

SafetyPay aposta no e-commerce brasileiro

Companhia americana oferece sistema alternativo de pagamento para transações no comércio eletrônico via débito em conta corrente no embalo da expansão da internet

Moacir Drska

mdrksa@brasileconomico.com.br

São Paulo

O comércio eletrônico vive hoje uma fase de franca expansão no Brasil. O volume crescente de investimentos de multinacionais do setor é um dos termômetros desse cenário positivo. Esse contexto começa também a atrair companhias que atuam no entorno do e-commerce. É o caso da americana SafetyPay, que desenvolve sistemas de pagamento eletrônico. Um ano depois de iniciar sua operação local, a empresa enxerga o país como uma de suas principais vias de crescimento.

“O Brasil vai estar entre os quatro maiores mercados do comércio eletrônico nos próximos três anos. Não temos como ignorar esse potencial”, diz Luiz Antonio Sacco, presidente da SafetyPay no Brasil. “O objetivo é posicionar o país como um dos cinco principais mercados da companhia”. Parte da estruturação da operação está sendo financiada pelo aporte de US\$ 7 milhões que a companhia recebeu do IFC, braço de investimentos do Banco Mundial.

A SafetyPay foi fundada em 2007 por ex-executivos da American Express. A companhia oferece um sistema alternativo de pagamento para as transações no comércio eletrônico, baseadas em grande parte em operações com cartão de crédito. Sob o modelo da empresa, no momento de concluir uma compra em um e-commerce parceiro, o consumidor pode optar por finalizar a transação no internet banking da instituição na qual é cliente, por meio de débito em conta corrente.

A plataforma permite ainda que o cliente compre produtos em um site no exterior e pague em moeda local. Os valores são convertidos automaticamente. A SafetyPay conta com sites parceiros de comércio eletrônico em 12 países, com uma base potencial de 300 milhões de usuários.

Esse modelo, diz Sacco, possui grande aderência no Brasil, pelo fato de os bancos locais incentivarem cada vez mais as transações via internet. “Hoje, muitos consumidores têm resistência em comprar pela internet por medo de fraudes”, afirma. “Em



Murillo Constantino

Luiz Antonio Sacco, da SafetyPay: mercado de R\$ 7 bilhões

“Com os eventos que o país vai sediar nos próximos anos e o volume de estrangeiros que virão para o país, a possibilidade de escolher a moeda de pagamento também vai abrir oportunidades”

Luiz Antonio Sacco

Presidente da SafetyPay no Brasil

NÚMEROS

R\$ 28 bi

É a projeção de faturamento do comércio eletrônico no Brasil em 2013, segundo a consultoria E-bit.

39%

das 35,7 bilhões de transações financeiras locais em 2012 foram realizadas pela web, de acordo com a Febraban. A internet já é o principal canal bancário no país.

O foco da SafetyPay em curto e médio prazos será reforçar as parcerias locais. Atualmente, no plano dos bancos, a empresa tem acordos com Bradesco, Banco do Brasil, HSBC e Banrisul. “A ideia é oferecer uma opção para que eles fortaleçam o relacionamento com seus correntistas e sejam mais visíveis nas transações de comércio eletrônico”, diz Sacco.

Na ponta dos varejistas, a moeda da SafetyPay é oferecer acesso a uma base de clientes que hoje não é atendida pelo e-commerce, muito em função da restrição do uso do cartão de crédito. Sacco destaca ganhos adicionais, como a redução de custos em processos como análise de crédito. A SafetyPay possui parcerias no país com companhias como Groupon, Privalia, Avianca e Netfarma, além das lojas virtuais da Xerox e Lexmark, entre outras marcas.

Os acordos com fornecedores de plataformas de comércio eletrônico também estão no radar. “Hoje, 25% das compras do e-commerce no país não envolve cartão de crédito. Temos, no mínimo, um mercado de R\$ 7 bilhões para explorar”, diz o executivo.

contrapartida, uma grande parcela de usuários já se habituou a realizar transações pelo internet banking, por conta dos investimentos que os bancos fazem em tecnologia e, principalmente, em segurança”.

A internet já é o principal canal bancário no Brasil. Segundo a Federação Brasileira de Bancos (Febraban), a web respondeu por 39% das 35,7 bilhões de transações financeiras no país em 2012.

Outros fatores pesaram na decisão da SafetyPay investir no país. O pacote inclui o aumento do poder aquisitivo da classe C, a migração crescente do varejo tradicional para a web e a variedade de ofertas disponíveis nesse canal.