



el empresario

EDITORIA:
Elizabeth
Meza
Rodríguez

contacto
@elempresario.mx
eleconomista.mx

COEDITORIA GRÁFICA:
Sandra Romo

Síguenos en:
@elempresario
El Empresario



Transportar el efectivo tiene un costo inherente, no es lo mismo realizar el pago de la luz de forma digital, a ir con el efectivo”.

Irina Valassi,
VP DE CONSUMO DE
LATINOAMÉRICA PARA
MASTERCARD.

Los pagos digitales incrementan las ventas de las tienditas, porque los consumidores pueden incrementar su ticket promedio de compra.



Al manejar pagos digitales, los negocios tienen mayor ventas y pueden realizar transacciones seguras. FOTO: SHUTTERSTOCK.

Digitalización

Pagos digitales hacen más competitivas a las “tienditas”

• Aceptar pagos digitales le permite a los pequeños negocios aumentar las ventas, administrar mejor el negocio, los inventarios y reducir riesgos de usar efectivo.

Elizabeth Meza Rodríguez
elizabeth.meza@eleconomista.mx

En México existen 1.2 millones de comercios minoristas y 700,000 son “tienditas”, que al aceptar pagos digitales pueden incrementar sus ventas y administrar mejor el negocio y el inventario; sin embargo, existen diversas barreras que aún se enfrentan.

Irina Valassi, vicepresidenta de consumo y canales digitales del norte de Latinoamérica en Mastercard destaca la importancia de impulsar la digitalización de los pequeños negocios y brindarle las herramientas necesarias para superar el valle de la muerte.

Por ejemplo, digitalizar los procesos y aceptar pagos digitales brinda una ventaja competitiva, porque se aprovecha la información del comportamiento de los consumidores y mejora la eficiencia en los procesos de cuentas por cobrar.

La especialista detalla que hacer las solitudes de los productos por medio de marketplace o WhatsApp con los proveedores los beneficia, “porque los productos y servicios llegan a la tienda de manera fácil y les permite tener un control. Si la información que manejan la tienen digitalizada, pueden hacer proyecciones y pedir con anticipación”, puntualiza.

Los beneficios de eliminar el efectivo

Cuando las tienditas aceptan transacciones digitales, tienen mayor seguridad, puesto que no manejan efectivo en el negocio y pueden realizar transacciones seguras con los proveedores.

“Si tienes el efectivo dentro de las tiendas es riesgoso, no tienes seguridad, te estás arriesgando a un asalto. El transportar el dinero de efectivo, de un lado al otro, también tiene un costo inherente, no es lo mismo realizar el pago de la luz de la tiendita de for-

ma digital, a que tengas que ir con el efectivo a pagar la luz, lo mismo en inventarios”.

Los pagos digitales también incrementan las ventas, puesto que las personas cuentan con menos efectivo en sus manos y apuestan por pagar con tarjeta, lo cual les permite aumentar el ticket promedio de compra.

“A los mexicanos nos gusta ayudar al comercio local, pero muchas veces no se hace por la falta de aceptación de pagos digitales y cuando se puede tener la facilidad de pagar con la tarjeta, sin duda la gente puede apoyar e ir a comprar a la tienda de la esquina, al señor que conoce desde chiquito”, precisa Irina Valassi.

¿Cómo impulsar la adopción digital de las tienditas?

El estudio, “Transformando para el comercio tradicional en la industria de CPG”, realizado por Mastercard destaca que el 42% de las empresas de bienes de consumo envasados (CPG por sus siglas en inglés) se venden a través de canales tradicionales, como tienditas de abarrotes en Latinoamérica, por lo cual estas empresas son un gran aliado para digitalizar los pequeños negocios.

El informe destaca cuatro tendencias que aceleran los pagos digitales y el proceso de valor. El primero es comercio electrónico, es decir permitir que las tienditas hagan pedidos en línea a sus distribuidores, a fin de controlar sus inventarios.

El segundo es el comercio conversacional, y aunque muchos negocios ya utilizan WhatsApp para hacer pedidos en línea, hay una gran oportunidad de usar la tecnología para fidelizar a los clientes.

El tercer punto es que las grandes empresas otorguen crédito a las tienditas, lo cual puede hacerse a través de asociaciones con fintechs y finalmente, integrar pagos digitales y sin contacto, por medio de una terminal punto de venta, agregadores, CoDi o transferencia.