

Desenvolvedores Respondem a Planos de Conformidade ao DMA: “Esperar Para Ver”

Na semana passada, a Apple anunciou alterações nos termos de serviço para desenvolvedores e outros que buscam fazer parte do ecossistema do iPhone. Essas mudanças, implementadas para os cidadãos da União Europeia (UE) como parte dos requisitos de conformidade estabelecidos pelo Ato de Mercados Digitais (DMA) da UE, geraram um breve momento de preocupação no X (anteriormente Twitter) entre comentaristas e as poucas empresas que buscam renegociar as taxas de serviço da Apple. No entanto, no final das contas, a *grande* maioria dos desenvolvedores de aplicativos móveis respondeu com um coletivo "esperar para ver".

Essa resposta não foi uma desaprovação à Apple ou uma indignação contra os reguladores europeus. Em vez disso, é um comentário sobre duas coisas. Primeiro, os desenvolvedores não estavam buscando por lojas de aplicativos alternativas. E segundo, reflete o fato de que construir um ecossistema bem-sucedido requer muito mais do que um voto no parlamento ou regras promulgadas por agências. A simples ordem normativa para que as plataformas permitam lojas de aplicativos de terceiros não cria magicamente uma loja de aplicativos; criar uma loja de aplicativos bem-sucedida demanda trabalho. Cerca de 88% dos aplicativos existentes na App Store da Apple não utilizam o mecanismo de pagamento da Apple para ganhar dinheiro, e quase todos os que o fazem pagam 15%, uma taxa que pesquisas mostram ser considerada razoável (Where is this research?). A ideia de que os desenvolvedores podem economizar 3% em seus custos ao usar um esquema de pagamento alternativo não vale a pena quando atualmente eles não pagam nada além de uma taxa nominal de desenvolvedor.

Então, se a maioria dos desenvolvedores não terá ganho econômico com a implementação do DMA, qual será o benefício? A resposta é que depende do que acontecer em seguida. A Apple abriu a porta para lojas de aplicativos alternativas. Vale ressaltar que uma versão semelhante ao que foi implementado pela Apple está disponível na plataforma mais popular da Europa, o Android, mas não deu frutos. O Android permite lojas de terceiros na UE há anos, então a oportunidade e as condições para haver um mercado próspero de lojas de aplicativos de terceiros existem há muito tempo. No entanto, a única nação em

que tal diversidade de lojas de aplicativos proliferou no Android é a China, e isso ocorreu porque a China *baniu a Google Play Store em dispositivos Android*. Então, por que as lojas de terceiros falharam em todos os outros lugares?

Porque, para os desenvolvedores, há quatro coisas que eles precisam de qualquer ecossistema bem-sucedido:

1. **Aliviar encargos.** Os desenvolvedores não são especialistas em embalagem, impressão, comércio internacional, impostos ou leis de privacidade. Muitas vezes, nem são especialmente bons em marketing! Portanto, qualquer ecossistema bem-sucedido precisa fornecer um pacote de serviços que preencha todos os elementos importantes do negócio, o que consome tempo em que poderiam estar programando. Desvincular-se pode parecer bom, mas é a facilidade do pacote em si que economiza tempo, e o tempo é o recurso mais valioso para um desenvolvedor. A Apple faz isso incrivelmente bem, e concorrentes desvinculados precisarão tornar sua loja tão integrada e interoperável que seja indistinguível de um pacote integrado. A logística sozinha é assustadora. Se um desenvolvedor tiver que utilizar dez serviços desvinculados diferentes apenas para lançar um aplicativo, isso sozinho pode incentivá-los a optar pela Apple!
2. **Confiança instantânea.** Há muita conversa sobre como PCs e Macs permitem que aplicativos sejam simplesmente baixados e instalados de qualquer site. Para a maioria dos desenvolvedores, isso acaba sendo uma falha, não um recurso. Porque quando você é apenas um pequeno desenvolvedor colocando seu aplicativo em um site aleatório, ninguém confia nele. Os desenvolvedores têm que gastar muito dinheiro antecipadamente em otimização de mecanismo de busca, anúncios, campanhas de marketing e muito mais. Hoje, os consumidores confiam nos processos de avaliação das lojas de aplicativos da Apple e do Google e instalam impulsivamente. Qualquer loja que queira se destacar primeiro deve ser uma marca em que os consumidores confiem, e eles terão que manter essa confiança a longo prazo – o que não é uma proposta barata.
3. **Acesso a um marketplace global.** Grande parte do sucesso da App Store está na capacidade de proporcionar acesso instantâneo a bilhões de usuários. Sem isso, o custo de entrar em cada novo país ou região tem que esperar por disponibilidade de fluxo de caixa. Uma loja bem-sucedida permite que os aplicativos estejam disponíveis em todos os mercados com apenas alguns cliques. Com o DMA, dependendo de como o ecossistema será dividido entre as lojas de aplicativos, os desenvolvedores talvez precisarão clicar em “publicar” várias vezes e trabalhar mais apenas para chegar ao botão de publicar em cada loja de aplicativos. Qualquer nova loja de aplicativos deve ser capaz de demonstrar atingir o maior

número de usuários; novas lojas de aplicativos precisam ter clientes motivados a baixar. Esses clientes também podem estar mais relutantes em clicar em "baixar" se estiverem em uma loja com todos os problemas de roubo de direitos autorais e malware, que são muito mais facilmente evitados e simplesmente não são uma preocupação na loja de aplicativos da própria plataforma.

4. **Ferramentas do desenvolvedor.** Todos os elementos acima dependem de um conjunto fácil (e realmente animador) de ferramentas, APIs bem documentadas, recursos de hardware constantemente aprimorados, e mais. Apple, Google, Microsoft, Salesforce e outros gastam bilhões a cada ano para desenvolver e disseminar excelentes ferramentas para suas plataformas. Para que uma nova loja de aplicativos tenha sucesso, a tecnologia deve ser superior e confiável.

Sem esses tijolos, nenhum volume de regulamentação governamental pode forçar os desenvolvedores a criar produtos para uma nova loja. E isso levanta um ponto importante: a União Europeia não deve definir o sucesso do DMA como "X número de lojas de aplicativos de terceiros foram criadas". Essa é uma proposição condenada. O Android está aberto para lojas de terceiros há muito tempo, e, no entanto, os desenvolvedores publicam na Google Play porque ela possui os quatro pilares fundamentais mencionados anteriormente. Se a UE deseja que novas lojas se desenvolvam, então terá que entender que o que atrai os desenvolvedores são clientes felizes e confiantes; e para que essas novas lojas de aplicativos sobrevivam, será necessário construir e apoiar um ecossistema que mantenha esses clientes voltando.