



# PMEs brasileiras: Transformação tecnológica dos pagamentos para sobreviver





## Sumário

- 2 Sobre a pesquisa
- 3 Sumário executivo
- 6 Introdução: A digitalização das empresas brasileiras
- 7 Motores da mudança
- 10 A virada nos métodos de pagamentos
- 13 Adaptar-se para sobreviver
- 17 Assegurar a confiança
- 19 Visão sobre as políticas
- 22 O futuro digital das PMEs no Brasil
- 25 Apêndice

## Sobre a pesquisa

Este relatório foi financiado pelo Facebook e elaborado por El Studios, setor de atendimento em projetos de Economist Impact. Para evitar mal-entendidos, este documento é um relatório de pesquisa e não necessariamente representa as visões e opiniões do Facebook.

O relatório aborda a questão da taxa de adoção das tecnologias de pagamento digital pelas micro, pequenas e médias empresas (PMEs) no Brasil, os benefícios dessas tecnologias, os desafios para se ampliar a adoção e as percepções em relação a pontos fortes e fracos das políticas públicas voltadas para a área.

A pesquisa foi realizada entre outubro e novembro de 2020 com 250 respondentes, que incluem fundadores, proprietários e diretores de PMEs, além de uma parcela menor de executivos sêniores. Todas as empresas entrevistadas atualmente usam algum sistema de pagamento digital ou planejam fazê-lo no próximo ano. Mais de dois terços (67%) dos respondentes estão sediados na região Sudeste do Brasil, inclusive nos centros financeiros de São Paulo e Rio de Janeiro, porém foram coletadas respostas de empresas de todo o país para assegurar uma representatividade adequada das PMEs.

A definição de PME baseou-se na classificação da Corporação Financeira Internacional (IFC na sigla em inglês) e foi adaptada à realidade dos negócios no Brasil usando dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para assegurar que a amostragem seja representativa de uma ampla população de PMEs do Brasil, a seleção de respondentes incluiu diversas localizações em todo o país, porém assegurando que o maior número de respondentes esteja sediado nos locais com a maior presença de empresas do

setor privado. Foram aplicadas cotas máximas para assegurar que nenhum setor dominasse a amostra e, com isso, obter um misto de empresas de indústria e de serviços. As amostras refletem, portanto, um conjunto de empresas de diferentes de setores.

Das organizações pesquisadas, pouco mais de um quinto (22%) empregava até dez pessoas, 36% empregavam de 11 a 50 pessoas, 22% empregavam entre 51 e 100 pessoas e 20% empregavam entre 101 e 300 pessoas.

Também foram realizadas entrevistas semiestruturadas com especialistas em PMEs e em pagamentos digitais para obter suas visões sobre o atual ambiente das PMEs brasileiras, a adoção de plataformas e ferramentas de pagamento digital e desenvolvimentos futuros. Gostaríamos de agradecer as seguintes pessoas por seu tempo e atenção.

- **Carlos do Carmo Andrade Melles**, presidente, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)
- **Carlos Gatto**, diretor, Ame Digital
- **Paulo Caffarelli**, CEO, Cielo SA\*

\* Paulo Caffarelli foi CEO da Cielo SA de novembro de 2018 a outubro de 2021. Caffarelli foi entrevistado para esta pesquisa em 14 de janeiro de 2021.

## Sumário executivo

As micro, pequenas e médias empresas (PMEs) brasileiras mostraram-se resilientes no enfrentamento às mudanças econômicas e sociais. Para adaptar-se aos recentes desafios que a covid-19 impôs a elas, muitas PMEs aceleraram sua taxa de transformação digital e estão buscando na tecnologia uma forma de sobreviver. As plataformas de pagamento digital são essenciais neste processo, pois elas permitem às pequenas empresas atingirem seus atuais e novos clientes sem a necessidade de um contato pessoalmente, além de facilitar o marketing e a comunicação e simplificar pagamentos e processos.

**Para adaptar-se aos recentes desafios que a covid-19 impôs a elas, muitas PMEs aceleraram sua taxa de transformação digital e estão buscando na tecnologia uma forma de sobreviver.**

Tudo isso se reflete nos benefícios que as PMEs afirmam obter das plataformas de pagamento. As vantagens incluem economia de tempo e custos, a possibilidade de trabalhar remotamente, eficiência operacional, comodidade para os clientes e ferramentas de fidelização e marketing. Muitos dos líderes de PMEs entrevistados também acreditam que melhorar o acesso às tecnologias de pagamento digital favorece o crescimento de seus negócios e promove a inclusão financeira.

Se por um lado a adoção das tecnologias de pagamento se acelerou, por outro, os principais desafios continuam relacionados ao seu uso em maior escala. As principais preocupações dos donos de empresas são a segurança das plataformas digitais quanto aos dados e às operações e a necessidade de cumprir regulações.

A pesquisa deixa claro que há muito que os governos e os fornecedores de plataformas de pagamentos podem fazer para ajudar as PMEs, como a promoção de regulação mais clara, melhor infraestrutura, mercado aberto e livre para os fornecedores de serviços de pagamento digital e educação na área de tecnologia e segurança.

Em relação às PMEs entrevistadas, outros achados da pesquisa incluem:

**O ritmo de adoção dos métodos de pagamento digital está acelerando.** Hoje, pouco mais que um terço das PMEs do Brasil realizam 50-100% de suas operações de negócios usando plataformas de pagamento digital e aplicativos de mensagens, mas este número salta para mais de dois terços (72%) quando se olha para as expectativas em um prazo de três anos. A OCDE estima que as PMEs no Brasil são responsáveis por 62% dos empregos e contribuem com 50% do valor agregado nacional\*<sup>1</sup>, logo a digitalização dos pequenos negócios deverá ter um impacto considerável sobre a economia brasileira e a dimensão de seu mercado.

**Os pagamentos digitais e os aplicativos que dão suporte a esses pagamentos são essenciais para a recuperação do Brasil pós-covid.** Quase dois terços (65%) das PMEs acreditam que um forte ecossistema de pagamentos digitais poderia estimular a economia brasileira. Segundo a estimativa de um estudo de 2019, uma virada nacional para os pagamentos digitais tem

<sup>1</sup> Valor gerado pela produção de bens e serviços.

a capacidade de aquecer o PIB anual do país em até três pontos percentuais.<sup>2</sup> Fornecer a infraestrutura e o marco regulatório para permitir que os pagamentos digitais prosperem, juntamente com os aplicativos e as plataformas que dão suporte, é essencial para a recuperação econômica do Brasil pós-pandemia.

**Segurança é essencial.** O maior desafio citado pelas PMEs que impedem uma maior aceitação das tecnologias de pagamento digital é a segurança de dados e operações. Tanto que o principal aspecto considerado na escolha de plataformas ou aplicativos para pagamentos por celular, antes mesmo de funcionalidade e custo, é a segurança. Oferecer às PMEs o acesso a um amplo leque de fornecedores de serviços de pagamento digital seguro deve ser considerado essencial para qualquer iniciativa nessa área. Os fornecedores de plataformas de pagamento também podem fazer sua parte garantindo que as questões de segurança sejam resolvidas com rapidez e transparência e comunicadas de maneira clara para os clientes.

**Formação em tecnologia de pagamentos é necessária.** Governo e fornecedores de serviços de pagamento digital precisam trabalhar juntos para assegurar que as PMEs e os consumidores tenham acesso a informações claras e qualificadas sobre tecnologias de pagamento digital. As PMEs identificaram a educação para os clientes e os donos de pequenas empresas como uma das mais importantes mudanças que o Brasil precisa implementar para ajudar o país a realizar plenamente o seu potencial de pagamentos digitais. A falta de conhecimento ou compreensão das tecnologias de pagamento digital foi reconhecida por quase um quarto (24%) das PMEs como um dos principais fatores que as impedem de usar tecnologias digitais. Mais de metade (57%) dos respondentes também afirmou que

procuraram aconselhamento sobre as diferentes opções disponíveis de serviços de pagamento digital em razão da covid-19.

**Melhorias nas políticas do setor podem estimular o crescimento econômico futuro.** Melhorar a infraestrutura de internet, aprimorar as consultas às PMEs sobre as regulações relacionadas a pagamentos digitais e aplicativos, apoiar novas tecnologias e aprovar regulações de privacidade mais claras são algumas das mudanças que os líderes de PMEs entrevistados acreditam que poderiam favorecer seus negócios e ajudar o país a usufruir plenamente dos benefícios das tecnologias de pagamento digital. Considerando que mais de dois terços dos respondentes (67%) concordam ou concordam plenamente que uma melhor política de pagamentos digitais no Brasil ajudaria seus negócios a crescer mais rápido, e mais de três quartos (77%) acreditam que aprimorar o acesso a essas tecnologias poderia ajudar na inclusão financeira, também ficam evidentes os benefícios econômicos desse tipo de política.

2 BCG, "How cashless payments help economies grow", 2019, <https://www.bcg.com/en-au/publications/2019/cashless-payments-help-economies-grow>



As micro, pequenas e médias empresas (PMEs) brasileiras mostraram-se resilientes no enfrentamento às mudanças econômicas e sociais.

# Introdução: A digitalização das empresas brasileiras

A adesão a novas tecnologias sempre foi importante para o crescimento dos negócios. Porém, a desaceleração econômica no Brasil, agravada pelo impacto da covid-19, tornou a necessidade de adotar e tirar o máximo proveito das tecnologias de pagamento digital e dos aplicativos e plataformas que as operacionalizam ainda mais essencial para a sobrevivência do vibrante setor de micro, pequenas e médias empresas no país.

As PMEs têm um papel preponderante na economia brasileira, abrangendo 50% do valor agregado nacional e 62% dos empregos brasileiros.<sup>3</sup> Efetivamente, ao crescimento estimulado pelas PMEs atribui-se o mérito de ter ajudado a impulsionar o sucesso econômico do Brasil no passado.<sup>4</sup> O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), uma organização sem fins lucrativos, estima que das 19.130.095 empresas ativas no mercado brasileiro, 17.706.570 (92,6%) são micro e pequenas empresas.<sup>5</sup> Dado o seu número expressivo, as PMEs terão um papel significativo na recuperação pós-pandemia e no crescimento econômico futuro do país.

Para ajudar as PMEs a entenderem melhor como outras organizações semelhantes estão usando tecnologias de pagamento digital e aplicativos para se adaptar ao novo ambiente de negócios, e para explorar os desafios encontrados durante esse processo, WhatsApp contratou El Studios, setor de atendimento em projetos de Economist Impact, para realizar uma pesquisa nacional com 250 donos, fundadores e diretores de micro e pequenas empresas.

Neste relatório, a expressão “pagamentos digitais” refere-se a operações comerciais realizadas sem uso de dinheiro em espécie por meio de algum método digital – como cartões de crédito, cartões de débito ou criptomoedas.

Esses pagamentos podem ser facilitados com o uso de carteiras digitais como PayPal e PicPay; pagamentos instantâneos usando *QR codes*, como o PIX do Banco Central do Brasil (BCB); e também pagamentos por meio de aplicativos como WhatsApp, carteiras em celulares ou usando criptomoedas como Bitcoin ou Ethereum.

As informações coletadas, juntamente com uma série de entrevistas com especialistas do setor, mostram que as PMEs brasileiras estão adotando plataformas e aplicativos de pagamento digital em um ritmo acelerado por causa da covid-19, sendo que mais de 70% das empresas entrevistadas têm a expectativa de realizar mais de metade das operações de seus negócios usando plataformas de pagamento digital num prazo de até três anos. As múltiplas maneiras pelas quais as PMEs usam essas plataformas digitais também evidenciam a sua engenhosidade – programas de fidelização, marketing ao consumidor, coleta de dados e gestão de relacionamento com fornecedores são apenas algumas das formas inovadoras pelas quais as empresas estão adaptando essas tecnologias aos seus negócios.

Importante ressaltar que, se a pesquisa demonstra os diversos benefícios financeiros que essas plataformas podem entregar às PMEs, desde eficiência operacional e de custos até aumento das receitas –, ela também exemplifica os desafios para se ampliar a adesão. Associações de pequenas empresas, grandes empresas com competência, experiência e vontade de ajudar, organizações governamentais, organizações não governamentais e plataformas de pagamento digital, todos podem ajudar as PMEs a ampliarem a adoção e o uso de plataformas de pagamento digital combinando educação para consumidores e empresas, transparência no que se refere à segurança de dados e operações financeiras digitais e expansão e melhoria da infraestrutura digital.

3 OCDE, "SME and entrepreneurship policy in Brazil 2020", 27 de abril de 2020, <https://www.oecd.org/publications/sme-and-entrepreneurship-policy-in-brazil-2020-cc5feb81-en.htm>

4 European Business Organisation Law Review, "The financing of Small and Medium Sized Enterprises: An Analysis of the Financing Gap in Brazil", November 25th 2019; and Small Business Economics, "SMEs and regional economic growth in Brazil", February 2012.

5 SEBRAE, Painel de empresas, <https://datasebrae.com.br/totaldeempresas/>

# A covid-19 é um motor de mudança?

Para as PMEs brasileiras, a década passada representou uma corrida para se manter em dia com a revolução digital. Conforme as tecnologias mudaram e o comércio online cresceu, essas empresas foram forçadas a aprender rapidamente novas maneiras de fazer negócios e adotar abordagens digitais cada vez mais sofisticadas para conquistar clientes e fazer negócios com eles, como condição de sobrevivência.

Os dispositivos digitais hoje são onipresentes em uma população brasileira de mais de 212 milhões de pessoas,<sup>6</sup> com mais de 424 milhões de dispositivos digitais, incluindo computadores, *laptops*, *tablets* e *smartphones*, usados em todo o território nacional, de acordo com um estudo de 2020 realizado pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas.<sup>7</sup> A tecnologia de celulares, em particular, ganhou uma importância central nas vidas de consumidores brasileiros, com 234 milhões de *smartphones* em uso, de acordo com o mesmo estudo.

A acessibilidade da internet, dos aplicativos e das plataformas online no Brasil levaram o comércio digital, e o comércio por celular em particular, a uma verdadeira explosão. Hoje, impulsionado por sua grande população e altos níveis de propriedade de celulares e uso da internet, o Brasil é de longe o maior mercado de *e-commerce* da América Latina. De acordo com dados da Americas Market Intelligence, o tamanho do mercado de *e-commerce* no Brasil era de US\$ 111 bilhões em 2020, cerca de 51% do total da América Latina, com US\$ 214 bilhões.<sup>8</sup>

O surto de covid-19 aumentou substancialmente o número de consumidores que compram online. O varejista Mercado Livre relatou um aumento de 39%

nos pedidos no Brasil entre fevereiro e maio de 2020;<sup>9</sup> um estudo de 2020 da Deloitte apontou que 49% dos consumidores brasileiros ampliaram os gastos online como consequência direta da pandemia de covid-19;<sup>10</sup> e uma pesquisa realizada pelo governo brasileiro concluiu que cerca de 54% dos brasileiros usuários de internet compraram comida ou produtos alimentícios pela internet em 2020, um aumento considerável em relação a apenas 22% em 2018.<sup>11</sup>

Esta onda de compras online, e especialmente por celular, teve um impacto econômico. A Reuters informou que o *e-commerce* brasileiro cresceu 56,8% nos primeiros cinco meses de 2020 em relação ao ano anterior, atingindo US\$ 20,50 bilhões em receitas de vendas.<sup>12</sup>

A onipresença cada vez mais consolidada do *e-commerce* também está mudando como, onde e por que os consumidores compram. Se antes a relação era puramente comercial, hoje os consumidores brasileiros estão usando os aplicativos de celular, redes sociais e plataformas de mensagens para criar relacionamento com empresas locais, acessar informações antes e durante a compra e para resolver problemas pós-compras. De acordo com o estudo da Deloitte, 73% dos consumidores brasileiros dizem que começaram a comprar de pequenas empresas das quais não tinham comprado antes.<sup>13</sup> O comércio por celular no Brasil também supera o *e-commerce* em geral, sendo que a JP Morgan espera que o crescimento de sua taxa anual composta seja de 17,8% para 2023, atingindo R\$ 81,4 bilhões (US\$ 14,6 bilhões).<sup>14</sup>

As mudanças no comportamento de compra dos consumidores obrigaram as PMEs a reagir. Mais de três

6 Dados do Banco Mundial: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=BR>

7 Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, 31ª edição da Pesquisa Anual sobre o Uso de TI nas Empresas, <https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/u68/fgvcia2020pesti-resultados.pdf>

8 Americas Market Intelligence, banco de dados e análise interna, 2020, <https://americasmi.com/>

9 BlackSip, "Reporte de Indústria: el e-commerce en México", 2020, <https://content.blacksip.com/ebook-report-de-industria-el-ecommerce-en-mexico-2020>

10 Deloitte, "Digital Tools in Crisis and Recovery", setembro de 2020, <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/09/Deloitte-Digital-Tools-in-Crisis-and-Recovery-Report.pdf>

11 Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, "Painel ITC Covid-19. Pesquisa sobre o uso da internet no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus", 2020, [https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20200817133735/painel\\_tic\\_covid19\\_1edicao\\_livro%20eitr%C3%B4nico.pdf](https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20200817133735/painel_tic_covid19_1edicao_livro%20eitr%C3%B4nico.pdf)

12 Reuters, "Brazil ecommerce jumps 57% in first five months of 2020 fueled by COVID-19", 2020, <https://www.reuters.com/article/brazil-ecommerce/brazil-ecommerce-jumps-57-in-first-five-months-of-2020-fueled-by-covid-19-%20idUKL1N2E02QI>

13 Deloitte, "Digital Tools in Crisis and Recovery", setembro de 2020, <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2020/09/Deloitte-Digital-Tools-in-Crisis-and-Recovery-Report.pdf>

14 JP Morgan, "2020 E-commerce Payments Trends Report: Brazil", <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/brazil-2020>

quartos (77%) das PMEs entrevistadas pela Deloitte em 2020 começaram a usar ferramentas digitais pela primeira vez, ou ampliaram o seu uso, sendo as mídias sociais e as plataformas de mensagens online as tecnologias que apresentaram o maior crescimento.<sup>15</sup> Aplicativos de mensagem e mídias sociais realmente se tornaram um verdadeiro salva-vidas, pois mantiveram as empresas conectadas – e comercializando – com seus clientes. Apenas em abril de 2020, 41,9% das micro, pequenas e médias empresas do Brasil mudaram completamente os seus modelos de negócio para exclusivamente online ou com fornecimento apenas por entrega,<sup>16</sup> utilizando aplicativos, plataformas de mensagem e mídias sociais para receber os pedidos e facilitar a comunicação.

Os pagamentos digitais foram essenciais para essa transição. O Fórum Econômico Mundial (FEM) destacou que os pagamentos digitais e serviços de mensagens e os aplicativos que facilitaram esses pagamentos têm tido o papel de ajudar a manter as economias funcionando ao longo de toda a crise da covid-19, em particular ajudando as pequenas empresas a manter os fluxos de receitas no momento em que o contato com as pessoas foi fortemente reduzido por causa das medidas de contenção do vírus.<sup>17</sup> Reconhecendo essa mudança, o BCB introduziu o PIX, um sistema de QR code para pagamentos instantâneos, em novembro de 2020. O sistema tem se mostrado extremamente popular, tendo processado mais de 393 milhões de operações no valor de R\$ 278,4 milhões (US\$ 50 milhões) entre novembro de 2020 e março de 2021.<sup>18</sup>

A disponibilidade e adoção dos métodos de pagamento digital também tendem a ser cruciais para o crescimento econômico futuro e a recuperação pós-pandemia no Brasil. Seja facilitando a comunicação e o marketing com os atuais clientes seja ajudando

a abrir novas frentes de mercado, os serviços de pagamento digital e plataformas de mensagens online e os aplicativos que os operacionalizam são vitais para a saúde econômica futura das PMEs brasileiras. Esses recursos são igualmente vitais para a economia brasileira — um estudo de 2019 do BCG, um grupo de consultoria, mostra que uma virada nacional para os pagamentos digitais poderia ajudar a impulsionar o PIB anual do país em até 3%.<sup>19</sup>

A pesquisa e seus resultados têm como objetivo facilitar a discussão e compartilhar informações que ajudem a tornar essa mudança mais suave. Esses resultados ilustram como as PMEs do Brasil estão se adaptando aos métodos de pagamento digital, às novas formas de usar aplicativos e plataformas de pagamento para interagir com clientes e, também, às dificuldades experimentadas ao longo do caminho. Em última instância, as visões compartilhadas na pesquisa podem ajudar as PMEs brasileiras a entenderem de que modo podem continuar a se adaptar e ajudar os formuladores de políticas públicas a apoiarem as empresas nessa transição.

**Um estudo de 2019 do BCG, um grupo de consultoria, mostra que uma virada nacional para os pagamentos digitais poderia ajudar a impulsionar o PIB anual do país em até 3%”**

15 Deloitte, “Digital Tools in Crisis and Recovery: Small and Medium Business Report”, outubro de 2020, <https://about.fb.com/de/wp-content/uploads/sites/10/2020/08/Digital-Tools-in-Crisis-and-Recovery-SMB-Report.pdf>

16 SEBRAE, “O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios – 2ª edição”, 2020, [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-2%C2%AAedicao\\_geral-v4-1.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-2%C2%AAedicao_geral-v4-1.pdf)

17 Fórum Econômico Mundial, “How digital payments can help countries cope with COVID-19, other pandemics: Lessons from China”, 6 de maio de 2020, <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/digital-payments-cash-and-covid-19-pandemics/>

18 Banco Central do Brasil, Estatísticas do PIX, março de 2021, <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/estatisticaspix>

19 BCG, “How cashless payments help economies grow”, 2019, <https://www.bcg.com/en-au/publications/2019/cashless-payments-help-economies-grow>



Para as PMEs brasileiras, a década passada representou uma corrida para se manter em dia com a revolução digital.

## A virada nos métodos de pagamento

Antes da covid-19, as PMEs brasileiras e seus clientes resistiam em aderir às plataformas de pagamento digital, em comparação com o que ocorria em outras economias grandes e complexas, como China, Índia e África do Sul, onde as taxas de crescimento da adoção dos pagamentos digitais foram muito superiores às de seus pares latino-americanos.<sup>20</sup> A pesquisa mostrou a rapidez com que a chegada da pandemia da covid-19 alterou o ritmo dessa transformação tecnológica.

Embora mais de um terço (37%) das PMEs no Brasil afirme nunca ter usado métodos de pagamento digital em seus negócios antes da covid-19, 67% concordam ou concordam plenamente que passaram a realizar pagamentos digitais em seus negócios com mais frequência em decorrência do impacto da pandemia. Quanto aos usos, as PMEs passaram a utilizar pagamentos digitais para todo

um leque de finalidades. A finalidade mais apontada nas respostas das PMEs pesquisadas foi a de facilitar compras, mas as empresas também usaram essas ferramentas para realizar faturamentos e coleta de dados, como a coleta de informações do consumidor relacionadas a programas de fidelidade e do histórico de compras, hábitos e preferências. As PMEs mais sofisticadas também utilizam as plataformas de pagamentos digitais como ferramenta de marketing e de vendas cruzadas.

A flexibilidade das plataformas é um elemento chave para entender o crescimento da popularidade dos serviços de pagamento digital entre as PMEs. Mais de 20% usam as plataformas para operacionalizar programas de fidelidade ou de recompensas e quase um quarto, para realizar operações financeiras com seus fornecedores.

**Figura 1: Quais são as principais formas que sua empresa utiliza atualmente sua plataforma de pagamentos móveis?**



20 McKinsey, "The 2020 McKinsey Digital Payments Report", October 1st 2020, <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/financial%20services/our%20insights/accelerating%20winds%20of%20change%20in%20global%20payments/2020-mckinsey-global-payments-report-vf.pdf>

Se a covid-19 ajudou a impulsionar a virada do tradicional método de pagamento em espécie para as formas digitais de pagamento entre as PMEs, os benefícios obtidos com a adesão a essas tecnologias ajudou a consolidar sua popularidade. O benefício mais citado é a melhor gestão do fluxo de caixa, aspecto assinalado por um terço dos respondentes, a redução no tempo de processamento do pagamento (32%) e a rapidez no cadastro dos clientes (31%).

A experiência do consumidor também é considerada importante, sendo que um quarto dos respondentes assinalou a maior comodidade para seus clientes como outro benefício.

Antes da covid-19, as PMEs brasileiras e seus clientes resistiam em aderir às plataformas de pagamento digital.

**Figura 2: Quais são os principais benefícios que sua empresa vê atualmente com a utilização de pagamentos móveis?**



**Paulo Caffarelli, CEO da Cielo SA de novembro de 2018 a outubro de 2021, empresa de cartões de crédito e débito e de sistemas de pagamento, diz que as taxas de penetração dos serviços de pagamento digital continuam relativamente baixas no Brasil se comparadas às de outras grandes economias, mas têm o potencial de crescer rapidamente no futuro e beneficiar todas as camadas da sociedade.**

“Os sistemas de pagamento digital trazem benefícios enormes para as pessoas, as empresas e o governo. No nível pessoal, eles reduzem a necessidade de os consumidores levarem dinheiro e correrem riscos desnecessários. Para as empresas, por sua vez, há uma melhora no gerenciamento do caixa e redução em despesas e tempo com o transporte de valores e segurança”, afirmou. “Os pagamentos digitais representam pouco mais que 40%<sup>21</sup> do consumo dos lares brasileiros. É pouco quando comparado com países onde eles representam 80%<sup>22</sup> ou mais. Há um grande potencial nesse universo nos próximos anos.”

A adoção de métodos de pagamento digitais também pode ajudar a reduzir, no país, o tamanho da economia informal – ou seja, aquelas atividades realizadas fora do controle do Estado e escapando à cobrança de taxas e impostos. De acordo com um estudo de 2018 da Visa, empresa de serviços financeiros, e A.T. Kearney, consultoria de gestão, uma maior presença dos pagamentos digitais costuma significar uma redução da economia informal.<sup>23</sup> Como consequência, isso aumenta o PIB e as receitas fiscais, além de assegurar que as pessoas recebam os benefícios da economia formal, como cobertura de saúde, serviços sociais e salários mais justos no mercado de trabalho. “Os que ainda são informais têm a oportunidade de se formalizar”, diz Caffarelli. “A formalização gera receitas para o governo, que pode usá-las para realizar melhorias em diferentes setores, como saúde e educação. É uma situação em que todos tendem a ganhar.”

### O futuro deve ser seguro

Conforme a pesquisa destaca, a segurança dos pagamentos digitais é uma preocupação central tanto para as empresas quanto para os consumidores, e é algo que Caffarelli acredita que precisa ser tratado com diligência, cooperação com parceiros no sistema financeiro digital e educação.

“O Brasil é um dos países com o mais alto nível de ataques cibernéticos e fraudes no mundo. O aumento do e-commerce, que acelerou durante a pandemia, traz enormes desafios. A Cielo SA atualiza com frequência o seu sistema antifraude que previne e mitiga perdas. Além disso, trabalhamos em parceria com outros atores nas modalidades de pagamentos, como emissores e bandeiras de cartão de crédito, para fortalecer nossa segurança e proteger nossos clientes”, explica.

“Nós estudamos cuidadosamente os comportamentos fraudulentos para desenvolver estratégias personalizadas para cada perfil de consumidor. Para informar nossos clientes sobre esse trabalho, promovemos campanhas de conscientização que incluem dicas e informações sobre as melhores práticas que os estabelecimentos comerciais devem seguir para realizar operações financeiras com o mais alto grau de proteção possível. Também temos parceiros, como o SEBRAE, nessas iniciativas.”

21 Associação Brasileira das Empresas de Cartão de Crédito e Serviços, “Pagamentos com cartões movimentam R\$ 2 trilhões em 2020, com alta de 8,2%”, 2020, <https://api.abecs.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Release-Balanco-2020.pdf>

22 Interesting Engineering, “Sweden: How to Live in the World’s First Cashless Society”, 24 de dezembro de 2020, <https://interestingengineering.com/sweden-how-to-live-in-the-worlds-first-cashless-society>

23 Visa e A.T. Kearney, “Digital payments and the global informal economy”, 2018, [https://navigate.visa.com/\\$/v/2/m/x/Digital\\_payments\\_and\\_the\\_global-informal-economy-report.pdf](https://navigate.visa.com/$/v/2/m/x/Digital_payments_and_the_global-informal-economy-report.pdf)

## Adaptar-se para sobreviver

Não surpreende que, no atual ambiente econômico, os recursos de eficiência que as plataformas de pagamento digital oferecem para a gestão dos negócios sejam essenciais para as PMEs no Brasil.

Como um dos países mais afetados negativamente pela covid-19, a perspectiva imediata para qualquer empresa brasileira, grande ou pequena, está longe de ser positiva. A economia brasileira encolheu 9,7% no trimestre de abril-junho de 2020,<sup>23</sup> e hoje tem o mesmo tamanho que tinha em 2009. O governo providenciou algum auxílio, mas as empresas – especialmente as empresas menores que, como regra, não têm um grande volume de lucros retidos nem acesso fácil a capital – precisam ser inteligentes e ágeis para sobreviver. O relatório *Desenvolvendo um Brasil Digital\** 2021, produzido por Economist Impact, destaca o fato de que as PMEs brasileiras enfrentam duros desafios que as tecnologias digitais, inclusive aplicativos de baixo custo ou gratuitos como mídias sociais ou plataformas de mensagens, podem ajudar a superar. Os recursos de pagamento digital representam uma convergência dessas ferramentas e tendências; eles também estão alinhados com uma recomendação chave do relatório, que indica a necessidade de promover um maior apoio para as finanças digitais no Brasil.

Como um ponto crítico, no que se refere aos pagamentos digitais, nossa pesquisa demonstra que as PMEs se adaptaram e aceleraram a velocidade de adesão ao digital por causa da pandemia de covid-19. Enquanto mais de um terço (36,8%) dos respondentes diz que nunca usou métodos de pagamento digital em seus negócios antes da covid-19, 68% concordam ou concordam plenamente que passaram a usar pagamentos digitais em seus negócios com mais

frequência devido ao impacto da pandemia. De modo similar, três quartos das PMEs entrevistadas concordaram ou concordaram plenamente que a covid-19 exigiu que a empresa acelerasse sua transformação digital, e mais da metade (57%) buscou aconselhamento sobre as diferentes plataformas de pagamento digital disponíveis por causa da covid-19.

**Não surpreende que, no atual ambiente econômico, os recursos de eficiência que as plataformas de pagamento digital oferecem para a gestão dos negócios sejam essenciais para as PMEs no Brasil.**

Os resultados dessa pesquisa correspondem em muito aos achados do relatório *Desenvolvendo um Brasil Digital*, que detalha como as PMEs se saíram durante a pandemia. Observa-se uma maior digitalização, inclusive com o uso de aplicativos de mensagens com criptografia de ponta a ponta, que é uma das ferramentas digitais mais usadas pelas PMEs no Brasil. Enquanto as plataformas de *e-commerce* também tiveram um grande aumento no uso – tanto pelos consumidores quanto pelas PMEs –, os pagamentos digitais diretos têm o potencial de colocar mais poder e receita direta nas mãos das PMEs, em vez de alimentar o negócio por meio de plataformas de terceiros.

<sup>24</sup> *The Economist*, "Brazil's president and his economy minister start to disagree", 3 de setembro de 2020, <https://www.economist.com/the-americas/2020/09/03/brazils-president-and-his-economy-minister-start-to-disagree>

\* *Desenvolvendo o Brasil Digital* é um relatório de 2021 sobre o impacto da covid-19 sobre a adoção de tecnologias digitais entre as PMEs brasileiras. Foi escrito por Economist Impact por encomenda de WhatsApp como material complementar a este relatório, *PMEs brasileiras: Transformação tecnológica dos pagamentos para sobreviver*.

A adesão às ferramentas digitais e o movimento em direção aos negócios prioritariamente digitais podem ter sido processos provocados pela covid-19, mas representam uma tendência que muito provavelmente se manterá. De acordo com a pesquisa, mais de 70% das PMEs esperam usar métodos de pagamento digitais para as operações financeiras de 50% a 100% de seus negócios num prazo de apenas três anos — o que reflete o novo normal brasileiro quanto ao ambiente de negócios e o comportamento do consumidor. Após a pandemia, as plataformas de pagamento digital tendem a adquirir uma importância ainda maior para as PMEs, pois essas empresas terão que atravessar as drásticas mudanças de comportamento dos consumidores, e da própria economia, que surgiram como consequência dos esforços para gerir e conter a pandemia da covid-19. Com essa finalidade, mais de três quartos (76%) das PMEs pesquisadas concordam ou concordam plenamente que as plataformas que facilitam os pagamentos digitais serão mais importantes para seus negócios quando a pandemia arrefecer.

Como indicador do quão importante essa transformação será para o país, 65% dos executivos de PMEs entrevistados acreditam que as plataformas de pagamento digital serão essenciais para a recuperação do Brasil.

**“Para a universalização dos sistemas de pagamento digital, o Brasil precisa investir na inclusão digital da população.”**

**Carlos Melles, president of SEBRAE**

**Carlos do Carmo Andrade Melles, presidente do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), organização sem fins lucrativos brasileira, diz que a pandemia representa uma virada de jogo na digitalização das PMEs brasileiras e que essa virada terá um efeito duradouro na maneira como elas utilizam os métodos de pagamento digitais e os aplicativos de celular.**

“A crise causada pela pandemia acelerou a velocidade com que algumas tendências se tornaram realidade. Implementar inovações digitais o mais rápido possível se tornou uma questão de sobrevivência para muitas empresas”, disse. “Não vamos voltar para o estágio em que estávamos antes da covid-19. O principal legado de todo esse processo é que as empresas analógicas foram forçadas a realizar transformações digitais para sobreviver. Quando a crise terminar, as empresas analógicas vão voltar para o meio físico, mas não vão abandonar sua presença online”.

“A tendência dos consumidores a comprar pela internet ou por meio de aplicativos e usar métodos digitais de pagamento também não vai diminuir. Ao contrário, tudo indica que, com os novos instrumentos de pagamento, como links de pagamento que possibilitam realizar vendas nas redes sociais, e PIX [uma plataforma de pagamentos instantâneos], lançado pelo Banco Central do Brasil, os consumidores cada vez mais vão abandonar os pagamentos em dinheiro.”

“Os novos métodos de pagamento digital, como os links de pagamento e pagamento por aproximação usando aplicativos em celulares, braceletes e relógios, se ampliaram nos últimos dois anos. Para universalizar os sistemas de pagamento digital, o país precisa investir na inclusão digital da população e oferecer transparência nos protocolos e segurança nas operações”, disse Melles.

### Apoio digital para as PMEs

Porém, como em toda mudança, a transformação digital traz novas complexidades. Melles enfatiza que tanto as empresas como os consumidores precisam de ajuda para se adaptar ao novo cenário de pagamentos.

“É preciso oferecer orientação tanto para os consumidores como para as pequenas empresas. Para o empreendedor, o primeiro passo é aprender mais sobre as funcionalidades de cada plataforma”, diz Melles. “Em 2020, o SEBRAE realizou diversos eventos online para esclarecer os diversos públicos sobre como usar esses métodos de pagamento. Experimentar é um outro fator importante para a adesão aos pagamentos digitais. Primeiro, pode parecer um pouco difícil, mas com o uso fica claro que são mecanismos fáceis de usar e com evidentes benefícios.”

“Além de implementar a necessária infraestrutura tecnológica para garantir a segurança das operações, acreditamos que quanto mais as empresas se comunicarem com seus clientes haverá menos espaço para falhas. É uma prática importante nas relações com os clientes, mas também serve como uma ferramenta valiosa para a gestão de riscos.”



A crise causada pela pandemia acelerou a velocidade com que algumas tendências se tornaram realidade.

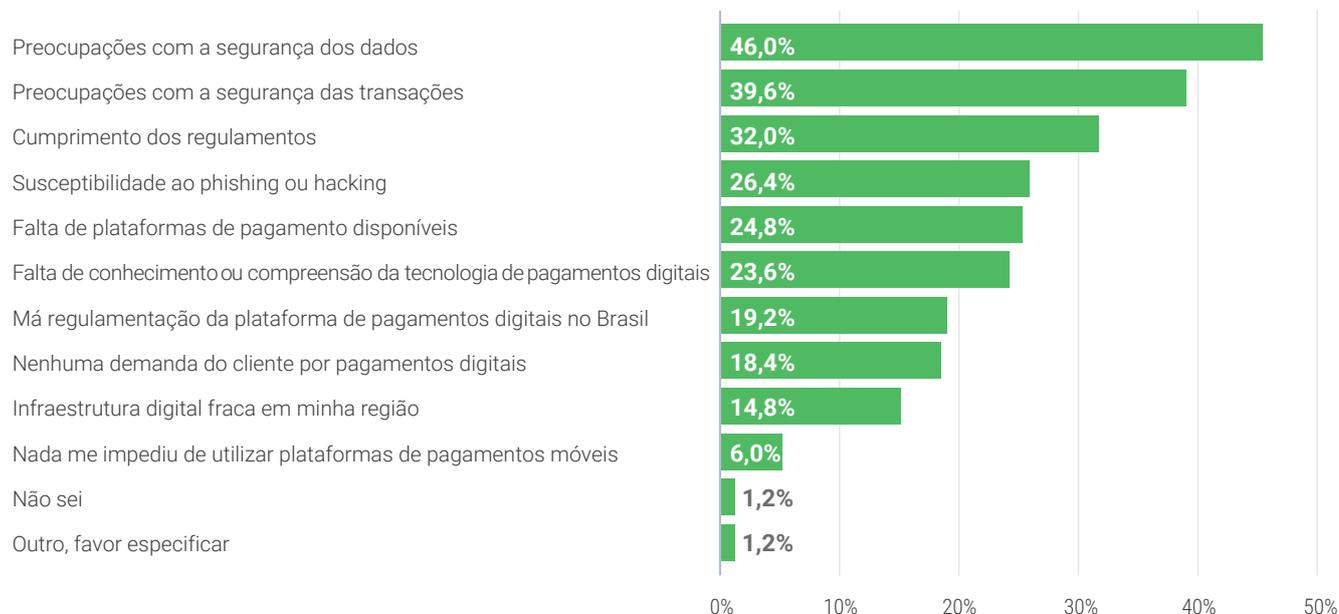
## Garantir a confiança

Embora a maioria das PMEs respondentes acredite que as plataformas de pagamento digital serão essenciais para a recuperação econômica do Brasil, diversas são as barreiras que, segundo as empresas, impedem uma maior adoção dessas tecnologias no seu segmento empresarial. A principal de todas é a segurança.

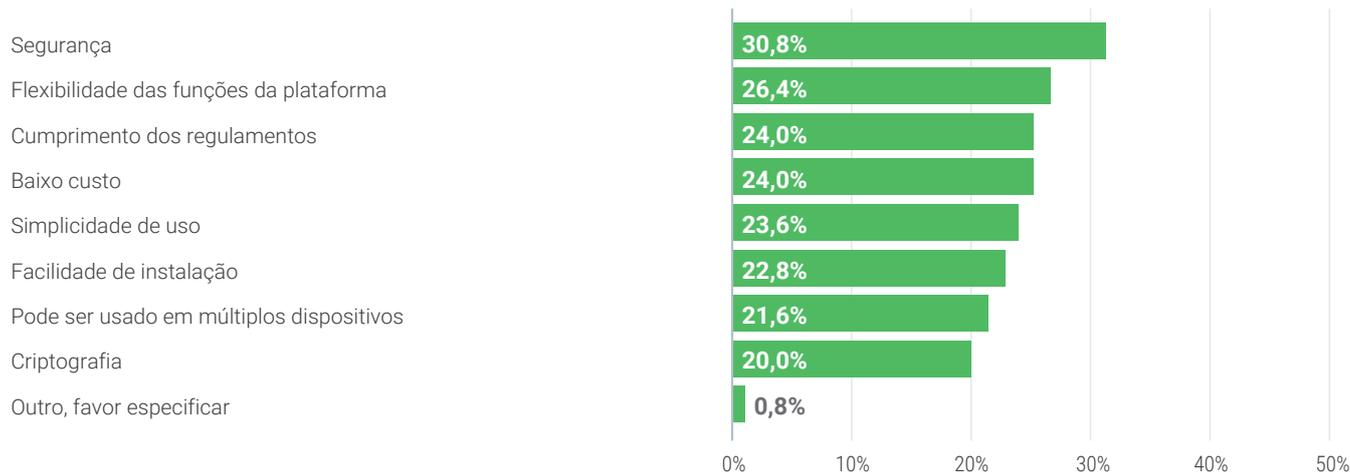
Quase metade (46%) dos respondentes indicou a preocupação com a segurança de dados como a principal questão que impede suas empresas de usar plataformas de pagamento digital mais amplamente, sendo a preocupação com a segurança das operações financeiras (40%) o segundo aspecto mais importante. A suscetibilidade à *phishing* ou à *ação de hackers* (26%) foi a quarta barreira mais citada.

Essas preocupações refletem-se diretamente nas PMEs. A segurança foi identificada como um dos aspectos mais importantes que as empresas consideram na hora de escolher um fornecedor do serviço de pagamento digital. Destacada por 31% dos respondentes, os recursos de segurança aparecem como mais importantes que a flexibilidade das funções da plataforma (26%) e muito à frente da questão do custo (24%). Interessante apontar que as PMEs identificam a regulação como o terceiro fator mais importante na escolha de fornecedores de serviço de pagamento digital, o que corresponde à citação de que a preocupação em cumprir as regulações (*compliance*) é uma das grandes barreiras para se ampliar a adesão às tecnologias de pagamento digital.

**Figura 3: Quais são as principais questões que impedem sua empresa de utilizar plataformas de pagamentos móveis de forma mais ampla?**



**Figura 4: Quais as características-chave são mais importantes para sua empresa ao escolher um provedor de pagamentos digitais?**



Para lidar com as questões relacionadas à regulação e *compliance*, o Banco Central do Brasil implementou reformas com foco em aliviar as barreiras regulatórias, tendo “inclusão, competitividade e transparência como seus objetivos”.<sup>25</sup> Os serviços de pagamento digital, oferecidos por entidades não controladas pelo governo, tendem a ser contemplados por essas reformas e devem dar às PMEs o acesso a dados que bancos e outras empresas financeiras têm, ajudando a reduzir as barreiras de *compliance* percebidas pelas PMEs.

Atentar para as funções ligadas a segurança e *compliance* é essencial para os fornecedores de sistemas de pagamento digital obterem sucesso no mercado brasileiro. Mas as plataformas inteligentes precisam ir além da funcionalidade. Uma melhor educação para usuários finais e uma comunicação clara e consistente sobre os atuais níveis de segurança, assim como sobre quaisquer planos futuros e atualizações do sistema, devem ser consideradas como necessidades urgentes. Por exemplo, qualquer violação de segurança deve ser rápida e sistematicamente solucionada assim que surgir e as plataformas

precisam comunicar isso aos seus clientes com uma linguagem simples. Considerando que quase um quarto (24%) das PMEs citou a falta de conhecimento ou compreensão das tecnologias de pagamento digital como uma barreira para uma maior adesão, essa é certamente uma área em que os fornecedores de pagamento inteligente podem se diferenciar.



**Segurança dos pagamentos é a maior preocupação para 30% das empresas**

**A segurança foi identificada como a questão à qual as empresas dão a maior importância quando procuram um fornecedor de serviços de pagamento digital.**

<sup>25</sup> Economist Impact, “Desenvolvendo o Brasil Digital: A pandemia da Covid-19 será o impulso para o Brasil adotar as ferramentas digitais?”, 2021.

## Visão sobre as políticas

Os resultados da pesquisa mostram claramente que as PMEs necessitam de acesso a uma gama de fornecedores de serviços de pagamento digital que ofereçam alto nível de segurança e transparência. Para facilitar isso e ajudar a suavizar a transição para um melhor futuro digital, o desenvolvimento de políticas pode ter um papel importante. De acordo com as PMEs entrevistadas, os principais pontos que precisam de atenção, segundo elas, são melhorar a educação, consultar mais o setor de micro e pequenas empresas e melhorar a infraestrutura. Os especialistas entrevistados por Economist Impact para o relatório *Desenvolvendo um Brasil Digital reverberam* amplamente esse sentimento. Limitações nas competências, conectividade e preocupações em relação às responsabilidades das PMEs em proteger os dados dos consumidores foram temas muito citados.

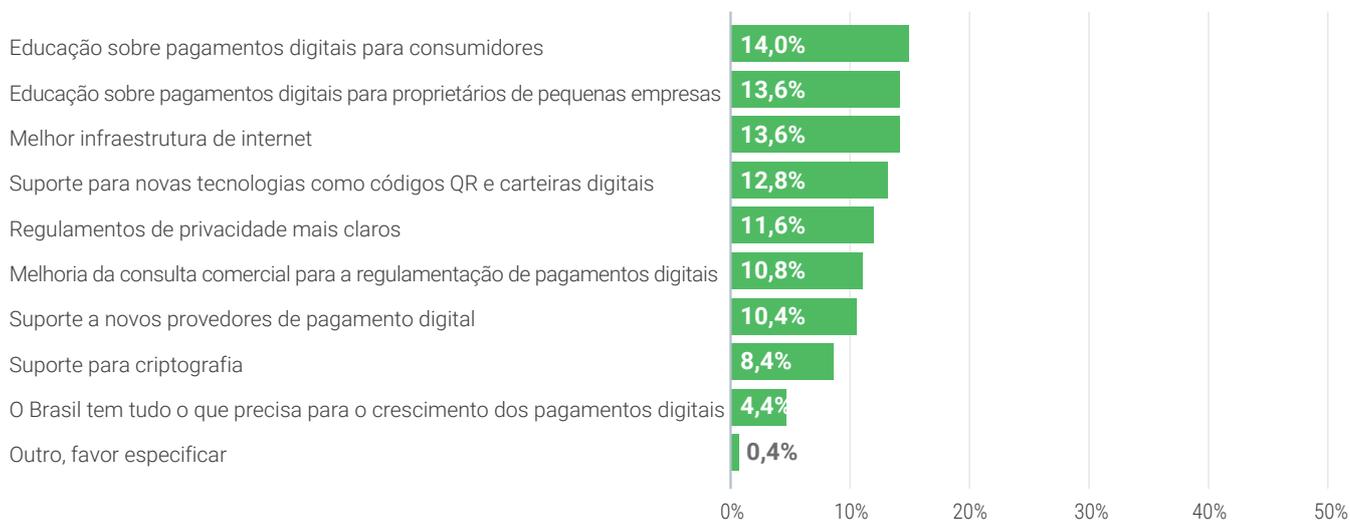
De acordo com as PMEs, os benefícios de melhorar esses indicadores no Brasil tenderia a ser mensurável em termos de crescimento dos negócios e progresso

social. Mais de dois terços (67%) dos respondentes concordam ou concordam plenamente que melhorar a política de serviços de pagamento digital no Brasil poderia ajudar seus negócios a crescerem mais rápido. Mais de três quartos (77%) também concordam ou concordam plenamente que melhorar o acesso aos serviços de pagamento digital poderia ajudar a inclusão financeira no Brasil.

De modo geral, a comunicação sobre as regulações que incidem sobre pagamentos foi apontada pela maioria dos líderes de PMEs como clara e transparente. Mais da metade (55%) das PMEs concorda ou concorda totalmente que o Brasil tem uma abordagem das regulações dos pagamentos digitais que é clara e compreensível, 22% nem concorda em discorda com essa declaração, enquanto outros 22% discordam ou discordam totalmente.

A pesquisa mostra que os formuladores de políticas públicas e os fornecedores de serviços de pagamento digital deveriam se unir para ajudar os consumidores e

**Figura 5: Que mudança única você acha que poderia ajudar o Brasil a realizar melhor todo o potencial dos pagamentos digitais?**



os proprietários de pequenas empresas a entenderem melhor quais são as tecnologias disponíveis, como elas podem ser usadas e quais são os potenciais incrementos em eficiência que elas podem entregar. Quando estimulados a escolher uma única mudança que ajudaria o Brasil a realizar plenamente o seu potencial quanto às tecnologias de pagamento digital, das principais respostas, três tinham como foco a educação – para consumidores e para os próprios proprietários de pequenas empresas.

A infraestrutura também necessita de melhoria, segundo as PMEs entrevistadas, tanto para fornecer uma internet mais rápida e mais confiável quanto para suportar novas tecnologias como *QR codes* e carteiras digitais. Cabe sublinhar que o governo e as empresas fornecedoras também precisam trabalhar mais próximos das PMEs, pois 11% dos respondentes citaram que melhorar as consultas às empresas em relação à regulação dos pagamentos digitais seria uma mudança importante para ajudar as PMEs a utilizarem melhor a tecnologia.

***Carlos Gatto, diretor da Ame, plataforma de negócios por celular e tecnologia financeira (fintech) desenvolvida pela Universo Americanas, acredita que os pagamentos digitais são essenciais para o crescimento futuro das pequenas e médias empresas brasileiras – sejam elas digitais, físicas ou mistas – e para aumentar a velocidade e o volume da inclusão financeira no Brasil.***

“Os pagamentos digitais estão crescendo em todo o país e vão ganhar cada vez mais relevância no dia a dia das pessoas e estabelecimentos, sejam eles físicos ou digitais”, explica. “A comunicação precisa ser bidirecional, e nós ouvimos muito o retorno dos clientes na hora de implementar os serviços”.

A tecnologia tem potencialmente um papel central na inclusão financeira nas economias em desenvolvimento. De acordo com uma pesquisa de 2016 da McKinsey, a disseminação da adoção e uso das finanças digitais poderia aumentar o PIB das economias emergentes em até 6% (um total de US\$ 3,7 trilhões) até 2025 e criar 95 milhões de novos empregos.<sup>26</sup> As plataformas de pagamento digital podem ajudar indivíduos que hoje estão na economia informal em todo o mundo a ter acesso a serviços e oportunidades.

“Acreditamos que a Ame pode ajudar na inclusão financeira”, disse Gatto. “Um exemplo é a plataforma da Ame, que oferece a possibilidade de depositar dinheiro em nossa carteira digital em qualquer uma das 1.700 lojas físicas da Universo Americanas, sem que o cliente precise ter uma conta no banco ou um cartão de crédito. O usuário passa por um processo de inclusão financeira e digital que possibilita comprar bens e serviços em diferentes sites, de maneira rápida e fácil”.

“A inclusão e a educação financeira trabalham de mãos dadas. Ao nos comunicarmos com nossos clientes, precisamos cada vez mais ser capazes de expandir nosso apoio ao aprendizado, melhorar a experiência do usuário e apresentar os benefícios dos pagamentos digitais”, disse.

<sup>26</sup> McKinsey & Company, “Digital finance for all: Powering inclusive growth in emerging economies”, setembro de 2016, <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/Employment%20and%20Growth/How%20digital%20finance%20could%20boost%20growth%20in%20emerging%20economies/MGI-Digital-Finance-For-All-Executive-summary-September-2016.ashx>

De modo geral, a comunicação sobre as regulações que incidem sobre pagamentos foi apontada pela maioria dos líderes de PMEs como clara e transparente.



# O futuro digital das PMEs brasileiras

Em resposta a uma fase de grandes desafios na economia, as PMEs do Brasil rapidamente adotaram e utilizaram todo o leque de tecnologias e funcionalidades das plataformas digitais. Por exemplo, as PMEs usaram plataformas de pagamento digital como canais de marketing, para habilitar programas de fidelidade e para abrir a possibilidade de conversar e negociar diretamente com clientes e fornecedores. Essas plataformas também trabalham em conjunto com ferramentas digitais gratuitas ou de baixo custo, como mídias sociais e plataformas de mensagens, que tiveram o maior crescimento entre as PMEs no Brasil, segundo a pesquisa. Essas ferramentas são de vital importância para as empresas, e oferecem às pequenas empresas um caminho com menos obstáculos para tentar “se digitalizar” antes de se comprometer com ferramentas e sistemas mais caros.

Conforme a sociedade transita para um mundo pós-pandemia, as ferramentas e plataformas digitais que foram buscadas por necessidade estão sendo incorporadas e normalizadas. Tanto o setor público como o privado têm interesse que a ampliação e adoção da digitalização aconteçam sem atrito e cheguem o mais longe possível. *Desenvolvendo um Brasil Digital* mostra que as barreiras mencionadas pelas PMEs que as impedem de aumentar a adesão aos serviços de pagamento digital não são intransponíveis. Mas para superá-las será necessária uma abordagem holística e de múltiplos parceiros, que seja capaz de entender e ouvir tanto as empresas como os clientes em suas necessidades e seus desejos.

Melhorar a infraestrutura digital é a ação mais difícil de realizar, pois requer tempo e recursos. Porém, ampliar as capacidades, realizar treinamentos e propor

políticas que facilitem a construção de um cenário diverso e competitivo de fornecedores de serviços de pagamento digital são medidas fáceis de implementar. O Fórum Econômico Mundial relata que, no Brasil, os setores público e privado estão trabalhando juntos para melhorar a penetração digital, ampliar a cobertura da infraestrutura e melhorar a qualidade dos serviços. O resultado disso é um acesso à internet bastante disseminado. De acordo com a Conexis Brasil Digital, uma associação da indústria de telecomunicações, a rede de 4G cobria 97,5% da população do país em julho de 2020.<sup>27</sup>

**“Mais de três quartos das PMEs entrevistadas concordam ou concordam plenamente que as plataformas que facilitam os pagamentos digitais serão mais importantes para seus negócios quando a pandemia arrefecer.”**

Confiança é um outro fator de peso no contexto da adesão ao digital. A falta de confiança traz consigo riscos comerciais e de marcas – especialmente quando o dinheiro das pessoas está envolvido. As plataformas de pagamento digital precisam utilizar as medidas de segurança necessárias e comunicar

<sup>27</sup> BNamericas, “Brazil close to universal 4G coverage”, setembro de 2020, <https://www.bnamericas.com/en/news/brazil-close-to-universal-4g-coverage>

isso de maneira aberta e transparente para assegurar tanto os consumidores como as PMEs de que esses métodos de pagamento são seguros e confiáveis. A pesquisa mostrou que a segurança é a preocupação mais importante para as PMEs na hora de escolher o fornecedor de serviços de pagamento digital, e o que as PMEs querem é um amplo leque de fornecedores de serviços de pagamento digital seguros. Por exemplo, o PIX, novo sistema de pagamentos instantâneos facilitado por QR code do Banco Central do Brasil, lançado em novembro de 2020, tem como objetivo ser um sistema de pagamentos “rápido, barato, seguro, transparente e aberto”.

As PMEs e os consumidores querem e precisam de acesso a informações claras e qualificadas sobre as tecnologias de pagamento digital. Na pesquisa, as PMEs identificaram a educação para os consumidores e para os proprietários de pequenos negócios como uma das mais importantes mudanças que o Brasil poderia implementar para ajudar o país a realizar plenamente o seu potencial quanto aos pagamentos digitais. Mais da metade (57%) dos respondentes também relataram que procuraram aconselhamento sobre as diferentes opções disponíveis de serviços de pagamento digital por causa da covid-19. Melhorar a consulta às PMEs em relação às políticas e regulações pode exigir tempo, mas os benefícios também podem ser substanciais – 65% das PMEs entrevistadas nessa pesquisa acreditam que um ecossistema forte de pagamentos digitais pode impulsionar a economia do Brasil.

As plataformas de pagamento digital e os aplicativos que as operacionalizam são apenas uma peça de um complexo quebra-cabeças com o qual as PMEs

estão lutando. Mas os benefícios e a flexibilidade que oferecem podem ser mais fortalecidos e desenvolvidos de modo a permitir que as PMEs brasileiras e seus clientes continuem a contribuir para a recuperação econômica e o futuro sucesso do Brasil.

A man with dark, curly hair tied up, wearing glasses and a beige apron over a striped shirt, is looking down at a tablet computer. He is in a bakery, with shelves of bread visible in the background. A text box is overlaid on the left side of the image.

Conforme a sociedade transita para um mundo pós-pandemia, as ferramentas e plataformas digitais que foram buscadas por necessidade estão sendo incorporadas e normalizadas.

# Apêndice

## Metodologia de pesquisa

Essa pesquisa foi realizada em outubro e novembro de 2020. Entre os 250 respondentes estão incluídos fundadores, proprietários e diretores de PMEs, assim como uma pequena parcela de executivos sêniores. Os respondentes são oriundos de diferentes regiões geográficas, de modo a assegurar uma representação correta dos proprietários de empresas em todo o país.

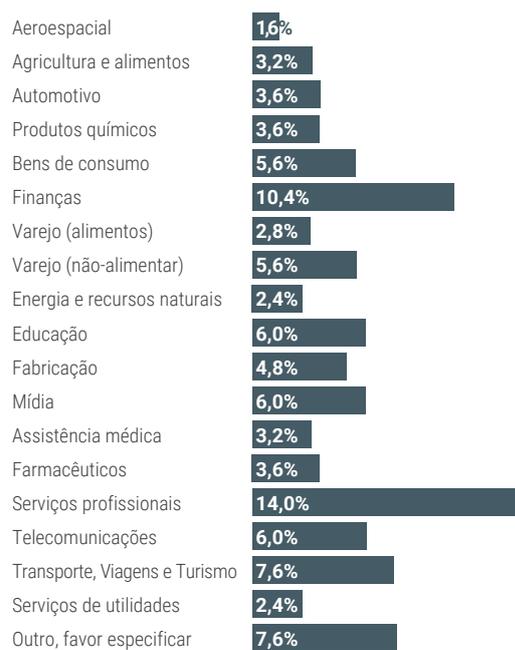
Todas as empresas entrevistadas usam atualmente os sistemas de pagamento digital ou planejam começar a usar em 2021. Mais de dois terços (67%) dos respondentes eram do Sudeste do Brasil, incluindo os centros financeiros de São Paulo e Rio de Janeiro, mas as respostas foram recolhidas em todo o país para assegurar uma representação justa das PMEs.

A pesquisa foi realizada utilizando uma metodologia online, na qual os respondentes, que voluntariamente optaram se juntar a um painel executivo de empresas, foram convidados por email a participar da pesquisa. O painel do qual os respondentes foram selecionados é atualizado regularmente e é amplamente representativo da composição da comunidade empresarial brasileira.

A definição de PME baseou-se no número de pessoas que formam a organização, a partir da classificação da IFC, que foi adaptada à realidade das empresas no Brasil usando dados do IBGE. Para assegurar que a amostragem seja representativa de uma ampla população de PMEs do Brasil, a seleção de respondentes incluiu diversas localizações em todo o país, porém assegurando que o maior número de respondentes seja sediado nos locais com a maior presença de empresas do setor privado.

Também garantimos que nenhum setor fosse sobrerrepresentado e que a amostragem refletisse toda a gama dos diferentes setores. Entre as organizações entrevistadas, pouco mais de um quinto (22%) empregava de zero a dez pessoas, 36% empregavam 11 a 50 pessoas, 22% empregavam entre 51 e 100 pessoas, e 20% empregavam entre 101 e 300 pessoas.

Os respondentes da pesquisa são provenientes dos seguintes setores:



\* Outros, incluindo marketing, logística, importação, software para computadores, tecnologia, mineração e outros ramos financeiros.

## Plano de análise

El Studios propôs-se a pesquisar o setor das PMEs brasileiras para entender o seu cenário no Brasil e as questões, dificuldades e aspirações das PMEs no que se refere às ferramentas e plataformas de pagamento digital.

Ao receber as respostas dos questionários, El Studios analisou os dados com um olhar voltado para os resultados significativos quantitativamente, depois realizou um exame em profundidade. Esse processo envolveu identificar as respostas selecionadas com mais frequência e situá-las no contexto do mercado e do estágio de desenvolvimento digital do Brasil, os grandes setores de negócios atuais e potenciais para as PMEs no Brasil, e o ambiente no Brasil para as PMEs no momento em que a pesquisa foi realizada.

Essa etapa foi complementada com uma combinação de pesquisa das publicações existentes sobre o tema com entrevistas com especialistas para obter visões adicionais sobre os resultados. Os achados da pesquisa também foram discutidos com especialistas do mercado para garantir que reflitam o que tem sido observado empiricamente no contexto de atuação das empresas. Essas conversas não estão entre as entrevistas gravadas, mas foram realizadas com o intuito de obter uma compreensão de contexto e de bastidores, o que é fundamental para a apreciação dos achados da pesquisa.

Com base nessa análise, os resultados da pesquisa foram destacados no relatório *PMEs brasileiras: Transformação tecnológica dos pagamentos para sobreviver*.

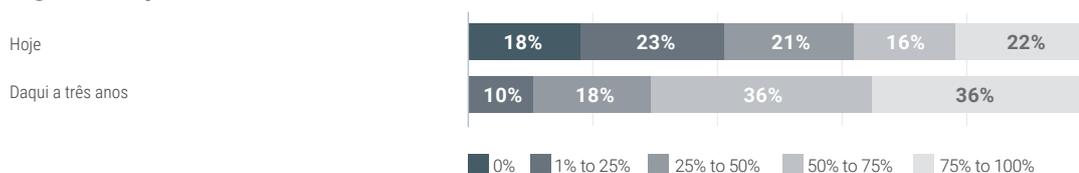
## Questionário da pesquisa

O questionário foi programado usando o software de pesquisa chamado ConfirmIt. Cada respondente que participou recebeu um link único para preencher o questionário online.

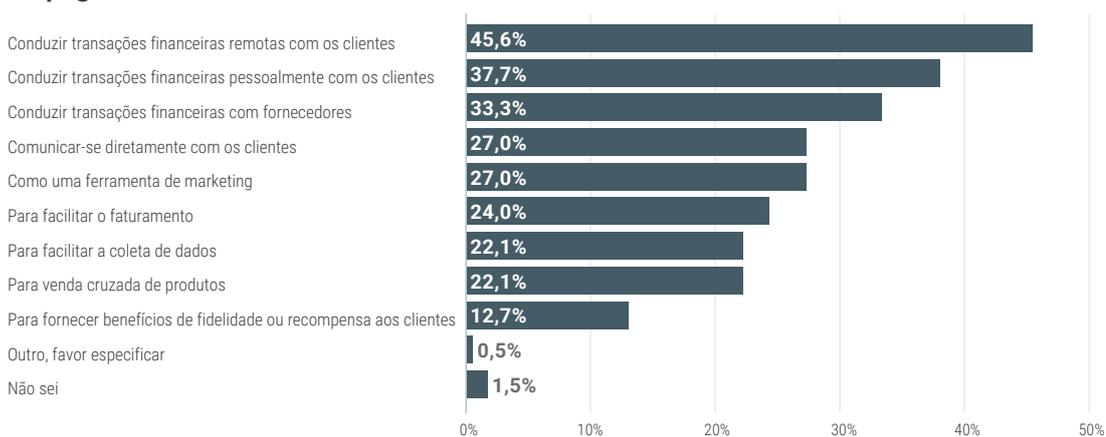
# Resumo de estatísticas

## Questões das entrevistas

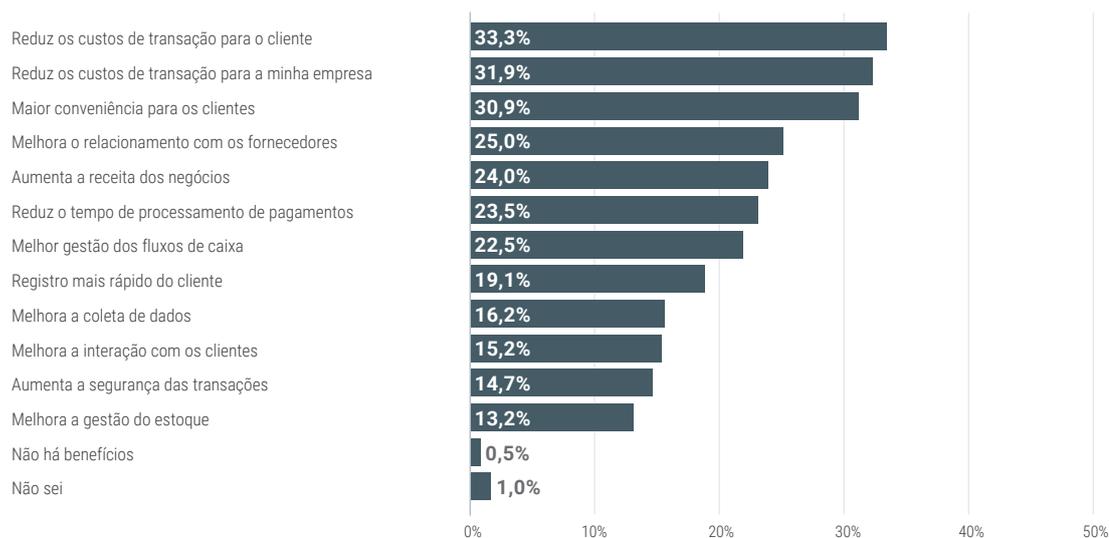
**Q1: Que porcentagem de suas transações comerciais são realizadas usando pagamentos digitais hoje, e que porcentagem você acredita que será realizada usando pagamentos digitais daqui a três anos?**



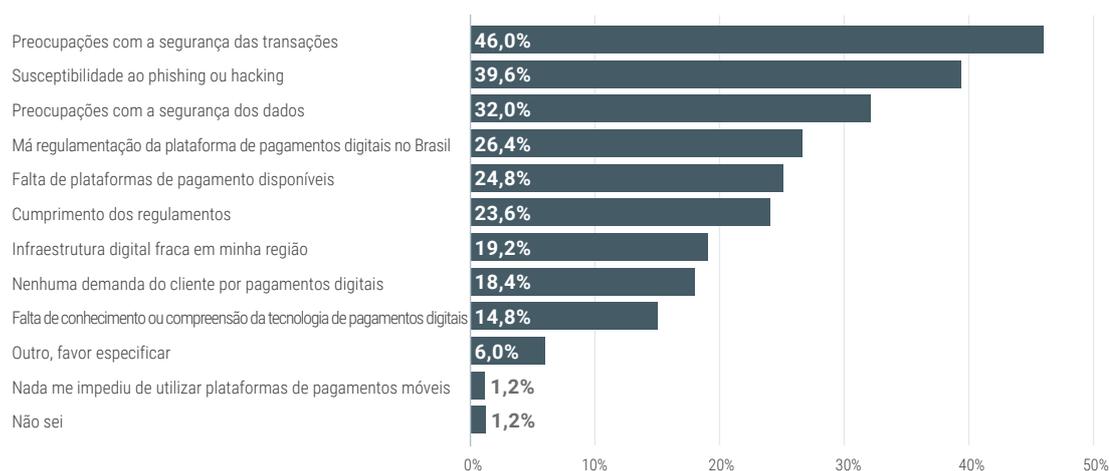
**Q2: Quais são as principais formas que sua empresa utiliza atualmente sua plataforma de pagamentos móveis? Selecione até três.**



**Q3: Quais são os principais benefícios que sua empresa vê atualmente com a utilização de pagamentos móveis? Selecione até três.**



**Q4: Quais são as principais questões que impedem sua empresa de utilizar plataformas de pagamentos móveis de forma mais ampla? Selecione até três.**



**Q5: Até que ponto você concorda ou discorda com as seguintes declarações:  
Selecione uma em cada linha.**

A regulamentação dos pagamentos digitais no Brasil dificultou o acesso ao crédito para a minha empresa



Uma melhor política de pagamentos digitais no Brasil ajudaria a minha empresa a crescer mais rapidamente



O Brasil tem uma abordagem clara e compreensível para a regulamentação dos pagamentos digitais



Um melhor acesso aos pagamentos digitais poderia ajudar a inclusão financeira no Brasil



As plataformas de pagamentos digitais são mais flexíveis do que os métodos tradicionais de pagamento no Brasil



Concordo plenamente    Concordo    Não concordo nem discordo  
Discordo    Discordo totalmente    Não sei

**Q6: Que mudança única você acha que poderia ajudar o Brasil a realizar melhor todo o potencial dos pagamentos digitais? Selecione um.**

Melhor infraestrutura de internet



Melhoria da consulta comercial para a regulamentação de pagamentos digitais



Educação sobre pagamentos digitais para proprietários de pequenas empresas



Educação sobre pagamentos digitais para consumidores



Suporte a novos provedores de pagamento digital



Regulamentos de privacidade mais claros



Suporte para criptografia



Suporte para novas tecnologias como códigos QR e carteiras digitais



O Brasil tem tudo o que precisa para o crescimento dos pagamentos digitais

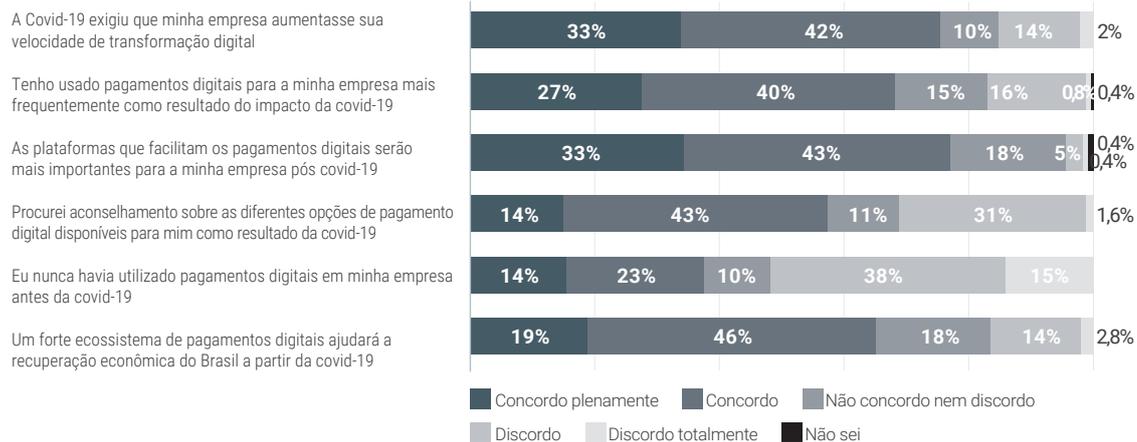


Outro, favor especificar

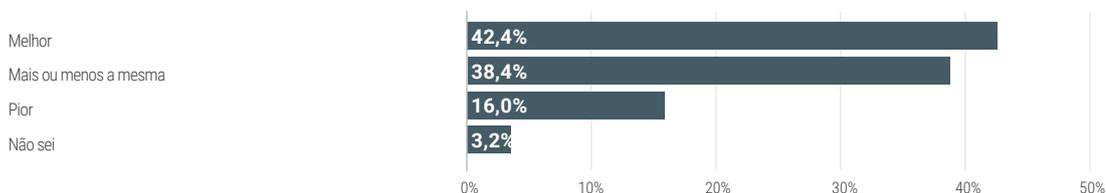


0%    10%    20%    30%    40%    50%

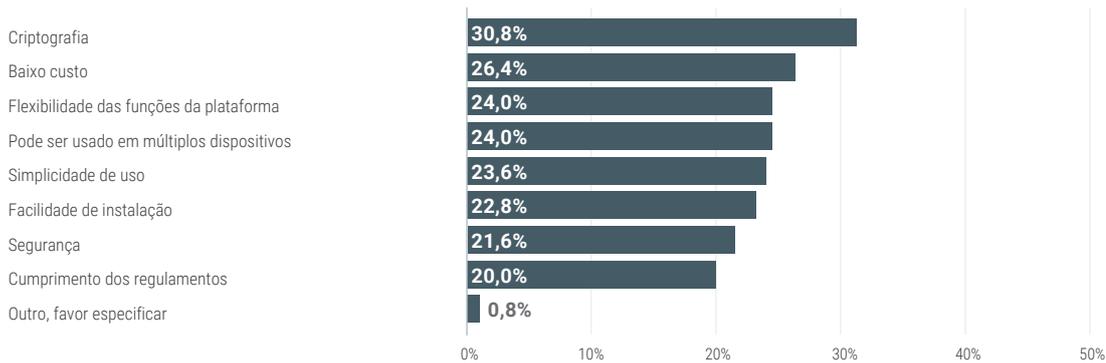
**Q7: Até que ponto você concorda ou discorda com as seguintes declarações:  
Selecione uma em cada linha.**



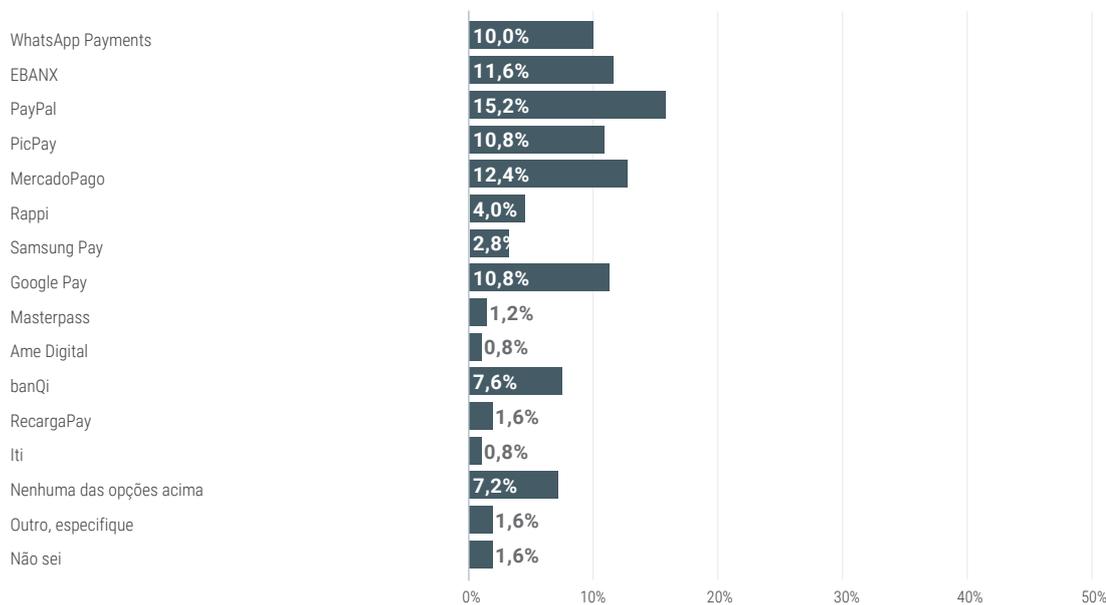
**Q8: Considerando a infraestrutura digital de seu estado, como você acha que ela se compara com a disponível em outras partes do Brasil? Selecione uma.**



**Q9: Quais as características-chave são mais importantes para sua empresa ao escolher um provedor de pagamentos digitais? Selecione até duas.**

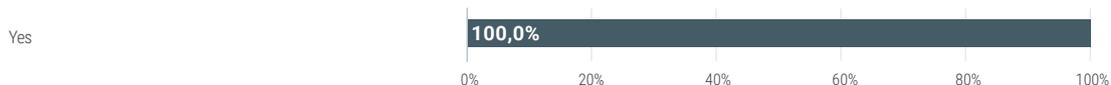


**Q10: Se disponível, qual provedor de pagamentos digitais você preferiria usar? Selecione uma.**

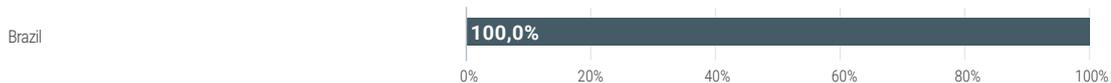


### Perguntas qualificativas:

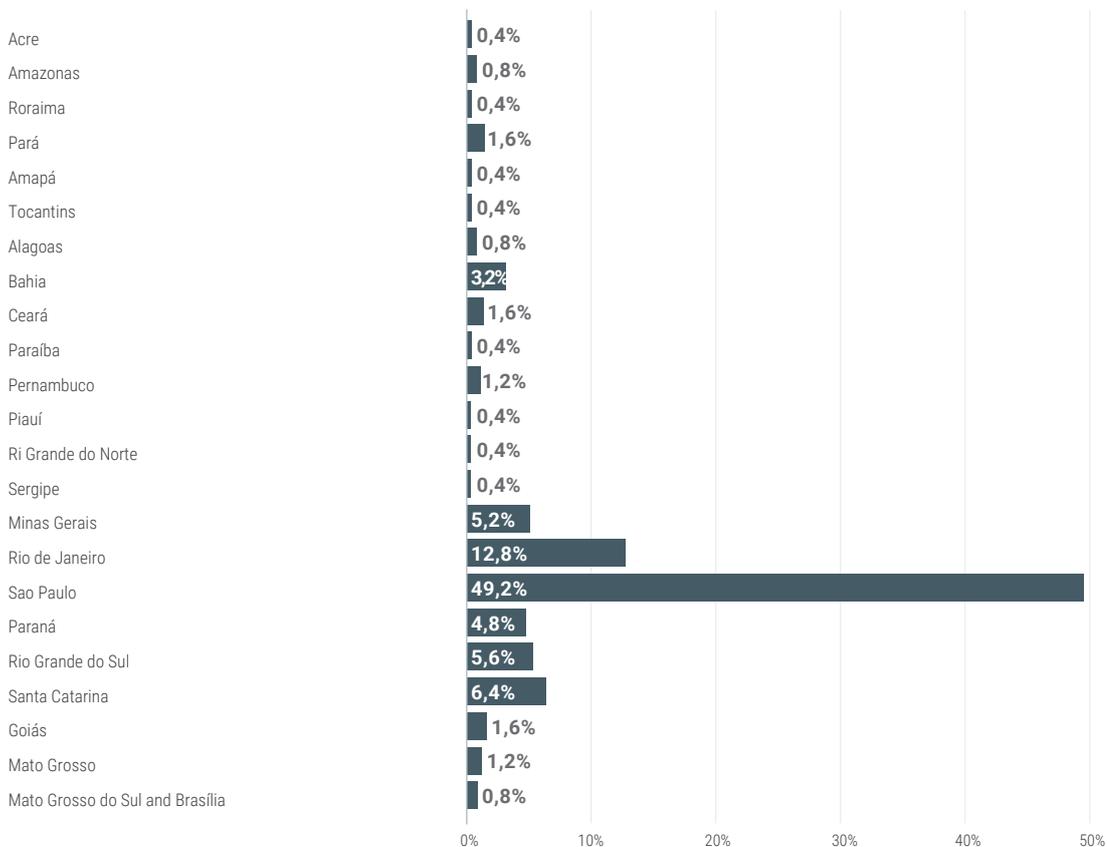
**QS1. Sua organização utiliza um sistema de pagamentos digitais, ou você planeja utilizar um sistema de pagamentos digitais nos próximos 12 meses? Selecione uma.**



**QD1. Onde você está pessoalmente localizado? Selecione uma.**

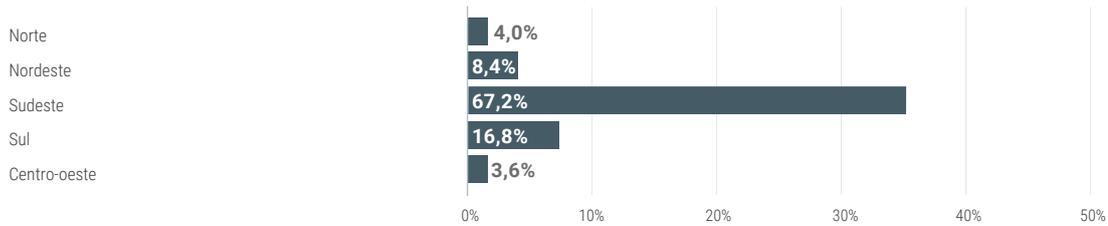


**QD2. Em que estado você está localizado? Selecione uma.**



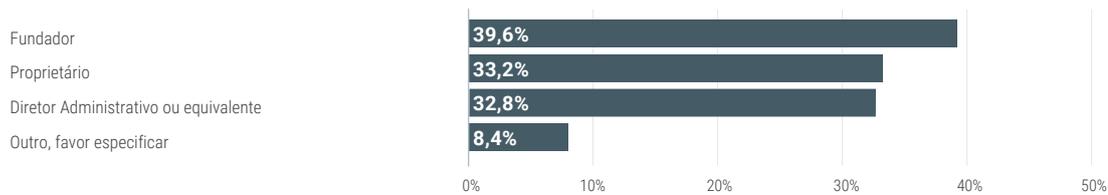
**QD2. Em qual região do Brasil você está localizado/a?**

[Variável oculta]



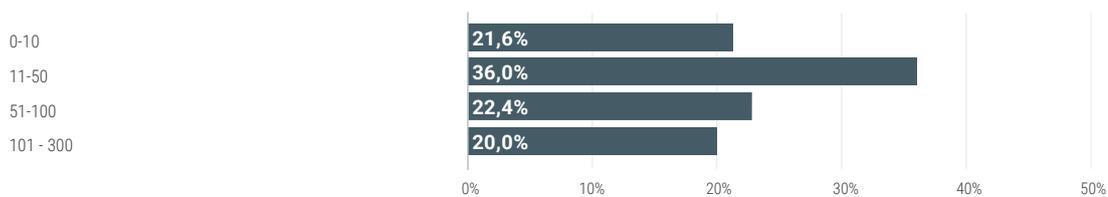
**QD3. Qual dos seguintes descreve melhor sua posição em sua organização?**

Selecione todas que se aplicam.

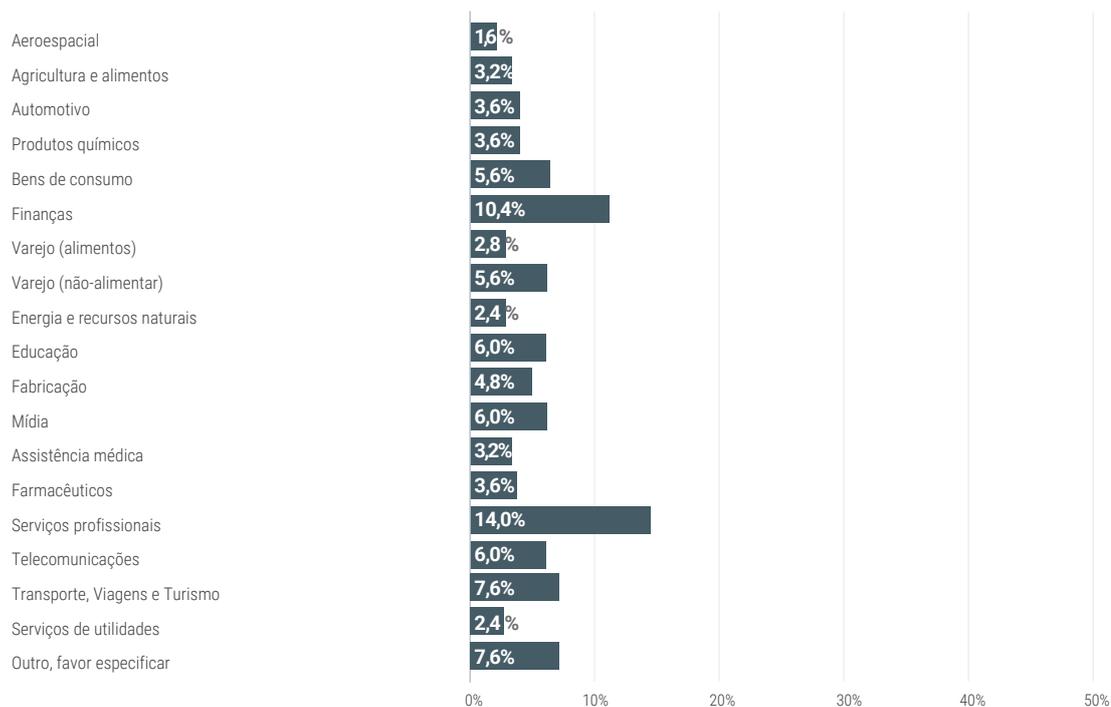


**QD4. Quantas pessoas estão empregadas em sua organização?**

Selecione uma.



**QQD5. Qual é a indústria principal da sua organização? Selecione uma.**



Produzido por El Studios, setor de atendimento em projetos de Economist Impact. Nem El Studios nem seus afiliados reconhecem qualquer responsabilidade ou vinculação pela confiança depositada por qualquer organização neste conteúdo.

