

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

Faculdade de Economia, Administração, Contábeis e Atuariais

Departamento de Economia



PUC-SP

VICTOR AUGUSTO PALLANTE FERNANDES – RA00227020

**MEIOS DE PAGAMENTOS BRASILEIROS: DIFICULDADE DA
ENTRADA DE NOVAS EMPRESAS NO MERCADO E PREJUÍZOS
AO CONSUMIDOR**

Graduação em Ciências Econômicas

São Paulo - SP

Outubro de 2023

VICTOR AUGUSTO PALLANTE FERNANDES

**MEIOS DE PAGAMENTOS BRASILEIROS: DIFICULDADE DA
ENTRADA DE NOVAS EMPRESAS NO MERCADO E PREJUÍZOS
AO CONSUMIDOR**

Graduação em Ciências Econômicas

**Monografia submetida à apreciação de banca
examinadora do Departamento de Economia,
como exigência parcial para a obtenção do
grau de Bacharel em Ciências Econômicas,
elaborada sob a orientação da professora
doutora Camila Kimie Uginô.**

RESUMO

Este trabalho contempla uma revisão literária que abordou o mercado de arranjos de meios de pagamentos, mais voltado para empresas, bancos ou *fintechs* que possuem a máquina de cartão (POS) como seu produto principal. Sendo assim, ao longo do texto foram apresentadas explicações sobre como a entrada de novas empresas nesse mercado foi muito difícil até o ano de 2016, mesmo com o Banco Central do Brasil (BCB), Secretaria de Direito Econômico (SDE) e a Secretaria de Acompanhamento Econômico no ano de 2010 ter tomado algumas atitudes para tentar “desverticalizar” esse mercado. O objetivo geral foi investigar os motivos responsáveis pela tentativa falha do Banco Central do Brasil (BCB), Secretaria de Direito Econômico (SDE) e a Secretaria de Acompanhamento Econômico (Seae) no ano de 2010 que juntos propuseram ações para tentar “desverticalizar” esse mercado; e apresentar a importância para o consumidor, que este mercado tenha bastante abertura e concorrentes, visto que tal cenário influencia na ponta aos donos de estabelecimentos e outros. A concentração e o poder de mercado, se mostraram ruins para os estabelecimentos comerciais que optaram pela aderência do sistema de pagamentos brasileiros porque todos os locais passaram a serem obrigados a aceitar os dois cartões disponíveis na época, e para isso, os comerciantes precisavam de dois POS. Para tentar resolver esse problema, no ano de 2010 o BCB, junto com a SDE e a Seae trabalharam para tentar quebrar a exclusividade até então, existente no mercado. Na sequência, parecia que o mercado estava mais competitivo, quando na realidade, não foi bem o que ocorreu isso porque grandes empresas sempre se utilizam de estratégias para manterem suas posições no mercado.

Palavras-chave: Mercado de meios de pagamento. Arranjo de pagamento. Bandeiras de cartão de crédito.

ABSTRACT

This work includes a literary review that addressed the payment method arrangement market, more aimed at companies, banks or fintechs that have the card machine (POS) as their main product. Therefore, throughout the text explanations were presented about how the entry of new companies into this market was very difficult until 2016, even with the Central Bank of Brazil (BCB), Secretariat of Economic Law (SDE) and the Secretariat of Economic Monitoring in 2010 took some actions to try to “de-verticalize” this market. The general objective was to investigate the reasons responsible for the failed attempt by the Central Bank of Brazil (BCB), the Secretariat of Economic Law (SDE) and the Secretariat of Economic Monitoring (Seae) in 2010, which together proposed actions to try to “unverticalize” this Marketplace; and present the importance for the consumer that this market has a lot of openness and competitors, as this scenario influences establishment owners and others. Concentration and market power proved to be bad for commercial establishments that opted to adhere to the Brazilian payment system because all locations were forced to accept the two cards available at the time, and for this, merchants needed two POS. To try to solve this problem, in 2010 the BCB, together with SDE and Seae worked to try to break the exclusivity that existed in the market until then. Afterwards, it seemed that the market was more competitive, when in reality, that was not exactly what happened.

Keywords: Payment methods market. Payment arrangement. Credit card banners.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1. Bancarização.....	11
Gráfico 2. Rede de atendimento.....	11
Gráfico 3. Evolução do Market Share (5 maiores bancos).....	13
Gráfico 4. Lucro Líquido (5 maiores bancos).....	14
Gráfico 5. Evolução dos níveis de concentração – Índice (IHH).....	14
Gráfico 6. Estrutura de um arranjo de pagamento de 4 partes.....	21
Gráfico 7. Quantidade de cartões de débito Elo ativos.....	27
Gráfico 8. Cartões de crédito – Taxa de MDR média (%).....	31

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	07
1.1 METODOLOGIA.....	08
CAPÍTULO 1. ANÁLISE HISTÓRICA DO MERCADO BANCÁRIO BRASILEIRO.....	09
1.1 ANÁLISE HISTÓRICA DO MERCADO BANCÁRIO BRASILEIRO A PARTIR DO SÉCULO XX.....	09
1.2 CRISES BANCÁRIAS E CONCENTRAÇÃO BANCÁRIA NO BRASIL A PARTIR DE 2005.....	12
1.3 BREVE HISTÓRICO DA CRIAÇÃO DA INDÚSTRIA DE CARTÕES NO BRASIL.....	17
CAPÍTULO 2. ESTRUTURA DO ARRANJO DOS MEIOS DE PAGAMENTOS ...	20
2.1 CARACTERÍSTICAS DO MERCADO BILATERAL DE MEIOS DE PAGAMENTO BRASILEIRO.....	20
2.2 ADQUIRENTE X SUBADQUIRENTE.....	23
CAPÍTULO 3. ABERTURA DISCRETA DO MERCADO NO ANO DE 2010.	26
3.1 COMPORTAMENTO DO BANCO CENTRAL DO BRASIL (BCB), SECRETARIA DE DIREITO ECONÔMICO (SDE) E A SECRETARIA DE ACOMPANHAMENTO ECONÔMICO (SEAE), PARA “DESVERTICALIZAR” O MERCADO.....	26
3.2 ENTRAVES PARA A ENTRADA DE NOVAS ADQUIRENTES E SUBADQUIRENTES.....	29
3.3 MANUTENÇÃO DE EXCLUSIVIDADE DE BANDEIRAS E CARTÕES DE BENEFÍCIOS.....	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34

INTRODUÇÃO

Este trabalho contempla síntese sobre o mercado de arranjos de meios de pagamentos, mais voltado para estabelecimentos comerciais, bancos ou *fintechs* que possuem a máquina de cartão (POS) como seu produto principal. Sendo assim, ao longo do texto serão apresentadas explicações sobre como a entrada de novas empresas nesse mercado foi muito difícil até o ano de 2016, mesmo com o Banco Central do Brasil (BCB), Secretaria de Direito Econômico (SDE) e a Secretaria de Acompanhamento Econômico no ano de 2010 tomando atitudes para tentar “desverticalizar” esse mercado. A este respeito, breve contextualização histórica é importante para esclarecer as decisões tomadas ao longo do tempo bem como, compreender de que modo o sistema tem evoluído, e quais são as perspectivas existentes para o futuro.

Através de explicações detalhadas do funcionamento do mercado, espera-se responder o porquê a exclusividade é danosa para o país. Portanto, temos que analisar o nascimento dessa indústria no Brasil. A chegada da Visanet e Redecard em 1995, marca o início do mercado de adquirencia: empresas que processam os pagamentos do meio físico através das máquinas de cartão, ou no meio on-line. A Visanet operava através de uma parceria entre os bancos Bradesco, Banco do Brasil, Banco Nacional e Banco Real e a Redecard, através dos bancos Citibank, Itaú e Unibanco.

Como se pode perceber, os bancos têm um papel importante desde a formação da indústria. Esse papel é o principal fator que explica porquê o mercado é exclusivo e será profundamente abordado nesse texto. Os bancos são, em sua grande maioria, os únicos emissores dessa indústria. Eles são responsáveis pela interação com os portadores dos cartões e, por conseguinte, dão crédito a eles. Nisso, análise sobre a necessidade de intervir para aumentar a competitividade de um agente econômico e gerar formas de negociações mais justas serão implementadas para destacar a possibilidade de expansão dos negócios por meio de parcerias com instituições financeiras.

O objetivo geral deste estudo foi investigar os motivos responsáveis pela tentativa falha em 2010 do Banco Central do Brasil (BCB), Secretaria de Direito Econômico (SDE) e a Secretaria de Acompanhamento Econômico no ano de 2010 que juntos propuseram ações para tentar “desverticalizar” esse mercado; e apresentar a importância para o consumidor deste mercado ter bastante abertura e concorrentes, visto que tal cenário influencia na ponta aos donos de estabelecimentos e outros.

1.1 METODOLOGIA

Para a elaboração da monografia, utilizou-se o método explicativo, onde buscamos identificar as causas dos fenômenos estudados, tentando conectar ideias com base em dados históricos para compreender as causas e efeitos da "verticalização" do mercado de meio de pagamentos.

Assim, foi realizada uma síntese literária, com carácter observacional e exploratório, constituída por síntese de dados secundários relacionados ao tema proposto. Assim, para a busca dos dados foram considerados artigos científicos a respeito do tema delimitado, para auxiliar no entendimento atual e perspectivas futuras, com intuito de fundamentar o objetivo do estudo que foi proposto com base em lacunas verificadas.

Sobre os tipos de pesquisa, o estudo de Gil (2019) descreve a pesquisa descritiva objetiva indicada para apresentação de dados e informações sobre o fenômeno estudado, indicando ainda se existe ou não, presença de fatores associados. No mesmo sentido, Decarli et al. (2018) cita a pesquisa descritiva como elemento importante quando se pretende observar, analisar, registrar e relacionar referências existentes a partir da descrição de fenômenos, além de correlacionar variáveis em prol da criação de relações descritivas da realidade. Já a pesquisa exploratória, (GIL, 2019) visa o desenvolvimento, esclarecimento e modificações de conceitos, ao considerar-se o problema levantado a respeito de determinado assunto. Para responder aos objetivos propostos, a pesquisa exploratória visa resumir informações similares sobre determinada temática, delimitados pela pesquisa proposta. Em relação ao conceito sugerido por Vergara (2016) são utilizados dois critérios básicos para classificar os tipos de pesquisa: descritiva e exploratória. Portanto, para a elaboração deste estudo, o método de investigação descritiva para apresentar dados de um determinado fenômeno e buscar possíveis relações, foi utilizado.

CAPÍTULO 1. ANÁLISE HISTÓRICA DO MERCADO BANCÁRIO BRASILEIRO

Nota-se que a intermediação financeira representa o principal pilar do sistema financeiro do país, que denota ainda função ímpar relacionada a dequação do fluxo de poupança e investimento presente na economia, importantes para ajustar os interesses em detrimento dos prazos, taxas, risco e volumes já que, tais variáveis nem sempre se mostram similares entre poupadores e tomadores. Portanto, o banco representa a principal unidade produtiva. Ao longo deste capítulo será apresentada análise histórica específica do mercado bancário brasileiro, destacando seus principais desdobramentos ao longo do tempo.

1.1 ANÁLISE HISTÓRICA DO MERCADO BANCÁRIO BRASILEIRO A PARTIR DO SÉCULO XX

A partir de 1905 o Brasil realizou a abertura financeira ao exterior, permitindo o ingresso de capitais externos e o predomínio de bancos estrangeiros, com a criação da moeda bancária (Cheque, câmara de compensação e carteira de redesconto), conseqüentemente houve o deslocamento da fração bancária do capital cafeeiro (NOGUEIRA DA COSTA, 2010).

Entre 1930 a 1945 ocorreu a socialização das perdas bancárias por conta da crise de 1929 e o Getúlio Vargas realizou a imposição da reserva de mercado, no varejo bancário, em favor dos bancos brasileiros, adotando uma legislação liberal propícia a fundações de bancos nacionais e utilizando bancos públicos para atuações desenvolvimentistas.

Com o fim da fase de competição e o início do processo de concentração bancária entre os anos de 1946 a 1964, houve a criação de novas instituições financeiras, como a SUMOC (Superintendência da Moeda e do Crédito) e o BNDE (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico) até a reforma financeira de 1964, quando o BCB (Banco Central do Brasil) foi criado com a autorização concedida ao financiamento do surto de desenvolvimento econômico (NOGUEIRA DA COSTA, 2010).

Inclusive, pode-se dizer que a origem dos principais bancos no Brasil ocorreu antes de 1945, pois nesse período exigia-se pouco volume de capital e a tecnologia bancária era acessível. Com isso começa o processo de concentração simultânea ao processo de ampliação da rede nacional de agências nos próximos períodos. As fontes de fundos para o processo de industrialização são divididas em três possibilidades:

- 1 Setor Público: Direto pelo setor de financiamento estatal (IFPF, BCE) ou por incentivos fiscais e manutenções de subsídios cambiais a importação de equipamentos
- 2 Setor Externo: Financiamento de importações;
- 3 Autofinanciamento: Capitalização interna das empresas, com o aumento da participação societária de matrizes ou associadas, ingresso de capital externo (IDE) ou a utilização de lucros retidos, depreciação e reservas.

O BCB possuía uma posição dominante no sistema bancário brasileiro, atingindo em 1964 60% de participação no mercado de depósitos à vista. Após isso, entre 1964 a 1988, ocorreu a fase chamada de “repressão financeira”, modernizando e fortalecendo o sistema bancário nacional, através de reformas monetárias, habitacionais e do mercado de capitais. Ocorrendo no mesmo período a indução do processo econômico de concentração bancária e conglomeração financeira, durante o “Milagre Econômico Brasileiro”, como estímulo a internacionalização dos bancos públicos e privados nacionais (NOGUEIRA DA COSTA, 2010)

Após esses acontecimentos, no período de 1998-1994, ocorreu a liberalização financeira, contendo como principais fatores: abertura a entrada de capital externo e a simplicidade na criação de bancos múltiplos. Com essa liberalização, houve diversas estratégias de ajustamento dos bancos, os quais cada um começou a explorar seu nicho de mercado. Juntando os fatos históricos que ocorreram durante esse período, sendo eles o impacto da estabilização financeira, a bolha de consumo e a sobrevalorização da moeda nacional, a partir de 1995, iniciou o estágio transitório de crise bancária.

Tal crise bancária, contém algumas características: Desnacionalização bancária; Privatização dos bancos estaduais; Liquidação dos bancos privados nacionais; e concentração bancária. Os indícios da concentração bancária causaram uma desnacionalização do setor, que já vinha portando desde os anos 30 da “reserva de mercado”.

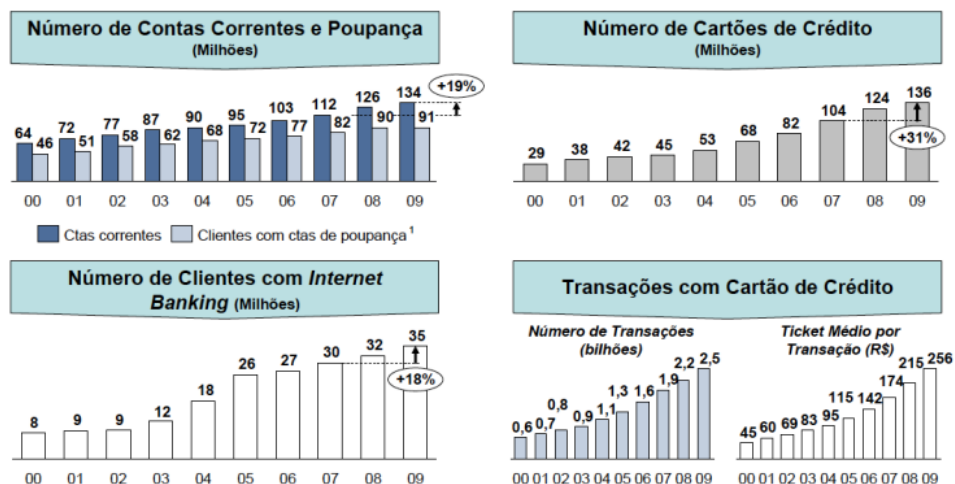
Em 1999, após acordo com o FMI, surgiu um novo regime macroeconômico, adotando as seguintes características: política fiscal com metas do superávit primário, metas de inflação e alteração do regime de câmbio para câmbio flexível.

Em 2003, com o acesso popular aos bancos devido a abertura de contas correntes simplificadas, passou a ser ofertado créditos consignados, crédito massificado ao consumidor e microcréditos BNB mais facilitados, resultando em um grande aumento da economia de escala devido a fusões e aquisições, elevando a competitividade internacional dos bancos brasileiros com a valorização da moeda nacional e crise bancária nos países de capitalismo maduro. A partir desse período acima, temos dados da “bancarização”

(simplicidade na abertura de contas), conforme ilustrado no gráfico 1.

Gráfico 1. Bancarização

Bancarização

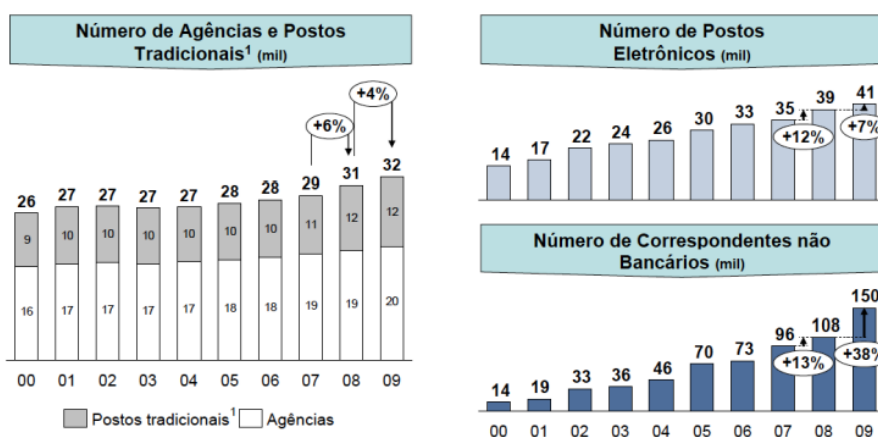


Fonte: <https://fernandonogueiracosta.files.wordpress.com/2010/08/aula-1-fases-da-historia-bancaria-brasileira.pdf>

Pode-se observar um pulo durante o período de 2000-2009 da abertura de contas bancárias, com aproximadamente 110 milhões de contas correntes e poupanças. Complementando os dados acima, observa-se aumento do número de agências durante esse período, que são ilustradas no gráfico 2.

Gráfico 2. Rede de atendimento.

Rede de atendimento



Fonte: <https://fernandonogueiracosta.files.wordpress.com/2010/08/aula-1-fases-da-historia-bancaria-brasileira.pdf>

Já nos próximos períodos vivenciados, são destacados pela tentativa e erro dos neoliberais quanto ao desmanche dos bancos públicos para implementação de sua ideologia de estado mínimo e mercado máximo, onde imaginam emergir o mercado de ações e debêntures no Brasil. Sendo a lógica dessa evolução histórica bancária no Brasil o grande movimento visando captar clientes de menores faixas de renda, visando o acréscimo de mais componentes nesse sistema complexo, que vem desde o urbano, estadual, regional e nacional, até chegar na conclusão de um aumento na escala e competitividade para o confronto internacional.

1.2 CRISES BANCÁRIAS E CONCENTRAÇÃO BANCÁRIA NO BRASIL A PARTIR DE 2005

As crises bancárias têm sido recorrentes e quase imparáveis ao longo da história dos bancos. Os bancos parecem sofrer de vulnerabilidades características, relacionadas com os riscos às suas atividades e natureza específica do seu papel na economia. (CORAZZA, 2000)

Os bancos possuem um importante e evidente responsabilidade sobre a economia do estado, pois são altamente endividados, por meio de empréstimos e outros tipos de serviços muitas vezes vinculados ao público, a fim de que qualquer tipo de crise relacionada ao banco, pode gerar consequências graves no sistema. Além disso, possuem uma função primordial nas atividades econômicas por meio de intermediações e financiamentos. Por fim, as crises bancárias, afetam de modo profundo a economia, provocando alterações em investimentos, créditos, juros e atividades econômicas, agravando em problemas no balanço de pagamentos e de modo geral para resolvê-las demanda um alto volume de recursos públicos. (CORAZZA, 2000)

Geralmente, as crises bancárias, são causadas por uma combinação de fatores macroeconômicos e microeconômicos (como as vulnerabilidades características dos próprios bancos), a combinação entre fatores macroeconômicos e o perfil de vulnerabilidade microeconômica do banco se tornam uma crise. Tais fragilidades microeconômicas, em suma, procedem por uma grande diferença entre passivos e ativos ou por um acelerado crescimento dos passivos bancários (CORAZZA, 2000).

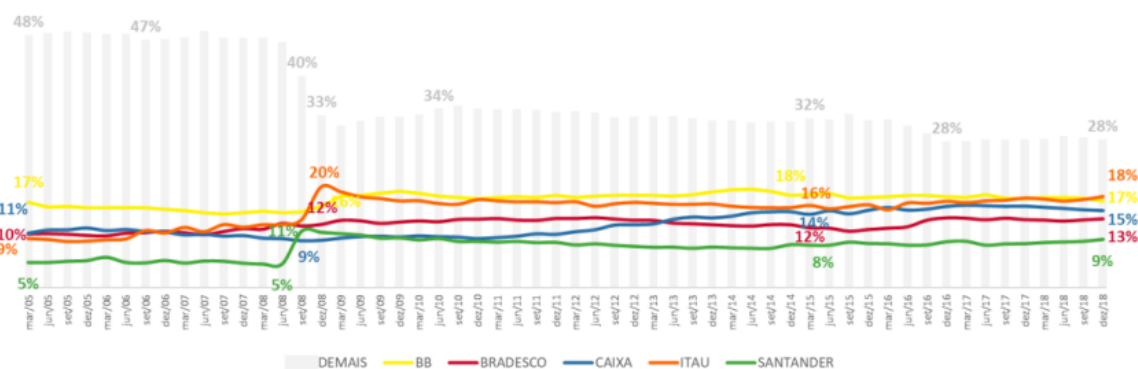
Essa combinação de fatores, por vezes, é mais frequente no pico do ciclo econômico devido à estreita ligação entre períodos de expansão, propensão dos banqueiros a emprestar

e assumir riscos, expansão eficiente do crédito e crises bancárias. Nessa perspectiva, Lima apontou que o processo de acumulação de capital é normalmente financiado pelo endividamento das firmas e, à medida que a acumulação progride, a estrutura de dívida e crédito tende a se desequilibrar, criando uma situação de instabilidade financeira. Assim, as crises financeiras não são necessariamente exógenas, mas sim “efeitos endógenos de vulnerabilidades financeiras que se desenvolvem ao longo da fase de expansão do ciclo econômico” (LIMA, 1997, p.74).

Com embasamentos sobre a consolidação bancária descrita no subtítulo 1.1 e a natureza das crises bancárias, podemos analisar como a criação da indústria bancária gerou um arranjo de concorrência oligopolista consolidado, provocando uma alta concentração bancária a partir de 2005. Explorando o aumento do poder de mercado dos cinco maiores bancos do Brasil: Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Itaú e Santander.

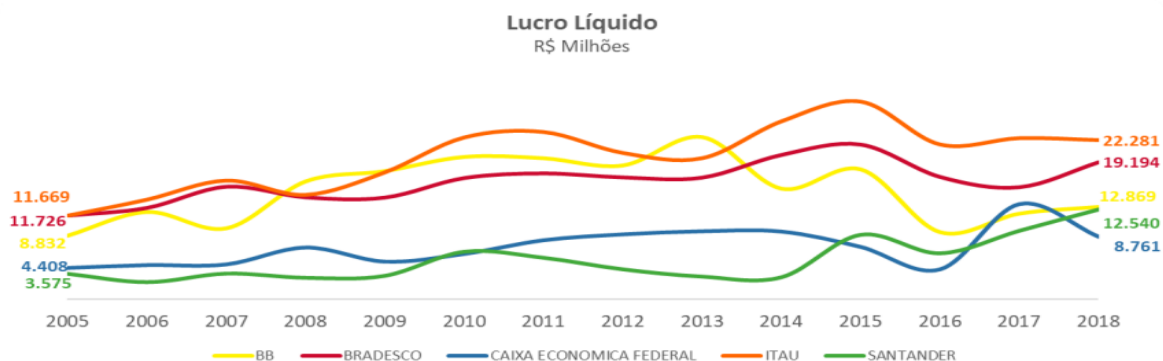
Explicando a proporção eminente da concentração que os bancos mencionados acima possuem, segue gráfico da evolução do Market Share entre 2005 a 2018, onde observamos que em março de 2005, esses cinco bancos possuíam 52% do mercado financeiro e em 2018, após aproximadamente treze anos, obtiveram um aumento de 20%, concentrando o poder para 72% do mercado financeiro, onde um dos principais pontos foram as aquisições e fusões entre esses principais bancos.

Gráfico 3. Evolução do Market Share (5 maiores bancos)



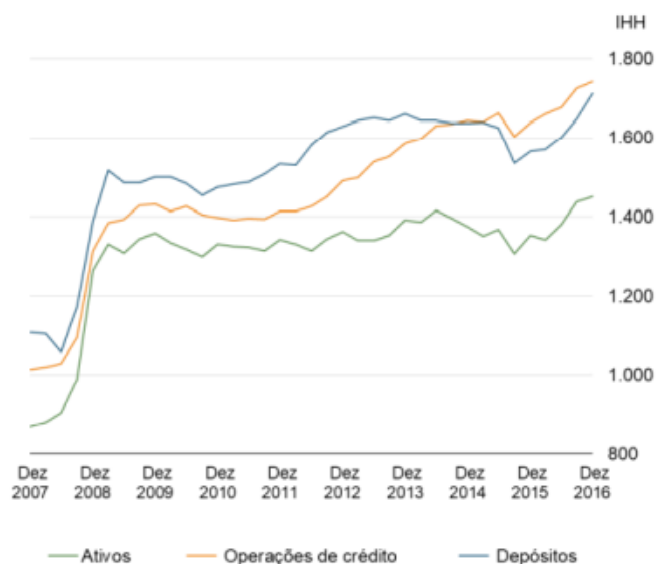
Fonte: DADOS DO BC

Outra visão, dos bancos citados acima, é o desempenho do lucro líquido, corrigido pelo IPCA (Índice de preços ao consumidor), onde observamos como principal ponto que o crescimento dos bancos privados é maior do que os públicos.

Gráfico 4. Lucro Líquido (5 maiores bancos).

Fonte: DADOS DO BC

Mais uma visão interessante é o progresso dos graus de concentração, baseado na análise de Herfindahl-Hirschman (IHH) que é utilizada pelas autoridades nacionais e internacionais de defesa da concorrência como instrumento acessório na avaliação dos níveis de concentração econômica.

Gráfico 5. Evolução dos níveis de concentração – Índice (IHH)

Fonte: DADOS DO BC

Como dito acima, o aumento do *mark-up* (preço acima do custo) e do poder de mercado devido a concentração dos bancos, ocasionam futuramente no domínio de mercado das instituições financeiras, como por exemplo foi o que ocorreu com as 5 maiores citadas

nos parágrafos acima. Com isso, temos que salientar que após o Plano Real, o Brasil assina acordo com possuem como principais pontos a definição de padrões mínimos para atividade bancária em todo seu âmbito, com controle de capital, títulos financeiros e criação de novos bancos, com o objetivo de deixar o sistema bancário sólido, estável e confiável.

Em teoria, a partir do estudo de Correa et al (2010) temos três justificativas a partir do acordo de Basileia (Acordos de Supervisão Bancária) que exemplificam a ligação com a concentração bancária, sendo exemplo claros:

- Implementar as regras de Basileia, desenvolver TI para cálculos robustos de risco e investir na infraestrutura tecnológica para suportar esses ambientes computacionais são custosos, por exemplo, trazer incentivos de concentração bancária para o sistema, em economias de escala, porque esses custos são fixos.

- Apresentar estrutura de risco mais especializada pode economizar capital quando se incentiva a implementação de um modelo interno de alocação de capital.

- Utilizar de métodos avançados de modelagem de alocação de capital economiza capital, permitindo que os bancos mais eficientes e melhor administrados aumentem sua alavancagem e retornos.

Também, para Correa et al, os pontos para o banco entrar na disputa de mercado e se tornar competitivo, giram em torno da qualidade, seu crescimento econômico e quantidade de crédito ofertado. Um exemplo, que ocorre em crises, é a oferta de crédito dos bancos públicos com baixa taxa de juros, onde, gera um estímulo para os bancos privados reduzirem as taxas cobradas em seus créditos para continuarem competitivos dentro desse meio.

Contrapondo as ideias acima, podemos defender que apenas alguns players do mercado ofertariam aumento de oferta de crédito, pois na teoria, o custo da seleção e informação seria menor para alguns bancos, devido a concentração que eles possuem nesse mercado. Porém os bancos normalmente utilizam as informações coletadas com objetivo de obter vínculos duradouros com seus clientes, sendo assim, tornando “impraticável” o ato do seu cliente buscar ofertas melhores para algum produto, concluindo que a falta de informação deixa o acesso a crédito mais restrito (CORAZZA, 2000).

Sendo assim, notamos durante esse desenvolvimento sobre a concentração bancária existe um grande embate de interesses entre os grandes bancos visando oferecer produtos e serviços gerando uma alta rentabilidade e o órgão regulador que busca garantir um sistema sólido e “justo” e por fim o consumidor que busca pelas melhores oportunidades em produtos de seu interesse (CORAZZA, 2000).

Esse processo se intensificou nos últimos anos, principalmente após a implantação

do Plano Real em 1994 e a privatização dos bancos estatais ao longo da década de 1990. Principais fusões e aquisições no setor bancário brasileiro nos últimos anos: aquisição do Royal Dutch Bank pelo Santander - Em outubro de 2007, o banco holandês ABN Amro foi vendido pelo consórcio belga-holandês Royal Bank of Scotland (RBS), um consórcio dos bancos espanhóis Santander Fortis foi adquirido por 71 bilhões de euros (aproximadamente 181 bilhões de reais), a maior transação da história do setor bancário mundial. Como resultado do negócio, o Santander assumiu o controle do ABN Amro Real. No ranking dos bancos centrais, o Royal Bank ocupa o quinto lugar entre os maiores bancos do país, enquanto o Santander é o sétimo.

Os dois bancos estão em processo de fusão. Até lá, o banco ultrapassará a Caixa Econômica Federal e se tornará o quarto maior banco do país. Itaú adquire o BankBoston - 2006 Em maio de 2006, o Itaú anunciou a aquisição do BankBoston no Brasil (uma agência do Bank of America) em pagamento baseado em ações. Pela venda, o Bank of America recebeu aproximadamente US\$ 2,2 bilhões em ações do Itaú. Três meses depois, a mesma operação comprou as operações do BankBoston no Uruguai e no Chile por 1,37 bilhão de reais para impulsionar ainda mais o serviço Personalité para os clientes de alta renda do banco. Também possibilita que o Itaú opere como banco de varejo fora do Brasil.

ABN Amro Adquire Sudameris, em outubro de 2003, o ABN Amro Real anunciou a aquisição do banco Sudameris Brasil. O ABN Amro pagou 2,190 bilhões de reais ao Intesa, grupo italiano que controla o banco, dos quais 527 milhões de reais em dinheiro mais a participação de 11,58% do Intesa. No entanto, a integração total entre os bancos não aconteceu até 2007. Bradesco adquire BBVA - 2003 Em janeiro de 2003, o banco espanhol Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) vendeu sua subsidiária BBV Brasil para o Bradesco. O negócio foi fechado em junho. Os espanhóis receberam US\$ 632 milhões e 4,4% do capital do banco brasileiro, que depois aumentaram para 5,01%. Em março, os controladores do Bradesco recompraram a participação por US\$ 1,47 bilhão. O próprio BBVA – na época era chamado apenas de BBV – surgiu no Brasil por meio de aquisições. A peça mais importante que ela fez foi o Excel Econômico de 1998.

Aquisição do Banespa pelo Santander - 2000 foi o maior sinal do processo de privatização do banco estatal na década de 1990 sendo a venda do Banespa, que pertencia ao governo de São Paulo e era na época um dos cinco maiores bancos do país. Em novembro de 2000, o Santander venceu o leilão e adquiriu o banco por 7,05 bilhões de reais. O negócio garantiu ao Santander uma posição de destaque no mercado bancário brasileiro – na época, ultrapassou o Unibanco e se tornou o terceiro maior banco privado do país. Até então, a

presença espanhola no Brasil era considerada tímida, formada essencialmente pela aquisição de bancos de médio porte, como o Banco Geral do Comércio (1997) e o Banco Noroeste (1998). Unibanco adquire o Banco Bandeirantes - Em 2000, o Unibanco adquiriu o Banco Bandeirantes por 1,044 bilhão de reais e integralizou em ações o banco português Caixa Geral de Depósitos.

Os portugueses, por sua vez, adquiriram o banco em meados da década de 1990. Pelo acordo, a Caixa Geral de Depósitos passou a deter 12,4% do capital do Unibanco. A BBVA adquire Excel Econômico - 1998 Em um dos negócios mais turbulentos do setor, o espanhol do BBVA faz sua "estreia" no mercado brasileiro ao adquirir o banco Excel Econômico por 1 real. O banco abriu em 1990 e está com problemas financeiros desde que comprou a parte "limpa" do falido Banco Econômico em 1995. Após cinco anos, o espanhol vai abandonar o setor bancário de varejo do país e vender sua parte brasileira para o Bradesco. Itaú adquire o Banerj - O primeiro banco estatal a ser privatizado em 1997 foi o Banerj, que pertence ao governo estadual. No leilão de privatização, o Itaú não teve concorrentes e venceu a licitação com preço mínimo de 311 milhões de reais.

O Itaú acabou por estabelecer o banco no Rio de Janeiro em 2004. O Itaú será um dos principais "beneficiários" da onda de privatizações. Nos anos seguintes, também adquiriu Banestado (Paraná), Bemge (Minas Gerais) e BEG (Goiás). Bradesco adquire o BCN - 1997 Em outubro de 1997, o Bradesco fez sua primeira grande aquisição em uma década, com a fusão do Banco de Crédito Nacional (BCN). O custo de aquisição é de cerca de US\$ 1 bilhão. No entanto, os dois bancos não se fundiram totalmente até março de 2004. Unibanco adquire Nacional - 1995 O Banco Nacional, um dos maiores bancos do país na época, foi uma das mais famosas "vítimas" do Plano Real. Incapaz de administrar seus recursos após o fim da inflação, o banco faliu em 1994 e foi um dos bancos a receber ajuda do governo federal por meio do Proer.

1.3 BREVE HISTÓRICO DA CRIAÇÃO DA INDÚSTRIA DE CARTÕES NO BRASIL

O surgimento do cartão de crédito teve seu início com o banqueiro Frank McNamara, com a criação do Diners Club, que após dois anos de seu surgimento já possuía 40 mil clientes, dominando o mercado que não possuía nenhuma concorrência até meados de 1958, quando a American Express foi criada. Em seguida no ano 1966, surgiu a ICA (Interbank Card Association), formada por 17 bancos regionais estado-unidenses, que eram os

emissores, na tentativa de uma aderência maior por parte dos clientes em cartões de créditos. (THOUGHTCO., 2017)

No mesmo período, o Bank Of America criou pela primeira vez um cartão nacional de crédito onde cada banco tinha a opção de escolher os preços que quisessem de cada estabelecimento comercial. Sucedendo aos acontecimentos nesse mercado, o ICA formou uma rede global com outros bancos do México, Japão e Europa e partir de 1969 passou a adotar um novo nome: Master Charge.

Enquanto isso, Bank Of America transformou seu sistema de vínculos bancários em uma associação independente intitulada de NBI (Nacional Bank Americard Inc.) e após alguns anos mudou seu nome para Visa. Posteriormente em 1979 a marca Master Charge também alterou seu nome para Mastercard. (SANTOS,2014a)

A chegada dos cartões de crédito no Brasil, ocorreu da mesma maneira cronológica apresentada acima, em 1954 o Diners Club, porém não possuiu muita adesão do público, apenas 14 anos depois, quando o banco Bradesco se interessou nesse produto, lançando seu primeiro cartão de crédito e tornando o Brasil na terceira maior franquia do cartão Diners Club. Poucos anos depois, em 1970, com a criação do Citicard pelo banco Citibank junto a fusão com o Banco Itaú e Unibanco criando o Credicard, com resultados no final do mesmo ano de 180mil cartões emitidos e 15mil estabelecimentos comerciais associados (SANTOS, 2014)

Com a crise na década de 80, a Credicard entrou em fusão com a Visa para emitir cartões, um ponto que deve ser citado é a tentativa do banco estado-unidense para emitir cartões Visa no Brasil, portanto foi vedado por uma cláusula de exclusividade da Visa com a Credicard. Consequentemente a Credicard rompeu com a Visa e entrou em fusão com a MasterCard e após esse rompimento com a Visa, iniciou-se a emissão de cartões com a bandeira MasterCard e no final do mesmo ano, obteve resultados de que 95% dos 800 mil cartões da Credicard alteraram sua bandeira de Visa para Mastercard. No mesmo período a Credicard tinha 53 bancos associados e alguns anos depois alcançou o total de 1 milhão de cartões emitidos.

Retornando ao Brasil nos anos 90 e criando parcerias com o Bradesco, Banco do Brasil e Banco Nacional, a Visa realizou uma “jogada” diferente até o momento no mercado, que são os cartões internacionais. Além disso, buscou criar vínculos com bancos pequenos e médios, gerando forças para a criação das primeiras processadoras dos cartões de crédito no Brasil, com isso, essa parceria com pequenos e médios bancos os beneficiou para emitirem seus próprios cartões, deixando a Visa Internacional com a serviço de

processamento dos dados por transação realizada.

Podemos resumir os cenários das adquirentes até esse período da seguinte maneira: Credicard possuindo as redes Mastercard e Diners com aproximadamente 200 mil estabelecimento; American Express possuindo sua própria rede, com apropriadamente 160 mil estabelecimentos; Visa possuindo como parceiros Bradesco, Banco do Brasil, Banco Nacional e Banco Real que construíram uma cadeia de estabelecimento aceitando a bandeira, aproximadamente 200 mil estabelecimentos.

Com a Visa sendo uma das maiores e mais predominantes até o momento, houve a tentativa pela própria da criação de uma única adquirente e com a ajuda dos bancos parceiros, no ano de 1995 nasceu a Visanet, que administra todas as relações com os estabelecimentos que utilizam sua bandeira. E pouco depois, três bancos, Citibank, Itaú e Unibanco criaram a Redecard, em conjunto com a Mastercard. Dessa maneira, observamos um crescimento desse mercado com exclusividade de processamento das bandeiras Visa e MasterCard.

A força de mercado desses bancos cresceu ainda mais no momento que o Bradesco realizou a aquisição dos direitos da American Express (denominada de “amex” no mercado) deixando apanhas a Visanet transacionado a bandeira American Express. Por outro lado, os bancos Itaú e Unibanco sendo donos da Redecard e com uma parceria com a Mastercard, onde apenas a Redecard processa as transações desta bandeira, além de só conseguirem emitir a bandeira Mastercard. E assim como a Amex, o Unibanco (antes de sua fusão com o Itaú) comprou a Hipercard. Por fim, esse foi o cenário do mercado de pagamentos brasileiros antes de sua abertura, e toda essa concentração e exclusividade entre os cartões fez com que o Banco Central intervisse nos anos seguintes.

CAPÍTULO 2. ESTRUTURA DO ARRANJO DOS MEIOS DE PAGAMENTOS

As chamadas adquirentes, nomes dados às empresas de máquinas de cartão, foram desenvolvidas para tornar mais ágil a prestação de um tipo de serviço, anteriormente executado exclusivamente pelos bancos. A este respeito, o presente capítulo irá apresentar a estrutura do arranjo dos meios de pagamentos brasileiros, destacando características básicas deste mercado.

2.1 CARACTERÍSTICAS DO MERCADO BILATERAL DE MEIOS DE PAGAMENTO BRASILEIRO

Quanto aos meios de pagamento, o mercado brasileiro caracteriza-se como sendo um mercado que possui dois lados característicos, sendo eles: M2L e o integrante responsável por unir as duas partes do mercado, sendo adquirente, o que com que os comércios e consumidores do cartão de crédito, sejam capazes de realizar suas transações com cartão de crédito ou débito. Neste contexto, a função do adquirente é realizar captação de dados do cartão, processar as transações (troca de dados com os bancos e as bandeiras para liquidar (pagamento) dos valores correspondentes à compra a serem debitados na conta bancária do estabelecimento comercial, com devido cadastro no sistema (RIBEIRO e SILVESTRE, 2022).

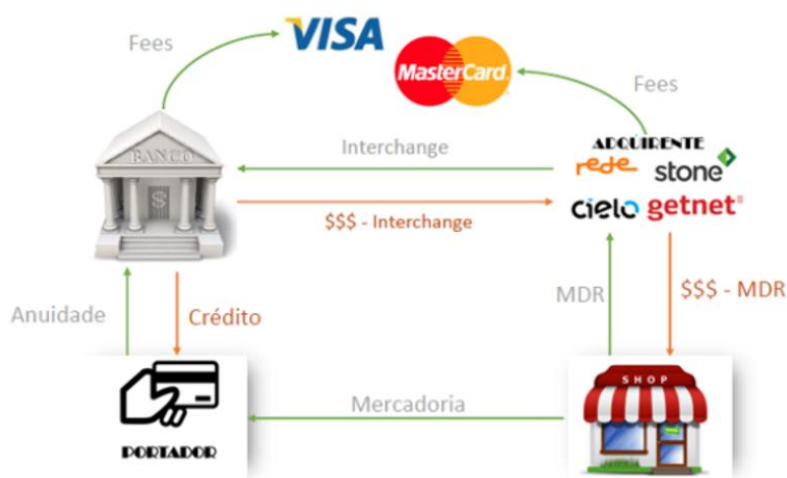
Tais transações ocorrem de modo online por meio do e-commerce das lojas ou ainda, de modo offline por meio dos POS (point of sale), popularmente conhecido como “máquina de cartão” ou ainda, por meio do TEF (transferência eletrônica de fundos) que de modo simplificado representa um POS integrado ao sistema de gestão de determinado estabelecimento. Na perspectiva apresentada, o adquirente é responsável por viabilizar habilitação dos locais para aceitação de pagamentos com cartões e portanto, estas passam a serem autorizadas por cada uma das bandeiras conveniadas, para o cadastramento do estabelecimento comercial no devido sistema da bandeira. Sendo assim, o adquirente passa a ter licença, como no caso da Visa, para o cadastramento de estabelecimento comerciais em suas respectivas redes, de modo a viabilizar que tais locais possam aceitar aos cartões Visa de clientes (RIBEIRO e SILVESTRE, 2022).

Na prática significa que o adquirente é responsável pelo cadastramento do estabelecimento de determinada bandeira. Neste contexto, verificam-se dois tipos de

pagamento estruturados, em geral intitulados como arranjo de pagamento), sendo eles: 1) estrutura de quatro partes, chamada de estrutura Full Acquirer ou ainda aberta, designada a realização de operações com interoperabilidade dos cartões; 2) e a estrutura de três partes, conhecida como estrutura VAN (Value Added Network) ou fechada, modelo similar ao utilizado como Visanet com a bandeira Visa e também na Redecard, a partir do uso da bandeira Mastercard anterior ao fim do modelo de exclusividade (MATTOS, 2017)

Conforme mencionado, a chamada estrutura de 3 partes é fechada, e baseada em contratos pautados em exclusividade entre os seus participantes. A partir da quebra de exclusividade, as bandeiras Visa e Mastercard começaram a executar operação em consonância a estrutura de 4 partes, sendo todos as adquirentes brasileiras (MATTOS, 2017). Além disso, análise do arranjo da estrutura de quatro partes demonstra que a interação percebida entre os agentes, sendo as bandeiras Visa e Mastercard a ponte responsável por conectar bancos e adquirentes (ponte entre logistas e consumidores com cartão).

Gráfico 6. Estrutura de um arranjo de pagamento de 4 partes.



Fonte: Mattos, 2017, p. 15.

O modelo apresentado no gráfico acima é intitulado por possuir 4 partes em razão de ser constituído por elementos importantes, que são: 1) portador do cartão; 2) emissor do cartão; 3) ponto comercial; e 4) adquirente. A este respeito, a bandeira realizada interligação dos sistemas e não interfere em atuação direta no mercado. Um exemplo prático, se refere ao papel do banco (ou qualquer tipo de emissor de cartão) que pode oferecer determinado valor de

crédito ao seu cliente por meio do cartão, e em troca de tal oferta, pode ou não cobrar um valor referente a anuidade. Por sua vez, de posse do cartão, o consumidor pode realizar compras e efetuar o pagamento desta por meio do cartão, recebendo sua mercadoria ou ainda, tipo de serviço contratado ao fornecedor (RIBEIRO e SILVESTRE, 2022).

Para que o cartão do cliente seja aceito, o estabelecimento comercial pode possuir também um POS mediante o pagamento de mensalidade referente ao uso da máquina de cartão, associado a taxa percentual para cada tipo de transação, que é intitulada como MDR (merchant discount rate). Por sua vez, a taxa MDR é constituída por quatro fatores específicos, sendo eles: 1) interchange: corresponde a % do MDR que fica retida pelo emissor original do cartão, o qual na maior parte das vezes se refere aos bancos do Brasil; 2) Fee ou Fees: corresponde a parte do MDR que serve de pagamento para bandeira do cartão, a cada tipo de transação realizada; 3) taxa da adquirente: corresponde a parcela do MDR correspondente ao adquirente, não possuindo nome específico no mercado; e 4) imposto: corresponde a taxa de ISS cobrada a cada transação realizada (NUNES, 2019).

A cada transação realização realizada, dois tipos de fluxos são utilizados, sendo eles: fluxo de autorização (correspondente a troca de informações) e o fluxo de liquidação (correspondente ao pagamento do valor da compra na própria conta do estabelecimento, após certo prazo).

Então, a adquirente Full Acquirer junto ao banco emissor, efetuam o devido pagamento sempre ao final de todo mês, de modo que as bandeiras Visa e Mastercard, referentes ao Fee, visto que neste instante passa a ser contabilizado o número de transações realizadas. O referido modelo se refere ao de quatro partes, no qual não existem exclusividades verificadas no mercado. Na prática, significa que os modelos atuam de acordo com a estrutura MDR de acordo com o fluxo de autorização e também liquidação, apresentados anteriormente, o qual se difere do modelo de três partes, que será apresentado na sequência (NUNES, 2019).

Assim como no modelo de 4 partes, verifica-se que no modelo de 3 partes é a adquirente a responsável por negociar diretamente com o logista, sendo esta quem determina qual será o preço final cobrado por cada transação bem como, a margem de lucro. Demais partes do MDR já mencionadas, passam a ser retiradas do MDR capturado pela adquirente. Um ponto importante a ser considerado é: caso a taxa se difira em consonância a cada tipo de modalidade (débito, crédito a vista ou crédito parcelado). Qualquer que seja o valor a ser cobrado pelo MDR, compete a adquirente bancar com todos os custos do Fee e também do IC.

A organização que fundamenta diretrizes do mercado de pagamento no Brasil, tem suas transações determinadas por fatores que incluem por exemplo: setor de atuação do negócio; valor total da compra; local de emissão do cartão (Brasil ou exterior); entre outros. Na prática, significa que, ao considerar-se determinado estabelecimento comercial, a adquirente pode ter lucro em determinada transação e prejuízo em outra, isso porque o mencionado valor de IC oscila de acordo com o tipo de cartão; e a nacionalidade do cartão. Tal influência pode oscilar de acordo com o fato de se o cartão foi emitido em território nacional ou exterior; e de acordo com o setor de mercado, no qual o estabelecimento em questão atua.

Atualmente as bandeiras Visa e Mastercard tornam possível que suas adquirentes brasileiras realizem cadastro de lojista nas suas redes, sendo concedido a tais empresas que se decidam sobre o arranjo de pagamento adequado as suas necessidades, desde que cumpram as leis brasileiras. Em razão disso, tais estabelecimentos são considerados como proprietários do arranjo de pagamento, indicando que a bandeira estipulada quanto ao MDR é voltada ao pagamento do IC e também para o pagamento do Fee.

Os mencionados valores oscilam em detrimento da área de funcionamento do negócio a ser considerado. Em razão de se tratar de modelo Full Acquirer, os adquirentes detêm 100% do controle sobre a seleção de taxas a serem cobradas sobre os estabelecimentos comerciais de acordo com regras específicas determinadas pelas bandeiras, as quais por sua vez, terão de efetuar pagamento do IC e do Fee. Assim, a adquirente Full Acquirer se torna apta a executar todo processo de transação descrição. A captação das informações do cartão e subsequente processamento de informações com a bandeira, em tempo correspondente ao prazo, efetua pagamento direto na conta do estabelecimento por meio do qual, a compra foi realizada.

Atualmente, a estrutura descrita não é exclusiva. De modo distinto, observação das transações realizadas com as bandeiras Amex (Bradesco) e Elo (Banco do Brasil e Bradesco) possuem particularidades visto que nestas situações, apenas a Cielo é capaz de realizar suas operações no modelo Full Acquirer, de modo que demais adquirentes não são capazes de realizar transações com a bandeira ou ainda, realizam operações restritas, intituladas como VAN ou arranjo de três partes.

2.2 ADQUIRENTE X SUBADQUIRENTE

Nota-se que o tempo têm aumentado a concorrência no mercado, demonstrando forte e notória tendência de no futuro contribuir para diminuição da taxa de MDR, sobretudo

no que se refere a interoperabilidade dos cartões. Neste contexto, três importantes empresas que atuam no controle da mencionada indústria, sendo o Banco do Brasil e Bradesco trabalhando com a Cielo; Itaú com a Rede; e o Santander com a Getnet, é possível que estas juntas estejam realizando lenta substituição de receitas para as suas empresas (FERNANDES e ALMEIDA, 2023).

A mencionada diminuição sobre a taxa de MDR, tende a afetar em diminuição da receita auferida pelas adquirentes. A exemplo, o IC de determinado cartão upscale (como ocorre com os cartões Platinum e Black) se mostra maior, de modo que o bando tende a realizar subsídio cruzado isto é, disponibilizar mais cartões do modelo mencionado, com valor de anuidade menor, para conquistar maior % de lucro advinda de cada transação realizada pelo cliente. Sendo assim, é possível que haja nítida substituição de receitas geradas entre as empresas. Portanto, é possível concluir que, ainda que haja maior concorrência, naturalmente tais conglomerados irão manter a receita total do grupo (FERNANDES e ALMEIDA, 2023).

Em relação as expectativas de futuro, quanto ao meio de pagamento brasileiro, dados demonstram que no período de 2008-2016 as compras com cartão de crédito aumentaram em 22% ao passo que as compras com o cartão de débito aumentaram em 9%. Ademais, verifica-se também que o número de cartões em uso atual, ativados por categoria, denota que a quantidade dos cartões básicos diminuíram ao passo que os cartões do tipo Premium aumentaram. Em contrapartida, estudo de Mattos (2017) demonstra que a quantidade de cartões Premium e intermediários demonstram elevação respectiva de 77% e 52%, considerando-se o mesmo período.

A partir das informações apresentadas, as seguintes considerações podem ser realizadas: a) a maior concorrência no período foi responsável por diminuição do MDR a ser taxado pelas adquirentes, fato que foi responsável por maior representatividade do valor de IC no MDR. Apesar disso, não foi verificada considerável diminuição na taxa de MDR; e b) a diminuição da receita gerada na área de adquirência, fez com que os bancos, emissores mais relevantes do país, facilitassem a emissão de cartões upscale, a fim de gerar receita do IC mais relevante em cada uma das transações realizadas e com isso, de certo modo compensar a diminuição de receita advinda das adquirentes (DA SILVEIRA, 2017).

Dados atuais destacam o Bradesco e o Banco do Brasil como detentores de 28,65% cada um, de ações da bandeira Cielo, que somam juntos um total de 57,3% do capital da empresa. Já o banco Itaú possui total controle da Rede; similarmente ao Santander, que possui total controle da Getnet. Tal cenário é favorável para substituição de suas receitas, ao

viabilizar o chamado subsídio cruzado, visto que os bancos passam a poder deter de controle para as duas pontas da cadeia M2L, do modo que se mostrar mais conveniente ao atendimento de suas perspectivas, que inclui a possibilidade de aumento quanto a taxa cobrada de MDR (DA SILVEIRA, 2017).

Conforme verificado, os bancos desempenham função particular importante no mercado de meios de pagamento, visto que podem alterar as forças aplicadas a cada ponta do mercado, que inclui desde a emissão de cartões por meio das alavancas de juros, até anuidade do cartão, que pode ocorrer por adquitência via montante a ser cobrado no MDR de estabelecimentos comerciais.

CAPÍTULO 3. ABERTURA DISCRETA DO MERCADO NO ANO DE 2010

Esta claro que o mercado de meio de pagamentos no Brasil vem cada vez mais, se atualizando e se alterando, refletindo em mudanças também nos hábitos dos consumidores, a partir do desenvolvimento de tecnologias e negócios, associados aos estímulos regulatórios que denotam intuito de instigar o nível de competitividade entre empresas. Sendo assim, a apresentação de tais dados se deve a relevância dos meios de pagamento no dia a dia tanto de consumidores quanto de comerciantes, junto ao recente aumento da competitividade do mercado. Dentre os impactos que influenciam a discreta abertura do mercado, observada no ano de 2010, inclui-se o processo de democratização quanto ao acesso de serviços de meios de pagamentos, além da diminuição do custo necessário para realização da transação e reação favorável das empresas atuantes mais importantes.

Ao longo deste capítulo serão apresentados em detalhes tais fatores, responsáveis por influenciar e determinar a mencionada abertura discreta desse mercado, ocorrida no ano de 2010.

3.1 COMPORTAMENTO DO BANCO CENTRAL DO BRASIL (BCB), SECRETARIA DE DIREITO ECONÔMICO (SDE) E A SECRETARIA DE ACOMPANHAMENTO ECONÔMICO (SEAE), PARA “DESVERTICALIZAR” O MERCADO

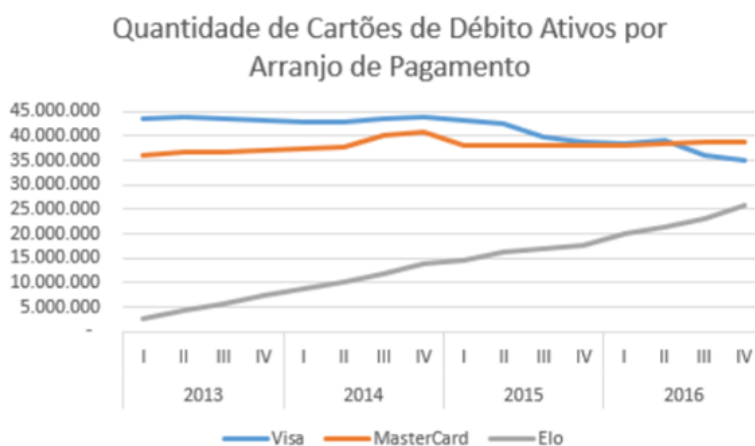
Nos capítulos anteriores foram mencionadas algumas estratégias utilizadas para dificultar e até mesmo impedir a entrada e a expansão de novas empresas no mercado. Assim, além das estratégias mencionadas, outras foram implementadas de modo mais amplo, com intuito de deixar ativo o status de verticalização. Antes de mais nada, se faz importante compreender de modo profundo, o real impacto dos arranjos seguirem agindo de modo fechado, isto é, de acordo com o modelo de 3 partes.

A partir do fim da exclusividade de uso das Bandeiras Visa e Mastercard, teve início um processo claro de desverticalização desse mercado. Mas, apesar disso, o conglomerado “ex-visanet” mais conhecido nos dias atuais como Bradesco, Banco do Brasil e Cielo, lançaram a bandeira Elo para manterem o Market-share da adquirente do grupo bem como, a geração de receitas nas contas de seus bancos. A bandeira Elo então, foi desenvolvida por três dos maiores bancos do Brasil (Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Bradesco), sendo oficialmente lançada no dia 4 de abril do ano de 2011 (MATTOS, 2017).

Até então, o foco do cartão era ofertar aos clientes de baixa renda uma opção, para transações efetuadas no débito. No entanto, o interesse por parte dos bancos em se manterem no poder do mercado continua nítida, visto que a Caixa Econômica é dona de 33% da Elo, ao passo que a Elo Holding administrado pelo Bradesco e Banco do Brasil, possuem outros 67%. Pode-se dizer que no Brasil, esses são os únicos bancos responsáveis por emitir cartão por meio de suas agências. Além disso, nota-se que a abertura do mercado não resultou em satisfatória competitividade até o ano de 2016, já que por diversas vezes, apenas no POS da Cielo, a Elo realizou transações na modalidade Full Acquirer (RIBEIRO et al., 2022).

Verifica-se o poder exercido pelos mencionados bancos sobre o mercado de cartões, dado comprovado pela quantidade de cartões de débito da bandeira Elo ativos entre 2013 e 2016.

Gráfico 7. Quantidade de cartões de débito Elo ativos.



Fonte: Banco Central do Brasil - Instrumentos de Pagamento – Adendos Estatísticos 2016.

Reitera-se que a ativação de determinado cartão requer a realização de pelo menos uma transação no intervalo dos últimos 12 meses. Ainda, os cartões de débito e crédito se diferem em alguns aspectos, como por exemplo: a maior parte dos cartões de débito não possui valor de anuidade, sendo o dinheiro debitado automaticamente no momento da compra, eliminando necessidade de análise de crédito, diferente do que ocorre com o cartão de crédito, que passa por análise. Ademais, o cartão de débito tem a opção de funcionar como um cartão pré-pago, isto é, o cliente tem a possibilidade de inserir determinado valor no cartão, sem que possua necessariamente, uma conta vinculada a este, usando de acordo com

suas necessidades.

Quando da sua criação, uma das premissas do cartão Elo débito foi a tentativa de emitir um cartão para não correntista, para qualquer um dos três bancos donos da bandeira, com intuito de bancarização da economia. Na época do lançamento deste cartão, no ano de 2011, ainda havia em média 40 milhões de brasileiros que não possuíam conta bancária, e portanto, a mencionada estratégia se mostrava interessante. Apesar disso, o chamado índice de bancarização atingiu no ano de 2015, o teto de 60% (RIBEIRO et al., 2022).

Demais razões para a bandeira Elo ter começado suas operações com ênfase no público de baixa renda e emissão do modo débito se referiu ao fato da concorrência até então, ser somente com as bandeiras Visa e Mastercard, conforme descrito anteriormente. Por sua vez, a Elo foi proposta em cenário sem muitas vantagens, como pontos ou aceite internacional, de modo que o público de alta renda, naturalmente denotaria maior resistência para utilizar este tipo de cartão. Além disso, a concorrência com ao cartão de crédito Amex e Diners, também precisaria ser considerada, ainda que se mostrasse pouco significativa (RIBEIRO et al., 2022).

Consequentemente as manobras utilizadas, a quantidade de cartões Elo cresceu de modo expressivo e no mesmo período houve diminuição da emissão de cartões da bandeira Visa. Parte disso é justificada pelo fato de uma das maiores emissoras do cartão Visa, agora estar trabalhando na emissão do cartão Elo.

Pesquisa de campo realizada no ano de 2016 mostrou que os bancos Caixa Econômica Federal, Bradesco e Banco do Brasil possuíam à época um total de 160 milhões de correntistas. Consequentemente, por muitas vezes, a evidente polarização causada por esses três bancos, resultava em “empurrar” o cartão Elo para os seus clientes, ainda que estes demonstrassem clara preferência por cartões de outras bandeiras. Tal movimento ocorreu na prática, visto que por exemplo, o Bradesco sempre emitiu cartões com a bandeira Visa, o que era satisfatório para os clientes visto que essa bandeira é aceita em mais lugares além de possuir taxas menores (MARINHO, 1999). Após o ano de 2016, a troca forçada dos clientes Bradesco a utilizarem cartões Elo gerou uma série de insatisfações, visto que tal bandeira não possui as vantagens mencionadas (MATTOS, 2017).

Portanto, é nítida a tentativa de verticalização da indústria com intuito básico de desenvolver um arranjo de pagamento exclusivo por meio da detenção de mercado visto pelos emissores do cartão Elo. Conforme mencionado, o movimento teve início com a emissão dos cartões de débito, não se limitando porém apenas a estes, visto que também foi notado crescimento na emissão de cartões Elo, na modalidade crédito. Em razão da base dos

cartões de crédito da Visa e Mastercard serem bem menores e expressivos, a comparação com a quantidade de emissão dos cartões Elo também passa a se mostrar expressiva em território nacional.

De acordo com a circular nº 3.765, promulgada em 25 de setembro de 2015 pelo Banco Central do Brasil, foi estipulado que determinada bandeira, ao bater a marca de R\$ 20 bilhões de reais em transações realizadas dentro de um ano, deveria obrigatoriamente alterar seu modelo de funcionamento de arranjo fechado para arranjo aberto. No entanto, tal marco ainda não ocorreu com a bandeira Elo, já que demais adquirentes, continuam operando por meio do modelo VAN.

Cartões internacionais também possuem licença para uso no Brasil. A exemplo, o Banco do Brasil e o Bradesco possuem licença para emitir cartões American Express no país até o ano de 2006, onde o Bradesco comprou os direitos de exclusividade para realização deste cartão internacional no Brasil. Anterior ao mencionado acordo, a adquirente Bankpar era responsável, de modo que o processamento de todas as transações era realizada pela American Express. A partir da compra, a American Express passou a integrar subdivisão do Bradesco (SILVEIRA, 2017).

Antes do ano de 2016, a Bradesco cartões e a VAN passaram a representar máquina da Cielo. Desde então, a Cielo passou a realizar transações do Amex seguindo o modelo VAN, responsável por enviar para a Amex o processamento e também liquidação do pagamento. Assim, fica nítido que ainda que as transações do Amex ocorressem por meio do modelo VAN, o fluxo do dinheiro continuava no Bradesco, que seria o responsável pelo controle das pontas da cadeia transacional, realizadas por esta bandeira.

Modelo similar ocorre com a bandeira Elo, isso porque quando uma adquirente realiza captura de determinada transação de acordo com o modelo VAN e Amex, se tornaria responsável pelos subsequentes pontos da cadeia transacional. A distinção básica entre Elo e Amex é visto no fluxo da transação, sendo que a Cielo executa seus pagamentos por meio da Elo, ao passo que a Amex realiza seus próprios pagamentos de modo direto (MECCA et al., 2018).

3.2 ENTRAVES PARA A ENTRADA DE NOVAS ADQUIRENTES E SUBADQUIRENTES

Apesar da questão que culminou em interoperabilidade dos cartões com bandeira

Visa e Mastercard, ao final do ano de 2010, outras bandeiras importantes no mercado continuaram operando suas transações, a partir de única adquirente: Elo, que operava em modelo VAN e também a bandeira Amex, que seguiu operando de modo exclusivo na Cielo. Até o meio do ano de 2017, a Hipercard era representada por atuar em arranjo fechado (MECCA et al., 2018).

A existência das mencionadas bandeiras (Elo, Cielo e Hipercard) representou condição fundamental para inviabilizar abertura consideravelmente eficaz no mercado, isso porque, ainda que a Rede e a Cielo concordassem com a atuação das bandeiras Visa e Mastercard, existia arranjo fechado de tais bandeiras que obrigavam que os pontos comerciais possuíssem ambas adquirentes para concordarem com tais bandeiras. Por sua vez, a existência de tais bandeiras resultou em evidente inibição quanto a entrada relevante de novas bandeiras. Tal fato atrapalhou a adquirente do Santander (Getnet) a crescer com sucesso no mercado (MECCA et al., 2018).

Ainda que fosse usado o modelo de distribuição utilizado pela Cielo e Rede, correspondente a via agência bancária, além da necessidade de capitalização do Santander, a Getnet continuou impossibilidade de conquistar expressiva notoriedade no mercado. O fato de capilaridade, ainda que não tenha sido o maior problema da Getnet, sem dúvidas representou empecilho para os adquirentes de menor porte que chegavam ao mercado naquele período, como por exemplo a Stone Pagamentos e a Bin (SILVEIRA, 2017).

Os estabelecimentos comerciais passam por processo para distribuir e credenciar dados, sendo tais ações executadas diretamente pelos bancos, em maior parte das vezes. Além disso, tendo em vista que os maiores bancos detem posse da Cielo, Rede e do Santander entrave óbvio tende a dificultar o crescimento rápido em escala. As pretensões do mercado eram de que, a partir da abertura ocorrido no ano de 2010, ocorreriam também alterações maiores no referido setor. Apesar disso, até o ano de 2016, o monopólio das bandeiras Cielo e Rede se mantiveram muito óbvias e claras (SILVEIRA, 2017).

No ano de 2016 o Banco do Brasil emitiu um relatório que descrevia os resultados da Cielo durante determinado período daquele mesmo ano, estimando que o market-share considerado das três empresas mais grande de adquirência, incluía a Getnet. No mesmo período, a Cielo possuía um total de 54% do market-share, a Rede possuía 36%; e a Getnet possuía 8,9%. Com isso, nota-se que exatamente as mesmas 2 empresas continuavam a controlar um total correspondente a 90% do mercado de adquirência, ainda que tivessem se passado seis anos do fim da exclusividade. Tal dado deixou claro que o princípio de exclusividade não foi por si só, a única razão para limitar competitividade como também, a

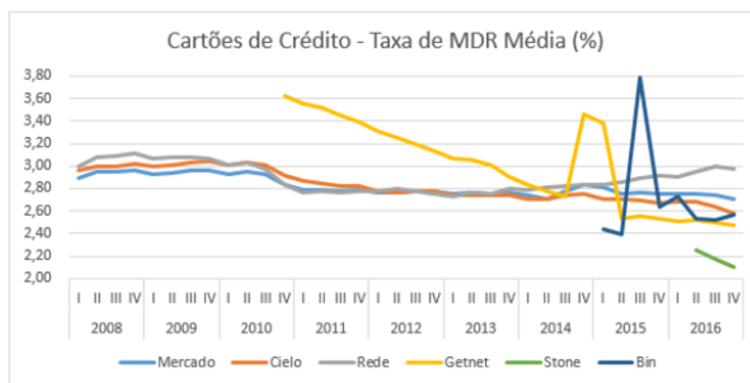
verticalização desta (SEDIYAMA, 2013).

Os bancos proprietários das bandeiras Cielo e Rede, utilizaram da sua influência no mercado, já que são expressivos emissores de cartões com abrangência em todo território nacional, para se manterem ativos em posicionamento dominante. O estudo de Santos (2014) descreve alguns motivos que justificam a baixa competitividade no mercado estudado. Assim, em primeiro lugar mencionar sobre a verticalização para o credenciamento associado a maior concentração do setor bancário, que resulta em diversos impactos no mercado. Para que seja possível bons níveis de competitividade no setor, de acordo com o autor citado, é necessário devido credenciamento no país, sendo este evidentemente verticalizado, cenário distinto do observado de diversos outros países. Conseqüentemente, nota-se concentração em 3 distintos negócios, descritos pelas seguintes receitas: taxa de desconto nas transações; aluguel dos equipamentos de captura; e pré pagamento das transações (JUNIOR et al., 2019; BRAIDO et al., 2021).

3.3 MANUTENÇÃO DE EXCLUSIVIDADE DE BANDEIRAS E CARTÕES DE BENEFÍCIOS

Observa-se evidente tendência de “desverticalização” do mercado, que justifica-se a partir da entrada de novas empresas no mercado, conforme mencionado no capítulo 2. A partir da maior competição, nota-se tendência sobre a diminuição dos preços no mercado. A este respeito, o gráfico apresentado abaixo esclarece o movimento de diminuição das taxas cobradas, a partir de cada tipo de transação realizada no período de 2008-2016.

Gráfico 8. Cartões de crédito – Taxa de MDR média (%)



Fonte: Banco Central do Brasil - Instrumentos de Pagamento – Adendos Estatísticos 2016

Análise dos dados permite observar que a taxa de desconto médio aplicado a determinada transação realizada no crédito (inclusive transações à vista e parcela), diminuíram de 2,9% para 2,75%. Por sua vez, a taxa média de débito diminuiu de 1,59% para 1,51% representando diminuição total de quase 4%.

A evidente abertura causada pela competição, não impactaram ainda sobre os valores das taxas. Mas, ainda assim, a abertura do mercado, representada pela atividade de todas as bandeiras tendo a possibilidade de realizar suas transações em modalidade Full Acquirer, fez com que o cenário se tornasse ainda mais competitivo.

Um exemplo disso é a Stone Pagamentos, fundada no ano de 2013 por meio de parceria realizado entre o Banco Pan e o BTG Pactual, sendo no início uma empresa considerada pequena, até que fosse realizada a compra da Elavon, empresa pertencente até então ao US Bancorp e ao CitiBank, no ano de 2016. E atualmente, a Stone Pagamentos já se destaca como sendo a quarta maior empresa de adquirência do Brasil, estando atrás apenas da Getnet, Rede e Cielo (MECCA et al., 2018).

Ademais, outro ponto importante, se refere ao fato de que a única adquirente não controlada por banco, possui exclusiva parceria com o Banco Pan, para viabilizar licença necessária ao seu funcionamento. Além disso, são verificadas outras empresas de pequeno porte, mas que possuem força expressiva no mercado internacional, a exemplo da Bin, que é subsidiária da Americana First Data, que construiu parceria com o Bancoob Payments, no ano de 2013, ainda que continuasse atuando de modo incipiente no país mas que ainda assim, em razão da expressiva representatividade internacional, existem chances de se mostrar mais evidente no mercado brasileiro (BOGOSSIAN, 2016).

Há pouco tempo o tempo Safra deu início as operações no mercado de adquirência com a conhecida SafraPay, ainda que esta não possua expressividade no mercado, ainda que tenha um banco forte respaldando suas transações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados apresentados, algumas conclusões são possíveis no que se refere aos meios de pagamento no Brasil. Em primeiro lugar, observa-se que a verticalização no início pareceu a opção mais pertinente ao estímulo do desenvolvimento industrial. Assim, no começo foi construído um modelo constituído por 3 partes, as quais integravam e garantiam exclusividade aos clientes, de modo a tornar esse mercado mais sólido. No entanto, a medida que os anos foram passando, ocorreu considerável aumento na concentração do mercado, resultado da compra do Amex e Hipercard, realizadas pelo Bradesco e Unibanco, respectivamente.

Por sua vez, a mencionada concentração e o poder de mercado, se mostraram ruins para os estabelecimentos comerciais que optaram pela aderência do sistema de pagamentos brasileiros. Isso ocorreu, porque todos os locais passaram a serem obrigados a aceitar os dois cartões disponíveis na época, e para isso, os comerciantes precisavam de dois POS. Para tentar resolver esse problema, no ano de 2010 o Banco Central do Brasil, junto com a Secretaria de Direito Econômico (SDE) e a Secretaria de Acompanhamento Econômico (Seae) trabalharam para tentar quebrar a exclusividade até então, existente no mercado. Na sequência, parecia que o mercado estava mais competitivo, quando na realidade, não foi bem o que ocorreu.

A exemplo, mesmo depois de seis anos de abertura do mercado brasileiro para outras redes, a Cielo e Rede possuíam 90% de todo mercado, realizando transações próximas ao valor de R\$ 1 trilhão de reais nos seus sistemas. Além disso, observou-se que as bandeiras Elo, Hipercard e American Express representam o fator principal que limita a desverticalização do mercado, centralizada ainda nas mãos dos principais bancos, devendo considerar-se que a opção de realizar transações no modelo Full Acquirer até então, não denota opção disponível para todas as bandeiras.

Por fim, outros fatores também limitam que a concorrência no mercado seja mais ampla, sendo alguns exemplos claros: a capilaridade e o modelo de distribuição dos POS; e o compartilhamento de agenda de recebíveis. Ademais, a abertura do mercado no ano de 2010 foi importante, mesmo os resultados não tendo sido aqueles esperados isso porque, esse foi o primeiro passo para que a indústria se tornasse mais competitiva. Mesmo na presença de um mercado competitivo, com adquirentes operando no modelo 4 partes, continuará havendo incentivos de grandes grupos econômicos, para que estes continuem se mantendo no poder, ilustrando perfeitamente o cenário observado.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, J. Progresso Técnico E Competição Na Indústria De Cartões De Pagamento. **Ecostrat**, 2006.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **CIRCULAR No 3.765**. Brasília, 2015.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **O que é instituição de pagamento?** BCB, 2020.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relações Econômico-Financeiras**. BCB, 2010.
- BCB, SDE E SEAE. **Relatório sobre a Indústria de Cartões de Pagamentos**. Brasília, 2006.
- BOGOSSIAN. **Os Dois Lados da Indústria de Cartões: Uma Análise Concorrencial**. 44 p. Monografia (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade). Universidade de Brasília, 2016.
- BRAIDO, Gabriel; KLEIN, Amarolinda; PAPALEO, Guilherme. Facilitadores e Barreiras enfrentadas pelas Fintechs de Pagamentos Móveis no Contexto Brasileiro. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 18, p. 22-44, 2021.
- DA SILVEIRA, P.B. Joint-venture societária para criação de nova bandeira de cartão. **RDA: Revista de Direito Administrativo**, v. 274, p. 301, 2017.
- DECARLI, M.O. et al. **Fundamentos da pesquisa em serviço social**. São Paulo: SAGAH, 2018.
- FERNANDES, B.; ALMEIDA, V.M.C. Trinks. com-plataforma digital a serviço da beleza. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 21, p. e2022-0073, 2023.
- GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7 ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2019.
- JUNIOR, Geraldo Tessarini; SIGAHI, Tiago Fonseca Albuquerque Cavalcanti; SALTORATO, Patrícia. Impactos do Processo de Aquisição na Estrutura, Estratégia e Cultura Organizacional: Estudo de Caso em uma Empresa do Mercado de Meios de Pagamento. **Revista de Ciências Gerenciais**, v. 23, n. 38, p. 144-152, 2019.
- MARCELO NUNES DE OLIVEIRA - CADE. Concorrência no mercado de meios de pagamento. **II Seminário Internacional - Arranjos e Instituições de Pagamento**, 2015.
- MARINHO, M.R.N.; MATTEDI, A.P. Estrutura do mercado bancário. **São Paulo EM Perspectiva**, v. 13, p. 1-2, 1999.
- MATTOS, M.A.B.B. **A verticalização e exclusividade dos arranjos de meios de pagamento brasileiros**. Monografia apresentado ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2017.
- MECCA, M.S.; et al. Análise do impacto das taxas de cartões de crédito no resultado líquido de uma rede comercial varejista sob a perspectiva de diferentes regimes tributários. **Revista Estudo & Debate**, v. 25, n. 3, 2018.

- NUNES, C.H. Projeto Saque Super Fácil. **Revista LIFT papers**, v. 2, n. 2, 2019.
- RIBEIRO, E.P.; SILVESTRE, R.P. Quando maior concorrência aumenta preços: o efeito da criação da bandeira Elo nas taxas cobradas pela indústria de meios de pagamento brasileira. **Economic Analysis of Law Review**, v. 13, n. 1, p. 3-28, 2022.
- RIBEIRO, E.P.; SILVESTRE, R.P. Quando maior concorrência aumenta preços: o efeito da criação da bandeira Elo nas taxas cobradas pela indústria de meios de pagamento brasileira. **Economic Analysis of Law Review**, v. 13, n. 1, p. 3-28, 2022.
- SANTOS, E.L.D. **Do Escambo à Inclusão Financeira**. [S.l.]: Linotipo Digital, 2014.
- SEDIYAMA, Aline Fumie et al. Análise da estrutura, conduta e desempenho da indústria processadora de soja no Brasil no período de 2003 a 2010. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 51, p. 161-182, 2013.
- SILVEIRA, L.V. **O marco regulatório e a concentração do mercado de credenciamento para aceitação de cartões de crédito no Brasil no período de 2010 a 2016**. Trabalho de conclusão de curso, 2017.
- VALOR ECONÔMICO. **Abertura total é lenta no mercado de cartões**. 2016.

