

# Duarte Nunes: Madeira vale “entre 4% e 5% da faturação” da Reduniq no país

A pandemia mostrou que “acelerar a digitalização dos pagamentos” é um dos principais desafios do setor financeiro. Duarte Nunes, coordenador da região ilhas da Unicre, fala dos esforços para dar “mais e melhores soluções de pagamentos digitais”.



Duarte Nunes conta ao JM qual foi a estratégia da UNICRE, que reforçou a oferta de soluções online.

Por **Alberto Pita**  
albertopita@jm-madeira.pt

**Num momento de grande incerteza económica, que tem levado instituições nacionais e internacionais a reverem em baixa as previsões macroeconómicas para Portugal, como está o setor nacional, e em particular a Unicre, a enfrentar os desafios que se lhe colocam?**

Na Unicre, e face aos últimos acontecimentos que impactaram não só Portugal, como o mundo,

conseguimos tirar uma série de ilações positivas resultantes da nossa grande capacidade de adaptação e recuperação. A pandemia expôs um dos principais desafios do setor financeiro: a necessidade de acelerar a digitalização dos pagamentos. Com isto em mente, e para ajudar os negócios de diferentes setores a recuperar os níveis de faturação alcançados em período pré-pandemia, a Reduniq, sabendo da importância da inovação numa altura de incerteza, encetou todos os esforços no sentido de proporcionar mais e melhores soluções

de pagamentos digitais ao mercado.

Apesar de, até então, a generalização de soluções como o contactless ou o e-commerce ter sido mais lenta e, inclusivamente, dificultada pelo pouco conhecimento a respeito dos reais benefícios destas soluções, a verdade é que a atual realidade trouxe uma maior necessidade de tornar o ato de pagamento digital. Não só na região da Madeira, mas, de uma forma geral, estamos já a assistir a uma generalização dos pagamentos através da tecnologia contactless e do e-commerce. Ao mesmo tem-

po, vamos ter uma maturação dos processos de ‘machine learning’, que nos vão permitir identificar padrões e mudanças de comportamento do consumidor no ato transacional e, consequentemente, adaptar as soluções às reais necessidades dos nossos clientes.

Desta forma, temos vindo a disponibilizar uma série de soluções, que têm como objetivo ajudar os clientes e os negócios a ingressar neste novo mundo de pagamentos. Um exemplo é o Reduniq Smart, que permite uma gestão integrada dos pagamen-

tos num único smartphone, e o Reduniq @Payments, que facilita a entrada dos negócios no e-commerce, uma vez que permite gerar referências de pagamentos e enviá-las aos clientes, sem necessidade de uma solução de e-commerce própria. Adicionalmente, temos o Reduniq Easy, uma solução que objetiva que pequenos comerciantes, que ainda não tenham tido experiência com pagamentos digitais no passado, possam disponibilizar aos seus clientes um método de aceitação de pagamentos por cartão, mantendo a sua competitividade.

**Como coordenador da região Ilhas da Unicre, como interpreta a evolução da faturação dos negócios madeirenses durante esta fase pandémica?**

Naturalmente, a pandemia teve um impacto muito expressivo na faturação dos negócios da Madeira, na medida em que o turismo representa mais de um terço da riqueza e do emprego desta região – direta e indiretamente, representa cerca de 37% do PIB. Com o setor do turismo a ser um dos mais impactados pela pandemia, devido à implementação de medidas restritivas (como o fecho de fronteiras e, consequentemente, quebra bruta da faturação), a Unicre disponibilizou um conjunto de serviços online de integração em websites (e-commerce) e soluções prontas e fáceis de utilizar. Estas permitiram a todos os negócios da região disponibilizarem convenientes opções de pagamento, nomeadamente ao nível da restauração, supermercados, farmácias, entre outros, sem necessidade de terem um site próprio para aceitar pagamentos.

Face à estratégia adotada pelas autoridades madeirenses durante a pandemia, consubstanciada em medidas muito rigorosas, a Madeira granjeou, junto dos mercados de turismo tradicionais, uma posição de destino seguro. Não é por acaso que, por exemplo, o mês de agosto de 2021 foi o melhor de sempre em termos turísticos. Assim, a Unicre, enquan-



Acelerar a digitalização dos pagamentos foi urgente.

to empresa fornecedora de serviços e soluções de valor acrescentado, para pagamentos eletrónicos nacionais e internacionais, tem vindo a contribuir, decisivamente, para a mitigação dos impactos negativos da pandemia na faturação dos seus clientes e, conseqüentemente, da economia madeirense.

#### Qual a previsão que faz do desempenho da economia madeirense para este e para os próximos anos?

A economia da Madeira, enquanto destino turístico por excelência, está muito dependente do setor do turismo e, inclusivamente, das receitas fiscais de zona franca – em 2021, as receitas fiscais das empresas sediadas na zona franca da Madeira representaram cerca de 70% do IRC gerado nesta região.

No que concerne ao turismo, a guerra na Europa é um fator bruta-mente negativo, por tudo o que temos vindo a acompanhar e que, também, resulta na alteração de rotas aéreas – consequência do encerramento de espaços aéreos, que implica fazer viagens mais longas – e, sobretudo, o aumento de combustíveis que afeta não só as viagens aéreas, como o mercado de cruzeiros. A curto e médio prazo, teremos de ver e perceber como reagimos os principais mercados externos da Madeira (Reino Unido, Alemanha e França), além do mercado nacional que, em 2021, representou mais dormidas do que os mercados internacionais.

#### Quanto vale o mercado madeirense para a Unicre?

Em termos de valores, a Madeira representa entre 4% e 5% da faturação e número de pontos de venda ativos da Reduniq. Indicadores

“Temos vindo a disponibilizar uma série de soluções, que têm como objetivo ajudar os clientes e os negócios a ingressar neste novo mundo de pagamentos”

bastante interessantes se considerarmos que, de acordo com os dados da Pordata, a Madeira representava, em 2020, cerca de 2% da população nacional. Para a Reduniq, a Madeira é uma região estratégica, não apenas pelo reforço constante da nossa presença nacional, mas porque representa um polo interessantíssimo em alguns dos principais setores de atividade, do qual destaco o turístico.

Temos vindo a desenvolver diversas ofertas setoriais, que temos o gosto de já ter instaladas e em pleno funcionamento também na Madeira, tais como as soluções de Pagamentos Integrados, principalmente nas atividades hoteleira e rent a car, e a instalação de terminais Reduniq Smart, em setores como a restauração e táxi. Estes terminais Smart, além de receberem pagamentos contactless, permitem associar um programa de faturação e colocar aplicações com ligação aos estabelecimentos do cliente.

Temos vindo também a investir bastante no crescimento das soluções online, cujo objetivo é desenvolver e diversificar este canal de pagamentos, tanto nas lojas online, com soluções de e-commerce, como com soluções que não requerem integração, como é o caso do reduniq@payments e pagamento de serviços (pagamento por entidade e referência), que são soluções mais simples, mas cada vez mais atuais e muito utilizadas.

Com esta dinâmica no desenvolvimento de novos produtos e serviços de valor acrescentado, temos vindo a aumentar o portefólio da Reduniq, aumentando a oferta disponível aos nossos clientes e fazendo crescer ainda mais a relação entre a Reduniq e o cliente – relação a que damos muita importância e que diria ser um dos grandes pontos fortes da marca. Estes pontos são cruciais para o nosso sucesso e dos nossos clientes na região e espelham a importância da mesma para a Unicre.

#### Quais os novos passos que a Unicre tenciona dar para reforçar a sua posição no mercado madeirense?

Desde 1974 que a Unicre acompanha e desenvolve soluções para os seus clientes da Madeira que, na sua grande maioria, estão ligados diretamente à atividade turística. Não é por acaso que a Unicre foi a primeira empresa de aceitação a disponibilizar pagamentos eletrónicos de todos os sistemas de cartões (débito e crédito) internacionais, integrados com os principais PMS (Property Management System), para hotelaria, rent a car e restauração. Também foi pioneira no fornecimento do serviço de valor acrescentado de conversão de moeda diretamente do terminal de pagamento, o DCC - Dynamic Currency Conversion, que permite, no ato de pagamento com cartões internacionais, a conversão de euros para 29 moedas diferentes, uma solução de maior transparência e simplicidade para o cliente.

Em resultado da pandemia, a Unicre também reforçou a sua oferta de soluções online, altamente evoluídas e assentes em plataformas nacionais e internacionais. Disponibilizamos, para o comércio em geral, terminais de pagamento com tecnologia Android, com integração de várias aplicações, nomeadamente a aplicação de faturação certificada pela Autoridade Tributária. Assim, a estratégia da UNICRE para reforçar a sua posição no mercado madeirense consiste em dar continuidade ao desenvolvimento de parcerias estratégicas, com empresas de referência, que nos permitam acompanhar e antecipar as necessidades dos nossos clientes, contribuindo para a sua competitividade e sucesso.

#### AICTPS

### “Estender” época de verão no Porto Santo e baixar o IVA e a TSU

O presidente da Associação de Indústria, Comércio, e Turismo do Porto Santo (AICTPS), Miguel Velosa, revela ao JM que, neste momento, a Ilha Dourada “já está com um grande fluxo de turistas, o que reflete o aumento de todas as atividades comerciais”. Apesar de não chegar aos 100%, a procura pelo destino Porto Santo pode, já este ano, vir a causar ‘um bom problema’, pelo que é essencial uma “solução que passa por as diversas entidades envolvidas” no destino da Ilha Dourada. É importante “criarem sinergias e soluções para as empresas poderem manter a situação financeira e contributiva em dia. Julgamos que a redução do IVA e da TSU seriam duas medidas assertivas nesse sentido”, reforça.

Quando questionado se acredita que o Porto Santo tem dimensão para acolher tantos turistas já durante este verão, o presidente da AICTPS acautela que se as agências “fazem as reservas” é porque o destino Porto Santo “é viável”, revelando, no entanto, que se pode “atingir o overbooking”.

Obviamente, que era “bom estender o verão para 5 meses, o que anteriormente ficava pelos 2/3 meses. Todas as empresas estão a se esforçar para conseguir colmatar

algumas possíveis falhas. De qualquer forma, acreditamos que vamos conseguir ultrapassar os obstáculos e criar planos estratégicos para que possamos manter esta procura que se acentuou no ano transato e que espero que se mantenha no futuro”, reforça.

#### Problema da mão de obra

Quando questionado pela falta de mão de obra, aquilo que os empresários do Porto Santo mais se queixam, Miguel Veloso ressalva que o “problema é transversal”, não é apenas referente à Ilha Dourada. “Claro que no Porto Santo as dificuldades crescem derivado à sazonalidade e também à falta de cursos profissionais. As micro empresas locais não têm capacidade para importar profissionais do exterior, como estão a fazer os grandes grupos hoteleiros que operam no Porto Santo”, reforça.

A nível hoteleiro, por exemplo, neste momento, “estão com médias acima dos 80%”, revelou ao Jornal, adiantando que são os “turistas portugueses” em maior número, um “mercado que tem vindo a aumentar com as novas companhias a operar para a ilha e com os habituais mercados emissores europeus”, finalizou, Miguel Velosa. **PG**



É preciso “criarem sinergias e soluções” para o “Destino Porto Santo”

#### HÓTEIS

### “Ondas Calmas” asseguram assistência a banhistas

Com as unidades hoteleiras quase no máximo da sua ocupação, as Unidades Balneares do Hotel Vila Baleira Porto Santo e Hotel Vila Baleira Suites, localizadas na Praia Cabeço da Ponta, em Porto Santo, estão fortemente vigiadas pelos profissionais nadadores -salvadores das ‘Ondas Calmas’.

Esta instituição assume a gestão da assistência a banhistas naquela que será a maior frente de praia vigiada na Região Autónoma da Madeira, também considerada a melhor praia da Europa. Segundo sabe o JM, este trabalho também ajuda a melhorar e a reforçar o destino Porto Santo. **PG**