

*Descubriendo los beneficios de los pagos digitales
para las micro y pequeñas empresas:*

perspectivas de México



VISA

© 2021 Visa. Todos los derechos reservados.

“Personalmente, me ayuda a llegar a más clientes y a mantener los que tengo. Me permite estar actualizada y competitiva en mi área. Es lo que me ayudó a seguir adelante.”

—Propietaria, sector de servicios, empresa digital

Agradecimientos

Este informe fue producido por un equipo dirigido por Amina Tirana, Carlos Corominas, Urvi Kelkar, Juan José Fernández y Deborah Gordon, y está basado en una encuesta y análisis de datos realizados por 60 Decibels. Agradecemos a cuatro facilitadores de pago en México por su colaboración en la realización de la encuesta y por proporcionar pagos digitales inclusivos a micro y pequeñas empresas. También queremos reconocer a Elizabeth Hurvitz, David Whitelaw, Arturo Luna, Chad Harper, Barbara Kotschwar y Michael Nunes por sus aportes.

Las imágenes utilizadas en este informe representan a propietarios de micro y pequeñas empresas en México, pero no son quienes participaron en esta encuesta.

Descubriendo los beneficios de los pagos digitales para las micro y pequeñas empresas: perspectivas de México © 2021 Visa. Todos los derechos reservados.

Índice

Resumen ejecutivo | **4**

Introducción | **5**

Progresan los pagos inclusivos y la digitalización en México | **6**

¿Cuál es el papel de Visa en México? | **6**

Estadísticas clave, México, 2018 | **7**

Impacto resultante: voces de las micro y pequeñas empresas | **8**

Hallazgos clave de un vistazo | **9**

Perfil micro y pequeñas empresas | **10**

Impactando la vida y el sustento de las personas | **11**

Recomendaciones | **13**

Conclusión | **15**

Apéndice 1 Metodología de la investigación | **16**

Apéndice 2 Perspectivas sobre las MiPyMEs en México | **17**

Descubriendo los beneficios de los pagos digitales para las micro y pequeñas empresas: perspectivas de México. © 2021 Visa. Todos los derechos reservados.

Resumen ejecutivo

El impacto transformador de los pagos digitales aún tiene que extenderse plenamente a las micro y pequeñas empresas del mundo entero. Tomemos el caso de México, donde la mayoría de las empresas son micro o pequeñas, y funcionan mayormente en efectivo. En los últimos años, los cambios regulatorios, la aparición de nuevos participantes y modelos de negocio, como los facilitadores de pago e instituciones financieras con los que Visa se asocia, y los efectos de la pandemia de COVID-19, han derivado en un significativo aumento en la aceptación de pagos digitales por parte de las micro y pequeñas empresas. Pero, ¿qué significa esto en el contexto de la vida y el sustento de los dueños de pequeñas empresas? ¿Cómo los impactó profesional y personalmente?

Este informe examina los resultados de una encuesta que recabó las percepciones de 753 micro y pequeñas empresas en México. La mayoría de estas empresas están aceptando pagos digitales por primera vez, lo que confirma que los facilitadores de pago están incluyendo a empresas y personas que antes no eran contempladas por los bancos tradicionales. Los resultados demuestran que debido a que aceptan pagos digitales, tres cuartos de los propietarios de negocios notaron mejoras en los ingresos, el gasto del consumidor y el manejo de la empresa. Es más, en respuesta a la pandemia de COVID-19, más de un tercio de las empresas aumentaron su aceptación de los pagos digitales, en parte para contrarrestar los impactos negativos de la pandemia en el negocio. Esto destaca la importancia que tienen los pagos digitales para la resiliencia y el crecimiento de las micro y pequeñas empresas.

Los hallazgos de la encuesta brindan perspectivas accionables para que legisladores, proveedores y otros actores apoyen la ampliación de la aceptación de pagos digitales. Estas perspectivas destacan el papel de varios factores habilitantes complementarios requeridos para progresar en esta área, incluyendo alianzas a través de facilitadores de pago y empresas fintechs, políticas y regulaciones para respaldar a un mercado bilateral equilibrado, tecnología confiable y escuchar a los dueños de empresas para informar al departamento de diseño y promoción del producto.

Los resultados demuestran que debido a que aceptan pagos digitales, tres cuartos de los propietarios de negocios notaron mejoras en los ingresos, el gasto del consumidor y el manejo de la empresa.

Introducción

COVID-19 ha resaltado la importancia de los pagos digitales y del hecho de estar conectados al comercio digital, particularmente para la resiliencia y el crecimiento de las micro y pequeñas empresas. Estas empresas son la columna vertebral de la economía global, constituyendo más del 90% de todas las empresas y la mitad de los empleos a nivel mundial. En las economías emergentes, las micro y pequeñas empresas representan aproximadamente la mitad del PIB nacional, con el impacto correspondiente en los sustentos, vidas y comunidades.¹ No obstante, en el mundo entero, millones de pequeñas empresas permanecen desconectadas de los pagos digitales y de las oportunidades que brindan dichos pagos.

Por mucho tiempo, ayudar a las pequeñas empresas a ser resilientes, crecer y prosperar ha sido una prioridad política para los gobiernos y diversas partes interesadas. Visa ha hecho un esfuerzo concertado a nivel mundial por extender los beneficios de los pagos digitales a los negocios familiares, restaurantes locales, vendedores ambulantes, taxis, peluqueros e infinidad de otros tipos de micro y pequeñas empresas que no fueron atendidas con regularidad por los proveedores de servicios financieros tradicionales. En los últimos años, Visa y sus socios en México extendieron con éxito los pagos digitales a una cantidad cada vez mayor de empresas a través de una variedad de estrategias, como son los enfoques innovadores de los facilitadores de pago. Para obtener perspectivas específicas acerca de los efectos de esta transformación, Visa encargó una encuesta de 753 dueños de micro y pequeñas empresas que comenzaron recientemente a aceptar pagos digitales en México.

Los resultados cuentan una historia poderosa.

Estas empresas son la columna vertebral de la economía global, constituyendo más del 90% de todas las empresas y la mitad de los empleos a nivel mundial.

¹ Banco Mundial. Finanzas de las micro y pequeñas empresas (MyPEs). <https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>. Estos datos incluyen información de medianas empresas. Sin embargo, la mayor parte de las PyMEs son micro y pequeñas empresas.

Progresan los pagos inclusivos y la digitalización en México



Durante la última década, México apoyó la inclusión de más personas y empresas en el sistema financiero formal en favor de numerosos objetivos económicos y sociales. Apoyar a las pequeñas empresas también ha sido una prioridad en reconocimiento del papel fundamental que juegan en la economía y el bienestar comunitario. Hay 10,5 millones de empresas en México. Casi todas ellas son micro y pequeñas empresas² y el cuarenta por ciento son empresas totalmente formales³ mientras que el resto son informales o casi formales. Muchas de las micro y pequeñas empresas han funcionado única o mayormente en efectivo. Por ello, brindar acceso a los pagos se identificó como una oportunidad para apoyar dichos objetivos. Una serie de factores se combinaron para impulsar el progreso. Muchas de las soluciones aprovechan la tecnología digital.

Diversas iniciativas han sido clave para habilitar los pagos. Específicamente, las reformas regulatorias en telecomunicación desde el 2013 dieron lugar a costos más bajos para la telefonía móvil y los datos, y mayor conectividad y uso, un componente importante en la evolución de los pagos digitales. La reforma de la regulación financiera, incluyendo cuentas financieras innovadoras y escalonadas basadas en riesgo y requisitos simplificados para la validación del cliente (KYC por sus siglas en inglés, *know-your-customer*) y la bancade correccionales, presentó la oportunidad para un nuevo diseño y entrega de los productos financieros. A su vez, esto hizo que más personas tuvieran y usaran cuentas de débito y crédito. Por ejemplo, desde el 2014, cualquier mexicano puede obtener una tarjeta de débito de manera rápida y conveniente y a un bajo costo a través de una cuenta Saldazo, disponible las 24 horas del día y los 7 días de la semana en más de 19.000 tiendas de conveniencia OXXO de todo el país.⁴ Actualmente, los mexicanos pueden usar su teléfono para solicitar una tarjeta de débito o crédito Rappi. En cuestión de horas, un conductor de Rappi entrega la cuenta finalizada en el domicilio de la persona, y todo el trámite se hace digitalmente.⁵ Cada vez más mexicanos tienen una cuenta de pagos digitales, y quieren usarla.

¿Cuál es el papel de Visa en México?

Construir un sistema de pagos digitales inclusivo es un proyecto grande y complejo, pero el objetivo de la misión es simple: hacer que sea fácil, seguro y protegido para todas las personas adoptar los pagos digitales. Visa trabaja para proveer a las personas con cuentas digitales y lugares donde usarlas, así como con múltiples socios y en la ejecución de los pasos que se requieren para que esto sea posible. Esto incluye a todos los facilitadores de pago en México así como a muchos otros proveedores de servicios financieros para atender a consumidores y empresas.

² En México, el gobierno define como microempresa a aquella que tiene de 0 a 10 empleados, y como pequeña empresa a aquella que tiene de 11 a 50 empleados. Las microempresas constituyen el 95% de todas las empresas.

³ Visa (2014). *PYMES Referencia 2014: México* [diapositiva 19]. El estudio estima que entre el 60% y 65% de las empresas en México son informales.

⁴ FEMSA: *Informe Anual*. (2019). [www.annualreport.femsa.com. http://www.annualreport.femsa.com/index.html](http://www.annualreport.femsa.com/index.html)

⁵ *Banorte y Rappi firman alianza estratégica para crear sociedad de servicios financieros en México*. (23 de junio del 2020) Banorte.com; Grupo Financiero Banorte. <https://www.banorte.com/wps/portal/gfb/Home/noticias-banorte/noticias-2020/rappi>. Rappi es una aplicación móvil de pedidos y entregas en América Latina.



Los facilitadores de pago se han convertido en un componente importante del ecosistema mexicano.⁶ Brindan soluciones personalizadas para las pequeñas empresas y cubren necesidades del mercado que no han sido abordadas por los bancos tradicionales. Por ejemplo, proporcionan un proceso de pagos fluido para dueños de pequeñas empresas, manejando todos los elementos clave con la institución financiera que adquiere el pago y administrando el proceso de liquidación diario de la pequeña empresa. Esto libera a los dueños de empresas para que puedan enfocarse en sus operaciones y apoya a quienes pudieran estar menos familiarizados con la tecnología digital y los servicios financieros formales.

Los facilitadores de pago también identificaron nuevas maneras de llegar a las pequeñas empresas, incluso aprovechando las redes comerciales y tiendas. Estas estrategias hicieron que para el dueño del negocio le fuera más económico y mucho más rápido y fácil comprar terminales de pago, registrarse u obtener soporte. Eso también fomentó la competencia, que a su vez promovió aún más la innovación, todo lo cual se combinó para contribuir con la impresionante disminución de los costos y al aumento de la aceptación de los pagos digitales. Antes, comprar una terminal punto de venta le costaba al dueño de una empresa cientos de dólares y la terminal tardaba semanas en llegar. Hoy en día, se puede comprar una por MXN 500 (aproximadamente USD 25) o menos en supermercados y otros lugares convenientes.⁷

La transformación resultante en todo México ha sido notable. En el 2020, 3,9 millones de locales comerciales en México aceptaron pagos digitales⁸ y la cantidad de terminales punto de venta se duplicó de seis por cada mil habitantes a doce por cada mil habitantes entre el 2016 y el 2019.⁹ La pandemia de COVID-19 aceleró aún más las tendencias, impulsando el comercio electrónico, las plataformas en línea como Canasta Rosa y los pagos digitales, reduciendo así el uso de efectivo.¹⁰

Sin embargo, el efectivo sigue prevaleciendo en México, manteniéndose en parte porque es familiar, fácil y práctico. Si bien el importante aumento de la aceptación en pequeñas empresas está comenzando a cambiar eso, el uso diario de los pagos digitales aún es bajo, y ese es el siguiente paso clave de la transformación digital en México. Visa apoya ésta y otras iniciativas relacionadas mediante su colaboración con facilitadores de pago y otras instituciones financieras, la introducción de nuevas tecnologías, como los pagos sin contacto, y alianzas que promueven experiencias de consumidor habituales con los pagos digitales como en el transporte público.

Estadísticas clave México, 2018¹⁰

Población (2019).....	127.5M
PIB (2019).....	\$1.26 tr
Crecimiento del PIB.....	2.2%
INB per cápita (2019).....	\$9,480
Pobreza	41.9%
Suscripciones a teléfonos móviles..	95%

Inclusión financiera¹¹

Adultos que tienen una cuenta...	47%
Mujeres (cuentas)	30%
Hicieron o recibieron un pago digital en el último año ¹²	32%

⁶ Los facilitadores de pago son terceros que celebran un contrato con un adquirente en nombre de una empresa y liquidan transacciones con el adquirente para la empresa. Comenzaron a operar en México en el 2014.

⁷ Clip.mx. 2021. Conoce las tpv de Clip y Familia de Lectores de Tarjetas | Clip. <https://clip.mx/productos-clip/>.

⁸ Graf Noriega, J. P., Quesada Palacios, J. A. y Del Río Chivardi, M. A. (2020). *Panorama Anual de Inclusión Financiera*. CNBV: Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

⁹ Financial cards and payments in Mexico. (Noviembre, 2020). Extraído de <https://www.euromonitor.com/financial-cards-and-payments-in-mexico/report>.

¹⁰ México | Datos. (2018, 2019). Worldbank.org. <https://data.worldbank.org/country/mexico>. Los datos son del 2018, a menos que se especifique otra fecha. INB per cápita utilizando el método Atlas.

¹¹ Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2018: Presentación de resultados. (2018). En la *Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2018 del INEGI*. http://en.www.inegi.org.mx/doc/enif_2018_resultados.pdf

¹² *The Little Data Book on Financial Inclusion 2018*. (2018). World Bank Group. Los datos provienen de The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution

Impacto resultante: voces de las micro y pequeñas empresas



Visa se propuso recopilar las percepciones de micro y pequeñas empresas en México sobre lo que significa para sus negocios y sustentos aceptar pagos digitales y ser parte de un ecosistema digital inclusivo. Visa colaboró con una agencia global de mediciones, 60 Decibels,¹³ para realizar una encuesta independiente a 753 micro y pequeñas empresas que habían comenzado a aceptar pagos digitales a través de uno de cuatro facilitadores de pago durante los 18 meses anteriores. Vea el Anexo para detalles del método de investigación.

La encuesta reveló que empezar a aceptar pagos digitales tiene un impacto claramente positivo en los ingresos, clientes y operaciones de las micro y pequeñas empresas. Esto no es trivial porque las pequeñas empresas son una parte importante de los ingresos y el bienestar de las familias. Más de la mitad de los ingresos familiares promedio de todos los encuestados proviene de sus negocios. Y para cuatro de cada diez negocios, tres cuartos o la totalidad de los ingresos familiares provenían de la empresa.

Los pagos digitales ayudan al crecimiento de los negocios.

Tres cuartos de las empresas encuestadas reportaron un aumento en los ingresos de la empresa, la base de clientes y el ticket promedio de los consumidores desde que comenzaron a aceptar pagos digitales. Específicamente, el 72% dijo que sus clientes estaban gastando más, y el 75% indicó que sus ingresos habían aumentado después de comenzar a aceptar

los pagos digitales. Entre los que reportaron ingresos más altos, el aumento promedio en los ingresos mensuales fue aproximadamente un 22%. Las empresas identificaron el crecimiento empresarial como el principal beneficio de aceptar pagos digitales dado que se ofrecen opciones de pago adicionales para los clientes, así como mayor conveniencia, más seguridad y mejor satisfacción del cliente, entre otros factores.

Aceptar pagos digitales es ayudar a los dueños a mejorar la manera en que manejan sus empresas, lo que contribuye al crecimiento

Los dueños reportaron que los pagos digitales y servicios relacionados les ayudaban a llevar el control de los ingresos, mejoraban la visibilidad de sus cuentas financieras y les ayudaban a administrar y aumentar sus ahorros. Las empresas también destacaron la practicidad y conveniencia de la herramienta de aceptación, como la movilidad del dispositivo de punto de venta.

Los facilitadores de pago impulsan la inclusión en México.

La encuesta confirmó que los facilitadores de pago están llegando a empresas y personas que antes no tenían acceso a los pagos digitales o no los usaban. Tres cuartos (75%) de las empresas encuestadas reportaron que estaban aceptando pagos digitales por primera vez.¹⁴ La expansión está siendo impulsada por empresas muy pequeñas y está llegando a las mujeres. Quienes aceptaban pagos digitales por primera vez eran

¹³ <https://www.60decibels.com/>

¹⁴ Algunos de los encuestados habían estado aceptando pagos digitales a través de otros proveedores, pero se habían registrado con uno de los cuatro facilitadores de pago socios durante los 18 meses anteriores, cumpliendo así con los criterios de calificación para la encuesta.

principalmente empresas que ganaban menos de MXN 10.000 (alrededor de USD 500) por mes. Similarmente, era más probable que fueran mujeres, ya que el 79% de las mujeres encuestadas eran usuarias por primera vez, frente al 73% de los hombres encuestados.

Las empresas fueron motivadas por sus clientes y competidores a usar los pagos digitales, y dichas expectativas se cumplieron.

El 63% de los encuestados dijeron que la demanda de los clientes fue el impulsor principal de la adopción. Más de la mitad (56%) también identificó mantenerse a la par de la competencia como una motivación. El 14% de los encuestados especificaron seguridad y protección, incluyendo visibilidad de transacciones y cuentas las 24 horas del día, los 7 días de la semana y acceso remoto a las cuentas. La experiencia de aceptar pagos digitales cumplió con las expectativas. El beneficio que más mencionaron los encuestados fue la oportunidad de ofrecer a sus clientes múltiples opciones de pago, lo cual les permite hacer crecer su negocio. Las empresas también identificaron un aumento de la satisfacción del cliente y una mayor sensación de seguridad y confiabilidad para los propietarios y clientes por igual.

Las empresas están muy conformes con la experiencia de aceptar pagos digitales y están dispuestas a recomendarlos. El Net Promoter Score® (NPS, por sus siglas en inglés) para los pagos digitales fue de 71, que es excelente e indica un gran potencial para el “boca a boca” y las comunicaciones entre pares a la hora de ampliar la aceptación y el uso de pagos digitales. (Esta puntuación es significativamente más alta que el referente promedio de 60 Decibels en América Latina de 52). Las empresas valoran el crecimiento de su negocio, así como la practicidad y seguridad de utilizar estos métodos. Las mujeres también tendían a recomendar un poco más la aceptación de los pagos digitales que los hombres, a una tasa del 81% versus 76% respectivamente.



Hallazgos clave de un vistazo

75% de los encuestados indicó que sus ingresos mensuales habían aumentado y **72%** dijo que sus clientes estaban gastando más.

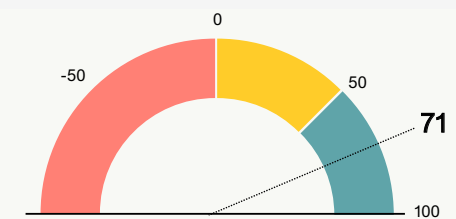
El aumento promedio de los ingresos fue del **22%**, entre los que reportaron mayores ingresos.

75% de todos los encuestados habían aceptado pagos digitales por primera vez.

El Net Promoter Score (NPS) de aceptar pagos digitales fue de **71**.

Net Promoter Score® (NPS)

P: En una escala del 0 al 10, ¿cuál es la probabilidad de que usted le recomiende los pagos con tarjeta de débito y crédito a un amigo que tenga una empresa? (n = 750)



NPS = % de Promotores -- % de Detractores

9-10 Probable que recomiende	0-6 No probable que recomiende
------------------------------	--------------------------------

Fuente: 60 Decibels Analysis

Las micro y pequeñas empresas sufrieron importantes bajas en sus ingresos durante la pandemia de COVID-19 pero algunas aumentaron su aceptación de pagos digitales.

El 82% de las empresas reportaron un impacto negativo debido a la pandemia de COVID-19. Los ingresos promedio de las empresas bajaron un 33%. Aún así, más de un tercio de las empresas (36%) indicaron que están aceptando pagos digitales más que antes del brote de COVID-19, y que aumentaron las entregas a domicilio y/o las ventas en línea (37%) para poder subsistir, destacando la importancia de los pagos digitales en este contexto de pandemia.

A mayor uso de la aceptación digital, mayor aumento de los ingresos.

Las empresas que en los tres meses anteriores usaron pagos digitales para el 50% o más de sus transacciones (“usuarios frecuentes”) fueron más proclives a reportar un aumento en los ingresos que las empresas que usaron pagos digitales para menos del 50% de sus transacciones (“usuarios esporádicos”). Por ejemplo, el 43% de los “usuarios frecuentes” reportaron que sus ingresos habían “aumentado muchísimo” debido a la aceptación de pagos digitales, en comparación con el 15% de los “usuarios esporádicos.”

Diferentes tipos de empresas reportaron distintos niveles de impacto con los pagos digitales.

Las empresas que se encuentran en el sector minorista reportaron un impacto más significativo que las que se dedican a la prestación de servicios, en términos de ingresos empresariales, cantidad de clientes, consumo del cliente y gestión del negocio. En promedio, el 79% de las empresas minoristas reportaron mejoras en estas áreas, en comparación con el 65% de las empresas del sector servicios. Las empresas lideradas por mujeres reportaron un impacto un tanto mayor en los factores mencionados anteriormente que las empresas lideradas por hombres (77% versus 74%), al igual que las empresas más grandes frente a las empresas más pequeñas según los ingresos mensuales (78% versus 75%).

Perfil micro y pequeñas empresas

Según las respuestas de todos los encuestados

90% son dueños de la empresa.
(El resto son empleados)

28% son mujeres.

40 años de edad, en promedio.

75% operan en ciudades.

78% tienen un solo local.

29% tienen presencia en línea.
(El resto solo tienen presencia física)

65% se dedican a la venta minorista
(principalmente tiendas de víveres y alimentos) y 35% ofrecen Servicios
(principalmente restaurantes, puestos de comida y servicios profesionales).

Emplean en promedio a **2,3** personas.

53% han estado operando por más de 5 años. El 15% tenían menos de un año en operación.

\$24.650 Ingresos mensuales promedio de MXN 24.650
(aproximadamente USD 1.200) antes de la pandemia de COVID-19.

57% de los ingresos familiares promedio provenían de sus empresas.

60% contribuyen la mitad o más de los ingresos familiares; 38% contribuyen casi todos los ingresos familiares.

Impactando la vida y el sustento de las personas



De lavaloz a dueño: La historia de Rodrigo

Tras 27 años de atender mesas, Rodrigo se hizo cargo del pequeño restaurante italiano local en el pueblo de Valle de Bravo, a las márgenes del lago Avándaro, en el 2019. Se convirtió en una aventura familiar; su esposa atiende el bar y su hija hace la pizza. Cuando comenzó la pandemia de COVID-19, mantener a su familia de seis parecía imposible hasta que incorporó los servicios de entrega de comida a domicilio y comida para llevar a través de aplicaciones móviles en las redes sociales y en línea. Aceptar pagos digitales le permitió a Rodrigo mantener sus puertas abiertas.

IMPACTO: Rodrigo informó que el 90% de las transacciones fueron pagos digitales entre julio y septiembre del 2020, es decir, en plena pandemia. El negocio estaba ganando hasta 30% de sus ingresos mensuales pre COVID, a diferencia del 10% que ganaba antes de establecer su presencia en línea. Igualmente importante es el hecho de que Rodrigo puede efectuar transacciones fácilmente y pagar a sus proveedores a tiempo porque tiene acceso a su dinero las 24 horas del día y los 7 días de la semana, profundizando así la confianza en una relación que es fundamental.

“Solía hacer las cosas a la vieja usanza, pero tenía que adaptarme al cambio. Me costó trabajo acostumbrarme a la banca electrónica y a las tabletas.”

Digitalización del negocio familiar: La historia de Ana Rosa

Hace cinco años los padres de Ana Rosa recurrieron a ella para que les ayudara con el negocio familiar, una tienda de comestibles y restaurante en la zona rural de Chihuahua, al lado de una mina del lugar. Todos los mineros tenían tarjetas de débito y crédito. Para Ana Rosa la prioridad era adoptar herramientas de pago digital, incluso dándoles a los clientes la posibilidad de pagar las facturas de sus servicios públicos con tarjetas de crédito o sacar efectivo en su negocio.

IMPACTO: Cuando los padres de Ana Rosa operaban el negocio, el 100% de los pagos se hacían en efectivo. Hoy, el 70% son pagos digitales. Las ventas se triplicaron en los últimos cinco años. Su calidad de vida también mejoró: ahora puede pasar más tiempo con su mujer y su hija en la capital del estado sabiendo que sus cuentas comerciales están seguras y a sólo un clic de distancia.

“Mi negocio creció muchísimo... realmente me cambió la vida.”

Mesero se convierte en emprendedor: La historia de Marco

Inspirado por su experiencia y capacitaciones mientras era barista en una conocida cafetería, Marco comenzó a vender granos de café de Veracruz, Oaxaca y Chiapas a clientes de Ciudad de México, mientras estudiaba ingeniería civil y trabajaba. Su negocio es exclusivamente en línea. Si bien la mayoría de sus clientes vinieron por una recomendación, se está volcando a las redes sociales como Instagram para generar ventas. Marco cree que aceptar pagos digitales va a ser mucho más importante de lo que ya es y le permitirá expandir su negocio. Él ve las numerosas posibles ventajas, como usar cupones y créditos de su facilitador de pagos para pagar la factura de electricidad.

IMPACTO: Marco lanzó su negocio apenas un mes antes de que azotara el COVID-19. Antes, Marco vendía un kilo de café por semana. Ahora, vende entre cinco y seis kilos por semana.

“...Nadie quiere usar efectivo y cuando uno usa pagos digitales hay tantas más posibilidades.”

Diseñadora que celebra a las artesanas: La historia de Paola

Paola visita con frecuencia a mujeres indígenas que son artesanas en Chiapas, Oaxaca y Querétaro para adquirir productos textiles exclusivos para su línea de ropa. Apoyar a las mujeres y honrar el diseño mexicano tradicional es fundamental para su empresa. Con la ayuda de las redes sociales, ha podido ampliar su negocio manejándolo completamente en línea.

IMPACTO: Una vez que Paola pasó a hacer todas sus operaciones en línea, notó un aumento del 100% en las ventas y que casi todas sus transacciones se efectuaban mediante pagos con tarjeta. Con su herramienta de pago digital puede implementar opciones de pago como los pagos a plazos, y mantener a sus clientes contentos y regresando por más prendas de primera calidad. A su vez, puede implementar opciones de pago como los pagos a plazos, y mantener a sus clientes contentos y regresando por más prendas de primera calidad.

“Amo mi empresa y todo lo que implica.”

Dos tercios de los encuestados tienen negocios minoristas, mientras que casi un tercio de los encuestados ofrecen servicios y 4% se dedican a otra cosa.



Recomendaciones

Los resultados de esta encuesta contienen una serie de perspectivas accionables para proveedores, legisladores y otras partes interesadas.



1. Para las pequeñas empresas, el valor de aceptar pagos digitales es mayor que la ganancia de una venta en particular.

La aceptación de pagos digitales mejora la propuesta de valor propiciando un aumento de clientes, mayor consumo por parte de los clientes, mejor gestión del negocio, mejor percepción de los ingresos y ganancias, facilidad de acceso a las cuentas financieras y seguridad, además de que se mantiene al día con las preferencias de los clientes y con la competencia. Y donde los pagos digitales se usaron más, las empresas crecieron más.

RECOMENDACIÓN: Los facilitadores de pago, proveedores de servicios financieros, gobiernos, asociaciones industriales y otros deben asegurarse de que el material de mercadeo y los materiales relacionados transmitan toda la gama de beneficios de aceptar pagos digitales a fin de continuar ampliando la aceptación.

2. Los facilitadores de pago impulsan la inclusión, llegando a personas y dueños de empresas que antes no aceptaban pagos digitales.

El crecimiento está siendo impulsado especialmente por empresas muy pequeñas, y hasta cierto punto por empresas que pertenecen a mujeres.

RECOMENDACIÓN: Toda estrategia para habilitar digitalmente a las micro y pequeñas empresas debería incluir facilitadores de pago, fintechs y otras compañías innovadoras que atiendan específicamente las necesidades exclusivas de las micro y pequeñas empresas.

3. Un mercado bilateral equilibrado, con clientes que quieren pagar digitalmente, es importante para ampliar la inclusión de las micro y pequeñas empresas.

Lo que más motivó a los dueños de empresas a adoptar la aceptación de pagos digitales fue la preferencia de los clientes y el deseo de no quedarse atrás de la competencia

RECOMENDACIÓN: Los legisladores deberían tenerlo en cuenta al momento de revisar regulaciones y tendencias, y considerar prioridades para fortalecer un mercado que crezca en equilibrio. Un mercado equilibrado también es un elemento valioso en las evaluaciones de preparación para el mercado. Los proveedores deberían incorporar estas motivaciones en las campañas de mercadeo y difusión para promover la aceptación de pagos digitales entre las micro y pequeñas empresas.

4. Los usuarios pueden ser excelentes promotores.

Los dueños de empresas que recientemente comenzaron a aceptar los pagos digitales en México a través de estos socios facilitadores de pago están muy entusiasmados y quieren recomendárselos a colegas y amigos. Esto indica que los dueños de micro y pequeñas empresas pueden ser grandes promotores y una valiosa vía de promoción 'boca a boca' con negocios cercanos o a través de las redes sociales. Esto podría ser sumamente eficaz porque a la hora de pedir un consejo los dueños de pequeñas empresas suelen recurrir a sus conocidos. Diferentes beneficios pueden resultar más llamativos para diferentes grupos. Por ejemplo, las mujeres encuestadas pusieron más énfasis en la seguridad ofrecida por los pagos digitales y expresaron que existe una mayor necesidad de soporte para resolver los problemas técnicos.

RECOMENDACIÓN: Los esfuerzos de promoción deberían procurar establecer la comunicación entre pares y destacar diversas historias de éxito de micro y pequeñas empresas, incluyendo las de mujeres.

5. La aceptación de pagos respalda la supervivencia y el crecimiento.

Estar habilitado digitalmente, comenzando por aceptar pagos, ayuda a las micro y pequeñas empresas a hacer crecer y administrar mejor sus negocios, y es un elemento importante entre las respuestas exitosas al impacto de la pandemia de COVID-19. Si bien no se cubrió en esta encuesta, las investigaciones confirman que aquellas empresas que cuentan con un punto de contacto digital están mejor posicionadas para recibir apoyo de emergencia o ayuda del gobierno rápidamente en momentos de crisis.

RECOMENDACIÓN: Priorizar la habilitación digital de pequeñas empresas y especialmente microempresas debería ser (como a menudo lo es) un elemento líder de las estrategias comunitarias y nacionales para la recuperación de la pandemia de COVID-19 y el fortalecimiento de la resiliencia en el futuro.

6. La tecnología confiable y fácil de usar es una prioridad para los dueños de pequeñas empresas.

A pesar de todos los comentarios positivos sobre la facilidad de uso de las plataformas de facilitadores de pago, incluyendo la portabilidad de los dispositivos de aceptación, la plataforma técnica y la velocidad de conexión pueden ser difíciles para algunos dueños de empresas. Las mujeres suelen tener más problemas con la tecnología que los hombres.

RECOMENDACIÓN: Seguir esforzándose por lograr que los dispositivos técnicos sean confiables y sencillos es esencial para reforzar la adopción, el uso y la promoción. Brindar habilidades digitales y soporte de capacidad a los dueños de empresas, con un enfoque en las mujeres, puede ser un complemento valioso para el servicio.

Conclusión



Ayudar a que crezcan las micro y pequeñas empresas debería seguir siendo una parte importante de las estrategias nacionales de crecimiento económico y desarrollo social, teniendo en cuenta la gran contribución que estas empresas hacen a la economía y a los ingresos familiares, como demostró la encuesta. Aceptar los pagos digitales y permanecer conectados al comercio digital es cada vez más importante para el crecimiento y la supervivencia de las pequeñas empresas. Por lo tanto, las estrategias para extender la aceptación y el uso de los pagos a una mayor cantidad de pequeñas empresas deberían ser una parte clave de las inversiones y políticas nacionales. Es más probable que dichas estrategias tengan éxito si se implementan una serie de palancas complementarias, incluidas regulaciones financieras, para construir un mercado bilateral equilibrado, innovación del modelo de negocio y enfoques centrados en el usuario para el diseño y distribución de soluciones. Escuchar la voz de los dueños de micro y pequeñas empresas y recurrir a las percepciones de los usuarios para dar forma a los productos y estrategias es esencial para el éxito.

Aceptar los pagos digitales y permanecer conectados al comercio digital es cada vez más importante para el crecimiento y la supervivencia de las pequeñas empresas.



Apéndice 1

Metodología de la investigación

Visa se dispuso a recabar las percepciones de dueños de micro y pequeñas empresas en México sobre lo que significa para sus empresas y sustentos usar pagos digitales y ser parte de un ecosistema digital inclusivo.

60 Decibels, una agencia global de mediciones que se especializa en entender el impacto social, diseñó y administró una encuesta en línea, con el aporte de Visa. La encuesta y demás entrevistas relacionadas preguntaron acerca de la aceptación de los pagos digitales en general. No mencionaron a Visa ni a facilitadores de pago específicos.

Visa colaboró con cuatro socios facilitadores de pago que tienen relación directa con dueños de micro y pequeñas empresas. Estos socios enviaron invitaciones a más de 30.000 empresas que cumplían con los requisitos para participar en la encuesta. Los criterios de calificación incluían que cada empresa: fuera una micro o pequeña empresa según la definición mexicana o según la definición interna del facilitador de pagos; hubiera comenzado a aceptar pagos digitales a través de uno de los cuatro socios durante los últimos 18 meses; y, fuera un usuario activo en la plataforma de pagos que hizo una transacción en los últimos tres meses.

Setecientas cincuenta y tres empresas contestaron la encuesta en línea en octubre y noviembre del 2020. Además, 60 Decibels realizó 13 entrevistas detalladas a dueños de micro o pequeñas empresas que contestaron la encuesta.

Los resultados se basan en información proporcionada por los propios dueños de empresas y muestran tendencias direccionales. Dado que todos los encuestados participantes ya habían comenzado a aceptar pagos digitales, los resultados de la encuesta no representan a todas las micro y pequeñas empresas en México, muchas de las cuales usan solo efectivo. Por último, las preguntas de la encuesta fueron pensadas para ser lo más objetivas posible, pero sin embargo es difícil aislar los efectos de la pandemia de COVID-19 de otros factores en lo que respecta al uso de los pagos digitales.



60__decibels

Apéndice 2

Perspectivas sobre el Sector de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en México



1. Micro, pequeñas y medianas empresas¹

99% de todas las empresas	Pequeñas = 11 a 50 empleados
95% de todas las empresas son microempresas	68% de los empleos (18,4 millones de personas)
4,8 millones de empresas formales	45% del PIB
Se estima que 5 millones son informales ²	Alrededor del 45% funcionan hace 12 años o más ³
Micro = 0 a 10 empleados	45% pertenecen a una mujer, sola o en sociedad*

2. Las microempresas emplean a muchas más mujeres y personas con un menor nivel de educación que las empresas más grandes.⁴

3. La gran economía informal de las micro y pequeñas empresas es importante para los puestos de trabajo pero rezaga la productividad e inclusión social.⁴

Se estima que emplean al 60% de todos los trabajadores
Se estima que representan el 25% del PIB
40% del capital social⁵
La mayoría cumple con las regulaciones laborales y sociales
A menudo tienen algunas relaciones formales

4. Aceptación de pagos con tarjetas de débito y crédito.⁶

69% de las micro, pequeñas y medianas empresas
17% de las microempresas

¹ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Censos económicos*, 2019. https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#Informacion_general. *Según el censo del 2014.

² Visa research, 2020.

³ Bind ERP. Un vistazo al panorama general de las PYMES en México. Extraído de <https://blog.bind.com.mx/un-vistazo-al-panorama-general-de-las-pymes-en-mexico>

⁴ Mexico Policy Brief: Addressing the Productivity-Inclusiveness Nexus. (2020). OECD. <https://www.oecd.org/policy-briefs/Policy-Brief-Mexico-Addressing-the-productivity-inclusiveness-nexus-EN.pdf>

⁵ Algazi, S. L. (2018). Esfuerzos mal recompensados: La elusiva búsqueda de la prosperidad en México. IDB. <https://flagships.iadb.org/en/Under-Rewarded-Efforts>

⁶ INEGI, *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*, 2018. <https://inegi.org.mx/programas/enoproce/2018/#Documentacion>

VISA

© 2021 Visa. Todos los derechos reservados.