

O IMPACTO DA TECNOLOGIA NFC (*NEAR FIELD COMMUNICATION*) NAS MÁQUINAS DE VENDA AUTOMÁTICAS (APOIO UNIP)

Aluno: Sérgio Ricardo Teixeira

Orientadora: Profa. Aurea Cardoso

Curso: Propaganda e *Marketing*

Campus: Chácara Santo Antônio

Visando à evolução dos equipamentos tecnológicos e meios de comunicação, hoje em dia, vários métodos de pagamento são oferecidos quando procuramos por produtos e serviços. Um dos métodos mais modernos de pagamento é via cartão de crédito; apenas com o número do cartão e a chave de segurança podemos concretizar vendas até mesmo pela rede de computadores. Porém, esse método já não é tão moderno assim, pois com o avanço tecnológico, esses pagamentos já podem ser realizados com celulares e *smartphones* por meio da NFC (*Near Field Communication*), algo como um campo de comunicação de curta distância entre dispositivos eletrônicos. Os resultados obtidos com este projeto estão definidos e divididos em quatro partes importantes, tendo em vista a aplicação da tecnologia e o estudo viável da mesma. Sendo assim, identifiquei quatro pontos principais, conectados entre si: A – Cliente; B – *Vending Machine*; C – NFC; D – Instituição Financeira. O ponto A (cliente/consumidor) deverá ter alguns levantamentos necessários para levarmos em consideração a aplicação da NFC, ou seja, precisamos saber o tipo de consumidor, onde ele está, dados financeiros e econômicos, para saber se o mesmo é financeiramente apto para adquirir um aparelho com NFC, se ele estará na área de cobertura da máquina de venda, qual tipo de conta ele possui vinculada ao serviço NFC. O ponto B (*Vending Machine*) é uma máquina comumente utilizada em alguns pontos específicos, porém, é preciso saber quem a fabrica, qual o nível tecnológico em que ela está e se é possível a instalação de uma interface com a NFC. O ponto C (NFC) é a tecnologia tema do projeto, porém, será preciso identificar quem utiliza esse

serviço no Brasil, ou seja, a qual banco ou serviço financeiro ele está vinculado para identificarmos uma aproximação ao restante do trabalho. O ponto D (instituição financeira) é o serviço responsável por liberar o pagamento e notificar ao usuário o uso do serviço e identificar que o mesmo foi feito por meio de uma *Vending Machine*, em determinado local, etc.