

Siete de cada 10 comercios apuntan a la comisión como obstáculo para su negocio: Percepción de costos debilita la adopción de pagos electrónicos en pequeñas empresas

JOAQUÍN AGUILERA R.

El uso de nuevos medios de pago ha crecido sostenidamente, pero la adaptación no es igual para todos los sectores del comercio. Si bien en la industria están claros los beneficios económicos y administrativos de ofrecer diferentes alternativas al consumidor —ya sea para concretar ventas presenciales, a través de plataformas en línea o aplicaciones—, todavía hay una serie de barreras y percepciones que obstaculizan la adopción de nuevas tecnologías, especialmente en las empresas de menor tamaño.

Así lo revela un estudio conjunto entre ChilePay y la Cámara Nacional de Comercio (CNC), donde se indaga en la experiencia con medios de pago para 412 locales de los rubros del comercio, la hotelería, restaurantes y servicios, ubicados en los principales centros urbanos del país. Ahí se constata una “digitalización en curso”, donde el canal presencial representa un 68,8% de los contactos con el cliente, versus un 31,2% en el caso de las plataformas online.

En su mayoría, los contactos en línea se producen en las plataformas propias de cada comercio, como una página web o un canal de WhatsApp, pero un 6,5% se concretan mediante plataformas de terceros, como aplicaciones u otro tipo de marketplace.

En la medición queda claro que un 88% considera que los clientes prefieren pagar con medios electrónicos, y una mayoría relevante también percibe que este tipo de transacciones facilita la gestión financiera, aumenta la competitividad y son más seguros. Sin embargo, aunque en las ventas físicas predomina el uso de tarjetas de débito y prepago (35,5%), las transferencias electrónicas (30,8%) y el efectivo (15,8%), mantienen una predominancia relevante (ver infografía). “Aunque los indicadores agregados revelan un país digitalizado, persisten desafíos estructurales significativos”, concluye el director ejecutivo de ChilePay, Juan Antonio Figueroa.

Costo y emprendimiento

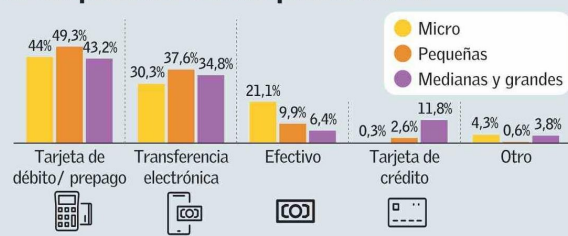
Además de la tendencia general, se observa que el uso del pago electrónico es más resistido en comercios de menor tamaño. Por ejemplo, en las ventas del canal presencial, un 37,6% de las pequeñas em-

En el canal presencial de ventas, casi el 40% de las compañías de menor tamaño prefiere recibir pagos por transferencia y más de un 20% de las microempresas opta por el efectivo.

Distribución de ventas según medio de pago



Preferencias de pago por tipo de empresa en ventas presenciales



Fuente: ChilePay y Cámara Nacional de Comercio.

Transbank y Getnet lideran en adquirencia

De acuerdo con la encuesta, la red de adquirencia más utilizada para aceptar pagos con tarjeta es Transbank, con un 61,4% de uso entre los encuestados. La siguen de lejos en el segundo puesto Getnet, de Banco Santander (25,4%); Mercado Pago (10,6%); Compraquí, de BancoEstado (6,2%); Bci Pagos (4,8%); SumUp (4,3%) y Haulmer (2,8%) y Klap o sus filiales (2,2%).

Un 6,3% dice aplicar recargo de precios por pagos con tarjeta, generalmente expresados como un porcentaje adicional de la compra, y 11,2% exige montos mínimos para aceptar este tipo de pagos, con un promedio cercano a \$2.000.

presas prefiere recibir pagos a través de transferencias electrónicas y un 9,1% todavía opta por el efectivo. En el caso de las microempresas, las transferencias son la opción preferida del 30,3%, mientras el efectivo lo sigue siendo para un 21,1%. “Muchas veces, cuando ellos hacen el balance costo-beneficio, todavía ven cierto costo para ellos en el uso de algunos medios de pago electrónicos. Creo que ahí está el gran desafío de incluir a las empresas más pequeñas, quizás con un foco en educación financiera”, plantea la gerente de Estudios de la CNC, Bernardita Silva.

Al indagar en las barreras que percibe el sector, se revela que una de las

mayores problemáticas se relaciona con los costos. Un 70,7% afirma que es más costoso para su negocio el pago electrónico, a causa de las comisiones asociadas, por ejemplo, a las ventas a través de terminales POS (máquinas de pago con tarjeta). Asimismo, un 19,9% declara que no recibe pagos con tarjeta porque “el pago no es en forma inmediata”.

Esta variable se refleja principalmente en aquellas transacciones que ocurren a través de plataformas en línea, donde las ventas por transferencia electrónica llegan hasta el 57,8% en el caso de las micro y pequeñas empresas. También es la opción más utilizada por el rubro del comercio minorista

(64,1% de las ventas online) y el de servicios (59,6%), mientras que en el sector de restaurantes y hoteles representa una fracción menor (21,5%) en comparación al pago con tarjetas de débito o prepago (36,2%). Esto, señala el informe, ocurre “en línea con la dinámica de atención formalizada y ticket promedio mayor”.

También hay barreras operativas que forman parte del problema. Un 37,6% plantea que internet es inestable y falla la conectividad de las terminales de pago, complejidad que puede ser todavía mayor en sectores rurales.

Más fiscalización

Un tercio de los encuestados también planteó otra razón que los frena de utilizar medios de pago electrónicos: “Si acepto, debo pagar impuestos”. Este fue precisamente el foco de la nueva fiscalización que está implementando el Servicio de Impuestos Internos, que ahora revisa la información de todas aquellas cuentas que reciben más de 50 transferencias de personas distintas en un mes o más de 100 en seis meses. Según la encuesta, a partir de la puesta en marcha de esta operación, la mayoría de los negocios no modificó sus métodos de pago (95,8%). Solo 1,8% incorporó nuevos medios de pago y 1,7% aumentó el uso de efectivo.

Con todo, un 37,1% la calificó como una medida positiva que contribuye a la formalización, mientras un 42,1% cree que es negativa, una carga para las pymes y un “control innecesario”. Silva, de la CNC, sostiene que “se podría decir que tenemos un grupo de empresas que quizás está como en el límite, que lo encuentra más costoso, que no le gusta que lo controlen mucho, versus otro grupo que entiende los beneficios de tener un ecosistema más formal”.

Si bien la encuesta considera solo a comercios con inicio de actividades formal en el SII, Figueroa, de ChilePay, dice que transferencias y efectivo “representan una solución que muchos comercios adoptan como mecanismos de pago inmediato de bajo costo, lo que puede estar implicando eludir obligaciones tributarias”.