

CLAUDIO FERREIRA | CARTAS.TIINSIDE@CONVERGECOM.COM.BR

# PRIMEIROS PASSOS

AINDA TEMOS POUCOS EXEMPLOS CONCRETOS DE OPERAÇÕES DE COMPRAS REALIZADAS POR MEIO DE CELULARES, MAS EXISTEM CASES PROMISSORES COMO O DO PÃO DE AÇÚCAR DELIVERY OU O FONESHOP CAPTURA, DA REDECARD. VEJA ESTES EXEMPLOS, COMO O MERCADO TEM SE COMPORTADO E SUAS PERSPECTIVAS



**A**inda não há números precisos sobre o mobile commerce no Brasil, até porque existem poucos cases em curso que propiciam que os usuários de equipamentos móveis, mais notadamente celulares, consigam fazer compras pela plataforma. Da mesma forma, ainda é difícil diferenciar o que é m-commerce e o que é e-commerce. No entanto, para se ter uma ideia na perspectiva dos Estados Unidos, as transações realizadas por telefones celulares devem dobrar de tamanho neste ano, chegando aos US\$ 2,4 bilhões, de acordo com projeção do instituto de pesquisa Coda Research.

O mesmo relatório apontou que 35% dos usuários de telefones celulares com acesso à Internet entrevistados afirmaram que já fizeram m-commerce, dos quais 13% efetivaram a compra no celular. Em 2009, o mesmo índice era de 19%, com efetivação de 10%. Dimensão que, claro, ainda demora para chegar em nossas praias.

Mas e o Brasil, como fica neste contexto? "Outros mercados estão mais consolidados e o país está despertando agora, porém de forma rápida e com uma adoção acelerada. A venda de celulares como os smartphones cresceu acima da média mundial, 70% no segundo trimestre de 2010 em relação a 2009. Em números absolutos são mais de 1 milhão de equipamentos, e isso não pode ser desprezado", garante Marcelo Ramos, diretor-presidente da Sterling Commerce Brasil.

#### Em construção

A adoção de modelos de m-commerce é heterogênea. Como o modelo que transforma o celular em um cartão, assim como a extensão para o equipamento móvel das mesmas funcionalidades que o usuário pode encontrar em websites - o projeto do Pão de Açúcar Delivery, também destacado adiante. "Entretanto, a possibilidade de convergência de compras com o débito na própria conta do aparelho ainda tem um gap nas possibilidades que temos em outros países", admite Ramos.

O executivo da Sterling, empresa que atua fortemente em projetos de mobilidade, aponta que ainda existe a preocupação com outros gaps, o da infraestrutura que enfrentamos no Brasil - mesmo com a privatização e novos players - e a barreira cultural do usuário. "O comércio eletrônico está se consolidando, mas os usuários ainda tem receio de usar o celular em operações. Acho que o impulso deve sair de uma combinação das teles com instituições financeiras e o varejo, os três juntos. O problema é que um fica esperando o próximo passo do outro. Mesmo assim, vejo uma curva de evolução", garante.

Até mesmo o velho fantasma da segurança das transações, até por ser uma plataforma relativamente nova nesse sentido, apesar das experiências que datam de oito ou 10 anos, é minimizado por Ramos. A Sterling, aliás, aposta em uma aceleração das aplicações móveis, não apenas de m-commerce, claro, a ponto de colocar o Brasil entre os seis maiores mercados para seus projetos, ao lado de Estados Unidos, Canadá, França, Alemanha e Inglaterra. Se países como a imensa China e o evoluído Japão são mundos particulares nesse sentido, nosso país conseguiu se descolar dos demais emergentes, segundo o executivo.

#### Direto da prateleira

Falando em projetos, o m-commerce chegou definitivamente ao varejo. Em maio último o Pão de Açúcar Delivery e a Microsoft lançaram um serviço de compras pelo celular que utiliza um aplicativo disponível para os clientes que têm celular com sistema operacional Windows Mobile. Com ele, o cliente pode fazer compras e ter acesso a todos os dados e funcionalidades disponíveis no website, como as listas prontas, listas pessoais e últimas compras, entre outros serviços (veja mais detalhes no box).

"É como se o cliente estivesse navegando no site do Pão de Açúcar Delivery, com os mesmos ícones", admite João Edson



#### M-SITE EM CONSTRUÇÃO

*O aplicativo desenvolvido pela Tlantic teve como premissa básica oferecer uma experiência de compra bastante semelhante ao que o cliente já conhecia na Internet no website do Pão de Açúcar Delivery. A meta era disponibilizar todos os recursos para a realização de compras de forma prática, com o cliente podendo acessar e estar em qualquer lugar.*

*As principais funcionalidades migradas foram as seguintes:*

**LISTAS PRONTAS** Para comodidade e agilidade na compra, estão disponíveis listas de produtos selecionados para as principais necessidades do dia a dia do cliente. O cliente pode optar por incluir toda a lista no carrinho virtual ou somente os produtos que precisar.

**LISTAS PESSOAIS** O cliente pode também criar as suas próprias listas no site do Pão de Açúcar Delivery, que passa a estar acessível também para as compras pelo celular.

**ÚLTIMAS COMPRAS** Com este recurso fica fácil incluir no carrinho os produtos que o cliente compra com frequência.

**BUSCA** O cliente pode pesquisar todos os produtos que estão disponíveis no site.

**DADOS DO PRODUTO** O cliente pode consultar a foto, os detalhes nutricionais e ingredientes da cada produto.

**CARRINHO VIRTUAL** Permite que o cliente revise e altere o seu pedido antes de fechar a compra.

**JANELA DE ENTREGA** Escolha do dia e horário mais adequado para receber os produtos.

**ENDEREÇOS DE ENTREGA** O cliente pode escolher onde quer receber a sua compra, dentro dos endereços que foram cadastrados previamente no site.

**MEIOS DE PAGAMENTO** É possível pagar com todos os cartões de crédito aceitos no site do Pão de Açúcar Delivery.

### "A AGILIDADE NA CONSTRUÇÃO DA PLATAFORMA DEU-SE EM FUNÇÃO DA UTILIZAÇÃO DE SERVIÇOS JÁ EXISTENTES NO WEBSITE DO SERVIÇO".

Gravata, diretor de operações da rede Pão de Açúcar. Para acessar o Delivery Mobile é preciso baixar a aplicação por meio do Windows Market Place for Mobile, a loja virtual da Microsoft que já vem pré-instalada em todos os celulares com o sistema operacional da Microsoft.

O aplicativo foi desenvolvido pela Tlantic, parceira da Microsoft escolhida em função da sua experiência em soluções para mobilidade e projetos de inovação, além de seu conhecimento no segmento de varejo. E o projeto foi feito em três meses em conjunto com a equipe de desenvolvimento do Pão de Açúcar Delivery e o acompanhamento da Microsoft. "A agilidade na construção da plataforma deu-se em função da utilização de serviços já existentes no website do serviço" comenta Joaquim Garcia, diretor de tecnologia do Grupo Pão de Açúcar.

O projeto é encarado ainda pelo Grupo Pão de Açúcar como uma comemoração de seus investimentos virtuais. "No ano em que o Pão de Açúcar Delivery faz 15 anos estamos inovando com a operação mobile. Agora, o primeiro supermercado online também está no celular", entusiasma-se Gravata. O próximo passo é levar o Pão de Açúcar Delivery Mobile para celulares com outros sistemas operacionais além do Windows.

#### O livro, o celular e o cartão

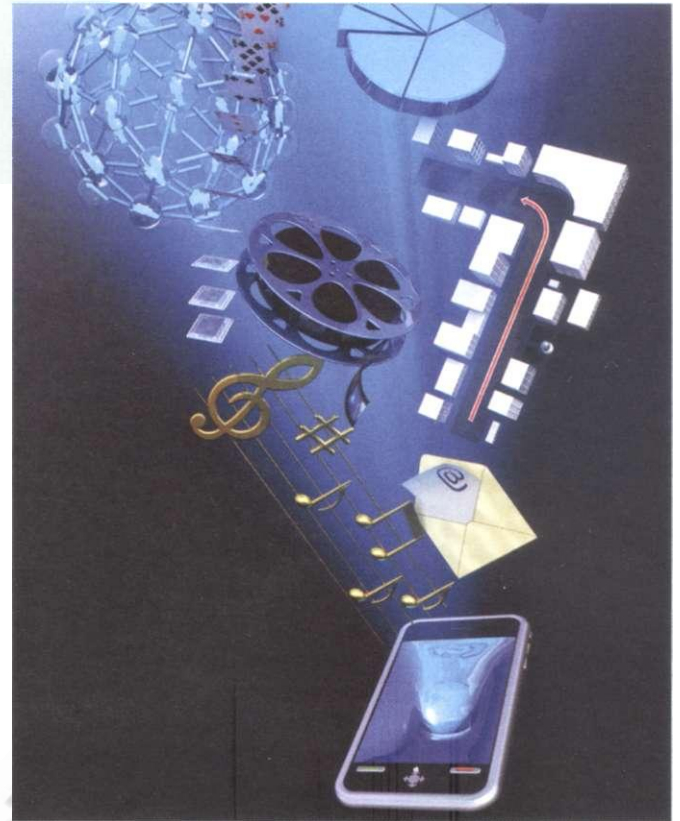
Com mais estrada, o Foneshop Captura é utilizado, de acordo com a Redecard, por mais de 11 mil profissionais autônomos, entre taxistas, médicos, dentistas, vendedores porta a porta, fisioterapeutas e muitas outras categorias. O princípio do serviço é, por meio de um sistema, transformar o aparelho celular em uma maquininha de cartões virtuais, transformando o pagamento dos serviços em crédito. Lançada em 2009, o volume financeiro movimentado por esta solução cresceu mais de sete vezes este ano, ultrapassando a casa dos milhões de reais transacionados. E o volume de transações também cresceu

expressivamente: mais de três vezes e meia.

E a Redecard busca parcerias com cooperativas,

"A venda de celulares como os smartphones cresceu acima da média mundial, 70% no segundo trimestre de 2010 em relação a 2009. Em números absolutos são mais de 1 milhão de equipamentos, e isso não pode ser desprezado"

**Marcelo Ramos, diretor-presidente da Sterling Commerce Brasil**



empresas e entidades de classe para alavancar o meio de pagamento. Uma delas é com a ABDL (Associação Brasileira de Difusão do Livro), para fomento às vendas porta a porta com o vendedor utilizando o Foneshop Captura, que aceita pagamentos com cartão de crédito Mastercard e Diners. E a operadora assegura que o modelo não traz risco de inadimplência para o vendedor e garante a segurança para o portador do cartão.

"A cada ano, milhares e milhares de livros são comercializados e a profissão de vendedor de livros é uma das que mais cresce no mercado. Nosso vendedor está preocupado em formar leitores. Ele orienta famílias, sugere títulos, além de levar uma leitura agradável e até transformar a vida das pessoas", declara Luis Antonio Torelli, atual presidente da ABDL. A parceria com a Redecard traz mais um alento para os vendedores do setor, estimulando a compra de livros e o aumento de seus negócios.

Um exemplo que também se aproveita da ascensão econômica da Classe C, mostrando que o m-commerce não é algo restrito aos públicos A e B que utilizam

celulares de última geração, com os vendedores efetuando transações a partir de equipamentos menos sofisticados. E outros exemplos devem surgir para aproveitar o momento e acelerar seus projetos visando a época do Natal.



FOTO: DIVULGAÇÃO