1. GERAL

APPS

9 em 16 produtos têm Web app.

15 em 16 produtos têm app para iOS.

15 em 16 produtos têm app para Android.

3 em 16 produtos têm app para Windows Phone.

A maior parte dos produtos tem app tanto para iOS como para Android.

Um dos produtos só tem Web app.

8 em 16 produtos têm app para iOS, Android e Web app.

A maior parte dos utilizadores que usam dispositivos que correm Windows Phone são forçados a usar Web app.

PRESENÇA NA WEB

Todos os produtos têm Website.

11 em 16 produtos têm página no Facebook.

12 em 16 produtos têm página no Twitter.

6 em 16 produtos têm página no Instagram.

5 em 16 produtos têm página no YouTube.

3 em 16 produtos têm página no Google Plus.

2 em 16 produtos têm página no LinkedIn.

Em média, os produtos estão presentes em 3 canais.

Oito produtos estão presentes em 3 canais (moda).

O Paypal é o produto que tem presença em mais canais – 6.

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA

9 em 16 produtos estão disponíveis em Portugal e desses, 2 só estão disponíveis em Portugal.

6 em 9 produtos permitem fazer pagamentos.

3 em 9 produtos apenas permitem gerir a divisão de despesas e criar grupos ou eventos para criar despesas.

Apenas 2 em 9 permitem pedir o pagamento de despesas e efectuar a sua partilha, ainda que de forma limitada.

NOTIFICAÇÕES

Todas os produtos fornecem algum tipo de notificação quer para o ordenante quer para o beneficiário:

7 em 16 produtos apresentam notificações na própria app.

10 em 16 produtos enviam notificações por email.

5 em 16 produtos enviam notificações por sms.

4 em 16 produtos enviam notificações push.

3 em 16 produtos apresentam notificações no chat.

SINCRONIZAÇÃO DE CONTACTOS

12 em 16 produtos permitem sincronizar a aplicação com os contactos.

12 em 16 permitem sincronizar os contactos com o smartphone.

3 em 16 permitem sincronizar os contactos com o Facebook.

1 em 16 permite sincronizar os contactos com o SnapChat.

2. SEGURANÇA

REGISTO

15 em 16 produtos têm registo obrigatório.

Na grande maioria dos produtos que fazem pagamentos é obrigatório fazer a verificação da identidade do utilizador a partir de um determinado limite de movimentação de fundos.

3. SEGURANÇA NAS APPS QUE PERMITEM MOVIMENTAR FUNDOS (13 EM 16 PRODUTOS)

LOG-IN

Os métodos de autenticação no login são bastante variados embora aquele que é mais utilizado consista na introdução de um email e de uma password.

Existem igualmente variantes nas quais o utilizador recebe um código de utilização única após a entrada, por exemplo, do seu número de telemóvel ou do seu email.

Existem também versões que fazem uso do reconhecimento da impressão digital permitindo dessa forma fazer log in na aplicação.

Existe um caso (Circle Pay) que contempla o método de autenticação forte (2FA) baseado na introdução de email ou número de telemóvel, uma password e o código de verificação.

MÉTODO DE AUTENTICAÇÃO DAS OPERAÇÕES

Embora não seja prática generalizada a utilização de autenticação ao nível das operações:

8 em 13 produtos obrigam a esta validação.

2 em 13 contemplam essa validação opcionalmente.

3 em 13 não contemplam ou não referem este requisito de segurança.

O método mais utilizado para a validação das operações é a introdução de um PIN (7 em 10 possibilitam este método).

4. MOVIMENTOS FINANCEIROS

ENVIAR DINHEIRO

13 em 16 produtos permitem fazer transferências.

PEDIR DINHEIRO

11 em 16 produtos permitem pedir o pagamento de um montante em dívida.

PAGAMENTO DE COMPRAS

6 em 16 produtos permitem efectuar o pagamento de compras.

ORIGEM DOS FUNDOS

Conta bancária - 6 em 13

Cartão de débito – 10 em 13 Cartão de crédito – 5 em 13 Conta wallet – 7 em 13

Na Circle Pay as contas wallet estão denominadas em bitcoin

ASSOCIAÇÃO DE VÁRIOS MEIOS DE PAGAMENTO

10 em 13 produtos permitem associar à conta do utilizador vários meios de pagamento em simultâneo.

TRANSACÇÕES IMEDIATAS

Todos os produtos que têm conta wallet permitem fazer transacções imediatas entre contas wallet.

3 em 13 produtos permitem fazer transacções imediatas a partir de outra origem.

No caso das transacções não imediatas a concretização do crédito varia de 1 a 5 dias úteis. A Paypal compromete-se a concluir o crédito em 1 dia útil.

IDENTIFICAÇÃO DO BENEFICIÁRIO

12 em 13 produtos permitem identificar o beneficiário da transacção por nº de telemóvel. 9 em 13 produtos permitem identificar o beneficiário da transacção por endereço de email. 1 em 13 produtos permitem identificar o beneficiário da transacção por contacto do Facebook.

A Square Cash também permite identificar o beneficiário da transacção por cashtag, a Venmo por @username e a Paypal por paypall.me

LIMITES MÁXIMOS DE MONTANTES

12 em 13 produtos têm algum tipo de limite máximo (o Facebook Messenger não especifica).

Os limites máximos existentes na amostra são de 7 tipos:

- Por transacção
- Diário
- A cada 5 dias
- Semanal
- Mensal
- Anual
- Por localização geográfica

O menor dos limites máximos é de €50 por operação (Caixa Plim) e o maior dos limites máximos é de US \$50.000 a cada 5 dias (Google Wallet)

LIMITES MÍNIMOS DE MONTANTES

Só foram encontrados limites mínimos especificados num caso da amostra, a Caixa Plim – €0,20 por operação.

REJEITAR RECEBIMENTOS

2 em 13 produtos permitem rejeitar recebimentos.

5. PREÇÁRIO

As transferências efectuadas entre contas wallet são sempre gratuitas no entanto, as operações de cash-in para a conta wallet podem ter custos para o utilizador.

As transferências efectuadas a partir da conta bancária associada ao cartão de débito, mesmo que não cobradas pela aplicação, podem ter custos para o utilizador, dependendo do seu banco.

Na grande maioria dos casos as transferências efectuadas a partir de cartão de crédito são cobradas.

A Verse, nesta fase, tem todas as operações gratuitas e a Venmo disponibiliza transferências gratuitas a partir da conta bancária associada ao cartão de débito ou a partir de outra conta bancária, afirmando que suporta os custos cobrados pelo banco do utilizador.

Na grande maioria dos casos as operações de cash-out são gratuitas embora existam circunstâncias em que o cash-out imediato é cobrado.

6. RECEITAS

As fontes de receita destes produtos são muito variadas, destacando-se entre elas as receitas de:

- Publicidade
- Comissões de operações cobradas a comerciantes e clientes
- Proveitos de conversões cambiais
- Proveitos provenientes da aplicação financeira de montantes em wallet
- Versões Premium com funcionalidades acrescidas das aplicações
- In-app purchases

Existe uma situação (Splitwise) cujo modelo de negócio não implica a geração de receitas com origem nos utilizadores. Segundo a organização, as receitas da empresa advirão no futuro de um potencial acordo com a Paypal no sentido de serem ressarcidos pelo tráfego redireccionado para esta empresa (neste momento são financiados por business angels).

7. OUTRAS CARACTERÍSTICA FUNCIONAIS

DESPESAS RECORRENTES

3 em 16 produtos permitem parametrizar despesas recorrentes.

CALCULADORA

4 em 16 produtos permitem calcular a divisão de uma despesa utilizando um ou vários critérios.

GRUPOS E EVENTOS

4 em 16 produtos permitem criar grupos ou eventos para dividir despesas com amigos ou familiares. Desses 4 apenas 1 permite fazer pagamentos (Verse).

CONTROLO DE DEVEDORES

10 em 16 produtos permitem controlar os pagamentos em dívida.

HISTÓRICO DE OPERAÇÕES

Todos os produtos apresentam um histórico de operações / actividade.

CONTEÚDO DA INFORMAÇÃO SOBRE AS OPERAÇÕES

Para além da selecção do contacto e adição de montante, todas as aplicações permitem associar alguma informação adicional à operação:

Todas as aplicações permitem adicionar um descritivo da operação.

6 em 16 permitem colocar fotografias.

3 em 16 permitem categorizar a operação ou evento.

2 em 16 permitem adicionar anexos.

CHAT

7 em 16 produtos têm a funcionalidade de chat.

OUTRAS FUNCIONALIDADES

Existem ainda funcionalidades adicionais que alguns produtos oferecem, nomeadamente:

- Exportação de ficheiros com detalhe das transacções e ou extractos mensais com histórico de movimentos.
- Geração de cartões temporários para o pagamento de compras.
- Geração de um painel de informações.

8. POSICIONAMENTO NO MERCADO

Todos os produtos são P2P (Person to Person). 6 em 16 produtos são também B2C (Business to Consumer).

CONCLUSÕES

Assumindo que esta análise de benchmarking é representativa da oferta de produtos nas áreas de pagamentos e divisão de despesas, podemos concluir que a maioria das empresas se posiciona somente numa das áreas. O PayUp tem como objectivo posicionar-se em ambas.

Da análise efectuada podemos determinar que os modelos de negócio de algumas empresas apontam para encargos significativos para o utilizador pelo menos em algumas circunstâncias específicas. O PayUp pretende reduzir a um mínimo estes encargos.

Um número significativo das aplicações analisadas tem limitações geográficas importantes, algumas das quais funcionam exclusivamente nos EUA. O PayUp pretende cobrir o território nacional, numa segunda fase expandir-se para a Europa e numa terceira para territórios de baixa bancarização.

Com os pressupostos enunciados e tendo em consideração que o PayUp pretende cobrir toda a cadeia de valor, identificámos os seguintes concorrentes sectoriais:

Na área da divisão de despesas – Splitwise

Esta aplicação é parcial, cobrindo somente esta área específica pelo que poderá ser facilmente suplantada pelo PayUp de momento que a qualidade da funcionalidade implementada seja no mínimo equivalente à desta aplicação.

Na área dos pagamentos – MB Way e Verse

O MB Way não cobre a área da divisão de despesas nem o pedido de pagamento de dívidas, sendo o seu ponto forte mais relevante as facilidades de transferência.

A Verse tem, de momento, uma vantagem competitiva (gratuitidade) mas já sabemos que tal será modificado no futuro.

A grande vantagem do PayUp será a integração das duas vertentes e o elevar da qualidade das suas funcionalidades a níveis que a colocam no patamar das melhores.

Embora a Venmo pudesse ser um competidor importante nesta área, não a consideramos uma vez que opera exclusivamente no mercado dos EUA.