25/08/2014 - Reinventando o dinheiro

*Por Frank Meylan**

Não há mais dúvidas de que vivemos em uma era digital. E dentre as mais diversas alterações em nosso dia a dia, vemos mudanças significativas no modo como os consumidores pagam por produtos e serviços. Os pagamentos móveis estão passando por diversas transformações devido a um turbilhão de tecnologias e, com base nas estimativas mais conservadoras, esta modalidade de pagamento responderá por mais de US$ 1 trilhão em transações no mundo todo até 2017.

Um relatório elaborado pela Allied Market Research previu que o mercado de carteira móvel alcançaria US$ 5,25 bilhões no mundo todo até 2020, impulsionado por uma maior penetração dos smartphones no mercado e a aceitação de pagamentos móveis por parte de um número crescente de varejistas.

Essa grande oportunidade de mercado está atraindo investimentos em carteiras virtuais que armazenam dados de fidelidade, de cartões de crédito e de bancos, além de cupons digitais. Hoje, os grandes players financeiros tradicionais estão produzindo aplicativos para pagamento móvel e já disputam um espaço no ecossistema de transações digitais. A tecnologia viabilizou muitos desses sistemas de pagamento, especialmente a comunicação por campo de proximidade (near-field communication - NFC) entre dispositivos e leitores de estabelecimentos comerciais.

Porém, a falta de flexibilidade por parte das instituições financeiras tem sido um dos obstáculos mais relevantes dos métodos tradicionais de pagamento, além do fato de que os órgãos reguladores em muitos mercados impuseram limites para as transações. Os adquirentes e subadquirentes, empresas que capturam transações financeiras na internet e no meio físico, como o PayPal, podem ganhar força no mercado oferecendo mais possibilidades aos usuários. Há muita movimentação e especulação em torno de qual será o método de pagamento que ganhará força. Haverá vencedores e perdedores, mas é certo de que o ponto de inflexão para pagamentos no mercado de consumo não está longe.

Veremos grandes mudanças nos próximos anos. Um indício disso é que, buscando tirar uma parte do processo de pagamento dos bancos e reduzir as taxas que os varejistas pagam, algumas das maiores empresas focadas no mercado de massa dos Estados Unidos formaram a Merchant Customer Exchange (MCEX) a fim de criar uma plataforma de comércio móvel integrada.

Existe uma oportunidade para os varejistas, por meio do processo de pagamentos móveis, promoverem suas marcas, reduzirem as taxas associados aos tradicionais cartões de pagamento e obterem uma maior fidelização do cliente. Oferecer aos consumidores uma opção de pagamento pode ser um argumento de venda, mas os varejistas deverão garantir que essa diversidade de métodos não cause filas de caixa mais morosas.

Na medida em que as empresas adotarem o pagamento eletrônico, o volume e qualidade de informações disponíveis para entender o padrão de consumo dos clientes irá crescer. E aqui se aplica mais uma tendência na qual as companhias devem estar atentas: a análise de dados (Big Data e Data & Analytics). Como exemplo, podemos citar a possibilidade de que a identificação dos clientes juntamente com as suas informações de compras regulares permite o

estabelecimento de um padrão de comportamento e, desta forma, o estudo de mecanismos de incentivo e de produtos relacionados.
Os comerciantes que não utilizam a tecnologia devem estar cientes de que outros irão utilizá-la. Os sistemas que coletam os dados úteis dos clientes de forma segura e, ao mesmo tempo, não violam a privacidade deles, irão direcionar os objetivos do negócio enquanto aumentam o ROI de marketing, o entendimento do comportamento do cliente e a fidelidade à marca.
*Frank Meylan é sócio-líder de Management Consulting da KPMG no Brasil

Sobre a KPMG - A KPMG é uma rede global de firmas independentes que prestam serviços profissionais de Audit, Tax e Advisory. Estamos presentes em 155 países, com mais de 155.000 profissionais atuando em firmas-membro em todo o mundo. As firmas-membro da rede KPMG são independentes entre si e afiliadas à KPMG International Cooperative (“KPMG International”), uma entidade suíça. Cada firma-membro é uma entidade legal independente e separada e descreve-se como tal.
No Brasil, a organização conta com 4.000 profissionais distribuídos em 13 Estados e Distrito Federal, 22 cidades e escritórios situados em São Paulo (sede), Belém, Belo Horizonte, Brasília, Campinas, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Joinville, Londrina, Manaus, Osasco, Porto Alegre, Recife, Ribeirão Preto, Rio de Janeiro, Salvador, São Carlos, São José dos Campos e Uberlândia.

Ricardo Viveiros & Associados - Oficina de Comunicação (RV&A)