

NARRATIVA SOBRE INOVAÇÃO DA VISA

Nossa Visão:

Somos uma empresa global de tecnologia de pagamento. Nossa visão é ser a melhor forma de pagar e de ser pago por todos, em todos os lugares.

- Somos uma empresa de global de tecnologia de pagamento e operamos a maior rede de pagamento do mundo, a VisaNet.
- Nossa visão é ser a melhor forma de pagar e de ser pago para todos, em todos os lugares.
- Nossa missão é conectar o mundo através de uma rede de pagamentos digital inovadora, confiável e segura que permite que indivíduos, negócios e economias prosperem.
- Trabalhamos para expandir o uso dos meios eletrônicos de pagamento, o que beneficia os países de muitas formas: a vida cotidiana das pessoas ganha mais qualidade, as empresas operam de forma mais fluida e os governos se tornam mais eficientes.

Colaboramos com instituições financeiras locais, comércios, governos, organizações não governamentais e a comunidade fintech para oferecer soluções sob medida para suas diferentes necessidades.

- Nosso foco é fomentar e trazer inovação, produtos e soluções que conectam consumidores, empresas, instituições financeiras e governos em 44 países e territórios na América Latina e Caribe (e mais de 200 países e territórios mundialmente), habilitando-os a usar meios de pagamento eletrônico em vez de dinheiro vivo e cheques.

Nosso compromisso com a inovação:

Estamos comprometidos em inovar para oferecer a melhor experiência ao consumidor.

- Temos um compromisso incansável com a inovação, guiado por três tendências gerais:
 - As expectativas dos consumidores estão mais altas, o que faz com que a experiência como um todo do consumidor seja mais importante do que nunca;
 - Aceleração da inovação em todas as indústrias;
 - Mais dispositivos inteligentes – telefones e também *wearables* (dispositivos de vestir), carros e eletrodomésticos – estão aptos a conectarem-se à nossa rede para fazer pagamentos.
- Queremos oferecer uma experiência intuitiva, desenvolvendo produtos, soluções e serviços centrados no consumidor, onde as pessoas possam pagar de forma fácil e segura.
- O consumidor está no centro de nossos esforços de inovação. Adotamos o design centrado no ser humano, uma forma criativa de abordar a solução de problemas, que começa com as necessidades, desejos e limitações das pessoas e termina com soluções inovadoras que satisfazem essas necessidades e desejos.

Nossa abordagem à inovação:

Nosso processo de inovação baseia-se na colaboração em um ambiente aberto.

- A metodologia de inovação da Visa combina o design centrado no ser humano, as metodologias enxutas adotadas por startups, expertise de pagamento e acesso aos dados da VisaNet. Juntos, esses componentes nos permitem solucionar problemas reais dos clientes de forma inigualável.

- Nossa abordagem à inovação baseia-se na colaboração com múltiplas organizações que se empenham para melhorar a experiência dos consumidores, entre as quais, instituições financeiras, varejistas, governos, fintechs e startups.
- Tendo em mente a colaboração aberta, abrimos nossa rede de pagamento para trabalhar com terceiros a fim de oferecer as melhores soluções e experiências de consumidor aos usuários finais. Acreditamos que o futuro tem a ver com APIs abertas e com a cocriação de soluções mediante a combinação de nossas APIs a APIs de clientes e terceiros para resolver problemas específicos do consumidor.
 - A Plataforma Visa Developer oferece acesso a algumas das tecnologias e serviços de pagamento mais populares da Visa (capacidades de pagamento), como identificação do portador da conta, capacidades de pagamento de pessoa para pessoa (P2P), serviços como o Visa Checkout para pagamentos seguros em lojas físicas e virtuais, conversão de moeda, envio de alertas de transação ao consumidor, e outros.
- Trabalhamos com instituições financeiras, varejistas, governos, fintechs e startups em um processo que definimos como cocriação. A cocriação está unindo diferentes partes em um trabalho conjunto cujos resultados geram valor para todas as partes.
- Como parte do processo de cocriação, nossos clientes, parceiros, desenvolvedores e a comunidade de pagamento podem integrar nossas capacidades de pagamento em suas soluções.
- Estabelecemos vários Centros de Inovação ao redor do mundo, onde discutimos tendências, exploramos necessidades e cocriamos com clientes, parceiros, fintechs e a comunidade global de pagamento para desenvolver conceitos e protótipos para novas soluções de pagamento usando a metodologia do design centrado no ser humano.
- Essa abordagem à inovação permite que nossos lançamentos cheguem mais rápido ao mercado, com ciclos de desenvolvimento mais curtos, e confere mais agilidade aos nossos processos.

Nossa transformação:

Simplificamos a vida das pessoas ao oferecermos maneiras mais seguras, convenientes e rápidas de pagar, por meio de diferentes métodos físicos e digitais.

- Estamos vivendo uma transformação, onde a inovação e a experiência do consumidor ficam no centro de nossos esforços. Mudamos nosso foco e, agora, trabalhamos lado a lado com nossos clientes e parceiros para criar a próxima geração de soluções de pagamento, mais diretamente alinhada com o mercado e que soluciona problemas do mundo real.
- Essa evolução em nosso papel faz com que pensemos menos em produtos específicos e mais nas capacidades de pagamento que oferecemos, e em como nossos parceiros podem utilizá-las para criar as melhores experiências para seus consumidores.
- Tradicionalmente, temos trabalhado com instituições financeiras e comércios que emitem produtos como cartões de crédito, débito e pré-pagos. Eles continuam sendo uma parte importante de nosso portfólio.
- Entretanto, quando instituições financeiras ou comércios emitem cartões Visa, eles estão emitindo mais do que um cartão – estão emitindo uma conta Visa que permite que seus clientes usem Visa em qualquer lugar, a qualquer momento e com qualquer dispositivo conectado.
- Atualmente, as pessoas já podem usar smartphones, *wearables*, pulseiras, relógios, anéis e até óculos para pagar e também poderão pagar usando dispositivos conectados. O importante não é o plástico,

mas sim as informações da conta. A proporção de pagamentos que não envolvem um cartão de plástico, comparada aos que envolvem, continuará aumentando com o tempo.

PONTOS DE DISCUSSÃO EXPANDIDOS

Nossa visão:

Somos uma empresa global de tecnologia de pagamento. Nossa visão é ser a melhor forma de pagar e de ser pago por todos, em todos os lugares.

- Quando instituições financeiras ou comércios emitem cartões Visa, eles estão emitindo mais do que um cartão – estão emitindo uma conta Visa que permite que seus clientes usem Visa em qualquer lugar, a qualquer momento e com qualquer dispositivo conectado.
- Pagar, fazer uma transação ou movimentar fundos deveria ser tão simples quanto enviar uma mensagem de texto a um amigo ou empresa, e entendemos que nosso papel é viabilizar justamente isso.

VisaNet

- A VisaNet é o cerne da rede global de pagamento. É uma infraestrutura de tecnologia composta por equipamentos e programas que operam em data centers sincronizados, conectados por uma rede global de linhas de comunicação públicas e privadas. A Visa traz sua experiência extraordinária à gestão dessa rede internacional de transações, baseada em sua longa e bem-sucedida tradição no setor de pagamento.

Data Centers da Visa

A Visa opera centros de processamento de informação de última geração, que estão entre os mais avançados mundo. Eles são fundamentais para o processamento de pagamentos da Visa e nos ajudam a entregar a promessa da nossa empresa estar em qualquer lugar.

Os data centers da Visa possuem mais de 450 serviços de processamento de pagamento, incluindo autorização, liquidação e compensação, assim como a análise avançada de fraude e dados.

Os data centers foram construídos com uma capacidade de apoiar o crescimento global para os próximos 15 anos e contam com uma tecnologia de última geração para recuperação entre os data centers para garantir o maior nível de serviço ininterrupto.

- A capacidade de processamento máxima combinada dos data centers da Visa é superior a 65.000 transações por segundo.

-

Nosso compromisso com a inovação:

Estamos comprometidos em inovar para oferecer a melhor experiência ao consumidor.

Tendências que norteiam nossa abordagem à inovação

Tendência Nº 1: As expectativas dos consumidores estão mais altas, o que faz com que a experiência como um todo do consumidor seja mais importante do que nunca

- Os avanços tecnológicos viabilizam o aumento das inovações e os consumidores demandam gratificação instantânea. Um exemplo do nível de impaciência das pessoas hoje: a maioria de nós não quer esperar mais do que dois segundos para começar a ver um vídeo on-line. ([Fonte](#))
- A velocidade é mais importante do que nunca.
 - A agilização (fast-laning) de processos será o caminho normal.
 - A opção de fazer o pedido com antecedência usando um aplicativo móvel e só passar no estabelecimento para retirar a compra é uma das experiências de agilização mais comuns já disponíveis, especialmente em restaurantes do tipo *fast-food* onde a rapidez é prioridade.
- A experiência do consumidor impulsiona o sucesso
 - As tecnologias que desafiam as probabilidades são aquelas que melhoram a experiência do consumidor, pois essa experiência é importante.
 - Os consumidores que vivem em países desenvolvidos nunca tiveram tantas opções. Para termos uma dimensão disso: as prateleiras de um supermercado norte-americano médio têm cinco vezes mais produtos hoje do que nos anos de 1970. (Fonte: [The Economist](#).)
Como filtrar nossas opções se há tantas possibilidades de escolha disponíveis? Normalmente, optamos pela melhor experiência. Estamos em um ambiente onde a experiência do consumidor prevalecerá, independentemente de onde ela vem.
- O papel da Visa é disponibilizar a empresas e organizações elementos que lhes permitam criar a melhor experiência de consumidor para os seus consumidores.
 - A Visa usa princípios do design centrado no ser humano e metodologias ágeis para estruturar a forma como desenvolvemos produtos e colaboramos com nossos parceiros.
 - A tecnologia de pagamento é norteada pelo que é relevante para o consumidor – não basta inovar só para inovar.
- As companhias de mais sucesso são aquelas cujo negócio é solucionar os problemas dos consumidores. O que define o sucesso ou o fracasso de uma nova tecnologia é sua capacidade de solucionar os problemas do cliente, não importa o quão pequenos ou insignificantes eles pareçam ser. Basicamente, o consumidor decide o que quer usar.

Tendência Nº 2: Aceleração da inovação em todas as indústrias

- A tecnologia tornou a inovação mais rápida e acessível.
 - Os avanços na potência dos computadores contribuíram para acelerar a velocidade da inovação. Em uma década, um computador com capacidade de processamento equivalente à do cérebro humano custará apenas US\$ 1.000. ([Fonte](#))
 - Além disso, a rede de pessoas aptas a impulsionar a inovação está mais ampla do que nunca. Só na área de desenvolvimento de software, existem 19 milhões de desenvolvedores no mundo hoje. Até 2020, eles serão 25 milhões. ([Fonte](#))
- A colaboração é a chave para a inovação
 - Em pagamentos, a ascensão das fintechs demonstra que nunca houve um número tão grande de organizações impulsionando a inovação. Dez anos atrás, havia cerca de 850 fintechs. Hoje, existem cerca de 3.100. (Fonte: Boston Consulting Group, 2015)
 - Acreditamos que, no futuro, não será mais preciso deter toda a cadeia de valor para inovar. As APIs (Interfaces de Programação de Aplicativos), conjunto de protocolos para a criação de aplicativos de software que especificam como os componentes dos programas devem interagir, permitem que as pessoas colaborem, conectem e utilizem inovações de terceiros.
- As APIs estão se tornando, rapidamente, o padrão usado pelas empresas para trocar dados e desenvolver as experiências *omnichannel* (em todos os canais) inteligentes e integradas demandadas pelos consumidores.
 - Empresas de todas as partes do mundo reconhecem a força das APIs: a expectativa de 71% das organizações é que as APIs de parceiros sejam amplamente adotadas em suas indústrias nos próximos dois anos. (Fonte: [Accenture Technology Vision 2015 Survey](#))
 - Entretanto, as APIs são apenas uma plataforma. Nesse sentido, precisamos dominar a arte de “solucionar”, ou seja, de reconhecer uma oportunidade, desafio ou *insight* e unir diferentes APIs ou outras capacidades para criar soluções que vão ao encontro do objetivo final.
 - Por trás de todo aplicativo móvel e experiência on-line moderna existe pelo menos uma API. Por exemplo, quando um consumidor abre um aplicativo para pedir um táxi e clica “Sim” para permitir que o sistema acesse sua localização atual, o alfinete no mapa é o resultado de uma chamada de API do aplicativo para uma API de mapa pertencente a um terceiro. Quando ele chega ao destino e paga a corrida, uma nova chamada de API para um serviço de pagamento é realizada.
 - Fintechs e startups têm a inovação em seu DNA. Elas são fundadas para gerar disrupção, colocar novos serviços no mercado rapidamente e fazer iterações.
 - Globalmente, foram investidos US\$ 13,8 bilhões em fintechs. Na América Latina, as fintechs e o comércio eletrônico responderam por metade do capital alocado em investimentos em TI em 2015.

Tendência Nº 3: Mais dispositivos inteligentes – telefones e também *wearables* (dispositivos de vestir), carros e eletrodomésticos – estão aptos a conectarem-se à nossa rede para fazer pagamentos.

- Dispositivos inteligentes na vida cotidiana
 - Dispositivos “inteligentes” conectados – equipamentos que realizam funções automaticamente, sem a necessidade de intervenção humana, continuarão em expansão; por exemplo: o Echo da Amazon e a assistente virtual Alexa controlam uma série de produtos de smart home via comando de voz ([Fonte](#))
 - O Amazon Dash Replenishment Service é outro grande exemplo de internet de tudo. Ele oferece aos fabricantes dos dispositivos a possibilidade de conectá-los à Amazon e configurar um

equipamento doméstico com acesso à internet, como uma impressora ou lavadora de roupas, para encomendar suprimentos como cartuchos ou sabão em pó automaticamente, quando eles estiverem perto de acabar. ([Fonte:](#))

- Esses exemplos são empolgantes porque deixam o comércio mais fluido.
- Acreditamos que os casos de uso de mais sucesso para a internet de tudo serão os que oferecem experiências de consumidor de maior qualidade e relevância.
- Vejamos o protótipo do carro conectado que introduzimos no ano passado. No decorrer dos trabalhos, identificamos que o carro conectado agrega mais valor aos consumidores quando aplicado a situações que reduzem a fricção de um processo de pagamento que eles já realizam do carro, como o pagamento de pedágios, estacionamento e combustível.
- Os bots – uma forma de software de inteligência artificial – existem há anos. Porém, nos últimos tempos, eles começaram a ganhar nova função em aplicativos de mensagem, gerenciando tarefas ou solicitações de serviço do consumidor. Podemos mandar mensagens a um bot tal qual faríamos com uma pessoa de verdade e o bot realizará tarefas por nós. As empresas estão apostando alto em tecnologia de bot – outro sinal de que as experiências do consumidor vão ficar mais automatizadas, convenientes e inteligentes, movidas por dispositivos conectados que fazem as coisas acontecerem.
- Qual será a dimensão da Internet das Coisas (IoT) em 2020?
 - A Gartner prevê que 20 bilhões de dispositivos estarão conectados à internet.
 - A expectativa é que a população mundial chegue à marca de 7,7 bilhões de pessoas nesse mesmo ano. (Geohive, abril de 2016)
 - Segundo a Gartner, até 2020, mais da metade de todos os novos processos e sistemas empresariais incorporará algum elemento da internet das coisas. ([Fonte](#))

Impacto dessas tendências na indústria de pagamento

- Para nós, o futuro dos pagamentos tem a ver com capacidades que podem ser compartilhadas ou adaptadas na cadeia de valor para criar novas experiências.
- É realmente importante que as pessoas consigam interagir de forma fluida e ininterrupta. Ou seja, o consumidor quer fazer uma compra, pagar uma conta ou transferir fundos de forma intuitiva, sem pensar nem se preocupar com a marca, o instrumento de pagamento ou o plástico.
- Os pagamentos estão mais inteligentes e alinhados ao contexto em que acontecem. Não basta usar os dados de quando, onde e como um consumidor faz uma transação; é preciso que o pagamento seja adaptado ao ambiente de compra do consumidor e as considerações que ele faz no ponto de compra. Por exemplo:
 - Já sabemos que os telefones têm a função de geolocalização. Sabemos e vemos isso a cada vez que usamos o Google Map para saber como chegar a determinado local a partir de nossa localização atual. Isso é feito usando APIs para a ferramenta Google Map e a tecnologia de geolocalização do telefone.
 - A localização do celular poderia ser usada – por meio de uma API – para conferir se a localização do consumidor (quando ele assim autorizar) bate com o local em que a transação está sendo realizada.
 - Temos uma relação tão próxima com nossos telefones que o sinal de geolocalização enviado pelo dispositivo que carregamos no bolso é, normalmente, um dos melhores indicadores de onde estamos no mundo. Quando os consumidores concordam em compartilhar sua localização, o sistema de detecção de fraude da Visa, combinado ao aplicativo bancário do celular, consegue incorporar dados de geolocalização na mensagem de transação.

- O consumidor não precisa mais contatar seu banco antes de viajar de férias para outro país para evitar que sua conta seja bloqueada. Quando ele chegar ao destino e usar sua conta Visa para pagar um táxi, o GPS do celular informará à rede da Visa que ele está realmente fora do país e que a transação não é fraudulenta.
- Além de oferecer um benefício óbvio, que é o combate à fraude, a localização móvel também possibilita a segmentação geográfica. Um comerciante pode enviar uma oferta direto para o celular de um cliente assim que ele entrar em sua loja. Ou usar a localização do consumidor para ajudá-lo a navegar em itens específicos.
- Há uma série de capacidades que podem ser reunidas em um único cenário para proporcionar uma experiência simples, mas excepcional, ao cliente.
- Vemos o futuro assim. Os pagamentos ficarão em segundo plano e serão parte de uma experiência maior – e não apenas ocasionalmente, mas sempre. Isso já está acontecendo de muitas formas hoje. Acreditamos que os pagamentos se tornarão tão invisíveis que as pessoas não precisarão saber o número de sua conta para fazer um pagamento. Os números dos cartões continuarão existindo como identificadores, mas ficarão completamente em segundo plano. As pessoas usarão uma senha, código PIN, ou plegar para autenticar um pagamento feito em um telefone celular ou dispositivo inteligente. Ou o GPS fará a comunicação entre o telefone e um sensor instalado na loja, dispensando qualquer ação por parte do consumidor – a transação será processada automaticamente quando ele sair da loja com a compra.
- O que importa é que o consumidor terá uma experiência fluida, intuitiva e onipresente.

Nossa abordagem à inovação:

Nosso processo de inovação baseia-se na colaboração em um ambiente aberto.

A Visa está deixando de ser uma rede fechada e se tornando uma rede mais aberta, buscando e fazendo parcerias com todos os tipos de empresas. É uma Visa bem diferente da do passado.

Nosso mundo é aberto – para todos, em todos os lugares e, de muitas formas, criado com todos, em todos os lugares. É assim que pensamos o futuro da Visa e é assim que teremos sucesso no futuro.

O design centrado no ser humano é uma forma criativa de abordar a solução de problemas. Ele começa com as necessidades, desejos e limitações das pessoas e termina com soluções inovadoras que satisfazem essas necessidades e desejos.

Essa estrutura nos permite:

- Promover o engajamento dos consumidores com nossos parceiros para compreender profundamente suas necessidades
- Juntos, questionar ideias e conceber potenciais soluções
- Refinar ideias para que elas possam ser convertidas em conceitos de solução para futura exploração
- Criar protótipos de experiências selecionadas rapidamente, e testá-los com consumidores para termos certeza de que as necessidades deles estão sendo atendidas
- Refinar experiências continuamente após seu lançamento

Centro de Inovação

A Visa está inaugurando Centros de Inovação no mundo inteiro para oferecer experiências imersivas a clientes e parceiros. Essas experiências permitem que nossos parceiros interajam com especialistas em pagamento da Visa e explorem novos produtos e tecnologias que avançam a experiência de pagamento em áreas como pagamento móvel, segurança, pagamentos baseados na nuvem, e outras. Esses Centros – em operação hoje em São Francisco, Singapura, Dubai, Miami, São Paulo e Londres – são criados para encorajar a interação dinâmica e a experimentação em tempo real, atraindo os melhores talentos na área de tecnologia para desenvolver a próxima geração de soluções comerciais.

- Nossos centros de inovação são mais do que um espaço. Eles representam uma oportunidade espetacular para a Visa iniciar novos tipos de conversa com Clientes, Parceiros e a comunidade global de pagamento.
- São locais onde criamos novas conexões e aprofundamos as existentes, ao pensarmos nossos visitantes/clientes e seus objetivos, desafios e aspirações únicos e o centro da experiência de um modo que nos ajuda a criar parcerias com valor agregado.
- Com nossa rede global de Centros de Inovação, aprendemos com o que está acontecendo em Singapura, Dubai ou Londres e trazemos esse aprendizado rapidamente para São Paulo – e vice-versa.

Fundamentalmente, o foco não está em uma invenção ou um produto, mas em criar experiências do futuro – experiências como o futuro do varejo, o futuro das agências bancárias, o futuro da mobilidade.

CAPACIDADES DA VISA: TOKENIZAÇÃO

Histórico do padrão token

Com a indústria de pagamento migrando do plástico para o digital, estamos contribuindo para que nossos clientes ofereçam aos seus consumidores uma experiência de compra segura, simples e consistente, independentemente de onde eles estão e do dispositivo utilizado.

Em outubro de 2013, Visa, MasterCard e American Express introduziram um novo padrão de pagamento global para aumentar a segurança e simplificar a experiência do consumidor ao fazer compras com um telefone celular, tablet, computador pessoal ou outro dispositivo inteligente. O novo padrão permite que o tradicional número de conta primário de 16 dígitos (PAN, na sigla em inglês) seja substituído por um “token” digital no caso de compras on-line e transações iniciadas em dispositivos móveis.

A EMVCo expandiu seu escopo de trabalho e hoje gerencia o novo padrão de token mundialmente. Esse padrão se baseia nas normas ISO existentes e está alinhado com a tecnologia EMV.

Visa Token Service

É razoável que os consumidores queiram que seus dispositivos conectados possam ser usados para pagar, quando a transação ocorrer em um contexto em que isso faz sentido.

A tokenização é uma nova camada de segurança para pagamentos móveis e digitais. Ela remove informações de conta sensíveis e as substitui por um identificador digital único chamado token. Os pagamentos com token oferecem mais proteção contra potenciais usos não autorizados, pois estão ligados a um dispositivo ou aplicativo específico.

O Visa Token Service permite que as instituições financeiras emitam tokens – essencialmente, contas digitais que podem ser usadas para fazer compras on-line e com um dispositivo móvel. O novo serviço pode ajudar na prevenção de fraudes, pois oferece a instituições financeiras, comércios e provedores de pagamento externos – provedores de carteira digital, por exemplo – uma forma segura de viabilizar a realização de pagamentos móveis e on-line sem compartilhar informações de conta sensíveis.

- Alguns dos principais benefícios dos Visa Token Service são:
 - Os tokens não contêm o número primário de conta do consumidor; portanto, armazenar tokens em dispositivos móveis, on-line por empresas de comércio eletrônico e em aplicativos móveis baseados na nuvem é menos arriscado
 - Os tokens baseiam-se em normas ISO existentes e, portanto, podem ser processados e roteados por comércios, adquirentes e emissores da mesma forma que os tradicionais pagamentos com cartão
 - Tokens vinculados a dispositivos móveis perdidos ou roubados podem ser reemitidos instantaneamente – sem a necessidade de alterar o número de conta primário do consumidor ou reemitir o cartão plástico
 - O novo serviço é compatível com a emissão de múltiplos tokens para uma só conta primária, vinculando cada token a um dispositivo móvel ou serviço específico.
 - Os tokens podem ser restritos para uso com um comércio, dispositivo móvel, transação ou categoria de transação específica.

CAPACIDADES DA VISA: VISA DIRECT

Os push payments permitem que as pessoas transfiram fundos de sua conta bancária ou cartão de pagamento para a conta de outra pessoa usando um smartphone, tablet ou a Internet. Esses pagamentos têm outros usos além das transferências entre pessoas físicas, podendo ser usados por empresas para pagar consumidores e por consumidores para pagar empresas.

O Visa Direct oferece uma solução rápida, segura e conveniente para o ecossistema de clientes e parceiros da Visa. Ele permite que os usuários façam transações como envio e recebimento de pagamentos P2P, desembolsos de fundos e liquidações de empresa para empresa diretamente para um cartão/conta Visa elegível, de forma rápida e segura.

Casos de uso do Visa Direct

- Pagamentos de pessoa jurídica para física: permite que empresas ou governos façam pagamentos rápidos e diretos para a conta dos consumidores, como pagamentos de fundos de socorro de emergência, indenizações de seguro e vales-presente.
- Pagamentos de pessoa física para jurídica: possibilita que consumidores paguem comércios que nem sempre têm uma infraestrutura de aceitação eletrônica completa, como empresários individuais, barracas de feira, ou microempresas. Isso inclui o serviço mVisa, que permite que microempresas aceitem pagamentos eletrônicos diretamente de seus aplicativos bancários móveis, sem a necessidade de plugar um leitor de cartão. Os comércios recebem pagamentos e notificações de pagamento em tempo real; portanto, sabem que o pagamento entrou e que podem entregar os produtos aos clientes. A transação de pagamento também foi simplificada para os portadores de cartão, que só precisam entrar no aplicativo bancário móvel e eleger pagar um comércio cadastrado com o Visa Direct (mVisa) usando um código QR, Etiqueta NFC ou número de celular (pagamento do tipo push).
- Pagamentos de pessoa jurídica para jurídica: as empresas podem fazer pagamentos B2B em tempo real, o que permite que as PMEs paguem fornecedores – normalmente, PMEs também –, “just in time” ou seja, no momento certo, o que traz benefícios óbvios para o seu fluxo de caixa.

O Visa Direct também se beneficia de nossa rede global e possibilita a realização de pagamentos do tipo push entre diferentes países. Qualquer pessoa que já tenha tentado enviar dinheiro para um familiar ou amigo no exterior sabe o quanto isso pode inconveniente e caro.

mVisa

- viabilizado pelo Visa Direct, o **mVisa** é um serviço de pagamento de celular para celular, baseado em rede, que leva os benefícios do comércio digital seguro a instituições financeiras, comércios e consumidores de mercados emergentes.
- Com o mVisa, os consumidores podem fazer compras, pagar contas e enviar fundos a amigos e familiares sem o uso do cartão físico. Algumas das vantagens do mVisa:
 - Os produtos Visa podem ser usados no caixa com a mesma facilidade do dinheiro
 - Posiciona a Visa no centro dos serviços bancários móveis e P2P, ambos em expansão.
 - Reforça a percepção de segurança com pagamentos do tipo push e autenticação por meio de senha (PIN) em contraponto aos pagamentos com tarja magnética e assinatura.
 - Maior facilidade de aquisição de comércios e implantação

- A oportunidade é significativa: nos EUA, 22% dos proprietários de smartphones e 28% dos usuários de tablets fazem pagamentos P2P usando aplicativos móveis (ex.: Venmo)

CAPACIDADES DA VISA: VISA PAYWAVE

Tecnologia de pagamento móvel da Visa, o Visa PayWave opera com telefones equipados com NFC e permite que os consumidores façam pagamentos Visa rápidos e seguros apenas aproximando seu smartphone ou cartão de um terminal de pagamento sem contato. A tecnologia NFC é o padrão de tecnologia global que transforma telefones celulares em dispositivos de pagamento.

Os consumidores podem sair de casa sem a carteira, pois conseguem vincular suas contas de pagamento de forma segura a um celular ou *wearable* equipado com NFC.

Como isso funciona?

- Os pagamentos sem contato exigem que o cartão ou dispositivo móvel e o terminal operem com a tecnologia NFC.
- Os cartões e os dispositivos Visa payWave têm uma antena e chip que possibilitam a comunicação segura entre eles e o terminal de pagamento sem contato.
- Além de smartphones, os clientes estão adotando outras formas de fazer pagamentos convenientes e seguros e de oferecer uma experiência de pagamento mais baseada em contexto, como pagamentos com pulseiras e outros *wearables*. Os pagamentos com *wearables* são uma solução para situações em que faz sentido para o consumidor deixar a carteira ou o celular em casa – quando ele vai à praia, por exemplo.
- Na América Latina, o Brasil tem XXX terminais NFC.

CAPACIDADES DA VISA: VISA CHECKOUT

O Visa Checkout é um serviço de pagamento on-line da Visa que permite que os consumidores comprem com rapidez e facilidade usando qualquer dispositivo. O Visa Checkout permite que os clientes armazenem os dados do cartão e o endereço de entrega em uma conta segura e finalizem compras usando apenas um nome de usuário e senha.

Histórias de sucesso do Visa Checkout

- O Visa Checkout aumenta substancialmente a conversão de vendas. Nos EUA, os consumidores registrados no Visa Checkout completaram 86% das transações, contra 73% dos usuários do PayPal Express Checkout e 57% dos usuários do processo de finalização de compra tradicional dos comércios (fonte: comScore)
- Em 2015, os clientes cadastrados no Visa Checkout apresentaram uma taxa de conversão 51% superior a de usuários do processo de finalização de compra tradicional
- Nos principais comércios Visa Checkout, o atual índice de fraude de pagamentos via Visa Checkout é 63% menor do que o registrado em pagamentos não realizados via Visa Checkout,
- Noventa e cinco por cento dos usuários do Visa Checkout acharam o processo de cadastramento fácil e 96% se sentem seguros comprando com o Visa Checkout.

Visa Checkout e comércio eletrônico na América Latina

- O Visa Checkout está disponível no México, Brasil, Colômbia e Peru.
- A expectativa é que os gastos on-line cresçam a uma taxa de 13% até 2020 (fonte: *Relatório de eReadiness na América Latina, estudo de 2016 encomendado à Euromonitor International pela Visa Inc.*).
- Os gastos on-line pagos com Visa representam 11% de todos os pagamentos com Visa na América Latina e cresceram 17% (CAGR) de 2011 a 2016.
- Os gastos no exterior pagos com Visa representam 30% do volume total gasto on-line na região e subiram 12% de 2015 a 2016.
- Os gastos domésticos on-line pagos com Visa cresceram 3% no mesmo período.

CAPACIDADES DA VISA: PLATAFORMA VISA DEVELOPER

A Plataforma Visa Developer foi criada para ajudar as instituições financeiras, os comércios e as empresas de tecnologia a oferecer uma experiência melhor aos seus clientes, atendendo as demandas de consumidores e comércios que fazem uso crescente de dispositivos conectados para comprar, pagar e serem pagos.

A Plataforma Visa Developer oferece acesso a algumas das tecnologias e serviços de pagamento mais populares da Visa (capacidades de pagamento), como identificação do portador da conta, capacidades de pagamento de pessoa para pessoa (P2P), serviços como o Visa Checkout para pagamentos seguros em lojas físicas e virtuais, conversão de moeda, envio de alertas de transação ao consumidor, e outros.

Nossa visão é entregar um mercado aberto, onde os desenvolvedores possam publicar seus aplicativos de comércio e pagamento digital, baixar exemplos de aplicativos desenvolvidos por terceiros, e fazer parceria com instituições financeiras e comércios para introduzir soluções no mercado.

Três elementos primários definem o programa Visa Developer:

- Um portal de desenvolvedores completo e acessível mundialmente, com uma área de testes integrada
- Uma plataforma aberta que oferece APIs, SDKs e documentação da Visa
- Centros de Inovação da Visa em São Francisco, Dubai, Miami, São Paulo, Singapura e Londres, que permitem que engajemos e trabalhemos pessoalmente com os desenvolvedores.

É importante que fique claro que ter uma rede aberta não significa ter uma rede vulnerável à ação de fraudadores. A Visa tem o importante papel de identificar inovações em ambientes potencialmente inseguros e de traduzi-las para um ambiente de pagamento seguro.