

12/04/2018 - 05:00

Grande credenciadora passa a vender maquininha de cartão

Por **Nathália Larghi**

O êxito da oferta inicial de ações (IPO, na sigla em inglês) da PagSeguro - que no



Pedro Coutinho, CEO da Getnet: cliente precisa ter o direito de escolher

começo do ano levantou US\$ 2,3 bilhões na Bolsa de Nova York, a maior oferta de uma brasileira no exterior - evidenciou o sucesso do modelo de negócios da fintech: a venda de maquininhas de cartão (chamadas de terminais POS), ao invés do tradicional aluguel.

Como consequência, credenciadoras - empresas donas dos POS - que antes não cogitavam vender maquininhas passaram a investir no modelo, que chamou a atenção até de companhias de fora do ramo, que também começaram a fazer experimentos na área. Os resultados dessa tendência, segundo especialistas, são a queda dos preços nesse mercado e uma maior bancarização de trabalhadores autônomos e informais - principal público-alvo das terminais vendidos.

A Cielo, líder do mercado de aquisição no Brasil, é uma das empresas que pretende entrar no mercado de venda de POS. A companhia anunciou em janeiro a compra de 70% do capital social da Stelo e pretende usar a marca para a venda de maquininhas. A Getnet, credenciadora do banco Santander, que também figura entre as líderes do segmento, se antecipou à tendência e já em setembro do ano passado passou a oferecer a máquina "Vermelhinha" por 12 parcelas de R\$ 59,90.

Neste ano, no entanto, a Getnet investiu em uma promoção e reduziu o preço das parcelas para R\$ 39,90. Os modelos alugados variam de R\$ 45 a R\$ 145 mensais. A ideia da companhia é oferecer o que melhor se adapta a cada tipo de negócio. "Não acreditamos que todos os negócios são iguais, o cliente precisa ter direito de escolha", afirma Pedro Coutinho, CEO da companhia.

Dentre as novas entrantes, a Bin também vai investir nas vendas. A credenciadora do grupo First Data espera começar as vendas ainda neste ano, oferecendo maquininhas por 12 prestações de R\$ 49 - as alugadas saem por R\$ 109 mensais. Segundo Henrique Capdeville, principal executivo da First Data no Brasil, o objetivo também é manter as duas linhas de negociação. Ele explica, por exemplo, que para os comércios maiores o aluguel é mais vantajoso. Isso porque esses comerciantes fazem pagamentos eletrônicos regularmente e precisam acompanhar inovações como a tecnologia contactless - em que a maquininha faz os pagamentos apenas com a aproximação do plástico ou de pulseiras e relógios associados a um cartão. Com o aluguel, a maquininha é trocada sempre que uma nova tecnologia é implantada.

O sucesso da venda das maquininhas chamou a atenção até de empresas de fora do ramo, como é o caso do iFood. Em parceria com a empresa de soluções de pagamento Zoop, a companhia vai desenvolver uma maquininha para ser vendida aos restaurantes parceiros do iFood. Segundo Thomas Barth, executivo de pagamentos da companhia, por ter uma escala grande de restaurantes no aplicativo, existe uma possibilidade de o iFood oferecer maquininhas a preços menores e, eventualmente, com taxas mais competitivas.

Uma das consequências da maior concorrência nesse setor pode ser justamente um barateamento nos preços e taxas. Segundo dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), a taxa de desconto (MDR, na sigla em inglês) praticada no Brasil já começou a ter uma queda gradual. No começo de 2017, essa tarifa, que é uma porcentagem do valor da venda que as credenciadoras cobram do lojista a cada transação feita no débito ou no crédito, era de 2,71% para o crédito e 1,50% para o débito. Atualmente, essa média ela é de 2,60% no crédito e 1,44% no débito.

O reflexo do aumento da concorrência nos preços praticados, contudo, poderia ser ainda maior. Boanerges Ramos Freire, presidente da consultoria Boanerges & Cia, especializada em meios eletrônicos de pagamentos, explica que, se por um lado o maior número de players nesse mercado puxa as taxas para baixo, por outro, a intensa entrada de pequenos varejistas puxa a média da MDR para cima. Isso acontece porque esses clientes costumam pagar taxas maiores, para compensar a movimentação de dinheiro menor que é feita nesses negócios.

Para Edson Santos, especialista em meios eletrônicos de pagamento e ex-executivo de empresas como First Data e Redecard, o fato de a maioria dos micro e pequenos empreendedores ainda não trabalharem com maquininhas de cartão também dificulta que haja uma queda mais rápida e expressiva nos preços. "Levará um bom tempo até que a concorrência brigue pelo mesmo cliente", afirma.

Segundo o Portal do Empreendedor do Governo Federal, no final de março havia 6,7 milhões de microempreendedores individuais formalizados. Para Santos, no entanto, se os empreendedores que ainda estão na informalidade forem considerados, a estimativa é que o número chegue a 15 milhões. Ao final de 2016, uma pesquisa do Sebrae mostrou que apenas 39% das pequenas empresas faziam uso das maquininhas.

Apesar de as taxas não estarem caindo em uma velocidade maior, Santos afirma que a concorrência mais forte tem outra vantagem: o aumento da bancarização dos empreendedores informais. Ele explica que uma parte relevante desses profissionais não tem conta em banco. Porém, como o pagamento do que foi vendido nas maquininhas pode ser feito por um cartão pré-pago oferecido pela credenciadora, a expectativa é que esse profissional acabe usando o plástico.

"Isso é importante porque o serviço que as credenciadoras oferecem inclui também uma conta de pagamento, então está ajudando a organizar a vida financeira das pessoas", afirma. "O dinheiro da venda vai para essa conta pré-paga. E aí esses empreendedores usam esse cartão para comprar coisas, comprar na internet e pagar suas contas", afirma Santos.