

Pricing SaaS en LATAM: cómo cobrar con 15 monedas

Fijar precios de un SaaS en Latinoamérica no es copiar el pricing de Estados Unidos: hay 15 monedas, penetración de tarjeta del 20-40 %, poder adquisitivo de tres a diez veces menor y una cultura de probar antes de pagar. Lo que nos funciona: pasarela por país (Flow.cl, Stripe, Mercado Pago), tres tiers —gratis con límites, profesional al precio de un almuerzo local y empresa a medida—, precio siempre en moneda local, descuento anual del 30-40 %, factura fiscal donde es obligatoria y el botón de pago listo desde el primer día.

Por [David Pinto](#) — Fundador y arquitecto de la plataforma · [LinkedIn](#)

Revisión técnica: Innova y Cree

Publicado 4 mar 2026 · Actualizado 17 ago 2026 · 4 min de lectura · [PDF](#)



El desafío único de LATAM: por que no puedes copiar el pricing de USA

En Estados Unidos, cobras en dólares, usas Stripe, y el 95% de tus clientes pueden pagar con tarjeta de crédito internacional. En LATAM:

- **15 monedas diferentes:** Peso chileno, peso mexicano, peso colombiano, sol peruano, real brasileño, peso argentino... cada una con inflación y tipo de cambio propio.
- **Penetración de tarjeta de crédito: 20-40%** vs 85%+ en USA. La mayoría paga con transferencia bancaria, débito o billeteras digitales.
- **Poder adquisitivo 3-10x menor:** Un software que cuesta \$29 USD/mes en USA debe costar \$9-15 USD equivalente en LATAM para ser competitivo.
- **Cultura de "probar gratis":** Los usuarios latinoamericanos son más reticentes a pagar sin probar. El freemium no es opción — es obligación.

Pasarelas de pago: cual usar en cada país

Después de evaluar más de 10 opciones, nuestra estrategia es:

Flow.cl para Chile y México. Es la pasarela que usamos en [LEXIMEX](#) y [AbogadoIA](#).

Ventajas: API simple (HMAC-SHA256 para firmas), soporta suscripciones recurrentes, acepta tarjetas y transferencias bancarias, opera en moneda local (CLP y MXN). Comisión: 2.9% + IVA.

Stripe como complemento para clientes internacionales y para países donde Flow no opera (Colombia, Perú). Stripe acepta tarjetas internacionales y locales en varios países LATAM. Comisión: 2.9% + \$0.30 USD.

Mercado Pago como alternativa en Argentina y Brasil, donde es la pasarela dominante. Ventaja: la base de usuarios es enorme (170 millones de cuentas).

Desventaja: la integración API es más compleja y las comisiones varían mucho.

Estrategia de pricing: 3 tiers que funcionan en LATAM

Después de experimentar con varios modelos, el que mejor funciona:

- **Tier gratis (Freemium):** Funcionalidad limitada pero útil. No es un trial de 14 días — es gratis para siempre con límites. En LEXIMEX, esto significa consultas limitadas por día. El objetivo: que el usuario experimente el valor antes de pagar.
- **Tier Profesional (\$9-19 USD/mes):** Todo desbloqueado. Este es el tier donde está el 80% del revenue. El precio debe ser "lo que cuesta un almuerzo" en la percepción local. En Chile, ~\$9,000 CLP. En México, ~\$199 MXN.
- **Tier Empresa (custom):** Para despachos grandes, empresas medianas. Pricing por usuario o por volumen. Aquí el precio puede ser \$50-200 USD/mes porque el valor percibido es mucho mayor.

Pricing psychology adaptada a LATAM

Algunos principios que funcionan diferente en la región:

- **Precio en moneda local, siempre:** Mostrar precios en USD genera rechazo inmediato en la mayoría de LATAM. El usuario debe ver CLP, MXN, COP, PEN. El tipo de cambio es problema tuyo, no del cliente.
- **Descuento anual agresivo:** En USA, el descuento anual típico es 16-20%. En LATAM, necesitas 30-40% para que sea convincente. Un mes gratis no impresiona — 4 meses gratis sí.
- **Precio terminado en 9:** Funciona igual que en todos lados. \$9,990 CLP se percibe como "menos de 10 mil", no como "casi 10 mil".
- **Comparación con gasto conocido:** "Menos que un Netflix" o "menos que un café diario" ancla el precio en algo que el usuario ya paga sin pensar.

- **Facturación obligatoria:** En México, los clientes empresariales NECESITAN factura fiscal (CFDI). Si no puedes emitir factura, pierdes el segmento empresarial completo.

El error más común: cobrar demasiado tarde

Muchos founders de LATAM lanzan gratis "para crecer" y nunca activan el cobro. El resultado: miles de usuarios gratuitos que nunca se convierten porque se acostumbraron a no pagar.

En [Innova y Cree](#), aprendimos esto de la forma difícil. Ahora, cada producto tiene pasarela de pago integrada desde el día 1. Incluso si lanzamos en beta gratuita, la infraestructura de cobro ya está lista para activarse.

La regla: si alguien te dice "pagaría por esto", el botón de pago debe existir en ese momento. No "proximamente". Ahora.

Métricas que importan para SaaS en LATAM

- **Conversión free-to-paid:** En LATAM espera 2-5% (vs 5-10% en USA). Es normal y está bien.
- **Churn mensual:** Apunta a menos del 5%. En LATAM el churn involuntario (tarjeta vencida, fondos insuficientes) es mayor que en USA. Implementa reintentos automáticos.
- **ARPU:** Será menor que en USA. Pero con costos operativos contenidos, necesitas pocos clientes para ser rentable.
- **Time to first value:** Cuanto tarda un usuario en experimentar el valor de tu producto? En LATAM, si tarda más de 5 minutos, lo perdiste.

"En LATAM, no compites con otros SaaS. Compites con Excel, WhatsApp y 'mi primo que sabe de computación'. Tu pricing debe reflejar eso."

Puntos clave

- 01 LATAM exige precio en moneda local, freemium real y descuento anual agresivo; el pricing de USA no se traslada.
- 02 Pasarela por país: Flow.cl en Chile y México, Stripe para internacionales, Mercado Pago en Argentina y Brasil.
- 03 Tres tiers: gratis con límites, profesional (donde vive el 80 % del ingreso) y empresa a medida.
- 04 El error más caro es cobrar tarde: la pasarela debe existir desde el día uno aunque el producto arranque gratis.

Referencias

- [1] Flow.cl — pasarela de pagos. <https://www.flow.cl/>. Consultado el 17 de agosto de 2026. DOC - FABRICANTE
- [2] Stripe — Pricing. <https://stripe.com/pricing>. Consultado el 17 de agosto de 2026. DOC - FABRICANTE
- [3] Mercado Pago. <https://www.mercadopago.com/>. Consultado el 17 de agosto de 2026. DOC - FABRICANTE
- [4] LEXIMEX — plataforma jurídica en producción (México). <https://leximex.com/>. Consultado el 17 de agosto de 2026. PROPIO

Citar este artículo

APA

Pinto, D. (2026, 4 de marzo; revisado el 17 de agosto de 2026). Pricing SaaS en LATAM: cómo cobrar con 15 monedas (v1.1). Blog técnico de Innova y Cree.
<https://innovaycree.com/blog/casos/pricing-saas-latam-monedas.html>

BIBTEX

```
@misc{pinto2026pricing,  
  author      = {Pinto, David},  
  title       = {Pricing SaaS en LATAM: cómo cobrar con 15 monedas},  
  howpublished = {Blog técnico de Innova y Cree},  
  year        = {2026},  
  month       = {mar},  
  note        = {v1.1, revisado 2026-08-17},  
  url         = {https://innovaycree.com/blog/casos/pricing-saas-latam-monedas.html}  
}
```

v1.1 · 17 ago 2026

► HISTORIAL DE VERSIONES

SOBRE EL AUTOR

[David Pinto](#) · Fundador y arquitecto de la plataforma

Diseña la arquitectura de IA verificable de Innova y Cree: RAG con cita verificada contra la fuente oficial, benchmark anti-alucinación público y plataformas en producción para sectores regulados de México y Chile.

[LinkedIn](#) · [Todos sus artículos](#)