



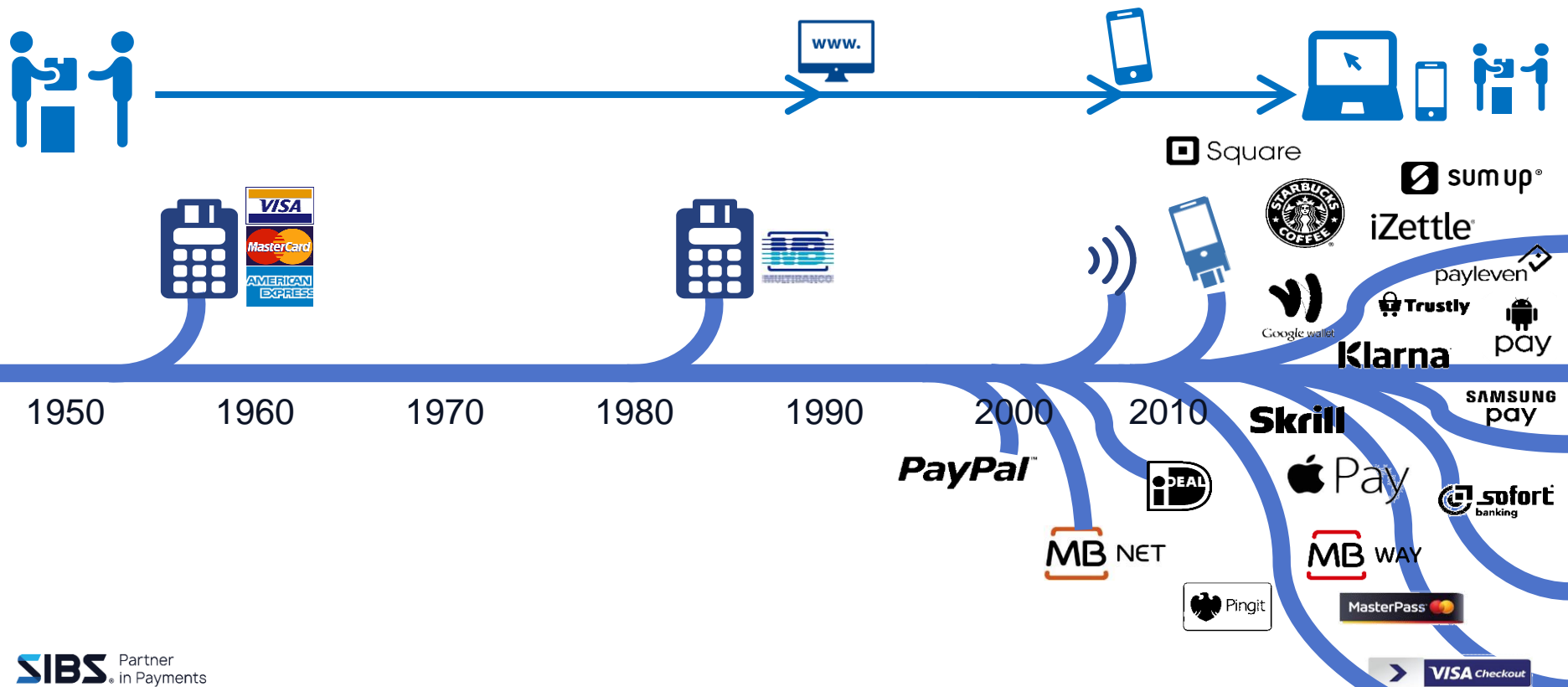
Partner
in Payments



Pagamentos Digitais: Evolução e Tendências

2 DE SETEMBRO DE 2020

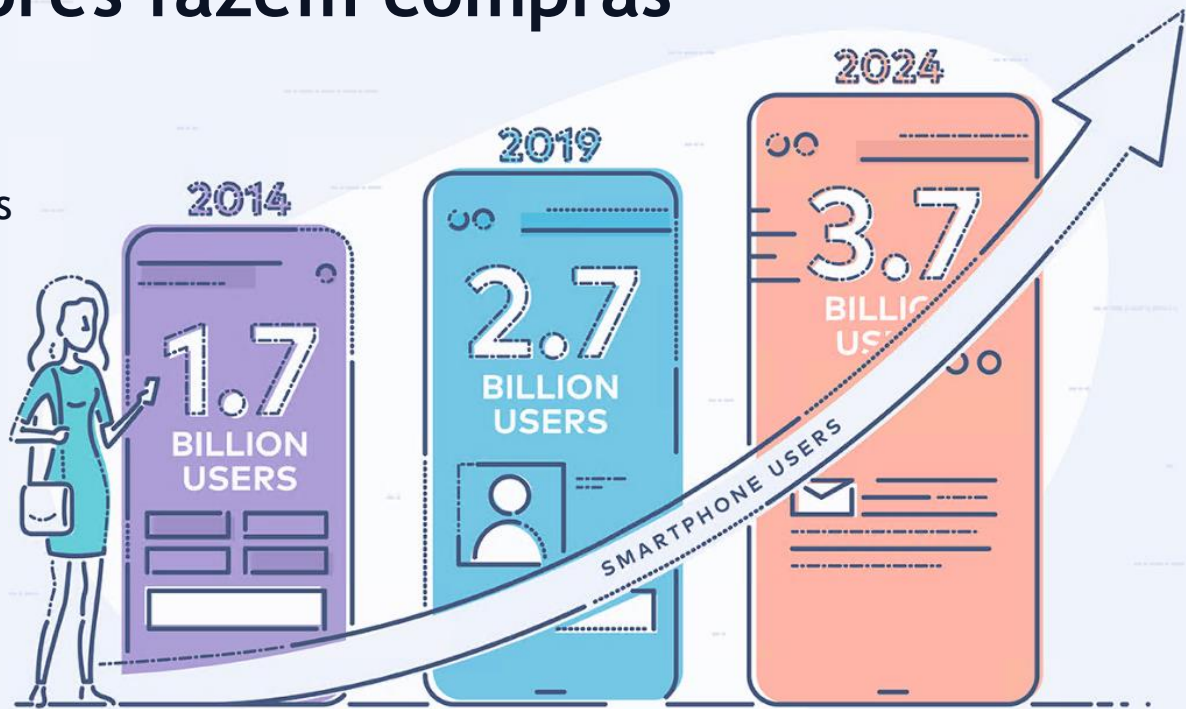
A área dos pagamentos mudou significativamente nas últimas décadas



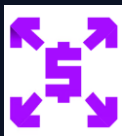
Impulsionada pela popularidade ganha pelo *smartphone* e o seu papel revolucionário na forma como os consumidores fazem compras

93% dos atuais consumidores utilizam *smartphone*

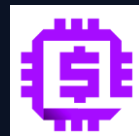
51% dos consumidores consideram o digital essencial para o seu dia a dia.



E prevê-se que se mantenha nessa curva ascendente...



Pagamentos em todo o lado
Todos podem ser comerciantes e qualquer equipamento pode receber pagamentos. A rede de pagamentos tornou-se multilateral.



“Fusão” entre *Fintech* e Bancos
Serão os principais intervenientes na transformação do futuro nos pagamentos. Os bancos têm *brand awareness*, conhecimento do setor e do cliente. As *Fintech* têm elevada agilidade e tecnologia disruptiva.

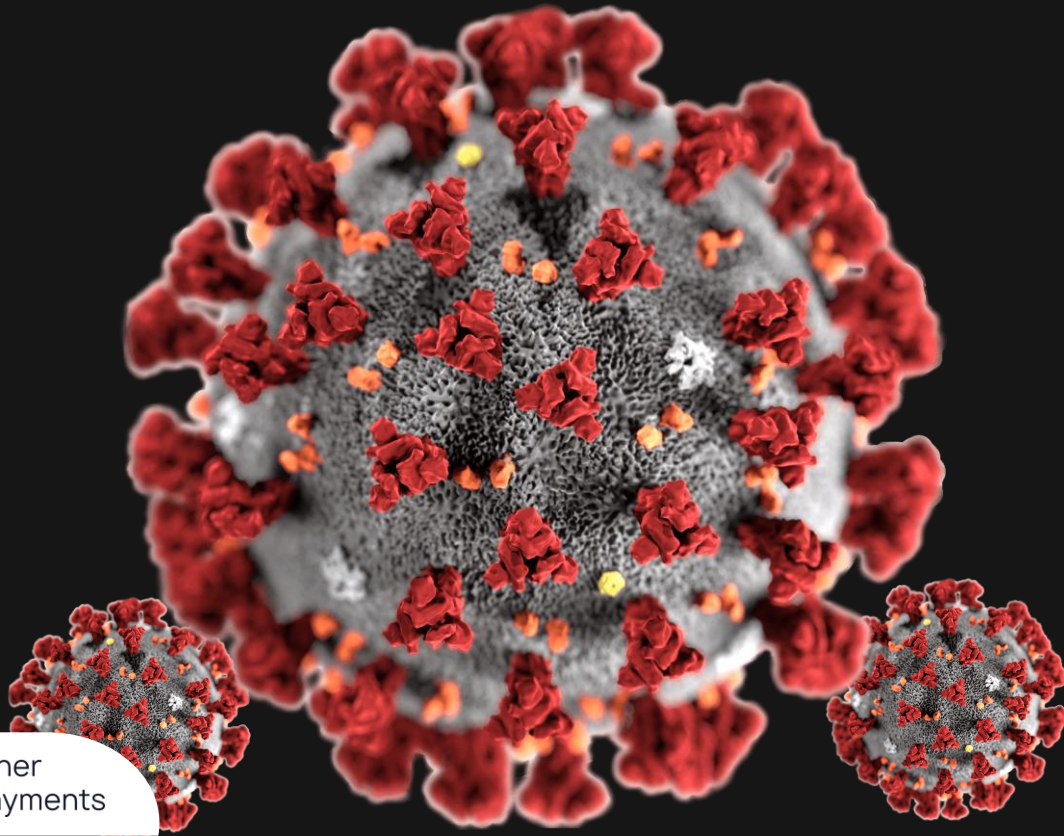


***User Experience* é tudo**
À medida que o universo dos pagamentos expande, a experiência de utilizador acaba por ser o grande diferenciador. Quando uma empresa consegue captar o interesse do cliente, tem a obrigação de gerar valor para o mesmo.



Mobile first... Sempre
O *open banking* e as *APIs* representarão um papel fundamental no crescimento dos pagamentos em *smartphone*. Quem forneça esta experiência unificada nos pagamentos fica mais próximo de ganhar a “luta” pelo consumidor.

Contudo, a 2 de março de 2020
é registado o 1º caso de Covid-19 em Portugal



Valores e desafios SIBS em tempos de mudança

SIBS Partner
in Payments



CONFIANÇA...

Na incerteza da mudança, garantimos confiança.

INOVAÇÃO...

Somos pioneiros a antecipar tendências.

INTEGRIDADE...

Transparência e rigor com os nossos parceiros.

EXCELÊNCIA...

Compromisso em fazer mais e melhor.



Partilha de informação ao mercado para apoiar processos de decisão.



Comunicar a comerciantes e consumidores formas de pagamento sem risco de potencial contágio alinhados com os conselhos das autoridades de saúde.



Simplificar processos de contratação e implementação por forma a apoiar os comerciantes num processo de transformação urgente.


Valores e desafios SIBS em tempos de mudança

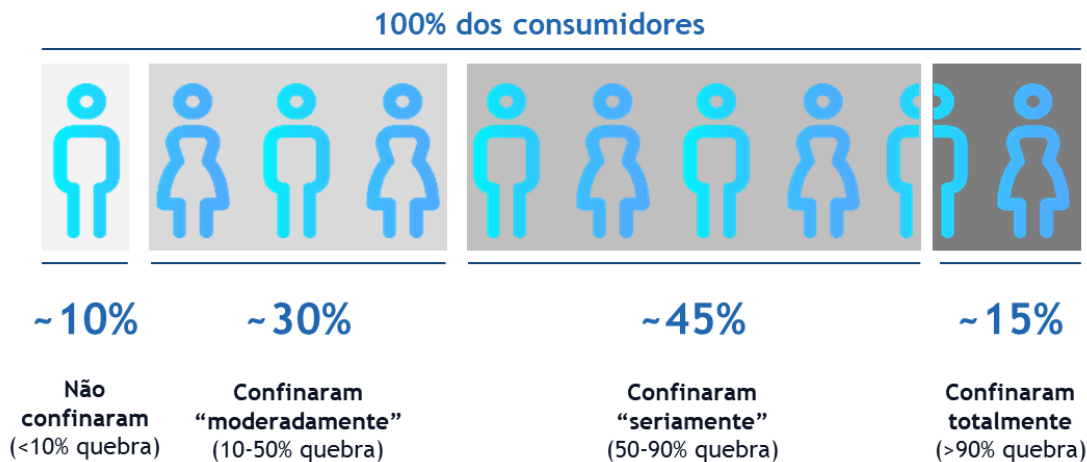


**Partilha de informação
ao mercado para apoiar
processos de decisão.**

Segundo dados do SIBS *Analytics*, 60% dos consumidores reduziram as transações feitas com o seu cartão



 **Âmbito da análise**

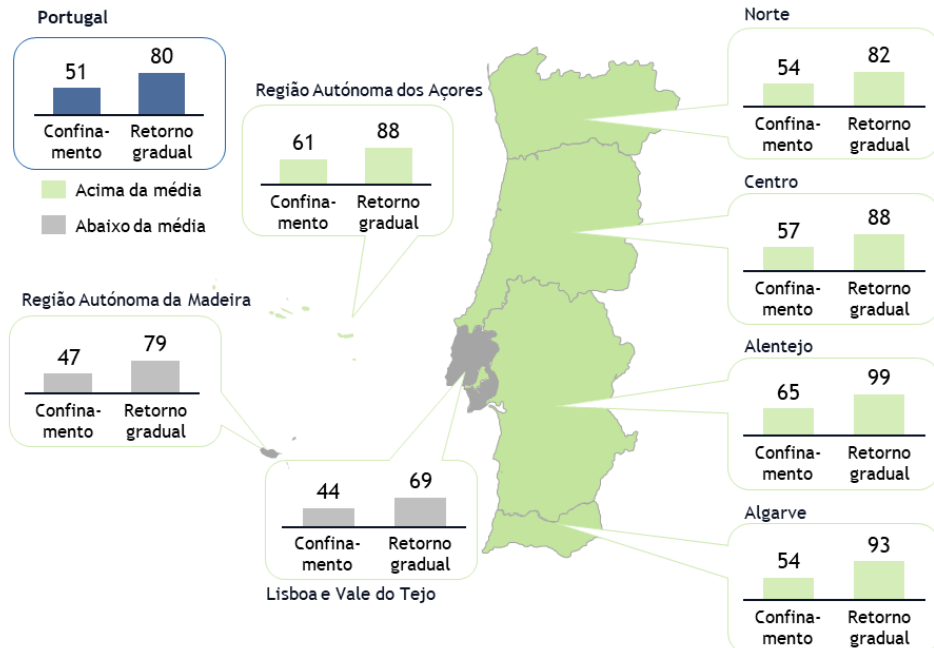


Percentagem dos cartões com utilização na rede SIBS (compras físicas + levantamentos) no período jan-fev 2020

❑ **Cartões com transações regulares** (2 ou mais transações por semana no período de jan-fev 2020)

❑ **Classificação dos cartões de acordo com evolução do n.º de transações entre fase de confinamento (18/3 - 3/5) e período anterior (1/1 - 17/3)**

Ajudando a clarificar as diferenças regionais entre o maior grau de confinamento e a reabertura mais lenta



Número de compras físicas em canais SIBS em índice = 100 para volumes jan-fev 2020



- ❑ As regiões de Lisboa e Vale do Tejo e Madeira com quebras na ordem dos 50% no período de confinamento.
- ❑ Simultaneamente, são as regiões mais distantes dos valores pré-crise (69% a 79%).
- ❑ As região do Alentejo, Algarve e Açores mostram um menor grau de confinamento, com o Alentejo a aproximar-se já dos valores pré-pandemia.

Destacam-se assim 3 fases distintas de consumo: Resiliência, Redução e Recuperação Gradual

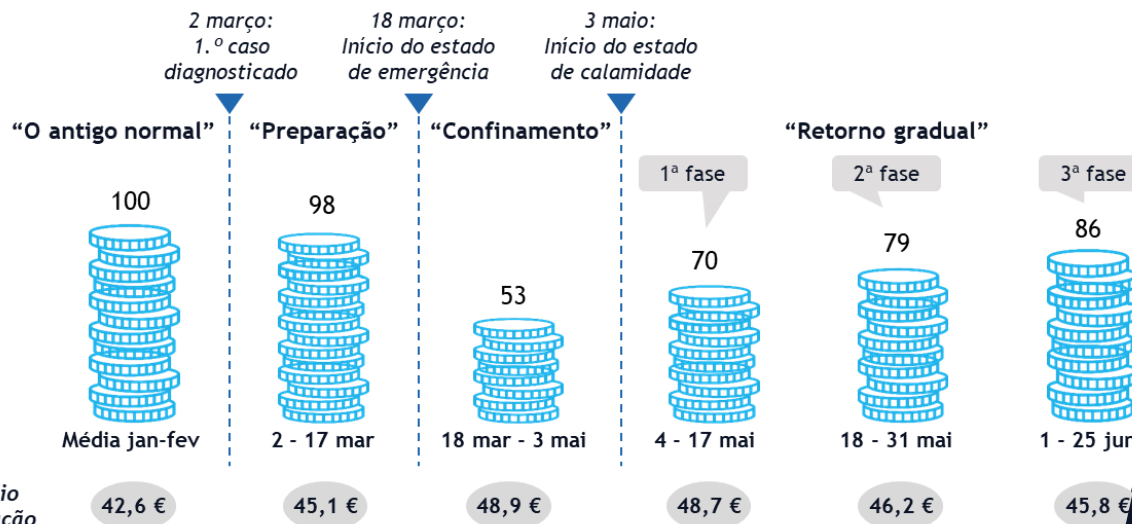


3 grandes fases no comportamento de consumo dos portugueses:

■ **“Preparação”**
(antes do início das restrições à mobilidade)

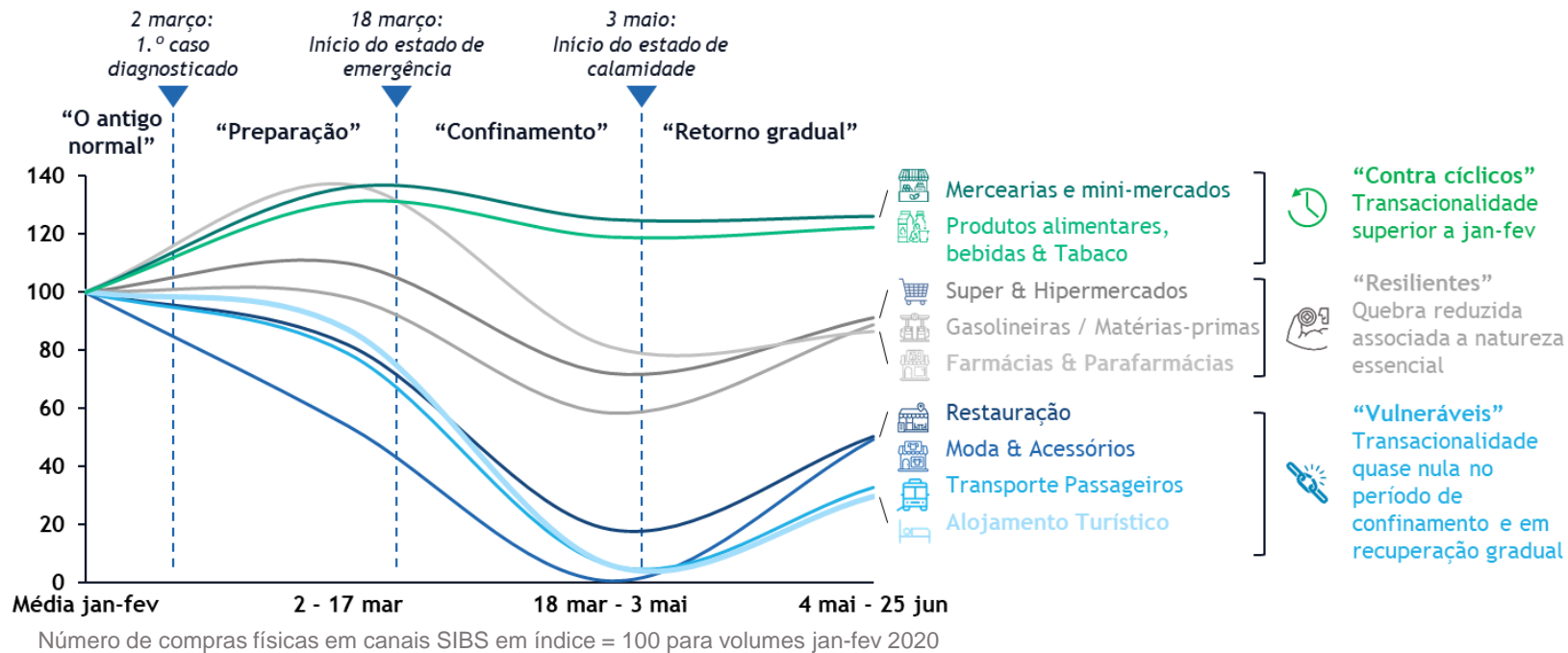
■ **“Confinamento”**
(redução abrupta e significativa do consumo)

■ **“Retorno gradual”**
(progressiva recuperação dos níveis de transações)



Número de operações em canais SIBS (compras físicas + compras online + levantamentos) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

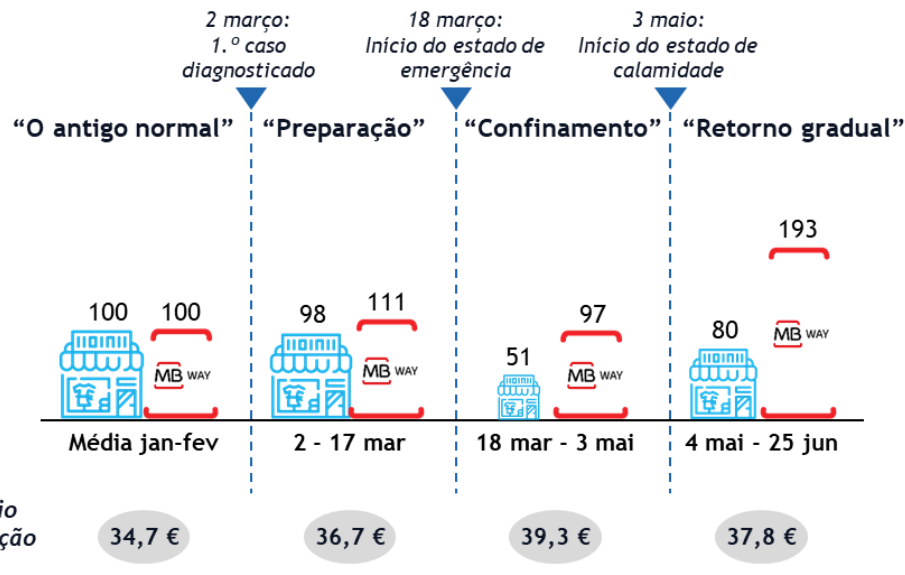
No que ao comércio físico diz respeito, os setores de proximidade foram os preferidos durante a crise



E nas suas compras físicas, os clientes preferiram utilizar soluções de pagamento sem contacto



 Compras físicas (incl. MB WAY)



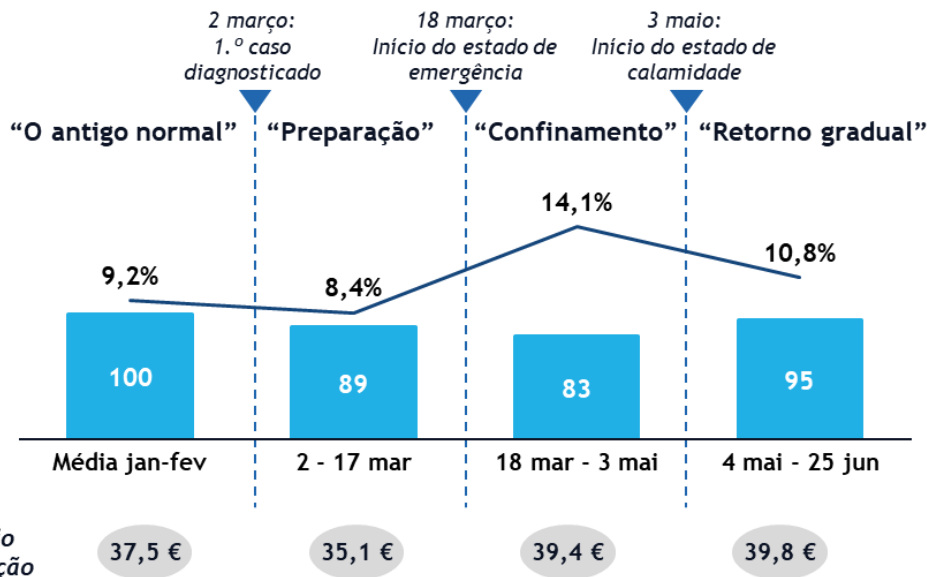
Valor médio por transação global

Número de compras físicas em canais SIBS em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

- ❑ O MB WAY cresce no período de “Retorno gradual” - sobe 93% face ao início de ano.
- ❑ Neste contexto de pandemia, os consumidores procuram métodos de pagamento rápidos e seguros, que minimizem o contacto, com o MB WAY a corresponder a essa necessidade dos clientes.

O comércio online ganhou especial importância, apesar da ligeira quebra de volumes

— Peso do e-commerce no total das compras



Número de compras online (cartão e MB WAY) nos canais SIBS em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

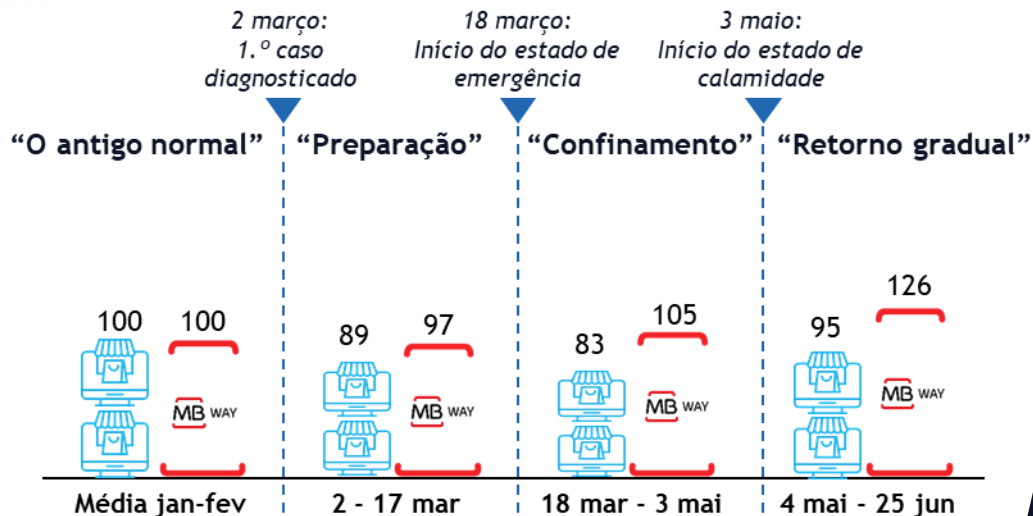


- ❑ **Peso total de compras em e-commerce subiu de 9% para 14% no período antes do primeiro caso vs. período de confinamento apesar de volumes totais em quebra (-5% na fase de “retorno gradual”).**
- ❑ **Esta alteração nos hábitos do consumidor evidencia dois comportamentos:**
 - necessidade devido ao confinamento;**
 - alternativa por canais mais seguros.**

Destacando-se o MB WAY como o método de pagamento preferido nas compras *online* dos utilizadores



 Compras online (incl. MB WAY)



Número de compras online (cartão e MB WAY) em índice = 100 para volumes jan-fev 2020

- ❑ Compras *online* MB WAY 5% acima durante o confinamento (face a uma quebra superior a 15% do comércio *online* total);
- ❑ A utilização desta forma de pagamento *online*, conduziu a crescimentos superiores a 20% face ao início de ano, num contexto de quebra geral de transacionalidade.
- ❑ Este canal apresenta-se como um método de pagamento mais seguro online (sem necessidade de inserir dados do cartão).

Valores e desafios SIBS em tempos de mudança



Comunicar a comerciantes e consumidores formas de pagamento sem risco de potencial contágio alinhados com os conselhos das autoridades de saúde.

De acordo com um relatório recente do
Banco de Pagamentos Internacionais (BIS)...



“A pandemia da Covid-19 levou a preocupações sem precedente sobre transmissões virais através de dinheiro físico”

Também a **Direção-Geral da Saúde (DGS)**, defende que o **pagamento por meios sem contacto** deverá ser, preferencialmente, utilizado.



Loja Física



Loja *Online*

Nas compras que os clientes fazem nas lojas físicas



Loja Física



Pagamentos com cartão

Em pagamentos com cartão, deverá ser dada preferência ao pagamento com sistema *contactless*. São já vários os dispositivos que aceitam esta forma de pagamento: TPA tradicional mas também as novas soluções de *mobile POS* e *SmartPOS*.



Pagamentos com Smartphone

Se preferir efetuar os pagamentos com o seu telemóvel, poderá fazê-lo com o MB WAY através do sistema *QR Code* ou *NFC* (Android), sem contacto, efetuando o pagamento de uma forma rápida e segura.

Ou nas lojas *online*. Garantindo sempre a total segurança do serviço.



Loja *Online*



Pagamentos com cartão

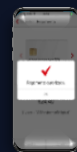
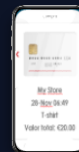
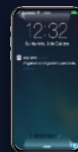
Nos pagamentos com cartão *online*, para além de estar garantida a questão da segurança sanitária, também poderá fazê-lo com a total garantia de segurança no serviço.



Pagamentos com *Smartphone*

Nas suas compras *online* também é possível pagar com o telemóvel. Com o MB WAY, poderá validar o pagamento de uma compra online através da receção de uma *push notification* e validação de pagamento com o seu PIN MB WAY.

Exemplo da mecânica:



1 Cliente recebe notificação *push*.

2 Confirma os dados da compra e escolhe cartão.

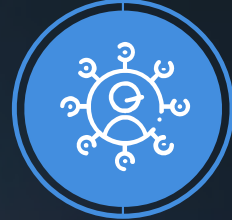
3 Insere *PIN* MB WAY

4 Pagamento autorizado.

Valores e desafios SIBS em tempos de mudança



Simplificar processos de contratação e implementação por forma a apoiar os comerciantes num processo de transformação urgente.



“ When written in Chinese, the word crisis is composed of two characters - one represents danger, and the other represents opportunity.”

— John F. Kennedy

A pandemia do Covid-19 forçou a necessidade de adaptação das empresas portuguesas

Adaptação a uma nova realidade

Negócios **Físicos**



Distanciamento social, utilização obrigatória de máscara, meios de pagamento sem contacto



e/ou

Transformação completa do negócio

Negócios **Físicos**



Negócios **Remotos**

Negócios **Físicos**



Negócios em **Mobilidade**

Negócios **Físicos**



Negócios **Online**

Neste contexto de transformação, partilhamos 4 histórias, de clientes distintos, que alteraram os seus negócios com soluções SIBS



Frutastico
Frutaria

SOLAR
DOS 
PRESUNTOS
A sua casa desde 1974



NANA
petiscos

NOVA
pingo doce
& GO

#1 Use case

Frutástico (Mercearia)



Frutastico
Frutaria

Problema

São uma pequena mercearia que vende e entrega cabazes de fruta ao domicílio. Viu o seu negócio crescer consideravelmente no período da pandemia porque muitos consumidores evitaram as grandes superfícies, com receio de contágio, e optaram por comprar nesta tipologia de comerciante.

Solução

O comerciante pretendeu aderir à solução *vTerminal* por forma a dar resposta rápida e eficaz ao volume de pedidos que surgiram (via redes sociais). Assim conseguiu começar a efetuar pedidos de pagamento por cartão bancário e a emitir Referências MULTIBANCO para pagamento, antes de entregar o cabaz.

Impacto

Para além de conseguirem continuar a vender, com esta solução conseguiram gerir melhor as encomendas e fazer o seu negócio crescer.

vTerminal

A quem se destina? O que é? O que permite?



A quem se destina?

Empresas que pretendam vender remotamente (por telefone ou pelas redes sociais), de forma simples e rápida.



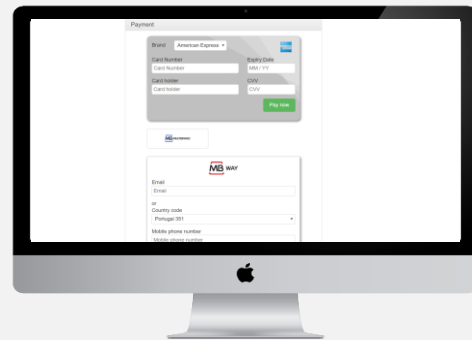
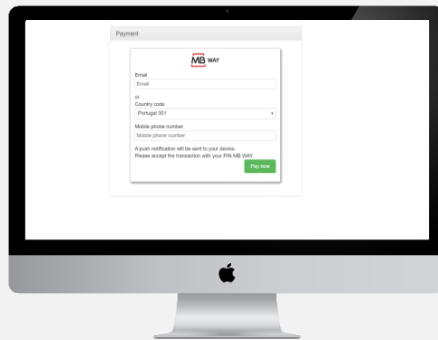
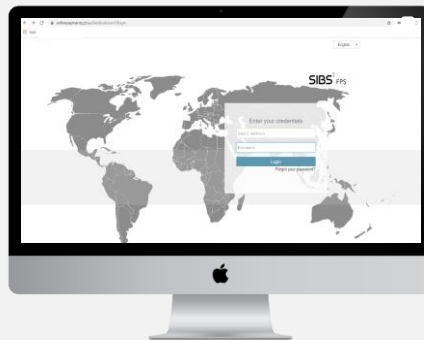
O que é?

Solução que permite aceitar pagamentos por telefone ou redes sociais, através de MB WAY, sem necessitar de ter loja online ou qualquer tipo de integração.



O que permite?

É um site para comerciantes onde poderá despoletar pagamentos com MB WAY e gerar Referências MULTIBANCO para pagamento.



#2 Use case

Solar dos Presuntos (Restauração)



Problema

O setor da restauração foi outro dos que viu o seu negócio encerrar por completo. Este cliente, rapidamente se apercebeu da necessidade de começar a efetuar serviços *Take Away* e de entrega ao domicílio. Contudo, precisavam de uma solução rápida e segura que possibilitasse emitir um pedido de pagamento e receber antes da entrega da encomenda.

Solução

Optaram pela solução *mPOS*. Desta forma, não só podem passar a emitir pedidos de pagamento à distância (através de um *smartphone* ou *tablet*) como a aceitar pagamentos no ato da entrega.

Impacto

Retomaram a atividade, num período em que ainda era proibido receber clientes no estabelecimento.

mPOS

A quem se destina? O que é? O que permite?



A quem se destina?

Empresas que pretendam vender em mobilidade e aceitar pagamento no ato da entrega.



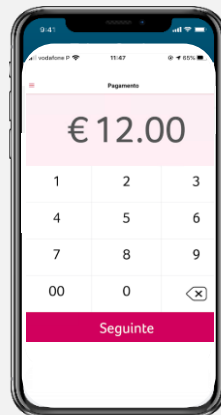
O que é?

Solução de pagamentos móvel que transforma o *smartphone* ou o *tablet* num terminal de pagamento.



O que permite?

Aceitar pagamentos através do MB WAY, com tecnologia *QR Code* ou através de *push notification*, ou *cartão bancário*, em qualquer lugar, de uma forma segura e higiénica, sem contacto com dinheiro.



1º Insira o valor para pagamento.



2º Escolha pagamento com MB WAY.



3º Mostre o QR Code ou insira o número de telemóvel do cliente.



4º Pagamento efetuado com sucesso. Poderá ainda enviar o comprovativo de compra por *e-mail* para o seu cliente.

#3 Use case

NANA Petiscos (Restauração)



Problema

Também este cliente viu o seu negócio encerrar por completo. Contudo, optou por uma estratégia diferente. Ao invés de começar a aceitar pedidos por telefone ou redes sociais, desenvolveu uma loja *online* e começou a aceitar pedidos através do site.

Solução

Na sua loja *online*, integrou a *gateway* de pagamentos da SIBS (SIBS *Payment Gateway*). Disponibilizando, aos seus clientes, os métodos de pagamento mais utilizados em Portugal (MB WAY, Referência MULTIBANCO e Cartão Bancário). Garantindo segurança e comodidade.

Impacto

Não só retomou a atividade, num período em que ainda era proibido receber clientes no estabelecimento, como ampliou o seu alcance na captação de novos clientes.

SIBS *Payment Gateway*

A quem se destina? O que é? O que permite?



A quem se destina?

Empresas que pretendam aceitar pagamentos na sua loja *online*.



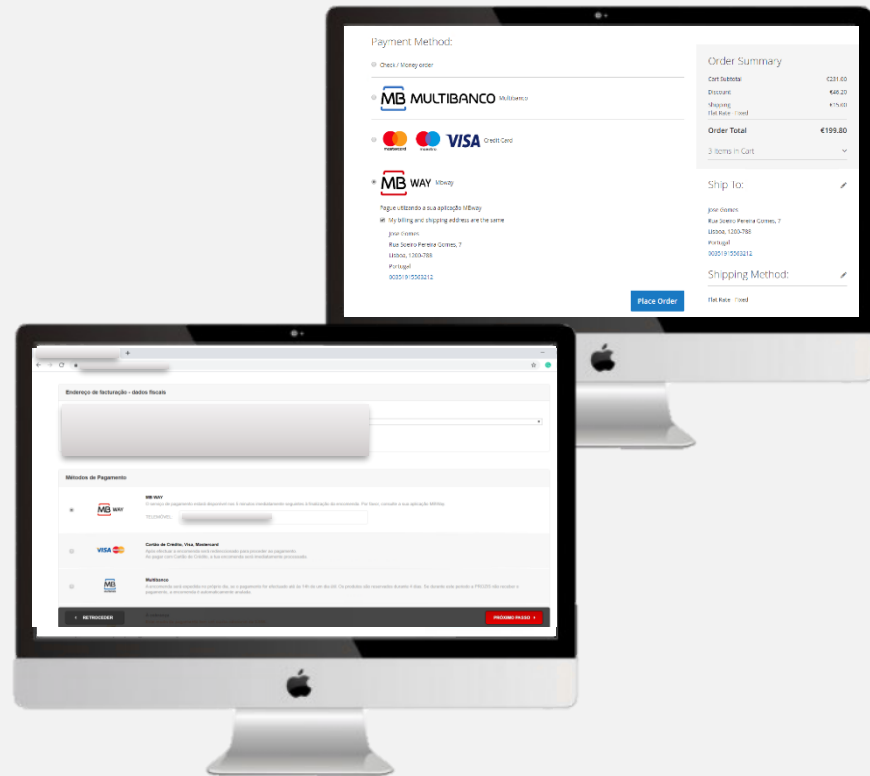
O que é?

Solução de pagamentos *online* que simplifica o *checkout* e potencia as vendas.



O que permite?

Disponibilizar os principais métodos de pagamento em *e-commerce*, integrando o *checkout* da sua loja online com os métodos de pagamento mais práticos e seguros no mercado: **MB WAY**, **Referências MULTIBANCO** e **Cartão Bancário**.



#4 Use case

Pingo Doce & Go (Retailo Alimentar)



Problema

O cliente pretendia implementar um modelo de loja que se adapta-se ao local onde está inserida (Nova SBE) e ao target que tem - jovens que procuram refeições rápidas e que não estão disponíveis para esperar em filas para efetuar o pagamento.

Solução

Para além do cliente já ter uma app que serve para ler o código de barras de cada produto que se pretende adquirir, juntou a essa solução o pagamento por *QR Code*, através do MB WAY. Conseguindo fornecer uma experiência de compra *cashless*, higiénica e segura.

Impacto

O impacto é positivo porque para além de fazer cumprir o objetivo deste conceito de loja (“compras de conveniência em menos de 1 minuto”), é possível fazê-lo de uma forma rápida, cómoda e segura.

SmartPOS ou POS tradicional

A quem se destina? O que é?

O que permite?



A quem se destina?

Empresas que pretendam aceitar pagamentos na sua loja física.



O que é?

Terminal de pagamento, standard (*POS*) ou integrado (*SmartPOS*) com as suas aplicações de negócio, que lhe permite aceitar pagamentos na sua loja.



O que permite?

Aceitar pagamentos através de MB WAY, com tecnologia *QR Code* ou Cartão Bancário, de forma segura e higiénica, sem contacto com dinheiro.



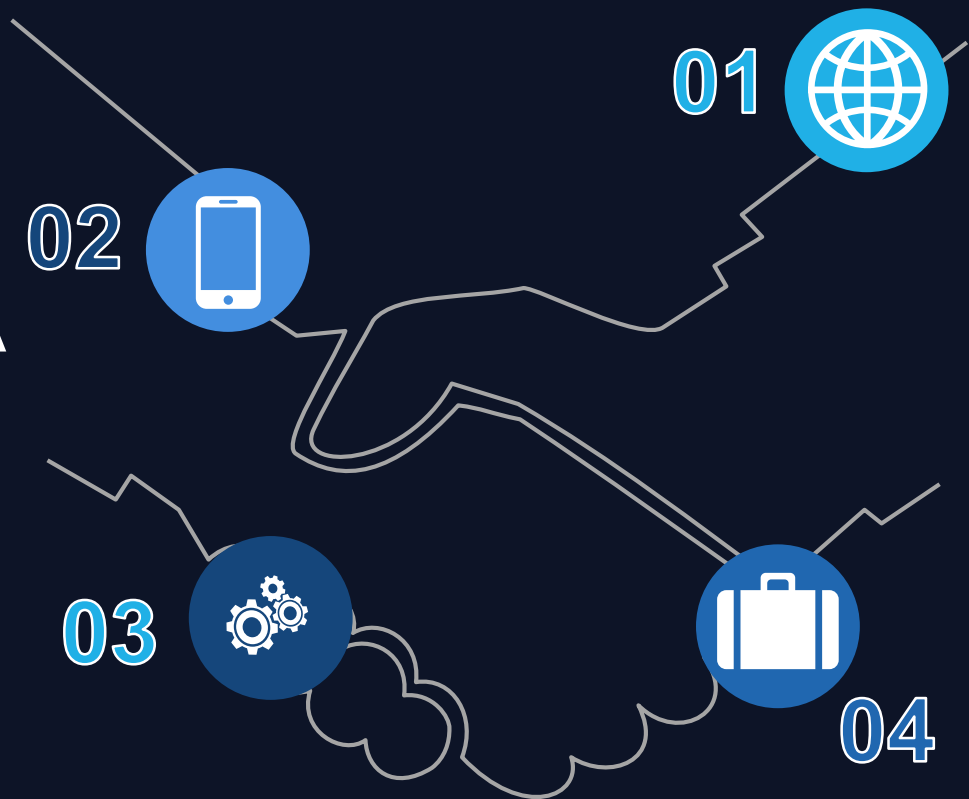
Em suma, destacamos 4 grandes tendências para os negócios do futuro

01 *ONLINE E REMOTO*

02 *SMARTPHONE É A CARTEIRA*

03 *CASHLESS*

04 *MARKETPLACES*



Obrigado!

Henrique Magalhães Coelho
Coordenador do Núcleo de Produtos
do Segmento B2B da SIBS

henrique.coelho@sibs.com

929 029 491

SIBS Partner
in Payments



*“Overall, it’s not technology.
It’s what you do with it!”*