



# Pagos con tarjeta aumentan 5% y fortalecen la digitalización del comercio de barrio

**DATO.** Este panorama refleja un cambio en los hábitos de pago de los hogares chilenos en almacenes y comercios de barrio.

Redacción  
 cronica@eldiarioatacama.cl

El canal tradicional –que agrupa a almacenes, minimarkets y otros comercios de barrio– está acelerando su proceso de digitalización en Chile. De acuerdo con los últimos datos de Worldpanel by Numerator, el uso de tarjetas de crédito en este canal muestra un crecimiento sostenido, evidenciando transformaciones relevantes en la forma en que los hogares compran y pagan en su consumo cotidiano.

**TICKET PROMEDIO PAGADO**  
 En el último año, el ticket promedio pagado con tarjeta de crédito en el canal tradicional creció cerca de un 5%, alcanzando los \$17.574. En paralelo, la penetración de tarjetas de crédito en los hogares chilenos aumentó de un 28% a un 31%, en un contexto marcado por políticas y productos orientados a ampliar la inclusión fi-



CEDIDA

EL PAGO CON TARJETAS LLEGÓ PARA QUEDARSE. ES MUY HABITUAL EN EL VIVIR DIARIO.

nanciera y el acceso a medios de pago electrónicos.

“El canal tradicional está viviendo una evolución estructural en la manera en que los con-

sumidores se relacionan con los medios de pago”, afirma Ignacio Giacaman, Executive NCA de Worldpanel by Numerator. “Hoy vemos que el uso de

tarjetas se integra cada vez más a la compra cotidiana, especialmente en zonas y segmentos donde el comercio de barrio cumple un rol clave en el abas-

tecimiento de los hogares”.

Este avance se concentra en zonas como el Sur, Centro Sur, Norte y Santiago Sur, y en segmentos socioeconómicos C2, C3 y DE, donde el canal tradicional ha incrementado su penetración. Para la industria de medios de pago, estos cambios abren nuevas oportunidades para desarrollar soluciones adaptadas a las dinámicas del comercio de barrio y acompañar su creciente digitalización.

Worldpanel by Numerator decodifica el comportamiento del comprador para dar forma al futuro de las principales marcas y minoristas del mundo. Proporciona datos de consumo de referencia que representan a casi 6 mil millones de consumidores en más de 50 mercados, ofreciendo una visión multidimensional de cómo piensan, compran y consumen las personas, permitiendo estrategias audaces e un impacto sostenible de negocios. La empresa cuenta con 3.300

empleados en todo el mundo.

## BANCOS

Transbank ofrece un arriendo promocional de \$9.990 + IVA por seis meses para su Smart POS, que luego sube a 0,64 UF + IVA, con comisiones variables según rubro. Mercado Pago, en tanto, vende su equipo –con descuentos como el aplicado a la Point Smart 2– y cobra comisiones más altas, aunque sin costo de arriendo y con abonos disponibles 24/7 en su cuenta digital.

Getnet aplica una tarifa mensual de 0,39 UF + IVA por POS y comisiones diferenciadas, con abono diario para clientes Banco Santander. BCI Pagos ofrece arriendo a \$9.990 + IVA por seis meses, que luego sube a 0,55 UF + IVA, mientras que BancoEstado vende su dispositivo en promoción y no cobra arriendo ni mantención, aplicando comisiones por tipo de tarjeta y abonos el mismo día en cuentas del banco. CG