Pagamentos por aproximação se tornaram um grande diferencial na América Latina

Preocupados em manter o distanciamento social, os consumidores da América Latina e do Caribe aumentaram a demanda por experiências de pagamento sem contato físico, impulsionando um crescimento inesperado na indústria de pagamentos por aproximação.

O número de cartões de pagamento por aproximação crescerá 290% na América Latina até 2024[1]

A quantidade de **transações com *wearables*** deve **crescer quase 12.000% até 2024**[1]

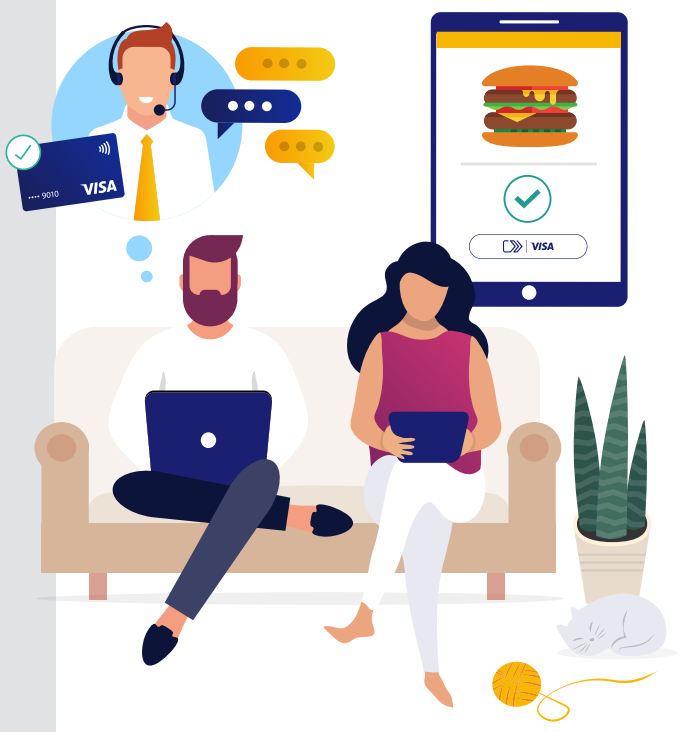
No varejo móvel, os volumes de pagamento por aproximação terão uma **taxa de crescimento anual composta de 92% até 2024**[1]

O número de **pessoas que pagam passagens de transporte público com o celular deve crescer quase 5.000% até 2024**[1]

Considerando fatores como preço ou localização, **63% dos consumidores** pesquisados **mudariam para lojas que disponibilizassem opções de pagamento por aproximação**[2]

Em setembro de 2020, a região **tinha 27.4% pontos de aceitação de pagamentos por aproximação em atividade, superando a meta de 16%**[3]

O que os emissores podem fazer para aumentar pagamento por aproximação?



- **Acelerar a penetração do cartão de pagamento por aproximação** para transações de baixo valor, onde predomina o uso de dinheiro
- **Melhorar a experiência do portador de cartão** e solucionar preocupações imediatas com a segurança e métodos de pagamento mais limpos
- Fornecer um **melhor equilíbrio entre a prevenção de fraudes e a experiência do usuário**
- **Informar o portador de cartão para promover a adoção da tecnologia** por parte de consumidores e estabelecimentos comerciais

O que um estabelecimento comercial pode fazer para promover os pagamentos sem contato?

- **Sinalizar a aceitação dessa opção de pagamento desde a porta do estabelecimento** até o local de *checkout*
- **Deixar o terminal POS para pagamentos sem contato ao alcance do cliente** ou procurar opções Tap to Phone oferecidos por credenciadores
- **Incentivar o consumidor a pagar por aproximação ou a inserir o próprio cartão,** quando possível
- Certificar-se de que os caixas estão **promovendo os pagamentos por aproximação**
- **Incentivar novas experiências,** como compra *on-line*, retirada em loja ou por *drive-thru*, entrega em domicílio e pedidos para viagem.

A Visa está aqui para ajudá-lo

Converse com seu executivo de conta Visa para entender como podemos ajudá-lo a se recuperar, a se adaptar e a continuar bem-sucedido nestes tempos difíceis.

VISA onde você quiser estar

Fontes:
1. Juniper Contactless payments Deep Dive Data & Forecasting 2020-2024.
2. Estudo Visa Back to Business 2020.
3. Sumário de resultados da Visa America Latina e o Caribe2020, Tap to Pay.

Sobre a Visa.
Visa Inc. (NYSE:V) é a empresa líder em pagamentos digitais no mundo. Nossa missão é conectar o mundo por meio do que há de mais inovador, confiável e seguro em meios de pagamentos – permitindo que pessoas, negócios e economias prosperem. Nossa avançada rede de processamento global, a VisaNet, oferece pagamentos seguros e confiáveis em todo o mundo e é capaz de processar mais de 65.000 transações por segundo. O foco implacável da empresa em inovação é um catalisador para o rápido crescimento do comércio conectado em qualquer dispositivo e uma força motriz por trás do sonho de um futuro sem dinheiro em papel para todos, em todos os lugares. À medida que o mundo passa do analógico para o digital, a Visa insere sua marca, produtos, pessoas, rede e escala para remodelar o futuro do comércio.

As informações, recomendações ou "melhores práticas" aqui contidas (as "Informações") são fornecidas "TAL COMO ESTÃO" e seus fins são meramente informativos, não devendo ser usadas para aconselhamento comercial, operacional, de marketing, financeiro, jurídico, técnico, tributário ou outro. A Visa não se responsabiliza pelo uso das informações (incluindo erros, omissões, inexatidões ou atemporalidade de qualquer tipo) ou quaisquer suposições ou conclusões extraídas do seu uso. A Visa não oferece nenhuma garantia, seja ela expressa ou implícita, e renuncia explicitamente a qualquer garantia de comerciabilidade e adequação a um propósito particular, a qualquer garantia de não violação a direitos de propriedade intelectual de terceiros ou a garantias de que a informação está atualizada e isenta de erros. Na medida do permitido pelas leis aplicáveis, a Visa não se responsabilizará perante um cliente ou terceiro por danos sob nenhuma teoria jurídica, incluindo, entre outros, danos especiais, consequenciais, emergentes ou punitivos, nem por danos referentes a lucros cessantes, interrupção dos negócios, perda de informações comerciais ou outra perda monetária, ainda que tenha sido alertada da possibilidade de tais danos ocorrerem.