

Celular ganha espaço na carteira do cliente

Assis Moreira

Pagamento via smartphone pode atingir US\$ 618 bilhões em 2016, diz estudo do Credit Suisse

Fazer compras usando o telefone celular para pagar a conta, ao invés de dinheiro ou cartão de crédito, poderá se expandir rapidamente nos próximos três anos e ser uma das forças do futuro no consumo.

A projeção é do Credit Suisse, um dos maiores bancos do mundo. O estudo da instituição estima que uma nova tecnologia poderá elevar o volume global desses pagamentos de US\$ 78 bilhões, em 2010, para US\$ 618 bilhões até 2016, com consequências para bancos e companhias de cartões de crédito.

O custo de transação com celular seria 50 vezes mais barato do que por meio tradicional. A ideia de usar o celular como uma 'carteira eletrônica' não é nova, mas a falta de sistemas tecnológicos convincentes e práticos impediu que esse mercado decolasse nos últimos anos.

Agora, analistas da indústria acham que a situação mudará graças à tecnologia "Near Field Communications" (NFC), que permite a autorização do pagamento aproximando o celular [dotado do recurso] do dispositivo de ponto de venda habilitado com o sistema. A expectativa é que o novo chip nos smartphones reduza a hesitação dos consumidores, ao permitir que eles façam facilmente o pagamento através do navegador, passando o telefone num caixa eletrônico da loja.

Várias iniciativas estão em desenvolvimento para transformar os celulares em 'carteira eletrônica'. Companhias tecnológicas como Google, Apple, Facebook e eBay parecem as mais interessadas. Porém, empresas de telecomunicação como AT&T e Verizon, nos EUA, podem estar entre as maiores ganhadoras no futuro.

Conforme Uwe Neumann, analista do banco suíço, entre os principais proponentes estão Google e Apple, equipando cada vez mais seus smartphones com um chip NFC, fornecendo a funcionalidade tecnológica para transações práticas e seguras.

Junto com outras aplicações de iOS e Android, a expectativa é de que isso reduza a hesitação do consumidor em usar o celular para pagar contas, por exemplo.

O Google trabalha em aliança com MasterCard, Citigroup e Verifone Systems para o desenvolvimento de um sistema de pagamentos mais prático pelo celular e também mais barato do que usando cartão de crédito. O smartphone Nexus S, lançado pelo Google em parceria com a Samsung, em dezembro, já tem chip de NFC embutido.

Segundo o Credit Suisse, o Google espera usar a nova parceria para alavancar seu negócio de publicidade local, que poderia financiar parte do custo de transação. Isso porque ofereceria às empresas capacidade de marketing mais específicas.

Também eBay, com PayPal, e Apple estão na corrida. As operadoras de celular Verizon, AT&T e T-Mobile USA trabalham com o Discover Financial Services numa joint venture chamada Isis para desenvolver um sistema de pagamentos que permita aos consumidores pagar nas lojas apenas passando seus celulares num scanner.

Numerosas empresas iniciantes nos EUA complementam as iniciativas com diferentes enfoques para levar a revolução tecnológica de se fazer compras com o celular.

O Credit Suisse constata a luta das empresas para aumentar a lealdade do cliente, atrair novos compradores e, evidentemente, aumentar o faturamento.

O controle de identidade para o acesso do cliente, desenvolvido por diferentes alianças, é considerado elemento chave. Três diferentes grupos de interesse tem abordagens diferenciadas.

Os provedores de serviços de telecomunicações preferem identificar o cliente pelo cartão SIM. Isso dá oportunidade para aprender mais sobre o usuário e, provavelmente, cobrar uma taxa pela transação.

Companhias da área tecnológica, de telefonia e de cartões de crédito disputam a preferência do consumidor

Por sua vez, as grandes companhias de tecnologia da informação, como Apple e Google, preferem identificar os clientes através do chip NFC, juntamente com aplicações instaladas no sistema operacional. As duas empresas desenvolveram meios de pagamento próprio: a Apple, com o iTunes Store, e o Google, com seu sistema Checkout. Ao manter os usuários em seus sistemas, essas empresas evitam que o processo envolva as empresas de telefonia. Com isso, podem oferecer taxas menores nas transações e preservam o cliente.

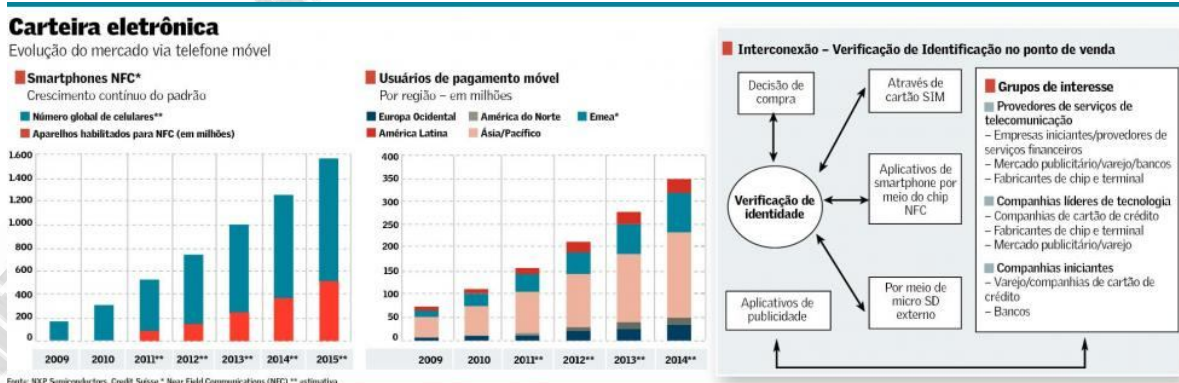
A terceira variante vem das empresas novatas, como a americana Square, que transforma qualquer smartphone num scanner de cartão de crédito. Neste caso, basta usar um leitor de cartão externo que pode ser conectado na entrada do fone de ouvido. O sistema funciona com um aplicativo gratuito, instalado no telefone. Segundo o Credit Suisse, essa é a solução preferida das companhias de cartão de crédito, pois expande sua base de clientes e, ao mesmo tempo, afeta menos seu faturamento.

Para o Credit Suisse, certo mesmo é que bancos e companhias de cartão de crédito vão ter de se ajustar rapidamente ao novo cenário.

Grupos como Visa e American Express terão oportunidades, mas também correrão riscos. De um lado, podem expandir sua base de transações com a maior cobertura de clientes, mas, de outro, podem sofrer corrosão em suas margens de lucros por causa dos modelos de negócios financiados por publicidade, como no caso do Google, porque o comerciante não pagará mais a taxa inteira do custo da transação.

O setor bancário também pode mudar com o surgimento de 'zonas virtuais de pagamentos', como Facebook, Bling Nation/PayPal, que oferecerão financiamento, pagamentos e outras operações sem envolvimento dos bancos (as chamadas transações "peer-to-peer group"). Entretanto, essas ditas zonas de transações têm ainda barreiras a superar para que sejam regulamentadas

Para o Credit Suisse, mesmo que o mercado esteja próximo de decolar, é difícil dizer quem sairá vencedor no longo prazo, numa indústria altamente fragmentada e competitiva e com diferentes modelos de negócios.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 9 maio 2011, Empresas, p. B2.