



## Loja física testa pagamento móvel para evitar filas

*Por meio de um aplicativo, o cliente faz o pagamento pelo celular; tendência é buscar facilidades*

*Por Maria Gazzoni, Nayara fraga - O Estado de São Paulo - julho/2014*

O gerente de banco Luiz Gustavo de Almeida paga a conta no Suplicy Café, no bairro Jardins, em São Paulo, sentado na sua mesa, sem passar pelo caixa ou abrir a carteira. Ele é um dos clientes que já utiliza a solução de pagamento móvel oferecida pela rede desde o início do ano, por meio de uma parceria com o Paypal.

"É mais prático. Não pego fila para pagar e, às vezes, venho para o café só com o celular no bolso."

○

Suplicy Café é uma das poucas varejistas que oferecem ao cliente soluções de pagamento móvel no Brasil. A empresa participa de um projeto-piloto global do Paypal para viabilizar a tecnologia - a forma de pagamento já representa 5% das transações. O usuário deve ter uma conta no Paypal - na qual tem cartões cadastrados - e baixar o aplicativo da empresa. Na hora de pagar a conta, faz o check-in na loja (por meio do aplicativo) e aguarda o atendente lhe enviar a mensagem de pagamento (ele usa um tablet). O cliente só deve confirmar o pagamento no celular e o valor será descontado de seus cartões pré-cadastrados.

"Para a loja é mais uma forma de pagamento. Há uma necessidade de treinamento dos atendentes, mas o cliente que usa se torna assíduo", disse Marco Suplicy, dono da cafeteria, que tem a solução em 5 lojas e pretende ampliar para 11 este ano.

Uma pesquisa do Paypal com 15 mil pessoas em 15 países divulgada hoje mostra que o brasileiro é o cliente que mais deseja facilidades para pagar com celular - o índice é de 30% dos entrevistados, acima da média global de 20%. De olho nisso, a empresa testa no Brasil uma solução para pagamento móvel no varejo físico.

"Deixamos de ser uma empresa focada no varejo online e nos voltamos ao comércio como um todo. Isso aumenta em dez vezes nossas oportunidades de negócios", disse o diretor do Paypal para a América Latina, Mario Mello. O Paypal pode cobrar tarifas sobre as transações na loja.

A empresa ainda não tem planos de expansão da tecnologia no Brasil e diz que está focada em entender dificuldades e oportunidades na operação. Ainda neste ano, o Paypal vai testar no Suplicy Café tecnologias que permitem, por exemplo, fazer pedidos pelo aplicativo e oferecer promoções. "Não queremos só oferecer um novo meio de pagamento, mas uma nova experiência de compra", disse Mello.

Existem outras ações que aliam o celular ao varejo físico no País. No Rio, há um projeto-piloto para uso do celular no pagamento da passagem de ônibus. Em São Paulo, a novidade está sendo testada no delivery de supermercados em três estações de metrô. Um adesivo com imagens de produtos imita a gôndola e o cliente escaneia o QR code para fechar a compra pelo celular e receber em sua casa.

As varejistas americanas estão na frente nessa corrida. Redes como J.C. Penney e Nordstrom já recebem pagamentos pelo celular e 61% delas estão desenvolvendo soluções ou têm planos para os próximos 12 meses, segundo pesquisa de agosto da Yankee Group IT com lojas que têm mais de 500 funcionários.



### **Pesquisa\***

O PayPal anunciou os resultados de uma pesquisa realizada em 15 países, incluindo o Brasil,

sobre o uso de tecnologias para o consumidor. De acordo com a pesquisa, 70% dos consumidores do mercado global consideram que a tecnologia possui um papel importante para tornar os pagamentos mais simples, conectados e rápidos, oferecendo mais opções e melhorando assim a experiência de compra.

Os brasileiros, entre as 15 nacionalidades que fizeram parte da pesquisa, são os que mais se incomodam com as filas. 74% dos entrevistados disseram que a melhor parte dos sistemas de pagamento alternativos é que são métodos de evitar as filas. O tempo gasto no trânsito também foi um dado interessante que merece destaque na pesquisa. 33% dos consumidores do Brasil declaram que ficar preso em um congestionamento é um dos principais problemas.

No entanto, o tempo gasto com rotinas diárias para se chegar ao trabalho ou à faculdade parece ser um dos grandes problemas para a falta de tempo das pessoas em todo o mundo. Como a pesquisa revela, os italianos perdem em média 123 minutos (pouco mais de 2 horas) no trânsito entre o trajeto ida e volta do trabalho. Já os israelenses aparecem na segunda posição, com 117 minutos (quase 2 horas).

Reunindo os fatores como filas de espera, trânsito e outras rotinas, os brasileiros possuem uma das médias mais altas apresentadas no estudo. Eles relataram perder em média 94 minutos nessas diversas atividades. Apesar de ser um problema agravante no Brasil, não é exclusivo por aqui. A pesquisa menciona ainda que 56% das pessoas perdem horas todos os dias esperando em filas para realizar pagamentos, indo e voltando do trabalho em meio a congestionamentos, participando de reuniões sem importância ou realizando afazeres diários.

O povo alemão foi o único a demonstrar uma porcentagem consideravelmente alta, de 19%, de pessoas que afirmam ser altamente eficientes e que não perdem tempo útil.

Em Cingapura, 73% das pessoas gostariam que a tecnologia as ajudasse a evitar grandes filas. Na China, esse número é bem próximo, chegando aos 72%, enquanto na Austrália a porcentagem é de 51%.

Os europeus que participaram da pesquisa revelaram informações interessantes sobre a forma como lidam com o dinheiro. A maioria afirmou não gostar de ser forçada a esperar que alguém venha a receber um pagamento ou de ser obrigada a pagar com dinheiro "vivo" ao realizar uma compra. No Velho Continente, os países mais insatisfeitos foram a Espanha (55%), Itália e Rússia (53%), França e Turquia (41%) e Inglaterra (39%).

Para o e-commerce, a pesquisa revelou que os sites que pedem para que os clientes se cadastrem antes de efetuarem uma compra estão mais propensos a perderem vendas potenciais. Na Itália, esse número passa da metade dos consumidores (52%), assim como no Canadá (51%). Na Espanha, o número chega a 50%.

A pesquisa do PayPal também perguntou às pessoas o que elas fariam com o tempo que desperdiçam diariamente com as atividades já mencionadas acima. Os norte-americanos

mencionaram que gostariam de passar mais tempo com a família (54%). Já os japoneses gostariam de se dedicar a questões pessoais (63%), os chineses disseram que dedicariam mais tempo às atividades físicas (48%), enquanto que boa parte dos hispânicos prefere passar o tempo realizando atividades de lazer (35%).

\* *Fonte: canaltech*