



VISA

La aceptación de tarjetas comerciales en América Latina y el Caribe

Impacto económico,
beneficios y desafíos.



Índice de contenidos

Los pagos B2B como nuevos impulsores de cambios	3
Se cierra la brecha: hallazgos de la aceptación de tarjetas comerciales	4
Los principales desafíos y beneficios de aceptar y rechazar pagos con tarjetas comerciales en América Latina y el Caribe	5
Razones principales por las que los proveedores prefieren otros métodos de pago	14
Beneficios y costos de aceptar tarjetas comerciales	17
Aceptación de pagos B2B y oportunidades de crecimiento	18
Visa está aquí para ayudarte	20
Metodología del reporte	21

Limitación de la responsabilidad. La información, las recomendaciones o "mejores prácticas" contenidas en el presente se presentan "COMO ESTÁN" y solamente con fines informativos. De ningún modo debe considerarse la información como consejos sobre operatoria, comercialización, aspectos legales, técnicos, impositivos o financieros o de cualquier otra índole. Toda vez que implementes una nueva estrategia o práctica, debes consultar con tu asesor legal para determinar qué legislación y normativa pueden resultar pertinentes a tus circunstancias específicas. Los costos, ahorros y beneficios reales de toda recomendación, programa o "mejor práctica" pueden variar según sus necesidades comerciales específicas y los requisitos de su programa. Dada su naturaleza, las recomendaciones no constituyen garantía alguna de resultados o rendimiento en el futuro, y se encuentran sujetas a riesgos, incertidumbre y supuestos que son difíciles de prever o cuantificar. Nuestros supuestos se basan en nuestra experiencia y en nuestras percepciones de las tendencias históricas, las condiciones actuales y la evolución futura prevista, así como en otros factores que consideramos apropiados dadas las circunstancias. Las recomendaciones se encuentran sujetas a riesgos e incertidumbre, lo cual puede ocasionar que los resultados reales y futuros difieran sustancialmente de los supuestos o recomendaciones. Visa deslinda responsabilidad por el uso que se haga de la información aquí contenida (inclusive errores).

Declaraciones a futuro. Esta presentación contiene declaraciones a futuro contempladas en la Ley estadounidense de reforma de litigios sobre valores privados de 1995. Dichas declaraciones pueden identificarse mediante los términos "prever", "continuar", "esperar", "puede", "debería", el uso del tiempo futuro, y otras referencias similares al futuro. Por su naturaleza, las declaraciones a futuro comparten las siguientes características: (i) se refieren solamente a la fecha de su enunciación; (ii) no son declaraciones de hechos históricos ni garantías de rendimiento futuro, y (iii) están sujetas a riesgos, incertidumbre, supuestos y cambios de circunstancias que son difíciles de prever y cuantificar. Por lo tanto, los resultados reales podrían diferir en gran medida y de manera adversa respecto de dichas declaraciones a futuro, debido a una cantidad de factores, como los siguientes: el impacto de nuevas leyes, disposiciones y límites para maratonistas, cambios en los litigios actuales o futuros o en la aplicación de la normativa por parte del gobierno, inclusive intercambios, controversias sobre impuestos y defensa de la competencia; factores económicos; novedades en la industria tales como presión competitiva; cambios tecnológicos rápidos y desintermediación en la cadena de valor de los pagos; cambios en el sistema, como alteraciones en nuestros sistemas de procesamiento de transacciones o incapacidad de procesar las transacciones con eficiencia; modificaciones en los tratamientos o principios contables; además de los otros factores mencionados en nuestro Reporte Anual más reciente, en el Formulario 10-K presentado a la Comisión de Valores de EUA. Recomendamos no basarse demasiado en dichas declaraciones. A menos que lo exija la ley, no tenemos intenciones de actualizar ni revisar ninguna declaración a futuro debido a la aparición de nueva información, acontecimientos futuros u otros motivos.

Logos, Propiedad Intelectual de Terceros. Todas las marcas y logotipos son propiedad de sus respectivos dueños, son utilizadas con propósitos de identificación únicamente, y no implican patrocinio de productos ni afiliación con Visa.

Los pagos B2B como nuevos impulsores de cambios

Mientras las empresas de América Latina y el Caribe buscan la mejor manera de ser competitivas y atender la demanda del mercado, crece velozmente el rol de los pagos B2B como impulsores de cambios. Esta transformación abre el paso a una nueva era de crecimiento, rentabilidad y prosperidad para las empresas regionales, como los proveedores.

Al optimizar las operaciones y mejorar el flujo de caja, los pagos B2B tienen beneficios tangibles. Todo tipo de proveedores se están sumando a esta tendencia, con lo cual contribuyen a la expansión y al desarrollo económico de la región.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo, **las economías de América Latina y el Caribe crecieron un 2.1% en 2023, por encima del 1% previsto inicialmente, y se estima que crecerán un 2% en 2025.** Con este crecimiento, los proveedores de la región ya pueden capitalizar nuevas oportunidades económicas y tener un rol clave en el entorno económico global.¹

Los proveedores son esenciales para que las demás empresas cuenten con los productos y servicios que necesitan para satisfacer las necesidades de sus clientes. Sin embargo, a pesar de los costos ocultos, muchos siguen optando principalmente por las transacciones en efectivo o por transferencia bancaria, lo cual los coloca en desventaja frente a la competencia más progresiva.

Los pagos B2B con tarjetas comerciales pueden ser elementales para que los proveedores de todos los tamaños y sectores modernicen sus operaciones y obtengan acceso a datos en tiempo real para tomar mejores decisiones. Pueden capitalizar las nuevas oportunidades que contribuyen a una performance y un crecimiento financiero/operacional más fuertes y sostenibles.

Muchos proveedores de América Latina y el Caribe ya disfrutan los grandes beneficios netos de los pagos B2B con tarjetas comerciales. Para poder ofrecer soluciones a la medida de los desafíos de los proveedores, es crucial entender cuáles son los motivos de sus decisiones y dudas a la hora de aceptar pagos con tarjetas comerciales.

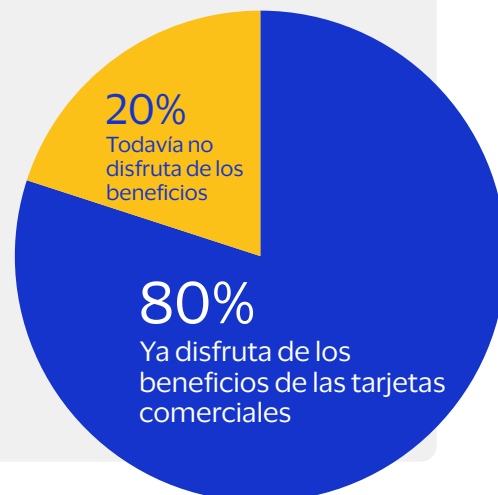


Para que los proveedores de América Latina y el Caribe tengan más éxito, Visa le encargó a **RGX que analizara 762 empresas, divididas en 9 países y 2 grupos. El estudio provee insights de los desafíos y las oportunidades que tienen por delante las empresas de la región, de las cuales casi el 80% ya disfruta los beneficios de las tarjetas comerciales.**

762
Empresas

9
Países

2
Grupos



Se cierra la brecha: Hallazgos de la aceptación de tarjetas comerciales

Muchos proveedores de América Latina y el Caribe reconocen que las tarjetas comerciales tienen beneficios indiscutibles. Para quienes aún no aprovechan las ventajas de esta forma de pago, el conocimiento ciertamente puede ser poder. Está probada la correlación directa que existe entre los desafíos más grandes que enfrentan los proveedores de la región y los beneficios que ofrecen estas tarjetas comerciales para cerrar la brecha.



Eficiencia en el proceso de cuentas por cobrar

La aceptación de tarjetas comerciales no solo mejora los ingresos: también optimiza los procesos operacionales, simplifica y agiliza la conciliación de las cuentas por cobrar, reduce los errores y aumenta la productividad.



Menos días de ventas pendientes de cobro

Los pagos con tarjetas comerciales agilizan el cobro de las cuentas por cobrar, ya que eliminan la pérdida de tiempo y de recursos empleados en enviar recordatorios, hacer reclamos y esperar que lleguen los pagos.



Menores índices de fraude y deudas incobrables

Con la aceptación de tarjetas comerciales B2B, se reduce la posibilidad de riesgos y pérdidas de dinero, a la vez que mejora el rendimiento financiero general.



Más ingresos

Al aceptar tarjetas comerciales como forma de pago en lugar de preferir el efectivo y las transferencias bancarias, se expande la base de clientes del proveedor, se impulsan los índices de conversión de las ventas y aumenta el valor promedio de los pedidos.



Acceso más rápido al capital de trabajo

El acceso inmediato a los pagos de los clientes les da tranquilidad a los proveedores, ya que pueden tener acceso más rápido al capital de trabajo para mejorar la gestión del flujo de caja, reponer provisiones y gozar de mayor estabilidad financiera.



Los principales desafíos y beneficios de aceptar y rechazar pagos con tarjetas comerciales en América Latina y el Caribe

Principales desafíos

Conforme los mercados globales siguen evolucionando, los mayores desafíos que perciben los proveedores de América Latina y el Caribe que participaron en la encuesta son **los procesos ineficientes, la escasa demanda por parte de los clientes, las dificultades vinculadas a la gestión del capital de trabajo, los índices de deudas incobrables y el fraude.**



50%

Procesos ineficientes



34%

Gran cantidad de facturas atrasadas o impagas



15%

Dificultades para mantener los DSO y reducir el ciclo de cobro



#1 Procesos ineficientes

La ineficiencia en los procesos plantea un desafío muy importante para los proveedores de América Latina y el Caribe. Alrededor del **50% de los proveedores encuestados dice que los procesos ineficientes son un punto de dolor primario**. Las tareas manuales que conllevan las cuentas por cobrar —como confeccionar, cobrar y conciliar pagos, especialmente cuando hay descuentos o condiciones especiales— generan errores e inconvenientes que, en el resumen de cuenta, se traducen en pérdidas incobrables. También implican más reclamos de pago y más probabilidades de fraude.

El tiempo y los recursos que se emplean en las tareas manuales tienen un costo alto y superan las tarifas vinculadas a la implementación y a las transacciones con tarjetas comerciales. Por ejemplo, **realizar un seguimiento de los pagos vencidos lleva un 67% más de tiempo**, sin mencionar el uso ineficiente de recursos que podrían estar abocados a otras tareas.²

Realizar un seguimiento de los pagos vencidos lleva un

67%
más de tiempo.

#2 Mala gestión del capital de trabajo

Para que los proveedores puedan llevar adelante sus operaciones de forma adecuada y aprovechar las oportunidades de negocio, **es imprescindible que cuenten con suficiente capital de trabajo en el momento oportuno**, especialmente en América Latina y el Caribe.

Sin embargo, la gestión de los ciclos del capital de trabajo es otro desafío para los proveedores de la región. Cuando las cuentas por cobrar se atrasan, se reduce el capital de trabajo y se limita la planificación y gestión del flujo de caja para estos protagonistas que hacen un aporte esencial a la economía.





#3 Índice de deudas incobrables y fraude

Las deudas incobrables y el fraude tienen efectos devastadores, tanto directos como progresivos. Tienen un impacto negativo en todas las empresas y, en última instancia, en los clientes. Reducen la liquidez, restringen el capital de trabajo, limitan la solvencia de los proveedores y destruyen las relaciones comerciales.

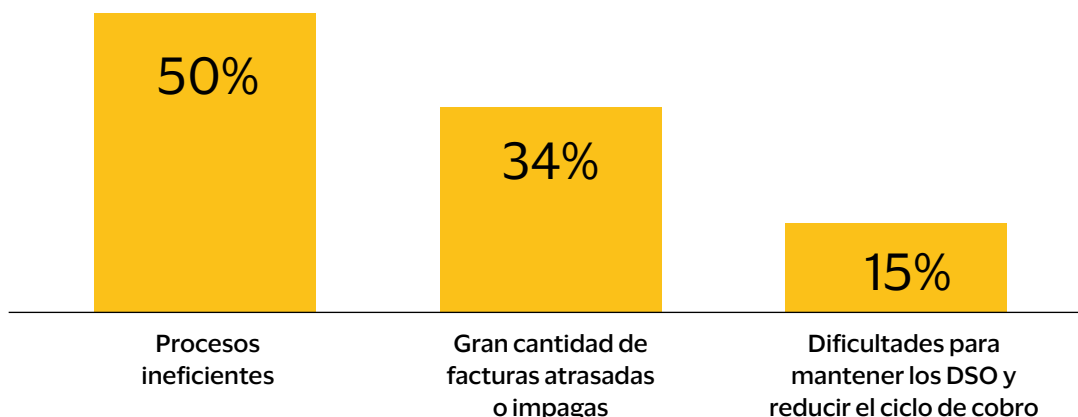
Los proveedores encuestados que no aceptaban tarjetas comerciales experimentaron un índice promedio de deudas incobrables y fraude del 2.5%, que redujo su capital de trabajo y aumentó las tasas y los costos vinculados a cobrar deudas.

Los proveedores encuestados que no aceptaban tarjetas comerciales experimentaron un índice promedio de deudas incobrables y fraude del

2.5%

#4 Baja demanda por parte del cliente

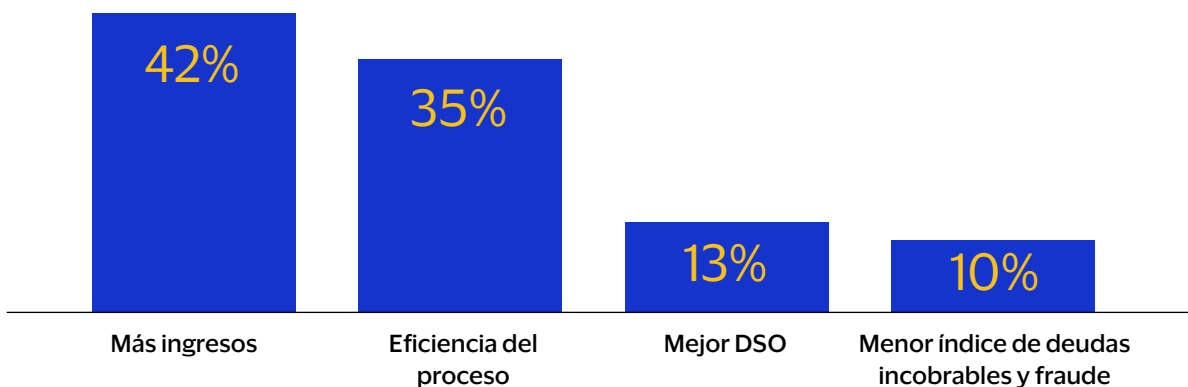
Los proveedores de América Latina y el Caribe enfrentan [desafíos continuos](#), como la **competencia global, dificultades con la gestión del flujo de caja, la imposibilidad de monitorear el rendimiento de la empresa, la ineficiencia operacional y la falta de comprensión de los cambios en las leyes y la reglamentación.**³ Estos desafíos ponen a prueba su resiliencia y afectan su crecimiento, lo cual hace que se pregunten si tienen suficiente demanda por parte de los clientes. El resultado es que algunos proveedores creen que por esto no necesitan aceptar tarjetas comerciales, pero la realidad es todo lo contrario.



Principales beneficios

Cuando se aceptan tarjetas comerciales, aumenta la lealtad de los clientes y se generan más oportunidades para seguir creciendo. Los pagos B2B son cómodos, confiables y rápidos, tanto para proveedores como compradores, y es fácil hacer su seguimiento. **Los proveedores encuestados que aceptan tarjetas comerciales obtuvieron clientes más leales y más oportunidades para mantener el crecimiento.**

De los 762 proveedores encuestados, el 80% acepta tarjetas comerciales. Como resultado directo de aceptar tarjetas comerciales, tuvieron beneficios en estas áreas, en el siguiente orden de prioridad:





#1 Más ingresos

Después de comenzar a aceptar tarjetas comerciales, proveedores confirmaron tener un aumento en sus ventas, el **76% observará un aumento neto de sus ventas, mientras que el 24% percibió un incremento en el valor promedio de los pedidos.** De acuerdo con los comentarios que hicieron, hubo varios factores que contribuyeron a generar más ingresos progresivos, clientes más leales y nuevas oportunidades para aumentar las ventas.

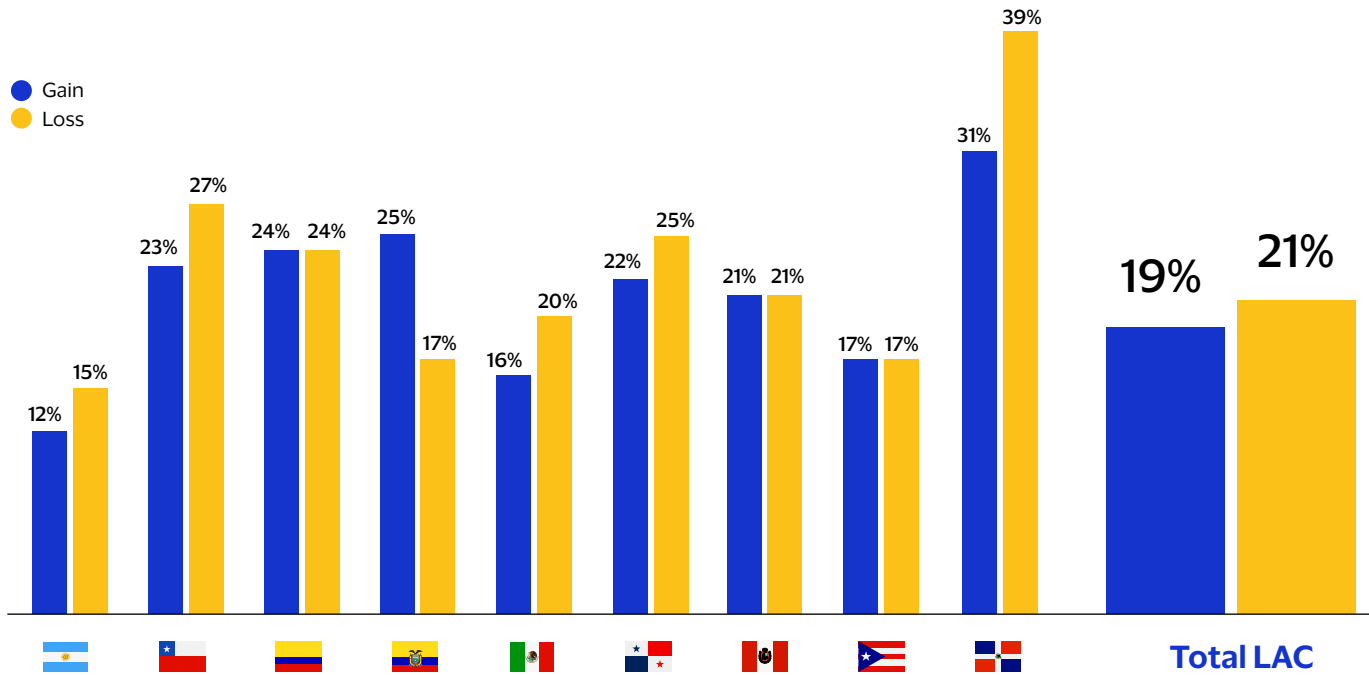
Los proveedores tuvieron beneficios en estas áreas, en el siguiente orden de prioridad:



Pérdida estimada sin aceptación de tarjetas comerciales

Si se la compara con otros métodos de financiación, la aceptación de tarjetas comerciales suele ser menos costosa.

También mejora el flujo de caja de los proveedores, ya que pueden anticipar los fondos. Con las tarjetas comerciales, los proveedores pueden mitigar los riesgos y los costos operacionales vinculados a los cobros en efectivo y con cheques. De esta manera, se reduce el costo del capital y las inconveniencias operacionales, lo cual, a su vez, hace que el costo percibido de la aceptación de tarjeta sea menor que el de otros métodos de pago.



Al aceptar tarjetas comerciales, los proveedores encuestados de la región tuvieron una expectativa de ganancias del 19% en promedio sobre el volumen de ventas anual, y confirmaron que prevén tener pérdidas del 21% de sus ventas si dejan de aceptar tarjetas de pago comerciales.



#2 Mayor eficiencia en los procesos

Las tarjetas comerciales optimizan las operaciones de este tipo de pago y pueden darles grandes ventajas a los proveedores de América Latina y el Caribe. Optimizando los procesos de pago, los proveedores pueden mejorar su competitividad y crecer de forma sostenible. También pueden descubrir una serie de beneficios con impacto positivo en los resultados comerciales en general.

Los proveedores pueden reducir la carga administrativa y minimizar el riesgo de error si automatizan las tareas manuales, como la facturación, el procesamiento de pagos y la conciliación. A su vez, esto libera tiempo y recursos que se pueden emplear en iniciativas comerciales más estratégicas, como la adquisición de clientes, el desarrollo de productos o la expansión del mercado.

Además, al optimizar las operaciones de pagos B2B, también pueden mejorar la capacidad de analizar datos y su visibilidad. Al integrar las plataformas de pago con los sistemas de contaduría y ERP, los proveedores pueden obtener un panorama completo de sus datos financieros, y así tomar mejores decisiones, prever el flujo de caja con mayor precisión e identificar oportunidades para optimizar costos. Esta estrategia basada en los datos puede ser decisiva para los proveedores de América Latina y el Caribe, ya que les otorgará la agilidad y el nivel de respuesta que requiere el contexto comercial en permanente evolución.

Del **35% de los proveedores encuestados que percibieron una mejora en la eficiencia de los procesos**, algunos dijeron que **mejoraron los índices de error, la cantidad de reclamos realizados, los pagos cross-border y multimonedada, la seguridad y el cumplimiento de la normativa.** Todo ello generó **más ingresos progresivos, más fidelización y más oportunidades para seguir creciendo.**

Aquellos que aceptan tarjetas comerciales se sienten en una posición mejor para superar los obstáculos, mientras que el resto enfrenta siempre las mismas barreras. Los proveedores mejoraron en estas áreas.



92%

tuvo índices de error menores



38%

realizó menos llamadas de reclamo



78%

percibió una mejora en los pagos *cross-border* y multimonedada que procesó



93%

obtuvo mejoras en la seguridad y en el cumplimiento de la normativa



¿Las tarjetas comerciales hacen que sea más fácil generar, cobrar y conciliar pagos con descuentos y condiciones especiales, etc., en comparación con otros métodos de pago?

100%

Sí ✓



¿Cómo disminuyeron los índices de error (del lado del cliente y de tu lado)?

92%

Sí ✓



¿Mejóro la seguridad o el cumplimiento normativo con la aceptación de tarjetas comerciales?

93%

Sí ✓



¿La tarjeta comercial mejoró el procesamiento de pagos *cross-border* o multimonedada?

78%

Sí ✓



¿Disminuyó la cantidad de reclamos realizados?

38%

Sí ✓





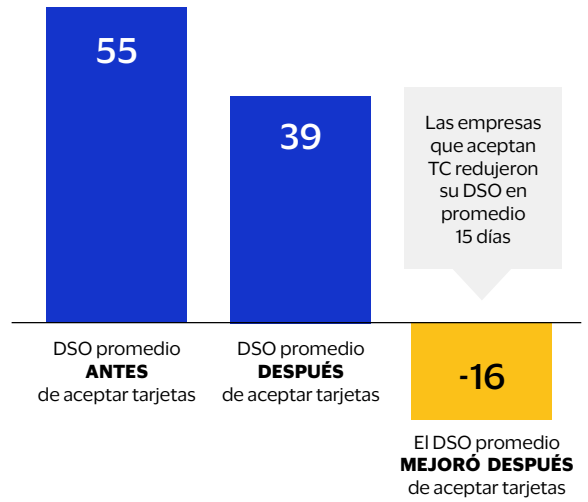
#3 Mejoras en el plazo de cobro de las ventas

Para las empresas, gestionar los ciclos del capital de trabajo es una gran preocupación. **Cuando se paga a un proveedor con una tarjeta comercial, es posible reducir en gran medida el plazo desde que se realiza la venta hasta que el proveedor cobra el pago.** Básicamente, las tarjetas comerciales pasan a ser un producto de préstamo a corto plazo que reduce los días de ventas pendientes de cobro y maximiza la disponibilidad flotante en todos los ciclos de la facturación.

Las opciones automatizadas de pago inmediato, como las tarjetas comerciales, también hacen que los proveedores no necesiten ofrecer tantos descuentos e incentivos por pagos adelantados para evitar estar pendientes de los pagos atrasados.

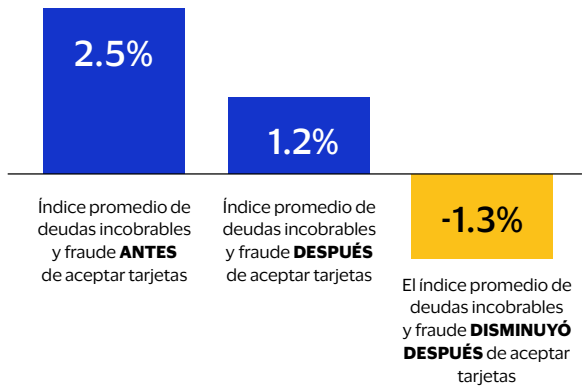
Esto también ayudó a que los proveedores que sí aceptan tarjetas comerciales aceleraran, de manera más realista y precisa, sus previsiones de cuentas por cobrar y redujeran los costos del capital de trabajo. Esta mejora en el capital de trabajo impacta, además, en las relaciones del proveedor con sus proveedores, ya que los pagos se aceleran en todo el ecosistema de la cadena de suministro.

En el caso de las empresas encuestadas que ya aceptaban pagos con tarjetas comerciales, el promedio de días de ventas pendientes de cobro pasó de 55 a 39, es decir, una disminución de 16 días, por lo que ya no necesitan ofrecer descuentos por pago anticipado.



#4 Deudas incobrables y fraude

Las deudas incobrables y el fraude afectan a las empresas de todos los tamaños y de diversos sectores. Los proveedores que aceptan tarjetas comerciales amortiguan este impacto mediante la digitalización de sus procesos de cuentas por cobrar. **Los proveedores encuestados que aceptan tarjetas comerciales confirmaron un promedio de 1.3% menos de deudas incobrables y fraude en el resultado anual de cuentas por cobrar.** Esto tiene muchos más efectos positivos para los proveedores, que disponen de más tiempo para enfocarse en vender sus bienes o servicios en lugar de incurrir en mayores costos de cobranza y conciliación.



Razones principales por las que los proveedores prefieren otros métodos de pago

Las ventajas de las tarjetas comerciales son de enorme valor para las empresas de América Latina y el Caribe, ya que las ayudan a superar los desafíos más grandes y aprovechar las oportunidades de crecimiento. Aun así, en el ecosistema B2B existen algunos desafíos clave a la hora de aceptar pagos con tarjetas comerciales. Los proveedores de la región que fueron encuestados alegan las siguientes razones para no aceptar tarjetas comerciales, por lo cual los emisores y adquirentes tienen trabajo por delante para informar a los compradores y vendedores sobre las capacidades y los beneficios de estas tarjetas.



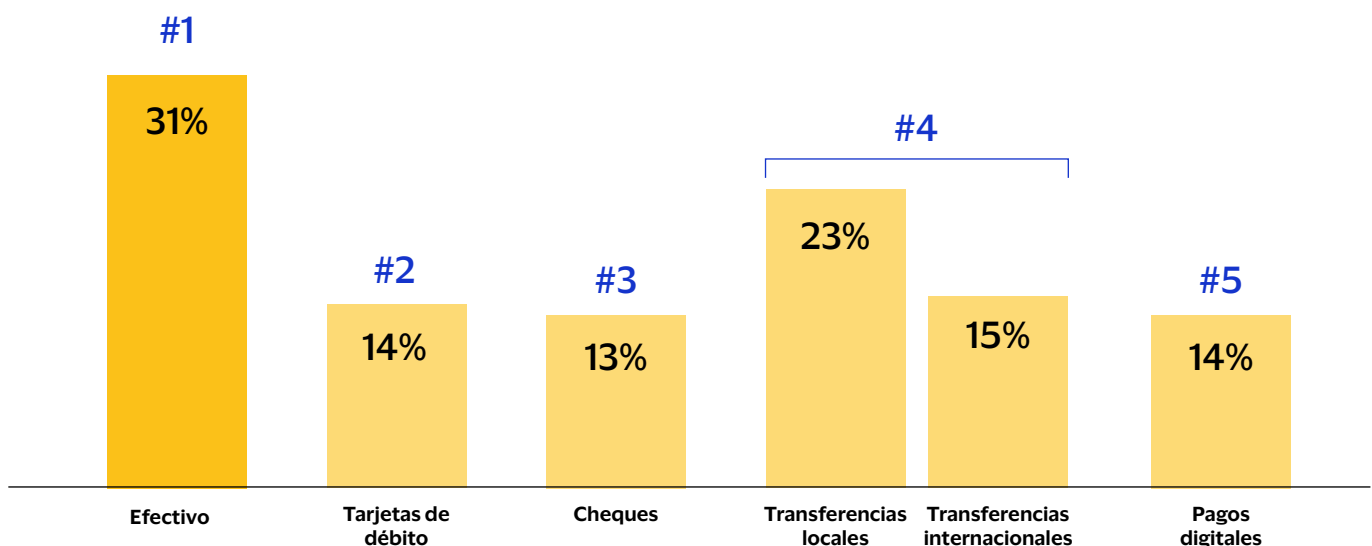
Preferencia de métodos alternativos de pago vs. aceptación de tarjetas comerciales





Métodos de pago preferidos por los proveedores que no aceptan tarjetas comerciales

Durante las encuestas realizadas, los proveedores que no aceptan tarjetas comerciales expresaron que prefieren métodos alternativos de pago, y los enumeraron en el siguiente orden:



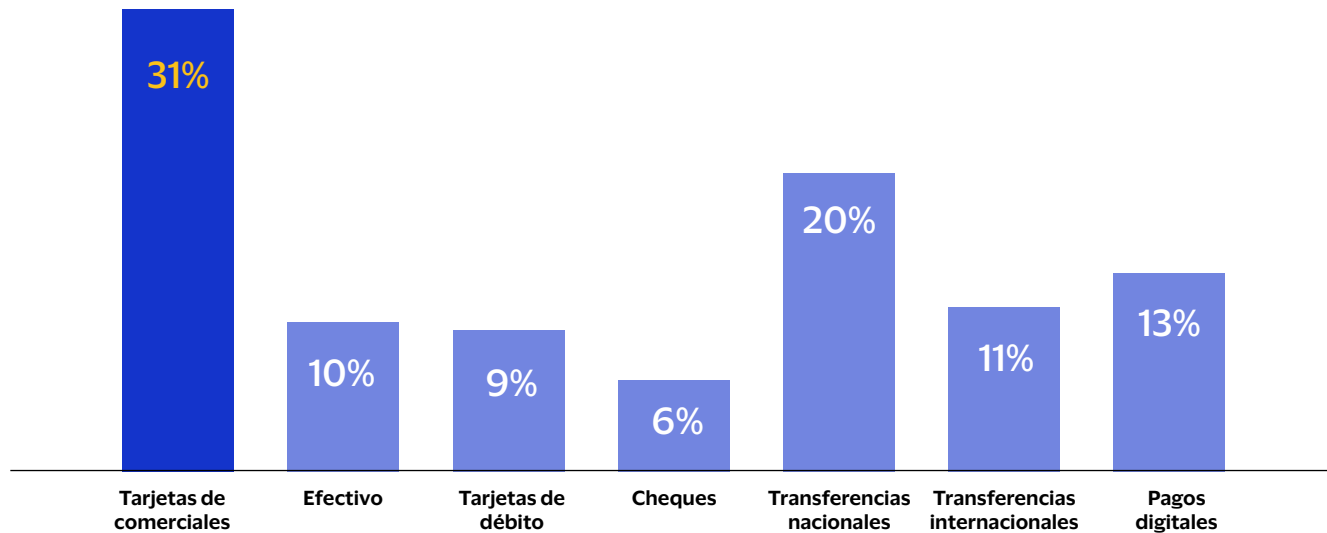
Esta preferencia por métodos alternativos de pago se debe a la percepción de la tasa de descuento al comercio (MDR), una tarifa que el procesador de pagos le cobra a una empresa por las transacciones con tarjetas de débito y crédito. En ocasiones, también se cree que las tarjetas comerciales son menos ventajosas que otros métodos, como los cheques o ACH. Sin embargo, suelen pasarse por alto los costos ocultos, por lo que, al comparar los métodos de pago, se deben cotejar **los costos y los beneficios netos**.

Existe también una falta de conocimiento de los beneficios de las tarjetas comerciales, como la inmediatez del pago, un mejor flujo de caja y la posibilidad de anticipar fondos. Por lo general, los pagos con tarjetas comerciales son más rentables que otros métodos de financiación. Muchas opciones de financiación alternativas tienen limitaciones y aspectos negativos que pueden reducir el capital de trabajo y limitar los fondos que se utilizan para diversificar y optimizar las inversiones.



Métodos de pago preferidos por los proveedores que aceptan tarjetas comerciales

Los proveedores de América Latina y el Caribe que fueron encuestados y que aceptan tarjetas comerciales expresaron diversas preferencias en cuanto a las cuentas por cobrar, lo que indica su enfoque estratégico para administrar los pagos y adaptarse a las variadas necesidades de los clientes. Esta es la distribución de métodos de pago usados por proveedores que aceptan tarjetas comerciales:



Los pagos con tarjetas comerciales son el principal tipo de pago elegido para las cuentas por cobrar, ya que ofrecen a los proveedores ventajas financieras y operacionales; por ejemplo, una mejor gestión del capital de trabajo y del flujo de caja, optimización de los procesos de cuentas por cobrar y visibilidad para tomar mejores decisiones con más rapidez.

Al aumentar la aceptación de tarjetas comerciales, los proveedores pueden enfrentar sus principales dificultades y capitalizar las oportunidades que antes eran limitadas por no contar con suficiente acceso al capital de trabajo.

Beneficios y costos de aceptar tarjetas comerciales

Las tarjetas comerciales son un método de pago elemental para enfrentar todos los desafíos principales que se identificaron en la encuesta realizada a los proveedores de América Latina y el Caribe. Al cambiar a este método de pago, los proveedores que comenzaron a aceptar tarjetas comerciales redujeron los costos de sus cuentas por cobrar, y obtuvieron beneficios netos y retorno de la inversión.

En una región que se estima que crecerá, los proveedores pueden prosperar gracias a los beneficios de las tarjetas comerciales. Pueden ser competitivos, ir en busca de oportunidades financieras y lograr crecer de forma sostenible y duradera. En general, los proveedores encuestados que aceptan tarjetas comerciales sienten que los beneficios de dichas tarjetas superan ampliamente cualquier costo asociado

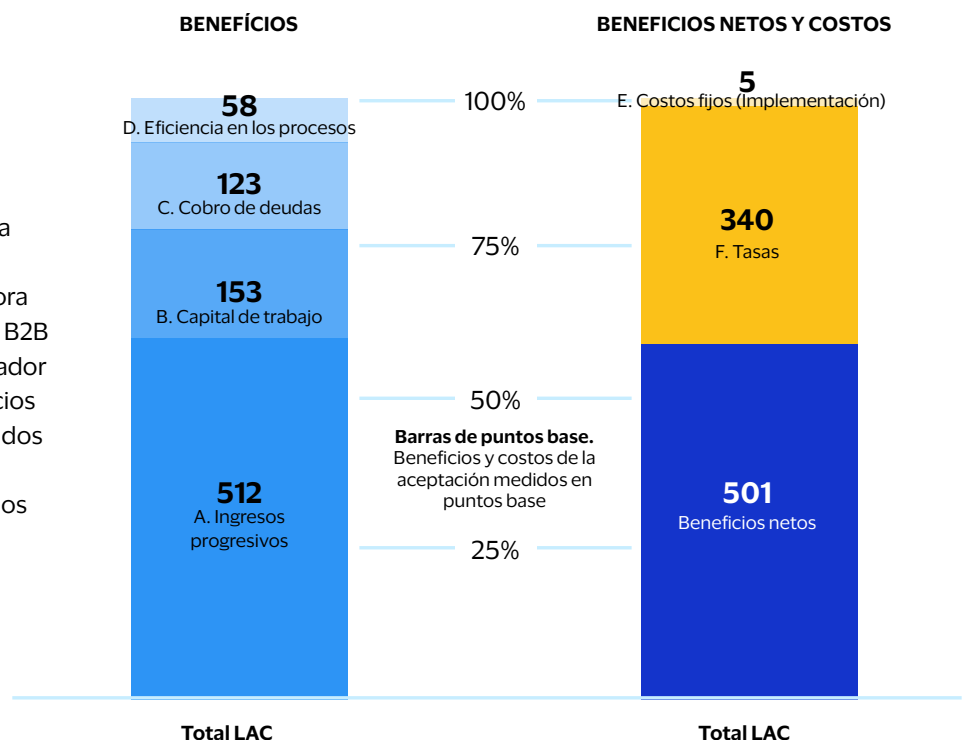


La aceptación de tarjetas comerciales mejoró la eficiencia de los procesos, el cobro de deudas, el capital de trabajo y los ingresos progresivos en un total de 846 pb, mientras que los costos fijos de implementación y las tasas de descuento al comercio fueron de solo 345 pb. Los proveedores ganaron 501 puntos base (pb) en beneficios netos por transacción durante un período de 12 meses y tuvieron un retorno de la inversión (ROI) del 60%.

Beneficios netos vs. costos netos de la aceptación

Los beneficios netos y el retorno de la inversión son métricas clave que las empresas deberían considerar a la hora de decidir cuál es el método de pago B2B más indicado. Si bien puede ser tentador perderse en las ventajas y los beneficios que no están directamente relacionados con las principales dificultades, los proveedores deberían enfocarse en los beneficios netos.

- Beneficios
- Costos
- Beneficios netos



Aceptación de pagos B2B y oportunidades de crecimiento

El crecimiento sostenible es el sueño de la mayoría de las empresas. Conforme el entorno económico global crece, cambia y se complejiza, las tarjetas comerciales siguen siendo el facilitador estratégico elegido por las empresas, especialmente los proveedores, que quieren triunfar en este contexto competitivo. Si logran comprender mejor los beneficios de las tarjetas comerciales, además de tener nuevas oportunidades de crecimiento y rentabilidad, también podrán contrarrestar los desafíos más difíciles.

Los pagos B2B ofrecen beneficios tangibles, ya que optimizan las operaciones y mejoran el flujo de caja. Las empresas de todos los tamaños están sumándose a esta tendencia y contribuyendo a la expansión y el desarrollo económico de la región.



En cuanto al tamaño de la compra, no se trata solo de compras repetidas o de bajo monto.

Más del

35%

de las empresas de todo el mundo afirma que gastaría

USD500 000

o más en una transacción de eCommerce, y los responsables de las decisiones corporativas ahora se sienten más cómodos con las compras online superiores a US\$1 000 000.⁴

Los *stakeholders* más importantes de la región pueden encontrar aquí oportunidades como las siguientes:



Emisores

- Explorar nuevas fuentes de ingresos gracias a la emisión de productos comerciales y la captación de pagos B2B.
- Atraer más clientes B2B mediante ofertas a medida.
- Identificar relaciones entre compradores y vendedores en los pagos B2B actuales.
- Aumentar la lealtad de los clientes con las tarjetas comerciales como soluciones nuevas y actuales para el capital de trabajo.
- Capitalizar los depósitos de bajo costo si también son adquirentes.



Adquirentes

- Identificar a los proveedores que no aceptan pagos B2B con tarjetas comerciales para generar más fuentes de ingresos.
- Aumentar los volúmenes de transacciones y la lealtad de los clientes.
- Ofrecer opciones de pago comercial cross-border.
- Expandirse hacia los segmentos B2B para diversificar el riesgo.
- Reforzar la propuesta de valor en el mercado atendiendo las necesidades de pago B2B.
- Desarrollar tecnología de aceptación innovadora para las necesidades y los desafíos de los pagos B2B.



Proveedores

- Aumentar el valor de las transacciones y los ingresos.
- Reducir los plazos de cobro y mejorar el servicio al cliente.
- Disminuir el riesgo crediticio de las deudas incobrables, la morosidad y el fraude.
- Integrar los sistemas ERP y utilizar los datos de las transacciones para la toma de decisiones.
- Gestionar descuentos en facturas y digitalizar la relación comprador-vendedor.



Compradores

- Mantener los días de cuentas pendientes de pago y mejorar la relación con los proveedores.
- Realizar pagos cross-border e implementar controles de compra específicos para el sector.
- Simplificar el seguimiento de los gastos y explorar tecnologías que admitan tarjetas comerciales.
- Mejorar el capital de trabajo y la capacidad de abastecimiento.

Más allá de las percepciones sobre las tarjetas comerciales los costos asociados, las empresas de América Latina y el Caribe pueden disfrutar beneficios netos y adquirir valor intrínseco con más eficiencia en los procesos, mayor capital de trabajo, menos fraude, mejores valores de riesgo y cumplimiento de la normativa, performance operacional y financiera más sólida, así como la capacidad de escalar de forma efectiva durante los períodos de crecimiento.



Visa está aquí para ayudarte

Comunícate con tu ejecutivo de cuenta Visa y descubre cómo podemos ayudarte a comprender los cambios en el comportamiento de los consumidores e identificar oportunidades que te permitirán maximizar tus portafolios con nuestros servicios de consultoría y marketing (análisis de datos, servicios de administración de riesgo, ciclo de vida del crédito, hojas de ruta digitales, etc.) y nuestros servicios de innovación y diseño (para cocrear/codiseñar nuevas experiencias de pago y comercio).



Metodología del reporte

Se encuestó un total de 762 empresas de 9 países, divididas en dos paneles: las que aceptan tarjetas comerciales y las que no. Ambos grupos se compararon para analizar los distintos comportamientos. Las encuestas se llevaron a cabo en Argentina, Chile, Colombia, República Dominicana, Ecuador, México, Panamá, Perú y Puerto Rico.

En el caso de las empresas que aceptan tarjetas comerciales, se realizó un análisis del retorno de la inversión (ROI) para evaluar el beneficio neto de aceptar tarjetas comerciales. La información se recopiló mediante encuestas telefónicas con el sistema CATI a partir de un cuestionario semiestructurado realizado a las empresas de los sectores más relevantes de cada país.

Acerca de Visa

Visa (NYSE: V) es líder mundial en pagos digitales. Facilita transacciones de pago entre consumidores, comercios, instituciones financieras y entidades gubernamentales en más de 200 países y territorios. Nuestra misión es conectar el mundo a través de la red de pagos más innovadora, confiable y segura, y así permitir que individuos, empresas y economías prosperen. Creemos que las economías que incluyen a todos estimulan a todos, en todas partes, y consideramos que el acceso es fundamental para el futuro del movimiento de dinero.

Para más información, visita [Visa.com](https://www.visa.com)

Acerca de RGX

Con más de 20 años de experiencia y presencia en más de 80 países, RGX se especializa en el desarrollo de inteligencia de mercado e investigación del mercado global, especialmente para las PyME y empresas cross-border. RGX también asiste a gobiernos, cámaras de comercio y asociaciones en el diseño y la ejecución de programas de promoción de exportaciones e inversiones.

Para más información, visita www.rgxonline.com/

Fuentes

1. BID, 11 de marzo de 2024, Future Growth Opportunities for Latin America and the Caribbean Report
2. PYMNTS, octubre de 2021, Firms That Rely on Manual Processes Take 67% More Time to Follow Up on Overdue Payments
3. Visa, Top 6 challenges faced by SMBs in Latin America and the Caribbean.
4. McKinsey, Busting the five biggest B2B e-commerce myths Article, 26 de enero de 2022

La aceptación de tarjetas comerciales en América Latina y el Caribe

Impacto económico, beneficios y desafíos.

The VISA logo is displayed in a bold, white, italicized sans-serif font. The letters are closely spaced, and the 'V' and 'I' are particularly prominent.