

# Fim da exclusividade estimula entrada de novos players

**Adriana Braz**

Para o **Valor**, de São Paulo

O fim da exclusividade do compartilhamento de terminais de cartão de crédito, a partir de julho, tornará esse mercado mais competitivo, com redução nas taxas cobradas dos estabelecimentos. A entrada de novos players provocará o aumento da concorrência entre as credenciadas, também chamadas de adquirentes ou processadoras, que desafiará o domínio da Cielo e da Redecard.

Reinaldo Gregori, diretor da Cognatis Geomarketing, empresa especializada em inteligência geomercadológica, lembra que,

até então, as bandeiras podiam atuar como uma empresa monopolista: a máquina da Cielo só aceitava cartões Visa, e da Redecard, o Mastercard. "Além de acabar com a exclusividade e abrir espaço para a entrada de novos players, o que veremos é uma competição de fato entre as duas grandes adquirentes", avalia.

Décio Burd, diretor de relações com investidores da CSU Cardsystem, empresa que administra cartões de crédito para terceiros, com mais de 23 milhões de unidades em sua base, afirma que o fim das exclusividades irá trazer impacto para todos. "Os custos vão cair e permitirão a entrada de

novos players nesse mercado."

A chegada da GetNet, do Santander, que vai credenciar, capturar e processar as transações via cartão, e da First Data, que atua no Brasil desde 2002, é líder mundial em comércio eletrônico e serviços de processamento de pagamentos, trará mais competitividade ao mercado de processadoras. Na opinião de Gregori, haverá também players menores, com atendimento regional. "A maior concorrência trará benefícios, como taxas mais competitivas, novos modelos comerciais, custos menores e mais flexíveis e o ingresso de novas tecnologias de processamento", prevê. Uma delas, apontada por Gre-

gori, é o pagamento por celular, ainda incipiente no Brasil.

Burt lembra que apenas duas adquirentes brasileiras — Cielo e Redecard — realizam 5,3 bilhões de transações. Os Estados Unidos, por exemplo, processa 58,1 bilhões, feita por 103 adquirentes. No México, são 800 milhões de transações, divididas entre 12 adquirentes e, no Reino Unido dez empresas processam 7,7 bilhões. "Isso mostra como esse mercado estava reservado. Um país de dimensões continentais como o Brasil, ter apenas dois adquirentes era muito pouco", pondera.

Para enfrentar a maior concorrência, as empresas precisarão in-

vestir mais no relacionamento com os lojistas e na fidelização. "É um negócio como qualquer outro, no qual a fidelidade do cliente é o seu maior ativo", pondera Gregori. Ele prevê ainda uma segmentação do mercado de adquirente e uma oportunidade para as grandes processadoras procurarem novas alternativas, agregando serviços e melhorando o atendimento ao lojista.

Burt afirma que o fim da exclusividade também trará acessibilidade para as redes que não aceitavam cartões de atacadista. Para ele, as mudanças irão acontecer ao longo do tempo. "Afinal, a estrutura atual foi montada há 25 anos", pondera.

A Bradesco Cartões e o Banco do Brasil, além de serem donas da Cielo, também criaram uma nova bandeira, a Elo. Segundo Cesário Nakamura, diretor da Bradesco Cartões, a iniciativa vai ao encontro da demanda dos reguladores (Banco Central, Ministério da Fazenda e Ministério da Justiça) e clientes, principalmente, no que tange a oferta ao mercado de produtos e serviços mais flexíveis, inovadores e com foco numa ampla aceitação nacional. "Com o fim da exclusividade nos adquirentes, a nova bandeira poderá rapidamente alcançar aceitação ampla, sem a necessidade de investimentos pesados."