na atualização dos requisitos de informações dos participantes do mercado. A EBA (na sigla em inglês) publicou em julho, em particular, o esboço final de normas técnicas após consulta para a cooperação “home-host”

no âmbito da PSD2, que prevê o escopo de colaboração previsto para o intercâmbio de informações.

Até que essas mudanças sejam materializadas e transferidas para o exercício de supervisão das autoridades correspondentes e, portanto, possam ser consultadas para alimentar este capítulo do Relatório, a **Tabela_4-7** oferece uma descrição do dinheiro eletrônico nos países cobertos do ponto de vista regulatório.

Tabela_4-7. Panorama regulatório do dinheiro eletrônico

	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	Costa Rica	México	Peru	Rep. Dominicana	Europa
Regulação expressa	Não	Sim, 2013	Sim, 2017	Sim, 2014-17	Não	Sim, 2018	Sim, 2013	Parcialmente	Sim, Lei 21/2011 referente a dinheiro eletrônico (Espanha), de 26 de julho de 2011.
Denominação	Carteiras digitais	Instituição de pagamento	Emissores não bancários de pré-pago com provisão de fundos	Empresas Especializadas em Depósitos e Pagamentos Eletrônicos (SEDPE)	Instituições financeiras ou públicas que obedecem ao processo de assinatura do SINPE.	Instituições de Fundos de Pagamento Eletrônico	Empresas Emissoras de Dinheiro Eletrônico (EEDE)	Administrador do sistema de pagamento	Emissores de Dinheiro Eletrônico (EDE)
Natureza das empresas	n.a.	Não disponível (n.d.)	Instituições não bancárias (bancos autorizados habilitados antes da lei)	Instituições financeiras	Entidades associadas ao SINPE	Instituições de tecnologia financeira	Entidades supervisionadas pela SBS (seção A, art. 16 e número 6, art. 17 da Lei 26702)	S.A. e pessoas jurídicas	Pessoas jurídicas autorizadas e sucursais da EDE cuja sede esteja domiciliada ou autorizada fora da UE.
Capital mínimo	Não aplicável (n.a.)	BRL 2M	Cooperativas: UF 400 mil	COL 5.800M	n.d.	Pendiente reglamentación	S/. 2,3 millones (oct- dic 2012); posteriormente sujeta a actualización trimestral (Art. 18 Ley 26702).	n.a.	350.000 € (Ley dinero electrónico 2011)*.
Autorização	Não	BCB se >BRL 500	SBIF e Banco Central	SFC	n.a.	CNBV	SBS	n.a.	Passporting de SEPA
Identificação simplificada	n.a.	Contas <BRL 5.000 /mês	< CLP 100.000 (remoto)	Saldos/ transações mensais <3 smlmv.	n.a.	Aguardando regulamentação	Contas simplificadas, saldo máx. S. / 2.000.	n.a.	< € 150
Número atual	4 (YB, 2016).	n.d.	n.d.	4 autorizadas	n.d.	n.d.	Todos os bancos (lei)	n.d.	EDEs registrados no BdE ~ 165
Número de contas/cartões pré-pagos (milhares)	34.130 (YB)	1.920 (YB, 2016)	n.d.	n.d.	252 (YB, 2016)	n.d.	n.d.	194	n.d.

Tabela_4-7. Panorama regulatório do dinheiro eletrônico (continuação)

	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	Costa Rica	México	Peru	Rep. Dominicana	Europa
Garantia de depósitos	Não	Não	Não	Sim (Fogafin)	n.a.	Não	Não	Não	Não
Permite intermediação	Não regulado; na verdade, é feito	Não	Não	Não	n.a.	Não	Não	Não	Não
Backup	Depósito em um banco comercial	Depósito no BCB. Fundos registrados em contas de pagamento.	Depósitos em contas à vista e investimentos no Tesouro	Recursos em depósitos à vista em entidades supervisionadas pelo SFC	As instituições financeiras devem associar o padrão da conta a todas as contas dos seus clientes gerenciadas.	Aguardando regulamentação	Trust	Conta corrente em entidade de intermediação financeira	Conta de pagamento do EDE
Juros?	Não regulado; Na verdade, sim.	Não	Não	Permitido	Sim	Não	Não	Sim	Não
Tributação	Isentas de IR	n.d.	n.a.	Isentas de ITF (4x1000) para pagamentos/saques até 65 UVT; saldos não embargáveis	n.a.	n.a.	Emissão isenta de IGV nos primeiros 3 anos de vigência da Lei.	n.a.	n.a.
Conexão com SNP?	Sim, planejada	Sim	Não	Não	Sim	n.a.	Não	Não	Depende da condição do EDE. Previsível com o anteprojeto da lei de PSD2 na Espanha.
Interoperabilidade	Sim (CVU)	Prevista	Não	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não
Referência jurídica	Comunicados do BCRA	Lei 12865 de 2013	A Lei 20.950 autoriza a emissão e operação de meios de pagamento com a provisão de fundos por entidades não bancárias (Lei de pré-pago).	Lei 1735 de Pagamento Digital e Decreto 4687 de Depósito Eletrônico (DE)	Regulamento do sistema de pagamentos	Lei para regulamentar as Instituições de Tecnologia Financeira (LIF), artigo 22.	Lei 29985, Dinheiro Eletrônico, de 2013	Primeira Resolução em 18/11/2014. Regulamentação do Sistema de Pagamento	Diretriz 2009/110 e suas reformas e transposições nacionais.

*A PSD 2 impõe requisitos adicionais aos previstos na Diretriz de dinheiro eletrônico e naqueles considerados no âmbito da PSD1.

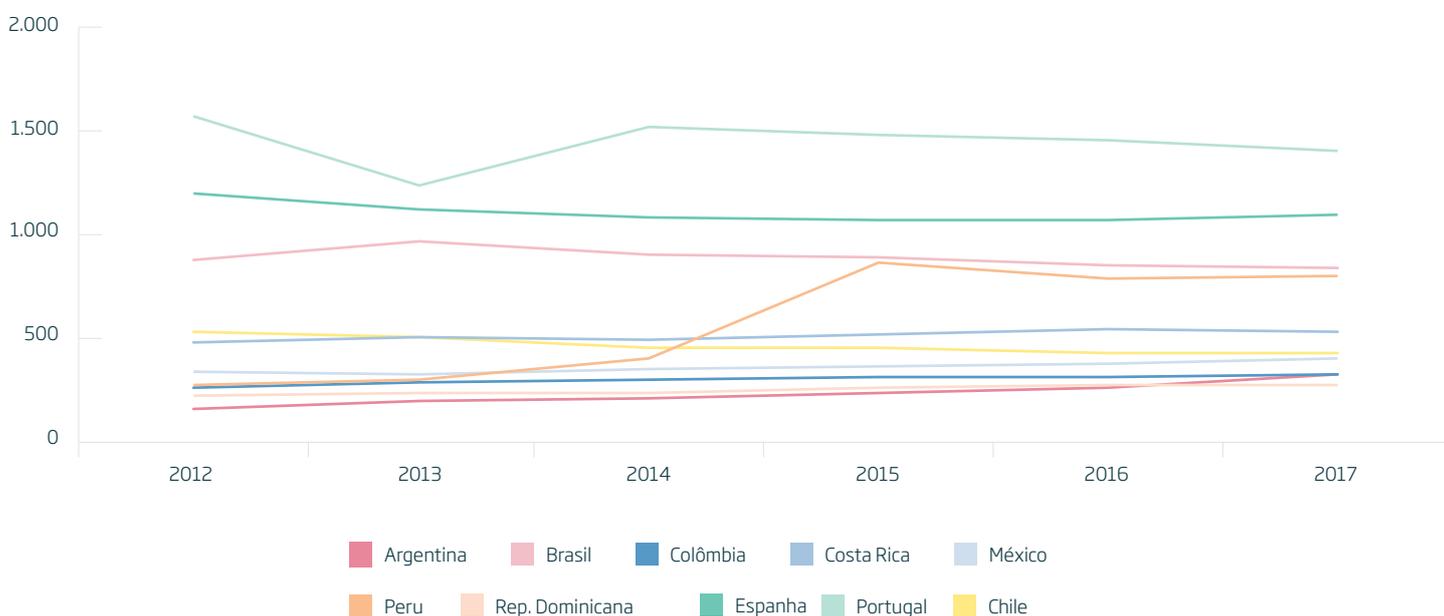
Fonte: Afi com base em normas nacionais, na superintendência dos bancos, Bancos Centrais e estatísticas do Yellow Book e do Red Book 2017 (dados de 2016) do BIS.

Redes de aquisição: caixas eletrônicos, PDVs e agentes bancários

Na América Latina, as redes de terminais de caixas eletrônicos (ATMs) e de terminais de pontos de venda (PDV) têm apresentado crescimento desigual nos últimos cinco anos, conforme mostrado na **Figura_4-17** para ATMS, e na **Figura_4-18** para PDVs. No Chile, a rede de caixas eletrônicos continua sofrendo uma redução da sua presença a um ritmo de -3,8% CAGR no período de 2012-2017, para o qual contribuiu

uma queda de 1,3% em 2017. A Costa Rica perdeu 2,1% em número de ATMs, primeiro ano da série em que apresentam queda. Em Portugal, a queda foi de 3,3% em 2017, enquanto a Espanha registrou o segundo ano de crescimento (1,8%), após uma queda ininterrupta desde 2008, deixando o número total de caixas eletrônicos em 90% do tamanho registrado naqueles anos antes da crise.

Figura_4-17: Número de ATMs por milhão de habitantes, 2012-2017

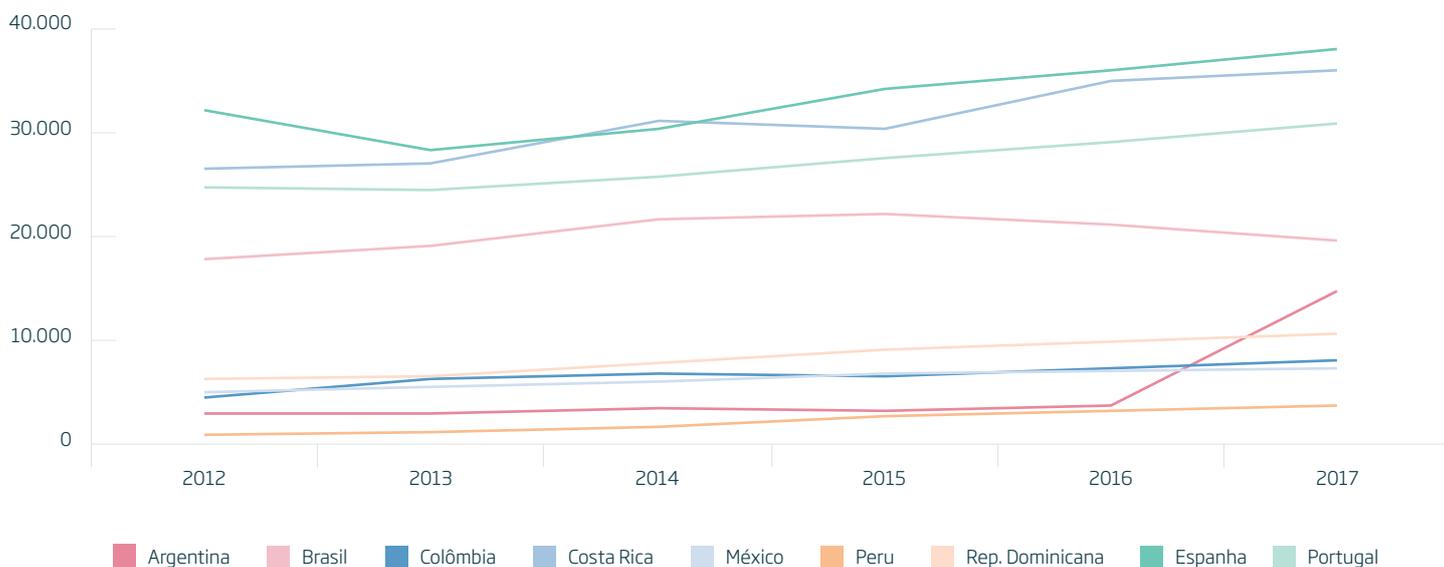


Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos.

A partir dos dados mostrados na **Figura_4-17**, o destaque é, sem dúvida, o crescimento excepcional da Argentina, com 22,5% de crescimento em 2017 (17,5% de CAGR no período), com uma rede de ATMs mais de duas vezes maior que aquela registrada em 2012, embora, como será visto abaixo, com muita margem de crescimento a ser coberta. O Peru sai da casa de dois dígitos em 2017 (2,9%), acumulando um crescimento anual de 25,8% no período, o que levou o país a multiplicar por três a rede de ATMs registrada em 2012. Assim, o país andino deu um salto de nível, atingindo 798 ATMs por milhão de habitantes, ficando situado nos registros per capita do Brasil (835). Desse modo, o Brasil e o Peru estão se consolidando como os países com maior cobertura per capita nessa variável. A República Dominicana, país que continua em último lugar em cobertura de ATMs por milhão de habitantes (276), atrás da Colômbia e da Argentina (320) e do México (398).

A **Figura_4-18**, por sua vez, revela uma evolução crescente da rede de PDVs, embora duas grandes categorias continuem presentes dentro do grupo de países representados: a Espanha, a Costa Rica, Portugal e o Brasil com mais de 20.000 PDVs por milhão de habitantes (38.000, no caso da Espanha, 36.000 na Costa Rica, 30.800 em Portugal e 19.800 no Brasil); e o Peru (3.900), o México (7.500) e a Colômbia (8.200) com menos de 10.000. A Argentina e o Peru, este em último lugar, registraram o maior crescimento ano a ano em número de PDVs instalados em 2017 (35,5% e 24,1%, respectivamente). A Espanha e Portugal registraram crescimentos positivos (5,4% e 5,0%, respectivamente), atingindo cerca de 1,8 milhões de PDVs instalados, no caso da Espanha, e 317.000 em Portugal. O Brasil, por outro lado, perdeu 6,5% do número total de PDVs registrado no ano anterior, o único país com comportamento negativo devido à perda de quase 300.000 máquinas de cartão.

Figura_4-18: Número de PDVs por milhão de habitantes, 2012-2017



Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Dados do Chile não disponíveis.

Como é possível ver na **Tabela_4-8** e na **Tabela_4-9**, o aumento do número de pontos de acesso contribuiu para aumentar o número e o valor das transações no período. A Argentina registrou um aumento espetacular na transacionalidade em ATM (40,7% em volume, 72,8% em valor), acompanhada a certa distância pelo Peru (9,4% e 8,8%, respectivamente). Considerando um amplo espectro

de transações com impacto monetário que podem ser feitas nos ATMs, além dos saques de dinheiro, em 2017, o valor médio por operação variou de USD 77 na República Dominicana até USD 419 na Argentina. A Espanha registrou uma transação média avaliada em USD 152, 70% a mais do que a registrada nos ATMs portugueses (USD 90).

Tabela_4-8: Uso de caixas eletrônicos, 2017, seleção de países

	Número de operações (milhões)	Valor (bilhões de USD)	Média de montante por operação (USD)	Número de operações	Valor
	2017			Índice composto de crescimento anual, 2012 e 2017	
Argentina	953	97	102	9,0%	30,1%
Brasil	4.440	421	95	1,9%	9,1%
Chile	535	46	85	2,9%	6,7%
Colômbia	710	80	113	6,1%	11,3%
Costa Rica	152	15	99	1,9%	10,5%
México	1.766	178	101	4,9%	8,6%
Peru	432	45	105	9,4%	8,8%
República Dominicana	105	8	77	6,4%	12,5%
Espanha	934	142	152	-0,9%	0,8%
Portugal	481	43	90	-0,2%	-3,3%

Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Os dados da Argentina são de 2016, provenientes do Yellow Book (2017).

4. O setor em números

Quanto ao valor médio dos saques em ATMs, o maior ainda é registrado pelo Peru (USD 152), embora o valor tenha sido reduzido consideravelmente em relação a 2012 (202 USD por saque), e a Espanha (igualmente USD 152), sendo que este último representa 70% mais do que saque médio em Portugal (USD 90). O único país no qual o valor médio dos saques aumentou durante o período analisado é a Costa Rica, que passou de USD 93 em 2012 para USD 98 em 2017.

A Espanha e Portugal reproduzem a tendência apresentada nas últimas edições deste Relatório, registrando uma queda na utilização dos caixas eletrônicos durante o período de 2012-2017 (-0,9% e -0,2%, respectivamente, em número de operações), embora tenham crescido aproximadamente 3,5% e 1,7%, respectivamente, em valor em 2017. Em 2017, os clientes

de bancos na Espanha realizaram saques em ATMs no valor de 122,474 bilhões de euros (em média, 2,4 milhões de euros por ATM, semelhante à média de 2,5 milhões em Portugal).

A tendência de crescimento foi acentuada no comportamento do volume de compras com cartão feitas através de PDVs em estabelecimentos comerciais do mesmo modo que no valor delas. O número de operações em PDVs (+ 12,6% e 9,0% em 2017) e o valor (8,7% e 10,4%) crescem na Espanha e em Portugal, contribuindo para que, no período de 2012-2017 a evolução mantivesse o sinal positivo em número de operações no caso da Espanha (+ 8,8% do CGAR) e em valor (+ 6,8% de CAGR). No que diz respeito a Portugal, o período de 2012-2017 acumulou uma queda de 3,4% do CAGR no volume de pagamentos com cartão em PDVs e de 3,8% em termos de valor.

Tabela_4-9: Utilização de PDVs, 2017, seleção de países

	Número de operações (milhões)	Valor (bilhões de USD)	Média de montante por operação (USD)	Número de operações	Valor
	2017			Índice composto de crescimento anual, 2012 e 2017	
Argentina	1.251	57	46	11,7%	9,3%
Chile	1.206	49	41	24,3%	16,3%
Colômbia	545	33	60	11,6%	-1,4%
Costa Rica	348	15	43	14,0%	11,8%
México	2.838	94	33	15,4%	5,6%
República Dominicana	156	7	44	15,6%	12,7%
Espanha	3.429	156	46	6,4%	0,0%
Portugal	1.143	70	61	-3,4%	-3,8%

Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Dados do Brasil e do Peru não disponíveis. Os dados da Argentina são de 2016, provenientes do Yellow Book (2017).

O valor médio por operação em PDVs é relativamente parecido em todos os países, independentemente da região: desde 41-46 USD registrados no Brasil, na Costa Rica, Argentina, República Dominicana e na Espanha até 60 na Colômbia e em Portugal. O México, por outro lado, registra a menor média de operação em valor, 33 USD.

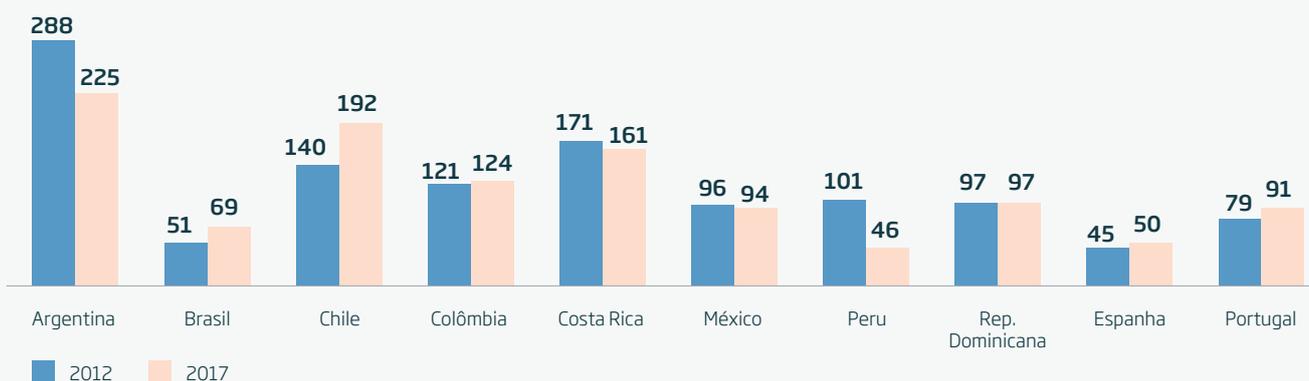
Crescimento no volume de compras com cartão feitas através de PDVs em estabelecimentos comerciais e no valor delas.

Quadro - Utilização de PDVs e ATMs

Se a Argentina e o Chile lideram em intensidade de uso de ATM (225 e 192 transações de saque por ATM/dia, respectivamente), o Peru se destaca pelo baixo uso registrado em 2016 (46 saques/ATM/dia), explicado em parte pelo espetacular crescimento do número total de terminais nos últimos dois anos.

A Espanha, com 50 saques/ATM/dia, está entre os países em que a intensidade de uso não muda em relação a 2012, comportamento também observado na Colômbia (124), México (94) e na República Dominicana (97). Em compensação, o Chile e Portugal (91) tiveram um aumento significativo na intensidade de uso desde 2012 e, agora, os caixas eletrônicos atendem 37% e 15% a mais de transações do que antes.

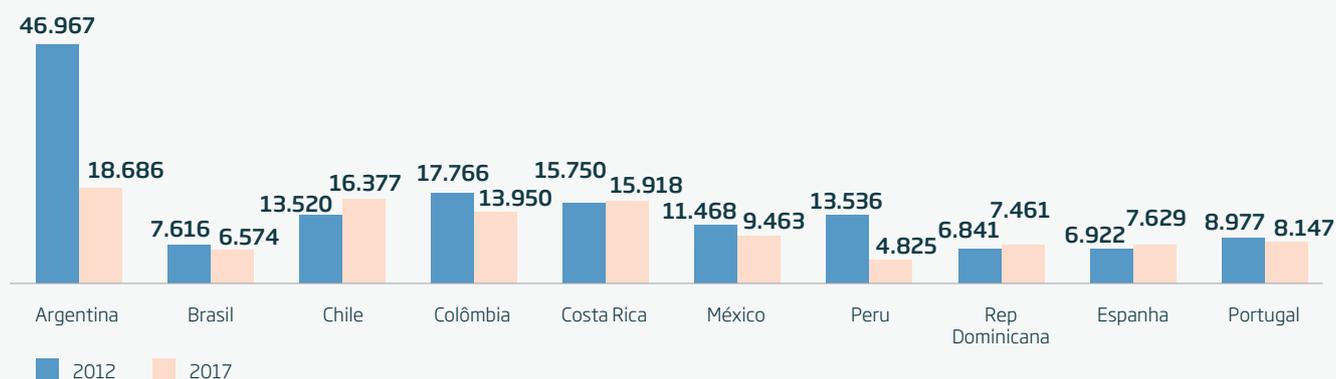
Número de transações diárias em ATMs, 2017



Exceto no Peru, em Portugal e na Colômbia, o aumento na intensidade de uso dos ATMs é menor do que o registrado por unidade de PDV, embora em ritmos diferentes dependendo do país. Por exemplo, em 2017, um ATM "atendeu" nove vezes mais operações do que um PDV na Espanha e em Portugal, enquanto na Colômbia esse índice sobe para 33 vezes, na Costa Rica 30 vezes e na República Dominicana 26 vezes.

Em termos de valor, os ATMs com os valores diários mais altos em transações são os chilenos, acompanhados de perto pelos costa-riquenhos (em média, cada ATM realiza transações em torno de USD 16.000), seguido pela Colômbia (USD 14.000). Os caixas eletrônicos com o menor valor comercial são os argentinos (USD 1.326/dia), peruanos e brasileiros.

Valor de transações diárias (USD) em ATMs, 2017



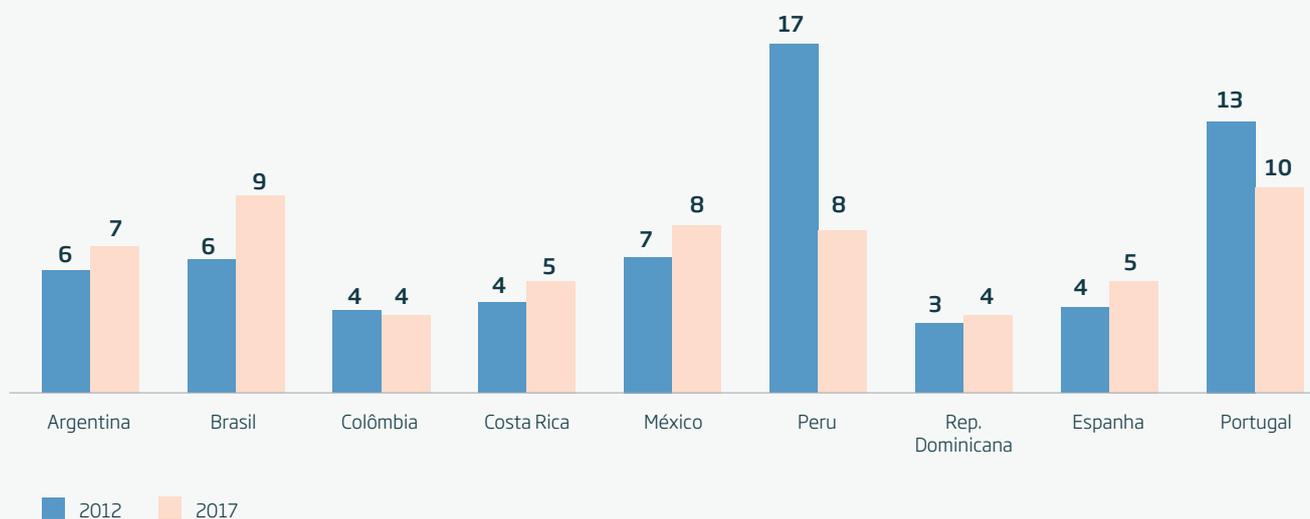
O número de operações diárias por PDV instalado, bem como o valor pago com eles, mostra diferenças muito notáveis, estando Portugal à frente nas duas variáveis: um PDV em Portugal recebe pagamentos no valor de USD 606 por dia, enquanto que, na Espanha, um deles mal

chega a USD 242, apesar de o número de operações de pagamentos em PDVs ter aumentado de 4 para 5 diariamente, sendo a metade deles registrados pelos PDVs portugueses e nos níveis da Costa Rica e da Colômbia.

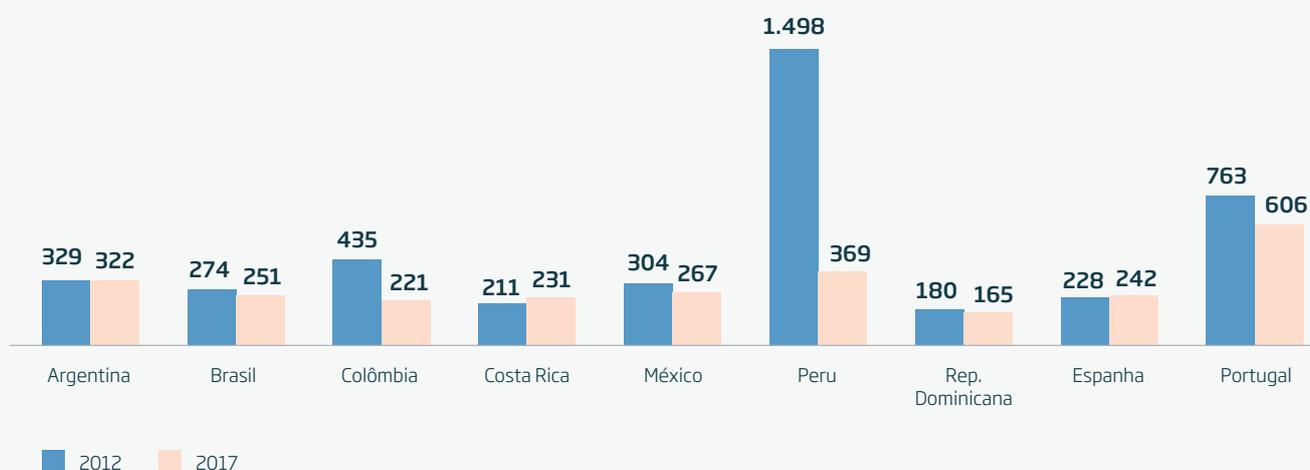
Quadro - Utilização de PDVs e ATMs

(Continuação)

Número de transações diárias em PDVs, 2017



Valor de transações diárias (USD) em PDVs, 2017

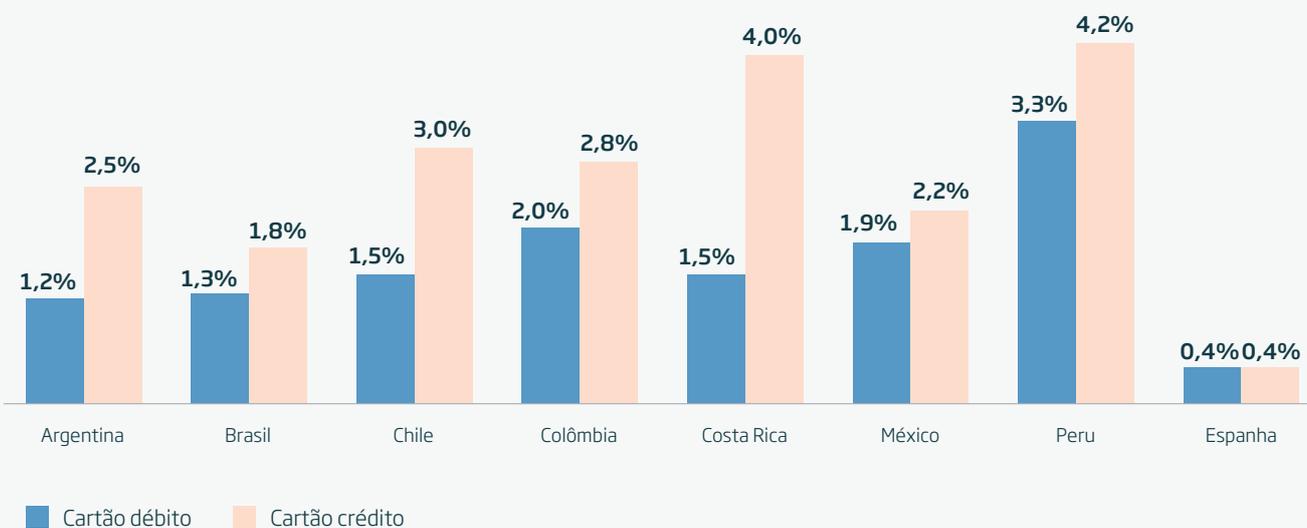


A intensificação da utilização dos PDVs bem como dos cartões é uma tarefa em aberto, a ser realizada pelos emissores e adquirentes em boa parte dos países incluídos neste Relatório, onde Portugal é a exceção mais clara à regra.

É importante que o ponto de venda não apenas adote, mas sim que motive e incentive a aceitação, para dar um impulso a essa intensificação de uso dos PDVs. Como regra geral, o principal motivo apresentado pelos pequenos estabelecimentos comerciais quando se trata de rejeitar

a aceitação do pagamento - como pôde ser verificado na edição de 2015 deste Relatório, quando o estudo de demanda focou nos pequenos comércios - é o custo dessa aceitação, composto pelas taxas de desconto que o banco adquirente cobra pela prestação do serviço. Simplesmente para fins informativos, complementamos as informações neste quadro com um resumo das comissões interbancárias e desconto do mercado (em média) em uma seleção de países - aqueles nos quais são de acesso público e/ou são regulados ou informados pela autoridade competente.

Taxas de desconto para cartões de débito e crédito; média do mercado, 2017

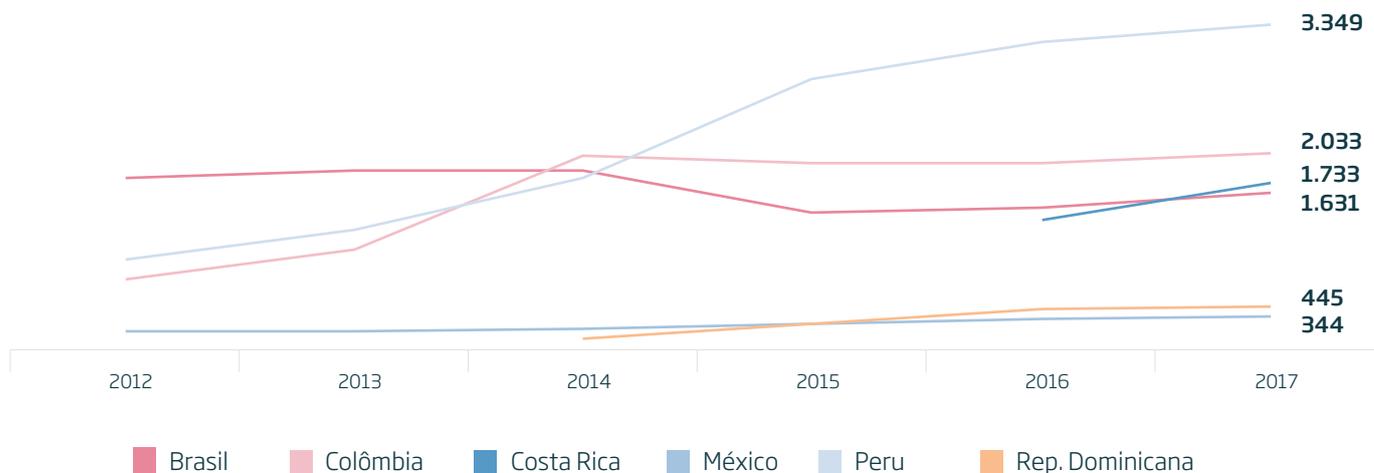


Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos. Os dados da Argentina são de 2016, provenientes do Yellow Book (2017).

Uma ferramenta-chave para facilitar a bancarização da população e a consequente ampliação dos meios de pagamento na região da América Latina e Caribe é o papel desempenhado pelos agentes não bancários, do qual fazemos o devido acompanhamento neste Relatório. O Peru continua sendo o país que lidera o ranking do número de agentes em relação à

população (**Figura 4-19**), com mais de 3 agentes por 1.000 habitantes. A Colômbia mantém o segundo lugar ao qual caiu em 2015, com 2 agentes por 1.000 habitantes, estando a Costa Rica em terceiro lugar e muito próxima do Brasil, pioneiro. A República Dominicana continua superando o México, o último, com crescimento lento.

Figura_4-19: Número de agentes bancários por milhão de habitantes, 2017



Fonte: Afi, com base nos bancos centrais e nas superintendências dos bancos.

Banco digital

O banco digital continua ganhando peso como um canal transacional para operações de pagamento, principalmente devido ao aumento do uso de dispositivos móveis como canal de acesso e início de transações, bem como pela maior oferta de serviços disponibilizados pelas instituições financeiras e prestadores de serviços de pagamento, que buscam garantir os omnichannels tendo como suporte os aplicativos móveis. Embora as transferências eletrônicas, o pagamento de serviços, o pagamento com cartões e a consulta de saldos e movimentos em conta sejam os principais serviços disponíveis por meio do banco digital e do banco móvel, a contínua inovação realizada pelas instituições expandiu esse espectro de produtos e serviços bancários digitais, e não é mais uma eventualidade encontrar bancos puramente virtuais que operam apenas em um ambiente digital; na verdade, é o futuro da indústria.

A **Tabela_4-10** destaca a presença do banco digital no campo transacional, embora não exista uma prática padronizada de “reporting” entre as autoridades responsáveis pela supervisão. Entre os países que conseguiram acessar informações e dados relevantes - ainda uma minoria - há uma coincidência no peso do valor das transações online com impacto financeiro no conjunto de operações bancárias de pagamento (ou seja, sem considerar consultas ou acesso sem ordem de pagamento ou transferência), que representam um terço do valor total, exceto no caso da Argentina, que não chega a 10%. No Peru é observada a maior variabilidade no percentual do número de transações, passando de 9,5% do total de transações para 47,2% das registradas pela Superintendência Financeira da Colômbia, acima dos 29,3% do Brasil. Para os casos da Espanha e Portugal, não existem dados oficiais disponíveis para esta variável, nem para os demais países da região da América Latina, uma área que sem dúvida alguma necessita de melhoria em matéria de “reporting” e acesso às informações.

Tabela_4-10: Banco digital, seleção de países, 2017, USD

	Número de usuários de banco digital	Número de operações (milhões)	% do valor total das operações	Valor (bilhões de USD)	% do valor total
Argentina***		64,56	8,2%	46,23	2,5%
Brasil*		20.605	29,3%	7,4	35,1%
Chile	9,3	451		0,23	
Colômbia*		5.153	47,17%	1,7	35,4%
Peru		174,5	9,5%	331,8	35,9%
República Dominicana**	3,3	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Espanha**	20,0	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Portugal	3,2	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Fonte: Afi, com base nos bancos centrais, nas superintendências dos bancos, Eurostat, ONTSI; dados não disponíveis da Costa Rica e do México

*Transferências pela Internet

**Número de usuários de banco digital.

***Transferências instantâneas de baixo valor de usuários de home banking.

Em relação ao pagamento móvel, neste ano também são poucos os países que coletam essas informações oficialmente. É necessário repetir que, ao analisar a evolução na adoção de serviços de banco móvel, bem como de pagamentos móveis, a escassez e a falta de homogeneidade das fontes de estatísticas oficiais em muitos dos países incluídos neste Relatório, não permite ter uma visão geral abrangente. Por isso é tão importante contar, neste Relatório, com a pesquisa de mercado abordada no Capítulo 6, com a qual é possível reduzir a lacuna de conhecimento na ausência de estatísticas públicas do lado da oferta, a partir da aproximação à demanda.

As transferências eletrônicas, o pagamento de serviços, o pagamento com cartões e a consulta de saldos e movimentos em conta sejam os principais serviços disponíveis por meio do banco digital e do banco móvel.

Pagamentos no comércio eletrônico

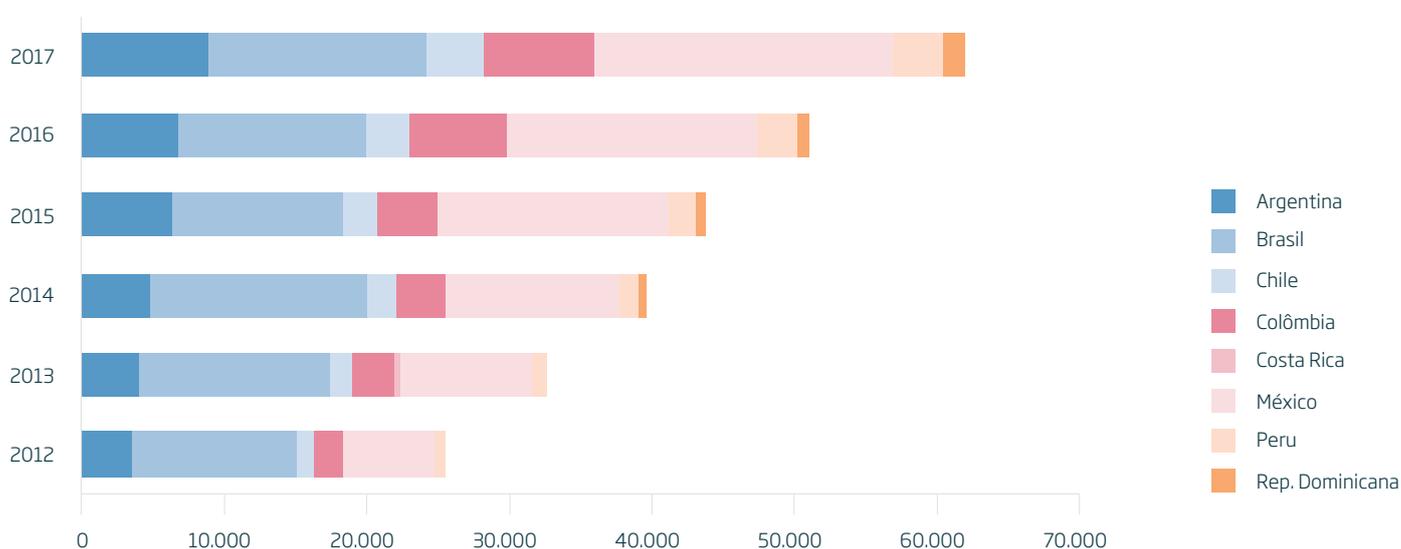
Nos últimos seis anos, o comércio eletrônico de varejo na América Latina experimentou um crescimento exponencial, duplicando amplamente o volume de vendas feitas por esse canal (USD 62 bilhões em 2017 x USD 25,5 bilhões em 2012), onde o México concentra um terço do valor das vendas registradas, seguido pelo Brasil com um quarto do valor.

O México, menos afetado pela desvalorização de sua moeda em 2017, ultrapassa o desempenho do Brasil com vendas totais de USD 21 bilhões em 2017 (USD 15,300 bilhões no caso do Brasil). A Argentina ocupa o terceiro lugar (USD 8,8 bilhões), seguida

pela Colômbia (USD 7,7 bilhões). A República Dominicana chega a USD 1,450 bilhões e permanece em uma posição mais atrasada.

É importante esclarecer que, ao contrário do que acontece na Espanha, onde a "Comissão Nacional de Mercados e Concorrência (CNMC, na sigla em espanhol)" publica uma série homogênea de dados de e-commerce com um alto grau de tabulação, a identificação dos dados oficiais do comércio eletrônico para os países da América Latina é um exercício mais complexo devido à heterogeneidade das fontes disponíveis para consulta, algumas delas não oficiais.

Figura_4-20. Comércio eletrônico, seleção de países da América Latina, 2017; milhões de USD



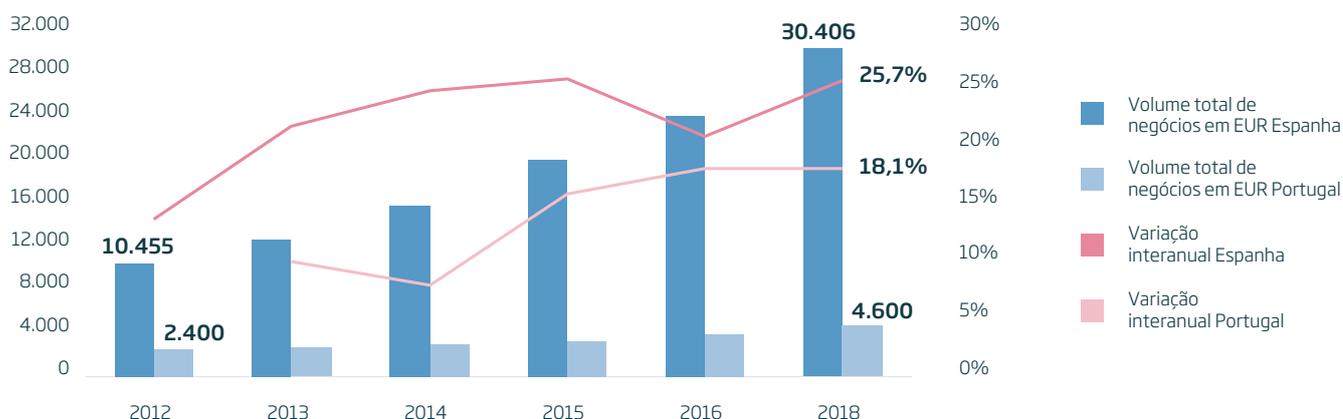
Fonte: Afi, com base nas câmaras nacionais e associações nacionais de comércio eletrônico e relatórios especializados. Não inclui dados da Costa Rica.

Os principais determinantes do crescimento do e-commerce e do m-commerce na América Latina apontados pelos especialistas entrevistados são, além do equipamento de meios de pagamento digital de pessoas físicas e jurídicas: os níveis de acesso e a utilização da Internet, juntamente com a extensão e a qualidade da banda larga; a oferta comercial, os serviços pós-venda e os desafios logísticos para a entrega "off-line" de produtos e serviços adquiridos online; e a confiança do canal em questões de segurança e controle de fraudes.

Na Espanha, o comércio eletrônico praticamente triplicou o faturamento desde 2012. Os números publicados pela CNMC referentes ao ano de 2017, que contabiliza as compras feitas via internet com cartão de crédito ou débito, endossam esse comportamento: foram registradas 514 milhões de operações de comércio eletrônico (30% a mais do que as registradas em 2016), representando um volume de negócios superior a 30 bilhões de euros, 25,7% a mais do que em 2016.

4. O setor em números

Figura_4-21. Comércio eletrônico, Espanha e Portugal, 2012-2017, milhões de euros



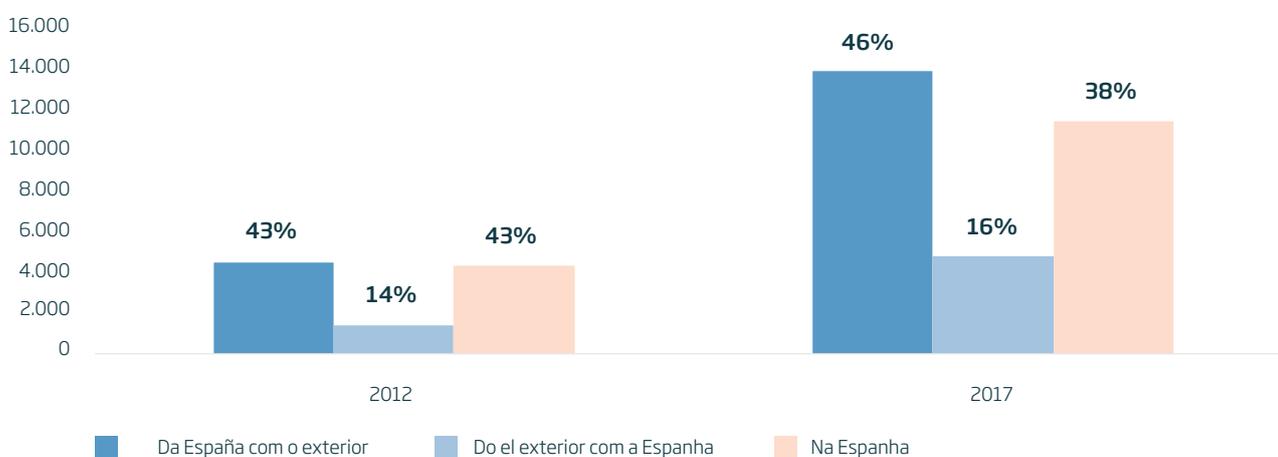
Fonte: Afi, com base na Comissão Nacional de Mercados e Concorrência e no Banco de Portugal.

Portugal, por sua vez, apresenta maior timidez tanto no sentido de dimensão-lógica, devido ao tamanho do seu mercado, quanto no sentido da evolução. Segundo o Banco de Portugal, foram registradas em 2017 transações de e-commerce no valor de 4,6 bilhões de euros, não chegando a duplicar o valor em relação a 2012, mas registrando um crescimento interanual de 18,1%. Em seu Relatório dos Sistemas de Pagamentos 2017, o Banco de Portugal reconhece que as compras online - pagas com cartões - representam apenas 3,9% e 5,9% do volume e do valor das compras totais realizadas em 2017.

Na Espanha, por setores, as agências de viagens e as operadoras de turismo concentram 13,7% do faturamento e mantiveram a liderança em 2017, embora sua representatividade em relação ao ano anterior tenha caído 5 pontos. Esse setor, juntamente

com os espetáculos artísticos, esportivos e recreativos (4,4%), os hotéis e acomodações (4,1%) e o transporte aéreo (3,3%) colocam o setor de turismo como líder indiscutível em comércio online na Espanha por receitas (25,5%). Por outro lado, o jogo e as apostas (3,7%) aumentaram significativamente o volume de negócios, superando o marketing direto (3,2%) e o vestuário (2,0%), cujo peso é reduzido em termos de faturamento relativo. Considerando o volume de operações, o marketing direto (5,9%) ocupa o primeiro lugar do ranking, com mais de 30 milhões de compras - 3 milhões a mais do que em 2016 - seguido por discos, livros, jornais e papelaria (5,1%) e vestuário (4,1%). A publicidade continua sua tendência de queda, principalmente no número de transações, representando 75% das registradas em 2014.

Figura_4-22. Comércio eletrônico na Espanha, 2012 e 2017, milhões de euros



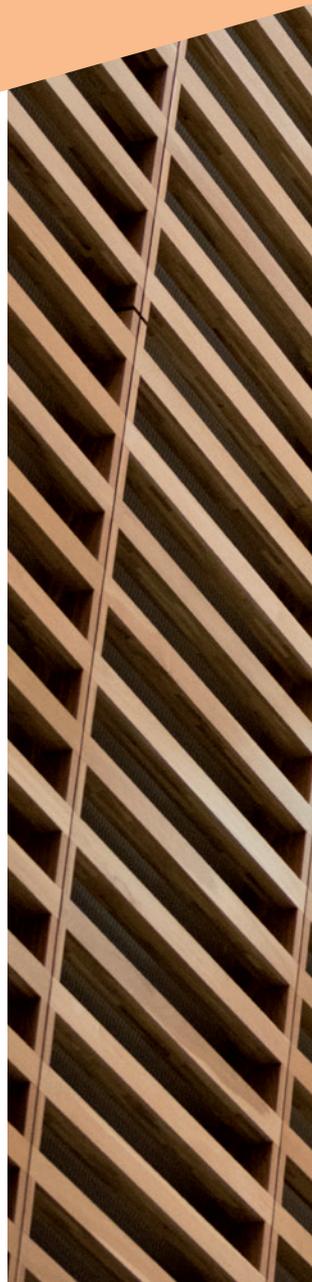
Fonte: Afi, com base na Comissão Nacional de Mercados e Concorrência.

O detalhamento das transações por origem e destino (**Figura_4.22**) permite observar a predominância de transações da Espanha no exterior (46%), associadas à importação de bens e serviços adquiridos online, cujo peso cresceu no período. Muito próximo, embora perdendo representatividade, estão as transações realizadas no mercado interno (38%); as transações registradas no exterior com a Espanha continuam situadas a uma distância considerável, isto é, as exportações de e-commerce (16%) que, em 2017, também retrocederam dois pontos em sua representatividade total, dados pouco positivos. Esta continua sendo, portanto, uma questão pendente para as empresas espanholas, que mostram um atraso importante na sua presença online no exterior.

Os níveis de acesso e a utilização da Internet, a qualidade da banda larga, a oferta comercial, os serviços pós-venda e a confiança do canal em questões de segurança são os principais determinantes do crescimento do e-commerce e do m-commerce na América Latina. Na Espanha, o comércio eletrônico quase triplicou o volume de negócios desde 2012, mas a presença online no exterior continua sendo um problema pendente.

O valor dos dados

5





Reporting y e transparência. O desafio dos dados

A economia de dados está redefinindo os novos modelos de negócios que compõem a indústria de pagamentos. Estamos diante de um ecossistema digital que tem como ponto de partida os bancos de dados para poder detectar novas oportunidades, mercados, produtos e serviços.

Assim, desponta uma cultura corporativa que gira em torno dos dados e levanta um novo paradigma, em que os protagonistas são a regulação, a transparência, a segurança e um foco “Customer Centric”.

O desenvolvimento tecnológico progride com rapidez e a grandes passos e, com ele, aparecem novos desafios para os agentes que interagem com a tecnologia. A digitalização transformou setores inteiros da economia, incluindo a indústria de pagamentos. O impacto mais óbvio da digitalização nos pagamentos é o aumento do tipo e da quantidade de dados coletados pelos prestadores de serviços de pagamentos (PSPs) - que são principalmente os emissores e adquirentes - bem como os reguladores, bancos centrais e outras autoridades, impelidos pela redução exponencial dos custos de captura, armazenamento e análise de dados, e a extensão dos recursos de computação necessários para realizar essas tarefas.

A aplicação da tecnologia - e das redes de comunicação baseadas na Internet - à produção de bens e serviços contribuiu de forma decisiva para dar uma nova forma às relações econômicas e sociais em escala global. Assim, na transição da era analógica para a digital, ocorrem transformações em todas as áreas, desde a forma de consumir bens e serviços até a maneira de produzir, distribuir, regularizar ou pagar por elas. Muitas dessas transformações estão agora em plena gestação.

As informações são o principal componente, aquele que permite que as transformações que observamos sejam realizadas, bem como dá lugar aos novos recursos para acessar, armazenar, tratar, analisar e entender essas informações e gerar conhecimento com base nelas. As informações são materializadas em dados, um produto essencial na economia digital. A quantidade e a variedade dos dados gerados por cidadãos, empresas, administrações públicas e, mais recentemente, embora não totalmente, pelos objetos (Internet das Coisas - IoT) aumentaram de maneira exponencial.

Essa nova realidade nos leva a um novo conceito associado à **economia digital**: a economia dos dados, ou o conjunto de iniciativas, atividades e/ou projetos, cujo modelo de negócios está baseado na exploração e na procura de estruturas de bancos de dados existentes (novos e tradicionais) para identificar novas oportunidades de gerar valor, produtos e serviços.

No campo dos pagamentos, esses novos recursos e habilidades estão focalizados, entre outros, em criar perfis de clientes, prevenir fraudes, mecanismos de recomendação, integração de informações externas (redes sociais, Internet das Coisas), na fidelização, no pricing e na otimização de processos em prol da maximização da eficiência. A questão é que o setor de meios de pagamento eletrônicos ou digitais representa um exemplo claro de “early adopter” da economia de dados.

O novo contexto de relações em torno dos dados inclui a necessidade de rever as regras do jogo para os agentes, porque isso representa uma mudança relevante nas maneiras de produzir e consumir, de planejar e gerenciar, de distribuir, e outros, todas elas derivadas de mudanças tecnológicas relacionadas com as informações, as comunicações e a globalização. Muitas vezes trata-se de dados pessoais com os quais é possível identificar uma pessoa específica, de modo que eles exigem uma proteção especial, como a prevista no novo Regulamento Geral de Proteção de Dados (doravante, RGPD) em termos de transparência, consentimento, finalidade, proteção, segurança, conservação, qualidade e precisão. É por isso que esse tipo de progresso exige uma estrutura regulatória com a qual seja possível desenvolver, por exemplo, a computação em nuvem, a conectividade dos dados móveis sem fronteiras e o acesso simplificado às informações, preservando a privacidade e a proteção dos dados pessoais e a cibersegurança, entre outros.

¹ Fundação Telefónica, 2017: Economía de los Datos Riqueza 4.0.

Disponível em www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/624/

Não é em vão que a Estratégia Europeia para o Mercado Único Digital tenha como objetivo aprimorar o acesso de consumidores e empresas a bens e serviços digitais em toda a Europa; criar os fundamentos adequados e garantir igualdade de condições para que as redes digitais e os serviços inovadores possam prosperar e maximizar o potencial de crescimento da economia digital. Paralelamente, existem várias medidas de regulação e políticas recentes que condicionam o modo como a indústria de pagamentos coleta, utiliza e compartilha os dados: a PSD2 (e a Open Banking Standards Initiative [Reino Unido, OBSI na sigla em inglês]); a Lei de Tecnologias Financeiras do México, o RGPD e a V Diretriz V AML/CFT, para mencionar as mais relevantes.

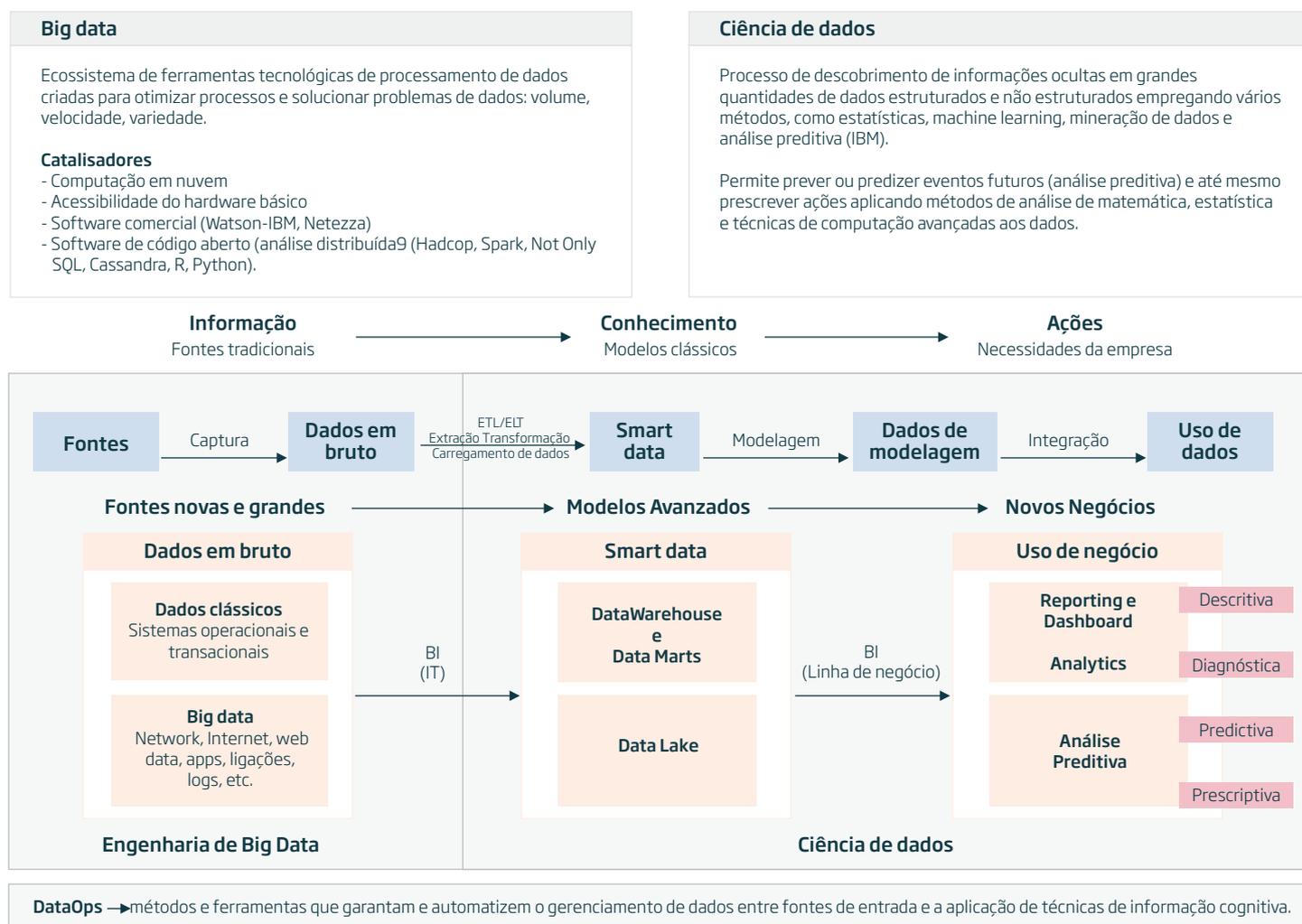
Em países como a Índia, foram emitidas novas regulações este ano para garantir a permanência de dados dentro das fronteiras nacionais, medidas que estão dando lugar a decisões corporativas de grande importância.

O Reserve Bank of India (RBI), especificamente, determinou em abril um período máximo de seis meses para que as empresas

de pagamento garantissem que os dados das transações dos clientes fossem mantidos armazenados em equipamentos dentro das fronteiras do país a fim de garantir um melhor monitoramento e acesso irrestrito à supervisão de tais dados - o que não afeta as transações de clientes estrangeiros. Operadores domésticos, como o Paytm, ou sistemas de pagamentos locais, como o Unified Payments Interface, concorrentes de sistemas globais como Visa, Mastercard ou American Express, aplaudiram essas regras e, inclusive, já concentram praticamente a metade do valor das transações de pagamento com cartão de crédito e débito no país, apesar de terem iniciado suas atividades há não muito tempo².

Quadro_5-1. Big Data, Ciência de dados e Inteligência Artificial

A revolução relacionada com os dados chegou ombro a ombro com os novos recursos tecnológicos para capturar, armazenar e processar grandes quantidades de dados estruturados e não estruturados, juntamente com as novas disciplinas científicas e ferramentas tecnológicas aplicáveis.



² Nesse sentido, o Relatório Tecnocom sobre Tendências nos Meios de Pagamento 2016 já estava avançado, quando "O futuro das marcas internacionais de cartões" foi abordado.

Quadro_5-1. Big Data, Ciência de dados e Inteligência Artificial (Continuação)

Inteligência Artificial

A computação cognitiva acontece quando a aprendizagem e a linguagem são integradas com outras funções psicológicas, quando as máquinas imitam funções cognitivas próprias dos seres humanos (capacidade de processar informações, aprender, raciocinar, memorizar, resolver problemas, tomar decisões e interagir com terceiros). Normalmente é identificado como a capacidade das máquinas de processar a linguagem natural, mais complexo e mais abundante que linguagens e códigos de programação.

APRENDIZADO PROFUNDO / Deep Learning

Conjunto de algoritmos que tenta modelar abstrações de alto nível nos dados e assimilar representações de dados.

Graças à neurociência, os modelos computacionais desenvolvem estruturas lógicas semelhantes à organização e funcionamento do sistema nervoso dos seres humanos - centros específicos de linguagem, redes especializadas na detecção de diversos aspectos da visão ou da expressão emocional, neurônios artificiais - para detectar as características dos dados ou objetos detectados.

APRENDIZADO AUTOMÁTICO / Machine Learning

Habilita a capacidade das máquinas de se autoprogamar e de aprender com base na sua própria experiência a partir de algoritmos avançados que instrumentalizam técnicas - "random forest", redes neuronais, métodos de combinação ou classificação dos dados aprendidos automaticamente e aos quais são capazes de responder preditivamente.

Tipos:

- **Supervisionado:** exige intervenção humana para apontar o que está certo ou errado (reforço) e para proporcionar a semântica necessária para que os algoritmos aprendam (por ex., etiquetar palavras, objetos, imagens, para que a máquina aprenda).
- **Semi-supervisionado:** os algoritmos possuem um conjunto de instruções de treinamento com os quais pode gerar generalizações e classificações automáticas sem intervenção humana posterior.
- **Não Supervisionado:** os algoritmos são capazes de aprender sem intervenção humana anterior a partir da semântica incorporada nos dados não estruturados e construindo representações estruturadas de forma independente.

Quadro_5-2. Tipo de dados

A norma ISO / IEC 2382-1 define dados como a "representação reinterpretável de informações de modo formalizado, adequado à comunicação, interpretação ou processamento". A OECD define os dados como um recurso de infraestrutura, passíveis de serem usados por um número ilimitado de agentes para um número infinito de aplicações. Na estrutura de dados, cada dado é uma parte mínima das informações.

Os metadados são informações adicionais sobre os dados, descrevem outros dados, ajudam a situá-los e contextualizá-los: quanto à localização (referência geográfica), data e hora, dispositivo usado para capturar, transmitir ou armazenar, tamanho e tipo de extensão do arquivo, versão do software, etc.

Nós geramos dados que são transmitidos por vários canais - navegadores, aplicativos da Web, redes sociais, apps, etc. através de dispositivos que, hoje, pertencem ao dia a dia - smartphone, computador, tablet e outros conectados à Internet, como smartTV, smartwatch, home assistant para segurança ou controle climático etc., e que chegam em tempo real aos bancos de dados. A Internet das Coisas (IoT) e os sistemas M2M (Machine to Machine) representam um grande avanço na captura de dados.

Os dados podem ser categorizados de acordo com vários critérios, sendo estes os mais relevantes:

³ OECD. (2014). Data-Driven Innovation for Growth and Well-being.

Quadro_5-2. Tipo de dados
(Continuação)



Fonte: Afi

O valor dos dados no setor de pagamento

De acordo com a Payment Systems Regulation, a mudança tecnológica impelida pelo aumento da capacidade de computação, pelo armazenamento acessível e pelos softwares capazes de gerenciar grandes conjuntos de dados para extrair conhecimento, está permitindo coletar, processar, compartilhar e usar dados associados a pagamentos a um custo muito menor em uma escala maior do que nunca.

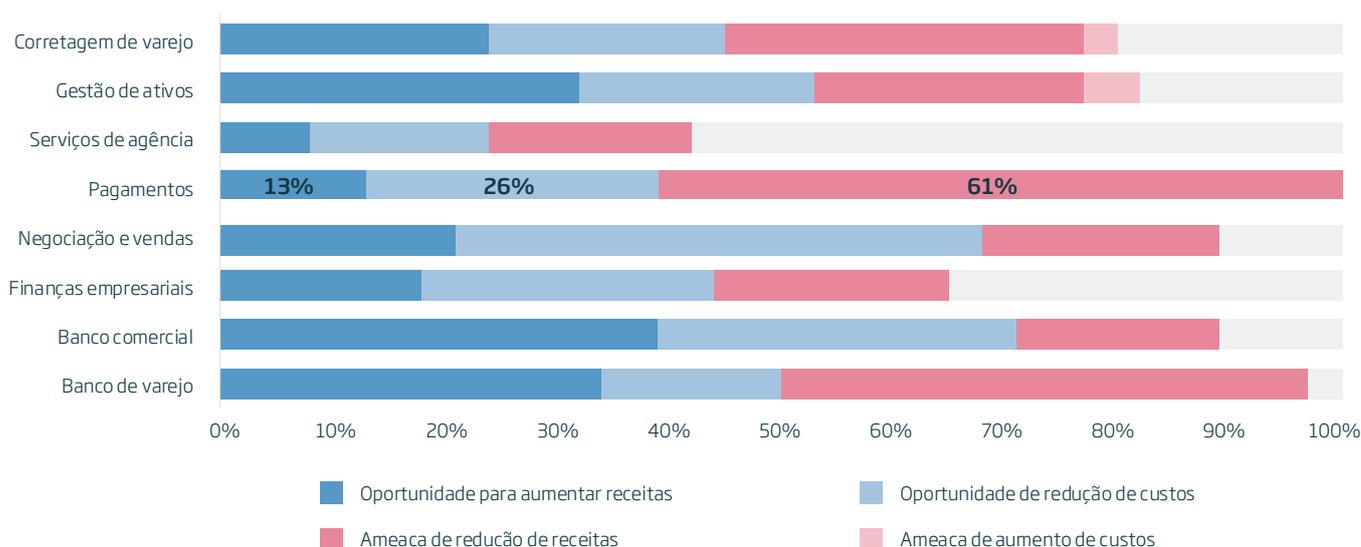
É importante abordar a questão do valor dos dados em um relatório como o presente, porque, se existe um ramo que possa ser considerado early adopter da geração e da utilização de dados, então é justamente aquele desenvolvido pela indústria de pagamentos eletrônicos ou digitais. Este é um setor em plena transição, desde sua atribuição inicial praticamente exclusiva ao setor financeiro até o expoente dos data driven businesses, cujo ecossistema é pouco parecido àquele que predominava há apenas 20 anos (século XX).

Os dados de pagamento são a combinação de dados financeiros, transacionais, comportamentais e outros, coletados pelos prestadores de serviços de pagamento (PSP) e outras entidades no processo de prestação de serviços de pagamento a usuários finais. Os PSPs podem empregar os dados de pagamento para (i) a prestação de serviços e personalização de produtos; (ii) o desenvolvimento e aprimoramento de produtos e serviços; (iii) venda cruzada de produtos e serviços; (iv) a prevenção e detecção de fraude; (v) obtenção de valor comercial (por exemplo, venda de relatórios estatísticos); e (vi) conformidade com as regulamentações, entre outras utilizações.

Provavelmente, hoje o maior potencial para a monetização de dados é proveniente da combinação de dados de emissão e adquirência para relacionar as preferências do consumidor com estabelecimentos comerciais, canais e produtos preferenciais, realizando a referência geográfica das transações e compreendendo a dinâmica dos mercados em níveis diferentes (local, global). Os PSPs mais bem posicionados para capturar essas oportunidades são, em princípio, aqueles que têm uma forte presença em ambos os lados (de emissão e adquirência) em mercados específicos, ou que atuam de um dos lados com a capacidade de desenvolver alianças eficazes com fornecedores do outro lado do mercado.

Não é em vão que a prestação de serviços de pagamento em seu aspecto de adquirência seja vertical, segundo a percepção coletada pela Autoridade Bancária Europeia (EBA, por sua sigla em inglês) através de bancos europeus, mais propensos a serem ameaçados em sua capacidade de gerar receitas. A inovação impelida pelos novos agentes, que agora são participantes ativos na indústria de pagamentos, bem como a regulamentação que possibilita essa inovação e a crescente concorrência, motivaram os PSPs tradicionais a capitalizarem essa oportunidade de alavancagem da enorme quantidade de dados controlada por eles. Estes, juntamente com dados de fontes externas, têm o potencial de representar novas propostas de valor para os clientes.

Figura_5-1. Percepção do impacto das fintechs nas linhas de negócios dos bancos



Fonte: Afi, com base no EBA (2018) Report on the impact of fintech on incumbent credit institutions' business models.

⁴ Payment Systems Regulator PSR (Junho 2018). Discussion paper: Data in the payments industry DP18/1. Consultado em 15/10/2018 no site <https://www.psr.org.uk/psr-publications/consultations/discussion-paper-data-in-payments-industry>

É possível observar, nos países analisados neste relatório, diversos níveis de desenvolvimento diferentes da economia de dados na indústria de pagamentos, conforme mostrado pelo barômetro mencionado no capítulo 3 sobre a visão do setor.

Em alguns casos, os PSPs tradicionais estão começando a definir o escopo dos dados coletados por eles - do armazenamento em silos para a exploração científica dos dados geradas nas diversas unidades de negócio para criar uma visão unificada do cliente - enquanto em outros eles já estão muito avançados em termos de inovações próximas ao conceito de Open Banking.

Novos modelos de negócio: passagem para a economia digital e o ecossistema de “data driven companies” (DDC)

Enquanto todos os tipos de empresas são chamados para se tornar uma data driven company (DDC - Empresa dirigida por dados), o ramo de pagamentos tem sido pioneiro na adoção de uma abordagem baseada em dados, seja por conformidade regulatória, impulso inovador ou por competição de mercado.

Os DDCs são empresas baseadas em análise de dados com uso intensivo de ferramentas de análise inovadoras, sem hierarquias tradicionais e são governadas e avaliadas por objetivos. Em uma DDC, os dados são o coração dos processos e de tomadas de decisões; os modelos de negócios são basicamente dois: (i) aqueles que usam os dados dos clientes de serviços de pagamento para a melhor prestação de tais serviços; (ii) aqueles que capturam dados de clientes de serviços gratuitos para transferi-los para terceiros.

Quadro_5-3. Plataformas digitais e a PSD2

A PSD2 introduziu mudanças que afetam plataformas digitais ou os marketplaces na Europa. Muitas daquelas que gerenciam seus próprios pagamentos assumiam a isenção dos chamados “agentes comerciais” que os isentava de solicitar uma licença para o processamento de pagamentos, até à entrada em vigor da PSD2.

Agora, a isenção do agente comercial está disponível apenas quando um agente comercial atua em nome do pagador ou do beneficiário, mas não em nome de ambos. Se atuar para ambas as partes, a plataforma só poderá evitar o requisito de licença do serviços de pagamento se não possuir ou controlar os fundos, ou seja, se tiver

A inovação impelida pelos novos agentes na indústria de pagamentos e a regulamentação motivaram os PSPs tradicionais para representar novas propostas de valor para os clientes.

Plataformas digitais

O principal componente das DDCs são as plataformas digitais, que atuam como intermediárias entre licitantes e licitados de um mercado (marketplaces). Na ausência destes, os altos custos de pesquisa e coordenação entre as duas partes do mercado - compradores, vendedores - impediriam que fossem realizadas muitas transações que agora são possíveis.

As plataformas digitais já transformaram uma ampla gama de setores e continuarão fazendo o mesmo em outros setores, aproveitando as economias de escala, além das economias de rede, cuja existência continua representando um desafio importante para as estratégias de negócios, estruturas de mercado e, portanto, de regulação.

Os elementos básicos que estão presentes nas plataformas digitais são, principalmente: (i) os serviços em nuvem, (ii) API; (iii) o código aberto como acelerador; (iv) a mobilidade; e (v) a IoT.

o suporte de um provedor licenciado. De acordo com a PSD2, a isenção de agentes comerciais continua sendo aplicável: “às operações de pagamento do solicitante ao beneficiário através de um agente comercial autorizado por meio de um acordo para negociar ou realizar a compra ou venda de bens ou serviços por conta apenas do solicitante ou do beneficiário”.

As plataformas também devem considerar se seus serviços de pagamento são uma “ocupação ou atividade comercial habitual”, tendo em vista que, de acordo com a PSD2, a natureza obrigatória da licença “deve ser limitada a prestadores de serviços cujos serviços de pagamento sejam prestados como ocupação ou atividade comercial usual”.

Fonte: Afi, com base na PSD2

API e Open Banking

As interfaces de programação de aplicativos (APIs, na sigla em inglês) permitem que aplicativos de terceiros acessem dados de empresas ou administrações públicas. A API é um mecanismo para conectar dois softwares para troca de mensagens ou dados em formato padrão.

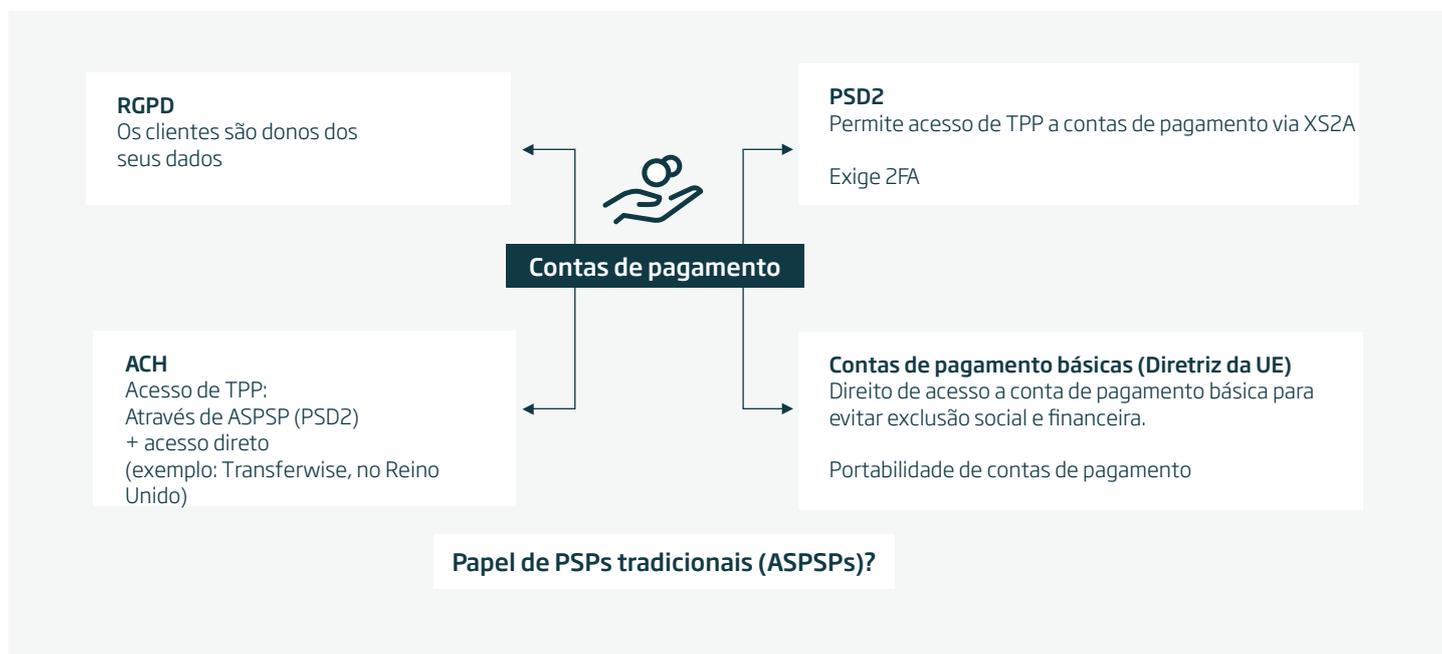
Existem empresas cujo negócio é proveniente, em grande parte, de suas APIs. Outras pertencentes a setores diferentes estão adotando essa abordagem e modificando seus processos para cumprir as normas (como no caso da PSD2) e também devido às novas condições de mercado.

O Open Banking, ou banco aberto, é um claro exemplo da combinação do modelo de plataformas e inteligência artificial, uma nova abordagem de negócios com a qual é possível sincronizar dados de clientes de posse de instituições financeiras com dados de outros prestadores de serviços

financeiros - através de aplicativos - para expandir a oferta de serviços financeiros aos consumidores. É o resultado das duas grandes forças anunciadas na última edição e seu consequente feedback: regulação e inovação.

Nesse novo cenário de concorrência crescente, o papel dos bancos na era digital irá além do de mera prestação de serviços financeiros, e incorporará uma nova função eventual, imprescindível na economia digital: tornarem-se gestores da identidade digital dos seus clientes, conforme recomendado pelo World Economic Forum (WEF, sigla de Fórum Econômico Mundial). Na verdade, a licença bancária é a autorização oficial por meio da qual os bancos podem ser os únicos custodiantes autorizados para cuidar das contas de pagamento dos clientes. A questão, no entanto, é a seguinte: Os bancos estão preparados para oferecer as APIs adequadas? E para gerenciar a identidade digital de seus clientes?

Quadro_5-4. Os bancos, custodiantes exclusivos de contas de pagamento



Fonte: Afi

Nesse contexto de inovação em pagamentos, o destaque fica com o Reino Unido, país pioneiro em Open Banking e onde desde 13 de janeiro de 2018 nove instituições bancárias foram chamadas para praticar Open Banking.

O papel dos bancos na era digital irá além do de mera prestação de serviços financeiros: converter-se tornarem-se gestores da identidade digital dos seus clientes.

Quadro_5-5. Open Banking Standards Initiative (OBSI)

Parte do pacote de medidas da Competition and Markets Authority (CMA, sigla de Autoridade de Concorrência e Mercados) que realizou sua pesquisa do mercado bancário de retail (Retail Banking Market Investigation), consistia em forçar os nove maiores provedores de conta corrente a aplicarem as normas de OBSI.

Quando o cliente dá seu consentimento, cada um dos nove bancos é chamado para fornecer a outros PSPs o acesso seguro a contas correntes específicas através da API. O

Comparação dos requisitos de acesso a dados na OBSI: PSD2 e remediações da CMA (1T2018)

Open Banking Limited foi criado para facilitar a mudança, desenvolvendo padrões de API para que os diferentes softwares de diversas instituições financeiras possam interagir e trocar dados.

O objetivo geral da OBSI, que é aplicável apenas no Reino Unido, é semelhante à PSD2, porque exige que os bancos proporcionem acesso aos dados da conta do cliente, mas o alcance desses dados e das partes afetadas é um pouco diferente daquele da PSD2.

Tipos de datos accesibles

PSD2 - 1T2018:

Todos os tipos de contas de pagamento

- Contas de poupança de acesso fácil-flexíveis
- Contas pessoais de cartões de crédito
- Contas de dinheiro eletrônico
- Outras contas de empresa

Medidas da CMA - 1T2018:

Customer account data

- Contas de poupança de acesso fácil - flexíveis
- Contas pessoais de cartões de crédito
- Contas de dinheiro eletrônico
- Outras contas de empresa

Medidas CMA - 1T2017:

Produto e dados de referência

- Informações de produto
- Comissões e taxas para seus produtos
- Termos e condições
- Requisitos de elegibilidade de produtos
- Localização e horário de atendimento de sucursais
- Localização do ATM

Empresas chamadas para compartilhar dados de clientes

Allied Irish Bank of Ireland
Barclays
Danske
HSBC
Lloyds Banking Group
Nationwide
RBS Group
Santander
CMA

Os demais AISPSPs (PSPs bancários)
PSD2

Empresas autorizadas a acessar dados de clientes dos PSPs listados acima

Prestadores de serviços de Informação de Contas (AIS, na sigla em inglês) Prestadores de Serviços de Iniciação de Pagamentos (PIS, na sigla em inglês)
PSD2

Todos os outros prestadores terceiros (TPP, na sigla em inglês) e PSP bancários
CMA

Fonte: Afi, com base na PSR (2018)

5. O valor dos dados

Hoje, o ecossistema de Open Banking é composto por três tipos principais de agentes: (i) o provedor de dados (banco ou custodiante de contas de pagamento de clientes); (ii) terceiros prestadores de serviços (TPP), organizações que solicitam permissão para acessar dados de clientes, mediante autorização preliminar da parte interessada, e recebem e processam tais dados; e (iii) os clientes, proprietários dos dados, que têm a opção de autorizar seu acesso e disponibilidade para terceiros para o usufruto de produtos e serviços de valor agregado.

No Open Banking, os dados são compartilhados entre os agentes que garantem autenticação, autorização e consentimento, considerando diferentes níveis de acesso de diferentes permissões e criptografia. Os canais de acesso e compartilhamento de dados entre softwares fornecidos como padrão ou normatizados são precisamente APIs.

A melhoria na experiência do usuário de Open Banking vem de mãos dadas hoje em dia com a identidade e o on-boarding digital para acessar novas propostas de valor, como comparadores, Personal Finance Management (PFM), financiamento, verificações de acessibilidade, detecção de fraude, controle e gerenciamento de dados pessoais e processos de registro/autenticação com terceiros, ágeis e simples.

Blockchain

Um novo paradigma em potencial da economia dos dados está relacionado com a blockchain, ainda em fase de amadurecimento, dez anos depois da apresentação teórica do bitcoin no documento “Bitcoin: um sistema de dinheiro eletrônico peer-to-peer”.

O blockchain, como outras tecnologias de cadeia de blocos (DLT), tem a capacidade de armazenar e gerenciar cadeias de dados de forma descentralizada e distribuída, garantindo a imutabilidade dos dados (que não são modificáveis), bem como sua proteção (estão criptografados) e sincronização.

O potencial do blockchain como ferramenta de gerenciamento de identidade digital - entre muitos outros aplicativos que estão sendo explorados e até mesmo já se encontram em operação - foi o que deu o impulso a iniciativas, como o consórcio sem fins lucrativos Alastria, a primeira rede de blockchain com permissão nacional, multissetorial e com suporte empresarial, como o caso da Minsait (Indra), que procura fornecer na Espanha a infraestrutura básica de blockchain/DLT e o padrão de identidade digital para que as transações na rede sejam válidas legalmente. Dessa forma, o consórcio busca fazer com que a sociedade espanhola esteja devidamente preparada para desenvolver sua própria estratégia de economia digital.

O BID-Lab (Laboratório de inovação do Grupo Banco Interamericano de Desenvolvimento, anteriormente conhecido como FOMIN), que foi inspirado pelo Alastria e com sua participação ativa um ano após sua criação, anunciou em outubro de 2018 o lançamento da LAC-Chain, uma aliança para fomentar o desenvolvimento de um ecossistema de blockchain na América Latina e no Caribe.

Como vimos no capítulo 3 deste Relatório, o setor não prevê uma revolução de blockchain nos pagamentos nos próximos anos, principalmente na dimensão de varejo.

Novos produtos e serviços

Em 2018, o Fintech Knowledge Hub da EBA publicou seus primeiros produtos de conhecimento. Em particular, em março, publicou um relatório sobre os riscos prudenciais em potencial e as oportunidades resultantes das fintechs, e em julho de 2018, um relatório temático sobre o impacto das fintechs nos modelos de negócio das instituições de crédito tradicionais. Neste último, a EBA (na sigla em inglês) identifica sete casos de utilização em que as novas tecnologias já estão sendo aplicadas - ou serão aplicadas em um futuro muito próximo - a processos, procedimentos e serviços financeiros.

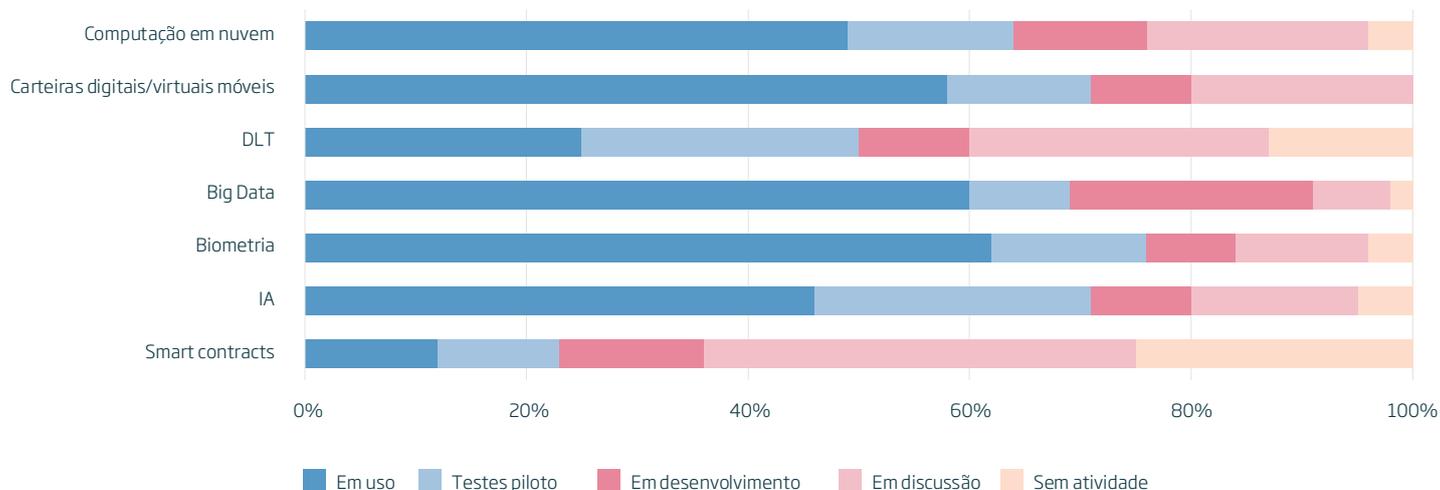
- Autenticação biométrica.
- Robot advisors para assessoria financeira/de investimento.
- Big Data e machine learning para análise e scoring de riscos.
- Distributed ledger technology (DLT) e smart contracts para trade finance.
- DLT para simplificar os processos de KYC e due diligence do cliente.
- Carteiras digitais/móveis com o uso de NFC.
- Terceirização ou subcontratação do core bancário ou do sistema de pagamento na nuvem pública.

No entanto, a EBA não observou um processo destas novas tecnologias sofisticadas que seja aplicável de modo significativo pelas instituições predefinidas, fazendo alusão a possíveis preocupações de segurança e ao desconto de expectativas possivelmente superdimensionadas dos novos agentes fintech. O que é possível ver é o dinamismo na aplicação de tecnologias para extrair valor dos dados para aprimorar os produtos e serviços já existentes no mercado. Isto é o que acontece com os CRMs avançados, com os serviços de atendimento ao cliente, a visualização da saúde financeira (PFM) e a gestão de riscos, para citar alguns dos mais populares.

⁵ Entre os membros do consórcio estão o Banco Santander, BBVA, CaixaBank, Bankia, Banco Sabadell, Kutxabank Banca March, Caja Rural Cajamar, Iberpay, BME, Repsol, Iberdrola, Gas Natural Fenosa, Endesa, Cepsa, Roca Junyent, Everis, Indra, Grant Thornton, Garrigues, Cuatrecasas, Accenture, Deloitte, Fujitsu, Inversis, Mapfre, Telefónica, Orange, MásMóvil, RTVE, SAP, Viesgo, Wordline, Comillas Icaí-Icade e as Universidades de Girona, Málaga, Valencia e San Pablo-CEU, além da Comissão Nacional do Mercado de Valores (CNMV). A lista completa e atualizada de membros associados ao Alastria pode ser consultada através deste link: https://alastria.io/lista_asociados#all

⁶ Aliança formada pelo Consórcio Alastria, Consensus, Everis, NTT Data, Enterprise Ethereum Alliance, RSK, e com a expectativa de integrar a Ethereum Foundation, Hyperledger, o MIT Media Lab, a IBM e a Accenture.

Figura_5-2. Status de adoção de tecnologias financeiras pelas entidades predefinidas



Fonte: Afi, com base no EBA (2018) Report on the impact of fintech on incumbent credit institutions' business models (Resultados preliminares).

Do ponto de vista dos riscos prudenciais, existe uma tendência crescente de risco operacional derivada da acentuação dos riscos de TIC, devido à incorporação gradativa de soluções baseadas em tecnologia pelas entidades. A dependência de fornecedores terceirizados, de fabricantes de dispositivos, maior risco legal e

de conformidade regulatória, bem como os possíveis impactos negativos no risco de conduta e risco reputacional já fazem parte do alto risco operacional neste novo contexto.

Desafios

Os PSPs enfrentam muitos desafios para passar para um modelo de DDC e maximizar o valor extraído dos dados gerados com base nas operações oferecidas por eles aplicando ferramentas de Big Data, disciplinas da ciência dos dados e inovações de inteligência artificial.

Há muitas dimensões dos desafios a serem levadas em consideração, desde a conformidade regulatória - setorial (pagamentos) e cruzada (proteção de dados, cibersegurança, concorrência) - passando pela mudança de cultura empresarial tão necessária, que envolve tornar-se um DDC, até levar em consideração as capacidades, percepções e hábitos do usuário final, que será aquele que irá "adquirir" os novos serviços com base em dados.

Regulação, auto-regulação e reputação

Os princípios básicos da regulação ideal (basicamente proporcionalidade, flexibilidade, neutralidade tecnológica, serviços versus entidades e transversalidade) deveriam governar na elaboração das regras do jogo aplicáveis ao negócio de pagamento. Na verdade, há muitas vezes pedindo uma regulação dos grandes da Internet (Google, Apple, Facebook, Amazon, entre outras) comparável, no campo dos pagamentos, àquelas dos PSPs tradicionais ou das suas próprias fintechs.

Assim, a criação e a estruturação de novos produtos e serviços baseados em dados exigem uma compreensão profunda e genuína dos aspectos básicos e transcendentais, como a privacidade e a segurança, para o que é necessário criar uma equipe multifuncional ágil dentro da empresa, com talento digital e especializada em compliance e riscos corporativos. É preciso ter clareza quanto ao tipo de dados disponíveis para sua reutilização, diferenciado entre aqueles que devem ser protegidos (dados fechados, pessoais, que afetem a pessoas identificadas ou identificáveis) ou abertura (dados abertos, devidamente anonimizados e sem a necessidade de autorizações específicas).

5. O valor dos dados

No primeiro caso (dados pessoais), eles podem ser usados e explorados desde que exista o consentimento do proprietário, um “interesse público” ou até mesmo um “interesse legítimo” de uma empresa, conforme definido no novo documento RGPD.

Em relação aos dados de pagamento, a PSD2 fornece uma definição em seu artigo 4 relativa a dados de pagamento confidenciais como aqueles dados “inclusive credenciais de segurança personalizadas, que podem ser usados para realizar fraudes”. Para as atividades dos prestadores de serviços de iniciação de pagamentos (SIP) e de informações de conta (SIC), o nome do titular da conta de pagamento e o número da conta não representam dados de pagamento confidenciais de acordo com a PSD2 e, mais especificamente, para o RTS correspondente da EBA. Portanto, a falta de uma definição exata de “dados de pagamento confidenciais” representa um desafio de interpretação, arbitragem e conformidade para as AISPS (principalmente, os bancos), em sua obrigação de cumprir os dois preceitos do RGPD e da PSD2, cuja harmonização neste sentido continua sendo difusa até hoje.

Focando nos cartões de pagamento, o padrão de segurança do PCI DSS é aplicável a entidades que processam, transmitem ou armazenam dados de autenticação confidenciais porque, tanto os dados do PAN (sigla em inglês de Primary Account Number, que consiste no Bank Identification Number - BIN - e outros dados de identificação) e os dados de CVV2 (dados de autenticação confidenciais, armazenados no cartão e necessários em pagamentos não presenciais) devem ser protegidos, mesmo que não possam ser visualizados por essas entidades.

No segundo caso - dados que devam ser objetos de abertura, ou Open Data, o relatório Reutilização de dados abertos: Uma oportunidade para a Espanha, da Fundação Cotec para a Inovação (2017), analisa as mais de 20.000 fontes de dados abertos encontradas naquela época na Espanha. Esse relatório chega à conclusão de que, embora em 2016 a Espanha fosse um país de referência na Europa devido aos avanços na abertura de dados pelo European Data Portal, ainda existem pontos fracos relevantes que impedem a criação de negócios inovadores, entre os quais se destacam os seguintes:

- Falta de homogeneidade e qualidade dos dados: apesar de que a maioria dos serviços gerados a partir dos Open Data baseia-se na utilização de geolocalização e atualizações de dados em tempo real, poucos dados publicados em portais abertos possuem referências geográficas (menos de 10%) ou são atualizados em tempo real (menos de 1%)
- Falta de uso de ferramentas de gerenciamento de portais e de padronização de modelos de dados
- Conhecimento limitado dos gerentes de portais de dados abertos em relação a como estes são utilizados: 40% dos portais não têm registros de acesso aos seus dados

Em junho de 2018, a Secretaria de Estado da Sociedade da Informação e a Agenda Digital do Governo da Espanha apresentaram os resultados preliminares da consulta pública sobre Estratégia Digital para uma Espanha Inteligente (EDEI), estruturada em 5 pilares: 1. Economia de Dados, 2. Ecossistemas 4.0, 3. Regulação Inteligente, 4. Infraestruturas Tecnológicas e 5. Cidadania e Emprego Digital.

Dos cinco desafios identificados no Pilar 1 - Economia de dados, a regulação de questões relacionadas ao fluxo, armazenamento, transmissão e proteção de dados é mostrada como a principal preocupação (para 83% dos entrevistados), seguida pela privacidade dos usuários (76%) e a propriedade dos dados (75%). A alocação de valor aos dados (55%) e a gestão desse valor (54%) são consideradas desafios menos urgentes.

Em relação ao Pilar 3 - Regulamentação inteligente, defesa dos direitos dos consumidores (76%), coleta, armazenamento e exploração de dados (68%), defesa da concorrência (65%), defesa dos direitos de propriedade (61%), a tributação (58%) e a assimetria regulatória nos mercados de bens e serviços (52%) são as áreas a serem regulamentadas que mais preocupam. Voltando ao blockchain como um eventual paradigma do futuro no mundo dos pagamentos e sua conciliação com o RGPD, vale a pena ir ao Relatório temático sobre RGPD e blockchain, publicado em outubro de 2018 pelo Observatório e Fórum de Blockchain da União Europeia, criado no mesmo ano. O Observatório defende que o cumprimento estabelecido no RGPD é tecnologicamente neutro: Assim como não existe uma Internet ou um algoritmo de inteligência artificial “GDPR compliant”, também não existe um conceito de tecnologia blockchain compatível com RGPD; existem apenas casos de uso e/ou aplicações compatíveis (ou não) com o RGPD.

Após a aprovação do RGPD, no início de 2017, a Comissão propôs uma nova legislação sobre a privacidade das comunicações eletrônicas (Diretriz de Privacidade e Comunicações Eletrônicas ou privacidade eletrônica), a fim de convertê-lo em um Regulamento para criar, juntamente com o RGPD, um novo marco unitário em toda a UE. A revisão adapta as normas aplicáveis às comunicações online ao novo RGPD, ao qual estarão sujeitas as operadoras de telecomunicações tradicionais e os novos prestadores de serviços de comunicações eletrônicas de transmissão livre ou “over the top” não previstos na versão anterior, ou seja, serviços e conteúdos, principalmente áudio e vídeo, que são transmitidos através de infraestruturas de banda larga sem que as operadoras e suas redes possam controlar sua distribuição (se encaixam nessa categoria serviços de música e vídeo, mensagens instantâneas e até chamadas de voz sobre IP (VoIP)).

⁷ Proposta de regulamento do Parlamento Europeu e do Conselho relativa ao respeito pela privacidade e a proteção de dados pessoais no setor das comunicações eletrônicas e pela qual é revogada a Diretriz 2002/58/CE.

O novo regulamento da privacidade eletrônica enfatiza as medidas de segurança exigidas para os equipamentos terminais (incluindo as transmissões máquina-a-máquina ou IoT), o conteúdo das comunicações e a eliminação ou anonimização de metadados, para citar alguns exemplos.

Nesse novo contexto regulatório, o conjunto de setores está em processo de adaptação ao novo marco regulatório, embora em muitos casos ainda seja necessário desenvolver metodologias padronizadas para responder aos pedidos de exercício de direitos, especialmente quando bens e/ou serviços são oferecidos por meios eletrônicos.

Por outro lado, os projetos de Big Data devem levar em consideração a estrutura jurídica aplicável (RGPD e privacidade eletrônica) a partir de 25 de maio de 2018, embora isso não seja aplicável nos seguintes casos: (i) quando não for possível identificar os pessoas físicas (anonimização); (ii) quando a identificação exigir esforços desproporcionais; e (iii) quando as informações processadas e analisadas não sejam dados pessoais (dados relacionados a tráfego, poluição ou meteorologia).

Nova cultura corporativa relativa a dados

Existem quatro atributos básicos que devem ser garantidos pelas instituições financeiras no novo contexto “dadista”, além do cumprimento regulatório já explicado: Acesso rápido e capacidade de resposta; consistência na arquitetura de dados (consultar o **Quadro 2**); cultura e tomadas de decisão com base em dados e recrutamento e retenção de talentos.

Para garantir os atributos básicos, as entidades precisam estar equipadas com novas ferramentas tecnológicas e novas técnicas de análise (ciência de dados) - descritas no **Quadro 2** - além de atrair novos perfis profissionais e adotar novas estruturas organizacionais e de processos de decisão, sem deixar de lado os novos grupos de interesse a serem atendidos, como a comunidade de desenvolvedores, o ecossistema de fornecedores e as autoridades de proteção de dados, entre outros.

Na Espanha, a falta de homogeneidade e qualidade dos dados, o conhecimento limitado dos gerentes de portais de dados abertos e a falta de uso de ferramentas de gerenciamento impedem a criação de negócios inovadores.

Novos modelos de negócio

Os DDCs não consideram apenas como melhorar seus processos de gerenciamento e operação com a ajuda de dados. Eles também pensam em como os dados e sua análise se transformam em uma parte integrante dos seus processos de negócios. Muitos começam como iniciativas isoladas e descoordenadas que integram parcialmente, por exemplo, dados no desenvolvimento de produtos, mas a maioria ainda não tem uma estratégia global e de um modelo de negócios explicitamente baseado em dados.

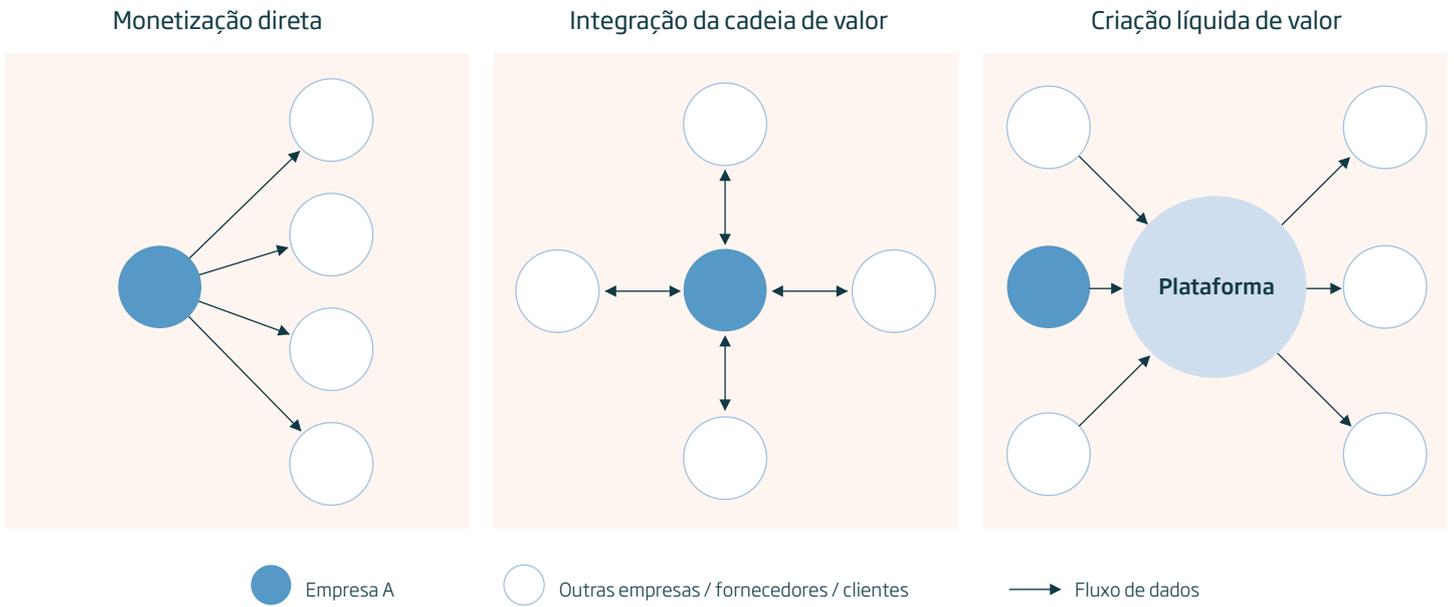
Até hoje, grande parte da atividade girava em torno da criação de casos de uso interno e da melhoria do desempenho, em vez de avançar na construção de novas linhas de negócios. Para ampliar a análise de dados a tal ponto que ela se transforme no fator básico e central do modelo de negócios, é necessário aplicar essa abordagem em toda a organização, investir em recursos e sistemas e ter uma única referência a quem prestar contas.

Hoje, os modelos de negócios dependem de como a tecnologia é usada para criar, entregar e capturar valor em diferentes contextos sociais e culturais. Em relação aos modelos de negócio suportados por dados, além da sua monetização direta com base na venda (anônima) e nas melhorias nos produtos e serviços existentes, dois modelos de negócios adicionais envolvem, fundamentalmente, a interação com outras empresas ou fornecedores.

Por um lado, o modelo de integração da cadeia de valor baseia-se no fato de duas ou mais empresas trocarem dados a fim de reduzir custos ou otimizar o desempenho das suas atividades. Essa troca de dados permite que as empresas reajam de maneira mais eficaz aos processos dos clientes ou se antecipem a eles. Esse modelo de negócios foi projetado para integrar fontes de dados que otimizam os resultados operacionais, reduzem os custos e a complexidade. Em suma, as empresas compartilham dados com seus parceiros e fornecedores para otimizar processos.

Por outro lado, o modelo de criação líquida de valor, que combina aspectos de vários modelos de negócios mencionados acima, exige que diversas empresas trabalhem juntas para atender o mesmo segmento de clientes, obtendo otimizações com base na troca de dados. Cada um deles melhora sua oferta para esses clientes, ou o processo de atendimento ao cliente, e tenta garantir uma UX ideal. Assim, cada empresa é parte integrante de um sistema de criação de valor e assume um aspecto parcial de uma cadeia de valor completa, combinando diversos modelos de negócios de várias empresas através da cooperação.

Figura_5-3. Modelos de negócios associados a dados



Por exemplo, no segmento de passageiros aéreos, a companhia aérea transmite os dados para um processador de dados que identifica que o passageiro precisa de outros serviços - transferências, hospedagem, lazer no destino, etc. - e os transmite para os fornecedores desses serviços "associados", para sua contratação direta e automática. Dessa forma, o cliente está localizado no centro, e o ecossistema de fornecedores e de grupos de interesse é quem oferece soluções que correspondem ao seu contexto específico, para melhorar a experiência, como neste exemplo, da viagem como um todo, da qual dependem os recursos e soluções de várias empresas. Nesse exemplo, a companhia aérea continua sendo a parte central dessas soluções, mas o novo valor para o cliente é criado pela coordenação de componentes que melhoram a experiência de viagem.

O ponto-chave para desenvolver um modelo de criação líquida de valor - ou novas cadeias digitais de valor - encontra-se nas plataformas de software e serviços que permitem que todos os agentes sejam organizados em um ecossistema e potencializem os componentes individuais de cada um deles. Isso exige desenvolver arquiteturas de plataformas escalonáveis que maximizem a utilidade comercial desses componentes individuais.

Novos perfis profissionais e novas lideranças

A revolução digital que o desenvolvimento da economia de dados representa lançou o debate sobre o impacto que isso terá nos empregos. Na medida em que máquinas podem substituir tarefas realizadas atualmente por pessoas, é inevitável pensar que boa parte dos empregos atuais desaparecerá ou será transformada.

No entanto, é aberta uma extensa gama de novos perfis profissionais e de novas lideranças em torno das novas áreas de conhecimento digital e exploração de dados, entre as quais estão:

O Diretor de Dados ou Chief Data Officer (CDO), o chefe das equipes de especialistas em Big Data dentro das empresas, que lidera a gestão e a análise dos dados e garante sua qualidade diante dos diversos órgãos reguladores, bem como a geração de valor nos diferentes níveis executivos da empresa.

O Engenheiro de Dados ou Big Data Engineer desenvolve, constrói, testa e mantém arquiteturas de armazenamento e gerenciamento, como bancos de dados e sistemas de processamento em grande escala. Sua principal missão é preparar informações para processamento e aprimoramento adicionais.

O Cientista de Dados ou Data Scientist é responsável por converter volumes importantes de dados (geralmente não estruturados) em informações úteis para a empresa por meio de técnicas avançadas de análise que permitem detectar e prever o comportamento dos consumidores. Dá sentido e significado aos dados que são coletados através dos sistemas

de armazenamento de Big Data; analisa as informações e detecta comportamentos suscetíveis que geram valor para a empresa; desenvolve modelos preditivos de comportamento do consumidor e representa visualmente grandes volumes de dados, cria scorecards e prepara relatórios para tomadas de decisões estratégicas da empresa.

O Diretor de Segurança da Informação é responsável pela proteção das informações digitais dos sistemas interconectados, pela elaboração e implementação do plano de cibersegurança da empresa que garanta a disponibilidade, integridade e confidencialidade dos dados, e o tratamento adequado das ameaças.

Por outro lado, o Coordenador da Proteção de Dados - Data Protection Officer (DPO) é o novo papel exigido pelo RGPD para exercer adequadamente as funções detalhadas na norma e como ponto de contato com as partes interessadas, responsáveis e autoridades de controle.

Foi constatado que existe falta de profissionais qualificados que satisfaçam as necessidades atuais das empresas em relação a vários desses perfis descritos, o que pôde ser verificado nos resultados do barômetro do capítulo 3.

Novas estruturas organizacionais e processos de decisão

O uso de algoritmos e a tomada de decisões com base na automação da exploração de dados envolve supor a revisão e o repensar de papéis e responsabilidades, estruturas organizacionais, processos, bem como novas métricas e controles de risco em toda a organização.

Os envolvimento mais imediatos são o fato de que algumas das posições atuais terão que ser automatizadas, alguns modelos operacionais e pontos de interação precisarão ser revertidos e novas funções (por exemplo, a do Cientista de Dados) exigirão a criação de novas áreas.

A tendência observada é posicionar as áreas de Negócios e Tecnologia em um único plano e promover metodologias de trabalho "Agile". Neste contexto, o gerenciamento de um projeto de análise de dados pode ser complicado pelo número de sistemas envolvidos e pela necessidade de garantir que as novas informações sejam entregues com agilidade e a devida precisão.

O desafio da complexidade de gerenciamento pode ser resolvido adotando princípios e práticas de produção rigorosos e desenvolvimento de software ágil em um contexto de colaboração multidisciplinar, com ciclos de feedback sucessivos e automação de movimento DevOps, isto é, a associação entre desenvolvimento de software e operações de TI sustentadas na comunicação, colaboração e integração.

Como continuação da metodologia **DevOps**, os mais recentes

DataOps para o projeto e desenvolvimento de aplicativos ou soluções de uso intensivo de dados, aplica técnicas ágeis e colaborativas visando alinhar tarefas, automatizar o processo, melhorar a qualidade e reduzir o tempo de análise de dados. Isso é definido pela Gartner como "a central de coleta e distribuição de dados a fim de proporcionar acesso controlado a sistemas de registro de dados, protegendo a privacidade, as restrições de uso e a integridade dos dados"

A **Data Governance**, por sua vez, é o exercício de tomadas de decisões e autoridade para questões relacionadas com os dados, que irá garantir a gestão integral da disponibilidade, da facilidade de utilização, integridade e segurança dos dados empregados em uma empresa. Abrange um órgão de direção, um conjunto de procedimentos e um plano para a execução dos procedimentos em questão. Em particular, é a política que estabelece a responsabilidade pelo gerenciamento de dados (precisão, acessibilidade, consistência, integridade e atualização), os processos de armazenamento, arquivamento, backup e proteção contra roubos, ataques ou incidentes operacionais, as regras e procedimentos para acesso e uso autorizados, e os controles e processos de auditoria que garantem a conformidade.

Novos sistemas

As infraestruturas tecnológicas tradicionais do setor bancário, originadas em grande parte na década de 1980, não são totalmente compatíveis com a exploração de novas tecnologias de geração devido à sua alta dependência de plataformas e linguagens de programação antigas, devido à falta de escalabilidade e flexibilidade, para a eventual conclusão do suporte técnico e a dificuldade de adaptação ao novo regulamento.

Um fato com o qual muitas empresas estão de acordo é que os sistemas informáticos herdados (legacy systems) são um desafio relevante no processo de transformação digital e das novas necessidades dos negócios.

As mudanças no legacy implicam riscos de interrupção do negócio e altos custos de reposição ou adaptação, embora haja clareza sobre eles. Além disso, existe um intenso processo de adaptação de perfis de especialistas dentro das organizações, dos quais atualmente não existem muitos no mercado.

Novos grupos de interesse: colaboração com a comunidade de desenvolvedores na criação de ecossistemas digitais e autoridades de proteção de dados.

Facilitar ferramentas e cuidar da comunidade de desenvolvedores em um ambiente de colaboração aberta é um must no contexto da economia dos dados.

É cada vez mais comum que as empresas tenham um API Market a partir do qual compartilham ativos com seus clientes, fornecedores ou parceiros, com o formato de plataformas simples e amigáveis, a fim principalmente de facilitar o trabalho de desenvolvedores e outros públicos ou grupos de interesse da empresa.

No campo de pagamentos, essa colaboração resulta na abertura de alianças entre especialistas em análise de dados ou desenvolvedores e PSPs através do fornecimento de documentação da API, ferramentas para sua integração, geração de comunidade, oportunidades e envolvimento (por meio, por exemplo, de hackathons), para incentivar a troca de experiências na captura e criação de valor em torno de dados e das novas habilidades.

Novos pactos

No mês de julho de 2018, a empresa Telefónica convocou publicamente a definição cooperativa de um Novo Pacto Digital, a “Constituição digital” ou a Carta de Direitos Digitais, tendo como objetivo renovar as políticas sociais e econômicas e modernizar as democracias adaptadas a uma era digital centrada nas pessoas.

A proposta da Constituição Digital é inspirada nos seguintes princípios:

- **Equidade e não discriminação:** Modernização de direitos e políticas.
- **Inclusão:** reforma das políticas sociais e fiscais para as sociedades digitais.
- **Comportamento responsável das empresas.**
- **Prestação de contas:** incorporando princípios éticos no uso de inteligência artificial, contribuindo para plataformas mais equitativas e algoritmos responsáveis.
- **Transparência e capacidade de escolha:** geração de confiança nos dados.

Esta iniciativa coincide com a reflexão anunciada no início deste capítulo, na medida em que o novo contexto de relações em torno dos dados derivados das mudanças tecnológicas relacionadas à informação, comunicação e globalização, traz consigo a necessidade de rever as regras do jogo para os agentes, e assumir novos compromissos de responsabilidade.

Transparência

As vantagens das novas técnicas de análise de dados promovem a coleta contínua e massiva de dados, bem como sua retenção durante o tempo máximo para uma possível utilidade futura. Os próprios dados adquirem valor para um uso potencial no futuro para a finalidade para a qual foram coletados, isto é, para o qual os cidadãos deram seu consentimento expresso. Neste contexto, a CE estima que 64% dos espanhóis se declaram “preocupados” com a possibilidade de instituições privadas e empresas usarem suas informações para um uso diferente do que deram seu consentimento, sem serem avisados.

A 36ª Conferência Internacional de Autoridades de Proteção e Privacidade de Dados emitiu, já em 2015, uma Resolução sobre Big Data em que se assinala que a proteção fornecida às informações e ao consentimento é mais importante do que nunca, devido à enorme capacidade de coletar enormes quantidades de dados pessoais com informações técnicas de Big Data. Assim, o RGPD procura assegurar que cada cidadão tenha um maior poder de disposição sobre os seus dados pessoais, impedindo que a proteção represente uma restrição no desenvolvimento do mercado interno da UE. É por isso que a abordagem escolhida não é o estabelecimento de restrições no processamento de dados pessoais, mas a busca de fórmulas que reforcem as garantias legais que devem presidir os tratamentos mencionados de Big Data: controle e transparência informativa.

Para evitar que o requisito geral de consentimento constitua um obstáculo para os desenvolvimentos do Big Data, foi optado por conferir a mais alta importância ao cumprimento do direito de informação que todo proprietário dos dados deve ter sobre o tratamento, a utilização e o destino que serão aplicados aos dados pessoais que lhe pertencem. O conceito de transparência baseia-se, portanto, na existência de informações suficientes sobre o tratamento a que o dono dos dados tem direito, conhecimento que pode ajudar a superar a necessidade de consentimento e até mesmo o direito de informação do titular dos dados na técnica de Big Data.

De acordo com a Agência Espanhola de Proteção de Dados, qualquer uso programado ou futuro de dados pessoais deve basear-se na exigência legal e moral da pessoa responsável pelo arquivo e/ou tratamento de agir de forma transparente com o titular dos dados.

⁸ Eurobarômetro especial sobre proteção de dados, julho de 2015

Cibersegurança e arbitragem regulatória

Em julho de 2016, a OTAN declarou oficialmente o ciberespaço como o quinto espaço de guerra e, nesse sentido, as questões relacionadas à soberania, privacidade e localização de dados são prioridades para governos em todo o mundo. Entende-se por soberania dos dados que as informações criadas ou armazenadas em formato digital estão sujeitas às leis e regulamentações do país em que essas informações estão localizadas.

O governo dos dados e sua afiliação às jurisdições onde eles são gerados - ou onde estão localizadas as pessoas físicas, jurídicas ou os ativos que os produzem - é um aspecto que afeta totalmente o desenvolvimento da economia de dados. Não é à toa que as decisões que foram adotadas recentemente por vários países em relação à localização de seus data centers tenham como principal motivação - se não a única - a localização, a soberania e a governança dos dados.

O desenvolvimento normativo diferente de acordo com o país ou região está criando um novo mapa global de soberania de dados, amplamente segmentado entre países que mostram um posicionamento aberto e aqueles que consideram que as informações de seus cidadãos não devem ser armazenadas ou processadas fora das suas fronteiras, estabelecendo assim uma soberania nacional de dados.

Essa maior ou menor abertura se traduz em mais ou menos liberdade para tomar decisões em relação à localização dos data centers, hoje infraestruturas e serviços críticos. Gigantes da Internet, redes internacionais de cartões e outras operadoras enfrentam hoje essa nova dimensão de conformidade regulatória, sendo a China, a Índia - como descrito no início do capítulo - e a Rússia os casos mais representativos e recentes, que exigem que o armazenamento de dados seja realizado dentro das fronteiras nacionais.

A ameaça do controle regulatório da localização de dados condiciona as capacidades dos serviços na nuvem no mundo todo, motivando uma tendência para armazenar e processar dados dentro de fronteiras domésticas. Entretanto, essa tendência foi acelerada com a promulgação do Patriot Act nos Estados Unidos após os ataques de 9/11/2001.

Em julho, o Parlamento Europeu e o Conselho aprovaram a Diretriz relativa a medidas destinadas a garantir um alto nível comum de segurança das redes e sistemas de informação da União (conhecida como Diretriz NIS), que está vigente desde agosto. A Diretriz reconhece que (i) as capacidades existentes são suficientes para garantir um alto nível de segurança das redes e dos sistemas de informação na União e que (ii) os níveis de preparação dos Estados-membros são muito diferentes; e estabelece requisitos mínimos em comum em termos de capacidades, planejamento, troca de informações, cooperação e segurança para os operadores de serviços essenciais e fornecedores de serviços digitais, que devem notificar os incidentes com efeitos potencialmente significativos às Autoridades nacionais competentes.

A perspectiva do usuário

A disposição de compartilhamento de dados do usuário final pode ser influenciada por uma variedade de fatores. O usuário médio está em processo de assimilação, dimensionamento e conscientização, enfim, da infinidade de informações que produz e revela diariamente, motivando uma crescente preocupação com a privacidade da informação.

Se os consumidores não permitirem que seus dados sejam acessados ou compartilhados, ou somente derem seu consentimento em certos casos ou para certos agentes, a inovação na prestação de serviços baseados em dados pode ter empelinhos.

No entanto, existem vários mecanismos adicionais à emissão de termos e condições de uso ou de avisos de privacidade, que estão sendo implementados cada vez mais para minimizar os focos de risco e a vulnerabilidade da privacidade existentes em cada estágio do ciclo de vida dos dados. Um deles é diretamente eliminar os dados. Outro, mais difundido e também reconhecido na regulamentação, é a anonimização, um processo irreversível que impede reidentificar os pessoas físicas por meio da combinação de diferentes conjuntos de dados.

Preocupação com a proteção de dados

Está sendo observado que a sociedade ainda não está plenamente consciente da infinidade de informações que revela diariamente, do rastro das informações que muitas vezes foge ao seu controle. Isto é descrito pelo último "Special Eurobarometer on Data Protection", publicado em 2015 pela Comissão Europeia, fornecendo dados muito reveladores: mais de 80% dos europeus achavam que não têm controle total sobre seus dados pessoais compartilhados online. Inclusive, 31% consideravam que não tinham nenhum controle sobre seus dados pessoais, enquanto que apenas 15% afirmavam achar que tinham controle total. Na Espanha, a percepção é mais forte do que a média da UE, tendo em vista que apenas 13% achavam que esse controle era total e 36% que não tinham controle nenhum. Em Portugal, aconteceu o inverso em relação à média europeia: 25% achava que tinha controle total em comparação com 18% que achava que não tinha controle nenhum sobre as informações fornecidas online, como, por exemplo, capacidade de corrigir, modificar ou apagar essas informações.

Será interessante saber como a percepção dos cidadãos mudou após a entrada em vigor do novo RGPD, que fortalece a proteção e privacidade dos dados das pessoas físicas, se é que isso aconteceu depois de um tempo mínimo necessário. Isso, juntamente com a entrada em vigor da PSD2 que dá a propriedade dos dados ao cliente, inaugura uma nova etapa na qual o usuário recupera direitos não exercidos no passado, um exercício para o qual são necessárias informações, treinamento e novas medidas de autoproteção.

5. O valor dos dados

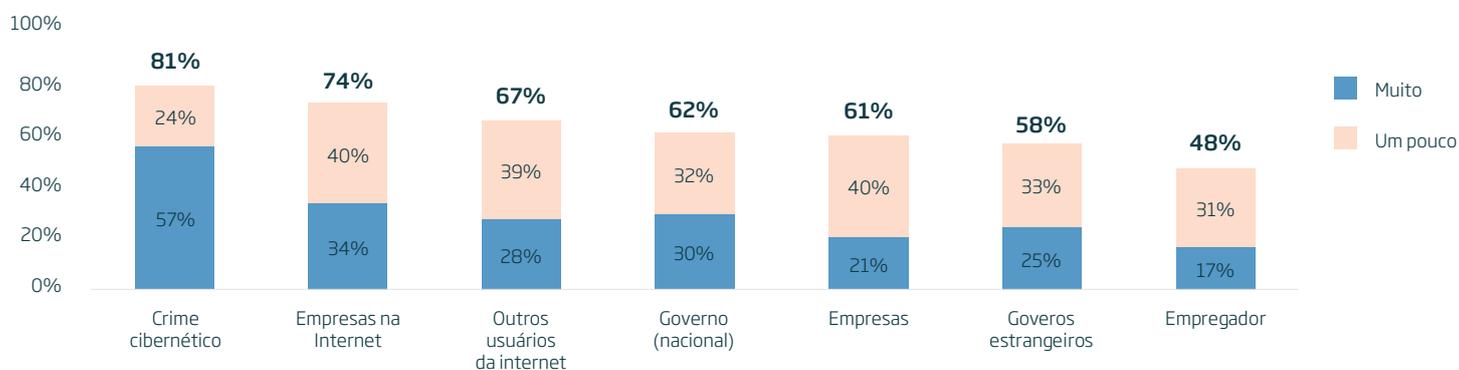
O estudo 2018 CIGI-Ipsos Global Survey on Internet Security and Trust fomentado pelo Centre for International Governance Innovation (CIGI) em aliança com a United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) e a Sociedad de Internet (ISOC), realizado pela Ipsos, entrevistou 25.262 usuários da Internet de 25 países no período entre 29/12/2017 e 05/03/2018. Esse estudo focou em cinco áreas: privacidade e confiança online; influencers online; e-commerce; Internet das coisas e novas tecnologias

Segundo o estudo, a maioria dos internautas (52%) está mais preocupada com a privacidade online do que no ano anterior, refletindo a crescente preocupação global com essa dimensão, assim como com o poder das redes sociais. Essa crescente preocupação é maior na América Latina (63%) e MENA (61%). Para 81%, o cibercrime é a principal fonte de preocupação

com a privacidade online, enquanto que, para 63%, o próprio governo foi quem contribuiu para essa preocupação, na mesma porcentagem daqueles que declaram ter um alto grau de desconfiança em relação às plataformas de redes sociais, que acham que são muito poderosas. 42% daqueles que respondem nesse sentido consideram que as redes sociais influenciam suas opiniões políticas, enquanto 30% acham que pioram sua qualidade de vida.

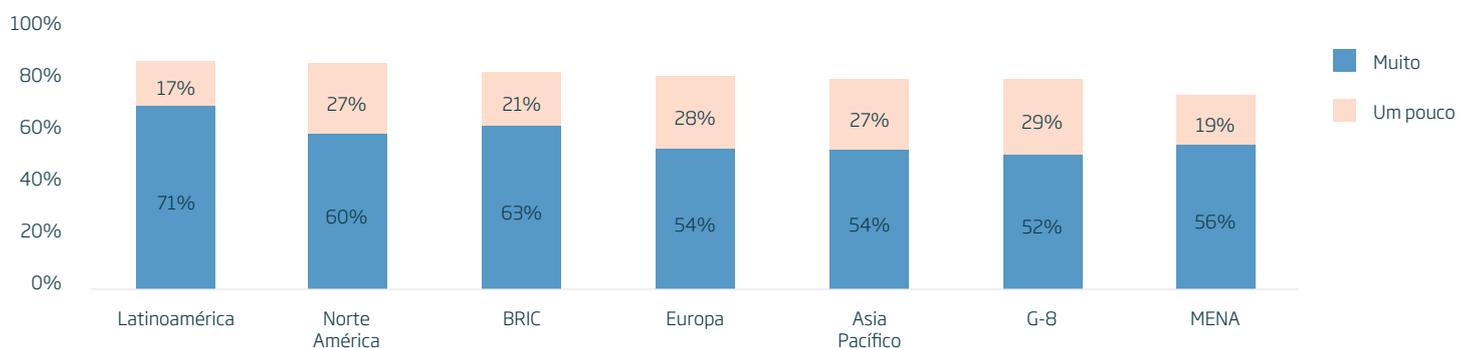
Como resultado, muitos usuários da Internet estão modificando seu comportamento online, o que, sem dúvida alguma, tem e terá implicações sociais e econômicas. Por exemplo, 12% dos usuários da Internet dizem que estão fazendo menos compras online do que no passado, 10% fecharam contas de redes sociais e 7% usam a Internet com menos frequência do que no ano anterior.

Figura_5-4. Fontes de preocupação sobre a privacidade online



Fonte: CIGI-Ipsos 2018. "2018 CIGI-Ipsos Global Survey on Internet Security and Trust."

Figura_5-5. Nível de preocupação com o cibercrime, por região



Fonte: CIGI-Ipsos 2018. "2018 CIGI-Ipsos Global Survey on Internet Security and Trust."

⁹ Information Commissioner's Office (ICO), Annual Track (April 2016). Deloitte, Data Nation 2012 – Our Lives in Data (July 2012), page 12. Marketing Week, People Power (March 2014).

Confiança versus diversidade da PSP

O grau de confiança que os diferentes tipos de PSP despertam entre os usuários é diversificado. A Annual Track Survey de la Information Commissioner's Office (ICO) do Reino Unido (2016) mostrou que apenas um em cada quatro adultos britânicos confia no tratamento que as empresas dão aos seus dados pessoais. Entretanto, os bancos são o tipo de empresa que recebe um nível de confiança mais alto (53%) em comparação com as empresas da Internet (22%). Outros estudos, como o da Mintel apontam que 85% dos consumidores interessados em serviços de agregação de informações da conta preferem acessar através da Web ou do app do seu próprio banco.

Em conjunto, esses estudos sugerem, como também foi antecipado na última edição deste Relatório sobre Tendências de Meios de Pagamento, que os PSPs estabelecidos que desenvolvem e oferecem serviços sobrepostos ou de valor agregado têm uma vantagem em atrair clientes com base na maior confiança que eles despertam quando compartilham seus dados. Essa vantagem terá que ser explorada em relação aos novos fornecedores.

Acesso e utilização

Melhorar o nível de capacidades (acesso) e habilidades (uso) necessárias para os usuários finais para que possam adotar novas tecnologias, e em especial, aquelas preparadas para fazer pagamentos digitais, representa um desafio absolutamente atual. Existe, na verdade, o risco de alguns grupos serem excluídos dos benefícios dos novos serviços de pagamento baseados em dados devido à sua aversão à tecnologia ou às instituições financeiras, devido à impossibilidade ou dificuldade de acesso à tecnologia em questão (por exemplo, custo), e/ou pela interrupção da cobertura geográfica em matéria de infraestrutura de comunicações, componente básico para realizar pagamentos digitais.

A este respeito, deve notar-se que as áreas rurais sentem-se frequentemente excluídas dos avanços tecnológicos, bem como das alternativas disponíveis nas áreas urbanas. Além disso, usuários mais velhos ou com algum tipo de diversidade funcional são mais propensos a enfrentar desafios de acessibilidade, e muitos ainda não estão prontos para realizar operações online devido a preocupações de segurança.

Com o avanço do desenvolvimento de novas soluções de pagamento digital e a mudança e impulso generalizados para o seu uso universal, espera-se que o custo de oportunidade para os usuários finais que não podem ou não querem adotar esses serviços, aumente. Se estes riscos não forem contemplados e resolvidos em iniciativas como a PSD2 e outras com objetivo semelhante, como a obrigação de fornecer contas de pagamento básicas, no futuro, eles podem afetar o desenvolvimento de serviços sobrepostos ou de valor agregado associados às novas infraestruturas de pagamento.

Não em vão, no Pilar 5 do EDEI na Espanha - Cidadania e emprego digital - são destacados desafios muito importantes em matéria de habilidades e competências digitais da população, como a alfabetização e inclusão digital (89%), reciclagem profissional para o novo ambiente digital (83%), treinamento digital voltado a colaboradores (76%), desenvolvimento de talentos e empreendedorismo digital (75%), acesso universal a serviços públicos digital (74%), redução da brecha digital e a promoção de vocações em ciência, tecnologia, engenharia e matemática - CTIM (73%), ajuste da oferta e demanda de profissionais digitais (68%), treinamento digital para grupos especiais (65%) e capacitação de mulheres no mundo digital (48%).

Para 81% dos usuários da Internet, o cibercrime é a principal fonte de preocupação. 52% estão mais preocupados com a privacidade online, enquanto 30% consideram que as redes sociais influenciam suas opiniões políticas e pioram sua qualidade de vida.

¹⁰ Information Commissioner's Office (ICO), Annual Track (April 2016). Deloitte, Data Nation 2012 - Our Lives in Data (July 2012), page 12. Marketing Week, People Power (March 2014).

¹¹ Mintel, Consumers and Data sharing in financial services (February 2018)

Demanda de meios de pagamento

6



Tecnologia, soluções e novos players

Notícias financeiras dominam os resultados do Relatório: inovação, segurança, tecnologia, novos meios de pagamento ou comércio eletrônico são os principais problemas que surgem como resultado das 3.600 entrevistas feitas a usuários nos países da América Latina, Espanha e Portugal.

A adoção de novas soluções, como o pagamento com apps, agora excede o uso de meios mais tradicionais, especialmente entre usuários latino-americanos, que exploram novas formas de interagir com o setor bancário.

Introdução

Este capítulo trata da relação da população internauta bancarizada com os meios de pagamento em sete países da América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru e República Dominicana), além de Portugal e a Espanha. A análise esteve centralizada na população internauta bancarizada, porque é um segmento cuja importância é crescente e ao qual as principais inovações no campo dos pagamentos são direcionadas. São incluídos tópicos atuais, como o conhecimento e a adoção de novos meios de pagamento (carteiras eletrônicas ou wallets), conhecimento de fintech ou a sensação de segurança em relação a dados financeiros em operações de pagamento online, e a disposição de transferi-los. Também é realizado o detalhamento das compras online, dos meios de pagamento mais usados nesse canal e do nível de confiança que eles oferecem.

Entre as primeiras aprendizagens se destaca a utilização crescente dos pagamentos eletrônicos, que superou a de meios de pagamento baseados em papel para as despesas mensais em certos países, como o Chile e Portugal. Existem evidências da redução do uso de dinheiro em espécie nos últimos 5 anos, bem como da predisposição demonstrada pelos países para deixar de usar numerário definitivamente.

Existem diferenças em termos de destaque e utilização em vários países em relação a novos meios de pagamento baseados em apps para dispositivos móveis. As barreiras que impedem sua utilização são variadas e abrangem desde a falta de confiança até o enraizamento de outros meios de pagamento.

Em relação à compra online, como é uma população internauta, a maioria já comprou e em geral é um canal que proporciona confiança e segurança, embora em alguns países, como o Peru

e o Brasil, ainda haja desconfiança do canal online. Os cartões de pagamento são o meio de pagamento principal, embora em alguns países o dinheiro ainda tenha um peso importante.

Finalmente, quanto à disposição de transferir dados financeiros (informações sobre a situação dos saldos e dos movimentos, produtos contratados) para empresas tecnológicas em troca de uma série de benefícios, é possível observar uma atitude mais aberta nos países latino-americanos (principalmente na República Dominicana) do que na Espanha e em Portugal.

Metodologia

Ficha técnica

Um estudo quantitativo foi realizado através de uma pesquisa online (CAWI)

Universo: população internauta bancarizada de mais de 18 anos idade.

Âmbito: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Peru, Portugal, República Dominicana e Espanha

Duração do questionário: 12 minutos.

Tamanho da amostra: 400 entrevistas por país (3.600 entrevistas no total).

O erro de amostragem usando $p = q = 0,5$ e nível de confiança de 95% é de 4,9% para 400 entrevistas (por país).

O trabalho de campo foi realizado em junho de 2018.

Responsável pela pesquisa: The Cocktail Analysis.

¹ A definição da amostra considera as pessoas que usam a Internet e que possuem uma conta pessoal ou conjunta com outra pessoa em um dos seguintes locais: banco, caixa econômica, cooperativa de crédito, cooperativas de poupança e empréstimo, instituições de microcrédito ou outro tipo de instituição financeira formal.

População internauta bancarizada

Este ano, a amostragem é diferente da de estudos anteriores, uma vez que é uma população internauta bancarizada. Para dimensionar esse segmento populacional, na **Tabela 6-1** são mostrados, por um lado, os dados da população bancarizada em relação à população adulta total de cada país com base no “The Global Findex Database 2017” do Banco Mundial. Por outro lado, os dados dos usuários da Internet em cada país foram obtidos da

International Telecommunication Union (ITU). Finalmente, foi feita uma estimativa do percentual representado pela população bancarizada no universo de usuários da Internet em cada país com base nos resultados da pesquisa, como a porcentagem dos usuários da Internet que declaram ter uma conta em uma instituição financeira.

Tabela_6-1. Estimativa de população internauta bancarizada com mais de 18 anos de idade

	População bancária com mais de 18 anos (Globalfindex - 2017) ²	Usuários da Internet de mais de 18 anos de idade (ITU - 2016) ³	Estimativa de acordo com o estudo da bancarizada em relação à população internauta (2018) ⁴
Argentina	48,7%	71,0%	68,2%
Brasil	70,0%	60,9%	83,0%
Chile	74,3%	66,0%	88,8%
Colômbia	45,8%	58,1%	81,0%
México	36,9%	59,5%	79,4%
Peru	42,6%	45,5%	86,1%
Portugal	92,3%	70,4%	91,5%
República Dominicana	56,2%	61,3%	84,6%
Espanha	93,8%	80,6%	91,6%

n: População total

Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas e dados do Global Findex 2017 (população bancária) e da União Internacional de Telecomunicações ITU (Porcentagem de pessoas físicas que utilizam a Internet).

Relação da população internauta bancarizada com os bancos

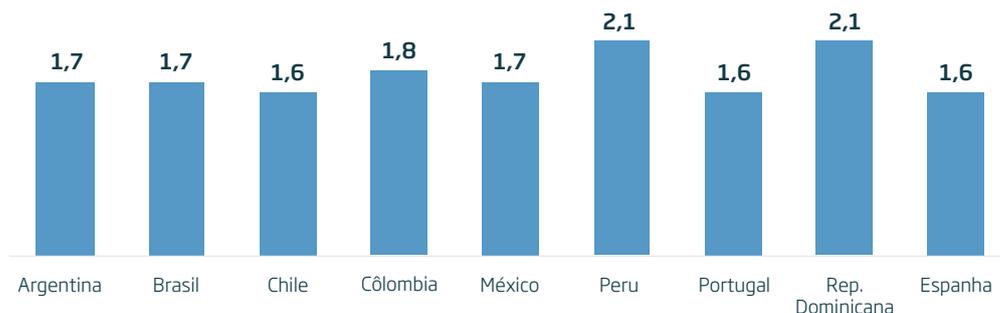
Peruanos e dominicanos são aqueles que operam com mais bancos.

A ligação da população internauta bancarizada com os bancos foi analisada a partir de, por um lado, o número de bancos com os quais eles operam e, por outro lado, a duração dessa relação. Observa-se a mesma tendência de operar com mais de uma

instituição financeira em todos os países (consultar a **Figura 6-1**). No Peru e na República Dominicana, o número médio de bancos com os quais contrataram um produto ou serviço financeiro é especialmente alto, 2.1.

Comparando com os anos anteriores, ao analisar o comportamento da população bancária, observa-se que a população internauta bancarizada opera com um maior número de bancos.

Figura_6-1. Número médio de instituições financeiras com as quais a população internauta bancarizada opera (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

² Estes são os dados mais recentes publicados no momento deste relatório www.globalfindex.worldbank.org

³ Estes são os últimos dados publicados sobre a porcentagem de pessoas que usam a Internet www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx

⁴ Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Espanhóis e portugueses mantêm relações mais estáveis com seu principal banco.

Complementando a duração do relacionamento com os bancos, a estabilidade dessa relação tem sido explorada. De modo geral, é durável e estável, especialmente em Portugal (15,4), que é o

país com a mais longa relação, seguido pela Espanha (14,5). Nos países da América Latina a proporção flutua entre 6,9 anos da Colômbia para 10,9 do Brasil (consultar a **Figura 6-2**).

Figura_6-2. Número de anos de relação com a principal instituição financeira (média em anos)



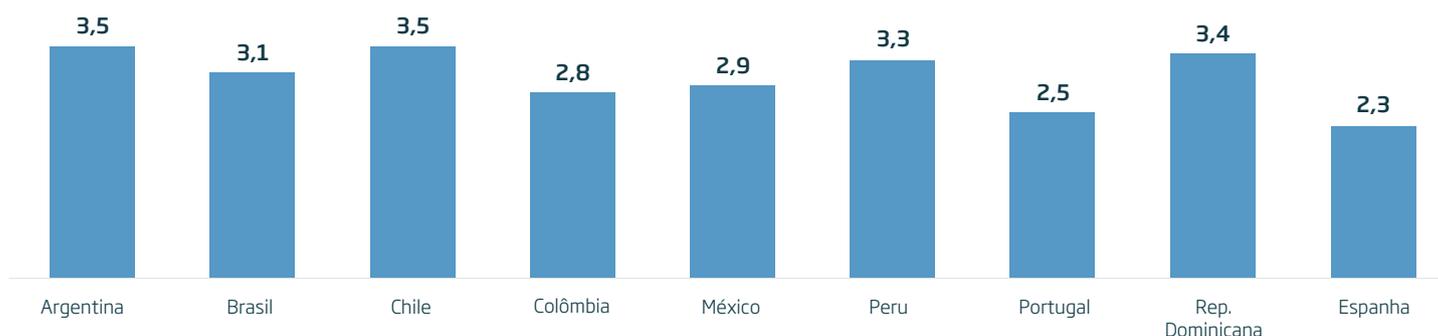
n: População internauta bancarizada em total por país (400)
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Número de cartões

Como na **Figura 6-3**, a maioria dos usuários da Internet tem mais de 2 cartões, independentemente da modalidade. Na Espanha (2,3) e em Portugal (2,5), o número de titulares é menor do que nos países da América Latina, onde está entre 2,8

na Colômbia e 3,5 no Chile e na Argentina. Nesses países, o cartão de crédito tem uma presença maior, do mesmo modo que o de caixa eletrônico ou de pré-pago.

Figura_6-3. Número médio de cartões da população internauta bancarizada - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Enquanto o cartão de débito é praticamente universal, outros, como de pré-pago ou caixa eletrônico, são minoritários (consultar a **Figura 6-4**). Os países com a menor penetração de cartões de débito são o Brasil e a República Dominicana, embora com altas taxas de posse (89,9% e 88,6%, respectivamente).

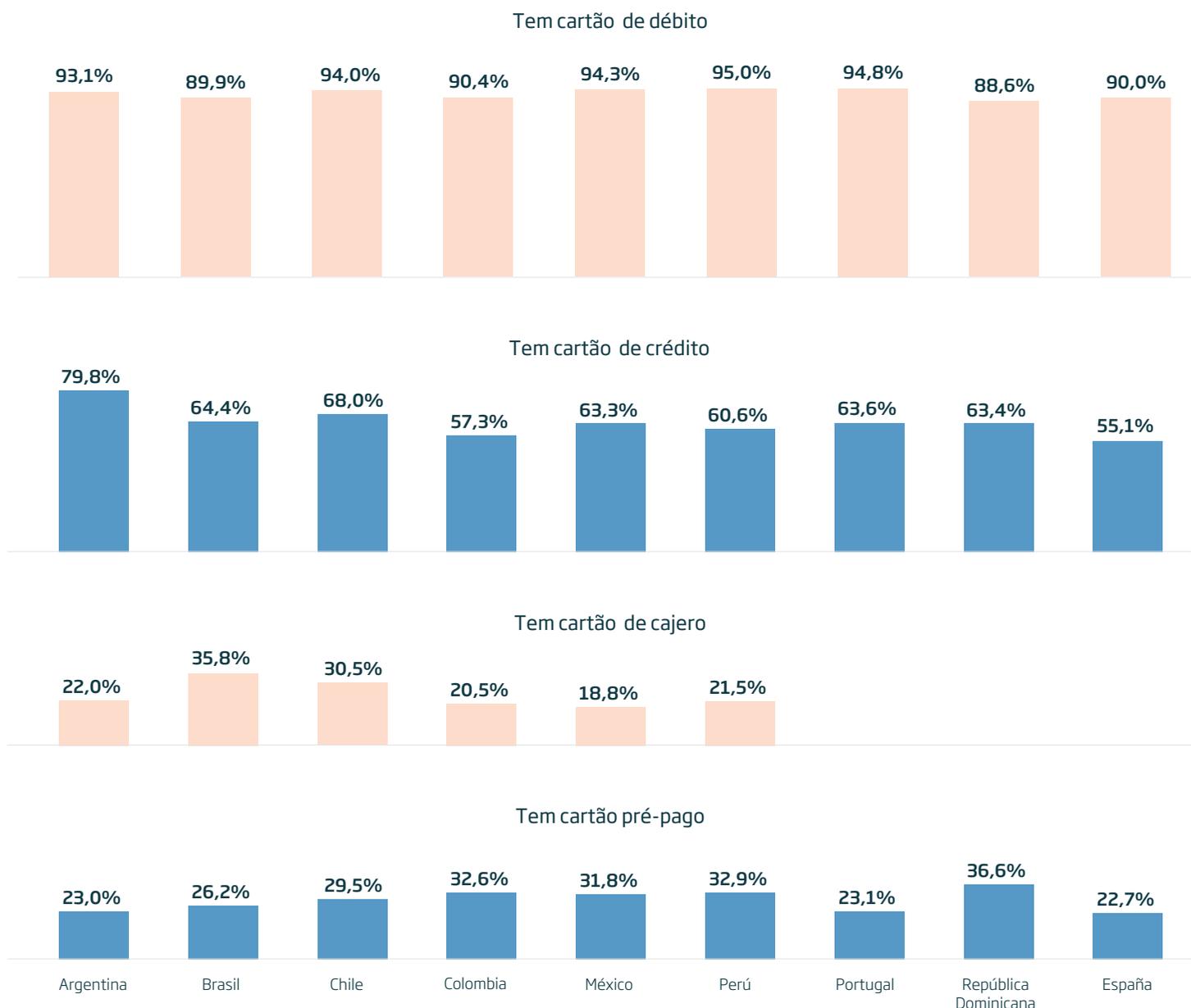
O cartão de crédito ocupa a segunda posição em penetração, com uma taxa de titulares demais de 50% em todos os países analisados. A Argentina se destaca, alcançando 79,8% da população internauta bancarizada, seguida pelo Chile com 68,0%. A Espanha é o país com menor penetração de cartão de crédito (55,1%), atrás inclusive a Colômbia (57,3%). Os outros países da América Latina e Portugal mostram um número de titulares parecido, de cerca de 60%-65%.

No caso da América Latina, os cartões pré-pagos e ATM ficam longe dos anteriores. O pré-pago tem menos difusão na Espanha (22,7%), Portugal (23,1%) e na Argentina (23,0%). No resto dos países, a penetração é de cerca de 30%, com exceção da República Dominicana, que tem a maior penetração de 36,6%. No caso dos cartões de ATM, os países com maior taxa de posse são o Brasil (35,8%) e o Chile (30,5%), enquanto no restante são cerca de 20%.

Observa-se uma maior penetração dos cartões entre a população internauta bancarizada do que na população bancarizada analisada em edições anteriores.

Alta penetração do cartão de crédito na Argentina, quase 25 pontos percentuais acima da Espanha.

Figura_6-4. Propriedade de cartões entre a população internauta bancarizada - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)

* Cartão de ATM não existente em Portugal, República Dominicana ou Espanha

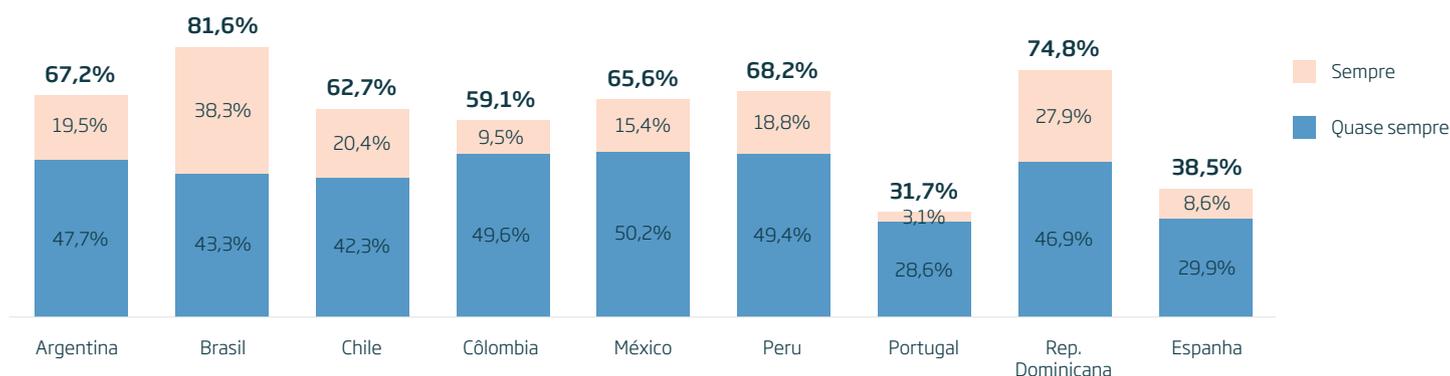
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

O uso de cartões de crédito como meio de financiamento é muito maior na América Latina do que na Espanha e em Portugal.

A **Figura 6-5** mostra que, embora a porcentagem de portadores de cartões de crédito seja alta, sua utilização como meio de financiamento ou pagamento diferido de compras não é generalizada de maneira uniforme em todos os países examinados. Existem três níveis: o primeiro, definido por uma frequência de utilização muito alta, como no Brasil e na República Dominicana, onde pelo menos 75% da população

utilizam essa modalidade com frequência (sempre ou quase sempre). O segundo nível, composto pelos demais países da América Latina, apresenta uma frequência de utilização de aproximadamente 60% - 70%. E o terceiro nível, composto por Portugal e Espanha, a grande maioria usa essa modalidade com baixa frequência: apenas 31,7% dos portugueses e 38,5% dos espanhóis afirmam que a utilizam regularmente.

Figura_6-5. Frequência de uso de cartão de crédito para pagamentos a prazo ou a crédito - (2018)



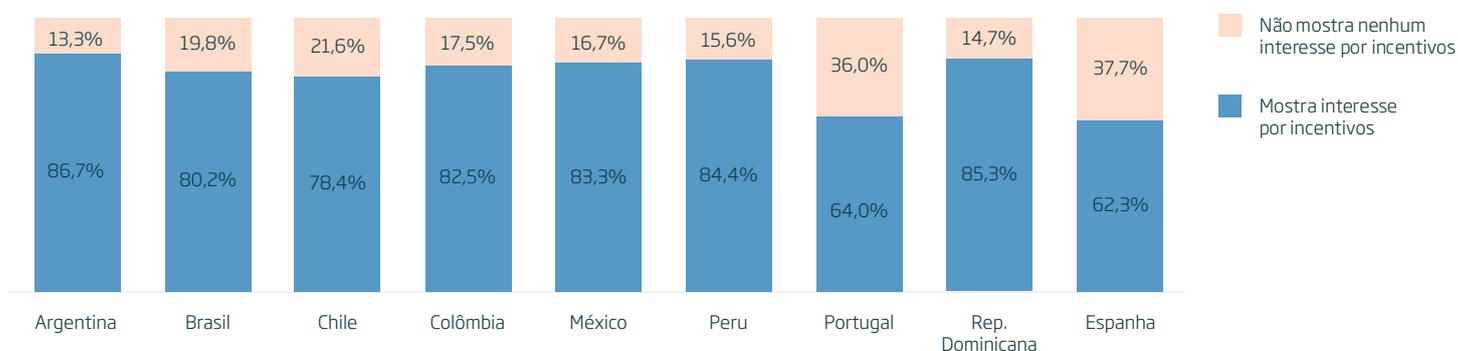
n: Número total de titulares de cartão de crédito por país
Nas barras em pilhas está a soma de: sempre + quase sempre
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

A atratividade de uma série de propostas que poderiam incentivar o pagamento com este meio foi testada entre aqueles que não têm cartão de crédito ou cuja frequência de uso é baixa. Uma vez mais, os espanhóis e os portugueses são os mais relutantes em incluir este meio de pagamento: para 37,7% e 36,0%, respectivamente, nenhuma das iniciativas analisadas estimularia uma utilização maior. No entanto, nos países da América Latina, esse percentual não ultrapassa 20%, exceto no Chile (21,6%). Os países europeus exigem um incentivo mais

tangível em forma de descontos diretos em estabelecimentos, enquanto nos países da América Latina é previsto um número maior de oportunidades para ativar usuários de cartão de crédito. (Consultar a **Figura 6-6**).

Na **Tabela 6-2** é mostrada a atratividade das medidas propostas, a partir da qual se pode deduzir que a estratégia de captação deve ser diversificada com vários incentivos, a fim de alcançar maior participação dos usuários de cartão de crédito em cada país.

Figura_6-6. Predisposição para pagar com cartão de crédito em troca de incentivos - (2018)



n: População internauta bancarizada que não possui cartão de crédito ou que o utiliza com pouca frequência, em total por país
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Tabela_6-2. Incentivos que fomentariam o pagamento com cartão de crédito entre não usuários e não titulares - (2018)

	Argentina	Brasil	Chile	Colômbia	México	Peru	Portugal	República Dominicana	Espanha
Descontos diretos em estabelecimentos	28,20%	15,10%	14,30%	22%	15,40%	22,80%	23,70%	22,10%	26,90%
Taxa de juros preferencial (menor taxa de juros)	12,20%	20,80%	19,50%	23,50%	25,60%	24,10%	16,90%	16,10%	10,10%
Escolha das quotas ao realizar o pagamento	25,50%	16,70%	18,20%	13,80%	17,90%	11,80%	6,80%	12%	8,20%
Acumulação de pontos que podem ser trocados por presentes	16,50%	19,30%	17,30%	12,30%	15,80%	17,70%	8,90%	20,70%	10,10%
Participação em sorteios (viagens, computadores, etc.)	3,20%	6,80%	5,20%	9%	4,30%	6,30%	4%	12%	1,60%
Incluir uma garantia antifraude	1,10%	1,60%	3,90%	1,90%	4,30%	1,7%	3,70%	2,30%	5,40%
Nenhum deles	13,30%	19,80%	21,60%	17,50%	16,70%	15,60%	36%	14,70%	37,7%

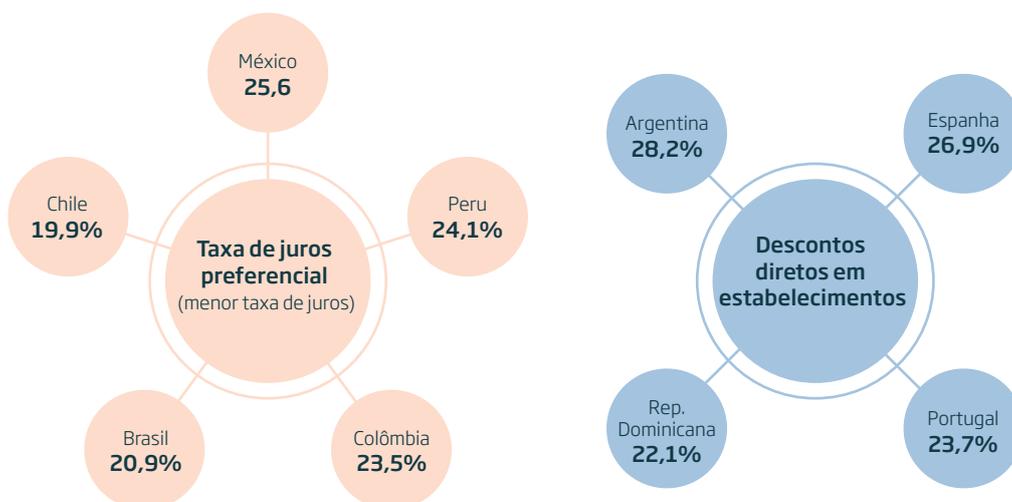
n: População internauta bancarizada que não possui cartão de crédito ou que o utiliza com pouca frequência, em total por país
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

De todas as medidas propostas, duas se destacam por serem as mais interessantes. Por um lado, uma taxa de juros preferencial motivaria a contratação e o uso de cartões de crédito para pagar ou financiar compras, especialmente no Brasil, Colômbia, México, Peru e Chile. Por outro lado, para os espanhóis, portugueses, dominicanos e argentinos, os descontos diretos em estabelecimentos são mais atrativos para financiamentos de compras com cartão de crédito (consultar a **Figura 6-7**). As propostas menos atrativas para quem não possui cartão de crédito ou o utiliza com pouca frequência são

a inclusão de um seguro antifraude e a participação em sorteios (viagens, aparelhos eletrônicos, etc.), o que apresenta percentuais inferiores a 7%, exceto na República Dominicana onde este último incentivo motivaria 12% a usarem cartão de crédito para financiar suas compras.

Descontos em estabelecimentos e taxa de juros preferencial são as duas propostas que incentivam o pagamento com cartão de crédito.

Figura_6-7. Principais incentivos que podem dar um impulso ao uso do cartão de crédito entre a população internauta bancarizada - (2018)



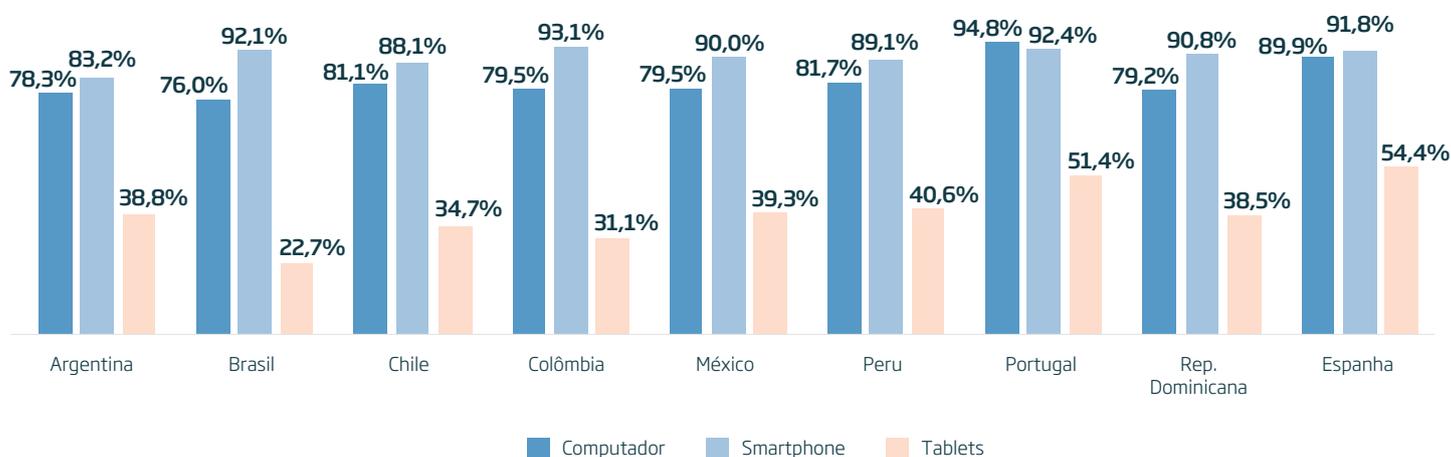
n: População internauta bancarizada que não possui cartão de crédito ou que o utiliza com pouca frequência, em total por país
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Uso de serviços online entre a população internauta bancarizada

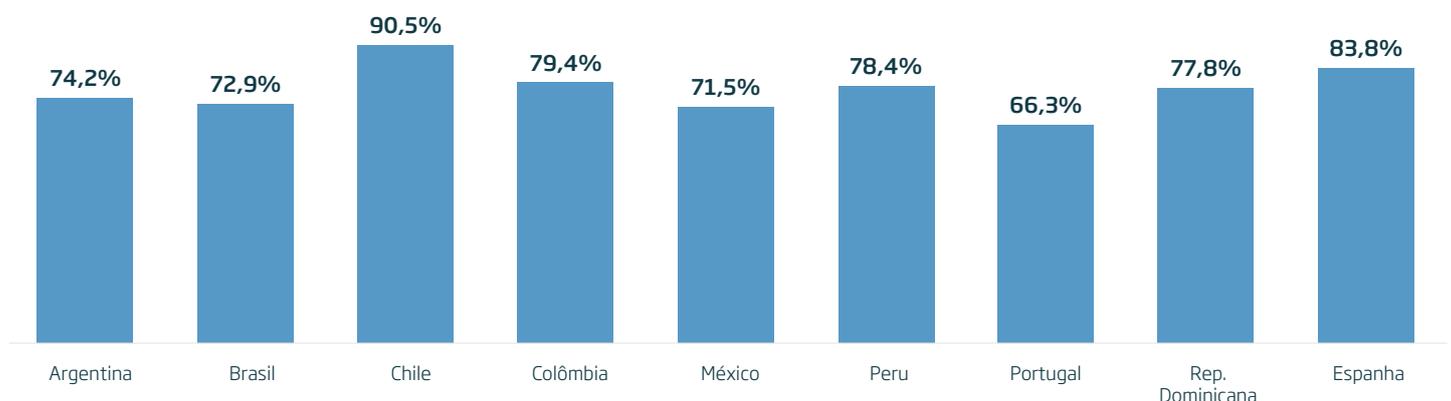
De maneira natural, a população internauta bancarizada possui mais equipamentos tecnológicos. Todos eles têm pelo menos 2 dispositivos eletrônicos que, na maioria dos casos, são smartphone e computador pessoal ou portátil. O tablet está em terceiro lugar, mais presente nos países europeus, onde 1 em cada 2 internautas tem um, enquanto nos países da América Latina está presente em 1 em cada 3 pessoas, com margem de penetração maior ou menor segundo o país (22,7% no Brasil e 38,5% na República Dominicana), como pode ser visto na **Figura 6-8**.

Um alto uso diário de Internet e funções sociais ou comunicação instantânea são atividades realizadas pela grande maioria dos internautas bancarizados. Outras atividades mais comuns são as consultas ou operações bancárias através da Internet. É evidente que o banco digital é utilizado em todos os países analisados. Os chilenos são os que mais realizam esse tipo de operação (90,5%) seguidos pelos espanhóis (83,8%). O resto dos países mostra porcentagens entre 70% e 80% exceto Portugal (66,3%), onde se concentra o menor número de usuários de banco digital.

Figura_6-8. Tipo de equipamento tecnológico disponível entre a população internauta bancarizada - (2018)



Figura_6-9. Consultas ou operações em serviços bancários digitais/online feitas de vez em quando entre a população internauta bancarizada - (2018)



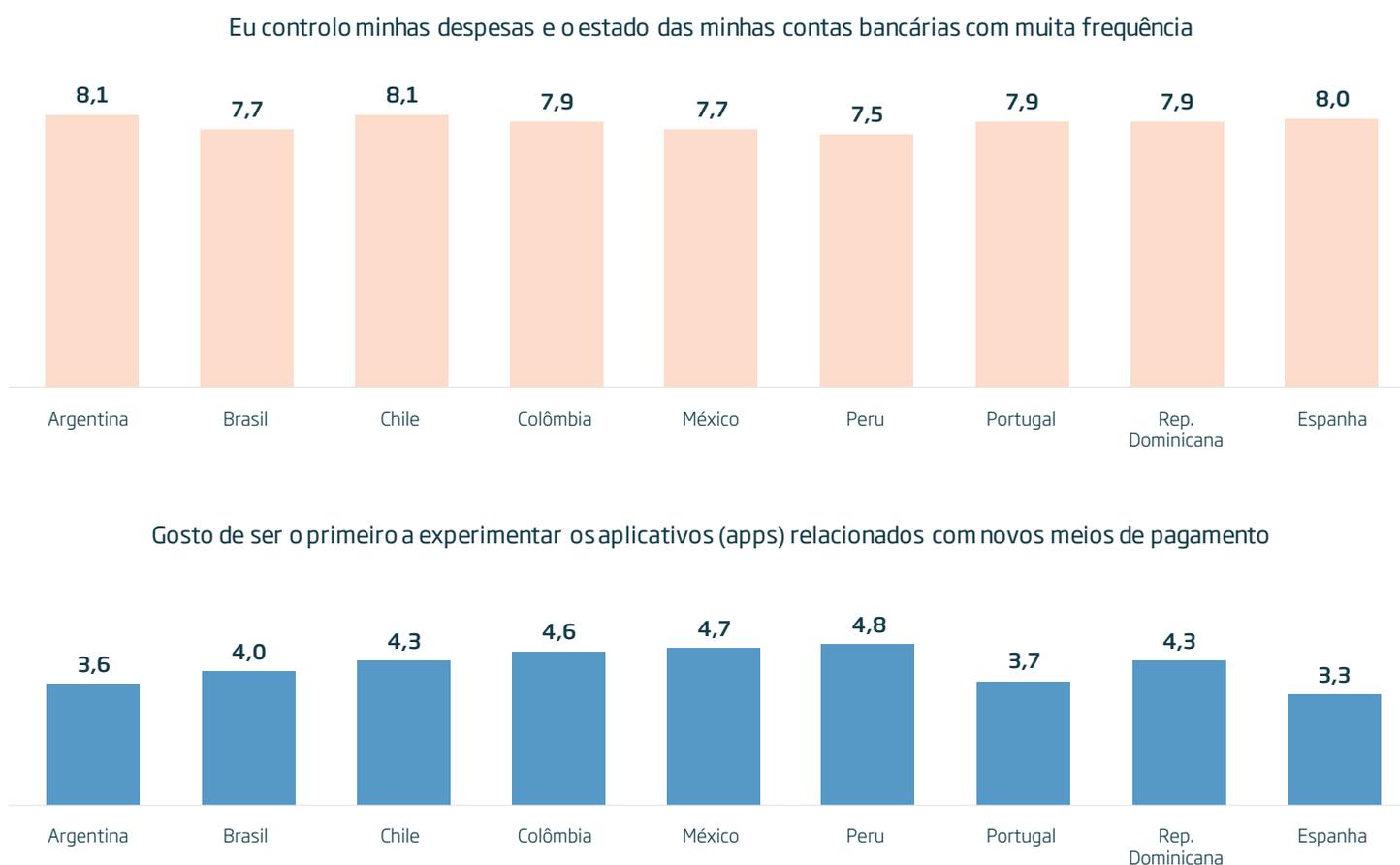
n: População internauta bancarizada em total por país (400)

Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

O sistema bancário construiu um novo modelo relacional com o usuário graças às novas tecnologias digitais. Permite uma forma de interação instantânea e sempre disponível (24/7) que favorece as consultas e a revisão frequente do status das contas, bem como a possibilidade de efetuar transações. Este ano foi realizada uma pesquisa para saber qual é o grau de controle que os internautas bancarizados depositaram em suas próprias contas bancárias. Como pode ser visto na **Figura 6-10**, existe interesse em acompanhar as finanças pessoais, sem muitas diferenças entre os países. Em uma escala de 0 a 10, os chilenos e os argentinos são considerados os mais controladores (8,1), seguidos pelos espanhóis (8,0). Aqueles que menos se importam com o controle de suas contas bancárias são os peruanos (7,5).

Também é possível ver o grau de interesse em testar aplicativos relacionados a novos meios de pagamento. Os early adopters são uma minoria, já que a atitude geral dos usuários da Internet quando esse tipo de aplicativo aparece é tímida. Em nenhum dos países explorados a média ultrapassa 5,0. Aqueles que têm menos predisposição para testar esses aplicativos são os espanhóis (3,3), os argentinos (3,6) e os portugueses (3,7).

Figura_6-10. Índice de concordância com as afirmações relacionadas ao estado da conta bancária e a utilização de novos aplicativos de meios de pagamento entre a população internauta bancarizada (média em relação a uma escala de 0 a 10 pontos) - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

E-Commerce

As compras online são atividades diárias em um ambiente digitalizado, como aquele formado pela amostragem do estudo. A proporção maior de compradores online está concentrada na Espanha (98,0%), em Portugal (95,1%) e no Brasil (94,6%). Na República Dominicana (87,9%) e no Peru (85,6%), esse índice sofre uma leve queda. Nos demais países, esse número também é alto. Os dados indicados apontam que apenas 2% dos espanhóis e 5% dos portugueses internautas bancarizados nunca compraram online. Na América Latina, esse número varia entre 5,4% no Brasil e 14,4% no Peru.

Os espanhóis e os chilenos são os que compram com mais frequência online, 4 de 10 compras online pelo menos uma vez por mês. O Peru, o Brasil, a República Dominicana e o México são os que compram com menos frequência online, aproximadamente 1 em cada 4 não compra online mais de uma vez por ano (consultar a **Figura 6-11**).

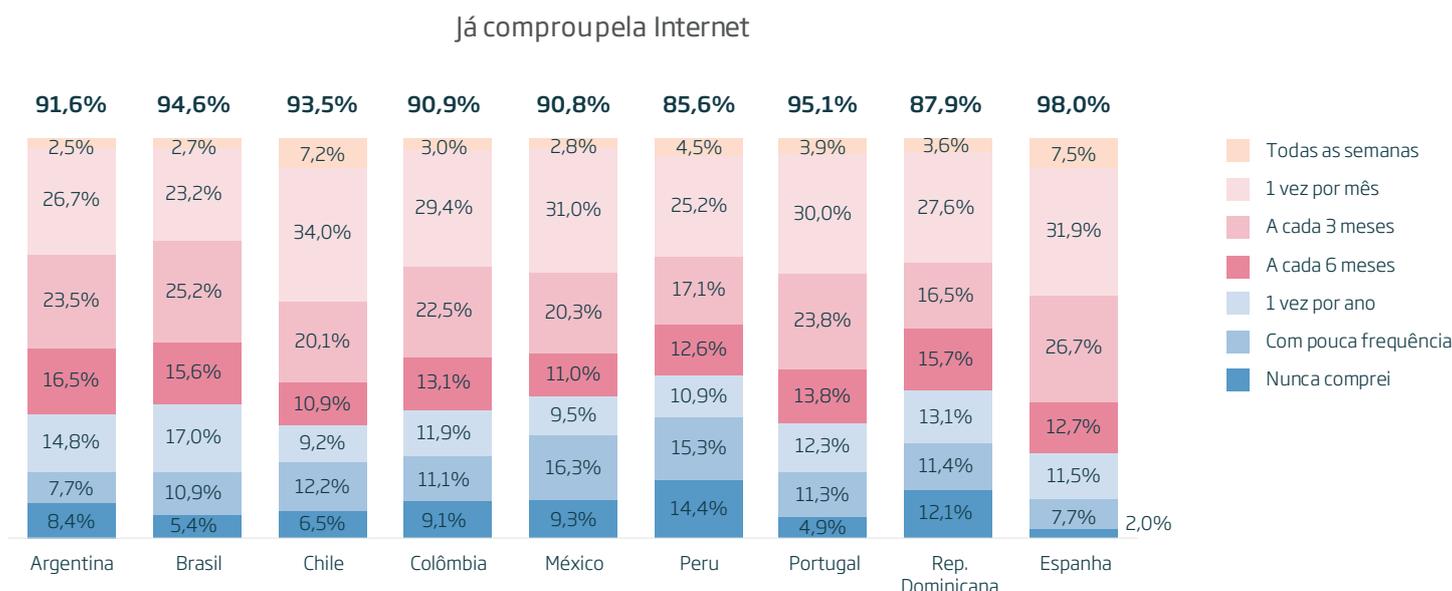
4 de 10 espanhóis e chilenos compram online todos os meses.

Mesmo que a maioria tenha usado o canal online para comprar, o nível de confiança que esse meio lhes oferece não é uniforme em todos os países. Na Espanha, onde 4 em cada 10 compram online todas as semanas, o nível de segurança percebido nesse canal é muito alto (80,9%). Na América Latina, os países que percebem mais segurança são a Argentina (78,7%) e o Chile (73,2%). Na República Dominicana, em Portugal e no México, 7 em cada 10 afirmam que se sentem seguros quando fazem compras online.

Os peruanos são os que mais se sentem suscetíveis de risco ao comprar online, tendo em vista que 43,6% declaram que não se sentem seguros ou se sentem pouco seguros ao comprar online. Inclusive, entre todos os países analisados, o Peru é o que apresenta o menor índice de compradores online (1 em cada 7 nunca comprou online). O Brasil também mostra desconfiança pelas compras online e 37,3% dos brasileiros afirmam que não se sentem seguros ou se sentem pouco seguros (consultar a **Figura 6-12**).

Conforme a análise anterior sobre a segurança das compras online, foi examinada a posse de cartões de pagamento para uso exclusivo neste canal, ou seja, se possuem cartão ou conta para compras online diferente do que costumam usar. A grande maioria usa o mesmo cartão que para suas outras compras, como pode ser observado na **Figura 6-13**. O destaque fica com a República Dominicana, onde 34,2% dos compradores online têm um cartão ou conta exclusiva para suas compras através desse canal. No lado oposto, Colômbia, Brasil, México e Argentina são os países em que menos declaram ter um cartão ou conta exclusiva para suas compras online, menos ainda que a Espanha (26,2%) e Portugal (27,4%).

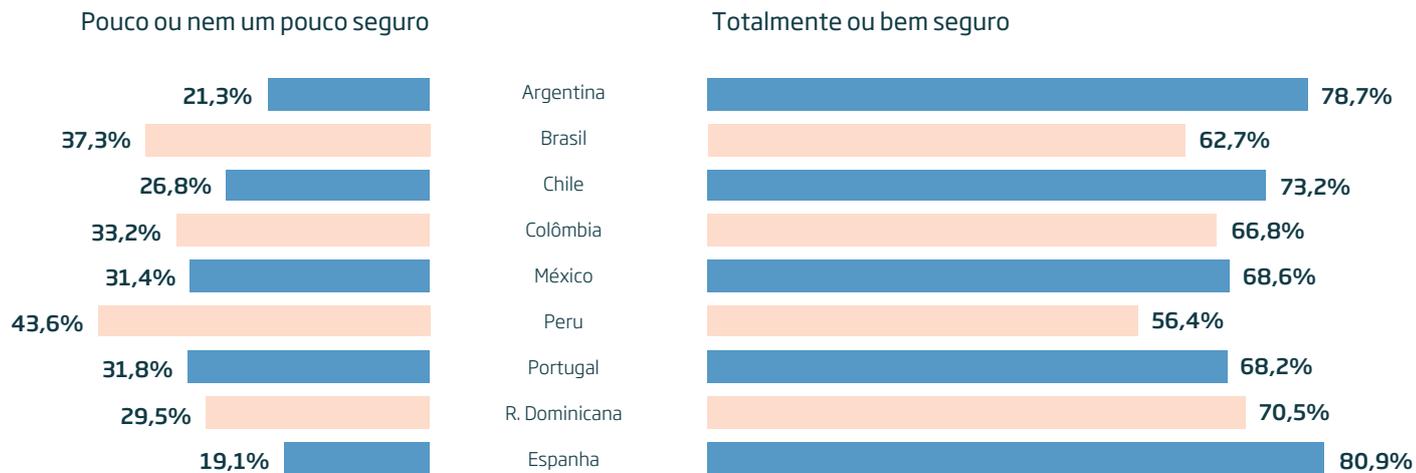
Figura_6-11. Frequência de compra de produtos ou serviços na Internet - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)

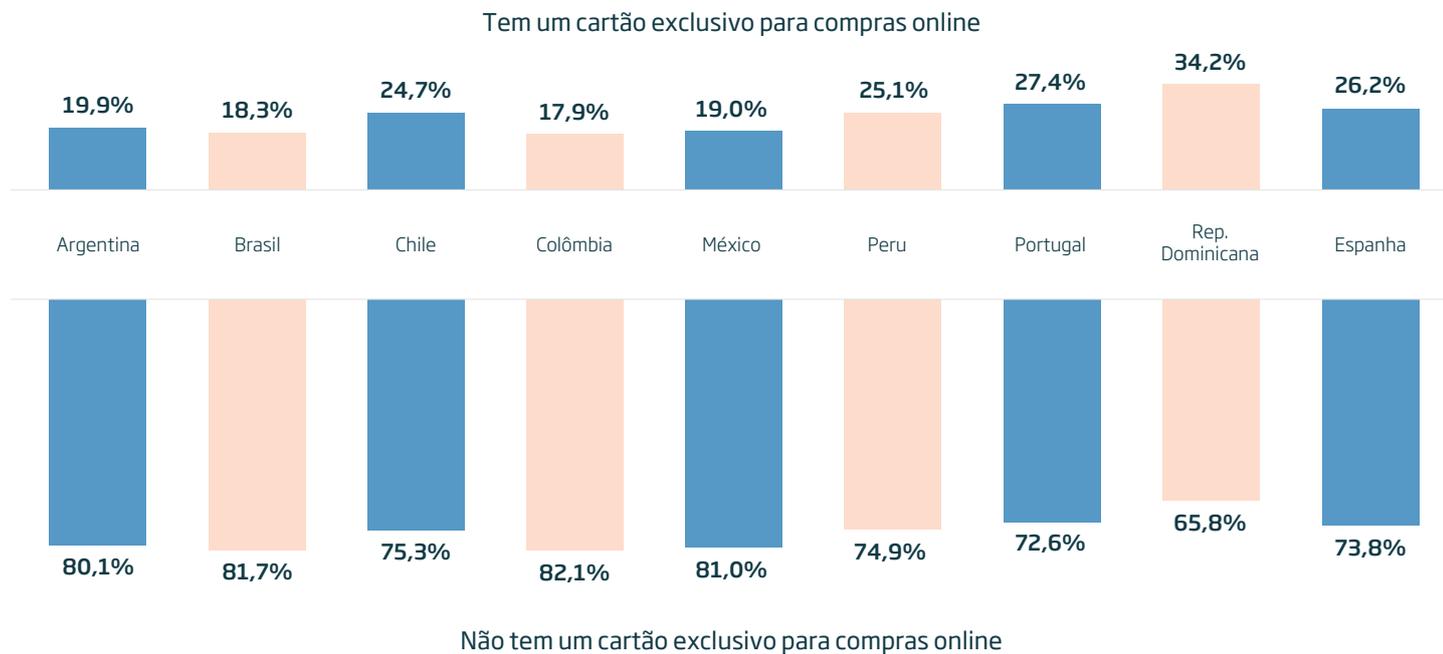
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Figura_6-12. Percepção de segurança nas compras online - (2018)



n: População bancarizada que faz compras online por país, em total
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Figura_6-13. Propriedade de cartão ou conta exclusiva para compras online diferente daqueles usados em compras habituais em estabelecimentos comerciais entre a população internauta bancarizada - (2018)



n: População bancarizada que faz compras online por país, em total
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

A compra online por terceiros: Comportamento estendido derivado da necessidade de contas de usuário

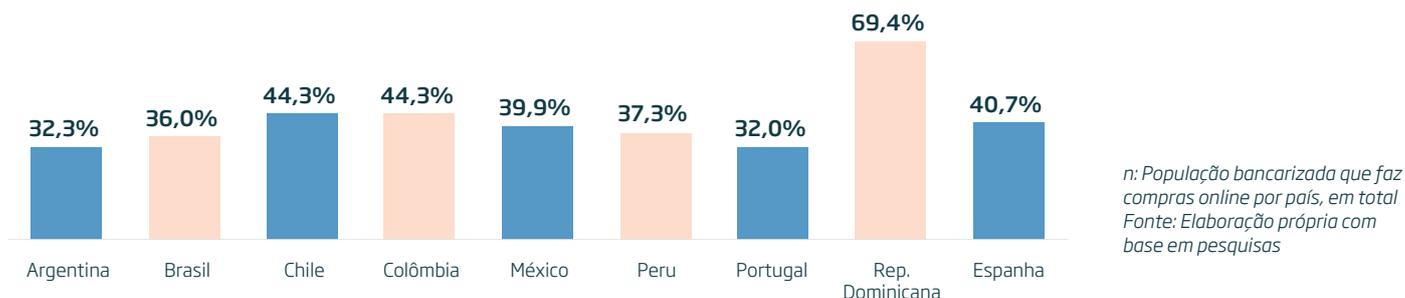
Nesta linha, investigamos comportamentos relacionados a pedir a terceiros (amigos ou familiares) para comprar em seu lugar na Internet e os motivos que levam a isso. O destaque é a República Dominicana, onde 69,4% já compraram através de terceiros em alguma ocasião. Nos demais países, a proporção é menor, e as porcentagens oscilam entre 32,0% em Portugal até 44,3% no Chile e na Colômbia. Em todos os casos, são dados altos, que exigem uma verificação detalhada.

Aprofundando os motivos porque pedem que pessoas do seu meio comprem para eles no e-commerce, é possível deduzir que não se trata de insegurança ou desconfiança no ato da compra online, mas de conforto ou conveniência, como mostrado na **Figura 6-15**.

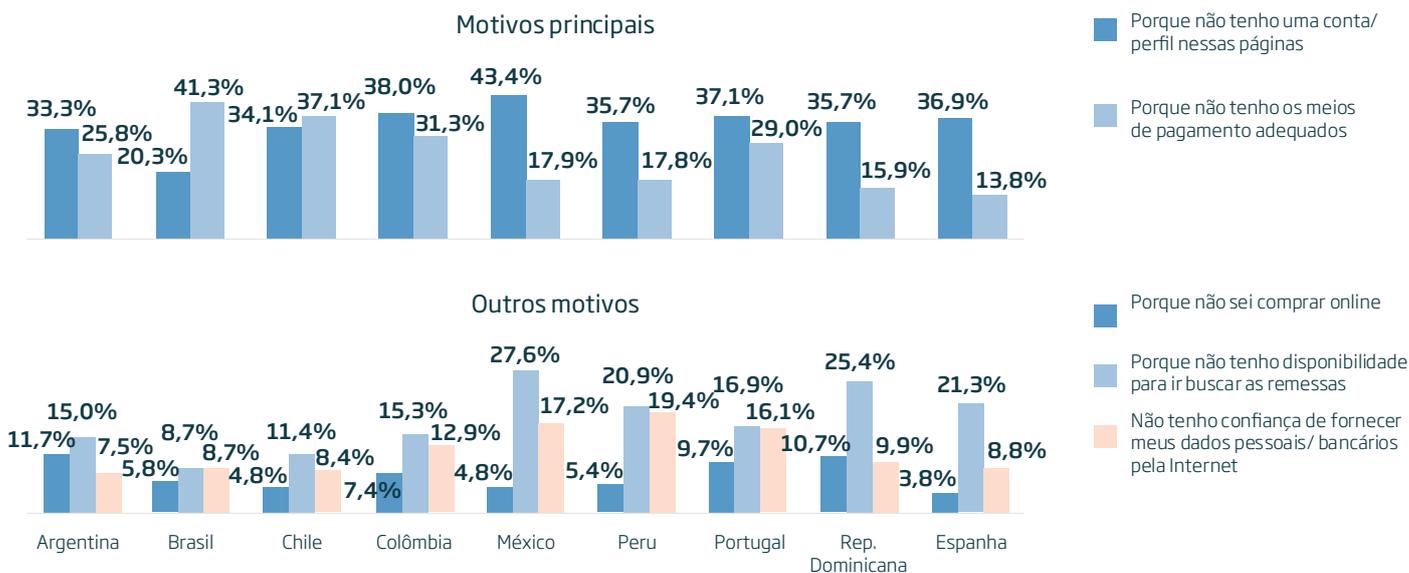
A principal razão na maioria dos países é não ter conta ou perfil nas páginas especializadas de e-commerce, como Amazon ou Alibaba, isto é, apesar de serem compradores online, às vezes é usado um terceiro com perfil de usuário para agilizar o processo. É possível interpretar que a enorme quantidade de e-commerce existente pode estar favorecendo esse comportamento. Porém, no Brasil e no Chile, a principal razão apresentada é não ter os meios de pagamento adequados.

No México, na República Dominicana e na Espanha, aproximadamente 1 em cada 4 compra é feita através de outra pessoa por falta de disponibilidade para coletar remessas. Por isso, se os vendedores online oferecessem alternativas diferentes para a coleta de remessas, esse comportamento provavelmente seria reduzido.

Figura_6-14. Porcentagem da população internauta bancarizada que já pediu a parentes ou amigos para comprar online por ela



Figura_6-15. Motivos para pedir a outra pessoa para comprar por ela pela Internet



Conhecimento de fintech

Grande falta de conhecimento do termo fintech embora a maioria conheça pelo menos uma empresa desse tipo.

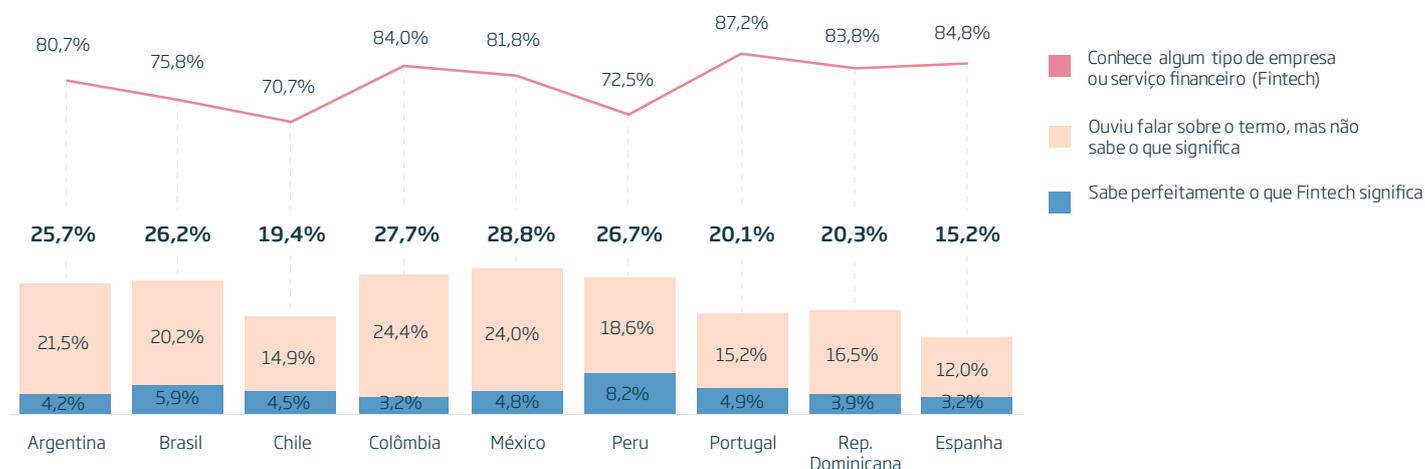
Nos últimos anos, entraram no mercado financeiro novos agentes que o revolucionaram. São empresas que usam a tecnologia para oferecer diferentes serviços financeiros (fintechs). Esse ano, foi realizada uma pesquisa do grau de conhecimento desse tipo de empresa entre os internautas bancarizados. Para isso, o conhecimento foi analisado a partir de duas perspectivas: a primeira, verificando diretamente o grau de conhecimento sobre o termo; depois, mostrando diversos de fintech de acordo com o serviço oferecido, para conferir o grau de conhecimento sobre cada uma.

Embora sejam indivíduos digitalmente avançados, por causa do equipamento tecnológico e do uso frequente que fazem da Internet, o termo fintech é desconhecido para a grande maioria: Menos de 30% da população internauta bancarizada da Internet está familiarizado com ele. Na Espanha chega apenas a 15,2%.

Além disso, aqueles que afirmam conhecer o termo mostram um conhecimento superficial, uma vez que não são capazes de definir exatamente em que consiste. Aqueles que declaram conhecer perfeitamente o termo não ultrapassam 5,0% em nenhum dos países analisados, exceto no Brasil (5,9%) e no Peru (8,2%).

No entanto, quando existem vários tipos de fintech, o conhecimento aumenta muito (consultar a **Figura 6-16**). Apesar de não estar familiarizada com o termo, a maioria dos entrevistados conhece pelo menos um tipo de fintech. No caso de Portugal e da Espanha, a porcentagem dos que conhecem pelo menos um tipo de fintech aumenta para 87,2% e 84,8%, respectivamente. Na América Latina, também aumenta em até 70% - 80%. Os países que menos conhecem esse tipo de empresa ou serviço são o Brasil (75,8%), o Peru (72,5%) e o Chile (70,7%).

Figura_6-16. Conhecimento do termo "fintech" e conhecimento de pelo menos um tipo de empresa ou serviço Fintech - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país

Nas barras empilhadas encontra-se a soma de "Sei perfeitamente o que é" + "Ouvi sobre isso, mas eu não sei o que é".

Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Como mostrado na **Figura 6-17**, nem todas as fintechs têm a mesma difusão. As mais conhecidas são as criptomoedas e os apps de pagamento pelo celular. No extremo oposto estão empresas que prestam serviços internacionais de transferência de dinheiro, cuja divulgação não excede 10%, exceto na República Dominicana, que atinge 17,2%. Os Robot advisors têm as maiores taxas de falta de divulgação, acima de 95%.

Analisando o conhecimento de Crowdfunding, é possível observar diferenças entre os países europeus e latino-americanos: Enquanto nos primeiros tem presença em termos de conhecimento (48,4% sabe o que é na Espanha e 42,8% em Portugal), nos segundos, o grau de conhecimento não ultrapassa 15,0% em nenhum dos países. O grau de conhecimento mais baixo está no Peru (7,2%) e na República Dominicana (6,5%).

6. Demanda de meios de pagamento

Outras modalidades de fintech analisadas são os agregadores financeiros. O país onde esse tipo de aplicação é mais conhecido é a Espanha (17,2%), enquanto no resto dos países o conhecimento é inferior a 5%, exceto no Brasil, que é de 7,2%. Portanto, é possível afirmar que estão em um estágio inicial no desenvolvimento deste serviço.

Entre as fintech mais populares entre os internautas bancarizados estão as criptomoedas, como o bitcoin, considerando que aproximadamente 1 em cada 2 usuários da Internet afirma que sabe o que é. O país com maior conhecimento de criptomoedas é Portugal, onde 58,0% afirmam que sabem o que é.

Além de fazer perguntas sobre o grau de conhecimento sobre as fintechs em geral, foi feita uma pesquisa mais detalhada sobre a penetração dos novos meios de pagamento que estão aparecendo no mercado, como os aplicativos com os quais é possível pagar em estabelecimentos comerciais usando dispositivos móveis (P2B) ou aqueles que permitem realizar

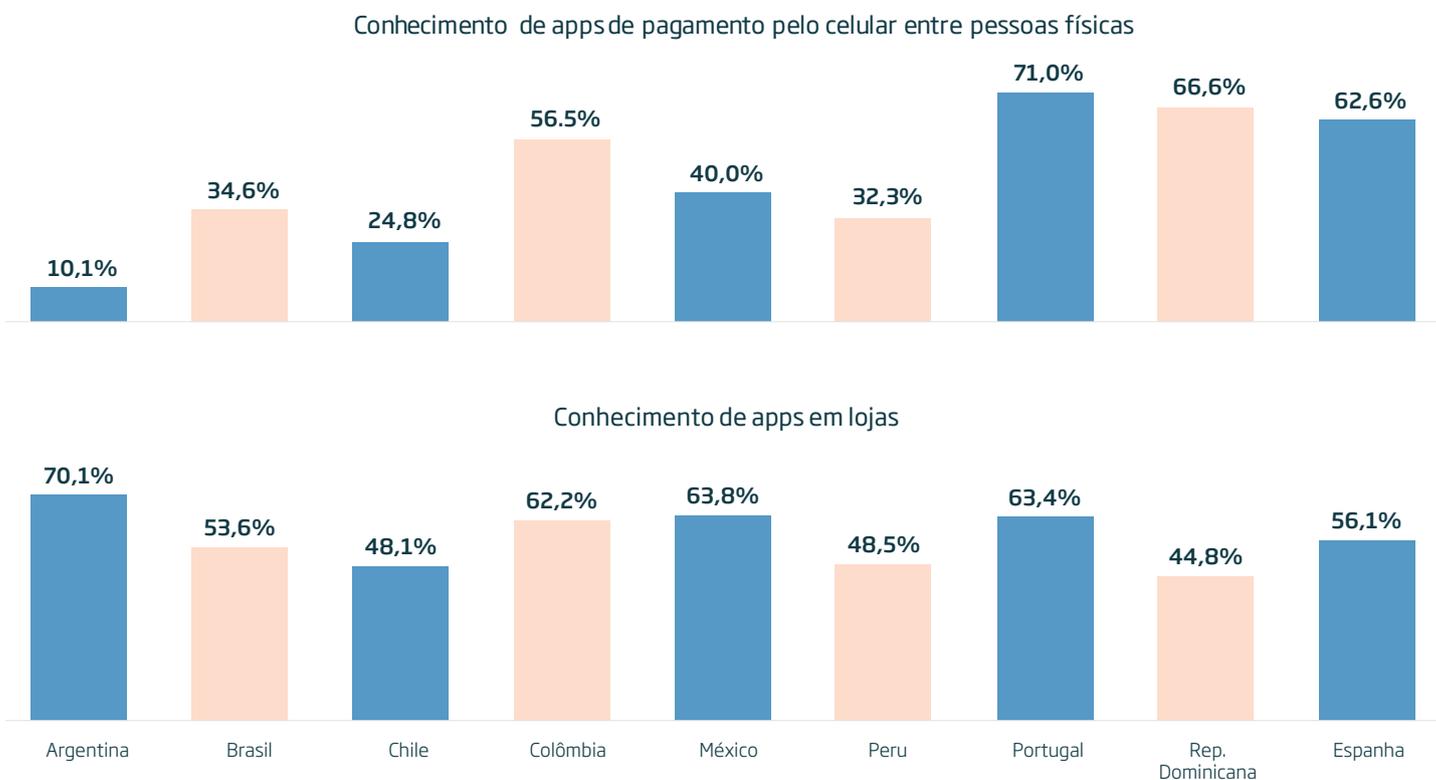
transferências ou pagamentos a pessoas (P2P), geralmente amigos ou membros da família.

A Argentina se destaca em relação aos apps de pagamento pelo celular que permitem pagar em estabelecimentos comerciais em substituição aos cartões físicos: 70,1% de seus usuários da Internet conhecem esses apps, ao contrário da República Dominicana, onde o grau de conhecimento sobre isso cai para 44,8%.

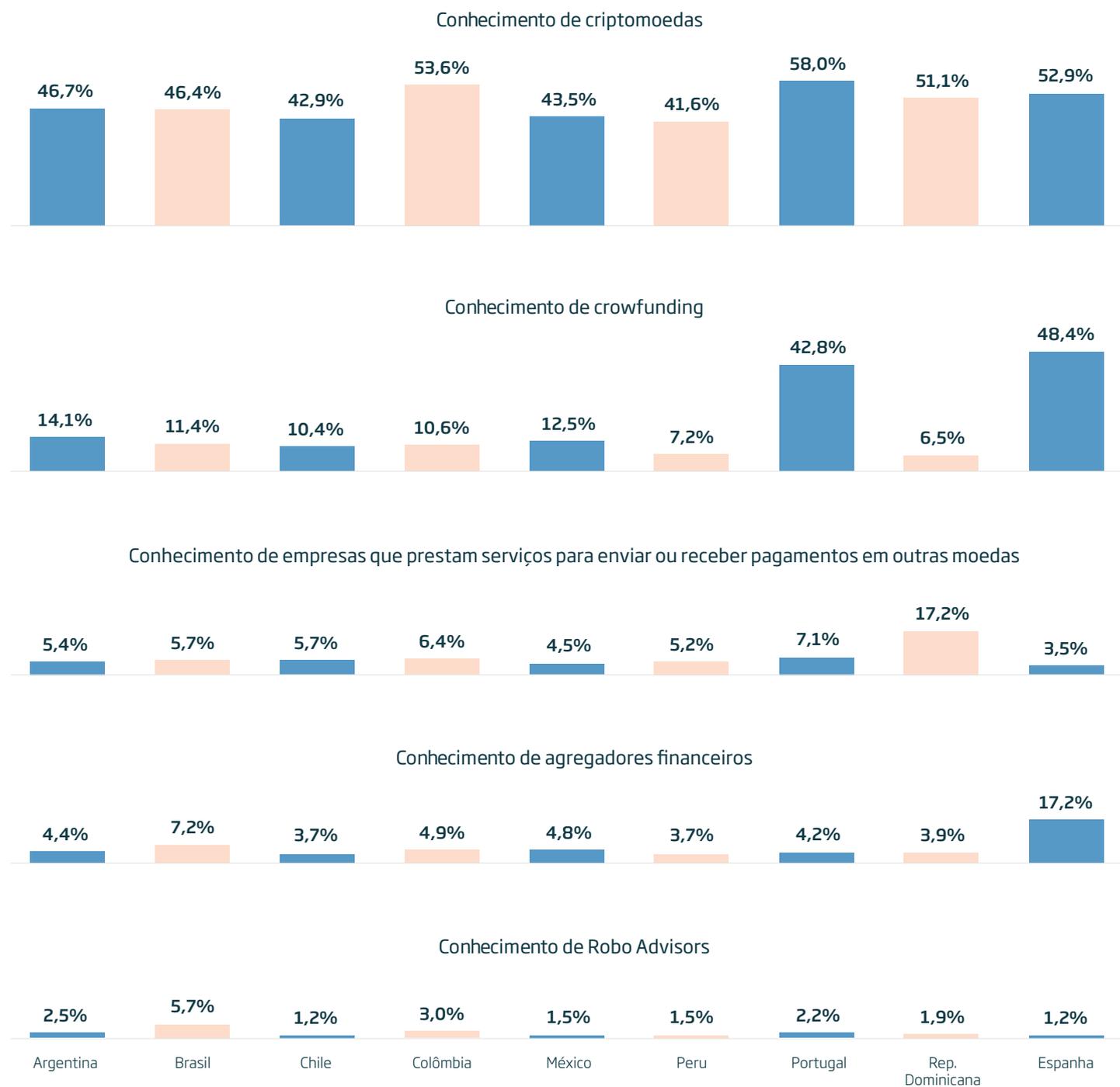
No caso de apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas, o grau de conhecimento diverge. Por um lado, em Portugal, são conhecidos por quase 3 em cada 4, seguidos pela República Dominicana (2 em 3), Espanha (62,6%) e a Colômbia (56,5%). No resto dos países, o conhecimento não excede 50%. Na Argentina, existe uma dicotomia no conhecimento de apps de pagamento pelo celular: é o país com maior taxa de conhecimento de apps de pagamento em estabelecimentos comerciais (70,1%) e aquele que apresenta a menor taxa de conhecimento de apps de pagamento entre amigos ou parentes, apenas 10,1%.

Os apps pagamento pelo celular e as criptomoedas são as fintechs mais populares entre a população internauta bancarizada.

Figura_6-17. Conhecimento de empresas e serviços financeiros (fintech) entre a população internauta bancarizada - (2018)



Figura_6-17. Conhecimento de empresas e serviços financeiros (fintech) entre a população internauta bancarizada - (2018)
(Continuação)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Como mostrado na **Figura 6-17**, os apps de pagamento pelo celular são bastante conhecidos entre a população internauta, mas eles estarão incorporando esse meio de pagamento à sua vida cotidiana?

6. Demanda de meios de pagamento

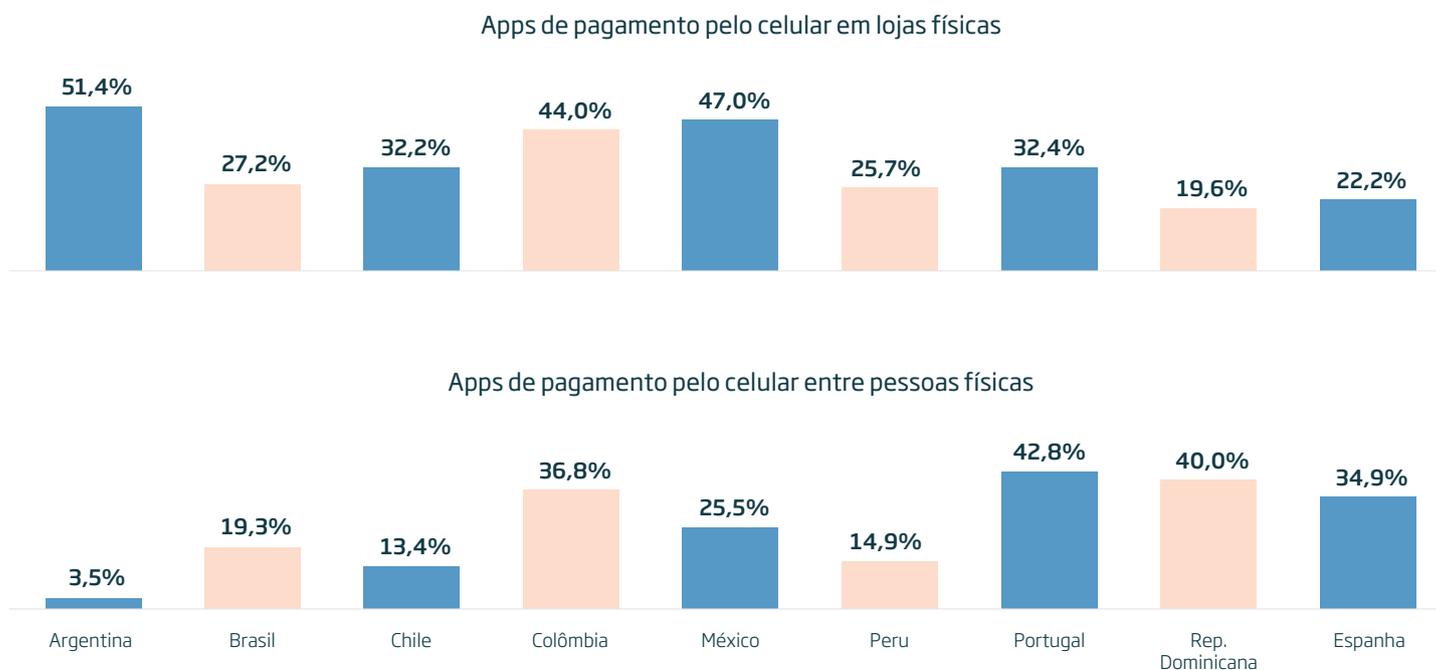
Os apps com os quais é possível realizar pagamentos em estabelecimentos comerciais foram adotados em massa pelos argentinos, considerando que aproximadamente 51,4% já usaram esses apps em alguma ocasião (Figura 18). No entanto, os apps de pagamento P2P não tiveram tanta aceitação nesse país, considerando que apenas 3,5% já usaram esses apps em alguma ocasião. Nos demais países latino-americanos, a tendência é semelhante: os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais são mais usados do que os apps de pagamento P2P. O México e a Colômbia são os países que mais usaram os primeiros (47,0% e 44,0%), enquanto o percentual de utilização no Brasil e no Peru chega perto da casa de 25,0%.

Essa tendência é interrompida pelos países europeus e a República Dominicana, porque os apps de pagamento entre pessoas físicas são mais usados do que os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais. Na Espanha, os usuários de

apps P2P representam 34,9% em comparação com 22,2%, que declaram que pagaram com apps em estabelecimentos comerciais. Em Portugal, esses percentuais representam 42,8% e 32,4% respectivamente, e na República Dominicana 40,0% em comparação com 19,6%.

Entre os usuários de apps que permitem realizar pagamentos em estabelecimentos comerciais, os preferidos são apps de bancos, uma vez que lhes proporcionam maior segurança. Eles são os preferidos para mais da metade daqueles que já os usaram, bem longe de outros como GooglePay, ApplePay ou SamsungPay ou apps oferecidos por outras operadoras, como as empresas de telefonia. Os argentinos mostram mais indiferença quanto à preferência por esse tipo de aplicativo: 38,0% não têm preferência por nenhum deles, embora seus preferidos continuem sendo os bancários, com 44,7%.

Figura_6-18. Utilização de app de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais ou app de pagamento entre particulares - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)

Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Barreiras aos pagamentos através do celular

Ainda existe uma grande parte da população que nunca fez pagamentos móveis em lojas ou estabelecimentos comerciais, começando pelos argentinos que, com 48,6%, são os que mais usaram esses apps, até os dominicanos, que têm o índice mais baixo de utilização, 80,4%.

Dependendo do país, existem vários fatores que influenciam a decisão de não usar esse meio de pagamento (consultar a **Figura 6-19**). No caso da Espanha e Portugal, o principal

obstáculo é o costume de usar outros meios de pagamento, como os cartões (49,0% e 50,5%) ou dinheiro em espécie (35,3% e 33,8%). Portanto, nesses países, a principal barreira é o fato de que outros meios de pagamento tradicionais prevalecem, e não a desconfiança ou a dificuldade ao usá-los.

No entanto, nos países da América Latina, a falta de confiança nesses meios de pagamento aumenta: é a principal barreira para países como a Colômbia (36,6%), Peru (36,0%), México (33,5%) e Argentina (31,0%).

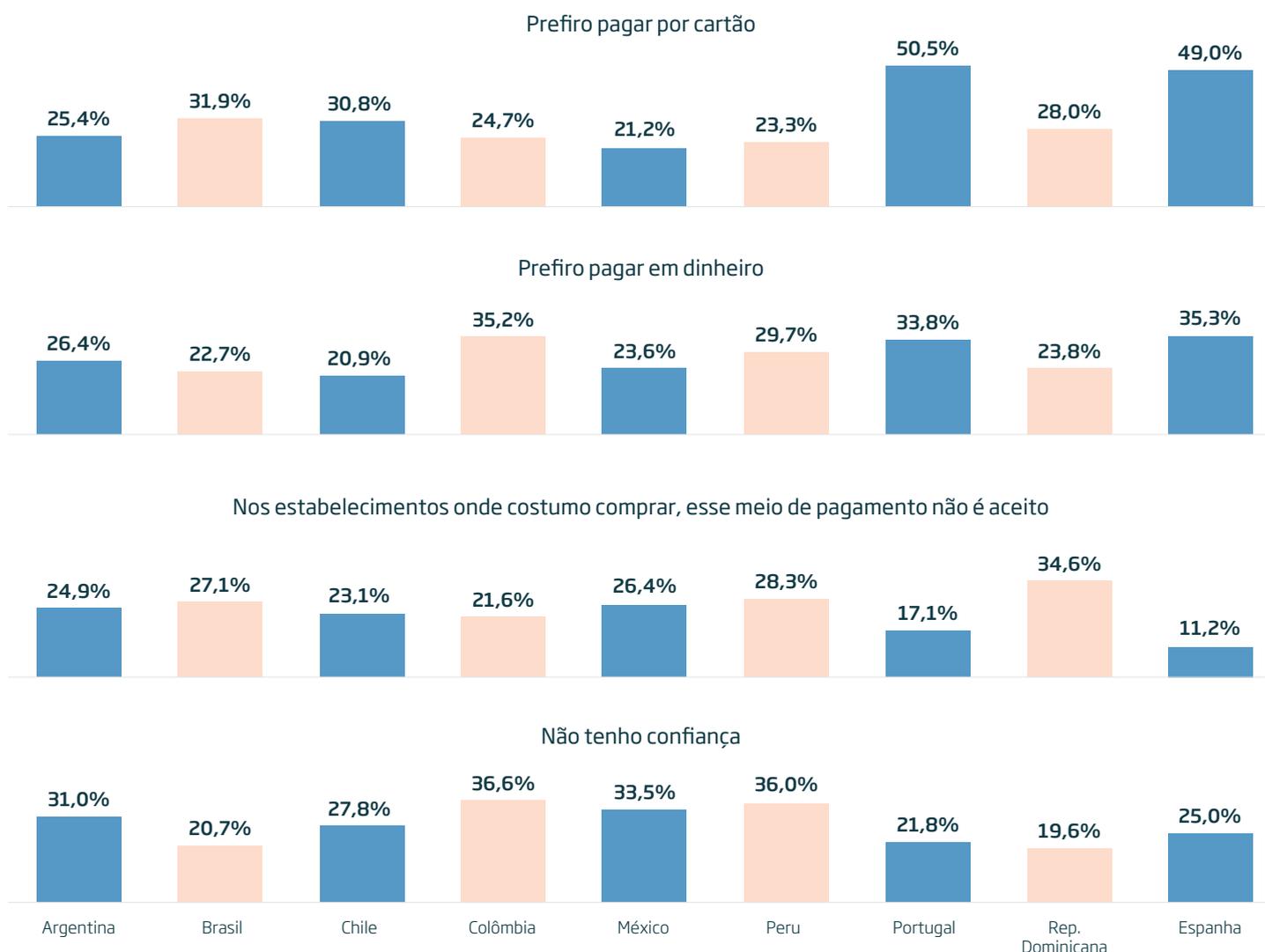
Observa-se também que nesses países a rejeição de sua aceitação pelos estabelecimentos é maior que na Espanha e em Portugal; na verdade, é o principal freio na República Dominicana (34,6%).

Existe uma tarefa que ainda deve ser aprendida pelo usuário, já que outra razão pela qual não usam apps é a falta de conhecimento do modo de usá-lo. No caso da Colômbia e da Argentina, 26,0% e 25,9%, respectivamente, afirmam que não o usam porque não sabem como fazê-lo, enquanto no resto dos países varia entre 16,0% e 20,0%.

A população internauta bancarizada não rejeita a adoção desses novos meios de pagamento, pois a desconfiança não é a principal barreira para não utilizá-la, mas precisa de um elemento ativador que os incentive a pagar com eles, em vez de usar os meios tradicionais com os quais estão acostumados: dinheiro ou cartão.

Enraizamento em outros meios de pagamento é a principal barreira ao pagamento com apps.

Figura_6-19. Barreiras para usar pagamento móvel/carteira virtual em estabelecimentos entre a população internauta bancarizada.



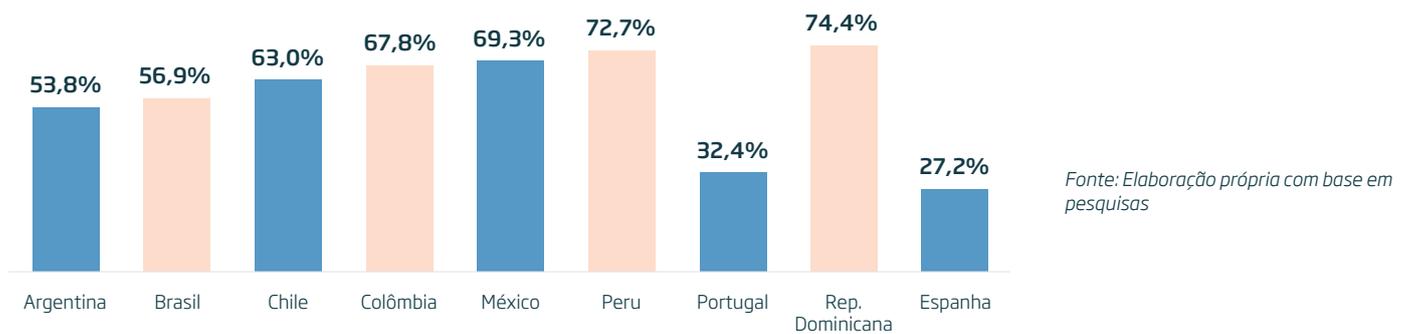
n: População total que não utilizou pagamento móvel/carteira virtual em estabelecimentos comerciais
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

6. Demanda de meios de pagamento

Depois de analisar as barreiras para que esses novos meios de pagamento sejam usados, foi realizada uma análise da predisposição para que sejam usados em alguma ocasião no próximo ano. Na América Latina, predomina uma alta predisposição para isso, principalmente na República Dominicana e no Peru, onde respectivamente 74,4% e 72,7% das pessoas

que não usam essa modalidade estariam dispostas a usá-la. No resto dos países latino-americanos, a intenção também é alta, de 69,3% no México a 53,8% na Argentina. Em compensação, os países da Península Ibérica demonstram menos interesse em adotar esses meios de pagamento: a porcentagem de intenders é de 32,4% em Portugal e 27,2% na Espanha (consultar a **Figura 6-20**).

Figura_6-20. Intenção da população internauta bancarizada de usar no próximo ano aplicativos de pagamento móvel/carteira virtual que ainda não usa - (2018)



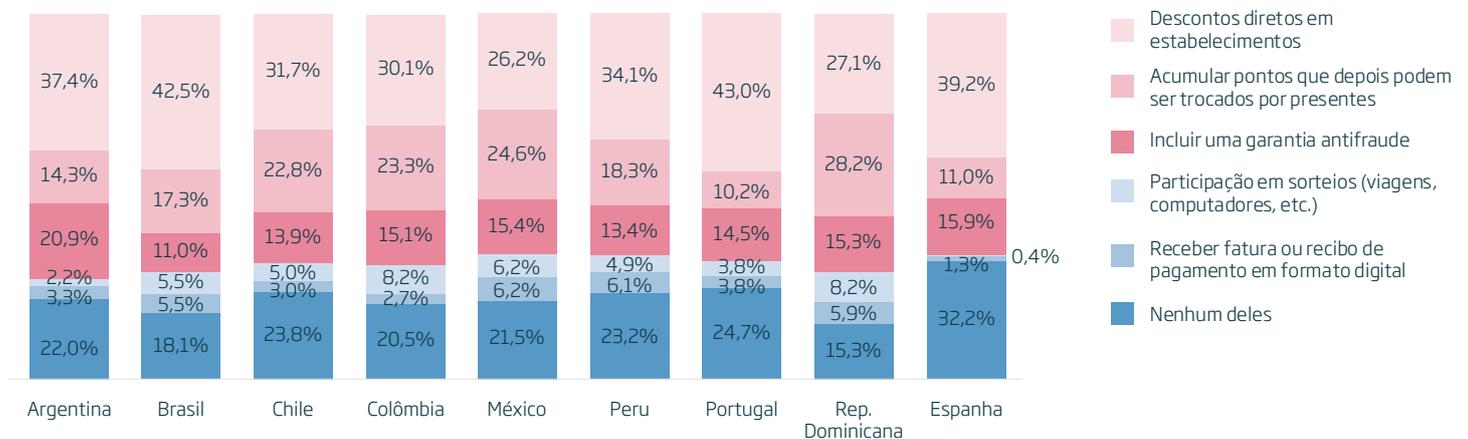
Do mesmo modo que antes tinha sido analisadas possíveis medidas para incentivar o pagamento ou financiamento com cartão de crédito, também foram testadas várias propostas para promover o uso desses apps entre aqueles que não pretendem usá-los no próximo ano. Entre esses, estão acumular pontos que poderão ser trocados mais tarde por brindes, a aplicação de descontos diretos em estabelecimentos comerciais ou a inclusão de um seguro antifraude, entre outros.

Como aconteceu com aqueles que não usaram o cartão de crédito para financiar suas compras, a Espanha é o país que menos reage diante essas medidas: 32,2% não o usariam, mesmo que oferecessem algum incentivo. Entre todas as propostas analisadas, a que mais mobiliza aqueles que não mostram interesse em usá-los no próximo ano são os descontos diretos em estabelecimentos comerciais: em todos os países, é

superior a 25,0%. Isso se destaca principalmente em Portugal e no Brasil, onde atinge 43,0% e 42,5%, respectivamente. A República Dominicana (28,2%), o México (24,6%), a Colômbia (23,3%) e o Chile (22,8%) também demonstram interesse pela opção de acumular pontos que podem ser trocados por presentes (28,2% e 24,6%, respectivamente). A inclusão de um seguro antifraude desperta a participação de 20,9% dos argentinos, enquanto nos demais oscila com percentuais entre 11,0% e 15,9%.

Outros incentivos possíveis, como a participação em sorteios (viagens, computadores, etc.) ou o recebimento de fatura eletronicamente, não mobilizam o uso de aplicativos de pagamento em estabelecimentos comerciais, uma vez que em nunca fica acima de 9%.

Figura_6-21. Principais incentivos que podem dar um impulso à utilização de apps de pagamento móvel em estabelecimentos comerciais entre aqueles que não têm a intenção de usá-los durante o próximo ano - (2018)



n: População total que não tem intenção de usar apps de pagamento móvel/carteira virtual em estabelecimentos
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

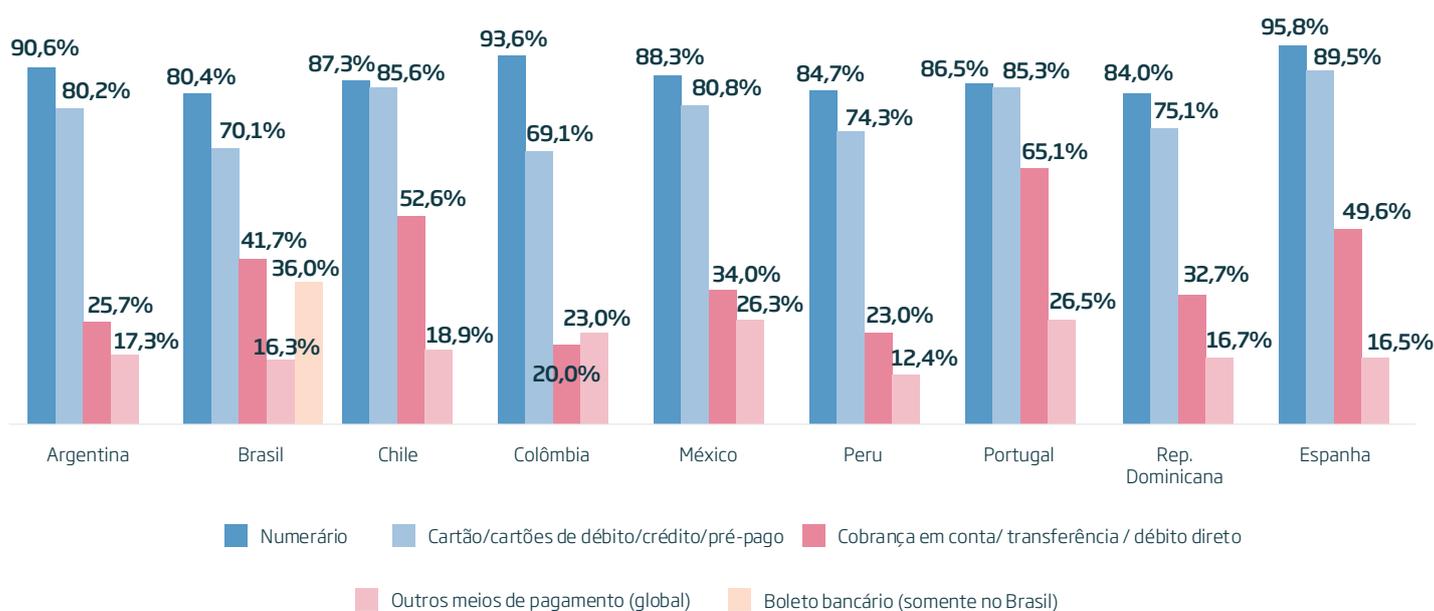
Utilização de meios de pagamento pela população internauta bancarizada

A **Figura 6-22** mostra os meios de pagamento usados no último mês, diferenciando entre dinheiro, cartões (crédito, débito ou pré-pago), transferências ou débitos diretos, boleto bancário (disponível apenas no Brasil) e outros meios de pagamento minoritários (cheques/promissórias/apps de pagamento). A maioria usa pelo menos dois meios diferentes de pagamento em suas despesas mensais. Aqueles que utilizam os mais diferentes meios de pagamento mensalmente são Portugal (2,7), Espanha (2,6), Brasil (2,5) e o Chile (2,5) já que, além de dinheiro e cartões, os pagamentos com débito em conta têm um peso significativo nas despesas mensais nesses países.

O dinheiro continua sendo o meio de pagamento predominante seguido bem de perto pelo cartão. Os países que mais utilizam transferências ou débitos diretos são Portugal (65,1%), o Chile (52,6%) e a Espanha (49,6%). No Brasil, além dos descritos acima, usam o boleto bancário: 36,0% pagam despesas mensais com este meio. No entanto, nos outros países - Argentina, Colômbia, México, Peru e República Dominicana - a média dos meios de pagamento utilizados é um pouco mais baixo, basicamente em dinheiro e cartões.

Figura_6-22. População internauta bancarizada que usa os seguintes meios de pagamento em suas despesas mensais (2018)

Média de meios de pagamento utilizados no mês passado

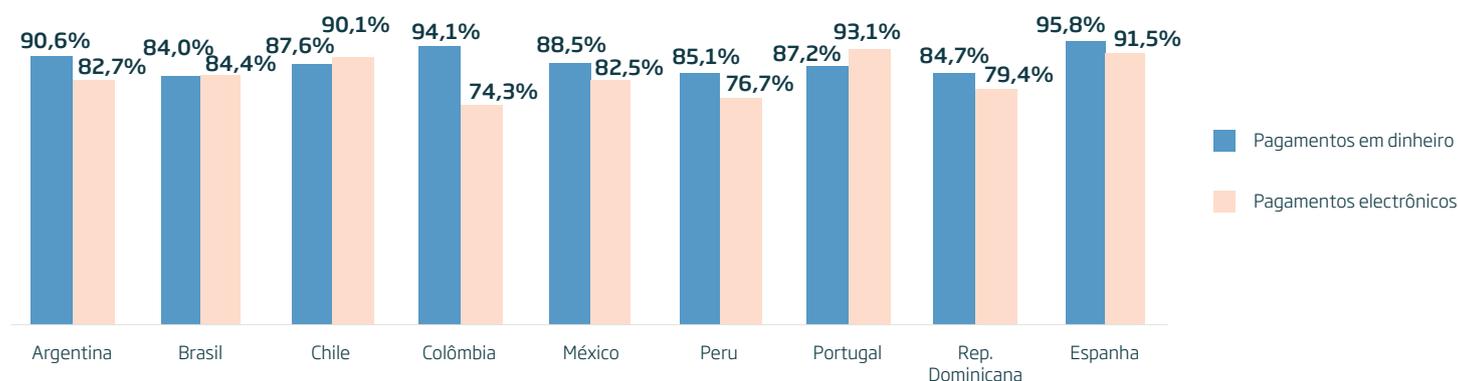


n: População internauta bancarizada em total por país (400)
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Em alguns dos países analisados, o pagamento por meio eletrônico excede os meios de pagamento em papel (consultar a **Figura 6-23**). Este é o caso em Portugal, onde 93,1% utilizam pagamentos eletrônicos em comparação com 87,2% que usam meios de pagamento baseados em papel; no Chile, esses percentuais representam 90,1% e 87,6% e no Brasil 84,4%

versus 84,0%. Nos outros países, os meios de pagamento baseados em papel superam os eletrônicos; No caso da Espanha, a diferença entre os dois é menor, 95,8% contra 91,8%, enquanto nos demais países da América Latina os pagamentos em papel estavam entre 85,0% e 95,0% dos pagamentos mensais, e os pagamentos eletrônicos variaram entre 75,0% e 83,0%.

Figura_6-23. Porcentagem da população internauta bancarizada que usa meios de pagamento digitais ou em papel mensalmente - (2018)



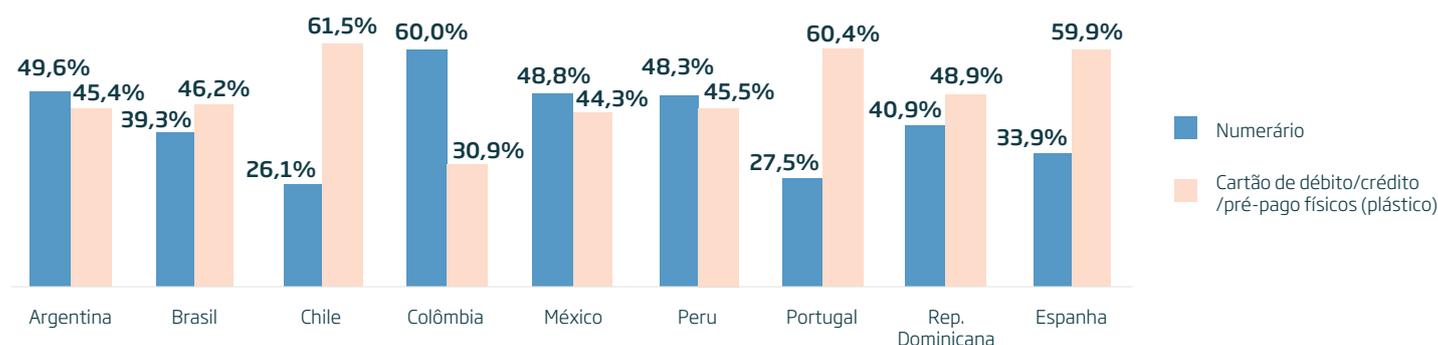
n: População internauta bancarizada em total por país (400)
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Apesar de em todos os países o dinheiro ser o meio de pagamento mais utilizado, não para todos eles é o principal (consultar a **Figura 6-24**). Para os colombianos, é claramente o principal, 60% declaram que seu principal meio de pagamento

é dinheiro. Para os argentinos (49,6%), mexicanos (48,8%) e peruanos (48,3%), o numerário tem uma vantagem simbólica, já que o cartão não está muito longe.

No Chile, em Portugal e na Espanha, os cartões são o principal meio de pagamento, enquanto na Colômbia o dinheiro ainda tem um peso importante.

Figura_6-24. Porcentagem da população internauta bancarizada que usa dinheiro ou cartão como o principal meio de pagamento - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

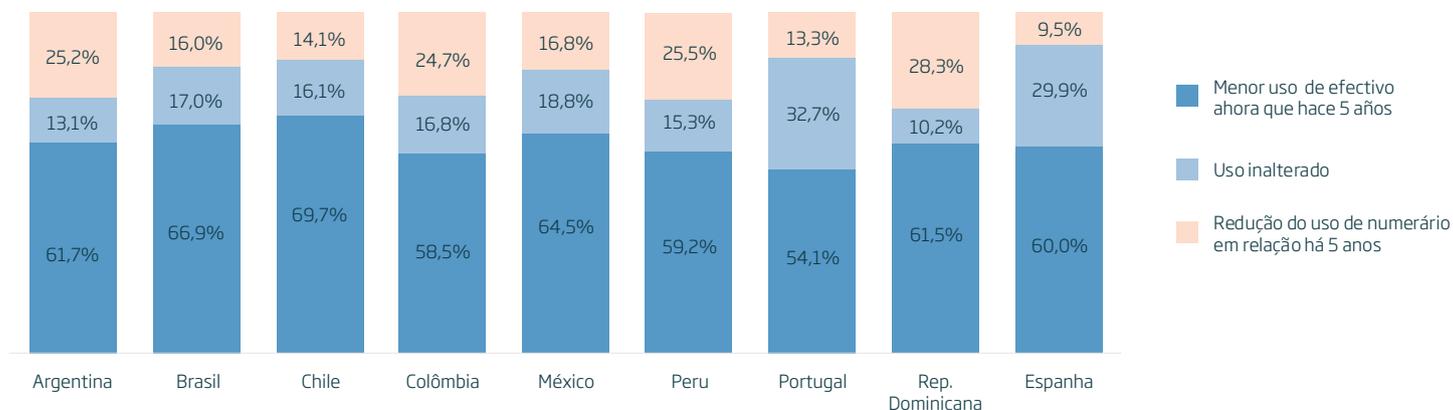
Os demais países veem os cartões como o principal meio de pagamento, embora em diferentes graus. Por um lado, no Chile (61,5%), em Portugal (60,4%) e na Espanha (59,9%), o cartão prevalece com firmeza em comparação com o dinheiro. Por outro lado, na República Dominicana e no Brasil, a predominância dos cartões é significativamente menor do que nos países acima. No primeiro, 48,9% declaram que os cartões são o principal meio de pagamento, em comparação com 40,9% que falam que é o dinheiro. No Brasil, esses valores são 46,2% e

39,3%, respectivamente. Os outros meios de pagamento são considerados principais apenas por uma minoria.

Em resumo, o numerário continua dominando o leque de meios de pagamento, mas a tendência favorável ao pagamento com cartões continua sendo confirmada e aparecem exemplos de países em que o cartão é considerado o principal meio de pagamento (Chile, Portugal e Espanha). A percepção dessa evolução no próprio usuário é refletida na **Figura 6-25**.

Todos os países viram como o uso de dinheiro foi reduzido em comparação com 5 anos atrás.

Figura_6-25. Uso de dinheiro hoje em comparação com 5 anos atrás - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)

Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

A maioria, cerca de 50% a 70%, sente que a utilização de numerário diminuiu hoje em comparação com 5 anos atrás, principalmente entre os chilenos (69,7%), e depois os brasileiros (66,9%) e os mexicanos (64,5%).

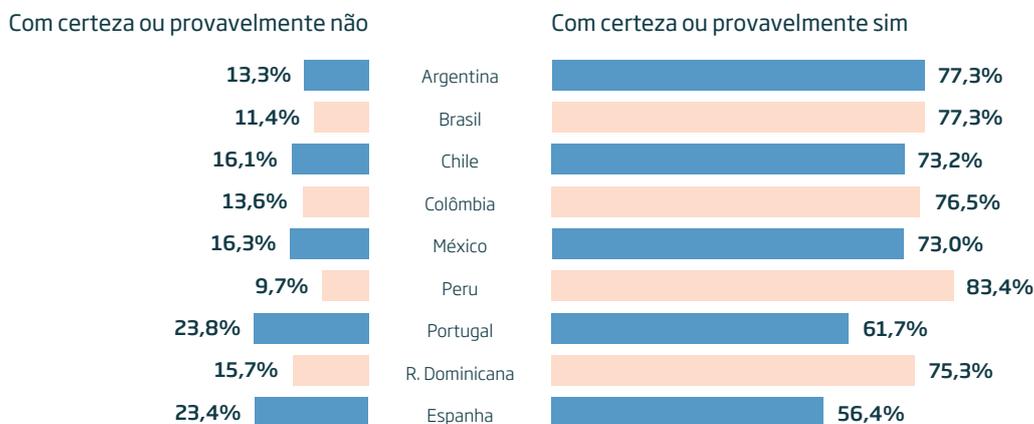
O uso de dinheiro aumentou atualmente em comparação com 5 anos atrás para 1 em cada 4 na Argentina, Colômbia e no Peru, e para 3 em cada 10 na República Dominicana.

Para confirmar a evolução dessa tendência, foi feita uma análise da predisposição dos usuários da Internet em excluir o dinheiro dos seus meios de pagamento em uma situação hipotética, na qual não havia nenhum tipo de barreira para o pagamento eletrônico ou digital nos estabelecimentos comerciais,

independentemente do montante. Na América Latina, a predisposição é bastante alta: cerca de 3 em cada 4 estaria disposto a parar de usá-lo (**Figura 6-26**). O destaque fica com o Peru, onde esse percentual chega a 83,4%.

No entanto, na Espanha e em Portugal existe uma maior conexão com o dinheiro. Aqueles dispostos a abandonar este meio de pagamento representam 56,4% e 61,7%, respectivamente. Além disso, nesses dois países se observa o maior número de pessoas relutantes em parar de usar os métodos mais tradicionais. Aqueles que afirmam que provavelmente ou que com certeza não vão deixar de usar dinheiro em espécie representam 23,4% na Espanha e 23,8% em Portugal (1 em cada 4), enquanto nos demais países esse percentual não ultrapassa 17,0%.

Figura_6-26. Predisposição para parar de usar numerário em todas as compras, se pudesse pagar com cartão ou outros meios eletrônicos ou digitais - (2018)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)

Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

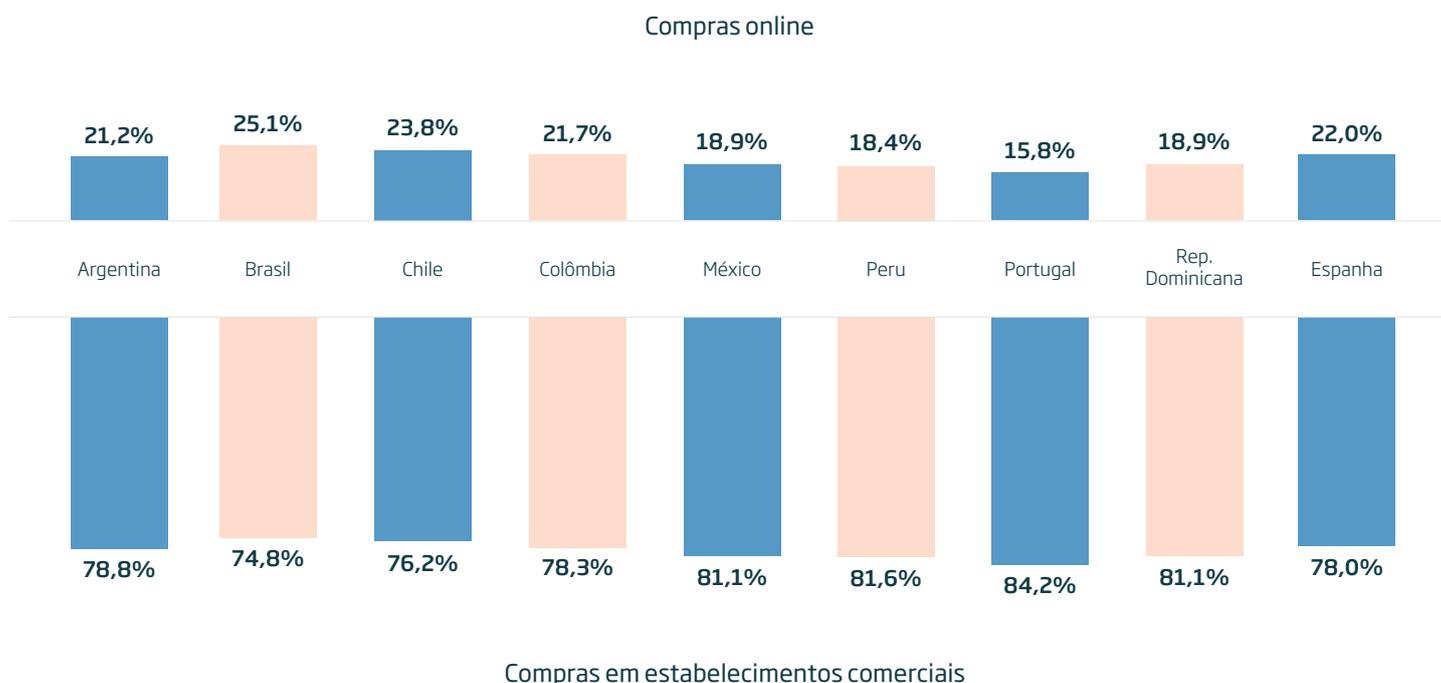
Métodos de pagamento em estabelecimentos comerciais e online

Conforme mostrado na seção anterior, os meios eletrônicos e digitais continuam ganhando peso dentro dos meios de pagamento. Nesta edição, queríamos explorar e entender o peso dos meios de pagamento existentes nos diferentes canais de compra (online/offline), bem como a sua frequência de utilização.

Como já fizemos na seção sobre e-commerce, a população analisada é composta por internautas ativos, dos quais uma grande maioria comprou pelo menos uma vez pela Internet. Para aprofundar a análise, foi analisado como tem sido a distribuição de suas compras do último mês entre os canais offline e online.

Como mostrado na **Figura 6-27**, as compras físicas continuam predominando, porque as compras online representam entre 15,8% e 25,1% das compras no último mês. Por país, o Brasil lidera as compras online (25,1%), seguido pelo Chile (23,8%) e a Espanha (22,0%). No México, Peru e República Dominicana, as compras online representaram cerca de 19,0%. Os portugueses são os que compram menos pela Internet; do total do último mês, 15,8% foram compras realizadas online, em comparação com 84,2% em estabelecimentos físicos.

Figura_6-27. Proporção de compras em estabelecimentos comerciais ou online no mês passado - (2018)



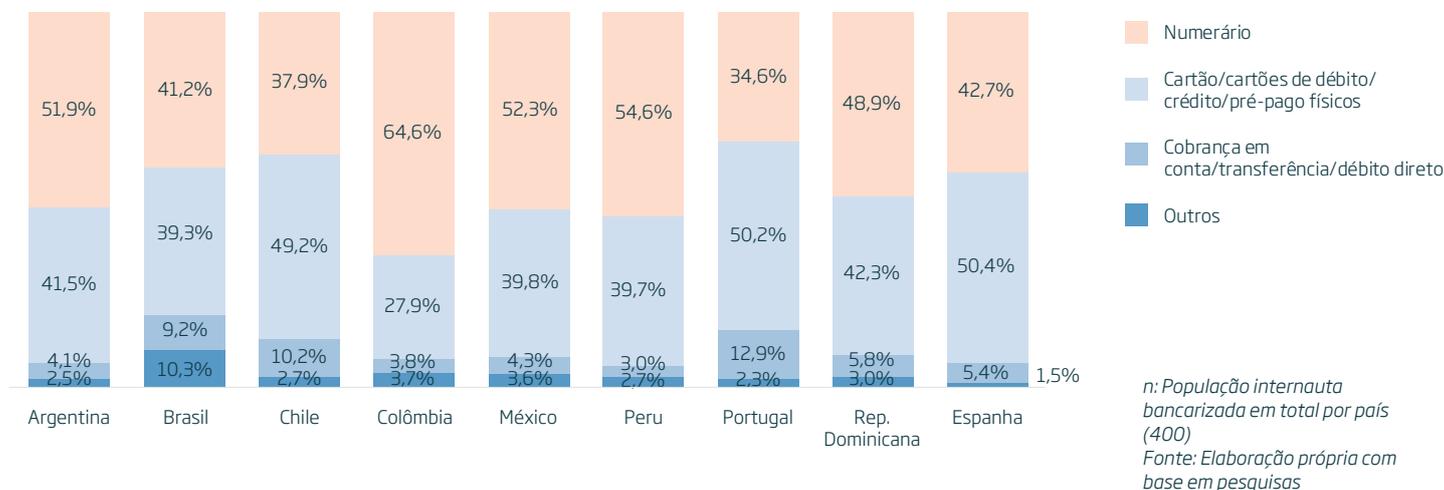
n: População internauta bancarizada em total por país (400)
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Na **Figura 6-28**, é possível observar o peso dos diferentes meios de pagamento utilizados nos estabelecimentos comerciais no último mês. Em todos os países da América Latina, exceto o Chile, o pagamento em dinheiro em estabelecimentos comerciais excedeu o pagamento com cartões. Particularmente notável é a Colômbia, o país com as mais fortes raízes em dinheiro, mais uma vez demonstrado, já que 64,6% usaram dinheiro para compras em estabelecimentos comerciais no último mês, mais

que o dobro daqueles que usaram o pagamento com cartão, 27,9%. Na Espanha, Portugal e Chile, a tendência é o inverso, o pagamento com cartão é usado mais que com dinheiro. Na Espanha, o pagamento com cartões em estabelecimentos comerciais no último mês foi feito em 50,4% contra 42,7% pagamentos em dinheiro. Na Espanha, o pagamento com cartões em estabelecimentos físicos no último mês foi feito em 50,4% em comparação com 42,7% que fez pagamentos em dinheiro.

A Colômbia é o país que mais usou dinheiro para suas compras no último mês.

Figura_6-28. Divisão de despesas segundo o meio utilizado em compras em estabelecimentos comerciais no mês passado - (2018)



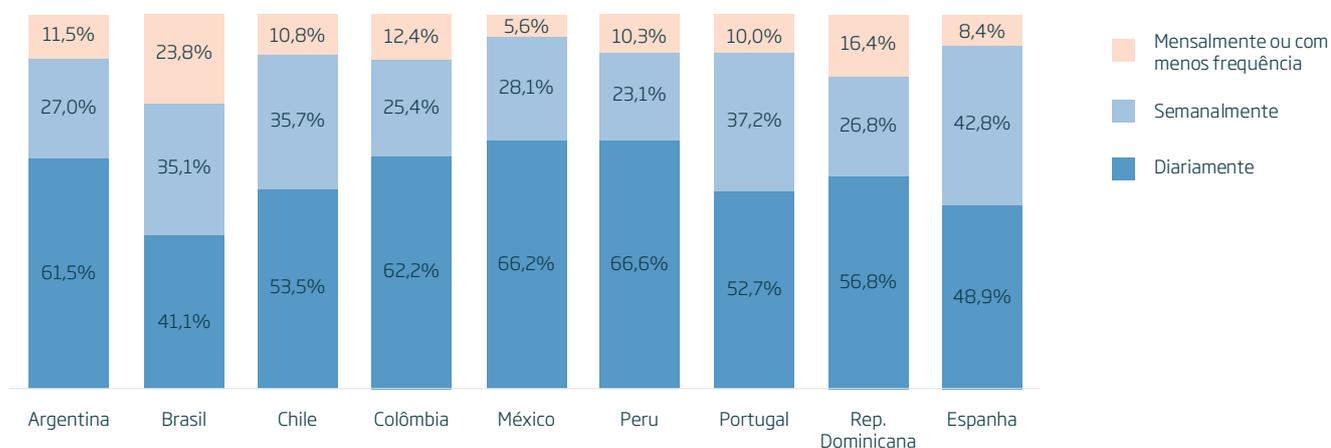
Em relação à frequência de uso do dinheiro, a prevalência de uso diário é observada em todos os países, especialmente no Peru, México, Colômbia e Argentina, onde mais de 60,0% usam dinheiro diariamente.

No entanto, a frequência de uso do dinheiro é um pouco menor na Espanha, no Brasil, em Portugal e no Chile, que são os países com a maior porcentagem de pagamentos com cartão em estabelecimentos no último mês. Estes são os países onde menos uso é feito de dinheiro diariamente, como mostrado na **Figura 6-29**. Apesar disso, 1 em cada 2 espanhóis continua usando dinheiro todos os dias para compras em estabelecimentos físicos. O Brasil é o país em que o dinheiro é usado com menor frequência para compras em estabelecimentos comerciais, 41,1% dos brasileiros utilizam diariamente.

A intensidade de uso de cartão como meio de pagamento no canal offline é bastante alta em todos os países. A maior frequência ocorre em Portugal, onde 9 em cada 10 usam pelo menos uma vez por semana, no Chile (87,2%), Espanha (84,4%) e no Brasil (83,3%). Outro grupo de países apresenta uma intensidade menor: o México, onde a porcentagem de usuários de Internet que pagam em estabelecimentos comerciais com qualquer tipo de cartão pelo menos uma vez por semana é de 79,9%, a Argentina (78,7%), a República Dominicana (73,1%) e o Peru (70,3%). Em último lugar, os colombianos usam menos cartão nos estabelecimentos físicos: 58,6% declaram que o utilizam pelo menos uma vez por semana (consultar a **Figura 6-30**).

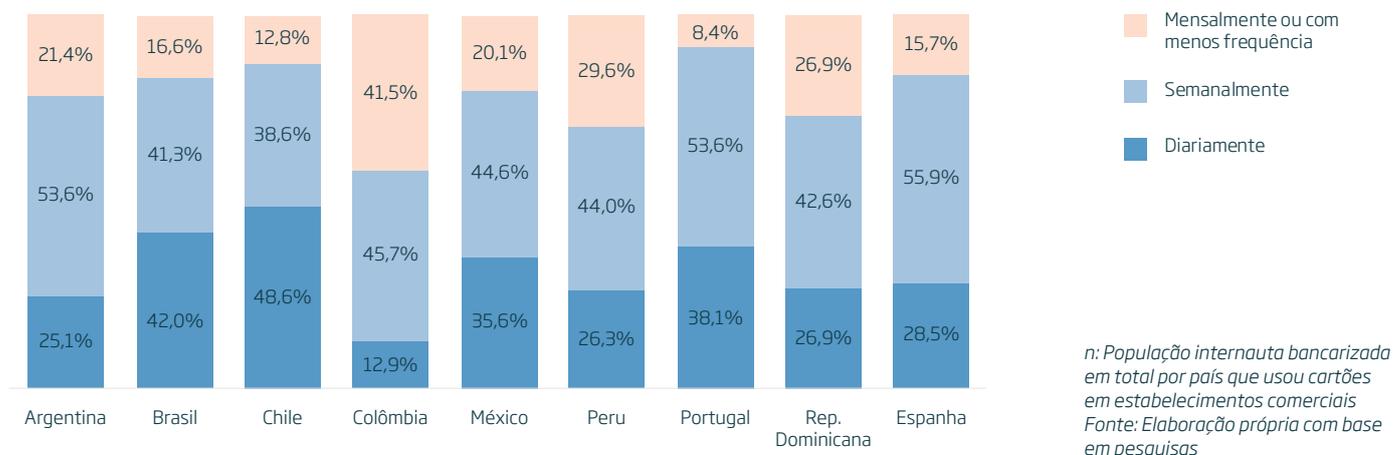
Portanto, o dinheiro continua muito presente no canal off-line; na Espanha e em Portugal 5 em cada 10 usam diariamente. Os demais meios de pagamento têm incidências muito menores e a frequência com que são usados é muito baixa.

Figura_6-29. Frequência de compras em numerário em estabelecimentos comerciais - (2018)



*n: População internauta bancarizada em total por país que usou numerário em estabelecimentos comerciais
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Figura_6-30. Frequência de uso de cartões em compras em estabelecimentos comerciais - (2018)



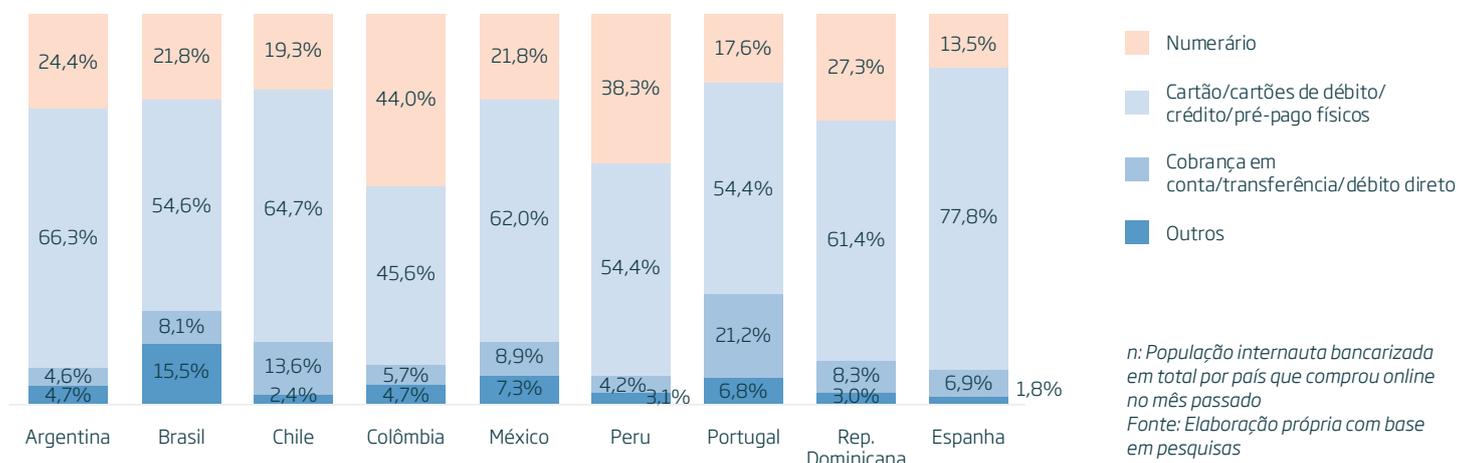
E o que acontece com as compras online? Neste canal, o meio de pagamento predominante é o cartão (débito, crédito ou pré-pago). Na Espanha, é o meio de pagamento por excelência (utilizado por 77,8% dos compradores online), enquanto o numerário é utilizado por uma minoria (13,5%); as transferências e os débitos diretos representam 6,9% do total das compras online.

Na Argentina, os pagamentos online com uma conta de cartão representaram 66,3% do gasto total em compras online no mês passado, no Chile 64,7%, no México 62,0% e na República Dominicana 61,4%. Esses valores representam mais que o dobro do montante em dinheiro nesse tipo de compras, uma vez que, em nenhum desses países, o pagamento por compras online com dinheiro em espécie fica acima de 25,0%. Existe um terceiro grupo em que o volume de pagamentos com cartão pela.

Internet é menor. No entanto, cada país é um caso à parte: no Peru e na Colômbia, os pagamentos com cartão representam, respectivamente, 54,4% e 45,6% do total de compras online no último mês. O dinheiro ainda tem bastante peso no canal online: 38,3% e 44,0%, respectivamente, apesar de ser uma população internauta bancarizada. Em Portugal, os pagamentos online com cartões são majoritários (54,4%), mas outros meios de pagamento, como débitos e transferências diretas (21,2%) e o dinheiro em espécie (17,6%) também atingem um peso importante. No Brasil, o cartão predomina como meio de pagamento online; 54,6% usaram os cartões para pagar suas compras online no último mês em comparação com 21,8% que usaram dinheiro. O boleto bancário, que existe apenas nesse país, é utilizado por 13,3% dos que compram pela Internet (consultar a **Figura 6-31**).

Em países como a Colômbia e o Peru, o dinheiro ainda tem um peso significativo nas compras online.

Figura_6-31. Divisão de despesas segundo o meio utilizado nas compras online no mês passado - (2018)



Segurança dos dados

Uma vez analisado o comportamento dos usuários da Internet quando fazem compras online e os meios de pagamento que eles usam nessas compras, é interessante analisar o grau de segurança que sentem ao inserir seus dados financeiros (informações sobre o saldo e status de movimento, produtos contratados) para fazer transações online, e a predisposição para ceder esses dados às empresas de tecnologia.

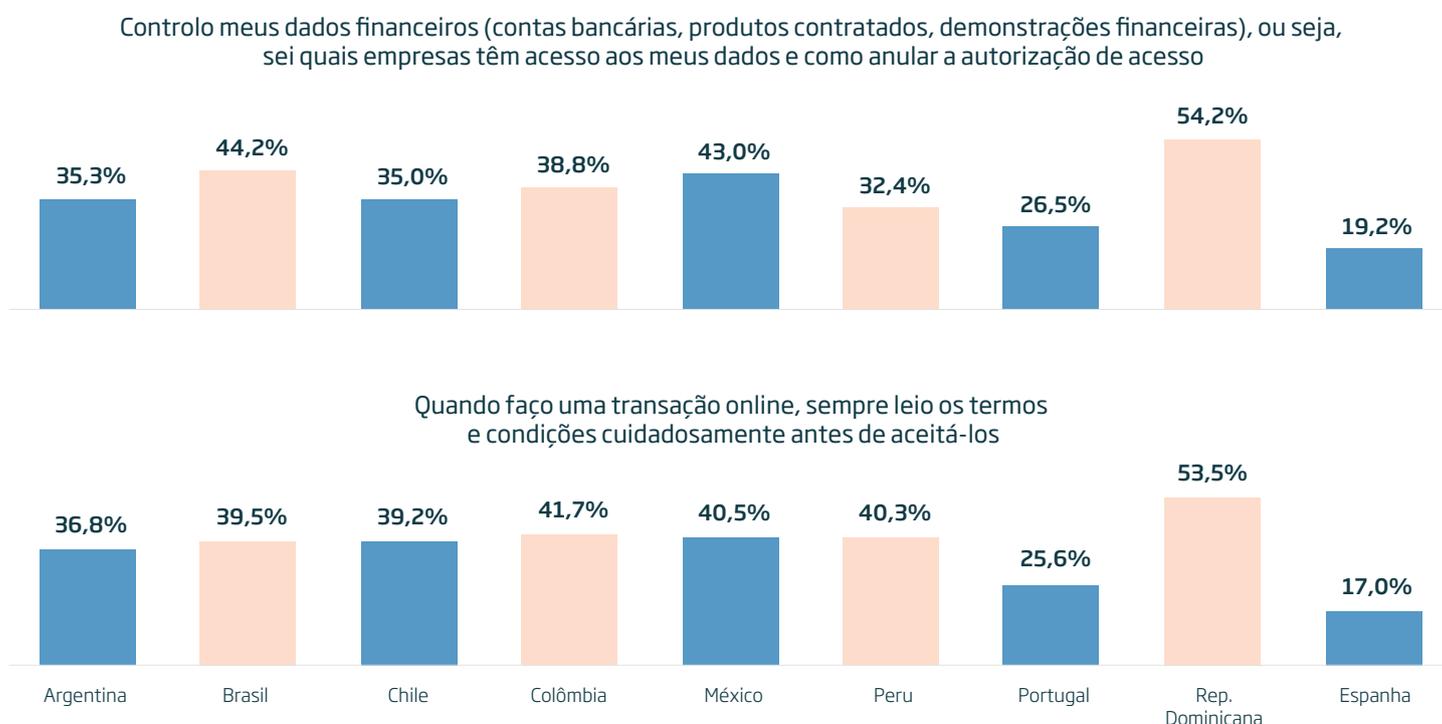
Existe certa relação entre o modo de ver o controle dos dados financeiros e a atenção prestada aos termos e condições ao realizar transações online: os países que declaram que leem estes últimos detalhadamente sentem que têm maior controle sobre seus dados financeiros. Grande parte dos países latino-americanos declara que tem controle de seus dados financeiros, o que pode ser entendido como saber quais empresas receberam autorização para acessar seus dados e como isso pode ser revogado. A República Dominicana destaca como o país que sente que tem o maior controle. Nesse país, aqueles que têm pontuação mais alta (9 ou 10) em uma escala de 0 a 10 representam 54,2%, seguido pelo Brasil (44,2%) e pelo México (43,0%). Os outros países variam entre 26,5% em Portugal e 38,8% na Colômbia. Diferente do que seria possível pensar como

resultado do Regulamento Geral de Proteção de Dados, que entrou em vigor recentemente na Europa, os países europeus são os que declaram que têm menos controle dos seus dados financeiros, principalmente a Espanha, onde apenas 19,2% declara ter controle total, e Portugal (26,5%). Em ambos os casos, as porcentagens são mais baixas que as declaradas pelos usuários de Internet nos países da América Latina (consultar a **Figura 6-32**).

Para fazer transações online, é necessário aceitar claramente os termos e condições apontados pelo e-commerce e que abrangem a operação em si legalmente. Geralmente são textos longos e às vezes difíceis de entender. A questão é saber se eles realmente são lidos antes de serem aceitos ou se, ao contrário, são aceitos sem prestar atenção a eles.

Os latino-americanos são os que mais afirmam que leem os termos e condições com atenção quando vão fazer uma operação via Internet. Neste aspecto, o destaque fica uma vez mais com os dominicanos, considerando que 1 em cada 2 declara que os lê com atenção antes de fazer operações online. Esse percentual é de aproximadamente 40% nos outros países da região, enquanto que nos países europeus não é prestada tanta atenção, tendo em vista que em Portugal apenas 1 em 4 declara que lê esses termos enquanto que na Espanha é apenas 1 em cada 6.

Figura_6-32. Grau de concordância (9 ou 10) com afirmações relacionadas à segurança de dados pessoais em transações online (pontuações 9 - 10 em uma escala de 0 a 10) - (2018)



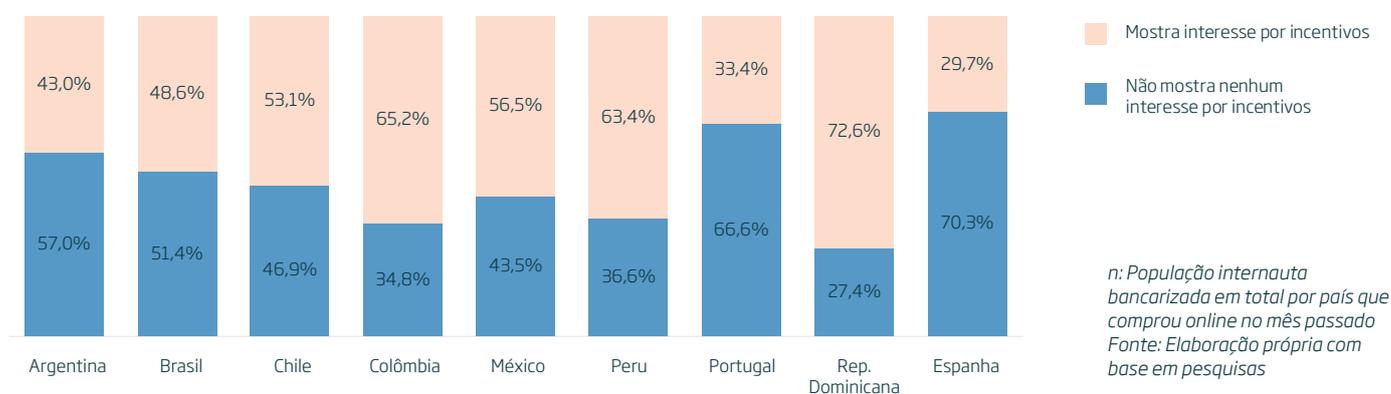
n: População internauta bancarizada em total por país (400)
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

6. Demanda de meios de pagamento

Em relação ao grau de controle dos dados financeiros, cabe obter mais detalhes sobre sua disposição de transferi-los para empresas de tecnologia. Para isso, foi mensurada a atratividade de uma série de incentivos que receberiam se dessem seus dados pessoais e financeiros para várias empresas de tecnologia, como Google, Amazon, Apple, Facebook ou empresas de telecomunicações. É importante saber qual é a predisposição para a transferência em troca de algum incentivo, tendo em vista que, na última edição, parecia que a transferência de dados exige apresentar vantagens específicas, evidentes e relevantes para mobilizar sua predisposição.

Mais uma vez é mostrada a diferença que existe entre europeus e latino-americanos quanto à disposição de ceder seus dados a terceiros em troca de qualquer uma das propostas analisadas. Enquanto os primeiros são mais reticentes, os últimos estão mais dispostos. Na Espanha e em Portugal, respectivamente 70,3% e 66,6% dos usuários de Internet não estão interessados em nenhuma das opções propostas. Em alguns países da América Latina, esse percentual é um pouco mais baixo, como na Argentina (57,0%) ou no Brasil (51,4%), enquanto que em outros a predisposição é muito maior, como na República Dominicana, onde 72,6% estariam dispostos a ceder seus dados, como no Peru (63,4%) e na Colômbia (65,2%) (consultar a **Figura 6-33**).

Figura_6-33. Predisposição para a entrega de dados financeiros em troca de incentivos - (2018)

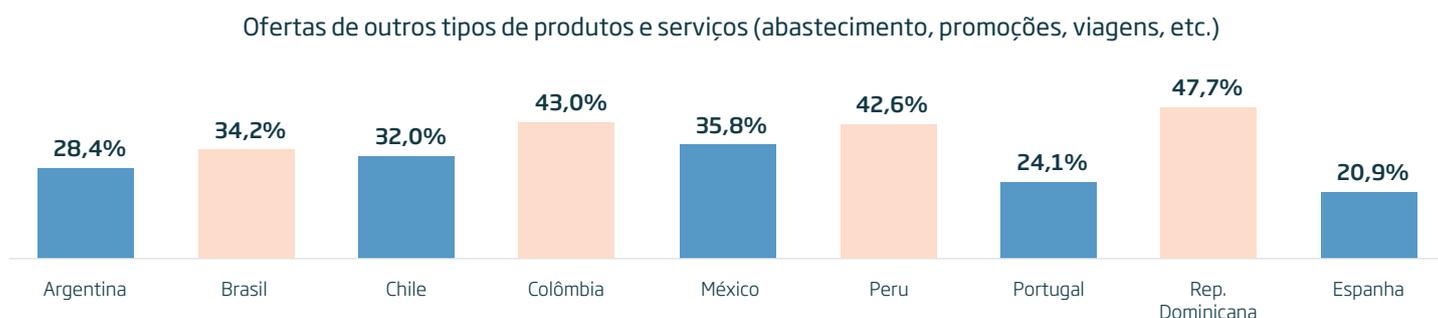


Entre todas as iniciativas propostas, as que mais despertam interesse são as ofertas em outros tipos de produtos e serviços (produtos, promoções, viagens, etc.), embora não da mesma forma em todos os países (consultar a **Figura 6-34**). Nessa comparação, 47,7% dos dominicanos estariam dispostos a fornecer seus dados, do mesmo modo que 43,0% dos colombianos e 42,6% dos peruanos. No caso dos argentinos (28,4%), portugueses (24,1%) e espanhóis (20,9%), a mobilização dessa medida é menor.

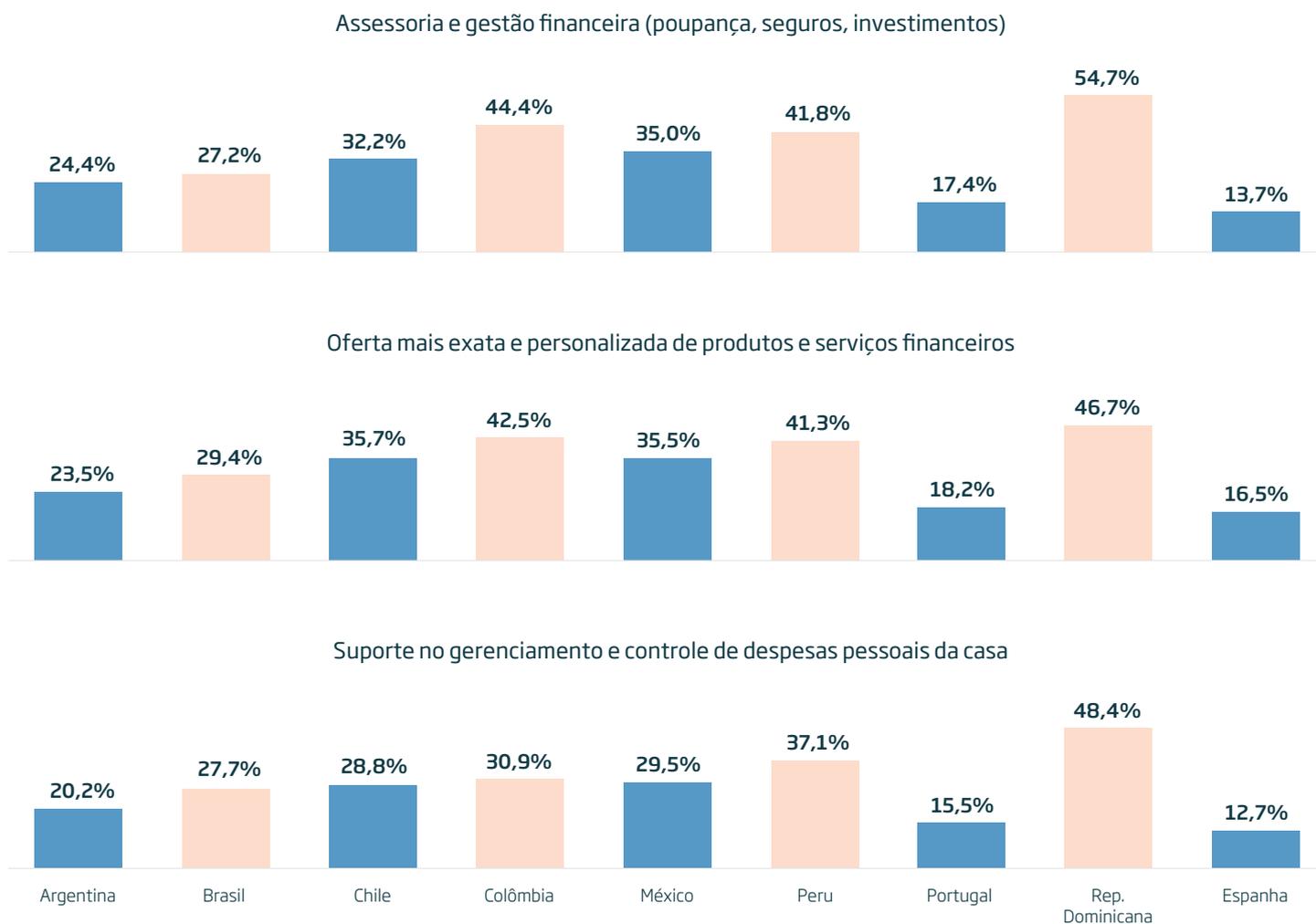
No entanto, a proposta que menos atrai todos os países, exceto a República Dominicana, é a de obter suporte para administrar e controlar as despesas domésticas e/ou pessoais.

Os dominicanos são os mais abertos em ceder seus dados em troca de benefícios como os analisados, seguidos pelos peruanos e colombianos. No caso da República Dominicana, é importante ressaltar o interesse demonstrado em ceder dados em troca de assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos, etc.), o que atinge 54,7%.

Figura_6-34. Disposição de entregar dados financeiros para empresas de tecnologia em troca de incentivos - (2018)



Figura_6-34. Disposição de entregar dados financeiros para empresas de tecnologia em troca de incentivos - (2018) (Continuação)



n: População internauta bancarizada em total por país (400)
 Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Análise da população internauta bancarizada em cada país

Nesta seção, o foco é colocado nas principais características da população internauta bancarizada de cada país. São reproduzidas informações básicas sobre os hábitos de uso de diferentes meios de pagamento, como em edições anteriores. Entretanto, nesta edição, a análise se concentra na população internauta bancarizada. As novidades desta edição estão voltadas aos aspectos detalhados abaixo.

Foram incluídos o grau de conhecimento e a utilização de novos meios de pagamento que apareceram no mercado nos últimos anos, como apps de pagamento pelo celular, seja aqueles que permitem realizar pagar em estabelecimentos comerciais (P2B) ou os que autorizam pagamentos entre pessoas físicas (P2P), bem como as principais barreiras que impedem seu crescimento.

Em relação ao comércio online, esse ano, a percepção de segurança proporcionada por esse canal e os meios de pagamento utilizados foi examinada com mais profundidade.

Finalmente, a disposição de transferir os dados financeiros, bem como uma série de possíveis incentivos para a transferência de dados financeiros, foi avaliada, como uma continuação da análise da última edição em que parecia que, motivar a vontade de transferir dados pessoais e financeiros para terceiros, exige vantagens específicas, óbvias e relevantes.

Argentina

- É o país com a maior média de cartões por pessoa (3,5) e com a maior penetração do cartão de crédito.
- Mais da metade dos argentinos usaram apps que permitem realizar pagamento em estabelecimentos comerciais.
- Eles se sentem bastante à vontade usando comércio online, e o meio de pagamento mais utilizado nesse canal é o cartão.
- 57% dos argentinos não estão dispostos a ceder seus dados financeiros para empresas de tecnologia, mesmo que lhes ofereçam alguma vantagem.

A Argentina e o Chile são os países em que os internautas bancarizados têm, em média, mais cartões, 3,5 (consultar a **Tabela 6-3**). 93,1% dos argentinos têm cartão de débito e 8 em cada 10 cartões de crédito. Estes últimos também são usados

sempre ou quase sempre por 7 em cada 10. Os cartões pré-pago e de caixa eletrônico têm menos presença no país: 1 em cada 5 argentinos tem cartão pré-pago ou de caixa eletrônico.

Tabela_6-3. Penetração e média de cartões na população internauta bancarizada na Argentina

	Argentina
Cartão de débito	93,1%
Cartão de crédito	79,8%
Cartão de ATM	22,0%
Cartão pré-pago	23,0%
Média total de cartões	3,5

Os argentinos são os que estão mais familiarizados (7 em cada 10) com a existência de apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos físicos. No entanto, os apps que permitem pagamentos entre pessoas físicas têm uma reputação muito baixa (apenas 1 em 10 afirma que conhece). Devido à falta de conhecimento destes últimos, a penetração do uso na Argentina é muito baixa. O oposto acontece com os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais, que mais da metade dos argentinos já usou em alguma ocasião (consultar a **Tabela 6-4**).

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Tabela_6-4. Penetração e uso de apps de pagamento

	Argentina	
	Grau de conhecimento	Utilização
Apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais	70,1%	51,4%
Apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas	10,1%	3,5%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

As razões pelas quais os argentinos não usam esses aplicativos são variadas. A principal delas é a falta de confiança, mas também a preferência de outros meios de pagamento (dinheiro ou cartão) (consultar a **Tabela 6-5**).

Os argentinos usam mais meios em papel que meios eletrônicos em suas despesas mensais (consultar a **Tabela 6-6**). O dinheiro em espécie é o meio predominante (90,6%), seguido pelos

cartões (80,2%), enquanto as transferências e os débitos diretos representaram 25,7%. Outros meios, como apps de pagamento ou cheques/promissórias, foram utilizados por 17,3% dos argentinos no último mês.

O dinheiro é o meio pelo qual eles consideram que fazem a maior parte dos pagamentos mensais (49,6%), embora seguidos de perto pelos cartões (45,4%).

A maioria dos argentinos se sente segura ao comprar online, já que 78,7% dizem que se sentem totalmente seguros comprando online. Os cartões são o meio de pagamento mais utilizado na rede (consultar a **Tabela 6-7**).

Tabela_6-5. Barreiras para pagamentos com apps

	Argentina
Falta de confiança	31,0%
Prefiro pagar em dinheiro	26,4%
Prefiro pagar com cartão	25,4%

n: População internauta bancarizada em total que não usou apps de pagamento no comércio
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Tabela_6-6. Porcentagem da população internauta bancarizada que usou esses meios de pagamento no último mês - Argentina

	Argentina
Numerário	90,6%
Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	80,2%
Cobrança em conta/transferência/débito direto	25,7%
Outros meios (apps de pagamento ou che-ques/promissórias)	17,3%
Meios de pagamento em papel	90,6%
Meios de pagamento eletrônicos	82,7%

n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Tabela_6-7. Atitude em relação à compra online

		Argentina
Nível de segurança sentida em compras online	Totalmente + bastante seguro	78,7%
	Pouco + nem um pouco seguro	21,3%
Meios de pagamento usados em compras online	Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	66,3%
	Numerário	24,4%

n: População internauta bancarizada em total que comprou online
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Para 57% dos argentinos, nenhuma das vantagens propostas os mobilizaria para transferir seus dados financeiros para empresas de tecnologia. Entre aqueles que forneceriam seus dados, a oferta de outros tipos de produtos e serviços, como suprimentos domésticos ou viagens, é a mais atraente (consultar a **Tabela 6-8**).

Tabela_6-8. Avaliação de incentivos para a transferência de informações pessoais e dados financeiros para empresas de tecnologia

	Argentina
Ofertas de outros tipos de produtos e serviços (abastecimento, promoções, viagens, etc.)	28,4%
Assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos)	24,4%
Oferta mais exata e personalizada de produtos e serviços financeiros	23,5%
Suporte no gerenciamento e controle de despesas pessoais/domésticas	20,2%
Não estão dispostos a ceder seus dados	57,0%

n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Brasil

- Os brasileiros usam praticamente os mesmos meios de pagamento baseados em papel (84,0%) e em eletrônicos (84,4%) em suas despesas mensais.
- 1 em cada 2 brasileiros conhece os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais e 27,2% já usaram em alguma ocasião.
- Os principais obstáculos para usar os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais através do celular no

Brasil é o enraizamento do pagamento com cartão e impedimentos por parte do comércio.

- 6 entre 10 internautas brasileiros se sentem seguros ao comprar online
- 48,6% dos brasileiros mostram predisposição à transferência de dados pessoais e financeiros para empresas de tecnologia em troca de algum incentivo.

Considerando todos os países analisados, o Brasil apresenta uma alta penetração de cartões (3,1), superior à dos países europeus e de outros países da América Latina, como o México ou a Colômbia.

O cartão de débito é o mais difundido, 9 dos 10 usuários de internautas bancarizados brasileiros possuem um.

A porcentagem de detentores de cartões de crédito é bastante alta (64,4%), perdendo apenas para a Argentina e o Chile (consultar a **Tabela 6-9**). Não só a penetração desse tipo de cartões é alta, o uso deles também; é o país que mais utiliza, 8 em cada 10 declaram que usam esse cartão sempre ou quase sempre para financiar ou pagar suas compras a crédito.

Tabela_6-9. Penetração e média de cartões na população internauta bancarizada no Brasil

	Brasil
Cartão de débito	89,9%
Cartão de crédito	64,4%
Cartão de ATM	35,8%
Cartão pré-pago	26,2%
Média total de cartões	3,1

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Tabla_6-10. Penetração e uso de apps de pagamento

	Brasil	
	Grau de conhecimento	Utilização
Apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais	53,6%	27,2%
Apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas	34,6%	19,3%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

A adoção de novos meios de pagamento por meio apps ainda é pequena, já que apenas 27,2% dos brasileiros usaram os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais e 19,3% apps de pagamento entre pessoas físicas (consultar a **Tabela 6-10**).

Existem 72,8% dos brasileiros que nunca usaram os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais. Os motivos que fazem com que não utilizem esse meio são principalmente a preferência pelo pagamento com cartão e impedimentos por parte dos estabelecimentos comerciais no momento de usar esse meio de pagamento (consultar a **Tabela 6-11**).

Tabela_6-11. Barreiras para pagamentos com apps

	Brasil
Prefiro pagar com cartão	31,9%
Esse meio de pagamento não é aceito nos estabelecimentos comerciais onde costumo comprar	27,1%

*n: População internauta bancarizada em total que não utilizou carteiras eletrônicas
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Quanto aos meios de pagamento utilizados nas despesas mensais, os meios eletrônicos e os meios em papel são distribuídos praticamente por igual (consultar a **Tabela 6-12**). O numerário é o meio majoritário (84,0%), seguido por cartões

(70,1%) e pelos débitos diretos (41,7%). O Brasil apresenta uma peculiaridade: tem um meio de pagamento que não existe nos outros países - o boleto bancário - utilizado por 36% dos brasileiros no último mês.

Tabela_6-12. Porcentagem da população internauta bancarizada que usou esses meios de pagamento no último mês - Brasil

	Brasil
Numerário	84,0%
Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	70,1%
Cobrança em conta/transferência/débito direto	41,7%
Boleto bancário	36,0%
Outros meios (apps de pagamento ou cheques/promissórias)	16,3%
Meios de pagamento em papel	84,0%
Meios de pagamento eletrônicos	84,4%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Em relação ao comércio eletrônico, praticamente para todos os compradores online, é um meio que gera muita confiança (62,7%). Para pagar por compras online, 54,6% utilizam os cartões, em comparação com 21,8% que pagam em dinheiro e 13,3% que usam o boleto bancário (consultar a **Tabela 6-13**).

Cerca de um em cada dois brasileiros está disposto a fornecer seus dados financeiros para empresas de tecnologia, especialmente em troca de ofertas de outros tipos de produtos ou serviços não financeiros, como, por exemplo, artigos de uso doméstico ou viagens (consultar a **Tabela 6-14**).

Tabela_6-13. Atitude em relação à compra online

		Brasil
Nível de segurança sentida em compras online	Totalmente + bastante seguro	62,7%
	Pouco + nem um pouco seguro	37,3%
Meios de pagamento usados em compras online	Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	54,6%
	Numerário	21,8%
	Boleto bancário	13,3%

*n: População internauta bancarizada em total que comprou online
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Tabela_6-14. Avaliação de incentivos para a transferência de informações pessoais e dados financeiros para empresas de tecnologia

	Brasil
Ofertas de outros tipos de produtos e serviços (abastecimento, promoções, viagens, etc.)	34,3%
Oferta mais exata e personalizada de produtos e serviços financeiros	29,4%
Suporte no gerenciamento e controle de despesas pessoais/domésticas	27,7%
Assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos)	27,2%
Não estão dispostos a ceder seus dados	51,4%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Chile

- O percentual de chilenos que usam meios de pagamento eletrônico (90,1%) em suas despesas mensais é maior do que daqueles que usaram pagamentos em papel (87,6%).
- Praticamente a metade dos chilenos conhece apps de pagamento em estabelecimentos comerciais e 32,3% já os utilizaram.
- 3 de 4 compradores chilenos online sentem segurança ao fazer compras nesse canal.
- Cerca de 53,1% dos chilenos cederiam seus dados financeiros às empresas de tecnologia em troca de algum incentivo.

Os chilenos são os que possuem o maior número de cartões, com uma média de 3,5. 94,0% dos usuários da Internet possuem um cartão de débito e 68% de crédito. 3 em cada 10 chilenos têm cartão pré-pago ou cartão eletrônico (consultar a **Tabela 6-15**).

Tabela_6-15. Penetração e média de cartões na população internauta bancarizada no Chile

	Chile
Cartão de débito	94,0%
Cartão de crédito	68,0%
Cartão de ATM	30,5%
Cartão pré-pago	29,5%
Média total de cartões	3,5

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Tabela_6-16. Penetração e uso de apps de pagamento

	Chile	
	Grau de conhecimento	Utilização
Apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais	48,1%	32,3%
Apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas	24,8%	13,4%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Os outros restantes 67,7% dizem que não o utilizam principalmente porque preferem pagar com outro meio, em especial o cartão, ou por desconfiança (consultar a **Tabela 6-17**).

Tabela_6-17. Barreiras para pagamentos com apps

	Chile
Prefiro pagar com cartão	30,8%
Falta de confiança	27,8%

*n: População internauta bancarizada em total que não utilizou carteiras eletrônicas
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Observando os meios de pagamento usados nas despesas mensais, o Chile é um dos países, juntamente com Portugal e o Brasil, onde os meios de pagamento eletrônico se impõem aos em papel. 90,1% dos chilenos usam meios de pagamento eletrônico, enquanto aqueles que usaram meios de pagamento

baseados em papel foram 87,6%. Se cada uma das médias for observada individualmente, o dinheiro é utilizado por 87,3% dos chilenos em suas despesas mensais, em comparação com os 85,6% que usam os cartões (consultar a **Tabela 6-18**).

Tabela_6-18. Porcentagem da população internauta bancarizada que usou esses meios de pagamento no último mês - Chile

	Chile	
Numerário	87,3%	<i>n: População internauta bancarizada em total</i> <i>Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas</i>
Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	85,6%	
Cobrança em conta/transferência/débito direto	52,6%	
Outros meios (apps de pagamento ou cheques/promissórias)	18,9%	
Meios de pagamento em papel	87,6%	
Meios de pagamento eletrônicos	90,1%	

Conforme analisado na seção correspondente, o índice de compradores online entre os usuários da Internet é alto; 94,6% já compraram online e 4 em cada 10 compra pelo menos uma

vez por mês. 3 em cada 4 mostram ter confiança no canal online. Os cartões são os meios de pagamento preferidos para pagar compras feitas pela Internet (64,7%) (consultar a **Tabela 6-19**).

Tabela_6-19. Atitude em relação à compra online

		Chile	
Nível de segurança sentida em compras online	Totalmente + bastante seguro	73,2%	<i>n: População internauta bancarizada em total que comprou online</i> <i>Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas</i>
	Pouco + nem um pouco seguro	26,8%	
Meios de pagamento usados em compras online	Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	64,7%	
	Numerário	19,3%	

53,1% estariam dispostos a fornecer seus dados para empresas de tecnologia em troca de algum tipo de benefício. O incentivo que mais incita a fornecer seus dados são ofertas mais precisas e personalizadas de produtos financeiros, como hipotecas, empréstimos ou contas de poupança (consultar a **Tabela 6-20**).

Tabela_6-20. Avaliação de incentivos para a transferência de informações pessoais e dados financeiros para empresas de tecnologia

	Chile	
Oferta mais exata e personalizada de produtos e serviços financeiros	35,7%	<i>n: População internauta bancarizada em total que comprou online</i> <i>Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas</i>
Assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos)	32,3%	
Ofertas de outros tipos de produtos e serviços (abastecimento, promoções, viagens, etc.)	32,0%	
Suporte no gerenciamento e controle de despesas pessoais/domésticas	28,8%	
Não estão dispostos a ceder seus dados	46,9%	

Colômbia

- A Colômbia é o país com os laços mais fortes em dinheiro, 93,6% usam esse meio em suas despesas mensais; e é o país com o menor peso de pagamentos eletrônicos, já que 25,7% dos colombianos não usam nenhum meio de pagamento eletrônico para cobrir suas despesas mensais.
- A Colômbia possui uma das menores taxas de penetração de cartões de crédito (57,3%).
- 6 em cada 10 colombianos nunca usaram apps de pagamento pelo celular, principalmente por desconfiança.
- Alta predisposição para a transferência de dados, 65,2% dos colombianos estaria disposto.

O número médio de cartões da população internauta bancarizada colombiana é o mais baixo de toda a América Latina, 2,8. Juntamente com a Espanha, é onde se concentra o menor

número de titulares de cartões de crédito, 57,3%. 9 em cada 10 têm cartão de débito e 32,6% possuem cartão pré-pago. O mais minoritário é o cartão de ATM, apenas 1 em cada 5 tem um (consultar a **Tabela 6-21**).

Tabela_6-21. Penetração e média de cartões na população internauta bancarizada na Colômbia

	Colômbia
Cartão de débito	90,4%
Cartão de crédito	57,3%
Cartão de ATM	20,5%
Cartão pré-pago	32,6%
Média total de cartões	2,8

n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Os apps de pagamento pelo celular são as empresas financeiras tecnológicas mais conhecidas, 6 em cada 10 sabem o que são apps de pagamento em estabelecimentos comerciais, e 56,5% sabem o que são os apps de pagamento entre pessoas físicas. Em termos de uso, 44,0% utilizaram o apps de pagamento em estabelecimentos comerciais e 36,8% apps de pagamento P2P (consultar a **Tabela 6-22**).

Entre os colombianos que ainda não usaram esses apps, para 36,6% é devido a desconfiança e ao enraizamento do dinheiro nesse país: 35,2% dos não usuários desses apps prefere continuar usando dinheiro (consultar a **Tabela 6-23**). A disposição para experimentar no próximo ano é alta, 7 em cada 10 dizem que pretendem usar esses aplicativos no próximo ano.

Tabela_6-22. Penetração e uso de apps de pagamento

	Colômbia	
	Grau de conhecimento	Utilização
Apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais	62,2%	44,0%
Apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas	56,5%	36,8%

n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Tabela_6-23. Barreiras para pagamentos com apps

	Colômbia
Falta de confiança	36,6%
Prefiro pagar em dinheiro	35,2%

n: População internauta bancarizada em total que não utilizou carteiras eletrônicas
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

A **Tabela 6-24** mostra os meios de pagamento usados pelos colombianos em suas despesas mensais. De todos os países explorados, a Colômbia usa menos cartões (69,1%) e pagamentos de débito em conta (apenas 1 em cada 5 utiliza esse meio em suas despesas mensais). 6 em cada 10 consideram o dinheiro como principal meio de pagamento, bastante mais que

o segundo, os cartões de crédito, que é considerado o principal meio de pagamento por apenas 30,9% dos colombianos. É o país onde apontam estar mais enraizados nas despesas em dinheiro, inclusive, é aquele cuja utilização menos diminuiu em relação aos cinco anos anteriores.

Tabela_6-24. Porcentagem da população internauta bancarizada que usou esses meios de pagamento no último mês - Colômbia

	Colômbia
Numerário	93,6%
Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	69,1%
Cobrança em conta/transferência/débito direto	20,0%
Outros meios (apps de pagamento ou che-ques/promissórias)	23,0%
Meios de pagamento em papel	94,1%
Meios de pagamento eletrônicos	74,3%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

9 de 10 já compraram pela Internet e a grande maioria declara que é um meio em que se sente totalmente ou razoavelmente seguro (66,8%). Ao pagar por essas compras, usam dinheiro e cartões praticamente por igual. Enquanto em outros países o

dinheiro está perdendo sua presença nos pagamentos online, na Colômbia, ainda é usado por 44,0% (consultar a **Tabela 6-25**).

Tabela_6-25. Atitude em relação à compra online

		Colômbia
Nível de segurança sentida em compras online	Totalmente + bastante seguro	66,8%
	Pouco + nem um pouco seguro	33,2%
Meios de pagamento usados em compras online	Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	45,6%
	Numerário	44,0%

*n: População internauta bancarizada em total que comprou online
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Existe uma alta predisposição para a transferência de seus dados financeiros: 65,2% estariam dispostos a fazer isso. As propostas mais interessantes para os colombianos são assessoria e gestão financeira, ofertas de outros tipos de produtos e serviços

(suprimentos, viagens, etc.) e ofertas personalizadas de produtos e serviços financeiros (hipotecas, empréstimos, contas de poupança, etc.) (consultar a **Tabela 6-26**).

Tabela_6-26. Avaliação de incentivos para a transferência de informações pessoais e dados financeiros para empresas de tecnologia

	Colômbia
Assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos)	44,4%
Ofertas de outros tipos de produtos e serviços (abastecimento, promoções, viagens, etc.)	43,0%
Oferta mais exata e personalizada de produtos e serviços financeiros	42,5%
Suporte no gerenciamento e controle de despesas pessoais/domésticas	30,9%
Não estão dispostos a ceder seus dados	34,8%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

México

- Praticamente todos os mexicanos têm cartão de débito (94,3%) e 6 em cada 10 têm cartões de crédito.
- Praticamente a metade dos mexicanos já usou apps de pagamento com celular em estabelecimentos comerciais.
- O dinheiro é o meio predominante no México, quase 9 dos 10 usaram no último mês.
- 56,5% dos mexicanos estariam dispostos a fornecer seus dados; as propostas mais atraentes são de produtos financeiros e outros (suprimentos, viagens, etc.), bem como assessoria e gestão financeira.

Na **Tabela 6-27**, é mostrada a penetração dos diversos tipos de cartão. O cartão de débito é o mais presente (94,3%), seguido pelo cartão de crédito 63,3%. Nos últimos lugares estão os

cartões pré-pago (31,8%) e os cartões de caixa eletrônico (18,8%). Em média, os mexicanos têm 2,9 cartões, as taxas mais baixas da América Latina, juntamente com a Colômbia.

Tabela_6-27. Penetração e média de cartões na população internauta bancarizada no México

	México
Cartão de débito	94,3%
Cartão de crédito	63,3%
Cartão de ATM	18,8%
Cartão pré-pago	31,8%
Média total de cartões	2,9

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

O grau de conhecimento de apps de pagamento em estabelecimentos comerciais entre mexicanos é alto; 63,8% conhecem e 47,0% já usaram em alguma ocasião. Os apps de pagamento entre pessoas físicas têm uma reputação menor, 40,0%, e 25,5% já usaram esse meio (consultar a **Tabela 6-28**).

33,5% dos mexicanos ainda tentaram usar apps de pagamento em estabelecimentos comerciais devido à desconfiança que isso produz, e 26,4% porque não lhes permitem pagar com esse meio em estabelecimentos comerciais habituais (consultar a **Tabela 6-29**).

Tabela_6-28. Penetração e uso de apps de pagamento

	México	
	Grau de conhecimento	Utilização
Apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais	63,8%	47,0%
Apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas	40,0%	25,5%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Tabela_6-29. Barreiras para pagamentos com apps

	México
Falta de confiança	36,6%
Esse meio de pagamento não é aceito nos estabelecimentos comerciais onde costumo comprar	35,2%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

A **Tabela 6-30** mostra a porcentagem de mexicanos que usam os meios de pagamento em suas despesas mensais. Nesse país, os meios de pagamento em papel (88,5%) prevalecem sobre os métodos eletrônicos (82,5%). Quase 9 em cada 10

mexicanos usam dinheiro em suas despesas mensais e 8 em cada 10 cartões. Em terceiro lugar estão os débitos em conta e transferências, com uma porcentagem muito menor, 34,0%.

Tabela_6-30. Porcentagem da população internauta bancarizada que usou esses meios de pagamento no último mês - México

	México
Numerário	88,3%
Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	80,8%
Cobrança em conta/transferência/débito direto	34,0%
Outros meios (apps de pagamento ou cheques/promissórias)	26,3%
Meios de pagamento em papel	88,5%
Meios de pagamento eletrônicos	82,5%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

9 em cada 10 internautas mexicanos já compraram pela Internet. Destes, 68,6% consideram que é um meio seguro. Para pagar por essas compras, a maioria prefere cartões (62,0%), e ainda há um grupo de mexicanos que usa o dinheiro para suas compras

online (21,8%) embora essa porcentagem seja menor do que em outros países da América Latina, como a Colômbia, Peru ou a República Dominicana (consultar a **Tabela 6-31**).

Tabela_6-31. Atitude em relação à compra online

	México	
Nível de segurança sentida em compras online	Totalmente + bastante seguro	68,6%
	Pouco + nem um pouco seguro	31,4%
Meios de pagamento usados em compras online	Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	62,0%
	Numerário	21,8%

*n: População internauta bancarizada em total que comprou online
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

43,5% hesitam em fornecer seus dados financeiros para empresas de tecnologia. Em relação aos demais 56,5%, afirmam que o que os incentivaria a fornecer os dados seriam ofertas de outros tipos

de produtos e serviços (suprimentos, viagens, etc.), ofertas mais precisas e personalizadas de produtos e serviços financeiros (hipotecas, empréstimos, etc.), e assessoria e gestão financeira (consultar a **Tabela 6-32**).

Tabela_6-32. Avaliação de incentivos para a transferência de informações pessoais e dados financeiros para empresas de tecnologia

	México
Ofertas de outros tipos de produtos e serviços (abastecimento, promoções, viagens, etc.)	35,8%
Oferta mais exata e personalizada de produtos e serviços financeiros	35,5%
Assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos)	35,0%
Suporte no gerenciamento e controle de despesas pessoais/domésticas	29,5%
Não estão dispostos a ceder seus dados	43,5%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Peru

- O Peru é, junto com a Colômbia, o país que apresenta menos uso de meios eletrônicos; 23,3% não utilizam nenhum meio de pagamento eletrônico para suas despesas mensais.
- O Peru é o país com menor índice de compradores online (85,6%) e onde se declaram mais inseguros ao comprar através desse canal; 43,6% compradores online se sentem

pouco ou nem um pouco seguro.

- Aproximadamente metade dos usuários de Internet bancários peruanos conhecem apps de pagamento em estabelecimentos comerciais e 1 de 4 já usou.
- Alta predisposição por parte dos peruanos à cessão de seus dados (63,4%).

Praticamente toda a população tem um cartão de débito (95,0%) e 6 em cada 10 créditos. Cartões pré-pagos e ATM são menos presentes, 32,9% e 21,5%, respectivamente.

Encontra-se em todos os países, juntamente com a Argentina, o Chile e a República Dominicana, com o maior número médio de cartões por pessoa 3,3. (consultar a **Tabela 6-33**).

Tabela_6-33. Penetração e média de cartões na população internauta bancarizada no Peru

	Peru
Cartão de débito	95,0%
Cartão de crédito	60,6%
Cartão de ATM	21,5%
Cartão pré-pago	32,9%
Média total de cartões	3,3

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Aproximadamente a metade dos peruanos conhece apps de pagamento em estabelecimentos comerciais, enquanto o grau de conhecimento de apps de pagamento entre pessoas físicas é um pouco mais baixo (32,2%). 1 em cada 4 usou os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais e apenas 14,9%

apps P2P (consultar a **Tabela 6-34**).

As principais barreiras ao incluir esses apps aos seus meios de pagamento são falta de confiança e a preferência por dinheiro (consultar a **Tabela 6-35**).

Tabela_6-34. Penetração e uso de apps de pagamento

	Peru	
	Grau de conhecimento	Utilização
Apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais	48,5%	25,7%
Apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas	32,2%	14,9%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Tabela_6-35. Barreiras para pagamentos com apps

	Peru
Falta de confiança	36,0%
Prefero pagar em dinheiro	29,7%

*n: População internauta bancarizada em total que não utilizou carteiras eletrônicas
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

No Peru, os pagamentos em dinheiro (84,7%) em despesas mensais predominam. É um dos países, juntamente com a Colômbia e a República Dominicana, onde os cartões são menos

usados para realizar pagamentos (74,3%). Transferências e débitos diretos não são tão difundidos como nos países europeus, apenas 1 em cada 4 peruanos utiliza esses meios para suas despesas mensais (consultar a **Tabela 6-36**).

Tabela_6-36. Porcentagem da população internauta bancarizada que usou esses meios de pagamento no último mês - Peru

	Peru
Numerário	84,7%
Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	74,3%
Cobrança em conta/transferência/débito direto	23,0%
Outros meios (apps de pagamento ou cheques/promissórias)	12,4%
Meios de pagamento em papel	85,1%
Meios de pagamento eletrônicos	76,7%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

É o país com a menor penetração de compradores online (85,6%). Também são aqueles que compram pela Internet menos recorrentemente: 1 em cada 4 compra apenas uma vez por ano ou menos frequentemente, e sente que a compra através deste canal é mais insegura (43,6% se sentem

inseguros). Para pagar por essas compras, os meios utilizados são principalmente os cartões, embora o numerário ainda esteja muito presente nas compras online, e 4 em cada 10 compradores online ainda usa esse meio. O Peru e a Colômbia são os países com maior número de pagamentos de compras online em dinheiro (consultar a **Tabela 6-37**).

Tabela_6-37. Atitude em relação à compra online

		Peru
Nível de segurança sentida em compras online	Totalmente + bastante seguro	56,4%
	Pouco + nem um pouco seguro	43,6%
Meios de pagamento usados em compras online	Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	54,4%
	Numerário	38,3%

*n: População internauta bancarizada em total que comprou online
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Mostram forte predisposição para fornecer seus dados pessoais para empresas de tecnologia (63,4%). Entre as medidas propostas, as que mais incentivam são ofertas de produtos e outros tipos de serviços (suprimentos, viagens, etc.) ou outros produtos e serviços financeiros, além de assessoria e gestão financeira (consultar a **Tabela 6-38**).

Tabela_6-38. Avaliação de incentivos para a transferência de informações pessoais e dados financeiros para empresas de tecnologia

	Peru
Ofertas de outros tipos de produtos e serviços (abastecimento, promoções, viagens, etc.)	42,6%
Assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos)	41,8%
Oferta mais exata e personalizada de produtos e serviços financeiros	41,3%
Suporte no gerenciamento e controle de despesas pessoais/domésticas	37,1%
Não estão dispostos a ceder seus dados	36,6%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Portugal

- 93,1% dos portugueses usam meios de pagamento eletrônicos para pagar suas despesas mensais, em comparação com 87,2% usando meios em papel. Portugal é um dos países em conjunto com o Chile e o Brasil, onde os pagamentos eletrônicos excedem os baseados em papel.
- Alto grau de conhecimento de apps de pagamento em Portugal:: 7 em cada 10 conhecem apps de pagamento

entre pessoas físicas e 63,4% os que permitem pagar em estabelecimentos comerciais.

- 7 em cada 10 portugueses consideram a Internet um canal confiável de compra.
- 66,6% não estão dispostos a fornecer seus dados financeiros para empresas de tecnologia.

Os portugueses têm em média 2,5 cartões, muito semelhante à Espanha e menos que os países da América Latina. O cartão de débito é universal (94,8%); quanto ao cartão de crédito, apesar de 63,6% dos portugueses terem esse cartão, ele não é usado

tão frequentemente como na América Latina: apenas 3 em cada 10 portugueses usa um cartão de crédito com frequência (consultar a **Tabela 6-39**).

Tabela_6-39. Penetração e média de cartões na população internauta bancarizada em Portugal

	Portugal
Cartão de débito	94,8%
Cartão de crédito	63,6%
Cartão pré-pago	23,1%
Média total de cartões	2,5

n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

O grau de conhecimento de apps de pagamento pelo celular é alto tanto para pagamento entre pessoas físicas (71,0%) quanto em estabelecimentos comerciais (63,4%). O uso desses aplicativos representa 32,4% e 42,8% respectivamente

(consultar a **Tabela 6-40**). Em Portugal, como na Espanha e na República Dominicana, são usados mais apps de pagamento entre pessoas físicas que apps de pagamento em estabelecimentos comerciais, ao contrário dos países da América Latina.

Tabela_6-40. Penetração e uso de apps de pagamento

	Portugal	
	Grau de conhecimento	Utilização
Apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais	63,4%	32,4%
Apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas	71,0%	42,8%

n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

A barreira para quem não usa apps de pagamento é a preferência pelos meios tradicionais (dinheiro e cartão) (consulte a **Tabela 6-41**).

Tabela_6-41. Barreiras para pagamentos com apps

	Portugal
Prefiro pagar com cartão	50,5%
Prefiro pagar em dinheiro	33,8%

n: População internauta bancarizada em total que não utilizou carteiras eletrônicas
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Os portugueses pagaram suas despesas mensais através de meios eletrônicos (93,1%) mais do que em papel (87,2%) durante o último mês, O dinheiro (86,5%) e os cartões (85,3%)

são usados praticamente por igual. Portugal é o país que mais utiliza transferências e débitos diretos para suas despesas mensais; 3 em cada 5 usam esses meios de pagamento (consultar a **Tabela 6-42**).

Tabela_6-42. Porcentagem da população internauta bancarizada que usou esses meios de pagamento no último mês - Portugal

	Portugal
Numerário	86,5%
Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	85,3%
Cobrança em conta/transferência/débito direto	65,1%
Outros meios (apps de pagamento ou cheques/promissórias)	26,5%
Meios de pagamento em papel	87,2%
Meios de pagamento eletrônicos	93,1%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

A porcentagem de compradores online em Portugal é de aproximadamente 100%. A maioria não desconfia da utilização desse meio de compra, embora 31,8% considerem que é inseguro.

O meio de pagamento mais utilizado para compras online são primeiramente os cartões (54,4%) seguidos pelas transferências (21,2%) (consultar a **Tabela 6-43**).

Tabela_6-43. Atitude em relação à compra online

		Portugal
Nível de segurança sentida em compras online	Totalmente + bastante seguro	68,2%
	Pouco + nem um pouco seguro	31,8%
Meios de pagamento usados em compras online	Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos (plástico)	54,4%
	Cobrança em con-ta/transferência/débito direto	21,2%

*n: População internauta bancarizada em total que comprou online
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

66% dos portugueses são relutantes em fornecer seus dados para empresas de tecnologia, mesmo que haja algum tipo de incentivo. Apenas 33,4% entregariam os dados em troca de algum dos benefícios analisados. Entre os possíveis incentivos

em troca da transferência está a oferta de outros tipos de produtos e serviços, como viagens ou artigos de uso domésticos (consultar a **Tabela 6-44**).

Tabela_6-44. Avaliação de incentivos para a transferência de informações pessoais e dados financeiros para empresas de tecnologia

	Portugal
Ofertas de outros tipos de produtos e serviços (abastecimento, promoções, viagens, etc.)	24,1%
Oferta mais exata e personalizada de produtos e serviços financeiros	18,2%
Assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos)	17,4%
Suporte no gerenciamento e controle de despesas pessoais/domésticas	15,5%
Não estão dispostos a ceder seus dados	66,6%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

República Dominicana

- A República Dominicana é um dos países com a maior média de cartões por pessoa (3,4).
- Ao realizar o pagamento de suas despesas mensais, o numerário predomina como meio de pagamento utilizado (84,0%), e 20,6% não emprega nenhum meio de pagamento eletrônico.
- 66,6% conhecem apps de pagamento entre pessoas físicas e 44,8% apps de pagamento em estabelecimentos comerciais.
- Os dominicanos são os mais abertos à transferência de seus dados para empresas de tecnologia em troca de algum benefício, 3 de 4 estão dispostos a usar esse meio.

A República Dominicana é um dos países com a maior média de número de cartões por pessoa (3,4). 9 em cada 10 são titulares de um cartão de débito e 63,4% de um cartão de crédito. Os dominicanos são os que mais usam esse tipo de cartão; 3 em

cada 4 dominicanos usam cartão de crédito com frequência para pagar a prazo ou financiar suas compras. O maior número de usuários de cartões pré-pago está na República Dominicana (36,6%) (consultar a **Tabela 6-45**).

Tabela_6-45. Penetração e média de cartões na população internauta bancarizada na República Dominicana

	República Dominicana
Cartão de débito	88,6%
Cartão de crédito	63,4%
Cartão pré-pago	36,6%
Média total de cartões	3,4

n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Os dominicanos demonstram um alto conhecimento de novos apps de pagamento, principalmente daqueles que permitem realizar pagamentos entre pessoas físicas (66,6%). Quanto ao uso desse meio, é maior o de apps de pagamento entre pessoas físicas (40,0%) do que o de apps de pagamento em estabelecimentos comerciais (19,6%) (consulte a **Tabela 6-46**).

Tabela_6-46. Penetração e uso de apps de pagamento

	República Dominicana	
	Grau de conhecimento	Utilização
Apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais	44,8%	19,6%
Apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas	66,6%	40,0%

n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Não são empregados pelos usuários devido a impedimentos por parte dos estabelecimentos comerciais ou pela preferência por outros meios de pagamento, especialmente os cartões (consultar a **Tabela 6-47**).

Tabela_6-47. Barreiras para pagamentos com apps

	República Dominicana
Esse meio de pagamento não é aceito nos estabelecimentos comerciais onde costumo comprar	34,6%
Prefiro pagar com cartão	28,0%

n: População internauta bancarizada em total que não utilizou carteiras eletrônicas
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas

Na República Dominicana, o dinheiro é o meio de pagamento usado por excelência para pagar as despesas mensais (84,0%), seguido pelos cartões que foram usados em menor escala; são usados por apenas 3 em cada 4 dominicanos. As transferências

e débitos diretos ainda estão muito longe do principal meio de pagamento, e são usados por 32,7% mensalmente (consultar a **Tabela 6-48**).

Tabela_6-48. Porcentagem da população internauta bancarizada que usou esses meios de pagamento no último mês - República Dominicana

	República Dominicana	
Numerário	84,0%	
Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	75,1%	
Cobrança em conta/transferência/débito direto	32,7%	
Outros meios (apps de pagamento ou cheques/promissórias)	16,7%	
Meios de pagamento em papel	84,7%	<i>n: População internauta bancarizada em total Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas</i>
Meios de pagamento eletrônicos	79,4%	

O índice de compradores online da República Dominicana está entre os mais baixos de todos os países analisados. Junto com o Peru, são os países menos ativos em e-commerce. 70,5% dos compradores pela Internet sentem-se seguros usando este

canal. O meio de pagamento que prevalece em suas compras pela Internet são os cartões (61,4%), embora o numerário seja utilizado por 27,3% (consultar a **Tabela 6-49**).

Tabela_6-49. Atitude em relação à compra online

		República Dominicana	
Nível de segurança sentida em compras online	Totalmente + bastante seguro	68,2%	<i>n: População internauta bancarizada em total que comprou online Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas</i>
	Pouco + nem um pouco seguro	31,8%	
Meios de pagamento usados em compras online	Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	54,4%	
	Numerário	21,2%	

São os mais predispostos para a transferência de seus dados para empresas de tecnologia, 3 em cada 4 mostra interesse. Os dominicanos estão mais interessados em receber incentivos em troca da transferência de seus dados pessoais para empresas

de tecnologia, principalmente para receber assessoria e gestão financeira; mais da metade dos dominicanos acha este incentivo atraente (consultar a **Tabela 6-50**).

Tabela_6-50. Avaliação de incentivos para a transferência de informações pessoais e dados financeiros para empresas de tecnologia

	República Dominicana	
Assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos)	54,7%	
Suporte no gerenciamento e controle de despesas pessoais/domésticas	48,4%	
Ofertas de outros tipos de produtos e serviços (abastecimento, promoções, viagens, etc.)	47,7%	
Oferta mais exata e personalizada de produtos e serviços financeiros	46,7%	<i>n: População internauta bancarizada em total Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas</i>
Não estão dispostos a ceder seus dados	27,4%	

Espanha

- A penetração do cartão de crédito na Espanha é a mais baixa de todos os países, 55,1%.
- Para cobrir suas despesas mensais, os espanhóis usam mais meios de pagamento em papel (95,8%) do que os meios eletrônicos (91,8%).
- 6 em cada 10 espanhóis conhecem o apps de pagamento entre pessoas físicas e mais da metade aqueles que permitem pagar em estabelecimentos.
- 2 em cada 10 espanhóis já usaram os aplicativos de pagamento em estabelecimentos comerciais.
- São os que se sentem mais seguros nas compras online; 8 em cada 10 dizem que se sentem seguros comprando online.
- 70,3% dos espanhóis não forneceriam seus dados a empresas de tecnologia, mesmo que oferecessem algum tipo de incentivo.

Na Espanha, o número médio de cartões por pessoa é o menor, 2,3. Os cartões mais comuns entre os espanhóis são os de débito (90,0%) e os de crédito (55,1%). A Espanha é o país onde o cartão de crédito tem menor presença. Além disso, é

empregado apenas ocasionalmente entre os usuários. 6 em cada 10 espanhóis declaram que nunca ou praticamente nunca usam o cartão de crédito para financiar ou pagar suas compras. (consultar a **Tabela 6-51**).

Tabela_6-51. Penetração e média de cartões na população internauta bancarizada na Espanha

	Espanha
Cartão de débito	90,0%
Cartão de crédito	55,1%
Cartão pré-pago	22,7%
Média total de cartões	2,3

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Na Espanha, os apps de pagamento entre pessoas são mais conhecidos (62,6%) do que os apps de pagamento em estabelecimentos comerciais (56,1%). Quanto ao uso, 34,9% utilizaram apps P2P e 2 em cada de 10 apps de pagamento em estabelecimentos comerciais (consultar a **Tabela 6-52**).

77,8% dos espanhóis não usam apps de pagamento em estabelecimentos comerciais. Para começar a usá-los, é necessário algum componente de mobilização para interromper o uso de meios de pagamento tradicionais, como dinheiro ou cartões (consultar a **Tabela 6-53**).

Tabela_6-52. Penetração e uso de apps de pagamento

	Espanha	
	Grau de conhecimento	Utilização
Apps de pagamento pelo celular em estabelecimentos comerciais	56,1%	22,2%
Apps de pagamento pelo celular entre pessoas físicas	62,6%	34,9%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Tabela_6-53. Barreiras para pagamentos com apps

	Espanha
Prefiro pagar com cartão	49,0%
Prefiro pagar em dinheiro	35,3%

*n: População internauta bancarizada em total que não utilizou carteiras eletrônicas
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Na Espanha, os meios de pagamento em papel continuam a predominar (95,8%), em comparação com os pagamentos eletrônicos (91,8%). O dinheiro é o meio de pagamento mais

utilizado nas despesas mensais (95,8%), seguido de perto pelos cartões (89,5%). 1 em cada 2 espanhóis usa o débito em conta ou a transferência mensal (consultar a **Tabela 6-54**).

Tabela_6-54. Porcentagem da população internauta bancarizada que usou esses meios de pagamento no último mês - Espanha

	Espanha
Numerário	95,8%
Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	89,5%
Cobrança em conta/transferência/débito direto	49,6%
Outros meios (apps de pagamento ou cheques/promissórias)	16,5%
Meios de pagamento em papel	95,8%
Meios de pagamento eletrônicos	91,8%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

A Espanha é onde se concentra o maior número de compradores pela Internet (98,0%) e aqueles que fazem essas operações com mais frequência (4 em cada 10, pelo menos uma vez por mês). Também são os que se sentem mais seguros comprando online

(80,96%). O meio de pagamento predominante para a compra online é o cartão: 3 em cada 4 compradores online usam esse meio de pagamento (consultar a **Tabela 6-55**).

Tabela_6-55. Atitude em relação à compra online

		Espanha
Nível de segurança sentida em compras online	Totalmente + bastante seguro	80,9%
	Pouco + nem um pouco seguro	19,1%
Meios de pagamento usados em compras online	Cartão/cartões de débito/crédito/pré-pago físicos	77,8%
	Numerário	13,5%

*n: População internauta bancarizada em total que comprou online
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

7 em cada 10 espanhóis não estão dispostos a entregar seus dados para empresas de tecnologia, mesmo que ofereçam algum tipo de incentivo. Acompanham os portugueses, que mostram menos predisposição para isso (consultar a **Tabela 6-56**).

Tabela_6-56. Avaliação de incentivos para a transferência de informações pessoais e dados financeiros para empresas de tecnologia

	Espanha
Ofertas de outros tipos de produtos e serviços (abastecimento, promoções, viagens, etc.)	20,9%
Oferta mais exata e personalizada de produtos e serviços financeiros	16,5%
Assessoria e gestão financeira (poupança, seguros, investimentos)	13,7%
Suporte no gerenciamento e controle de despesas pessoais/ domésticas	12,7%
Não estão dispostos a ceder seus dados	70,3%

*n: População internauta bancarizada em total
Fonte: Elaboração própria com base em pesquisas*

Conclusões

A população internauta bancarizada é um segmento avançado no relacionamento com instituições financeiras e meios de pagamento eletrônicos.

Comparado ao que foi detectado em anos anteriores com a população bancarizada em geral, neste ano foi constatado que o segmento de internauta bancarizado apresenta maior ligação com as entidades e mais presença de cartões. Isso, somado à sua conexão com o cenário online, permite destacar o nível de importância para o lançamento de novas propostas.

A utilização de cartões de crédito tem muito campo para melhorar em Portugal e na Espanha. Seu uso seria aumentado aplicando uma política de incentivos diversificada.

Embora todos os países analisados tenham altas taxas de penetração de cartão de crédito, eles não são usados de forma homogênea em todos os casos. Enquanto na América Latina seu uso é completamente normalizado, na Espanha e em Portugal são usados com pouca frequência e são os que mostram maior relutância em empregá-lo. Em qualquer caso, a estratégia para encorajar sua utilização deve ser diversificada, ou seja, não oferecer um único incentivo, senão vários, para realmente mobilizar aqueles que atualmente não o usam ou não o possuem.

Os próprios titulares veem o uso crescente do cartão como meio de pagamento em quase todos os países: o dinheiro é visto com menos peso.

Embora o dinheiro continue sendo o meio de pagamento mais utilizado em suas despesas mensais, em alguns países, como o Brasil, o Chile e Portugal, os meios eletrônicos superam os meios em papel.

Os países europeus, o Chile e o Brasil consideram os cartões o principal meio de pagamento. Todos os países pesquisados viram como o uso do dinheiro diminuiu em relação ao passado, e os países latino-americanos mostram uma alta predisposição para abandoná-lo definitivamente, enquanto na Espanha e em Portugal é observada uma maior adesão ao dinheiro em espécie.

A Colômbia é o país em que aos meios eletrônicos têm a maior margem de melhoria, uma vez que há uma forte conexão com o dinheiro em espécie, mesmo nas compras online.
Alto conhecimento de apps de pagamento em

estabelecimentos comerciais, e já foram usados por aproximadamente a metade da população em alguns países, como a Argentina, México e a Colômbia.

Os apps de pagamento no comércio são conhecidos pela maioria da população internauta bancarizada, especialmente na Argentina, onde 7 em cada 10 sabem que existem. Os países com menos conhecimento desses apps são o Chile, o Peru e a República Dominicana, embora estejam em torno de um valor estimado de 45,0%. Quanto à utilização, são mais empregados na Argentina, México e Colômbia.

Os apps de pagamento entre pessoas físicas mostram diferentes níveis de divulgação; eles são amplamente conhecidos para portugueses, dominicanos e espanhóis, enquanto na Argentina apenas 1 em cada 10 declara que sabe o que é, apesar do alto nível de divulgação dos apps de pagamento em estabelecimentos comerciais nesse país.

O enraizamento em outros meios de pagamento é a principal barreira para o pagamento em estabelecimentos comerciais com apps.

Aqueles que não usam apps de pagamento nos estabelecimentos comerciais necessitam de um elemento de mobilização para começar a usá-lo e deixar de pagar com dinheiro ou cartão, já que a principal razão pela qual não o utilizam é a preferência do pagamento em dinheiro ou cartão, e não a falta de confiança nesses meios. Nos países da América Latina, a intenção de usá-lo no próximo ano é superior a 50,0% em todos os casos, enquanto na Espanha e em Portugal a predisposição é menor.

Um consumidor maduro digitalmente: uso generalizado de banco digital e de compras online entre os internautas bancarizados.

A maioria da população internauta bancarizada inclui consultas ou operações bancárias entre suas atividades na Internet. Isto mostra a importância para a população internauta bancarizada de manter o controle de suas contas bancárias e a cautela que eles demonstram diante do surgimento de novos players nos meios de pagamento.

É uma população digitalmente avançada, por isso, a grande maioria já comprou online, que é feito principalmente pelos espanhóis e chilenos.

Embora a compra online seja um hábito generalizado em todos os países analisados, em alguns deles, como o Peru ou o Brasil, 4 em cada 10 compradores online declaram se sentir inseguros comprando nesse canal.

Os países da América Latina são aqueles que têm maior controle sobre seus dados financeiros e os que prestam mais atenção aos termos e condições das transações online.

Os países da América Latina, especialmente a República Dominicana, são os que mais consideram ter controle sobre seus dados financeiros, ou seja, quais empresas autorizaram o acesso a eles e como revogá-los, em contraste com Portugal e a Espanha, onde a maioria não sabe se tem controle dos seus dados financeiros.

Em relação aos termos e condições das transações online, existem novamente diferenças entre os países europeus, onde poucas pessoas as leem com atenção, enquanto nos países da América Latina são lidos mais cuidadosamente.

Enquanto a Espanha e Portugal estão relutantes em transferir dados financeiros, mesmo que ofereçam alguma vantagem, os países latino-americanos são mais receptivos. Se destacam especialmente a República Dominicana e a Colômbia. As propostas que mais incentivam a transferência de dados para empresas de tecnologia são as ofertas de produtos e serviços financeiros (hipotecas, empréstimos ou cadernetas de poupança) ou não financeiros (suprimentos, viagens, etc.), além da assessoria e gestão financeira.

Agradecimentos

Este relatório pôde ser elaborado graças à colaboração de um grande número de profissionais do setor de meios de pagamento.

Queremos, portanto, expressar os agradecimentos sinceros e especiais a:

Argentina

Emiliano Porciani, Gerente de Sistema bancário digital, Banco Galicia

Gonzalo Ozán, Gerente de Tecnologia, Naranja

Gustavo Díaz, Gerente de Sistemas da Informação, Banco da Província de Buenos Aires

Juan Carlos Ozcoidi, Gerente Geral do Wilobank

Leonardo Maglia, CIO Banco COMAFI

Marcelo Ávila, Gerente geral adjunto da área de Tecnologia, Banco da Província de Buenos Aires

Marcelo López, Gerente de Organização e Processos, Banco COMAFI

Mariano Durán, Gerente de Tecnologia do Wilobank

Pedro Vistalli Caballero, Canais Digitais, Transformação e Adoção, Banco Supervielle

Rodolfo Ricci, Diretor de Tecnologia e Operações, COO e CDO, Banco Itaú

Sergio Mazzitello, Diretor de Sistemas, Naranja

Tomás De Simone, Analista de Canais Digitais e Transformação, Banco Supervielle

Brasil

Carlos Alberto Moreira Jr., Diretor da ELO

Claudemir Alledo, Diretor de TI e Operações da CATENO

Rodrigo Duarte de Castro Souza, Superintendente Nacional da Caixa Econômica Federal

Espanha

Amelia I. Angulo García, Diretora de Operações de Meios de Pagamento, Bankia

Ana Garrido de la Revilla, Diretora de Consumo e Meios de Pagamento, Bankinter

Andrea Fiorentino, Chefe de Produtos e Soluções para o Sul da Europa, Visa

Ángel Nigorra, Diretor Geral da Sociedad de Procedimientos de Pago, SL

Anna Puigoriol, Diretora de Serviços Financeiros do Banc Sabadell

Carlos Mier, Diretor de Cartões e de Negócio Emissor, Bankia

Inmaculada Anglada, Chefe da Samsung Pay España

José Luis Langa Hernando, Diretor Geral Adjunto da Iberpay

José Manuel Artal, Chefe de Soluções

José López Molina, Chefe de Produto Passivo, Investimentos e Meios de Pagamento, Santander Chile

Pablo Andrés Marambio, Gerente de Pré-pago, Multicaja

Patricio Sandoval, Country Manager, Mastercard Chile

Colômbia

Andrés Mauricio Ramírez P, Diretor de Transformação Digital e Inclusão Financeira, Asobancaria

Edwin Zácipa, Diretor Executivo, Colombia Fintech

Costa Rica

Carlos Melegatti, Diretor de Sistemas de Pagamento, Banco Central da Costa Rica

México

Alejandro Pineda, Diretor Corporativo de Crédito e Meios de Pagamento, BBVA Bancomer

Alonso Pallarés, Diretor Executivo de Meios de Pagamento e Seguros, Banco Santander México

Eduardo Guraieb, Diretor Geral, Fintech México

Federico Borrego, Diretor Geral de Supervisão de Participantes em Redes da CNBV

Jorge Garizurieta, PMO do Programa de Impulso ao Meios de Pagamento Digitais, Associação de Bancos do México.

Lourdes Herrera, coordenadora do Subcomitê de Cartões, Associação de Bancos do México

Martin Chapa, Gerente Corporativo de Meios de Pagamento, Banco FAMSA

Mary Pily Loo Castillo, Diretora de Participantes em Redes, CNBV

Pablo Henonin, Diretor de Produtos do Banco Azteca

Rafael Rojas, Diretor de Meios de Pagamento, Associação de Bancos do México

Raúl Morales, Gerente de Infraestruturas e Mercados Financeiros, CEMLA

Saúl Limón, Diretor de Operações, Banco Afirme

Peru

Felipe Vásquez de Velasco, Gerente Geral de Pagamentos Digitais Peruanos

José Antonio Muñiz, Gerente da Área de Meios de Pagamento e Financiamento ao Consumo, Banco de Crédito do Peru -BCP

Milton Vega, Gerente Adjunto do Sistema de Pagamentos do Banco

Central da República do Peru

República Dominicana

Ángel González Tejada, Diretor do Departamento de Sistemas de Pagamentos do Banco Central da República Dominicana

Carolina Bennasar, Vice-presidente de Cartão de Crédito do BDI

Karina Villar, Diretora de Operações do BDI

Mencía Collado, VP Administrativa Sênior, BDI

Rodolfo Vander Horst, VP de Operações e Canais, BDH León

Yilmery Rosario, Diretora Adjunta do Sistema de Pagamentos, Banco Central da República Dominicana

Impresso em Madrid em Janeiro 2019, 1ª edição

Todos os direitos reservados

Minsait é a empresa que reúne todos os negócios de TI da Indra, integrando mercados verticais, unidades horizontais e unidades de suporte para atender às necessidades de transformação dos negócios dos seus clientes.

Na Minsait, criamos soluções de impacto, valorizando o produto, a cultura e a oferta transformacional para dar um impulso à reinvenção de negócios e da sociedade.



Em Minsait buscamos a determinação de colocar a experiência, o talento e a inteligência ao serviço de cada cliente, oferecendo soluções tangíveis capazes de fazer a diferença.

Na Minsait, apostamos pela descoberta e abertura de novos caminhos como garantia de transformação e geração de impacto através da inovação.

Na Minsait, somos a impressão que deixamos. E a impressão que queremos deixar.

Mark Making the way forward

Avda. de Bruselas, 35
28108 Alcobendas
Madrid (Spain)
T +34 91 480 50 00

minsait.com

minsait

An Indra company