

O que influenciará os pagamentos em 2025: dez recomendações para a estratégia de negócios

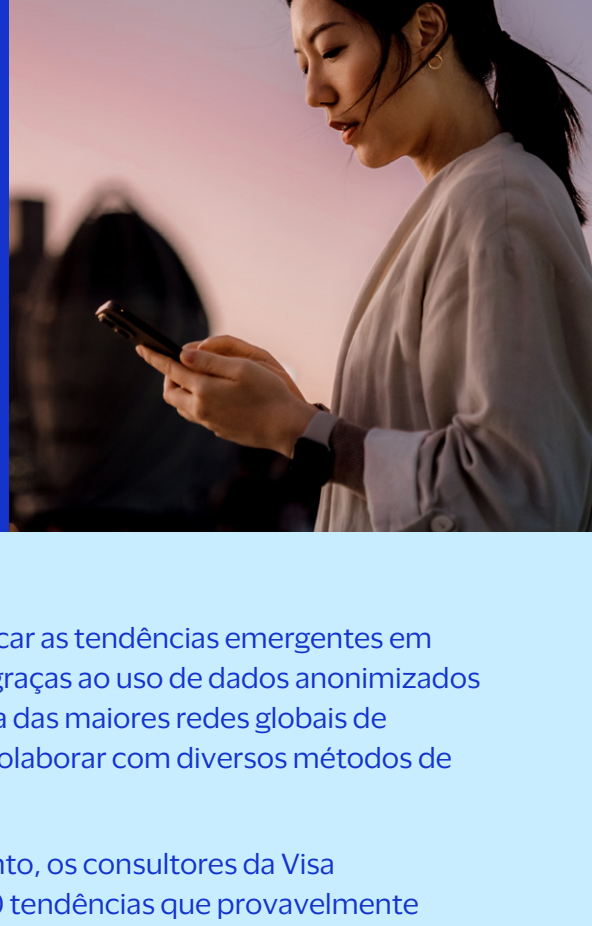
O que as empresas líderes do setor de pagamentos devem fazer para chegar - e permanecer - à frente em 2025?

Com a adoção crescente de carteiras digitais, pagamentos sem contato, iniciativas de *open banking* (banco aberto), IA generativa (IAgen) e estratégias avançadas de prevenção de fraudes, o cenário de pagamentos está evoluindo rapidamente. Em parte pela utilização crescente de tecnologia móvel e pelos avanços de tecnologia financeira (*fiintech*), esta mudança oferece aos consumidores métodos de pagamento com maior rapidez, segurança e conveniência.

Em meio ao alto nível de atividade, é fundamental que as empresas líderes do setor de pagamentos mantenham-se atualizadas com as forças que estão moldando o setor. A *Visa Advisory Services* pode

ajudar a identificar as tendências emergentes em todo o mundo graças ao uso de dados anonimizados da VisaNet, uma das maiores redes globais de pagamento, e colaborar com diversos métodos de pesquisa.

Neste documento, os consultores da Visa selecionaram 10 tendências que provavelmente influenciarão o cenário das áreas de pagamentos e *fiintechs* em 2025. Todos os meses, os líderes especializados e analistas de dados da Visa darão detalhes sobre cada uma destas tendências em uma série composta por dez apresentações: **Dez recomendações para a estratégia de negócios**.



Aumento de pagamentos sem cartão com pagamentos em tempo real, transferências entre contas e *open banking*

Uma característica determinante do cenário de pagamentos nos últimos anos - e que deverá aumentar em 2025 - foi o surgimento rápido de métodos de pagamento alternativos. Os pagamentos digitais feitos sem credenciais de cartões tradicionais estão ganhando força, alavancando pagamentos em tempo real (RTP), transferências A2A (entre contas), pagamentos via *open banking* e carteiras de consumidores locais. Além disso, em algumas regiões, novas iniciativas regulatórias deverão ganhar força, como a regulamentação de Pagamentos Instantâneos na Europa e a Diretiva de *Open Finance* (sistema financeiro aberto) no Brasil.

Por que é importante

Os novos métodos de pagamento alternativos têm o potencial de oferecer soluções de maior rapidez, segurança e menor custo, o que pode ajudar os estabelecimentos comerciais a executar mais transações e otimizar as operações para as instituições financeiras (IFs), aprimorando a experiência geral de seus clientes. Visto que tanto consumidores quanto empresas continuam buscando oportunidades para simplificar seus processos de pagamentos, os emissores que oferecem opções sem o uso de cartões, como *Tap-to-Pay* com uma carteira digital, podem tirar proveito das novas tecnologias para ajudar a promover a inovação e reduzir os custos das transações.



Novas estratégias transfronteiriças e melhores propostas de valor para indivíduos afluentes

Para muitas empresas líderes do setor de pagamentos, o segmento de consumidores "afluentes" continua a ser uma área de crescimento significativo e rentável para as empresas que os atendem - entretanto, suas necessidades e preferências podem ser complexas. Os consumidores afluentes costumam viajar com frequência e a destinos muito variados, e mais de 60% dos gastos de viagens é proveniente de portadores de cartão *premium*¹ - portanto, há uma necessidade e oportunidade para que as empresas líderes do setor de pagamentos desenvolvam estratégias mais personalizadas para os clientes afluentes, priorizando transações transfronteiriças, gestão de viagens e despesas, bem como experiências, ofertas e assistência exclusivas.

Por que é importante

Os consumidores afluentes e aqueles que almejam o luxo costumam ter expectativas elevadas quanto à qualidade do serviço e ao que lhes é oferecido. Conhecer e antecipar tais exigências específicas destes consumidores pode ajudar as empresas a aumentarem a fidelidade e fomentarem a receita por meio de ofertas *premium*. Ao focarem a atenção em estratégias transfronteiriças e propostas de valor personalizadas, as empresas líderes do setor de pagamentos podem ter acesso ao lucrativo mercado afluente, desenvolver relacionamentos sólidos e ajudar a maximizar a lucratividade. Com uma oferta de pagamento robusta e intimamente incorporada ao segmento afluente, torna-se mais fácil prever e se preparar para a ampla variedade de preocupações dos consumidores, incluindo a otimização fiscal, produtos para a aposentadoria, planejamento de fluxo de caixa ou gestão ativa de portfólios.



Otimização da concessão de crédito para pequenas empresas com utilização de análise de dados

A concessão de risco de crédito para o setor varejista e pequenas e médias empresas (PMEs) envolve a avaliação da possibilidade de um tomador de crédito não pagar os gastos feitos com cartão ou um empréstimo. Isto inclui a avaliação do histórico financeiro, pontuações de crédito, fluxo de caixa e qualquer garantia. Para os clientes varejistas, as pontuações de crédito pessoais e a estabilidade de renda são cruciais, enquanto para a pontuação de risco das PME's geralmente são analisados os balanços financeiros, os planos de negócios e as condições do setor. O objetivo é minimizar o risco e, ao mesmo tempo, aumentar o crédito para tomadores de crédito confiáveis, impulsionando o aumento de eficiências e contando com fontes confiáveis de informação e verificação, bem como sistemas de apoio.

Por que é importante

A concessão inteligente de crédito é fundamental para assegurar o reembolso e a lucratividade. Ela ajuda a garantir que o crédito seja oferecido para tomadores de crédito viáveis sob condições adequadas (por exemplo, prazo, limites de gasto, taxas de juros etc.), reduzindo o risco para os credores e aprimorando os benefícios e a experiência geral para os clientes. É particularmente relevante para clientes do varejo com renda informal, como no caso de trabalhos na economia *gig* ou de histórico de crédito limitado, enquanto os emissores, ao avaliarem o perfil de crédito e a capacidade de pagamento, serão capazes de atrair mais consumidores, aumentar a retenção de clientes e reduzir as perdas de forma mais eficaz. Este processo ajuda a manter um ambiente de crédito saudável e apoia a estabilidade econômica com o financiamento de indivíduos e empresas solventes.



A transformação de pagamentos com tecnologias de IA generativa

A IA generativa está revolucionando todo o setor de pagamentos, oferecendo novas oportunidades tanto para a eficiência quanto para a inovação. Ela consegue automatizar o atendimento ao cliente, aumentar a detecção de fraudes e personalizar produtos financeiros, tornando o ecossistema de pagamentos mais eficiente e centrado no cliente. Ao alavancar as tecnologias de IA, como o processamento natural de linguagem e o aprendizado automático, os líderes do setor de pagamentos podem oferecer experiências de pagamentos mais intuitivas, receptivas e seguras.

Por que é importante

Como a IA generativa pode ajudar a otimizar muitas facetas do cenário de pagamentos e também influenciar tanto a experiência do cliente como o desempenho operacional, é importante que as empresas líderes do setor de pagamentos adotem esta tecnologia e aproveitem suas oportunidades para permanecerem competitivas em um setor em constante evolução. Uma prioridade para 2025 é implementar uma estratégia de IA generativa e um modelo operacional robusto, abrangendo áreas como tecnologia, dados, riscos, controles e gestão de mudanças.



Maximização do sucesso de estabelecimentos comerciais por meio da autorização e prevenção de fraudes

Os estabelecimentos comerciais têm interesse direto em ajudar a otimizar os índices de autorização e os métodos modernos de prevenção de fraudes para se protegerem contra a rápida mudança de estratégias dos fraudadores. Altos índices de aprovação podem levar a um incremento no uso de cartões e na retenção de clientes, fomentando a receita geral e, ao mesmo tempo, oferecendo uma experiência do cliente sem atrito. Fornecer códigos de recusa acionáveis, reduzir a repetição de tentativas de autorização e realizar mudanças nos processamentos iniciais podem aumentar os índices de aprovação. A prevenção eficaz de fraudes reduz o risco de transações fraudulentas e protege a saúde financeira dos estabelecimentos comerciais em um ambiente em constante evolução.

Por que é importante

A redução de fraudes e o aprimoramento das autorizações de transação podem aumentar significativamente a lucratividade dos estabelecimentos comerciais e a satisfação dos clientes. Ao implementar sistemas avançados de detecção de fraudes e ajudar a otimizar os processos de autorização, os estabelecimentos comerciais podem reduzir recusas indevidas, proteger-se contra fraudes e ajudar a garantir uma experiência de pagamento tranquila e mais confiável para seus clientes. Para alcançar seus objetivos, os estabelecimentos comerciais devem contar com habilidades técnicas específicas e um profundo entendimento sobre como funciona o ecossistema de pagamento na sua totalidade.



Transformação técnica para a integração contínua dos participantes do setor de pagamentos

A implementação de novas soluções avançadas e produtos dentro da sua estrutura tecnológica é uma escolha óbvia para muitas empresas líderes do setor de pagamentos. Soluções que vão desde o credenciamento durante o ciclo de vida da transação (por exemplo, viabilização digital, provisionamento de *tokens*) e a experiência pós-compra (por exemplo, *order insight* digital) podem ajudar as empresas líderes do setor de pagamentos a oferecerem uma experiência livre de aborrecimentos aos seus clientes e, ao mesmo tempo, operarem com baixos custos e maior eficiência. O problema? A implementação de soluções exige uma tecnologia de banda larga significativa e conhecimento do produto para que possa ser feita rapidamente. Ao colaborar com um parceiro de implementação com experiência na área e no produto, as empresas líderes do setor de pagamentos podem atingir uma perfeita integração de produtos inovadores com a sua estrutura tecnológica.

A implementação de novas soluções avançadas e produtos dentro da sua estrutura tecnológica é uma escolha óbvia para muitas empresas líderes do setor de pagamentos. Soluções que vão desde o credenciamento durante o ciclo de vida da transação (por exemplo, viabilização digital, provisionamento de *tokens*) e a experiência pós-compra (por exemplo, *order insight* digital) podem ajudar as empresas líderes do setor de pagamentos a oferecerem uma experiência livre de aborrecimentos aos seus clientes e, ao mesmo tempo, operarem com baixos custos e maior eficiência. O problema? A implementação de soluções exige uma tecnologia de banda larga significativa e conhecimento do produto para que possa ser feita rapidamente. Ao colaborar com um parceiro de implementação com experiência na área e no produto, as empresas líderes do setor de pagamentos podem atingir uma perfeita integração de produtos inovadores com a sua estrutura tecnológica.

Por que é importante

À medida que implementações tecnológicas se avolumam, o acesso a equívocos experiências com conhecimento profundo do produto pode propiciar uma experiência de implementação integrada e melhorar a satisfação e fidelidade do cliente, resultando em maior retenção e valor do tempo de vida do cliente. Ter um parceiro de implementação que entenda a inovação que está acontecendo ao longo da jornada do cliente (por exemplo, credenciamento, uso de cartão, pós-compra) ajudará a posicionar as empresas líderes do setor de pagamentos para adquirir, engajar e reter cada vez mais clientes.



Maximização de lucros ao ter domínio sobre o Valor de Tempo de Vida dos Clientes

Quando uma instituição financeira adquire um novo cliente, normalmente não há uma forma infalível para determinar seu valor de tempo de vida para a empresa. Contudo, este é o tipo de pensamento a longo prazo que em geral caracteriza uma atividade sólida e lucrativa em outros setores. Em pagamentos, o foco no valor de tempo de vida do cliente (CLTV, na sigla em inglês) pode ser uma das formas mais concretas de aumentar o valor de um portfólio. Isto inclui boas práticas em cálculos e modelos de CLTV, estratégias para a distribuição do CLTV ao longo do ciclo de vida e formas de melhorar o CLTV com segmentação, identificação de oportunidades e alavancas de lucratividade na emissão de crédito.

Por que é importante

O entendimento e a otimização do CLTV ajuda as IFs a priorizarem a lucratividade a longo prazo sobre os ganhos a curto prazo, fomentando um crescimento sustentável. Ao analisar o comportamento e as preferências do consumidor, as instituições podem personalizar suas ofertas para aumentar a retenção, as oportunidades de vendas cruzadas e a satisfação geral do cliente, gerando uma base de clientes mais rentável e resiliente.



Criação de uma experiência de usuário superior com a hiperpersonalização

O engajamento digital está se tornando cada vez mais personalizado, da mesma forma como as plataformas de redes sociais e entretenimento como Netflix, Spotify, YouTube e TikTok continuam refinando sua estratégia algorítmica. Os clientes esperam uma experiência de usuário individualizada com base em suas pegadas digitais e, na verdade, já supõem que terão este tipo de experiência, conhecida como personalização em escala habilitada por algoritmos de IA. As empresas que constantemente utilizam estratégias de personalização nas experiências digitais de seus clientes tendem a observar melhorias na satisfação, no engajamento e na retenção de clientes. Esta estratégia pode melhorar a experiência do usuário, gerar taxas de conversão mais altas e promover a fidelidade à marca.

Por que é importante

Em uma época em que a experiência do cliente é extremamente valorizada, oferecer interações digitais totalmente personalizadas pode ajudar as empresas líderes do setor de pagamentos a atrair e reter novos clientes, especialmente em um mercado competitivo como o dos serviços bancários. Ao utilizar a análise de dados e os princípios de UX/UI (experiência e *design* do usuário), pode-se criar experiências digitais customizadas, integradas e atraentes com as quais os usuários se identificam, aumentando assim sua fidelização e a identificação dos concorrentes.



Incorporação de uma estratégia fundamentada em dados para gerar engajamento e valor em pequenas empresas

Os participantes do setor de pagamentos entendem que pode ser um desafio oferecer apoio personalizado ou atendimento aos clientes de pequenas empresas. De uma forma geral, faltam a estas empresas experiência própria em gestão financeira, fazendo com que elas sejam mais dependentes de serviços oferecidos por neobancos e *fiintechs*, que incluem mais funcionalidades e capacidades digitais intuitivas de autogestão, além de propostas de valor significativamente melhores em áreas como serviços de multimoda, decisões de crédito instantâneo, e distribuição de informações e *insights* para que possam operar suas empresas (por exemplo, *insights* sobre o fluxo de caixa, *insights* sobre gastos etc.).

Por que é importante

Do ponto de vista econômico, promover níveis mais altos de engajamento faz sentido para os participantes do setor de pagamentos. E também permite aos proprietários de empresas entender e adquirir os tipos de produtos e serviços financeiros que lhes ajudam a administrar seus negócios de uma forma melhor a cada dia. Entender em quais empresas focar e como buscar segmentos-chave pode ser desafiador e, para uma boa execução, é necessária uma estratégia fundamentada em dados.



Sobre a Visa Consulting & Analytics

Somos uma equipe global com mais de 1.500 consultores de pagamento, especialistas em marketing digital, cientistas de dados e economistas nos seis continentes.

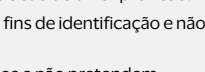
- Nossos consultores contam com décadas de experiência e são especialistas em estratégia, produto, gestão de portfólio, risco, recursos digitais e mais.
- Nossos cientistas de dados são especialistas em estatística, análise avançada de dados e aprendizado automático, com acesso exclusivo aos *insights* da VisaNet, uma das maiores redes de pagamentos do mundo.
- Nossos economistas entendem as condições econômicas que influenciam os gastos dos consumidores e fornecem *insights* únicos e oportunos relativos às tendências de gastos globais.

A combinação do nosso conhecimento profundo em consultoria, da nossa inteligência econômica e da nossa magnitude de dados nos permite identificar *insights* acionáveis e recomendações que possam conduzir a melhores decisões de negócios.

Para mais informações, entre em contato com o nosso executivo de conta Visa para mais, envie um e-mail para VisaConsulting@visa.com ou visite-nos em Visa.com/VCA.

Para mais *insights* como este, inscreva-se na [VCA Payments Pulse newsletter](https://www.visa.com/insights).

Siga a VCA em [in](https://www.linkedin.com/company/visa-consulting-analytics)



1. Dados da VisaNet

Declarações prospectivas. Este conteúdo pode conter declarações prospectivas de acordo com o significado da Lei de Reforma de Litígios de Títulos Privados dos EUA de 1995. Normalmente, as declarações prospectivas são identificadas por palavras como "acreditada", "estima", "espera", "pretende", "poderá", "projeção", "potência", "deve", "será", "continua" e outras expressões similares. Todas as declarações que não forem declarações de fatos históricos podem ser declarações prospectivas, que dizem respeito apenas à data em que foram realizadas, não são garantias de desempenho futuro e estão sujeitas a certos riscos, incertezas e outros fatores, muitos dos quais estão além do nosso controle e são de difícil previsão. Logotipos de terceiros. Todos os nomes de marca, logotipos e/ou marcas registradas pertencem aos seus respectivos proprietários, e são usados apenas para fins de identificação e não necessariamente implicam em endosso de produto ou afiliação com a Visa.

Isenção de responsabilidade "tal como está". Os resultados apresentados neste estudo de caso podem variar, não são uma representação de resultados típicos e não pretendem formular declarações ou garantias de que qualquer um obterá resultados iguais ou similares. Estudos de caso, comparações, estatísticas, pesquisa e recomendações são apresentados "TAL COMO ESTÃO" e seus fins são meramente informativos, não devendo ser usados para aconselhamento operacional, de marketing, jurídico, técnico, financeiro, tributário ou outro. A Visa não oferece nenhuma garantia ou faz qualquer declaração a respeito da completude ou precisão das informações neste documento, nem assume qualquer responsabilidade ou obrigação que possa resultar do uso de tais informações. As informações contidas acima não pretendem ser um aconselhamento de investimento ou jurídico, e são recomendadas a leitores buscar o aconselhamento de um profissional competente quando tal aconselhamento for necessário.

Estes materiais e as recomendações de melhores práticas são fornecidos apenas para fins informativos e não devem ser utilizados para aconselhamento de marketing, jurídico, regulatório ou qualquer outro. A Visa não é responsável pelo uso de materiais de marketing, recomendações de melhores práticas e outras informações, incluindo erros de qualquer natureza contidos neste documento.