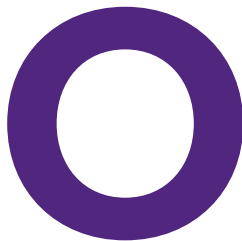


# REVOLUÇÃO NOS MEIOS DE PAGAMENTO DIGITAIS

| POR HERBERT LIMA E EDUARDO DE REZENDE FRANCISCO

A pandemia e o Pix estão mudando rapidamente o mercado de transações financeiras, e os atuais *players* terão de se transformar para sobreviver.



O cenário brasileiro de meios de pagamentos digitais deve mudar muito nos próximos anos, em resposta a dois fatos recentes: a pandemia da Covid-19 e o lançamento do Pix. Ambos impulsionam a digitalização e simplificação das transações

em ritmo jamais antes visto.

## AS MUDANÇAS

Com a pandemia e menos pessoas fazendo compras nas ruas, o número de negócios *online* transacionados no ambiente virtual cresceu vertiginosamente. As transações de pagamentos digitais aumentaram 50% no Brasil, entre maio de 2019 e abril de 2020, de acordo com a FIS, fornecedora de soluções de tecnologia para comerciantes, bancos e empresas do mercado de capitais em todo o mundo.

Essa mudança fez com que muitas pessoas passassem a usar formas de pagamento que não utilizavam anteriormente. De acordo com levantamento da consultoria EY divulgado em setembro de 2020, 43% das pessoas entrevistadas afirmaram que a maneira como usam os serviços financeiros se alterou significativamente após o início da pandemia e do isolamento social. Em resposta ao cenário de transfor-

mações, as empresas também tiveram de modificar suas formas de pagar e receber. Segundo a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), 58% das empresas fizeram ao menos uma mudança na estratégia de meios de pagamentos durante a pandemia. Entre as alterações, 75% foram em pagamentos via aplicativos e 25% estiveram relacionadas a parcerias estratégicas com bancos.

Com a migração dos pagamentos para meios digitais já acelerada, o Pix foi lançado em novembro de 2020, prometendo impactar ainda mais os negócios. Trata-se da plataforma de pagamentos instantâneos do Banco Central do Brasil (BCB), que possibilita transferências interbancárias sem custos e com tempo de liquidação de até 10 segundos. Está disponível por 24 horas e em qualquer dia da semana.

A principal mudança introduzida pelo Pix é a desintermediação do fluxo de pagamentos. As transações passam a acontecer de forma muito mais simples, uma vez que são liquidadas com a necessidade de apenas um intermediário. Em contraste, o sistema atual de pagamentos requer a presença de ao menos quatro intermediários: banco emissor do cartão, adquirentes (donas das maquininhas), bandeira do cartão (por exemplo, Visa ou Mastercard) e processador.

A desintermediação do fluxo de pagamento representa riscos à existência desses diversos intermediários. Pro-



## IMPACTO DO PIX PARA DIFERENTES NEGÓCIOS

Ramo	Impacto	Por que pode sofrer esse tipo de impacto
Adquirentes (donas de maquininhas)	Muito negativo	Perda acentuada de receita (de maquininhas e taxas) e riscos para o negócio de antecipação
Bandeiras	Muito negativo	Perda de espaço nos pagamentos de cartão de débito e riscos para cartão crédito (que não sejam internacionais)
Processadores de cartões	Muito negativo	Perda de volume para um novo sistema de pagamentos unificado e gerido pelo Banco Central
Bancos tradicionais	Negativo	Possibilidade de falta de agilidade na adaptação a um modelo de negócio centrado no cliente, e não mais no produto
Corretoras e seguradoras	Positivo	Possibilidade de agregar mais valor na oferta de serviços, adicionando nova oferta de conta-corrente
<i>Big techs</i> , como Facebook e Google	Positivo	Oportunidade para acelerar entrada nos serviços financeiros participando do Pix
Bancos digitais	Muito positivo	Espaço para gerar novas ofertas de conta-corrente, capazes de ocupar espaço nos pagamentos
Grandes varejistas, como Magazine Luiza e Casas Bahia	Muito positivo	Oportunidade de prolongar relação com o cliente indo além da loja, verticalizando cadeia de valor
Carteiras digitais, como PicPay, Mercado Pago e PayPal	Muito positivo	Interoperabilidade assegurada pelo Pix, diminuindo a barreira da rede de aceitação

FORNTE: ADAPTADO DE INFOMONEY/ROLAND BERGER.

duto como maquininha de cartão, DOC, TED e cartão de débito podem deixar de existir caso não consigam adaptar seus modelos de negócio. Na contramão, em alguns tipos de negócio, como bancos digitais, grandes varejistas e carteiras digitais, é esperado que o Pix potencialize suas propostas de valor e abra caminho para oportunidades que antes eram impraticáveis.

Para exemplificar a mudança, no sistema tradicional, são necessários um contrato comercial e a integração sistêmica entre carteiras digitais e varejistas. Não é possível usar soluções do Mercado Pago, PicPay ou PayPal para pagar por transações em qualquer estabelecimento; é preciso certificar-se de que o estabelecimento em questão está pronto para conversar com esses sistemas para saber se uma transação foi concluída com sucesso ou não. Já com a introdu-

ção do Pix, basta que o varejista esteja conectado ao Sistema de Pagamentos Instantâneos (SPI), instituído pelo BCB, para ter a informação da transação, não importando a origem desse pagamento.

O Pix funciona de forma simples. Em resumo, uma conta bancária tem uma chave (conjunto de caracteres) utilizada para identificar o destinatário em uma transação de pagamento. A chave, seja de identificação (número de telefone, *e-mail*, Cadastro de Pessoas Físicas – CPF e Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ), seja aleatória, é um identificador único de uma conta. Se o usuário cadastrou seu CPF em determinada instituição, não pode usá-la em outra, a não ser que faça a portabilidade da chave. É importante ressaltar que a segurança do Pix é baseada no fato de as chaves serem unidirecionais. Isto é, estas apenas po-

Produtos como maquininha de cartão, DOC, TED e cartão de débito podem deixar de existir caso não consigam adaptar seus modelos de negócio às mudanças. Já bancos digitais, grandes varejistas e carteiras digitais ganham espaço para potencializar suas propostas de valor com o Pix.

dem ser utilizadas para o recebimento de fundos e nunca para o envio. Logo, pagamentos via Pix sempre serão iniciados pelo ambiente seguro de um banco, ou de uma carteira digital (*site* ou *app*), para impedir que pagamentos sejam iniciados sem a autorização e autenticação necessárias.

## OS IMPACTOS

Todos os setores serão transformados pela introdução do Pix: transações *person-to-person* (P2P – de pessoa para pessoa), pagamentos no varejo físico, compras *online* em plataformas de comércio eletrônico, transações *business-to-business* (B2B – entre empresas) etc. Veja o mapeamento de impacto e oportunidades para diversos negócios no quadro da página anterior.

As novas oportunidades trazidas pelo Pix, e aceleradas durante a pandemia, compõem um cenário de evolução no qual os meios de pagamento estão inseridos. Contudo, com a chegada do Pix, o cenário pode mudar rapidamente. O PayPal Brasil, talvez por antecipar o tamanho da oportunidade que o novo meio de pagamento traz ao seu mercado, encomendou um estudo sobre Pix no último trimestre de 2020. O estudo mostrou que 27% dos entrevistados optariam por sacar o dinheiro e entregá-lo pessoalmente para evitar o pagamento de taxas bancárias e que 80% dos consultados têm interesse em usar o Pix caso a transferência seja livre de taxas.

Para melhor se posicionarem, os diferentes *players* vão ter de entender as necessidades dos usuários. Em pesquisa de Herbert Lima para a dissertação do Mestrado Profissional em Gestão para Competitividade (MPGC), na linha de Tecnologia da Informação, da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV EAESP), sob orientação de Eduardo de Rezende Francisco, foram entrevistadas 356 pessoas que já utilizam a internet para realizar pagamentos, de forma a compreender o que motiva os consumidores a adotarem carteiras digitais.

Os resultados obtidos indicam que a intenção de uso de carteiras digitais está relacionada às percepções de utilidade, conveniência e facilidade que o serviço oferece. Por exemplo, usuários consideram úteis *apps* com pagamento de boleto com cartão de crédito, conta bancária digital e transferência de quantias entre contas sem cobrança de taxas; convenientes *apps* com recarga de celular e de bilhete para transporte público, pagamentos via QR code e integração direta com maquininhas (POS); e fáceis *apps* com experiência de uso intuitiva e linguagem simples.

A pesquisa mostrou que não ter soluções que tragam essas qualidades impacta significativamente a adoção do produto e coloca a empresa em desvantagem na exploração de novas oportunidades trazidas pelo Pix.

A revolução nos meios de pagamento está apenas começando. O desafio ainda é enorme, pois, segundo a pesquisa encomendada pelo PayPal, apenas 15% dos usuários dizem entender como o Pix funciona. Mas não há dúvida de que os pagamentos se darão de forma cada vez mais fluida, e a competição será mais acirrada entre bancos e *fintechs*. Essa competição privilegia consumidores, empresas e o próprio país. A realidade está posta, amparada fortemente pela transformação digital. ●

### PARA SABER MAIS:

- EY Brasil. *Transformação do setor bancário e de pagamentos no Brasil*, 2020. Disponível em: [bit.ly/gvexecutivopagamentos](https://bit.ly/gvexecutivopagamentos)
- Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços. *Balanco do 2º trimestre de 2020 de meios eletrônicos de pagamento*, 2020. Disponível em: [bit.ly/gvexecutivomeios eletronicos](https://bit.ly/gvexecutivomeios eletronicos)
- Giovana Sutto. *Pix é o fim das maquininhas? Veja os impactos do novo sistema do BC no setor de meios de pagamentos*, Infomoney, 2020. Disponível em: [bit.ly/gvexecutivopix](https://bit.ly/gvexecutivopix)
- PayPal. *Pesquisa revela que 61% dos brasileiros não gostam de pagar as altas taxas cobradas pelos bancos para DOCs e TEDs*, 2020. Disponível em: [bit.ly/gvexecutivotaxas](https://bit.ly/gvexecutivotaxas)
- Herbert Lima. *Examinando a intenção de uso de carteiras digitais: estudo de caso do Paypal Brasil*, 2020.

HERBERT LIMA > Mestre pelo Mestrado Profissional em Gestão para Competitividade (MPGC) pela FGV EAESP > [hgdlima@gmail.com](mailto:hgdlima@gmail.com)  
EDUARDO DE REZENDE FRANCISCO > Professor da FGV EAESP > [eduardo.francisco@fgv.br](mailto:eduardo.francisco@fgv.br)