

VISA

Visa Consulting & Analytics (VCA)

# Buy Now Pay Later (BNPL)

Perspectivas e *insights*  
sobre o mercado de BNPL



# O cenário dos créditos está mudando

O crescimento do eCommerce e a inovação tecnológica convergiram para transformar o setor de crédito. Isso abriu a porta para novos métodos de pagamento alternativos, incluindo várias opções de BNPL (compre agora, pague depois).

Neste documento, a *Visa Consulting & Analytics (VCA)* proporciona uma visão geral do cenário atual e da ascensão do BNPL em conjunto com os desafios que estes produtos enfrentam, e ainda apresenta nossa perspectiva e nossos *insights* sobre o mercado BNPL.

A pandemia obrigou a que nosso dia a dia se tornasse cada vez mais *on-line*, desde o trabalho até as compras de alimentos, da educação dos nossos filhos às reuniões sociais. Durante este período, os produtos BNPL continuaram crescendo. Em uma época na qual muitos consumidores se encontravam em posições financeiras impossíveis de prever, o BNPL foi uma saída interessante para criar um pouco de liquidez.



## Retrato do mercado BNPL

|  |  |
|--|--|
| Tamanho do mercado do BNPL global em 2021  | US\$ 132 bilhões   |
| Índice de crescimento anual  | 200-300%   |
| O BNPL como uma fatia do eCommerce global  | 2.9%   |
| Principais mercados de BNPL em nível global (% de participação do eCommerce total) | Suécia 25%<br>Alemanha 20%<br>Noruega 18%<br>Austrália 10%   |
| Penetração regional do BNPL (% de participação do eCommerce total)                 | Ásia-Pacífico 1%<br>Europa 8%<br>América Latina 1%<br>Oriente Médio e África 1%<br>América do Norte 4% |

### Fontes:

Straits Research, "Buy Now Pay Later Market Size is projected to reach USD 3.68 Trillion by 2030, growing at a CAGR of 45%", 26 de julho de 2022, <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/07/26/2486253/0/en/Buy-Now-Pay-Later-Market-Size-is-projected-to-reach-USD-3-68-Trillion-by-2030-growing-at-a-CAGR-of-45-Straits-Research.html>

FIS/Worldpay, *The Global Payments Report, Powering the Next Payments Frontier*, março de 2022: <https://worldpay.globalpaymentsreport.com/>

Embora o BNPL ainda represente uma participação relativamente pequena em relação a todo o eCommerce, ele está crescendo rapidamente em muitas partes do mundo. Em 2021, o tamanho do mercado de BNPL global alcançou US\$ 132 bilhões<sup>1</sup> e até 2030, com uma taxa de crescimento anual composta de 45%, ele poderia alcançar US\$ 3,68 trilhões.<sup>2</sup>



1. Straits Research, "Buy Now Pay Later Market Size is projected to reach USD 3.68 Trillion by 2030, growing at a CAGR of 45%", 26 de julho de 2022, <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/07/26/2486253/0/en/Buy-Now-Pay-Later-Market-Size-is-projected-to-reach-USD-3-68-Trillion-by-2030-growing-at-a-CAGR-of-45-Straits-Research.html>

2. Straits Research, *Buy Now Pay Later*, julho de 2022, <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/07/26/2486253/0/en/Buy-Now-Pay-Later-Market-Size-is-projected-to-reach-USD-3-68-Trillion-by-2030growing-at-a-CAGR-of-45-Straits-Research.html>

# O que está impulsionando o alto índice de adoção por parte dos consumidores?

Os produtos BNPL atraem os consumidores porque atendem à necessidade de financiar seus pagamentos de uma forma mais transparente e fluida do que os métodos de pagamento tradicionais. Enumeramos algumas das suas principais características:



## 1. Baixo custo inicial

O BNPL proporciona aos consumidores a flexibilidade de que precisam para fazer pagamentos com a frequência que melhor lhes sirva. Isso pode ser útil como uma ferramenta de gestão financeira para compras de valor mais alto ou para administrar melhor as despesas.

Além disso, as estruturas de preços são transparentes, especialmente para os clientes que pretendem aderir ao cronograma de pagamento padrão: os planos de prazo mais curto são geralmente isentos de juros, enquanto os planos de prazo mais longo tendem a ser caros devido aos custos de empréstimo cobrados pelos emissores, que fazem com que os custos recaiam sobre os consumidores. Também são cobradas taxas de atraso por atrasos nos pagamentos.

O BNPL é atraente para os consumidores que querem administrar suas finanças de forma eficaz sem aumentar suas dívidas. Os consumidores deveriam considerar sua saúde financeira geral e sua capacidade de pagamento ao escolher uma opção de BNPL, e fazer uma pesquisa antes de escolher o plano de parcelamento certo para eles.



## 2. Opcionalidade

O BNPL pode atrair pessoas que antes eram marginalizadas pelos produtos de crédito tradicionais. Por exemplo, muitos consumidores jovens não têm histórico de crédito suficiente para receber aprovação para produtos de crédito tradicionais. Em geral, as verificações de crédito "suaves" usadas pelos provedores de BNPL não utilizam os serviços de proteção ao crédito tradicionais para analisar a capacidade de pagamento, o que, do contrário, colocaria este segmento em desvantagem.

Por outro lado, as instituições financeiras tradicionais têm ampla experiência em gerenciamento de riscos e subscrições e, portanto, estão em um bom lugar para oferecer BNPL de forma inteligente, somente a clientes que possam gerenciar suas despesas de forma eficaz, optando até mesmo por limitar o tamanho da transação, o número de transações e outros recursos para garantir que os clientes não excedam sua capacidade de pagamento.

Dito isso, em alguns mercados, os provedores de BNPL começaram a compartilhar os dados de compra dos clientes com órgãos de proteção ao crédito. Espera-se também que o uso dos dados disponíveis nas plataformas bancárias abertas ofereça uma abordagem mais abrangente para a tomada de decisões de crédito, e com isso aborde uma das principais críticas do setor. E vale a pena observar que o escrutínio regulatório está aumentando em muitos mercados, com um foco especial na capacidade de pagamento.<sup>3</sup>



## 3. Simplicidade e fluidez

As opções de BNPL *on-line* geralmente são apresentadas ao cliente na página de destino e ao longo de toda sua experiência de navegação. A capacidade de selecionar uma opção BNPL é totalmente integrada à experiência de *checkout*, facilitando a seleção dessa opção pelos consumidores e, portanto, reduzindo o risco de abandono.

Além disso, o BNPL oferece o que pode ser visto como uma melhor experiência do cliente em comparação com as soluções de crédito tradicionais, inclusive verificações de crédito "suaves", mais rápidas e em tempo real, bem como uma experiência de usuário nativa digital, otimizada e adaptada para o *eCommerce*. A maioria dos provedores também oferece um aplicativo para que os usuários do BNPL administrem com facilidade seus pagamentos 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Alguns estão até mesmo criando um "Super App", que traz a experiência de compra e de descoberta diretamente para os consumidores que estão usando o BNPL.

3. *The Fintech Times, Spotlight: Klarna to Start Reporting BNPL Data to Credit Agencies*, 11 de maio de 2022, <https://thefintechtimes.com/spotlight-klarna-to-start-reporting-bnpl-data-to-credit-agencies/>

# Por que o BNPL se popularizou entre os estabelecimentos comerciais e os provedores?



## Estabelecimentos comerciais

O BNPL foi adotado como uma solução financeira integrada em uma grande variedade de estabelecimentos comerciais com públicos-alvo diferentes e com prazos e condições variados. Ter uma gama de opções tão ampla melhora a experiência do cliente e proporciona aos compradores opções adicionais. Para analisar mais a fundo por que os produtos BNPL são tão populares entre os estabelecimentos comerciais, a Visa realizou uma pesquisa com mais de mil deles.<sup>4</sup>

Quando responderam sobre os motivos mais importantes que os levavam a aceitar o BNPL, as principais razões citadas foram: a conveniência dos clientes, a demanda dos clientes, a crença de que o BNPL poderia aumentar os gastos médios e o desejo de permanecerem competitivos.

O mais importante é que o BNPL também deu aos pequenos estabelecimentos comerciais a oportunidade de competir para conquistar clientes que talvez não teriam comprado com eles no passado.



## Provedores

Os provedores de BNPL podem ser segmentados em três categorias:

1. Provedores de BNPL "monolinha" – *Afterpay, Klarna, Clearpay, Sezzle etc.*
2. Financiadores tradicionais/bancos estabelecidos
3. *Big techs*

O cenário do mercado de BNPLs está mudando rapidamente e evoluindo continuamente, mas os provedores estão convencidos de que ainda há espaço para novos participantes. Por exemplo, a Apple anunciou que, em setembro de 2022, entraria no mercado de BNPLs dos EUA com o *Apple Pay Later*, que permite que os usuários paguem por mercadorias em quatro parcelas iguais, sem juros.<sup>5</sup>

Essa incursão da gigante da tecnologia no BNPL é mais uma prova da demanda dos consumidores por essas soluções. De qualquer forma, as soluções BNPL são uma proposta atraente para os provedores que se beneficiam de:

1. Facilidade e baixo custo de aquisição de clientes
2. Oportunidade de aumentar o uso de linhas de crédito para clientes existentes, o que resulta em um maior engajamento de clientes
3. Capacidade de oferecer créditos para novos clientes, aumentando assim os gastos e a base de clientes

Fica claro que a adoção do BNPL tanto por clientes como por estabelecimentos comerciais é alta, mas, apesar desse rápido crescimento e da clara necessidade dos clientes, o BNPL enfrenta alguns desafios.

4. Estudo *BNPL Multi-Client*, pesquisa Visa RFI, 2020

5. *Finextra.com, Apple launches BNPL product*, junho de 2022, <https://www.finextra.com/newsarticle/40391/apple-launches-bnpl-product>

# Atuais desafios enfrentados pelas soluções BNPL

Apesar do rápido crescimento das soluções BNPL e de sua capacidade de atender às claras necessidades dos clientes, o setor enfrenta alguns desafios que devem ser levados em consideração ao se desenvolver novas soluções:

## Desafio n.º 1 Regulamentação

A necessidade de empréstimos responsáveis, sustentados por novos regulamentos já em vigor em diversas regiões e por iminentes regulamentos em outros mercados, impulsionará mudanças na avaliação da acessibilidade financeira e na distribuição dos empréstimos.

O BNPL é posicionado e comercializado como uma opção de crédito sem juros. Entretanto, se os pagamentos não forem efetuados dentro do prazo, os provedores cobram juros e, em caso de atrasos recorrentes, isso pode afetar a pontuação de crédito do consumidor.

A experiência do cliente fluida e fácil de usar pode contribuir para uma falta de conscientização por parte do consumidor de que ele está assumindo dívidas e de que está, de fato, tomando dinheiro emprestado. Os consumidores mais jovens, embora tenham experiência com tecnologia, nem sempre são tão experientes em questões financeiras, ao demonstrarem pouca compreensão das implicações de longo prazo que o atraso nos pagamentos poderá ter em seu futuro.

O fato de os consumidores poderem se cadastrar com vários provedores de BNPL sem um registro centralizado de suas várias contas significa que os consumidores financeiramente vulneráveis poderiam estar acumulando dívidas em várias plataformas.

Algumas regiões já implementaram novos regulamentos que afetam as soluções BNPL. Por exemplo, na Índia, o governo limitou a opcionalidade do BNPL ao impedir que as *fintechs* carreguem cartões pré-pagos/carteiras móveis com crédito de instituições não bancárias. Isso limita quem pode oferecer crédito, o que poderia levar algumas *fintechs* a obterem uma licença bancária e outras a fazerem parcerias com firmas que possam fornecer crédito dentro de um marco legal.<sup>6</sup> Enquanto isso, nos EUA, o *Consumer Financial Protection Bureau* (entidade de proteção ao crédito local) exigiu que os cinco maiores provedores de BNPL enviassem dados adicionais sobre seus clientes para fins de relatório e avaliação de riscos.<sup>7</sup> Singapura também acrescentou limitações ao valor máximo de saldo em aberto que os clientes podem ter com um provedor de BNPL, a menos que eles se submetam a avaliações de crédito adicionais.<sup>8</sup>

Para se antecipar à regulamentação iminente em outros mercados, os provedores de BNPL estão possibilitando essa mudança para empréstimos responsáveis de diferentes maneiras. Por exemplo, as firmas Clearpay, Klarna, Laybuy e Openpay tomaram a iniciativa de alterar seus termos e condições e, a partir de meados de 2022, a Klarna se comprometeu a informar às agências de proteção ao crédito sobre pagamentos não realizados.<sup>9</sup>

## Desafio n.º 2 Saturação do setor

Estima-se que os modelos de negócios existentes continuem a evoluir com o ritmo acelerado de entrada de novos participantes e que a saturação do mercado resulte em:

Uma maior consolidação dos participantes existentes (por exemplo, a aquisição da Paidy do Japão pela PayPal por US\$ 2,78 bilhões em setembro de 2021).<sup>10</sup>

As tentativas de resolver os desafios de lucratividade podem resultar na compra de novos participantes por jogadores mais estabelecidos em aquisições verticais ou em aquisições mais horizontais. As empresas estabelecidas com balanços patrimoniais maiores e mais capazes de absorver o aumento do custo de capital podem usar isso como uma oportunidade para adquirir empresas menores e aumentar sua participação no mercado.

A entrada de grandes empresas de tecnologia e de emissores de cartões de crédito, enquanto os provedores procuram aumentar sua base de clientes e diversificar os fluxos de receita (por exemplo, através da receita de afiliados) à medida que o aumento do custo de capital restringe suas margens.



6. Globaldata.com, "RBI new restriction on fintechs offering credit in collaboration with non-banks will affect BNPL market in India, says GlobalData", 13 de julho de 2022, <https://www.globaldata.com/media/banking/rbi-new-restriction-fintechs-offering-credit-collaboration-non-banks-will-affect-bnpl-market-india-says-globaldata/>

7. Consumer Finance, "Consumer Financial Protection Bureau Opens Inquiry into 'Buy Now, Pay Later' Credit", 16 de dezembro de 2021, <https://www.consumerfinance.gov/about-us/newsroom/consumer-financial-protection-bureau-opens-inquiry-into-buy-now-pay-later-credit/>

8. SFA, "Buy Now, Pay Later (BNPL) Working Group launches BNPL Code of Conduct for Singapore", 20 de outubro de 2022, <https://singaporefintech.org/buy-now-pay-later-bnpl-working-group-launches-bnpl-code-of-conduct-for-singapore/>

9. FCA, "FCA secures contract changes for buy-now-pay-later customers", 14 de fevereiro de 2022, <https://www.fca.org.uk/news/press-releases/fca-secures-contract-changes-buy-now-pay-later-customers>

10. Paypal.com, "PayPal To Acquire Paidy", 7 de setembro de 2021, <https://newsroom.paypal-corp.com/2021-09-07-PayPal-To-Acquire-Paidy>

### Desafio n.º 3 Impacto macroeconômico

Os provedores de BNPL estão enfrentando pressões nos preços, como a elevação do custo do crédito resultante da subida das taxas de juros e do possível aumento dos casos de inadimplência devido a modelos de subscrição menos maduros. Essas pressões estão reduzindo as margens dos provedores e poderiam representar um desafio especial para os provedores menores, que estão procurando maneiras de financiar o crédito.

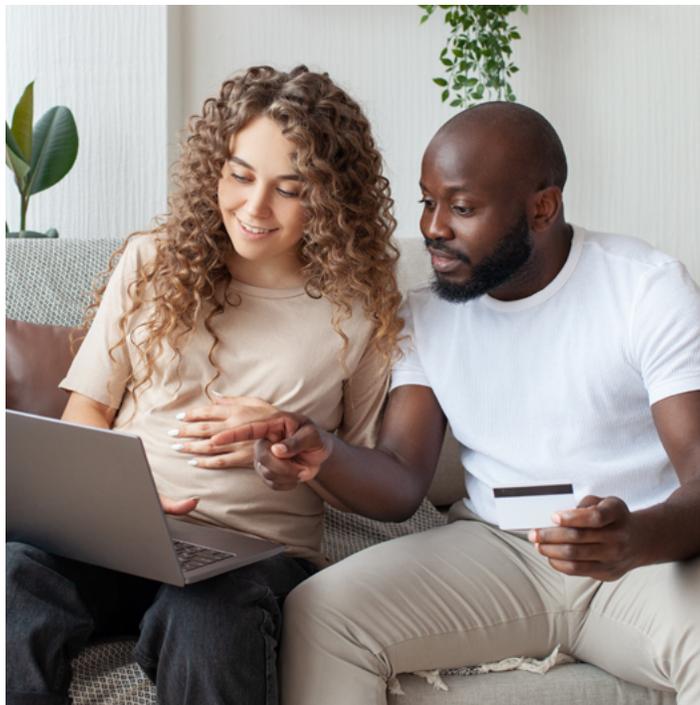
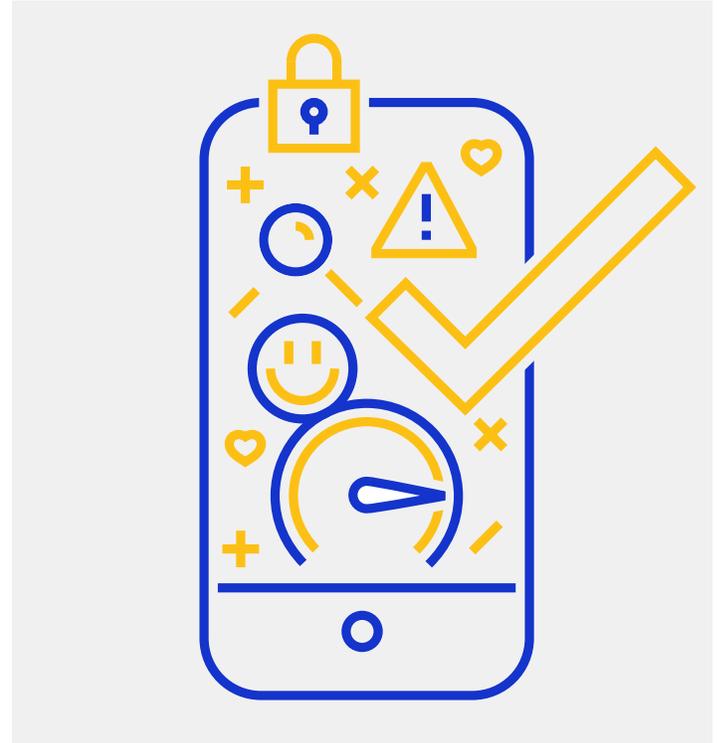
Os provedores estão lidando com essas pressões de preços de diferentes maneiras:

Desenvolvendo novos modelos de negócios que identifiquem diferentes fluxos de receita, inclusive a receita de afiliados. Os provedores de BNPL oferecem às marcas a oportunidade de alcançar novos consumidores e incentivar compras repetidas por meio de oportunidades promocionais adicionais.

À medida que o eCommerce B2B se expande e cresce, faz sentido que os provedores de BNPL diversifiquem suas ofertas para alcançar esse novo mercado.

Os participantes existentes estão aperfeiçoando suas ofertas de fidelidade para aprofundar os laços com os clientes, como recompensar os usuários com pontos quando eles fazem seus pagamentos dentro do prazo usando o BNPL.

Existe a possibilidade de que um aumento do poder dos estabelecimentos comerciais acarrete uma redução na sua taxa de desconto à medida que o mercado se veja saturado de provedores de BNPL. Por sua vez, essa pressão nos preços poderá fazer com que os provedores procurem diferentes fluxos de receita, como a receita de afiliados.



### Desafio n.º 4 Fazer com que a economia funcione tanto para os provedores como para os estabelecimentos comerciais/credenciadores

Em muitos mercados, há uma desconexão entre o que os provedores de BNPL desejam receber e o que os estabelecimentos comerciais ou credenciadores estão dispostos a pagar.

Como resultado, há um esforço para diversificar as ofertas de BNPL e proporcionar mais flexibilidade aos participantes. Por exemplo, alguns deles permitem preços híbridos que são divididos entre o estabelecimento comercial/credenciador e o cliente.<sup>11</sup> Há ainda outros modelos e recursos de preços que estão sendo explorados, o que é especialmente relevante para as empresas menores, que não podem arcar com custos adicionais.

11. Affirm.com, Business FAQs. <https://www.affirm.com/business/faq>



# Nossa perspectiva e nossos *insights* sobre o mercado BNPL

À medida que o mercado de BNPLs se adapta, os provedores os abordam de maneiras diferentes, atendendo às necessidades dos clientes e oferecendo uma solução lucrativa por meio de diversos modelos de negócios.

Com base na pesquisa de mercado da Visa, identificamos vários fatores que estão por trás dos diferentes modelos de negócio:

|   |  |
|---|--|
|  <p><b>Baseados em cartão/<br/>sem cartão/<br/>híbridos</b></p>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baseados em cartão - as prestações são facilitadas por meio das redes de cartões e entregues de duas maneiras principais: por meio de novos cartões dedicados, cujo foco principal é o BNPL (por exemplo, cartões virtuais), ou adicionando o BNPL como um recurso para os cartões existentes (por exemplo, aprimorando a linha de crédito do cartão existente). Esse modelo oferece potencial para uma melhor aceitação das soluções e uma maior distribuição, independentemente do estabelecimento comercial ou do canal.</li> <li>• Sem cartão - A interação e as relações com os estabelecimentos comerciais permitem que os pagamentos feitos a eles não passem pelas redes de cartões. Há oportunidades para monetizar os dados a partir da relação bilateral entre o estabelecimento comercial e o consumidor.</li> <li>• Híbridos - Surgiram modelos combinados baseados em cartão e sem cartão. Os participantes que antes operavam somente sem cartão agora oferecem serviços baseados em cartão para aumentarem a oportunidade de distribuição de suas soluções.</li> </ul>  |
|  <p><b>Receita/financiamento<br/>de crédito</b></p>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• O modelo "own and pay" (receba a mercadoria e pague depois), em que os consumidores têm a propriedade da mercadoria antes, em vez do modelo "rent/lease-to-own" (alugue com opção de compra), em que a propriedade é transferida somente após a conclusão do plano de pagamento.</li> </ul>   |
|  <p><b>Revenue/credit funding</b></p>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Providers have access to various potential revenue streams, including fees from consumers, fees from merchants, and affiliate marketing fees.</li> </ul>  |
|  <p><b>Condições de crédito<br/>e tomada de decisões</b></p>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Condições de crédito - Há diferentes taxas percentuais anuais (APRs), prazos de duração elegíveis segundo o valor da transação e frequências de pagamento oferecidas no mercado.</li> <li>• Tomada de decisões e extensão dos créditos             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Para os fornecedores tradicionais de cartões, as soluções de parcelamento usam os limites de crédito existentes no cartão subjacente. Alguns participantes aproveitam vários pontos de dados do consumidor para conceder prazos de parcelamento personalizados com base em cada transação. Os provedores executam pesquisas de crédito (na maioria das vezes "suaves") na primeira interação com o consumidor e, a partir daí, passam a utilizar modelos internos de pontuação de crédito para cada compra subsequente. Os modelos internos de subscrição melhoram à medida que mais dados são fornecidos.</li> <li>2. Para produtos sem cartão, de curto prazo e com valor médio de pedido baixo, os credores normalmente aprovam e concedem crédito com base em cada transação.</li> <li>3. Para produtos sem cartão, com valor médio de pedido alto ou com prazo mais longo, os credores fazem pesquisas de crédito rígidas, aprovam e concedem o crédito baseados em cada transação.</li> </ol> <p>Existe uma série de diferentes canais de venda e distribuição que os provedores podem utilizar para gerar e facilitar as vendas. Outras considerações incluem a disponibilidade nos estabelecimentos comerciais, as marcas, o financiamento e as parcerias.</p> </li> </ul> |
|  <p><b>Opções de empréstimo e<br/>distribuição/ Go-to-market</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe uma série de diferentes canais de venda e distribuição que os provedores podem utilizar para gerar e facilitar as vendas. Outras considerações incluem a disponibilidade nos estabelecimentos comerciais, as marcas, o financiamento e as parcerias.</li> </ul>  |
|  <p><b>Participação na cadeia<br/>de valor</b></p>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Há uma miríade de atividades em toda a cadeia de valor que os vários participantes poderiam escolher, bem como uma série de diferentes combinações e trocas entre as quais os provedores podem optar para agrupar e organizar essas atividades a fim de oferecer suas soluções.</li> </ul>  |

Para ter sucesso nesse mercado, os provedores precisam se concentrar nos modelos de negócios centrados no cliente que melhor se adaptem ao seu segmento-alvo e devem estar alinhados com os resultados comerciais desejados e o lugar pretendido no ciclo de vida do cliente. Embora acreditemos que uma proposta de BNPL ajude a resolver uma necessidade de fornecimento de crédito, há alguns fatores-chave de sucesso para uma proposta lucrativa que devem ser levados em consideração. Consideramos que é importante determinar um modelo de lucratividade adequado que contemple:

## Rentabilidade do estabelecimento comercial

- **Baixo custo de aquisição de clientes** – Alguns provedores utilizam os filtros simples de usar do Instagram, slogans publicitários atraentes e acesso a um público amplo, o que traz maior visibilidade para os estabelecimentos comerciais. Isso se traduz em um maior tráfego de clientes e mais compras a um custo baixo quando comparado com os gastos em marketing tradicional. Por exemplo, a PayPal oferece BNPL sem custo para o estabelecimento comercial e a Laybuy cobra dos estabelecimentos comerciais apenas uma taxa de transação por cada compra feita usando seu serviço.
- **Aumento da taxa de conversão** – Os provedores de BNPL informam um valor médio de pedido mais alto e uma taxa de abandono mais baixa em comparação com as transações tradicionais de eCommerce. De acordo com a Accenture, os estabelecimentos comerciais que usam BNPL têm 30% mais chances de fechar uma venda do que aqueles que não usam.<sup>12</sup>
- **Alta retenção de clientes** – O BNPL oferece uma experiência do cliente fluida e uma cesta de compras acessível, o que leva a mais compras repetidas.
- **Mudança do BNPL para uma oferta omnicanal/em múltiplos estabelecimentos comerciais** – O BNPL está deixando de ser uma distribuição de crédito exclusiva para eCommerce, passando a incluir canais de ponto de venda presenciais.



Devido à variedade de modelos de negócios de BNPL, há espaço para ser criativo ao projetar uma solução de BNPL. Os provedores podem optar por concentrar-se em um segmento específico da cadeia de valor e agrupar as diversas atividades (desde a aquisição de clientes até o processamento de reembolsos e o gerenciamento de contas de clientes) de forma personalizada para oferecer suas soluções.

## Como a Visa Consulting & Analytics ajuda você a diferenciar sua solução de BNPL

Em VCA, podemos ajudar os clientes a adotarem uma abordagem de parcelamento de duas faces - uma que possibilite modelos de BNPL liderados pelo emissor e acelere o tempo de saída ao mercado, aproveitando a rede existente de estabelecimentos comerciais e credenciadores da Visa.

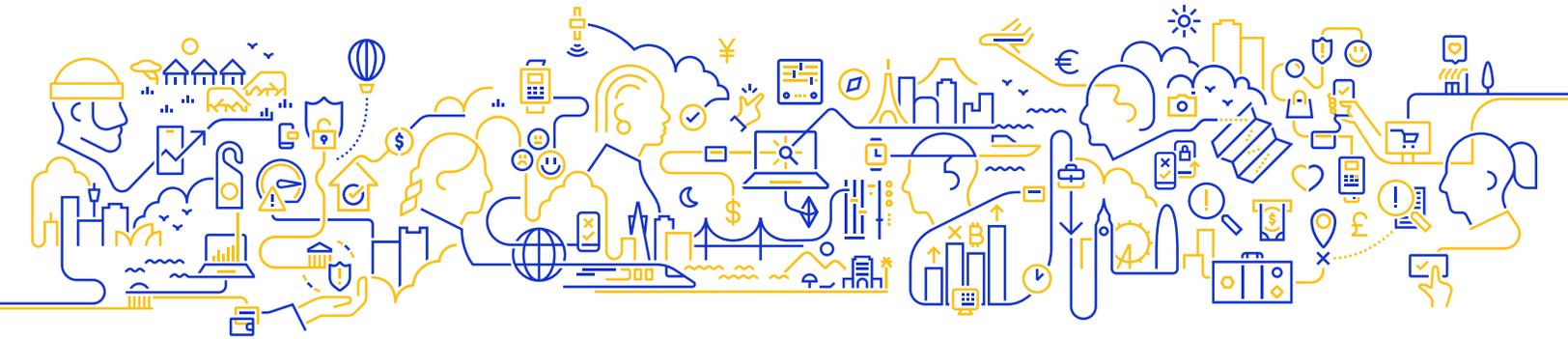
A combinação do nosso acesso a uma ampla gama de dados sobre o comportamento dos clientes com nosso conhecimento e *expertise* do mercado faz com que estejamos em uma posição ideal para ajudá-lo a atender a todos os requisitos para uma solução de BNPL bem-sucedida.

12. Accenture, *Can banks grab the Buy Now Pay Later opportunity?* abril de 2022, <https://bankingblog.accenture.com/can-banks-grab-the-buy-now-pay-later-opportunity>

13. Bain & Company, *Buy Now, Pay Later in the UK*, 2021, <https://www.bain.com/insights/buy-now-pay-later-in-the-uk-bnpl-report-2021/>

## Lucratividade do emissor

- **Relações mais fortes e profundas com os clientes** – Isso é particularmente importante para as categorias de millennial e geração Z. Para estes públicos, o BNPL é popular e, muitas vezes, eles ainda não têm vínculos financeiros fortes com um banco. Em muitos casos, a primeira vez que um consumidor tem acesso a crédito é por meio do BNPL.
- **Baixo custo de aquisição de clientes** – Os emissores podem fazer vendas cruzadas de produtos BNPL para clientes existentes a um custo baixo.
- **Estímulo para o engajamento de clientes** – Ao oferecer crédito a clientes não contemplados pelos modelos tradicionais de avaliação da capacidade de pagamento.
- **Empréstimo responsável** – Com o aumento do escrutínio regulatório, isso está se tornando algo cada vez mais importante a ser considerado:
  - Os credores terão acesso automático aos dados necessários para verificar a capacidade de pagamento dos usuários antes de concluir as compras. Essa transparência permitirá que os provedores de BNPL ofereçam uma experiência melhor com mais clareza, riqueza de dados e facilidade para as verificações de capacidade de pagamento.
  - Os sistemas de proteção ao crédito existentes não foram projetados para atender às necessidades de transações com frequência tão alta e valores tão baixos.
- **Transparência com recompensas ou fidelidade incorporadas** – Para mostrar o panorama completo e incentivar os comportamentos corretos:
  - Hoje em dia, os consumidores podem obter crédito em vários provedores diferentes de BNPL simultaneamente. Mesmo que um cliente se atrase com um pagamento a um provedor, ele ainda poderá obter crédito com outro provedor. Em contraste com os modelos de crédito tradicionais, nos quais é feita uma verificação de crédito exaustiva, as verificações "suaves" do BNPL não avisam sobre quaisquer sinais de alerta. Portanto, há necessidade de uma maior transparência e colaboração entre todos os provedores de crédito para criar verificações precisas da capacidade de pagamento. Uma pesquisa da Bain & Company sugere que os próprios consumidores querem essa transparência: dois terços dos menores de 45 anos afirmam que querem que suas atividades no BNPL contribuam para sua pontuação de crédito.<sup>13</sup>



# Sobre a *Visa Consulting & Analytics*

Somos uma equipe global composta por centenas de consultores de pagamento, cientistas de dados e economistas espalhados por seis continentes.

- Nossos consultores têm décadas de experiência na indústria de pagamento e são *experts* em estratégia, produtos, gestão de portfólio, risco, digital e muito mais.
- Nossos cientistas de dados são *experts* em estatística, análises avançadas e *machine learning* e têm acesso exclusivo aos *insights* da VisaNet, uma das maiores redes de pagamento do mundo.
- Nossos economistas entendem a conjuntura econômica que afeta os gastos do consumidor e oferecem *insights* exclusivos e oportunos sobre as tendências de consumo no mundo.

A combinação de nossa profunda *expertise* em consultoria na área de pagamentos, nossa inteligência econômica e nossa ampla variedade de dados nos permite identificar *insights* e recomendações práticas que promovem decisões comerciais melhores.

Se precisar de ajuda para trabalhar alguma das questões levantadas neste documento, contate seu executivo de contas Visa para agendar uma conversa com a equipe de *Visa Consulting & Analytics*, envie um e-mail para [VCA@Visa.com](mailto:VCA@Visa.com) ou visite-nos no [Visa.com/VCA](https://www.Visa.com/VCA)

Acompanhe a VCA no 

Estudos de caso, comparações, estatísticas, pesquisas e recomendações são fornecidos "TAL COMO ESTÃO" para fins meramente informativos, não devendo ser usados para aconselhamento operacional, de marketing, jurídico, técnico, tributário, financeiro ou de outro tipo. A Visa Inc. não oferece nenhuma garantia ou faz qualquer declaração a respeito da completude ou precisão das informações contidas neste documento, nem assume qualquer responsabilidade ou obrigação resultante do uso dessas informações. As informações aqui contidas não têm a intenção de ser uma recomendação de investimento ou jurídica. Os leitores são encorajados a buscar a orientação de um profissional competente sempre que tal recomendação for necessária. Ao implementar uma nova estratégia ou prática, consulte sua assessoria jurídica para determinar as leis e regulamentos aplicáveis às suas circunstâncias específicas. Os custos, as economias e os benefícios reais de qualquer recomendação ou programa, ou de "melhores práticas", podem variar de acordo com as necessidades específicas do seu negócio e os requisitos do programa. Devido à sua natureza, as recomendações não são garantia de *performance* ou de resultados futuros e estão sujeitas a riscos, incertezas e suposições difíceis de prever ou quantificar. Todos os nomes de marca, logoss e/ou marcas registradas pertencem aos seus respectivos proprietários, são usados apenas para fins de identificação e não necessariamente sugerem um endosso de produto ou afiliação com a Visa.