

**ESTUDO SOBRE AS EMPRESAS INTEGRADORAS DE
PAGAMENTOS *ONLINE*: AS VANTAGENS E OS RISCOS PARA O
COMÉRCIO ELETRÔNICO.**

Natalia Pereira Francisco do Nascimento¹

RESUMO

O comércio eletrônico apresenta crescimento expressivo nas últimas décadas, o faturamento neste tipo de comércio cresce em velocidade significativa, devido principalmente à evolução da internet e dos meios de comunicação *online*. Por se tratar de um mercado movimentador de cifras relevantes todos os anos, os meios de pagamento se configuram como parte fundamental no processo de concretização de compra e venda de produtos e serviços na rede. Sob este aspecto além das formas tradicionais de pagamento, realizadas diretamente entre a empresa interessada e as operadoras de cartões e os bancos, nos últimos anos um tipo específico de empresa figura dentro deste segmento: as empresas de soluções de pagamentos *online*, ou ainda empresas integradoras e facilitadoras. O objetivo deste artigo é analisar o desempenho destas empresas, identificando suas principais vantagens e os riscos para as empresas do comércio eletrônico que utilizam os seus serviços.

Palavras-chave: comércio eletrônico. empresas integradoras. meios de pagamentos.

ABSTRACT

e-commerce has presented significant growth in the last few decades, the income in that kind of business increases at significant speed, mainly due to the evolution of the Internet and the *online* media. For being a market that moves relevant amounts of money every year, the payment methods are set as one of the main parts at the conclusion of buying and selling process. On this aspect, besides traditional ways of payments made directly between the interested company and credit card operators and banks, in recent years, a specific type of business was included in this segment: The *online* payment solution companies, or integrative and facilitating companies. The objective of this paper is to analyse the performance of these companies, identifying their main advantages and risks for companies in the *e-commerce* that use their services.

Keywords: *e-commerce*. integrating business. payment methods.

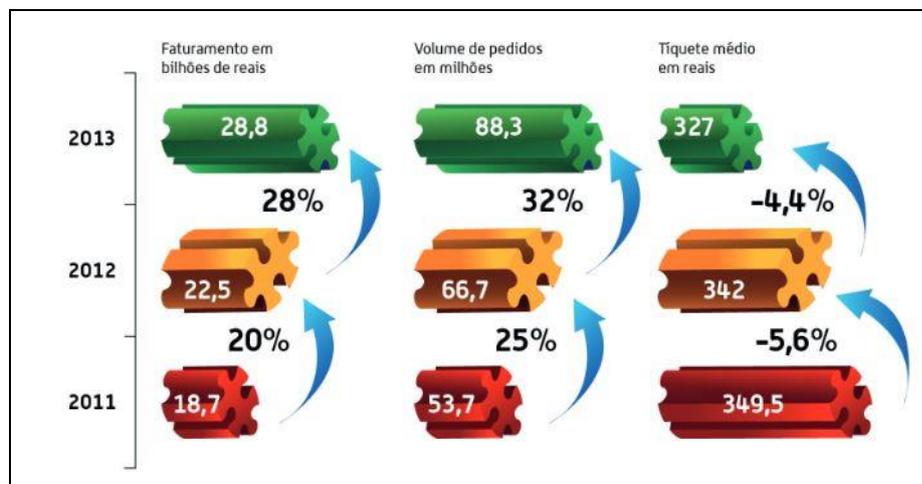
¹ Egressa do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Faculdade de Tecnologia da Zona Sul - Fatec Zona Sul. e-mail: natalianascci@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

O comércio eletrônico, em inglês *e-commerce*, mudou completamente a forma de fazer negócios no Brasil e em todo o mundo. Essa modalidade de comércio permite a realização de transações financeiras por meio de dispositivos e plataformas eletrônicas baseadas em computadores, *smartphones* e outros dispositivos. Neste cenário, as lojas virtuais desempenham papel estratégico para a área comercial, pois em comparação com as lojas tradicionais, aquelas não necessitam da presença física das partes interessadas (comprador e vendedor) e nem de local específico ou da mercadoria para realizar a compra e a venda de produtos. Segundo o sítio avaliador e-bit, empresa especializada em informações do comércio eletrônico, em 2013, 9,2 milhões de pessoas compraram algum produto *online* pela primeira vez, elevando o número de novos e-consumidores para 51,3 milhões. Esses números fazem parte da 29ª e 30ª edição do Webshoppers, um dos mais famosos e conceituados relatórios sobre o comércio eletrônico no Brasil.

Ainda de acordo com esses relatórios, um balanço do *e-commerce* brasileiro em 2013, mostrou, conforme Figura 1, que o setor cresceu, nominalmente, 28% em relação ao ano anterior, faturando R\$ 28,8 bilhões; e que apesar da inflação, acima do centro da meta, e do baixo crescimento econômico, o número de pedidos aumentou 32%, chegando a 88,3 milhões (GUAISTI, 2014).

Figura 1 - Comparativo de faturamento anual, volume de pedidos e tíquete médio.



Fonte - e-bit Informação - Relatório Webshoppers 29º edição.

Essas cifras expressivas mostram a importância do comércio eletrônico na movimentação da economia brasileira, porque neste tipo de comércio estão envolvidas as instituições bancárias e as operadoras de cartões de crédito.

As grandes lojas virtuais, como Submarino, Americanas.com, Extra, entre outras, em função de seus altos poderes de negociação e atuação no mercado, oferecem as mais diversas formas de pagamento, facilitando a aquisição de novos produtos para os consumidores. Dispondo de sistemas modernos e seguros estas lojas enfrentam poucos problemas em relação a essa parte crucial no processo de concretização das compras realizadas na web.

É de fundamental importância para as lojas virtuais citadas a disponibilização de meios de pagamento ágeis e eficientes e, embora os contratos realizados diretamente com os bancos e operadoras de cartões de crédito sejam oferecidos a todas as lojas do ramo, para o *e-commerce* no geral e para os consumidores, já existem no mercado diversas soluções de meios de pagamento atendem com eficácia a essa necessidade: os integradores de pagamentos *online*.

O surgimento dos integradores de pagamentos *online*, que nada mais são do que empresas que fazem a intermediação entre o vendedor e o comprador, oferecendo os meios de pagamento e cobrando pequenas taxas sobre as transações, trouxe uma alternativa aos lojistas para se manterem no mercado e expandirem os seus negócios. No entanto, esta solução também aflora as seguintes questões, que serão básicas para a elaboração deste artigo:

1. Utilizar esse tipo de serviço redundante em vantagens para os lojistas do *e-commerce*?
2. Nesse tipo de serviço, existem riscos?

Assim, os objetivos deste artigo se focam em pesquisar, analisar e avaliar os serviços prestados, o desempenho e também os possíveis riscos nas soluções de pagamentos *online* oferecidas por empresas integradoras, a fim de que os dados coletados e informados auxiliem as empresas de *e-commerce* na escolha da melhor prestadora. E também, de que estas não comprometam a imagem e a credibilidade das empresas que a utilizarão. Enfatiza-se que o pagamento é uma etapa fundamental no processo de compra e venda e deve funcionar perfeitamente, pois para o lojista representa facilidade em vender seus produtos e os serviços, sem gastos adicionais, e para o cliente significa a possibilidade de realizar uma transação ágil, segura e em sistemas que ofereçam os principais meios de pagamento disponíveis no mercado.

2 REVISÃO DA LITERATURA

O comércio eletrônico (*e-commerce*) surgiu devido à evolução das tecnologias na internet, com objetivo de complementar o processo de vendas e eliminar intermediários da cadeia de suprimentos, auxiliando na globalização da economia por intermédio de parcerias, negócios e da diminuição dos limites geográficos.

O comércio eletrônico é a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico, por meio da aplicação intensa das tecnologias de comunicação e de informação, atendendo aos objetivos de negócio. Os processos podem ser realizados de forma completa ou parcial, incluindo as transações negócio-a-negócio, negócio-a-consumidor e intra-organizacional, numa infraestrutura predominantemente pública de fácil e livre acesso e baixo custo (ALBERTINI, 2010, p.87).

Em outras palavras o comércio eletrônico é um mercado que comporta um imenso volume de negociações e conforme apresentado na introdução, o faturamento deste tipo de

comércio movimenta cifras significativas, isso acontecendo há muitos anos. O funcionamento do *e-commerce* se torna, ano após ano, cada vez menos complexo. Para se realizar uma venda e conseqüentemente a compra de algum produto ou serviço, basta que as partes interessadas (vendedor e comprador) disponham das ferramentas adequadas:

- a) Computador, notebook ou smartphone;
- b) Conexão com a internet;
- c) Plataforma de venda, no caso uma loja virtual ou um sítio;
- d) Formas de pagamentos.

Com essas ferramentas o vendedor e o comprador realizam algum tipo de negócio no ambiente do comércio eletrônico, sendo que, o vendedor deverá expor seus produtos ou serviços na loja virtual ou no sítio e manter essa plataforma funcionando e ativa na rede; o comprador por sua vez, por meio da internet, acessará o conteúdo da loja virtual ou sítio e escolherá o produto ou serviço de sua preferência. Em seguida, selecionará uma das formas de pagamento disponibilizadas pela empresa que mantém a loja ou sítio, e então concretizará a compra.

Resumidamente a realização de uma transação no comércio eletrônico segue fluxo lógico:

- a) Acesso ao sítio ou loja virtual;
- b) Escolha do produto ou serviço;
- c) Escolha da forma de pagamento;
- d) Finalização da compra;
- e) Confirmação da venda;
- f) Liberação do produto ou serviço para entrega.

Observa-se que a escolha da forma de pagamento é etapa essencial para a finalização da compra e, conseqüentemente, para a realização satisfatória da venda de qualquer produto ou serviço dentro do mercado eletrônico. Pela importância desta fase no processo de compra e venda é que se faz necessário conhecer quais são e como funcionam os principais meios de pagamento utilizados no comércio eletrônico.

2.1 Meios de pagamento *online*

Segundo a cartilha publicada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2012), ao se criar uma loja virtual, é preciso instalar um sistema de pagamento digital. Para tanto, a empresa dispõe de opções para implantá-lo: contratar um desenvolvedor, um serviço de gateway de pagamentos ou um serviço de soluções de pagamento *online*. Esta última opção, é a recomendada para as pequenas e médias empresas.

Pagamento digital é todo pagamento que é feito pela internet, por meio de uma transação bancária ou por cartões de crédito, que permite ao cliente a comodidade de pagar pelo pedido independentemente de onde estiver, e ao empresário a segurança do recebimento (SEBRAE, 2012).

Sobre os principais meios de pagamentos *online* destacam-se:

- a) Boleto bancário;
- b) Cartões de Crédito;
- c) TEF (Transferência Eletrônica de Fundos).

Os meios de pagamento citados funcionam seguindo determinados passos, para a obtenção de melhores resultados:

- ✓ Boleto bancário: o cliente imprime o boleto no final da compra e paga no banco de sua preferência ou por meio do Internet *Banking*. O boleto bancário ainda é um meio de pagamento utilizado por muitos consumidores no *e-commerce*, uma vez que nem todos os compradores possuem cartão de crédito, e ainda, alguns receiam utilizar o cartão na internet.
- ✓ Cartões de Crédito: ao optar por esse meio de pagamento o cliente é direcionado para tela de escolha da bandeira, digitará o número do cartão e o código de segurança, por meio de uma conexão segura, diretamente no sistema da operadora. Após a aprovação do crédito a compra está finalizada. No Brasil as empresas Rede (antiga Redecard) e Cielo (antiga Visanet Brasil) representam as principais responsáveis pelas bandeiras mais utilizadas, sendo que a primeira (Rede) é responsável pela comunicação com os estabelecimentos para as bandeiras MasterCard, Visa, Diners Club International, entre outras. A empresa Cielo, que também disponibiliza as mesmas bandeiras citadas anteriormente, atua com a bandeira Elo e American Express, entre outras.
- ✓ Transferência Eletrônica de Fundos (TEF): o cliente é direcionado para o ambiente virtual do seu banco (*internet banking*), digita o número da agência, conta corrente e a senha bancária, em seguida, autoriza a transferência do valor da compra para a conta da loja vendedora. Após a liberação por parte do banco a compra está finalizada. É um meio de pagamento rápido e seguro e por isso, tende a ser cada vez mais utilizado.

2.2 Integradores de meios de pagamento

As empresas integradoras de meios de pagamento funcionam como intermediárias ou facilitadoras entre os fornecedores de soluções de pagamento (bancos e operadoras) e o lojista virtual. Por intermédio de sua plataforma, após realizarem contrato com o lojista, disponibilizam na loja inúmeras opções de pagamento que incluem os principais bancos e operadoras de cartões do país.

Segundo Felipini (2005), as principais vantagens em se utilizar estas empresas são:

- a) Menor burocracia para o lojista no momento da contratação e implantação;

- b) A implantação é simples, bastando inserir códigos html no sítio;
- c) Possibilidade de venda por cartão *online* por parte de um lojista que deseja atuar como pessoa física;
- d) Maior liquidez em decorrência do menor prazo de recebimento de 14 dias em vez dos tradicionais 30 dias.

Felipini (2005) ainda argumenta que, embora os valores cobrados do lojista pareçam pequenos a primeira vista, representam ônus expressivo. Na venda de um CD por R\$20,00, por exemplo, o banco retém 15% da receita, para emitir o boleto de pagamento, percentual maior, na maioria dos casos, do que a margem de lucro das lojas virtuais. Nada indica que esse quadro deverá mudar nos próximos anos, no que se refere ao quesito custo, no entanto, em termos de facilidade de implantação de sistemas de pagamento existem novidades positivas para o pequeno lojista:

1. Processo de liberação ou não da venda é realizado pelo próprio integrador que realiza a análise de risco;
2. Risco de fraude zero, uma vez que esse risco é assumido pelo integrador.

Para empresas de maior porte e com alto volume de transações esse serviço pode não ser tão interessante, no entanto para o pequeno lojista a contratação de um integrador de meios de pagamento facilita de maneira atraente o processo de implantação e gerenciamento de área importante na loja virtual.

Algumas das empresas que atualmente prestam os serviços de integração de meios de pagamento:

- a. PayPal;
- b. PagSeguro;
- c. Dineromail; e,
- d. Moip.

3 METODOLOGIA

O propósito deste artigo é levantar dados sobre as principais empresas integradoras de meios de pagamento *online*, analisando-as e fazendo comparações entre as mesmas, a fim de apresentar as principais vantagens e os possíveis riscos para as empresas de comércio eletrônico.

Para a elaboração do artigo, por escolha, a metodologia utilizada é aquela definida por Martins Jr. (2011) como pesquisa bibliográfica. O autor relata que o conhecimento disponível sobre o segmento a ser analisado é muito disperso e embora seja possível encontrar a maior parte dos dados que serão apresentados, estes dependem de profunda pesquisa, por essa razão, neste caso, também será utilizada como metodologia de alcance a pesquisa exploratória que se mostra essencial para estabelecer prioridades para futuras pesquisas.

A pesquisa bibliográfica aqui aplicada se realizou por meio da coleta de dados em instituições e órgãos oficiais de pesquisa e defesa do consumidor, revistas eletrônicas e nos sites oficiais das empresas estudadas; e a pesquisa exploratória foi feita por intermédio de dados coletados do canal Reclame AQUI, site que há 13 anos atua como canal de comunicação entre consumidores e empresas de todo o país, configurando-se como o canal oficial do consumidor brasileiro na internet (Reclame AQUI, 2014).

Além do levantamento dos dados, apresentam-se comparativos entre as empresas, por meio de tabelas e figuras, com o propósito de auxiliar a análise dos resultados. As empresas que fazem parte deste estudo são aquelas citadas na revisão da literatura: PayPal, PagSeguro, Dineromail e Moip. Uma ressalva importante é referente à solução de pagamentos *online* Mercado Pago, que também é um facilitador de pagamento *online*, no entanto pertencente ao grupo Mercado Livre, uma companhia de tecnologia líder em comércio eletrônico na América Latina, atuando prioritariamente dentro da plataforma da empresa e para as lojas e empreendedores que dela se utilizam. Sendo assim, este não fará parte do estudo em questão (MERCADO LIVRE, 2014).

4 DISCUSSÃO E RESULTADOS

A discussão e os resultados da pesquisa sobre as empresas integradoras de pagamentos *online* estudadas seguirão a sequência: inicialmente, o perfil de cada empresa, depois o ano de criação, países em que atua e como se autodenomina. Em seguida, a exibição de comparativos entre as empresas com base em três fatores principais: formas de pagamento disponibilizadas (taxas e tarifas), ferramentas de integração e estrutura do site. A seguir o estudo inicia a pesquisa exploratória, exibindo informações sobre o atendimento e reputação das empresas pesquisadas, além da nota atribuída pelo consumidor com base no canal Reclame AQUI, e também, em pesquisas de órgãos oficiais. Finalmente, analisam-se de forma geral os dados apresentados, relatando as principais dificuldades encontradas durante o processo, as vantagens e os riscos para as empresas de comércio eletrônico.

4.1 Perfil das empresas integradoras

PayPal

Fundada em 1998, a empresa PayPal chega a processar 10 milhões de pagamentos diários, oferecendo aos seus clientes, tanto compradores quanto vendedores, as opções de enviar dinheiro sem compartilhar informações financeiras, e com a flexibilidade de pagar usando o saldo em conta do PayPal, contas bancárias, cartão de crédito PayPal e cartões de crédito tradicionais. A empresa possui 157 milhões de carteiras digitais ativas, está disponível em 203 países, permitindo que os clientes paguem em mais de 100 moedas. A PayPal faz parte do conglomerado eBay Inc. (Nasdaq: EBAY), proprietária da eBay. Em setembro de 2014 a eBay Inc. anunciou a separação prevista do eBay e da PayPal, em empresas de capital aberto independentes. A separação está prevista para o ano de 2015 (PayPal, 2014).

PagSeguro

Empresa brasileira, pertencente ao portal de notícias UOL. A empresa iniciou as operações em julho de 2007, após o grupo ter adquirido a BrPay, empresa que, segundo o próprio Portal, foi escolhida pela revista InfoExame como a melhor solução para pagamentos *online* daquele ano. A compra da empresa dobrou a oferta de meios de pagamento, acrescentou o parcelamento em todos os cartões, diminuindo as taxas e adicionando a central de atendimento telefônico. Ao final do mês de novembro do ano de 2008 a empresa já contava com mais de 500 parceiros de desenvolvimento, 20 mil lojas ativas e 3 milhões de compradores (PagSeguro, 2014).

Dineromail

A inicialmente argentina Dineromail foi fundada em 2003 por um grupo de empreendedores de sucesso do setor de internet e financeiro, e hoje faz parte da PayU Group, líder em soluções de pagamentos *online* na Europa, Ásia, África e América, e que pertence ao grupo Naspers. Com presença regional em 7 países, mais de 130.000 vendedores, mais de 3 milhões de compradores e cerca de 50 formas de pagamento associadas. A empresa pode ser considerada umas das líderes em pagamentos *online* na América Latina.

Moip

Nasceu em 2008 a partir da ideia de um grupo de jovens empreendedores de Minas Gerais. O objetivo era criar novo conceito de solução de pagamentos baseados na simplicidade e na inovação. Com o crescimento da empresa e os novos contratos, em 2009 a sede da empresa muda para São Paulo onde conquista acionistas de renome como: Arpex, Ideiasnet e IG. Hoje a empresa conta com mais de 50 mil clientes e oferece 15 formas de pagamento em sua plataforma, além de uma moderna estrutura de integração para *o e-commerce*.

4.2 Comparativos

Tendo como referência os perfis das empresas anteriormente relatados, é possível começar a análise comparativa dos dados de cada empresa, com o intuito de revelar suas principais diferenças, a fim de que estas informações auxiliem nas análises posteriores (ver comparativos na Tabela 1, referentes às taxas e tarifas aplicadas pelas empresas).

Tabela 1 - Taxas e Tarifas

Valores cobrados (por transação)	
Empresas	Transações gerais (Boletos, cartões, transferências e etc.)
PayPal	5,4% a 6,4% + 0,60 BRL (Nacional) e 6,4% a 7,4% + tarifa fixa* (Internacional)
PagSeguro	3,99% + 0,40 BRL

Dineromail	5,99% (Cartões/Nacional); 1,89% a 2,89 (Boleto e Débito <i>Online</i> /TEF) + 0,50 BRL por transação e 5,5% + 0,50 BRL (Internacional)
Moip	5,40% a 7,40% (Cartões) e 1,90% a 2,90% (Boleto e Débito <i>Online</i> /TEF) + R\$0,39 BRL ² por transação

Fonte: autora, baseado nas informações disponibilizadas pelas empresas analisadas.

A empresa PayPal, aplica outras tarifas adicionais consultáveis no sítio da empresa, em www.paypal.com. De acordo com o que ocorre nas lojas físicas, sobre os parcelamentos de compras com cartões de crédito incidem custo adicional por parcela, conforme a Tabela 2.

Tabela 2 - Taxas e Tarifas (Parcelamentos)

Quantidade de parcelas	Empresas			
	PayPal	PagSeguro	Dineromail	Moip
2	5,5%			
3	6,0%	+2,49% a.m em até 18X	+5,99% a.m	+1,99% a.m
4	6,5%			
5	7,5%			
6	8,5%			
7	9,5%			
8	10,5%			
9	11,5%			
10	12,5%			
11	13,0%			
12	13,5%			

Fonte: autora, baseado nas informações disponibilizadas pelas empresas analisadas.

Na Tabela 2, a empresa PagSeguro não informa a taxa ou tarifa cobrada para compras parceladas em relação a quantidade de parcelas. A empresa somente adverte que para este tipo

² BRL- Abreviação internacional da moeda brasileira (Real).

de transação se acrescem 2,49% sobre o valor ao mês, concluindo-se que este valor é aplicado por parcela. O mesmo ocorre para as empresas Dineromail e Moip.

Findando a parte de taxas e tarifas, na Tabela 3, apresentam-se outros serviços oferecidos pelas empresas analisadas:

Tabela 3 - Outras informações

Outras informações	
Abertura de conta	Grátis
Enviar Dinheiro	Grátis

Fonte: autora, baseado nas informações disponibilizadas pelas empresas analisadas.

Ressalta-se que existem diferenças entre as empresas, mas no geral todas oferecem os serviços citados na Tabela 3 de forma gratuita.

4.3 Ferramentas

Neste segundo comparativo, apresentam-se (ver Tabela 4), as ferramentas para a integração disponibilizadas pelas empresas. Esta parte do processo é de extrema importância, porque quanto mais opções as empresas oferecerem, melhor e mais fácil é a adaptação das lojas contratantes:

Tabela 4 - Ferramentas de integração

Ferramentas	PayPal	PagSeguro	Dineromail	Moip
Linguagens de programação (Bibliotecas)	Java, Ruby, C#, PHP, Python e HTML	Java, Ruby, .NET, PHP e HTML	JavaScript e integrações em HTML	Java, JavaScript, Ruby, PHP, Python.
Tutoriais	7 tutoriais (com sub categorias)	10 tutoriais	7 tutoriais	7 tutoriais (com sub categorias)
Plataforma de testes	Possui	Possui	Não encontrado	Possui
Suporte	Completo (telefone, <i>online</i> Fórum e FAQ)	Completo (telefone, <i>online</i> Fórum e FAQ)	<i>Online</i> e FAQ	Completo (telefone, <i>online</i> Fórum e FAQ)

Fonte: autora, baseado nas informações disponibilizadas pelas empresas analisadas.

As empresas PayPal e Moip, disponibilizam suas versões de códigos na plataforma GitHub. Trata-se de sistema de controle de versão distribuído, onde é possível hospedar projetos, tanto individuais quanto corporativos. Na parte de testes, as empresas PayPal, PagSeguro e Moip, utilizam a plataforma Sandbox, esse tipo de plataforma funciona como um ambiente virtual, sendo possível executar todos os passos e os testes de integração entre a loja e a solução de pagamentos.

4.4 Estrutura dos sítios

Encerrando os comparativos, a estrutura dos sítios, voltada para a facilidade de navegação, idiomas e erros, se encontram listados na Tabela 5.

Tabela 5 - Estrutura dos sítios

Quesitos	PayPal	PagSeguro	Dineromail	Moip
Navegação	Boa	Boa	Boa	Excelente
Idiomas (Traduções)	Português, Inglês, Espanhol e mais 17 idiomas	Português	Português e Espanhol	Português e Inglês (para alguns documentos)
Apresenta erros	Sim: redirecionamento de pagina	Sim: redirecionamento de pagina	Sim: idiomas misturados (português e espanhol)	Não
Política e Termos de Uso	Sim	Sim	Sim	Sim

Fonte: autora, baseado nas informações disponibilizadas pelas empresas analisadas.

Na avaliação da estrutura dos sítios (Tabela 5) o quesito navegação envolve a facilidade de utilização. Por esta razão, em função do pesquisado, os sítios que apresentaram erros, não foram avaliados como excelentes, mesmo aqueles que disponibilizaram soluções completas nas etapas anteriores, pois nesta avaliação um sítio com *status* de excelente, precisa atender o usuário de maneira eficiente aos resultados de sua busca e para tal, as informações devem ser apresentadas de forma clara e objetiva.

4.5 Vantagens

Após o levantamento de dados e os comparativos realizados nos subtópicos anteriores, é possível verificar a evidenciação das principais vantagens ao se utilizar as soluções de pagamentos *online*, oferecidas pelas empresas integradoras:

- a) Custo benefício (abertura de conta e implementação gratuitas);
- b) Todas as formas de pagamentos disponíveis no mercado;
- c) Facilidade de integração;
- d) Taxas e tarifas condizentes com as praticadas no mercado.

4.5.1 Vantagens individuais entre as empresas

- **PayPal:** empresa que apresenta a solução mais completa para o segmento;
- **PagSeguro:** empresa de maior visibilidade no comércio eletrônico nacional;
- **Dineromail:** empresa que atende a América do Sul e considerada uma segunda opção ao PayPal;
- **Moip:** empresa que apresenta o melhor custo x benefício do segmento.

4.6 Riscos

Inicia-se a avaliação dos riscos que envolvem o uso de soluções de pagamentos *online* com os dados obtidos na fundação PROCON-SP, órgão vinculado à Secretaria de Justiça e Defesa da Cidadania (ver Figura 2) que divulgou o *ranking* do primeiro semestre de 2013, das empresas conhecidas como “facilitadoras de pagamento”, contendo mais de mil reclamações registradas pelos consumidores.

Figura 2 - Ranking de reclamações por empresa.

Ranking – Empresas de Pagamentos Eletrônico CIPs – 1º sem 2013			
ordem	Empresa	Qtde. CIPs	Índice de Solução
1º	AKATUS MEIOS DE PAGAMENTO S/A	560	49%
2º	PAGSEGURO INTERNET LTDA	237	45%
3º	MERCADOPAGO.COM REPRESENTACOES LTDA	130	57%
4º	MOIP PAGAMENTOS S/A	96	50%
5º	BCASH INTERMEDIÇÃO DE NEGÓCIOS LTDA	77	38%
6º	PAYPAL DO BRASIL SERV DE CONSULTORIA E PAG LTDA	9	89%

Fonte: Sindec

Crítérios:

Abrange CIPs (Cartas de Informação Preliminar) emitidas no período de 01/jan/2013 a 30/jun/2013, para empresas que operam como meio de pagamento.

Levantamento elaborado em 30/set/2013

Equipe de Estudos e Gestão da Informação

DAOC – Diretoria de Atendimento e Orientação ao Consumidor

Fundação Procon SP

Fonte: Fundação PROCON (2013).

A figura 2 exibe o *ranking* das empresas integradoras que receberam algum tipo de reclamação dos consumidores e também o índice de solução para os problemas relatados. Observa-se que a empresa PayPal é a que apresenta o menor número de reclamações e conseqüentemente o maior índice de solução, na outra ponta da tabela. A empresa PagSeguro figura em 2º lugar, indicando que apesar de se tratar de empresa de nome, associada ao grupo UOL, ainda necessita de melhorias na prestação de seus serviços.

Na seqüência, a Figura 3 exibe os principais problemas relatados em relação aos serviços das empresas facilitadoras.

Figura 3 – Principais Problemas.

Principais Problemas Meios de pagamento – 1º sem 2013	
Problemas com entrega (demora, diferente do pedido, incompleto)	482
Problemas com contrato (não cumprimento, rescisão, oferta enganosa)	370
Problemas com cobrança (não reconhecida, em duplicidade, de produto devolvido)	117
Problemas com cancelamento (desistência da compra – art. 49 descumprimento)	97
Outros problemas	43

Fonte: SINDEC

Abrange CIPs (Cartas de Informação Preliminar) para empresas que operam como meio de pagamento.

Equipe de Estudos e Gestão da Informação
DAOC - Diretoria de Atendimento e Orientação ao Consumidor
Fundação Procon SP

Fonte: Fundação PROCON (2013).

Nos problemas relatados, constata-se a menção do artigo 49 do código de defesa do consumidor, que, segundo a fundação PROCON (2014), estabelece:

Quando a aquisição de um produto ocorrer fora do estabelecimento comercial (por telefone, em domicílio, através de internet ou por outro meio similar) o consumidor tem o prazo de reflexão de 7 (sete) dias corridos, a contar da data do recebimento do produto ou assinatura do contrato, para desistência (PROCON, 2014).

Nota-se ainda que, o maior índice de reclamação se relaciona à entrega. Esta constatação demonstra que as empresas integradoras têm papel ativo em todo o processo de compra e venda de produtos e serviços (logística, por exemplo) e não apenas na disponibilização das formas de pagamentos.

Finalizando, na avaliação dos serviços prestados por empresas integradoras de pagamentos *online*, de acordo com o exibido nas figuras, as opiniões dos consumidores são de extrema importância, pois uma empresa que apresenta diversos problemas, certamente

causará insegurança e trará para empresa contratante uma reputação indesejada. Por esta razão, a pesquisa exploratória se faz necessária.

Para verificar com maior nível de detalhamento a reputação das empresas em exame, na sequência, Figuras de 4 a 7, se utilizam os dados do sítio Reclame Aqui.

Figura 4 – Reputação PayPal.



Fonte: Canal Reclame AQUI.

Figura 5 – Reputação PagSeguro.



Fonte: Canal Reclame AQUI.

Figura 6 – Reputação Dineromail.



Fonte: Canal Reclame AQUI.

Figura 7– Reputação Moip.



Fonte: Canal Reclame AQUI.

Os dados apresentados nas Figuras mostram a empresa PayPal como aquela que oferece a melhor solução para o comércio eletrônico. Além de ser uma empresa de grande visibilidade no cenário internacional e no meio *web*, conta com a melhor nota na avaliação dos consumidores. A empresa não deixou de atender nenhuma reclamação nos últimos 6

meses. Por outro lado, a empresa Dineromail apresentou o pior desempenho de todas as empresas analisadas, sendo que apenas 37% de seus consumidores responderam que voltariam a fazer negócios pela empresa.

Sobre a análise de riscos, conclui-se de que o maior risco que uma empresa contratante poderá incorrer está na possível associação a um serviço ruim ou ineficiente realizado pela prestadora. No caso das empresas integradoras, porém este pode ser considerado risco moderado, já que com uma boa avaliação é possível optar por aquela empresa que ofereça a melhor solução para o tipo de serviço ou produto a ser comercializado.

Deve-se, portanto, realizar análises apuradas para se fazer a escolha correta e assim evitar desgastes e prejuízos futuros.

5 CONSIDERAÇÕES

Os objetivos deste artigo, pesquisar, analisar e avaliar o desempenho das empresas integradoras que oferecem soluções em pagamentos *online* para o comércio eletrônico; realizar análises comparativas entre as empresas estudadas, com o intuito de identificar as principais características deste tipo de serviço; averiguar as vantagens existentes; e também os riscos inerentes para as empresas contratantes, foram todos atendidos.

No tocante às vantagens em utilizar os serviços dessas empresas, estas já se justificavam desde a introdução, antes mesmo das análises comparativas, quando apresentados o panorama sobre os faturamentos do comércio eletrônico, trazendo ainda, a importante relação entre o comércio e os meios de pagamentos, como parte fundamental no processo de compra e venda.

Em seguida, as empresas integradoras foram esmiuçadas em termos de seus funcionamentos e tipos serviços de forma geral. Depois de breve histórico, apresentaram-se as análises comparativas, com o propósito de caracterizar os serviços oferecidos, expor suas principais vantagens e deficiências de forma a padronizar a pesquisa, e oferecer avaliação que auxiliasse as empresas de *e-commerce* em sua eventual escolha.

Nas análises comparativas foi possível avaliar e estabelecer algumas diferenças entre as empresas, Se no quesito taxas e tarifas não houve variações, na questão estrutura dos sítios, as empresas mais conceituadas não foram as que apresentaram o melhor desempenho, caso das empresas PayPal e PagSeguro. Foi a novata Moip que obteve o melhor desempenho em navegação e também não apresentou nenhum tipo de erro nas buscas efetuadas em seu domínio. Além disso, a Moip foi a empresa que na análise de vantagens individuais, apresentou como sendo a de melhor na relação custo benefício.

No que se refere aos riscos para lojas do comércio eletrônico em delegarem seus serviços de pagamentos às empresas analisadas, considerando que estas representam as empresas integradoras neste estudo, conclui-se que o maior risco está na possível associação dos erros destas empresas a loja virtual que oferece o serviço ou produto, trazendo má reputação para mesma. O que recomenda cuidado na escolha da empresa facilitadora.

Por fim, diante de todos os dados apresentados e as análises realizadas, entende-se que as ferramentas e as plataformas de integração facilitam todo o processo de adaptação a este tipo serviço, permitindo que o lojista possa de imediato oferecer as principais formas de pagamentos para seus clientes de forma segura e eficiente.

E ainda, com base no estudo se conclui que as soluções de pagamentos *online*, oferecidas por empresas integradoras, mostram-se como excelente opção, principalmente para as lojas iniciantes no comércio eletrônico, e micro e pequenas empresas, mas também, ao fim, se aplica a maioria dos tipos de empresas, mesmo que sujeitas às restrições citadas.

REFERÊNCIAS

ALBERTIN, A. L. **Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DINEROMAIL. **Conheça a Dineromail**. Dineromail, 2014. Disponível em: <https://br.dineromail.com/conoce-dineromail> Acesso em: 12 out. 2014.

_____. **Desarrolladores**. Dineromail, 2014. Disponível em: <https://br.dineromail.com/desarrolladores> Acesso em: 18 out. 2014.

FELIPINI, D. **e-Commerce. Meios de pagamentos - integradores**. eCommerceOrg, 2005. Disponível em: <http://www.e-commerce.org.br/artigos/meiosdepagamento-integradores.php> Acesso em: 12 out. 2014.

GUASTI, P. **Relatório WebShoppers 2014 30º Edição**. e-Bit, 2014. Disponível em: http://img.ebit.com.br/webshoppers/pdf/WebShoppers2014_2oSeme.pdf.

Acesso em 21 set. 2014.

_____. **Relatório WebShoppers 2014 29º Edição**. e-Bit, 2014. Disponível em: <http://img.ebit.com.br/webshoppers/pdf/WebShoppers2014.pdf>.

Acesso em 21 set. 2014.

MARTINS JR, L. C. **Como escrever trabalhos de conclusão de curso: Instruções para planejar e montar, desenvolver, concluir, redigir e apresentar trabalhos monográficos e artigos**. 5.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

MERCADOLIVRE. **Sobre MercadoLivre**. MercadoLivre, 2014. Disponível em: <http://institucional.mercadolivre.com.br/sobre-mercadolivre/> Acesso em: 12 out. 2014.

MOIP. **Moip**. Moip, 2014. Disponível em: <https://labs.moip.com.br/> Acesso em: 18 out. 2014.

_____. **Sobre o Moip**. Moip, 2014. Disponível em: <https://moip.com.br/sobre/> Acesso em: 12 out. 2014.

_____. **Tarifas**. Moip, 2014. Disponível em: <https://moip.com.br/tarifas/> Acesso em: 12 out. 2014.

PAGSEGURO. **Guia de Integração**. PagSeguro, 2014. Disponível em: <https://pagseguro.uol.com.br/v2/guia-de-integracao/index.html> Acesso em: 18 out. 2014.

_____. **História do PagSeguro**. PagSeguro, 2014. Disponível em: https://pagseguro.uol.com.br/sobre_o_pagseguro.jhtml Acesso em: 12 out. 2014.

_____. **Taxas e Tarifas de serviço**. PagSeguro, 2014. Disponível em: https://pagseguro.uol.com.br/taxas_e_tarifas.jhtml Acesso em: 12 out. 2014.

PAYPAL. **Contrato do Usuário do PayPal** - Anexo A - Tarifas. PayPal, 2014. Disponível em: https://www.paypal.com/br/webapps/mpp/ua/useragreement-full?locale.x=pt_BR#exhibit_A

Acesso em: 12 out. 2014.

_____. **PayPal Developer**, PayPal, 2014. Disponível em: <https://www.paypal-brasil.com.br/desenvolvedores/> Acesso em: 18 out. 2014.

_____. **Sobre Welcome to the PayPal Information Center**. PayPal 2014. Disponível em: <https://www.paypal-media.com/about/> Acesso em: 12 out. 2014.

PROCON. **Empresas de pagamento online**. Fundação de proteção e defesa do consumidor 2013. Disponível em: <http://www.procon.sp.gov.br/noticia.asp?id=3710> e http://www.procon.sp.gov.br/pdf/ranking_empresas_pagamentos_eletronico_2013.pdf

Acesso em: 22 out. 2014.

_____. **Orientações de consumo, Perguntas frequentes, Produtos**. Fundação de proteção e defesa do consumidor 2014. Disponível em: <http://www.procon.sp.gov.br/texto.asp?id=3316>

Acesso em: 19 dez. 2014.

RECLAME AQUI. **DinheiroMail**. Reclame AQUI, 2014. Disponível em: <http://www.reclameaqui.com.br/indices/11436/dinheiromail> Acesso em: 07 nov. 2014.

_____. **MoIP** - Money over IP. Reclame AQUI, 2014. Disponível em: <http://www.reclameaqui.com.br/indices/10147/moip-money-over-ip> Acesso em: 07 nov. 2014.

_____. **PagSeguro**. Reclame AQUI, 2014. Disponível em: <http://www.reclameaqui.com.br/indices/10023/PagSeguro> Acesso em: 07 nov. 2014.

_____. **PayPal Brasil**. Reclame AQUI, 2014. Disponível em: <http://www.reclameaqui.com.br/indices/16975/PayPal-brasil> Acesso em: 07 nov. 2014.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Meios de pagamento digitais**. Brasília: SEBRAE, 2012. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/BIS/Cartilha%20Meios%20de%20Pagamento.pdf> Acesso em 05 out. 2014.

VARGAS, M. **O que é o Reclame AQUI?**. Reclame AQUI, 2014. Disponível em: http://www.reclameaqui.com.br/como_funciona/o-que-e-o-reclame-aqui_7/ Acesso em: 12 out. 2014.

CONSULTAS

<https://www.cielo.com.br>

<https://github.com/about>

<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2014/02/o-que-e-sandbox-e-como-usa-lo-para-proteger-o-seu-computador.html>

<https://www.userede.com.br>