

La adquirencia como parte de una estrategia a futuro





Por: Daniel Barba

Emisor

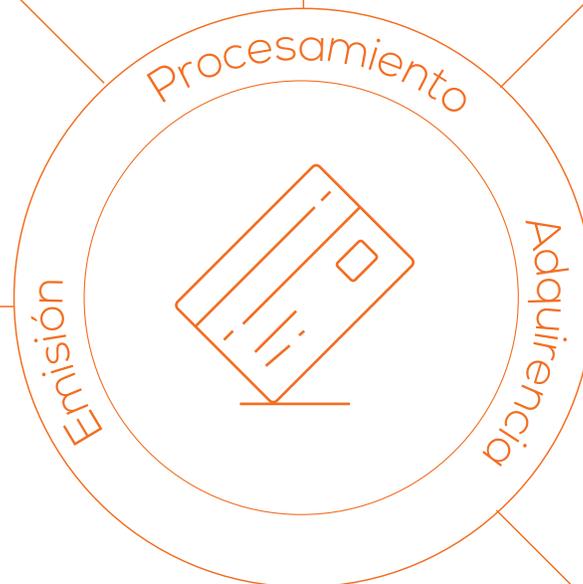
Instituciones financieras que emiten las tarjetas y entregan servicios financieros relacionados (Crédito - Débito - Prepago)

Procesador emisor

Valida las credenciales y fondos para cubrir los pagos en la institución financiera asociada a la transacción.

Procesador adquirente

Provee servicios informáticos que enrutan, autentican, registran y eventualmente liquidan las transacciones recibidas a través del POS o cualquier otro canal.



Adquirente

Banco, institución financiera o conglomerado de las mismas, que incorpora a los comercios para aceptar pagos con tarjetas, a través de medios tecnológicos (POS) y servicios necesarios.

Comercios

Puntos de venta pesenciales o digitales (e-commerce) que requieren aceptar medios de pago.

Marcas

Marca internacional que define estándar de funcionamiento del sistema de pagos.

Switch

La interconexión entre procesadores, adquirentes y emisores.

El negocio de la adquirencia

Existe una relación simbiótica entre emisión y adquirencia: para que haya emisión, debe haber aceptación, para que exista aceptación debe darse la emisión. Entendemos la adquirencia como la aceptación de medios de pago y al adquirente como la institución que acepta pagos a favor de un comercio. Dichos pagos se realizan en ambientes tanto de tarjeta presente como no presente. Tradicionalmente los canales de tarjeta presente han sido a través de un POS o punto de venta y recientemente a través de teléfonos inteligentes o códigos QR. Por otra parte, el principal canal de generación de transacciones de tarjeta no presente es el conocido como e-commerce o comercio electrónico.

Una institución adquirente es, en la mayoría de los casos, el nexo entre los comercios y las marcas de tarjeta internacionales. Es quien administra los diferentes contratos con los comercios, las condiciones generales para aceptar pagos, formas y plazos de liquidación, comisión por el servicio, monto mensual de renta del POS, entre otros aspectos. Los motivantes para entrar a este negocio pueden ser diversos: obtener la

relación directa con los comercios, ganar el margen de comisión, realizar cross-selling bancario, apoyar el negocio emisor, entre otros; por lo tanto, tener claro el objetivo del negocio es fundamental.

Existen tantos modelos de adquirencia como países en América Latina, unos más complejos que otros, donde intervienen varios actores en la integración y procesamiento de los pagos.

Ciertos países cuentan con redes de adquirencia, algunas establecidas desde hace muchos años y que todavía hoy funcionan; en otros mercados son los bancos quienes de manera directa realizan las labores de un adquirente. Países como Chile o Argentina están en plena transición de su modelo de adquirencia y empiezan a evolucionar de una o dos redes de adquirencia, hacia un modelo más competitivo tanto en nuevas tecnologías, como en servicios dirigidos para distintos segmentos de mercado. Muy similar a lo sucedido con Brasil hace unos pocos años. Es un negocio dinámico en el que la realidad de cada país va definiendo el modelo y por ello el adquirente debe establecer una estrategia muy clara.

El negocio de la adquirencia

Uno de los temas más complejos en el mundo de la adquirencia y una de las decisiones que inclina la balanza para escoger a un proveedor de procesamiento adquirente, son las actualizaciones de los regulatorios y mandatorios de las marcas en los sistemas de procesamiento. En el caso de utilizar un procesador adquirente, éste es quien los debe cumplir. De lo contrario, es la institución quien deberá realizar los esfuerzos internos y asumir estos cambios en sus propios sistemas de manera constante.

Otro aspecto importante está relacionado con la envergadura de las inversiones requeridas para transformarse en adquirente, es en este punto donde la contratación de una procesadora con un tamaño y escalabilidad, como es el caso de Evertec, permite al adquirente tomar una decisión acertada al estar respaldado con la experiencia, la infraestructura, las certificaciones y las conexiones que se requieren realizar para cumplir con los estándares de la industria.

Los pagos digitales han recibido en años recientes un enorme impulso que no se detendrá, los adquirentes deben estar preparados y su procesador debe ofrecer las herramientas para mantenerse siempre arriba de dicha ola. La participación de los emisores y en algunos países los gobiernos, es fundamental en la implementación de medidas que promuevan e incentiven nuevos medios de pago, esta es una de las razones por la que algunos países asiáticos han sido exitosos en la transformación digital, ya que influye en gran medida que el Estado fomente el cambio de dinero físico a electrónico y promueva el uso de las transacciones electrónicas para una evolución más rápida del ecosistema.

Más allá de la comisión, servicios de valor

El adquirente tiene la capacidad de generar una fidelidad en el comercio afiliado que no está supeditada a la comisión que le cobra. En un mercado competitivo, la comisión pasa a un segundo plano y cobran relevancia los servicios de valor agregado. Estos pueden estar asociados a temas básicos como la eficiencia en la gestión en terreno, hasta algunos más complejos como el manejo y asesoría en fraude. Es aquí donde entra en juego la segmentación de la base de comercios, conocer las necesidades de cada segmento y contar con un partner en procesamiento que apoye al adquirente con herramientas adecuadas para cada uno de ellos. Una tienda pequeña puede necesitar un buen servicio en terreno como eje, soporte telefónico, o un estado de cuenta fácil de leer; mientras un comercio sofisticado o un retail grande, necesita una conexión directa, integración a sus sistemas contables, apoyo de un área de tecnología 24x7, asistencia y herramientas de monitoreo de fraude robustas. Es allí donde volvemos al punto original y la importancia de definir el objetivo como adquirente, afinar la estrategia para diferentes segmentos y establecer los servicios que aportarán más valor y seguridad para los clientes, justo donde un partner en procesamiento como Evertec hace posible la diferenciación.