

## Brasil testa 7 serviços de pagamento móvel

Cibelle Bouças

*Cenário* Maioria das tecnologias dispensa adaptações no celular e tem custo de uma ligação ou de um SMS

Operadoras de telefonia celular e de cartões de débito e crédito, além de bancos e empresas de pagamentos têm redobrado esforços para fazer vingar no Brasil os serviços de pagamento móvel, que prometem substituir em alguns anos os tão populares cartões de plástico. Para o consumidor, esses serviços são apresentados como sendo de dois tipos: pagamento remoto por troca de mensagem (SMS) ou pagamento presencial sem contato com outras máquinas, ou "near field communication" (NFC).

O trabalho empreendido pelas empresas que compõem essa cadeia, no entanto, revela uma realidade complexa. Existem atualmente no mercado oito tipos de tecnologias em uso, das quais sete já são testadas em território brasileiro. "Por enquanto, não existe um padrão que predomine no mercado global, embora haja uma predominância de testes com SMS e NFC no mundo", afirma Philip So, consultor da Europraxis.

A maioria das tecnologias pode ser usada com os aparelhos celulares já disponíveis no mercado e, para o consumidor, o custo é semelhante ao de um SMS ou de uma ligação local. Para as empresas que compõem a cadeia, essas tecnologias exigem um reforço da infraestrutura de banda larga e a adoção de softwares que garantam a efetivação das operações com um alto nível de segurança.

### Diversidade

Características dos principais serviços disponíveis no mundo

| Tecnologia  | O que faz   | Disponível no Brasil | Compatível com celulares disponíveis | Exige download de aplicativo | Custo para o cliente (US\$) |
|-------------|---|----------------------|--------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| URA         | Permite operações por comando de voz                                  | Não                  | 100%                                 | Não                          | 0,32 por minuto             |
| SMS         | Realiza operações com envio de códigos                                | Sim                  | 100%                                 | Não                          | 0,14 por SMS                |
| USSD        | Similar ao SMS, mas com interação em tempo real                       | Sim                  | 95%                                  | Não                          | 0,06 por transação          |
| Wap         | Conexão para acessar via internet páginas adaptadas com menus simples | Sim                  | 30%                                  | Não                          | 0,01 a 0,03 por transação   |
| SIM Toolkit | Menu disponível no cartão SIM que permite receber informação bancária | Sim                  | 98% do mercado sul africano          | Sim                          | 0,024                       |
| HTTPS       | Navegação via web para acessar portais dos bancos                     | Sim                  | 30%                                  | Sim                          | 0,01 a 0,03 por transação   |
| NFC         | Uso do celular como meio de pagamento sem fio                         | Em teste             | Exige troca do aparelho              | Sim                          | Indefinido                  |

Fonte: Europraxis

As tecnologias mais simples são as de SMS, USSD (sigla em inglês para serviço de dados suplementar não estruturado), SIM Toolkit, unidade de resposta audível (URA) e aplicativos Java. De acordo com o consultor da Europraxis, essas tecnologias podem ser adotadas pelas operadoras de telefonia, sem a necessidade de parceria com uma instituição bancária. Por isso, têm maior potencial de êxito entre os usuários de celular, mas sem conta bancária. As tecnologias são testadas atualmente pelas operadoras Oi, Vivo, Claro e TIM.

O serviço de mensagem de texto (SMS) foi o primeiro a ser implantado no país, a partir de 2006, e permite a realização de compras, pagamento de impostos e serviços e transferências bancárias com o envio de mensagens. O USSD é uma variação do SMS, mas em lugar de o usuário enviar uma senha para confirmar a operação, ele recebe um menu de opções para responder. Esses serviços podem ser usados em qualquer celular e têm o custo de um SMS, embora as operadoras adotem, para essas mensagens, a criptografia, que eleva o seu nível de segurança.

A URA é um serviço que permite realizar operações do celular usando um software de reconhecimento de voz. A tecnologia é adotada, por exemplo, em Botswana, pela operadora Mascom, em parceria com Visa, Barclays, First National Bank e Standard Chartered. No Brasil, no entanto, o padrão ainda não foi testado.

Outras tecnologias simples, mas que exigem a gravação de aplicativos no celular são o SIM Toolkit e Java. O SIM Toolkit permite a gravação de aplicativos no cartão de memória do celular (SIM card) para que o usuário possa receber informações bancárias e realizar operações. Os celulares que aceitam a linguagem Java também possibilitam o acesso a aplicativos, por internet, para realizar os pagamentos móveis. "A vantagem dessas plataformas é que elas podem ser usadas em qualquer celular", observa Carlos Zanvettor, diretor-executivo de varejo, marketing e produtos da Redecard.

O Wap é incluído na mesma categoria da tecnologia HTTPS, pois permite ao cliente conectar-se com o banco ou a operadora de cartão por internet sem fio, diz o analista da Europraxis, Frederico Barbosa. A consultoria elaborou um estudo sobre o avanço desses padrões no país, que são adotados pelas operadoras em parceria com empresas de pagamento como Cielo e Redecard, bancos (Banco do Brasil, Bradesco, Santander, Itaú e HSBC) e operadoras de cartões (Visa, Mastercard e Redecard).

De acordo com a pesquisa, a tecnologia mais avançada e que exigirá investimentos tanto de usuários quanto das empresas envolvidas na cadeia é a comunicação por aproximação, ou NFC. Os consumidores necessitarão ter em mãos celulares com chips com sistemas de radiofrequência para permitir a leitura dos celulares pelos terminais de pagamento das lojas.

A Nokia foi a primeira a lançar no país aparelhos com essa tecnologia. A Visa, em parceria com Banco do Brasil e Bradesco, lançou um aparelho da Nokia, vendido pela Claro, com essa tecnologia. Já a Redecard vende em parceria com a Vivo um chip que pode ser instalado nos celulares dos usuários interessados pelo serviço. Outros fabricantes de aparelhos celulares, como Samsung, LG, Research In Motion (RIM) e Apple começam a adotar o NFC em seus aparelhos.

Do lado das empresas de pagamento, será necessário substituir o parque atual de 6,2 milhões de terminais de pagamento por equipamentos que já contenham a tecnologia NFC embarcada. A Cielo, com um parque de 1,6 milhão de equipamentos, tem atualmente 35 mil máquinas adaptadas, diz Eduardo Chedid, vice-presidente executivo de produtos e negócios da empresa. A Redecard, por sua vez, dona de uma base de 1,2 milhão de aparelhos, tem 5 mil equipamentos prontos para realizar as operações com o NFC, diz Carlos Zanvettor, diretor-executivo de Varejo, marketing e produtos da Redecard.

---

## **Operadoras reforçam proposta para clientes sem conta bancária**

*Cibelle Bouças*

A adoção do aparelho celular como um meio de pagamento transformou as operadoras em mediadoras de transações financeiras. Atualmente, Oi, Vivo, Claro e TIM desenvolvem projetos de pagamento móvel, tendo como principais tecnologias as mensagens de texto (SMS) e a comunicação por aproximação (NFC).

Parte dos projetos é desenvolvida em parceria com bancos, mas há também interesse das empresas em criar serviços para os usuários que não dispõem de conta bancária. De acordo com o estudo realizado pela Europraxis, havia no país 206 milhões de celulares ativos no fim de 2010, dos quais 65 milhões não são bancarizados. Mas, parte desse público possui cartões de crédito ou realiza compras por internet.

A Oi lançou em 2006 o seu serviço, por meio da empresa Paggo. Há um ano, 50% da empresa foi vendida para o Banco do Brasil e a Cielo. O serviço conta com 250 mil usuários e 75 mil estabelecimentos autorizados. O custo para o cliente é de R\$ 2,99 ao mês e para o estabelecimento, de 2,99% do valor da transação. Em setembro, a Oi lançou com o Banco do Brasil um cartão que possibilita o pagamento móvel para os usuários da operadora, além de depósitos e transferências de créditos para outros celulares.

Gabriel Ferreira, diretor de serviços e produtos financeiros da Oi, diz que o cartão usado atualmente em Pernambuco, será expandido para as demais praças. A meta, diz o executivo, é

atingir 1 milhão de usuários em um ano. "Existem 15 milhões de clientes da Oi sem conta bancária. O serviço permitirá levar o pagamento móvel para esse público", afirma o diretor.

A Vivo desenvolveu serviços de pagamento móvel com cartões do Santander, Banco do Brasil e Bradesco. Em São José dos Campos (SP), a operadora testa há três meses com a Mastercard, a Redecard e o Itaú um chip que permite ao cliente pagar usando o número do celular e digitando uma senha temporária (token). Maurício Romão, diretor de produtos e serviços financeiros da Vivo, diz que a opção conta com 20 mil clientes e mil estabelecimentos credenciados. "A adoção do serviço nacional deve exigir a contratação de equipes para essa atividade", diz.

A TIM anunciou em 2010 uma parceria com o Itaucard que prevê a oferta de cartões de crédito e outros serviços de pagamento móvel. A previsão é lançar o cartão neste ano. A operadora também pretende oferecer serviços como compra, transferências de recarga e remessas nacionais ou internacionais de dinheiro usando o celular.

A Claro, por sua vez, lançou em 2005 com a empresa Wappa um serviço para pagamento de táxi usando o chip do celular. O serviço tem 11 mil táxis cadastrados. As empresas não quiseram falar.

---

## **Sistema 'sem contato' suplantará chip**

*Cibelle Bouças*

Embora seja a tecnologia que mais exige adaptações por parte das empresas de pagamento e dos fabricantes de celulares, a comunicação por aproximação (NFC, na sigla em inglês) é apontada como a evolução dos cartões de chip - até então considerados os sistemas mais seguros para realização de pagamentos.

O NFC usa a radiofrequência para a transmissão de dados pela aproximação de um equipamento a outro. Os celulares possuem um chip diferenciado com essa função. Os terminais de pagamento dispõem de um sensor que capta as ondas de radiofrequência.

No Brasil, a Redecard e a Visa desenvolvem projetos para uso do NFC não só em celulares, mas também na próxima geração de cartões plásticos. Na avaliação das duas empresas, o nível de segurança é igual ao dos cartões com chip. A vantagem está na redução do desgaste dos terminais de pagamento instalados nas lojas, principalmente em redes varejistas que realizam um grande volume de transações por dia, como hipermercados e redes de fast food.

"Essa é a vertente evolutiva do cartão. A questão é definir com que velocidade e extensão as empresas vão fazer essa conversão", afirma Carlos Zanvettor, diretor-executivo de varejo, marketing e produtos da Redecard. A empresa realiza atualmente testes com 5 mil clientes do banco Itaú em São Paulo e com clientes de outro grande banco, cujo nome é mantido em sigilo. De acordo com Zanvettor, a empresa avalia a adoção da tecnologia em outras praças, começando pelas capitais. Há 5 mil máquinas com NFC. "A substituição do parque de terminais é feita em três anos, mas isso pode ser antecipado, se for interessante para a empresa", diz o executivo.

Percival Jatobá, diretor-executivo de produtos da Visa, que mantém parceria com a Cielo, o Bradesco e o Banco do Brasil na área de tecnologia NFC de pagamento móvel, diz que a empresa já oferta no país cartões de crédito e débito para esses bancos com a tecnologia de contato por aproximação. A Visa também desenvolve cartões plásticos NFC para outros bancos. "A adoção do chip nos cartões levou menos de cinco anos. Se a estratégia de expansão for bem feita, o NFC pode alcançar 80% do volume de transações em menos tempo que os chips", afirma Jatobá.

Eduardo Chedid, vice-presidente executivo de produtos e negócios da Cielo, testou o NFC na rede da Starbucks e também considera uma "substituição seletiva" do parque de terminais nos próximos anos, com a adoção da tecnologia em lojas com grandes volumes de vendas.

Atualmente, a empresa tem 35 mil terminais com NFC. "A tecnologia é prática e tende a dominar o mercado de celulares e de cartões", diz Chedid.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 3 nov. 2011, Empresas, p. B3.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.