

## INSIGHTS E ANÁLISE

# Situação dos pagamentos B2B: Brasil

### VISÃO GERAL

O Brasil é o lar de um sistema financeiro avançado em uma sociedade que, de outra forma, é cautelosa com tecnologias. Os consumidores daqui adotaram métodos de pagamento digital em uma taxa alta em comparação com outras economias regionais.

Essa aceitação do pagamento digital também se estende para o mundo dos negócios. Ao contrário de muitos outros países, onde os pagamentos entre empresas (B2B) se encontram atrasados em relação aos avanços no setor de consumo, as empresas brasileiras possuem sistemas de pagamento sofisticados.

Ainda assim, muitas empresas não estão explorando as vantagens que uma mudança para a tecnologia digital para pagamentos B2B pode trazer. As empresas ainda lutam contra a ineficiência financeira e operacional, preocupações com fraude e falta de acesso aos dados.

### Os consumidores brasileiros aderiram à tecnologia de pagamento digital.

Os consumidores no Brasil têm acesso a um sistema financeiro e de pagamentos sofisticado. Inclusive, o Brasil está liderando a tendência global de abandonar o uso de dinheiro em espécie em favor de métodos de pagamento digital mais avançados, de acordo com um relatório da McKinsey.

O declínio contínuo do uso de dinheiro no Brasil é parcialmente impulsionado pelo sucesso dramático do Pix, um método de pagamento conta a conta (A2A) lançado no final de 2020 que rapidamente se tornou popular entre os consumidores.

Mas outros métodos de pagamento digital também ainda são populares no Brasil, de acordo com o Relatório de Pagamentos Globais 2023 da FIS. Os cartões de crédito dominam com a maior porcentagem de transações on-line (39%) e PDVs (37%), e a participação das carteiras digitais no valor das transações em PDVs quase dobrou de 8% em 2021 para 15% em 2022, segundo o relatório.

À medida que os consumidores transferem cada vez mais de suas vidas para as tecnologias digitais, eles esperam cada vez mais opções, simplicidade e o poder de tomar decisões que melhor atendam às suas necessidades individuais, afirmou Ana Maximiliano, VP de Desenvolvimento de Negócios no Brasil da Boost Payment Solutions.

"Todos nós somos impactados, com tantas informações disponíveis diariamente chegando de diferentes canais, além de novos produtos e soluções. Tudo está cada vez mais digital", observa Maximiliano.

**"Como resultado, todos nós queremos que tudo seja mais fácil. Se olharmos para trás, veremos que estamos nos desfazendo de coisas das quais não precisamos mais porque mudamos. As pessoas estão mudando, assim como as empresas."**



Fonte: Statista

## Os pagamentos avançam, mas os processos operacionais ficam para trás.

No entanto, diante desse cenário, as empresas estão demorando para aproveitar as vantagens da transformação digital. Embora o Brasil tenha adotado sistemas de pagamento avançados, os processos de pagamento B2B continuam manuais.

A grande maioria dos pagamentos B2B está concentrada em transferências ACH e Boletos, um método local de pagamento baseado em vouchers, explicou Maximilliano. Esses métodos de pagamento têm suas vantagens. O processamento é rápido - quase instantâneo no caso da ACH - e eles são amplamente utilizados e confiáveis.

Contudo, eles também têm suas desvantagens. Nem todas as empresas integraram esses métodos em seus processos de aquisição. Para as empresas que não o fizeram, a reconciliação das transações em seus sistemas é manual e ineficiente.

As transações não podem ser revertidas, por isso, lidar com possíveis fraudes ou corrigir erros é algo que deve ser feito manualmente. Seu imediatismo também pode ser uma desvantagem, pois não podem ser usadas estrategicamente para ajudar as empresas a gerenciar suas metas financeiras.

"As empresas, tanto compradoras quando fornecedoras, desejam aumentar o capital de giro e estender seus prazos, otimizando seu fluxo de caixa", afirma Maximilliano.

"Os meios de pagamento atuais não oferecem o melhor que os pagamentos digitais têm a oferecer para essas empresas."

“ *As empresas, tanto compradoras quando fornecedoras, estão ansiosas para aumentar o capital de giro e estender seus prazos, otimizando seu fluxo de caixa.* ”

## A "consumerização" dos pagamentos B2B está se acelerando.

O impulso para aproveitar as vantagens das mudanças tecnológicas está acontecendo no espaço B2B em um ritmo mais lento que no nível do consumidor, mas a velocidade está aumentando.

À medida que os consumidores se familiarizam com a forma como os diferentes métodos de pagamento digital podem atender às suas necessidades e facilitar a vida cotidiana, suas experiências se infiltram nas empresas em que eles trabalham. Como resultado, as empresas estão considerando os benefícios de adicionar mais métodos de pagamento ao seu mix.

Atualmente, as empresas recorrem a pagamentos com cartão principalmente para compras e despesas com viagens e entretenimento. No entanto, algumas estão convertendo mais de seus pagamentos para cartões comerciais, especialmente para casos de uso específicos.

"Os pagamentos tradicionais B2B, especialmente nos segmentos médio e grande, estão mudando para pagamentos com cartão - não apenas como um instrumento de gastos, mas também para ter outro meio de pagamento", afirma Maximilliano.

Elas estão trabalhando com empresas como a Boost para estabelecer processos integrados de pagamento com cartão que fornecem reconciliação automatizada com recursos avançados de geração de relatórios, disse ela. Isso permite que essas empresas aproveitem a capacidade exclusiva dos sistemas de cartão para atender a prioridades comerciais exclusivas, como:

- Usar relatórios aprimorados e acesso a dados para combater fraudes.
- Reduzir os atrasos de pagamento oferecendo aceitação de cartões a segmentos específicos.
- Tornar os processos de reconciliação mais integrados e eficientes, aumentando a precisão e a velocidade.
- Otimizar seu fluxo de caixa como, aumentar o prazo de pagamento para compradores (DPO) e reduzir o prazo de recebimento para fornecedores (DSO).

## CONCLUSÃO

No Brasil, a digitalização criou um sistema de pagamento avançado que oferece opções fáceis e integradas para consumidores e empresas. O espaço B2B, entretanto, tem sido mais lento para adotar e se beneficiar de tudo o que as tecnologias de pagamento digital têm a oferecer.

Felizmente, isso está mudando. À medida que os consumidores se adaptam cada vez mais e tornam suas vidas mais digitais, sua experiência também tem um impacto nos processos corporativos. As empresas esperam cada vez mais que os pagamentos funcionem melhor em seu benefício - para tornar os processos mais gerenciáveis e integrados - e estão se tornando mais abertas ao uso da tecnologia para atingir seus objetivos.

## SOBRE A BOOST PAYMENT SOLUTIONS

A Boost Payment Solutions é líder global em pagamentos B2B com uma plataforma tecnológica que atende perfeitamente às necessidades dos parceiros comerciais atuais. Nossas soluções de tecnologia exclusiva atendem às necessidades de compradores e fornecedores de todo o mundo, eliminando atritos e proporcionando eficiência de processos, segurança de pagamentos, insights de dados e otimização de receitas.

A Boost foi fundada em 2009 e opera em 45 países e territórios em todo o mundo.



Para mais informações sobre este documento, por favor contate

**Seth Goodman**  
Diretor de Receita  
[SGoodman@boostb2b.com](mailto:SGoodman@boostb2b.com)

**Ana Paula Maximiliano**  
VP de Desenvolvimento de Negócios no Brasil  
[AMaximiliano@boostb2b.com](mailto:AMaximiliano@boostb2b.com)