

FRANQUIAS & NEGÓCIOS

ABF
ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
FRANCHISING

Produção:



"Bem-víndes" ao METAVERSO

Um em cada quatro usuários de internet vai passar pelo menos uma hora por dia nos mundos virtuais, quer para trabalho, compras, educação, socialização ou entretenimento. Algo que, em 2024, já vai movimentar US\$ 800 bilhões! E agora, você está dentro ou está fora?

COMO CHEGAR NA EXCELÊNCIA?

Quem responde é um dos maiores especialistas em franquias do mundo: Greg Nathan

O CONSUMIDOR QUER TUDO

Sete em cada dez pessoas usam lojas físicas como principal método de compra

DEIXA QUE EU ENTREGO

Descubra as vantagens e desvantagens da adoção do sistema próprio de entregas

HEY BROTHERS, HEY SISTERS

As lições de empreendedorismo extraídas do Big Brother Brasil

FRANQUIA DE CARA NOVA

Conheça as histórias de franquias que apostaram no rebranding

Crediário digital

SUCESSO NOS ESTADOS UNIDOS E NA EUROPA, MODALIDADE DE PAGAMENTO BUY NOW PAY LATER (BNPL) COMEÇA A GANHAR ESPAÇO NO BRASIL

Para quem mora nos Estados Unidos e na Europa, a compra parcelada, tão comum no Brasil, nunca fez parte da rotina. Nestes locais, até pouco tempo, praticamente só era possível adquirir algum produto pagando à vista. Mas isso mudou com a chegada de uma nova modalidade, a *Buy Now Pay Later* (BNPL) – ou “compre agora e pague depois”, em tradução literal.

Trata-se basicamente de uma versão digital do conhecido crediário, através da qual, como sua nomenclatura já entrega, o consumidor faz a compra e não precisa pagar na hora. No modelo tradicional, o parcelamento é do tipo 0+3 (entrada de 25% e o restante dividido em 3 parcelas sem juros, a serem pagas 15, 30 e 45 dias depois), e realizado sem a necessidade de cartão de crédito ou conta em banco.

Globalmente, é o meio de pagamento que mais cresce, impulsionado sobretudo pela mudança nos hábitos de consumo e a crescente adoção do comércio eletrônico – reflexos da pandemia de covid-19. Para se ter

uma ideia, em 2020, registrou-se um avanço de 400% e a tendência para os próximos anos é de mais alta.

Segundo pesquisa realizada pela consultoria Kaleido Intelligence, a previsão é que movimente US\$ 680 bilhões em 2025, uma elevação de 92% em relação aos US\$ 354 bilhões contabilizados em 2019. Outro levantamento, este da Worldpay from FIS, empresa de processamento de pagamentos, aponta que as transações mundiais de comércio eletrônico totalizaram US\$ 4,6 trilhões no primeiro ano da pandemia, e o BNPL respondeu por 2,1% – ou cerca de US\$ 97 bilhões. Até 2024, esse índice deverá subir para 4,2%.

No Brasil, apesar de o País ser extremamente amadurecido em relação à oferta de parcelamento de compras através de diferentes meios, como carnê, CDC, boleto, cartão de débito, cartão de crédito, dinheiro, PIX, cheque e QR Code, o BNPL também começa a ganhar espaço.

O estudo *Generation Pay 2021*, elaborado pela Worldpay from FIS, confirma isso. Pelos dados coletados, 50% dos entrevistados brasileiros demonstraram



Foto: Di Souza

Humberto Farias, CEO da Go Public



Boanerges Ramos Freire, presidente da Boanerges & Cia

interesse por novas tecnologias de pagamento, e 54% afirmaram estar propensos a usar o “compre agora pague depois” para aquisições abaixo e entre US\$ 250 (cerca de R\$ 1,2 mil) e US\$ 1.000 (aproximadamente R\$ 4,8 mil).

FINTECHS DOMINAM O MERCADO

Tanto no mercado nacional quanto global, a expansão da modalidade tem sido liderada por fintechs, como AfterPay, Affirm e Klarna. Mas aos poucos também tem chamado a atenção de grandes *players*. Caso do PayPal, da Amazon, da Mastercard, da Apple e do Goldman Sachs. Por aqui, as *startups* financeiras Addi, Pagaleve, Dinie e Go Public são algumas das que já oferecem soluções de BNPL.

Fundada em 2020, a Go Public, que inclusive recebeu investimento da Via, dona das marcas Casas Bahia, Ponto e Extra.com, no ano passado, lançou recentemente a plataforma Go Pay. Ela permite que transações em PIX sejam parceladas de acordo com o risco do consumi-

dor e parâmetros definidos pelo vendedor.

De acordo com o CEO da Go Public, Humberto Farias, a novidade deve atrair principalmente os jovens das gerações millennial e Z. “*Quanto mais digital for o cliente, mais ele fica tentando a usar este tipo de tecnologia*”, afirma. “*E essa população, por exemplo, não quer emitir ou utilizar cartão de crédito, que muitas vezes tem fricção no meio do processo. Ela quer facilidade, transparência e previsibilidade.*”

VANTAGENS DO BNPL

Diferentemente das demais modalidades de pagamento, na “compre agora pague depois” o consumidor não precisa ter cartão de crédito e nem conta em banco, o que facilita a inclusão dos desbancarizados e pouco bancarizados no mercado. Atualmente, de acordo com levantamento do Instituto Locomotiva, 34 milhões de adultos brasileiros não têm conta ou a usam com pouca frequência.

Outras vantagens do BNPL para o comprador é a flexibilização do pagamento, e sem o acúmulo de juros, tornando »

TENDÊNCIA

o consumo mais seguro, e a possibilidade de fazer a compra mesmo quando não tem condições de pagar à vista, não tem limite disponível no cartão ou não quer compromê-lo.

“Com este meio de pagamento, o uso do parcelamento se torna mais consciente, com menor risco de virar uma bola de neve. Além disso, ele garante facilidade e conveniência a quem está comprando, já que a análise de crédito é instantânea, feita de forma automatizada durante o checkout”, aponta o presidente da consultoria financeira Boanerges & Cia, Boanerges Ramos Freire.

Do lado do vendedor, também há benefícios. O primeiro deles é atrair clientes que não comprariam normalmente, seja porque não têm conta ou cartão ou não têm recursos disponíveis no momento. O resultado disso é o incremento nas vendas e menor índice de abandono de carrinho e desistência.

Mais um aspecto positivo, indica Freire, é a garantia de recebimento, mesmo que, por ventura, o cliente fique inadimplente. *“Se o varejista vendeu, ele vai receber, já que a empresa que oferece a solução de BNPL é a responsável pelo pagamento. É ela que assume o risco”,* explica.

Apesar das vantagens, o presidente da Boanerges & Cia não acredita esta modalidade de pagamento dominar o mercado nacional. *“Isso pegou forte em outros países porque eles não têm a cultura do parcelamento. Mas a realidade do Brasil é outra. Aqui, somos especialista no assunto”,* relata. *“Muitas empresas estão se mostrando interessadas nesse serviço, e há espaço para ele, mas não será nada avassalador como nos Estados Unidos e na Europa.”*

O consultor pondera que o que é novo lá fora não responde necessariamente às necessidades do varejo e do consumidor brasileiro, mas certamente pode melhorar a experiência do usuário e ser mais uma modalidade de pagamento/parcelamento, tanto no e-commerce quanto no mundo físico.

Farias, da Go Public, complementa que BNPL ainda passará por um período de experimentação no País. *“A tendência é crescer, até porque está injetando combustível no mercado, mas haverá um período de ajuste. E diversas companhias, incluindo bancos tradicionais, deverão vir para esse jogo. Mas só irão se destacar as que tiverem conhecimento real e boas ferramentas de análise de crédito”,* finaliza. 📌

6place

a plataforma digital que vai facilitar o seu dia a dia em abastecimento e distribuição

Ganhe mais agilidade no abastecimento e distribuição de alimentos e bebidas, controle melhor seu CMV e aumente suas vendas.

Digitalize seu negócio com a 6place.



Acesse o site através do QR CODE e evolua com agilidade

Entre em contato conosco para saber mais:

Tel.: (11) 5990-0959 | WhatsApp (11) 94238-7590

E-mail: contato@6place.com.br

www.6place.com.br

