



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

Departamento de Ingeniería Comercial

MBA, Magíster en Gestión Empresarial

PROBLEMAS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS PARA PEQUEÑOS ALMACENES DE BARRIOS (RESIDENCIALES)

Tesina de Grado presentada por

LUIS NICOLÁS VEAS CARLINI

Como requisito para optar al grado de

MBA, Magíster en Gestión Empresarial

Guía de Tesina Dr. ZOCIMO CAMPOS JAQUE

Agosto de 2024

TITULO DE TESINA: "PROBLEMAS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS PARA PEQUEÑOS ALMACENES DE BARRIOS (RESIDENCIALES)"

AUTOR: LUIS NICOLÁS VEAS CARLINI

TRABAJO DE TESINA, presentando en cumplimiento parcial de los requisitos para el Grado de MBA, Magíster en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Federico Santa María.

OBSERVACIONES: _____

COMISIÓN DE TESINA:

-
-
-

Santiago, Agosto 2024

Todo el contenido, análisis, conclusiones y opiniones vertidas en este estudio son de mi exclusiva responsabilidad.

Nombre: LUIS NICOLÁS VEAS CARLINI.

Fecha: DÍA DEL EXAMÉN DE GRADO.

Índice

Capítulo I - Generalidades	6
1. Problema de investigación y su potencial	6
2. Justificación	6
3. Objetivo	7
4. Metodología	7
5. Alcance y Limitaciones	7
6. Conclusiones Esperadas	8
7. Pregunta de Investigación	8
Capítulo II - Estudio Problemas Implementación de medios de pago electrónicos.....	9
1. Determinación comunas de menores y mayores priorizaciones sociales para efectos de este estudio.....	9
2. Determinación de un negocio de barrio para este estudio.....	12
3. Teorías económicas relacionadas.....	13
4. Estudio sobre la percepción del consumidor sobre el modo de pago	22
5. Estudio sobre clasificación de soluciones de pago sin efectivo a nivel país.....	24
6. Estudio sobre mapeo de trayectorias tecnológicas y exploración de fuentes de conocimiento	26
7. Alfabetización Digital en Chile y su Influencia en los Negocios de Barrio	28
8. Comportamiento de los dueños de negocio.	32
Capítulo III - Impacto en la Economía.....	34
1. Impacto en la Economía.....	34
2. Generación de empleo de los negocios de barrio.....	36
3. El impacto de los pagos electrónicos en la economía chilena varía comunas de menores y mayores ingresos.....	38
4. Exclusión Financiera y su Impacto en los Dueños de Negocios de Barrio en Chile.....	42
Capítulo IV - Medios pago electrónicos en Chile.....	44
1. Medios de pago electrónicos existentes en Chile.....	44
2. Desafíos y Oportunidades para los Pagos Electrónicos	62
3. Adaptación de los medios de pago electrónicos.....	64
4. Pérdida de Competitividad en los Negocios de Barrio en Chile y la Adopción de Medios de Pago Electrónicos	67
5. Soluciones para el Futuro de los Pagos Electrónicos en Chile.....	71
6. Políticas	74

Capítulo V - Sugerencias y Conclusiones	77
1. Sugerencias a los dueños de negocios de barrios residenciales	77
2. Conclusiones a los dueños de negocios de barrio.....	79
3. Referencias	81

Capítulo I- Generalidades

1. Problema de investigación y su potencial

El problema de investigación corresponde a la baja penetración de pagos electrónicos en almacenes de barrios residenciales ubicados en sectores determinados de las comunas con menor ingreso en la región metropolitana, aludiendo de como esta baja penetración influye en menores ingresos o ventas perdidas a los dueños de almacenes, debido al comportamiento de compra de los clientes al utilizar los medios de pago físico por sobre el electrónico cuando este no está disponible.

La importancia de la implementación de un medio de pago electrónico determina que los dueños se adecúen a los cambios sociales, económicos y culturales actuales y ofrezcan un servicio que satisfaga las necesidades de sus clientes y que estos no pierdan competitividad en su entorno.

2. Justificación

La investigación parte de la base que se desconoce las causas raíz de porque algunos almacenes de barrio no implementan los medios de pago electrónicos y que desconocen el potencial y el comportamiento de compra cuando se usa este medio, por lo cual se indagará en identificar y conocer con exactitud las causas que originan la no implementación por parte de los dueños, y con la finalidad de apoyar a los almaceneros con menor acceso a este tipo de herramientas, conocimientos y acercarlos a innovar, mejorar su gestión comercial y atención al cliente, mostrando las alternativas disponibles de mercado y sus conveniencias de acuerdo a su tipo de negocio.

Esta investigación es relevante debido a la importancia de los pequeños almacenes de barrios residenciales en la economía local y en la vida cotidiana de las comunidades. La adopción de MPE podría mejorar la eficiencia y competitividad de estos comercios, así como facilitar el acceso a servicios financieros para los residentes de los barrios. Además, el estudio contribuirá al conocimiento sobre los desafíos específicos que enfrentan los pequeños comercios en la adopción de nuevas tecnologías y proporcionará información para el diseño de políticas públicas y estrategias de apoyo.

3. Objetivo

Objetivo general

Identificar las causas raíz de dueños de almacenes de barrio residenciales para la escasa implementación de medios de pagos electrónicos en sectores con menores ingresos de la Región Metropolitana.

Objetivos específicos

- a) Conocer los miedos y barreras que tienen los dueños de los negocios de barrio.
- b) Identificar el impacto por mayores ventas por la implementación de un medio de pago electrónico.
- c) Identificar la satisfacción de los clientes por uso de pago electrónico.
- d) Disminuir el riesgo al poseer menor cantidad de efectivo en caja.
- e) Identificar los principales obstáculos económicos, tecnológicos, culturales y regulatorios que dificultan la implementación de MPE en pequeños almacenes de barrios residenciales en Chile.
- f) Evaluar la percepción y el conocimiento de los propietarios y empleados de los almacenes sobre los MPE y sus beneficios.

4. Metodología

La investigación empleará una metodología mixta, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos. Se realizarán encuestas a propietarios y empleados de pequeños almacenes de barrios residenciales en diferentes comunas de la Región Metropolitana de Chile para recopilar datos sobre su percepción, conocimiento y uso de MPE. Además, se estudiará entrevistas con expertos en el sector financiero y tecnológico, así como con representantes de asociaciones de comerciantes, para obtener una perspectiva más amplia sobre los desafíos y oportunidades en la implementación de MPE.

5. Alcance y Limitaciones

La investigación se centrará en pequeños almacenes de barrios residenciales en Chile, excluyendo grandes cadenas de supermercados y tiendas de conveniencia. Además, el estudio se limitará a los

MPE más comunes en el país, como tarjetas de débito y crédito, transferencias electrónicas y billeteras móviles.

6. Conclusiones Esperadas

Se espera que esta investigación proporcione un análisis detallado de los obstáculos que impiden la implementación de MPE en pequeños almacenes de barrios residenciales en Chile. Los resultados permitirán identificar áreas de mejora y oportunidades para fomentar la adopción de estas tecnologías, contribuyendo así al desarrollo y modernización del sector comercio en el país.

7. Pregunta de Investigación

¿Por qué no se implementan medios de pago electrónicos en los negocios de barrio con menores ingresos?

Capítulo II - Estudio Problemas Implementación de medios de pago electrónicos

En los últimos años, el panorama de los pagos ha evolucionado significativamente con la aparición de diferentes medios de pago electrónicos. Estas herramientas incluyen desde las tradicionales tarjetas de crédito y débito hasta billeteras digitales y pagos desde celulares. En Chile, el uso de estos medios ha crecido de manera constante en el último tiempo, impulsado por la digitalización y la necesidad de transacciones más seguras y eficientes, y de un uso mayor por las personas por los beneficios asociados de los comercios que otorgan algunos de estos servicios.

En la era digital actual, los medios de pago electrónicos han revolucionado la forma en que las personas y las empresas realizan transacciones financieras en Chile. Estos métodos han transformado el panorama económico y social del país, impulsando la inclusión financiera para los dueños de negocios, el comercio electrónico y la innovación en los negocios de barrio.

Esta tesina tiene como objetivo principal identificar los problemas en la implementación de medios de pago electrónicos para pequeños almacenes de barrio residenciales, y un análisis actualizado de los principales medios de pago electrónico disponibles en Chile en los últimos años, abarcando funcionamiento, ventajas, desventajas, impacto en la economía y la sociedad, y los desafíos y oportunidades que presenta el futuro para este sector de la economía.

1. Determinación comunas de menores y mayores priorizaciones sociales para efectos de este estudio

Las políticas públicas que se desarrollan y ejecutan en Chile suponen la posibilidad de disponer de instrumentos que permitan focalizar programas, proyectos y/o recursos en aquellas áreas y poblaciones que presentan mayores carencias.

El Índice de Prioridad Social (IPS) es un indicador compuesto que integra aspectos relevantes del desarrollo social comunal, esto es, las dimensiones de: ingresos, educación y salud. Se trata de un índice sintético cuyo valor numérico permite dimensionar el nivel de desarrollo relativo alcanzado por la población de una comuna.

Así, el valor del IPS obtenido por cada comuna sólo se entiende en relación con los valores de dicho índice en las restantes comunas.

La selección de los indicadores que conforman el IPS está condicionada a que éstos cumplan con tres criterios básicos para su inclusión: pertinencia conceptual, capacidad discriminadora y disponibilidad periódica y confiable.

En primer lugar, es necesario considerar la pertinencia conceptual del indicador en cuanto a que éste debe reflejar adecuadamente condiciones o niveles del desarrollo social de la población comunal. Un segundo criterio de importancia es la capacidad discriminadora del indicador entre las comunas; esto es, que permita diferenciar un conjunto de comunas respecto de otras. Finalmente, el tercer criterio a considerar para la selección de un indicador es la disponibilidad de información periódica y confiable a nivel comunal.

Sobre la base de estos criterios, la clasificación de las comunas con un mayor y menor nivel de priorización se construyó con las siguientes dimensiones e indicadores.

Categoría	Rk	Comuna	IPS 2022
ALTA PRIORIDAD SOCIAL	1°	La Pintana	88,03
	2°	Lo Espejo	85,32
	3°	Cerro Navia	85,11
	4°	San Ramón	82,75
	5°	María Pinto	79,81
	6°	El Monte	79,07
	7°	Conchalí	78,71
SIN PRIORIDAD SOCIAL	47°	Nuñoa	33,82
	48°	La Reina	30,86
	49°	Lo Barnechea	25,32
	50°	Providencia	21,62
	51°	Las Condes	13,07
	52°	Vitacura	3,84

Tabla 1 - Índice de Priorización Social

Fuente: Seremi de Desarrollo Social y Familia Metropolitano.

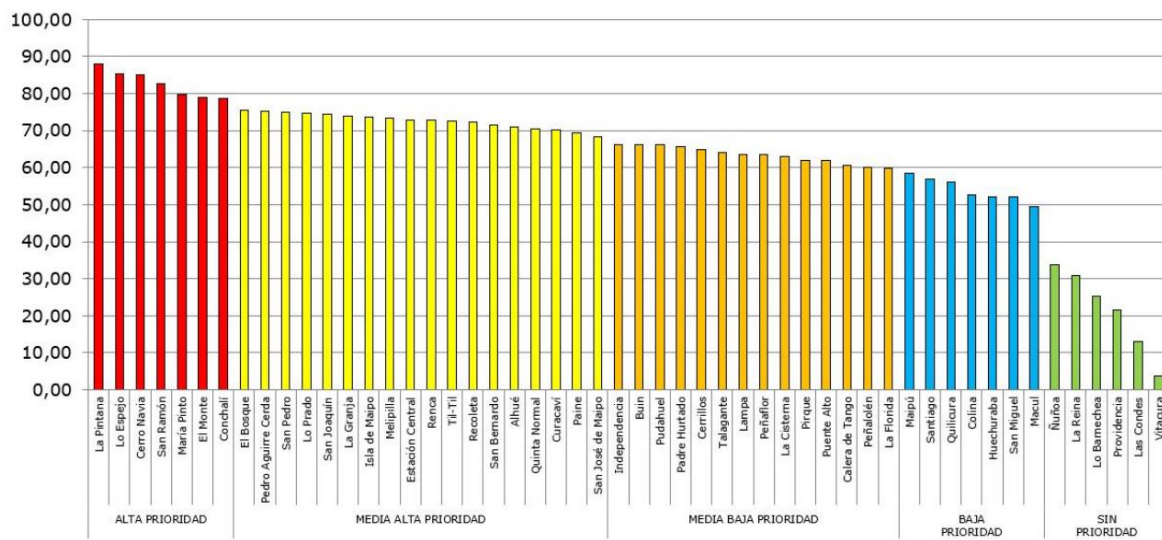


Ilustración 1 - Gráfico Índice de Priorización Social

Fuente: Área de estudios e Inversiones, Seremi de desarrollo Social y Familia Metropolitana.

2. Determinación de un negocio de barrio para este estudio

Los negocios de barrio definidos para esta tesina son establecimientos comerciales que suelen estar ubicados en zonas residenciales y que sirven a la comunidad local. Estos negocios suelen ser de propiedad familiar y son fundamentales para la economía local, proporcionando principalmente bienes y algunos servicios básicos.

Los ingresos de los negocios de barrio pueden variar significativamente, pero típicamente se encuentran en el rango de ingresos de microempresas, es decir, por debajo de los 90 millones de pesos anuales. Estos ingresos están relacionados con la venta de productos de consumo diario, como alimentos, productos de limpieza, y otros bienes esenciales.

Están ubicados en zonas residenciales y tienen un enfoque en atender las necesidades inmediatas de la comunidad local. Estos negocios incluyen tiendas de abarrotes, minimarkets, panaderías, farmacias pequeñas, y ferreterías, entre otros.

Generalmente, son de propiedad familiar y pueden ser administrados directamente por el dueño o por miembros de la familia, lo que permite una mayor flexibilidad, pero también enfrenta desafíos relacionados con el acceso a financiamiento y la adopción de tecnologías modernas.

Proporcionan empleo a nivel comunitario y aseguran el acceso a bienes y servicios básicos. Además, juegan un papel importante en la inclusión financiera y en la integración social, especialmente en comunas de bajos ingresos.

Debido a su tamaño y estructura, los negocios de barrio operan con capital de inversión limitado, lo que puede restringir su capacidad para expandirse o adoptar nuevas tecnologías.

La ubicación en zonas residenciales les permite estar muy cerca de sus clientes, lo que fomenta relaciones cercanas y una clientela leal.

Aunque hay un creciente uso de medios de pago electrónicos, muchos de estos negocios todavía dependen del efectivo, especialmente en áreas con menor penetración tecnológica.

3. Teorías económicas relacionadas

3.1. Teoría de la adopción tecnológica

Postula que la adopción de nuevas tecnologías sigue una curva de difusión, donde los innovadores y primeros adoptantes son seguidos por la mayoría temprana y tardía, y finalmente los rezagados; esta describe cómo diferentes grupos de personas adoptan nuevas tecnologías a lo largo del tiempo.

Curva de Difusión de Innovaciones

La teoría sugiere que la adopción de nuevas tecnologías sigue una curva de difusión que se puede dividir en varias etapas, representadas por diferentes grupos de adopción:

Innovadores (2,5%): Son los primeros en adoptar una nueva tecnología. Generalmente, estos individuos están dispuestos a asumir riesgos y suelen estar bien informados sobre las novedades en su área de interés. Los innovadores son cruciales para el lanzamiento inicial de una innovación, ya que su aceptación puede influir en otros grupos.

Primeros Adoptantes (13,5%): Este grupo sigue a los innovadores. Los primeros adoptantes son generalmente líderes de opinión que valoran las ventajas de la tecnología y su potencial para ofrecer una ventaja competitiva. Su influencia social puede ser significativa en la diseminación de la tecnología a la siguiente fase.

Mayoría Temprana (34%): La mayoría temprana adopta la tecnología después de que ha sido probada por los innovadores y los primeros adoptantes. Este grupo tiende a ser más cauteloso y necesita ver evidencia de los beneficios antes de adoptar la nueva tecnología. Son fundamentales para alcanzar una masa crítica en la adopción.

Mayoría Tardía (34%): La mayoría tardía es más escéptica y generalmente espera hasta que la tecnología se ha consolidado y los beneficios son claros. Este grupo suele ser influenciado por la presión social y la necesidad de no quedarse atrás.

Rezagados (16%):

Los rezagados son los últimos en adoptar una tecnología, si es que lo hacen. Son generalmente más reacios al cambio y a menudo adoptan la tecnología solo cuando se ha vuelto completamente necesaria o inevitable.

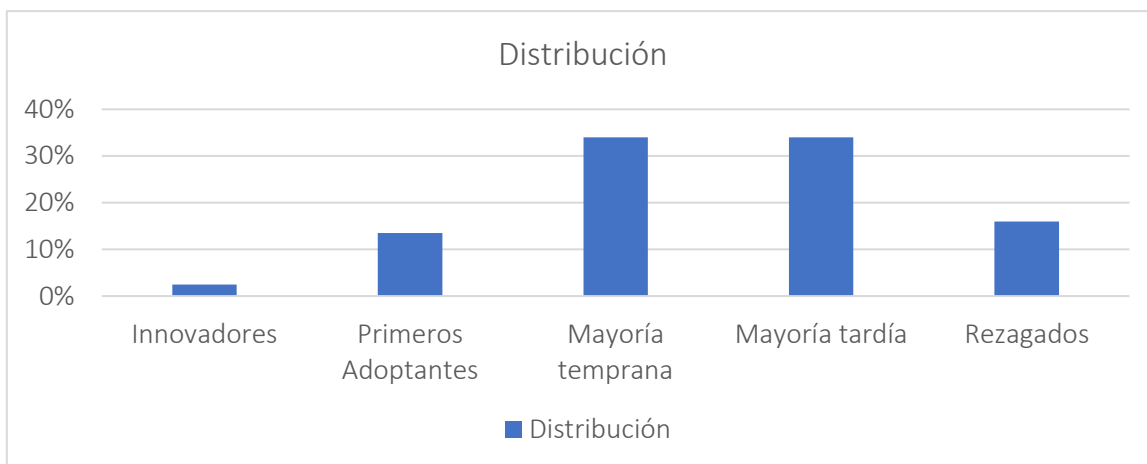


Ilustración 2 - Distribución Teoría Adopción tecnológica

Fuente: Elaboración propia según datos Teoría.

Factores que Influyen en la Adopción

Varios factores pueden influir en la adopción de una nueva tecnología, incluyendo:

Ventaja Relativa	<ul style="list-style-type: none"> • El grado en que la tecnología es percibida como mejor que la anterior.
Compatibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Qué tan bien se adapta la nueva tecnología a las necesidades, valores y experiencias de los adoptantes.
Complejidad	<ul style="list-style-type: none"> • La percepción de la dificultad de usar la nueva tecnología.
Triabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • La posibilidad de probar la tecnología antes de adoptarla plenamente.
Observabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Qué tan visible son los beneficios de la tecnología para otros.

Tabla 2 - Factores que influyen en la adopción

Fuente: Elaboración propia, en base a información de teoría

Aplicación de la Teoría en la Actualidad

En el contexto moderno, esta teoría es útil para comprender cómo las innovaciones tecnológicas, como los medios de pago electrónicos, las plataformas digitales, y otras tecnologías emergentes, se difunden en diferentes mercados. Las empresas pueden utilizar esta teoría para identificar los grupos clave a los que dirigirse en las diferentes etapas del ciclo de vida de un producto, así como para diseñar estrategias de marketing que aceleren la adopción.

La Teoría de la Adopción Tecnológica sigue siendo una herramienta fundamental en la comprensión de cómo las nuevas tecnologías se introducen y se consolidan en la sociedad.

3.2. Teoría de la inclusión financiera

Sostiene que el acceso a servicios financieros es crucial para el desarrollo económico y social. La inclusión financiera mejora la capacidad de las personas para manejar riesgos y aprovechar oportunidades de inversión.

Sostiene que el acceso a servicios financieros es fundamental para el desarrollo económico y social de las personas y comunidades. Esta teoría subraya que, cuando los individuos y empresas tienen acceso a servicios financieros asequibles y convenientes, pueden mejorar su capacidad para manejar riesgos, invertir en oportunidades productivas, y así, mejorar su bienestar económico.

Acceso a Servicios Financieros

Esto incluye acceso a cuentas bancarias, crédito, seguros, y otros servicios financieros que permitan a las personas participar plenamente en la economía formal.

Un mayor acceso facilita la gestión de ingresos, el ahorro para el futuro, y la protección contra imprevistos financieros, lo cual es crucial para la estabilidad económica de las personas.

Uso Efectivo de los Servicios Financieros

No solo es importante tener acceso a los servicios, sino también utilizarlos de manera efectiva. Esto implica que las personas deben estar capacitadas para comprender y aprovechar las oportunidades que los servicios financieros ofrecen.

Impacto: La educación financiera es un componente esencial para garantizar que las personas usen de manera óptima los productos financieros y no caigan en prácticas perjudiciales, como el sobreendeudamiento.

Infraestructura Financiera

La infraestructura incluye las instituciones financieras (bancos, cooperativas, fintechs) y la tecnología (banca móvil, pagos electrónicos) que facilitan el acceso a servicios financieros.

Una infraestructura sólida es necesaria para que los servicios financieros sean accesibles, especialmente en áreas rurales o en poblaciones marginadas que tradicionalmente han sido excluidas del sistema financiero.

Beneficios de la Inclusión Financiera

Al tener acceso a servicios financieros como seguros o cuentas de ahorro, las personas pueden manejar mejor los riesgos asociados con eventos inesperados, como enfermedades, desastres naturales o pérdidas de empleo.

Esto reduce la vulnerabilidad económica y promueve la estabilidad financiera a largo plazo.

Aprovechamiento de Oportunidades de Inversión

La inclusión financiera permite a las personas y pequeñas empresas acceder a crédito y otros recursos financieros necesarios para emprender y expandir negocios.

Al facilitar el acceso a capital, se promueve el crecimiento económico, la creación de empleo y la reducción de la pobreza.

Desarrollo Social

La inclusión financiera también se asocia con mejoras en la educación, la salud y el bienestar general, ya que las personas pueden planificar y gestionar mejor sus recursos para satisfacer estas

necesidades. Especialmente en contextos donde las mujeres y otros grupos marginados han sido excluidos del sistema financiero, la inclusión puede empoderarlos económica y socialmente.

Desafíos y Oportunidades

La exclusión financiera persiste en muchas partes del mundo, particularmente en áreas rurales, entre poblaciones de bajos ingresos y en economías en desarrollo. Las barreras incluyen la falta de infraestructura, costos elevados, y desconfianza en las instituciones financieras.

El avance de la tecnología financiera (fintech) y la expansión de los servicios financieros móviles presentan oportunidades para cerrar la brecha de inclusión financiera, permitiendo que más personas accedan a servicios esenciales desde sus dispositivos móviles.

Relación con la Teoría de la Adopción Tecnológica

En Chile, la adopción de medios de pago electrónicos sigue una curva de difusión donde los innovadores y primeros adoptantes han sido principalmente personas jóvenes y tecnológicamente inclinadas, así como comerciantes en sectores urbanos con mayor acceso a tecnología.

A medida que estos medios se vuelven más comunes y accesibles, la mayoría temprana y tardía comienza a adoptarlos. Este fenómeno se ha visto en la creciente utilización de pagos móviles y plataformas como WebPay y Mach en sectores más amplios de la población chilena.

Si bien aún existen grupos que son reticentes al cambio, especialmente en zonas rurales o en comunidades de bajos ingresos, donde la confianza en la tecnología y el acceso a infraestructura adecuada son más limitados.

Los usuarios en Chile comienzan a percibir las ventajas relativas de los pagos electrónicos, como la conveniencia y la seguridad, lo que facilita su adopción.

La adaptación de estos medios a las necesidades locales, como la posibilidad de hacer pagos desde un celular sin necesidad de una cuenta bancaria tradicional, ha sido clave para su difusión, alineándose con las etapas propuestas en la Teoría de la Adopción Tecnológica.

Relación con la Teoría de la Inclusión Financiera

La expansión de los medios de pago electrónicos es una forma de mejorar la inclusión financiera en Chile. Plataformas como Mercado Pago y Kushki permiten a personas y pequeños negocios acceder a servicios financieros básicos, incluso si no tienen acceso a la banca tradicional.

Esto tiene un impacto directo en el desarrollo económico, ya que facilita que más personas y negocios se integren en la economía formal, accediendo a una mayor gama de servicios financieros y oportunidades de inversión.

Los pagos electrónicos proporcionan una forma más segura de manejar dinero, reduciendo la dependencia del efectivo y disminuyendo el riesgo de robos o pérdidas. Esto es crucial para las pequeñas empresas en áreas urbanas y rurales.

La inclusión financiera a través de medios de pago electrónicos también empodera a las personas, permitiéndoles ahorrar, invertir y planificar mejor sus finanzas, lo que contribuye a una mayor estabilidad económica y social.

3.3. Convergencia de las Teorías en la Realidad Chilena

La convergencia de estas dos teorías en la realidad chilena se refleja en el esfuerzo por aumentar la inclusión financiera mediante la adopción de tecnologías de pago electrónico. A medida que más personas adoptan estas tecnologías, se va cerrando la brecha financiera, y se impulsa un desarrollo económico más inclusivo, sin embargo, también se necesita un enfoque continuo en educación financiera y en el desarrollo de infraestructura para garantizar que estos avances beneficien a toda la población, especialmente a los grupos que aún permanecen al margen de estas innovaciones.

La Teoría de la Adopción Tecnológica y la Teoría de la Inclusión Financiera pueden ser utilizadas para entender el comportamiento de los dueños de negocios de barrio en comunas de bajos y altos ingresos en Chile, en relación con la implementación de medios de pago electrónicos.

Comunas de Bajos Ingresos

En comunas de bajos ingresos, los dueños de negocios de barrio tienden a estar en las etapas más tardías de la curva de adopción tecnológica, es decir, en la mayoría tardía o entre los rezagados. Esto se debe a factores como la desconfianza en la tecnología, la falta de conocimiento, y las limitaciones económicas que dificultan la inversión en nuevas tecnologías.

Estos dueños pueden percibir la adopción de medios de pago electrónicos como un riesgo, debido a la falta de familiaridad y los costos asociados. Por lo tanto, es más probable que esperen a que otros negocios adopten primero estas tecnologías y demuestren su efectividad antes de hacerlo ellos mismos.

En estas comunas, la inclusión financiera es crítica para el desarrollo económico. Sin embargo, la falta de acceso a servicios financieros formales y la baja penetración de la tecnología limitan la adopción de medios de pago electrónicos.

Los dueños de negocios en estas áreas suelen depender más del efectivo debido a la falta de acceso a cuentas bancarias y la desconfianza hacia los servicios financieros digitales. La implementación de medios de pago electrónicos podría mejorar su inclusión financiera, permitiéndoles acceder a servicios adicionales como microcréditos y seguros, lo que fortalecería su capacidad para manejar riesgos y aprovechar oportunidades de inversión.

Comunas de Altos Ingresos

En las comunas de altos ingresos, los dueños de negocios de barrio tienden a ser primeros adoptantes o parte de la mayoría temprana en la curva de adopción tecnológica. Estos dueños están más dispuestos a invertir en medios de pago electrónicos, motivados por la demanda de sus clientes, quienes prefieren métodos de pago modernos y convenientes.

Además, en estas comunas, los dueños de negocios suelen estar más expuestos a la tecnología y cuentan con mejores recursos financieros para implementar y mantener estos sistemas. Esto les permite adaptarse más rápidamente a los cambios tecnológicos y mantenerse competitivos en el mercado.

En comunas de altos ingresos, la inclusión financiera ya está bastante avanzada, lo que facilita la adopción de medios de pago electrónicos. Los dueños de negocios en estas áreas pueden beneficiarse de una mayor integración en el sistema financiero formal, accediendo a productos como créditos comerciales y seguros más sofisticados.

La utilización de medios de pago electrónicos en estas comunas también puede mejorar la eficiencia operativa de los negocios, permitiéndoles ofrecer una mejor experiencia al cliente y gestionando mejor sus finanzas. Esto no solo contribuye a la estabilidad financiera del negocio, sino que también potencia el crecimiento y la expansión, permitiendo a los dueños de negocios de estas comunas maximizar su potencial económico.

4. Estudio sobre la percepción del consumidor sobre el modo de pago

El creciente uso de los sistemas de transferencia electrónica de fondos (EFTS) ha transformado la manera en que los consumidores perciben y administran el dinero. A medida que los pagos electrónicos sustituyen al efectivo en muchas transacciones, se ha observado un cambio profundo en las percepciones y comportamientos de los consumidores, lo que justifica un análisis exhaustivo sobre cómo estas modalidades influyen en la psicología del gasto.

Para abordar la falta de instrumentos que capten adecuadamente las percepciones cognitivas y emocionales de los consumidores hacia los modos de pago, se desarrolló la escala PPM. Esta herramienta, compuesta por 19 ítems, mide cuatro dimensiones clave: emociones relacionadas con el efectivo, emociones hacia los pagos con tarjeta, gratificación social y personal, y gestión del dinero. La escala PPM no solo proporciona una medida fiable y válida de estas percepciones, sino que también revela cómo estos factores predicen el comportamiento financiero de los consumidores.

Los hallazgos indican que el modo de pago afecta significativamente el comportamiento de gasto de los consumidores. El uso de efectivo, al ser tangible y perceptible, está asociado con un mayor control financiero y una mayor aversión a gastar, lo que se traduce en decisiones de compra más conscientes. En contraste, los pagos electrónicos, especialmente con tarjetas, introducen un "efecto de desacoplamiento" que reduce la transparencia del gasto, haciendo que el dinero gastado sea menos perceptible, lo cual puede llevar a un aumento en el consumo impulsivo y no planificado.

El efectivo está intrínsecamente vinculado a emociones positivas como la seguridad, la confianza y el control, debido a su tangibilidad y a la sensación de pérdida inmediata cuando se gasta. Por otro lado, las tarjetas, aunque reducen estas emociones debido a su naturaleza abstracta, se asocian con gratificación social. Este fenómeno se debe a que las tarjetas, especialmente las de crédito, funcionan como símbolos de estatus y poder adquisitivo en la sociedad moderna, reflejando una evolución en la manera en que las personas demuestran éxito y logran reconocimiento social.

La forma en que los consumidores gestionan su dinero está directamente influenciada por el modo de pago que eligen. El efectivo, al ser más transparente, facilita un mejor seguimiento de los gastos, lo que fomenta un manejo más cuidadoso del dinero. En cambio, las tarjetas, aunque prácticas y convenientes, tienden a distorsionar la percepción del gasto, lo que puede dificultar la administración efectiva del presupuesto personal.

La escala PPM ha demostrado ser una herramienta eficaz no solo para capturar las diferencias en las percepciones de los consumidores hacia distintos modos de pago, sino también para predecir comportamientos financieros como la propiedad de tarjetas y las decisiones de gasto. Esto tiene importantes implicaciones para los minoristas y las instituciones financieras, que pueden utilizar estas percepciones para diseñar estrategias de marketing más efectivas y desarrollar productos financieros que se alineen mejor con las preferencias y necesidades de sus clientes.

El estudio de las percepciones de los modos de pago es fundamental para comprender cómo los cambios en las tecnologías de pago están remodelando el comportamiento del consumidor. La introducción de la escala PPM proporciona un marco conceptual robusto para analizar estas dinámicas, destacando la importancia de considerar tanto las dimensiones cognitivas como emocionales al estudiar la influencia de los modos de pago en la economía del comportamiento.

5. Estudio sobre clasificación de soluciones de pago sin efectivo a nivel país.

Un marco de clasificación tridimensional (3D) diseñado para ayudar a los proveedores de servicios y líderes empresariales a comprender las circunstancias en las que las soluciones de pago sin efectivo son más o menos exitosas en entornos de puntos de venta (PoS) en diferentes países. Este marco se compone de tres dimensiones clave:

Digitalización del Entorno de Implementación: Evalúa qué tan digitalizado está el entorno local donde se implementa la solución de pago. Incluye factores como la infraestructura física y técnica, la experiencia previa con tecnologías de pago y el nivel de educación y capacitación del personal.

Novedad de la Solución Tecnológica: Mide cuán nueva o innovadora es la solución de pago en el país o localidad en cuestión. Esto considera si la tecnología es más avanzada o si se trata de soluciones más tradicionales y menos complejas.

Estado de Desarrollo de la Infraestructura Nacional: Indica la preparación general de un país para soportar capacidades de pago innovadoras, basado en el desarrollo de infraestructura económica, social y tecnológica.

Los desafíos incluyen la falta de infraestructura básica, como electricidad y redes de telecomunicaciones fiables, que son esenciales para el funcionamiento de los sistemas de pago sin efectivo. Sin embargo, la innovación tecnológica, como el uso de pagos móviles en entornos rurales ha permitido superar estos desafíos.

En naciones con infraestructura avanzada, el reto radica en integrar soluciones de pago de alta tecnología en entornos locales menos digitalizados.

Los países en desarrollo pueden aprovechar las soluciones de pago móvil para "saltar" infraestructuras heredadas. Este enfoque permite la inclusión financiera de grandes segmentos de la población que de otro modo estarían excluidos del sistema financiero formal.

En contraste, los países desarrollados deben lidiar con barreras como los costos de implementación y la preferencia de los consumidores por el efectivo. Sin embargo, también tienen la ventaja de infraestructuras más robustas que pueden soportar la adopción de soluciones de pago más avanzadas.

Deben considerar cuidadosamente el nivel de digitalización local y el estado de la infraestructura nacional al planificar la implementación de soluciones de pago sin efectivo. Esto es crucial para garantizar que las soluciones sean adecuadas para el entorno específico y puedan contribuir efectivamente al crecimiento económico y la inclusión financiera.

Los formuladores de políticas deben reconocer las diferencias entre los entornos locales y nacionales al diseñar regulaciones y estrategias para promover los pagos sin efectivo. Esto incluye la consideración de factores como los costos, los retrasos en los asentamientos y las prácticas culturales relacionadas con el uso del efectivo.

La implementación de soluciones de pago sin efectivo es un proceso complejo que depende de múltiples factores contextuales. El marco de clasificación 3D propuesto es una herramienta útil para analizar y planificar estas implementaciones, ofreciendo una base sólida para la investigación y la práctica en este campo en constante evolución.

6. Estudio sobre mapeo de trayectorias tecnológicas y exploración de fuentes de conocimiento

El desarrollo de las tecnologías de pago electrónico ha seguido una trayectoria tecnológica definida, marcada por tres fases clave: el período de gestación tecnológica (1994-2007), el período de estabilidad tecnológica (2008-2013), y el período de explosión tecnológica (2014-2020).

Período de gestación tecnológica (1994-2007): Durante esta fase, se desarrollaron diversas tecnologías emergentes en el ámbito de los pagos electrónicos, incluyendo sistemas de gestión de facturas electrónicas, sistemas de transferencia de fondos electrónicos, y métodos de pago en línea. Esta etapa estuvo caracterizada por un desarrollo diversificado y una expansión del conocimiento, sin una solución tecnológica dominante.

Período de estabilidad tecnológica (2008-2013): Este período se caracterizó por la convergencia de tecnologías y una estabilidad en el desarrollo tecnológico. Un punto crítico fue el patentamiento de tecnologías clave, como el sistema de pagos automatizados entre múltiples cuentas (US7398252) por First Data Corporation, que marcó el desarrollo posterior. Qualcomm desempeñó un papel dominante en esta fase, especialmente en el desarrollo de sistemas de pago móvil.

Período de explosión tecnológica (2014-2020): A partir de 2013, con la invención del sistema de verificación de identidad para pagos (US8620754) por Blaze Mobile, se produjo una explosión de nuevas tecnologías, especialmente en el campo de la seguridad de los pagos móviles y tecnologías relacionadas con dispositivos sin contacto como NFC y códigos QR.

La seguridad es un componente crítico en el desarrollo de tecnologías de pago. Patentes como US8620754 por Blaze Mobile, y otras desarrolladas por VISA, como US9646303 y US10607212, se centran en la verificación de identidad y en la encriptación de datos, mejorando la protección contra el fraude y asegurando la privacidad en las transacciones.

El desarrollo de tecnologías para pagos móviles, especialmente relacionadas con NFC y sistemas de pago sin contacto, ha sido un área clave de innovación. Las patentes de Citibank y VISA durante este período reflejan avances significativos en la integración de tecnologías móviles para pagos seguros y eficientes.

El desarrollo de billeteras electrónicas ha permitido a los usuarios realizar pagos de manera más cómoda y segura. Tecnologías como las desarrolladas por VISA (US8577803 y US9978062) han mejorado la usabilidad y la seguridad de estas plataformas, integrando la verificación de identidad y el uso de criptografía avanzada.

La trayectoria tecnológica de los pagos electrónicos ha sido mapeada utilizando análisis de redes de citación de patentes, destacando cómo ciertas tecnologías han emergido y dominado en diferentes períodos. Este enfoque ha permitido identificar los principales caminos de desarrollo y las innovaciones que han marcado el avance de la industria.

El análisis de patentes revela que Estados Unidos ha liderado el desarrollo en este campo, con una participación dominante en el número de patentes registradas (87% del total). Empresas como VISA, Mastercard, y Qualcomm han sido actores clave, impulsando avances significativos en la tecnología de pagos electrónicos.

La comprensión de estas trayectorias tecnológicas y el papel de las principales innovaciones es esencial para planificar la implementación de soluciones de pago electrónico. Las empresas y gobiernos deben enfocarse en la seguridad de los pagos y en la adaptación de tecnologías móviles para facilitar la adopción masiva.

Además, las estrategias de implementación deben considerar las tendencias emergentes en tecnologías de pago, como la verificación de identidad y las comunicaciones de campo cercano (NFC), que son fundamentales para garantizar transacciones seguras y convenientes.

7. Alfabetización Digital en Chile y su Influencia en los Negocios de Barrio

La alfabetización digital es un componente esencial para el desarrollo económico en cualquier sociedad moderna, y en Chile, su influencia es particularmente relevante para los negocios de barrio. Estos pequeños negocios, que son la columna vertebral de muchas comunidades, enfrentan desafíos y oportunidades diferentes dependiendo de si se encuentran en comunas de bajos o altos ingresos. La capacidad de los dueños de estos negocios para utilizar herramientas digitales puede determinar su éxito o fracaso en un mercado cada vez más competitivo.

En Chile, la penetración de internet y el acceso a tecnologías digitales han crecido considerablemente en las últimas décadas. Sin embargo, existe una brecha significativa en la alfabetización digital entre diferentes segmentos de la población, particularmente entre las comunas de bajos y altos ingresos. Mientras que en las comunas de altos ingresos la mayoría de los habitantes tiene acceso a internet y a dispositivos digitales, en las comunas de bajos ingresos, el acceso es más limitado, lo que afecta la capacidad de los residentes para desarrollar habilidades digitales avanzadas.

Comunas de bajos ingresos

La brecha digital se manifiesta en menor acceso a internet, dispositivos más antiguos o inexistentes, y una menor exposición a programas de capacitación en habilidades digitales. Esta falta de acceso limita la capacidad de los dueños de negocios de barrio para aprovechar las herramientas digitales que podrían mejorar su competitividad.

Los dueños de negocios en estas áreas a menudo carecen de las habilidades digitales necesarias para implementar tecnologías modernas como sistemas de pago electrónicos, plataformas de gestión de inventarios o herramientas de marketing digital. Esto los coloca en una posición desventajosa frente a competidores más tecnificados.

La baja alfabetización digital dificulta que los negocios de barrio participen en el comercio electrónico o utilicen redes sociales para atraer a clientes. Sin una presencia en línea, estos negocios pierden la oportunidad de expandir su base de clientes más allá de su comunidad inmediata.

La falta de opciones de pago electrónico y presencia digital puede alienar a los clientes más jóvenes o tecnológicamente inclinados, que prefieren la conveniencia de las transacciones digitales. Esto puede llevar a una pérdida de competitividad frente a negocios más grandes o mejor equipados tecnológicamente.

Los programas de capacitación en alfabetización digital son cruciales para cerrar la brecha y permitir que los dueños de negocios adopten herramientas digitales. Sin embargo, estos programas a menudo son limitados o inaccesibles para quienes más los necesitan.

Comunas de altos ingresos

Aunque el acceso a tecnología es más amplio, persisten desafíos relacionados con la adopción y el uso efectivo de estas herramientas para mejorar las operaciones del negocio. Aquí, la alfabetización digital está más avanzada, pero la integración de tecnologías digitales en los procesos de negocio puede no ser óptima, limitando el potencial de crecimiento.

Estos negocios tienen más acceso a tecnología, el desafío radica en integrar eficazmente estas herramientas en sus operaciones diarias para optimizar la eficiencia y aumentar las ventas. La falta de formación específica en el uso de tecnologías avanzadas puede limitar su adopción completa.

Los negocios en estas áreas tienen un mayor potencial para aprovechar los mercados digitales, pero la competencia es feroz. La alfabetización digital avanzada permite a estos negocios diferenciarse mediante la personalización de la experiencia del cliente, el uso de análisis de datos y la implementación de estrategias de marketing digital sofisticadas.

En estas áreas, los clientes esperan un alto nivel de servicio, incluida la disponibilidad de pagos electrónicos y atención al cliente en línea. Los negocios que no ofrecen estas opciones corren el riesgo de perder clientes a favor de competidores que sí lo hacen.

7.1. Soluciones para Mejorar la Alfabetización Digital en los Negocios de Barrio

Programas de Capacitación

Propuesta: Desarrollar programas de capacitación en competencias digitales adaptados a las necesidades específicas de los dueños de negocios de barrio en diferentes contextos socioeconómicos. En comunas de bajos ingresos, estos programas deben centrarse en habilidades básicas y el acceso a herramientas digitales. En comunas de altos ingresos, el enfoque debe estar en habilidades avanzadas y la integración de tecnologías emergentes.

Ejemplo: Talleres comunitarios en colaboración con universidades locales y ONG, que ofrezcan capacitación gratuita o subsidiada en el uso de sistemas de pago electrónico, gestión de inventarios en línea y estrategias de marketing digital.

Iniciativas de Alfabetización Digital Móvil

Propuesta: Implementar unidades móviles que lleven capacitación y acceso a tecnologías a comunidades rurales y barrios de bajos ingresos. Estas unidades pueden ofrecer cursos intensivos de formación digital y proporcionar acceso a internet y dispositivos temporales para prácticas.

Ejemplo: Programas de "tech buses" equipados con computadoras y conectividad, que recorran las comunas de bajos ingresos ofreciendo talleres sobre alfabetización digital y demostraciones de herramientas digitales aplicables a los negocios de barrio.

Subsidios para la Adopción de Tecnologías

Propuesta: Ofrecer subsidios o financiamiento a bajo costo para la compra de dispositivos tecnológicos como tablets o computadoras, junto con la capacitación necesaria para utilizarlos eficazmente. Estos subsidios podrían estar dirigidos tanto a comunas de bajos como de altos ingresos, con un enfoque en la adopción de tecnologías que mejoren la competitividad.

Ejemplo: Programas gubernamentales que proporcionen subvenciones para la adquisición de sistemas POS y software de gestión empresarial, junto con la capacitación necesaria para maximizar su uso.

Plataformas Digitales Inclusivas

Propuesta: Desarrollar plataformas digitales que sean accesibles y fáciles de usar para dueños de negocios con diferentes niveles de alfabetización digital. Estas plataformas deben ser intuitivas y ofrecer tutoriales integrados para guiar a los usuarios en su adopción.

Ejemplo: Aplicaciones móviles diseñadas específicamente para pequeños negocios, con interfaces simplificadas y soporte en español, que ofrezcan funciones como la gestión de ventas, pagos electrónicos y marketing digital, con soporte técnico accesible.

8. Comportamiento de los dueños de negocio.

En Chile, el comportamiento de los dueños de negocios de barrio y residenciales en relación con la adopción de medios de pago electrónicos ha sido objeto de estudio, especialmente en el contexto de la transformación digital acelerada por la pandemia de COVID-19.

Muchos dueños de pequeños negocios muestran desconfianza hacia los medios de pago electrónicos debido a la falta de familiaridad y a preocupaciones sobre la seguridad de las transacciones. Además, la falta de capacitación y conocimiento sobre cómo funcionan estas tecnologías puede ser una barrera significativa para su adopción.

Los costos asociados con la implementación de sistemas de pago electrónicos, como las comisiones por transacción y la inversión inicial en tecnología, pueden ser prohibitivos para pequeños comerciantes. Estos costos son vistos como un obstáculo importante, especialmente en comunidades con menores ingresos donde las márgenes de ganancia ya son reducidas.

La adopción de pagos digitales requiere que los dueños de negocios se adapten a nuevas tecnologías, lo cual puede ser un proceso lento, especialmente para aquellos con menos experiencia en el uso de herramientas digitales. Sin embargo, estudios han mostrado que una vez que los comerciantes se acostumbran a estas herramientas, tienden a verlas como beneficiosas para el negocio.

Factores que Facilitan la Adopción

En algunos casos, los programas de apoyo gubernamental y las iniciativas de instituciones financieras han facilitado la adopción de medios de pago electrónicos, ofreciendo tarifas reducidas o equipos sin costo para pequeños comerciantes.

Con el tiempo, los clientes en Chile han mostrado una mayor preferencia por métodos de pago sin efectivo, especialmente en áreas urbanas. Esta demanda ha motivado a muchos dueños de negocios a implementar opciones de pago electrónico para mantenerse competitivos.

Estudios como los realizados por la Universidad de Bío-Bío (Chile) han explorado cómo los emprendedores, especialmente los de mayor edad, perciben y adoptan los medios de pago electrónicos. Estos estudios indican que, aunque inicialmente reacios, muchos dueños de negocios

han comenzado a reconocer los beneficios de estos sistemas, como la conveniencia y la posibilidad de atraer a una clientela más amplia.

En resumen, aunque la adopción de medios de pago electrónicos entre los dueños de negocios de barrio en Chile enfrenta desafíos, la tendencia es hacia una mayor aceptación, impulsada por la demanda del mercado y el apoyo institucional. Estos factores son cruciales para entender cómo se está transformando el comercio en áreas residenciales y barrios en el país.

Capítulo III - Impacto en la Economía

1. Impacto en la Economía

Los negocios de barrio tienen un impacto significativo en la economía chilena, pues son fundamentales por su contribución al PIB, y por su rol en la generación de empleo, la promoción de la inclusión financiera, y el fortalecimiento de las comunidades locales.

Aunque los negocios de barrio son en su mayoría microempresas, representan una parte importante del sector de pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Chile. Las PYMES en su conjunto contribuyen con alrededor del 15% del PIB chileno, y dentro de este grupo, los negocios de barrio juegan un rol relevante del comercio minorista local.

Los negocios de barrio son grandes generadores de empleo, especialmente en comunas de bajos ingresos. Alrededor del 50% del empleo en Chile es generado por PYMES, y los negocios de barrio aportan significativamente a esta cifra. Estos empleos suelen ser accesibles para personas con diferentes niveles de formación, lo que ayuda a reducir el desempleo y promueve la inclusión social en las comunidades.

Estos son una puerta de entrada al sistema financiero formal. Con la adopción creciente de medios de pago electrónicos, estos negocios están ayudando a integrar a más personas en el sistema financiero, facilitando el acceso a servicios como transferencias electrónicas y microcréditos. Esto es especialmente relevante en comunas de bajos ingresos, donde la inclusión financiera es clave para el desarrollo económico.

Los negocios de barrio desempeñan un papel vital en la cohesión social de las comunidades, estos crean redes de apoyo local y fomentan relaciones cercanas entre los comerciantes y los residentes. Esto no solo fortalece la economía local, sino que también contribuye al bienestar general de las comunidades, creando espacios de interacción y apoyo mutuo.

Los negocios de barrio contribuyen a la diversificación económica al ofrecer una variedad de productos y servicios que responden a las necesidades locales. Esta diversificación es esencial para la resiliencia de la economía chilena, especialmente en tiempos de crisis. Durante la pandemia de

COVID-19, por ejemplo, los negocios de barrio demostraron ser fundamentales para garantizar el acceso a bienes esenciales, adaptándose rápidamente a las nuevas circunstancias.

Han facilitado el crecimiento del comercio electrónico, permitiendo a las empresas llegar a un público más amplio y a los consumidores realizar compras en línea de manera segura y conveniente. Según la Cámara de Comercio de Santiago, las ventas de comercio electrónico en Chile alcanzaron los USD 10.000 millones en 2023, lo que representa un crecimiento del 25% respecto al año anterior. El comercio electrónico ha contribuido a la dinamización de la economía chilena, generando nuevos empleos, fomentando la competencia y diversificando la oferta de productos y servicios.

El uso del efectivo ha disminuido considerablemente en Chile, especialmente en las grandes ciudades y entre los sectores más jóvenes de la población. Según el Banco Central de Chile, en 2023 solo el 20% de las transacciones en el país se realizaron con efectivo, frente al 40% en 2010. La reducción del uso del efectivo ha contribuido a mejorar la seguridad y la eficiencia de las transacciones, además de dificultar la evasión fiscal y el lavado de dinero.

Los medios de pago electrónico han facilitado el acceso a servicios financieros a personas que no tienen una cuenta bancaria tradicional, especialmente en zonas rurales y poblaciones de bajos ingresos. Según el Banco Mundial, en 2023 el 85% de los adultos en Chile tenía una cuenta bancaria, frente al 65% en 2010. La inclusión financiera ha contribuido a mejorar la calidad de vida de las personas, permitiéndoles acceder a servicios básicos como transferencias de dinero, pagos de facturas y créditos.

Los medios de pago electrónico han impulsado la innovación en el sector financiero, con la creación de nuevos productos y servicios adaptados a las necesidades de los consumidores. Fintechs como Khipu, Tenpo y Flow han surgido como nuevos actores en el mercado, ofreciendo soluciones innovadoras para realizar pagos y transferencias. La innovación en el sector financiero ha contribuido a mejorar la competencia, reducir costos y ofrecer una mayor variedad de opciones a los consumidores.

2. Generación de empleo de los negocios de barrio

Estos pequeños establecimientos, que incluyen tiendas de abarrotes, panaderías, ferreterías, y otros comercios minoristas, son clave para la economía local y la creación de puestos de trabajo, particularmente en comunidades de bajos ingresos y en áreas rurales.

Según el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile, las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que incluyen los negocios de barrio, son responsables de aproximadamente el 65% del empleo total en el sector privado. Dentro de este grupo, los micro y pequeños negocios son especialmente importantes. Las microempresas, que incluyen la mayoría de los negocios de barrio, generan alrededor del 30% del empleo en Chile.

En las comunas de bajos ingresos, donde la presencia de grandes empresas es limitada, los negocios de barrio son los principales empleadores. Estos negocios proporcionan empleos locales que son accesibles para una amplia gama de personas, incluidos aquellos con menores niveles de educación formal. Además, debido a su proximidad y la naturaleza de su operación, estos empleos son esenciales para la economía local y son una fuente crucial de ingresos para las familias de la comunidad.

Es importante destacar que una parte significativa del empleo generado por los negocios de barrio puede estar en el sector informal. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en 2022, la informalidad laboral en Chile alcanzó el 27.3%. Muchos de estos empleos informales están relacionados con pequeños comercios y negocios de barrio, especialmente en áreas rurales y comunas con menores ingresos, donde la formalización de negocios es menos común debido a la falta de recursos y apoyo institucional.

Los empleos en los negocios de barrio tienden a ser más flexibles y accesibles, lo que los hace ideales para personas que buscan conciliar responsabilidades familiares con el trabajo. Estos negocios a menudo ofrecen horarios flexibles y trabajos que requieren poca capacitación formal, lo que facilita la inserción laboral de jóvenes, adultos mayores y personas que no han tenido acceso a cierto tipo de educación.

Una de las ventajas más destacadas de los empleos en negocios de barrio es la proximidad entre el lugar de trabajo y el hogar de los empleados. Esta cercanía reduce los costos de transporte y el

tiempo de desplazamiento, mejorando la calidad de vida de los trabajadores y permitiendo un equilibrio más saludable entre el trabajo y la vida personal.

Aunque los empleos en negocios de barrio pueden ser menos formales y ofrecer salarios más bajos en comparación con grandes empresas, estos empleos son estables y resilientes, especialmente durante crisis económicas. Durante la pandemia de COVID-19, por ejemplo, muchos negocios de barrio continuaron operando y proporcionando empleos esenciales, lo que demostró su capacidad para adaptarse a circunstancias adversas y su importancia en la economía local.

Juegan un rol en la reducción del desempleo local, particularmente en zonas donde las oportunidades de empleo en grandes empresas son limitadas. Al generar empleo directamente dentro de la comunidad, estos negocios ayudan a mantener a las personas empleadas y activas económicamente, lo que a su vez fortalece la economía local.

En muchas comunidades, los ingresos generados por los empleos en negocios de barrio son fundamentales para la subsistencia de las familias. Estos negocios no solo proporcionan empleo, sino que también ofrecen productos y servicios esenciales a precios accesibles, lo que contribuye a la estabilidad económica de la comunidad en su conjunto.

3. El impacto de los pagos electrónicos en la economía chilena varía comunas de menores y mayores ingresos.

Comunas de Menores Ingresos

Barreras de Entrada: Los negocios de barrio en sectores de menores ingresos enfrentan barreras de entrada para la adopción de pagos electrónicos, como los costos de implementación y la falta de conocimiento sobre los beneficios de estas tecnologías.

Inclusión Financiera: La adopción de pagos electrónicos en estos negocios puede contribuir a la inclusión financiera de sus propietarios y clientes, permitiéndoles acceder a servicios financieros formales y mejorar su calidad de vida.

Apoyo Gubernamental: Es crucial que el gobierno y las instituciones financieras brinden apoyo técnico y financiero a los negocios de barrio en sectores de menores ingresos para facilitar la adopción de pagos electrónicos y aprovechar sus beneficios.

Adopción más Lenta: La adopción de pagos electrónicos ha sido más lenta en sectores de menores ingresos, debido a factores como la falta de acceso a internet y dispositivos móviles, la resistencia al cambio y la percepción de costos asociados a la implementación de estas tecnologías.

Beneficios Potenciales: A pesar de la adopción más lenta, los pagos electrónicos tienen el potencial de beneficiar a los comercios minoristas en sectores de menores ingresos al ampliar su base de clientes, mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos asociados al manejo de efectivo.

Desafíos: La falta de infraestructura tecnológica y la necesidad de educación financiera son desafíos clave para la implementación exitosa de pagos electrónicos en estos sectores.

Limitada Adopción de Tecnología: La adopción de pagos electrónicos es más lenta debido a los costos iniciales de implementación y la falta de infraestructura.

La falta de educación financiera y tecnológica puede ser una barrera.

Acceso Limitado a Servicios Financieros: En sectores de menos ingresos, la bancarización es menor, lo que dificulta la adopción de pagos electrónicos.

La confianza en los sistemas electrónicos puede ser baja, prefiriendo el uso de efectivo.

Beneficios Potenciales: La introducción de pagos electrónicos puede ayudar a incluir a estos sectores en el sistema financiero formal.

Facilitar el acceso a créditos y servicios financieros puede impulsar el desarrollo económico local.

Desafíos de Infraestructura: La falta de infraestructura adecuada y el costo de implementación de sistemas de pago electrónico son barreras significativas.

Los negocios de barrio en estos sectores dependen en gran medida del efectivo.

Inclusión Financiera: La adopción de pagos electrónicos puede ser una herramienta poderosa para la inclusión financiera.

Programas gubernamentales y de ONG pueden jugar un papel crucial en facilitar esta transición.

Educación y Capacitación: Es necesario invertir en educación y capacitación para que los propietarios de negocios de barrio comprendan y adopten tecnologías de pago electrónico.

La alfabetización digital y financiera es clave para el éxito de la adopción de pagos electrónicos.

Comunas de Mayores Ingresos

Mayor Competitividad: Los negocios de barrio en sectores de mayores ingresos que han adoptado pagos electrónicos han mejorado su competitividad al ofrecer una opción de pago más conveniente y segura para sus clientes, atrayendo a un público más amplio y mejorando su imagen.

Acceso a Financiamiento: La adopción de pagos electrónicos ha facilitado el acceso a financiamiento para estos negocios, ya que pueden demostrar un flujo de ingresos más transparente y confiable a través de registros digitales.

Mayor Adopción: Los comercios minoristas en sectores de mayores ingresos han adoptado los pagos electrónicos de manera más rápida y generalizada, debido a una mayor penetración de internet, acceso a dispositivos móviles y familiaridad con las tecnologías digitales.

Incremento de Ventas: La aceptación de pagos electrónicos ha permitido a estos comercios atraer a clientes que prefieren la comodidad y seguridad de las transacciones digitales, lo que ha impulsado un aumento en las ventas y ha facilitado la expansión del comercio electrónico.

Mejora de la Experiencia del Cliente: La agilidad y conveniencia de los pagos electrónicos han mejorado la experiencia de compra en estos sectores, aumentando la satisfacción del cliente y fomentando la fidelidad.

Mayor Conveniencia: Los negocios de barrio en sectores de más ingresos se benefician de la conveniencia de los pagos electrónicos, atrayendo a más clientes.

La posibilidad de aceptar pagos electrónicos mejora la competitividad frente a tiendas más grandes.

Fidelización del Cliente: Ofrecer métodos de pago modernos puede mejorar la fidelización del cliente y aumentar las ventas repetidas.

Programas de lealtad y recompensas son más fáciles de implementar con pagos electrónicos.

Incremento en la Eficiencia: La reducción de manejo de efectivo disminuye el tiempo dedicado a tareas administrativas y aumenta la eficiencia operativa.

Comunas con mayores Ingresos	Comunas con menores Ingresos
Adopción más rápida y eficiente de pagos electrónicos.	Desafíos significativos en adopción debido a barreras económicas y tecnológicas.
Mayor impacto positivo en ventas, eficiencia y seguridad.	Potencial de inclusión financiera y desarrollo económico si se superan estas barreras.

Mejor infraestructura y acceso a servicios financieros.	Necesidad de apoyo externo para facilitar la transición.
---	--

Tabla 3 - Comparación Comunas

Fuente: Elaboración propia

4. Exclusión Financiera y su Impacto en los Dueños de Negocios de Barrio en Chile

La exclusión financiera en Chile afecta de manera desproporcionada a las personas y negocios en comunas de bajos ingresos. Esta exclusión se manifiesta en la falta de acceso a servicios bancarios y financieros básicos, lo que limita las opciones de ahorro, crédito, y métodos de pago disponibles para los pequeños empresarios. En particular, los dueños de negocios de barrio, que a menudo operan en economías informales o semi-formales, enfrentan barreras significativas para adoptar medios de pago electrónicos, una tecnología que podría mejorar su inclusión financiera y, por ende, su estabilidad y crecimiento económico.

En muchas comunas de bajos ingresos, la infraestructura tecnológica necesaria para soportar medios de pago electrónicos, como redes de internet seguras y dispositivos de pago, es limitada o inexistente. Esto impide que los dueños de negocios adopten estas tecnologías, lo que perpetúa su exclusión del sistema financiero formal.

La desconfianza en las instituciones financieras y la falta de educación financiera son barreras clave para la adopción de medios de pago electrónicos. Muchos dueños de negocios en áreas de bajos ingresos prefieren el uso de efectivo debido a la percepción de que es más seguro y tangible, en comparación con las transacciones digitales, que pueden parecer abstractas y riesgosas.

Los costos asociados con la implementación de sistemas de pago electrónico, incluidos los dispositivos de punto de venta (POS) y las comisiones por transacción, son prohibitivos para muchos pequeños comerciantes en comunas de bajos ingresos. Estos costos pueden reducir aún más sus ya estrechos márgenes de ganancia, lo que desalienta la adopción de estas tecnologías.

Más adelante se incluye una sección sobre los costos de implementación de cada sistema de pago.

La exclusión financiera limita la capacidad de los dueños de negocios de barrio para expandir sus operaciones. Sin acceso a crédito formal, estos negocios a menudo dependen de préstamos informales con tasas de interés más altas o limitan su capacidad de inversión, lo que restringe su crecimiento.

Los negocios que operan exclusivamente en efectivo son más vulnerables a robos y a la falta de mecanismos de ahorro y seguros que los protejan contra emergencias económicas. La incapacidad

para acceder a productos financieros básicos los deja en una posición de desventaja en comparación con negocios que sí pueden aprovechar estos servicios.

La falta de medios de pago electrónicos también puede resultar en una pérdida de competitividad, ya que los consumidores, especialmente en áreas urbanas, muestran una preferencia creciente por métodos de pago digitales que ofrecen mayor conveniencia y seguridad.

Implementar programas de educación financiera enfocados en comunidades de bajos ingresos puede ayudar a reducir la desconfianza y aumentar la comprensión de los beneficios de los medios de pago electrónicos. Esto podría incluir talleres, campañas de sensibilización, y alianzas con instituciones financieras para ofrecer formación en el uso de tecnologías financieras.

Iniciativas que ofrezcan dispositivos POS a precios subsidiados o la reducción de comisiones para pequeñas transacciones podrían incentivar a los dueños de negocios a adoptar medios de pago electrónicos. Estas políticas pueden estar respaldadas por programas gubernamentales o alianzas público-privadas que busquen fortalecer la inclusión financiera.

Mejorar la infraestructura tecnológica en comunas de bajos ingresos, incluyendo el acceso a internet de alta velocidad y la disponibilidad de dispositivos móviles accesibles, es esencial para facilitar la adopción de pagos electrónicos. Sin esta infraestructura, los esfuerzos de inclusión financiera serán limitados.

Capítulo IV - Medios pago electrónicos en Chile

1. Medios de pago electrónicos existentes en Chile

1.1. Tipos de medio de pago existentes

Grupo	Descripción
Terminales Punto de Venta (POS)	<p>POS tradicionales: Dispositivos físicos que aceptan tarjetas de crédito y débito. Son una opción confiable y ampliamente aceptada, pero pueden tener costos asociados (arriendo, comisiones).</p> <p>mPOS: Lectores de tarjetas que se conectan a smartphones o tablets a través de Bluetooth. Son más económicos y portátiles, ideales para negocios con movilidad o ventas en terreno.</p>
Pasarelas de Pago Online:	<p>Webpay Plus: Solución de Transbank para integrar pagos en línea en sitios web y aplicaciones móviles. Ofrece seguridad y diversas opciones de pago (tarjetas, transferencias).</p> <p>Flow: Plataforma que permite aceptar pagos en línea con tarjetas de crédito y débito, además de ofrecer opciones de financiamiento y pago en cuotas.</p> <p>Khipu: Facilita el pago en línea a través de transferencias bancarias, generando un código de pago único para cada transacción.</p>
Links de Pago	<p>SumUp: Permite generar links de pago personalizados para enviar a los clientes por correo electrónico, WhatsApp u otras plataformas. Los clientes pueden pagar con tarjeta de crédito o débito de forma segura.</p> <p>Mercado Pago: Ofrece la opción de generar links de pago para compartir con los clientes, quienes pueden pagar con tarjeta, transferencia o efectivo en puntos de pago.</p>

Grupo	Descripción
Códigos QR:	<p>MACH: Permite generar códigos QR personalizados para que los clientes paguen escaneándolos con su aplicación móvil.</p> <p>Mercado Pago: También ofrece la opción de generar códigos QR para pagos rápidos y sencillos.</p>
Transferencias Bancarias:	<p>Tradicional: Los clientes pueden realizar transferencias directamente a la cuenta bancaria del negocio. Es una opción sencilla y sin costo, pero requiere confirmación manual del pago.</p> <p>Khípu: Simplifica las transferencias al generar un código de pago único y notificar automáticamente al negocio cuando se realiza el pago.</p>
Efectivo:	<p>Aunque cada vez menos utilizado, sigue siendo una opción para negocios pequeños, especialmente en zonas rurales o con clientes que prefieren pagar en efectivo.</p>
Billeteras Digitales:	<p>Mercado Pago: Vinculado a Mercado Libre, permite pagos rápidos y seguros, incluso para negocios que venden en línea.</p> <p>Mach: Una billetera digital de Banco Bci que permite pagos rápidos entre usuarios y comercios.</p> <p>Kushki: Un método que facilita pagos en línea y a través de dispositivos móviles.</p>

Tabla 4 - Medios de pago existentes

Fuente: Elaboración propia en base a información disponible en páginas web de Comercios Electrónicos.

Ventajas y desventajas de los medios de pago electrónicos

Grupo	Nombre	Ventaja	Desventaja
Terminales Punto de Venta (POS)	Tradicionales	Amplia aceptación, seguridad, opciones de cuotas.	Costos de arriendo y comisiones, requiere conexión a internet y línea telefónica.
	mPOS	Portabilidad, menor costo, fácil implementación.	Funcionalidades limitadas, depende del smartphone/tablet, requiere conexión a internet
Tarjetas de Crédito y Débito		<p>Conveniencia: Es un método de pago cómodo para el cliente y ampliamente aceptado.</p> <p>Seguridad: Reduce el manejo de efectivo, disminuyendo riesgos de robo.</p> <p>Mayor ticket promedio: Clientes tienden a gastar más cuando usan tarjetas.</p>	<p>Comisiones: Las transacciones con tarjetas implican comisiones para el negocio, generalmente entre un 2% y 4%.</p> <p>Infraestructura: Requiere contar con un POS (Point of Sale) o terminal de pago.</p> <p>Dependencia de internet: Si la conexión falla, no se pueden procesar pagos.</p>
Pasarelas de Pago Online	Webpay	Seguridad, diversas opciones de pago, integración con e-commerce.	Costos de implementación y comisiones, requiere conocimientos técnicos.

Grupo	Nombre	Ventaja	Desventaja
		<p>Facilidad para el cliente: Permite pagos en línea con tarjetas, lo cual es cómodo para el cliente.</p> <p>Amplia aceptación: Es ampliamente reconocido y utilizado en Chile.</p> <p>Seguridad: Ofrece un entorno seguro para las transacciones.</p>	<p>Comisiones: Los costos por transacción suelen ser más altos que otros métodos.</p> <p>Implementación: Requiere integración técnica en la página web del negocio.</p> <p>Dependencia de la plataforma: Si hay problemas con WebPay, las transacciones no pueden ser procesadas.</p>
	Flow	Opciones de financiamiento, pago en cuotas, integración con e-commerce.	Costos de implementación y comisiones, requiere conocimientos técnicos
	Khipu	Facilidad de uso, sin costo para el comercio, ideal para pagos puntuales.	No permite pagos con tarjeta, requiere que el cliente tenga cuenta bancaria.
Links de Pago	SumUp	Fácil de usar, sin costo para el comercio, ideal para pagos a distancia.	Limitado a pagos con tarjeta, requiere que el cliente tenga acceso a internet.
	Mercado Pago	Variedad de opciones de pago, integración con e-commerce.	Comisiones por transacción, requiere que

Grupo	Nombre	Ventaja	Desventaja
			el cliente tenga cuenta en Mercado Pago.
Códigos QR	MACH	Rápido y sencillo, sin contacto, ideal para pagos presenciales.	Requiere que el cliente tenga la app MACH, limitado a pagos con saldo MACH.
	Mercado Pago	Variedad de opciones de pago, integración con e-commerce.	Comisiones por transacción, requiere que el cliente tenga cuenta en Mercado Pago.
		<p>Conveniencia: Los clientes solo necesitan un teléfono móvil para pagar.</p> <p>Seguridad: Minimiza el contacto físico, lo cual es ideal en situaciones como la pandemia.</p> <p>Innovación: Moderniza la imagen del negocio y mejora la experiencia del cliente.</p>	<p>Accesibilidad: Requiere que los clientes tengan un smartphone con una app compatible.</p> <p>Dependencia de la tecnología: Si el cliente o el negocio tienen problemas de conectividad, el pago no se puede procesar.</p> <p>Familiaridad: No todos los clientes están familiarizados con este método de pago.</p>
Transferencias Bancarias	Tradicional	Sin costo para el comercio, familiar para los clientes.	Requiere confirmación manual del pago, puede ser lento.

Grupo	Nombre	Ventaja	Desventaja
		<p>Bajo costo: Generalmente, no implica costos adicionales o comisiones.</p> <p>Control: Facilita el registro y control de pagos en la cuenta bancaria.</p> <p>Disponibilidad: Puede realizarse desde cualquier lugar, lo que es conveniente para ventas a distancia.</p>	<p>Tiempo de espera: Algunas veces, la confirmación del pago no es inmediata.</p> <p>Complejidad: Algunos clientes pueden encontrar complicado el proceso de hacer una transferencia.</p> <p>Errores: Existe el riesgo de errores en la digitación de los datos del receptor.</p>
	Khipu	Facilidad de uso, notificación automática del pago	No permite pagos con tarjeta, requiere que el cliente tenga cuenta bancaria.
Efectivo		<p>Inmediato, sin comisiones, familiar para los clientes.</p> <p>Inmediatez: El pago es inmediato y no requiere de infraestructura tecnológica.</p> <p>Sin comisiones: No hay comisiones bancarias o de terceros.</p>	<p>Riesgo de robos o pérdidas, manejo de cambio, no apto para e-commerce.</p> <p>Inseguridad: Riesgo de robos o pérdidas, y manejo de grandes sumas de efectivo puede ser peligroso.</p> <p>Control financiero: Más difícil de llevar un control</p>

Grupo	Nombre	Ventaja	Desventaja
		Accesible: Es el medio de pago más universal y no requiere cuentas bancarias.	exacto de las transacciones. Cambio: Es necesario tener cambio disponible, lo que puede ser incómodo.
Billeteras Digitales	Mercado Pago	Integración con Mercado Libre, pagos rápidos y seguros, ideal para e-commerce.	Comisiones por transacción, requiere cuenta en Mercado Pago.
	MACH	Pagos rápidos entre usuarios, sin contacto, ideal para pagos presenciales.	Limitado a usuarios de Banco Bci, requiere saldo en la cuenta MACH.
	Kushki	Facilita pagos en línea y móviles, diversas opciones de pago.	Comisiones por transacción, puede requerir integración técnica.
		Rapidez: Transacciones rápidas y fáciles de realizar. Seguridad: Menor riesgo de fraude o errores en comparación con pagos en efectivo o transferencia. Popularidad creciente: Cada vez más personas	Comisiones: Pueden aplicar comisiones para el negocio por las transacciones. Dependencia tecnológica: Requiere que tanto el cliente como el negocio tengan acceso a la tecnología necesaria

Grupo	Nombre	Ventaja	Desventaja
		utilizan estas plataformas, lo que aumenta su aceptación.	(smartphones, conexión a internet). Limitación en la adopción: No todos los clientes están familiarizados o confían en estas plataformas.
Aplicaciones de Pago		Facilidad: Simplifica el proceso de pago para el cliente. Seguridad: Ofrece un entorno seguro para las transacciones. Compatibilidad: Suele ser compatible con múltiples bancos y plataformas.	Dependencia tecnológica: Requiere que los clientes estén familiarizados y tengan la app instalada. Comisiones: Aunque no siempre, algunas plataformas pueden cobrar por sus servicios. Adopción limitada: No todos los clientes utilizan estas apps, lo que puede limitar su uso.

Tabla 5 - Ventajas y desventajas de los medios de pago electrónicos

Fuente: Elaboración propia en base a análisis de los diferentes medios de pago.

1.2. Panorama Actual y Evolución de los medios de pago electrónico en Chile

Chile ha experimentado un notable crecimiento en la adopción de medios de pago electrónicos en los últimos años, reflejando una transformación en la manera en que las personas y empresas realizan transacciones. Este cambio ha sido impulsado por avances tecnológicos, una mayor accesibilidad a servicios financieros digitales, y un entorno regulatorio que favorece la competencia e innovación.

El Banco Central de Chile ha reportado un aumento sostenido en el uso de medios de pago electrónico. Entre 2010 y 2024, las transacciones electrónicas crecieron a una tasa anual promedio del 15%. Este crecimiento ha sido impulsado por la expansión del comercio electrónico, la digitalización de servicios financieros y las políticas gubernamentales que fomentan el uso de medios digitales.

El ecosistema de pagos electrónicos en Chile se encuentra en constante evolución, impulsado por la demanda de soluciones convenientes, seguras y accesibles para todos los sectores de la población. En marzo de 2024, el 66% del consumo de los hogares se pagó con una tarjeta. En marzo de 2014 este monto era 24%, mientras que en marzo de 2019 llegó a 42%, y no existían las tarjetas de prepago. La contrapartida de este aumento sostenido del uso de las tarjetas por parte de los hogares para pagar por su consumo es una disminución en el uso del efectivo para esos fines.

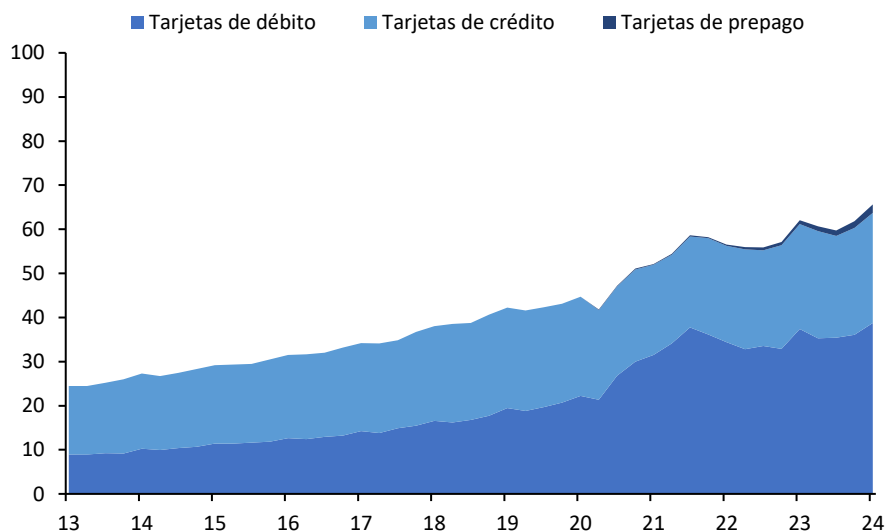


Ilustración 3 - Consumo de los hogares que se paga con tarjetas

Fuente: BCCh en base a datos de la CMF

Cada año se realiza un mayor número de transacciones con pagos digitales. En 2023 se realizaron 315 pagos digitales por persona. Los pagos con medios digitales en 12 meses aumentaron desde 5.289 a 6.296 millones de transacciones. Aproximadamente el 60% de esas transacciones son tarjetas de débito, y sólo el 1% con tarjetas de prepago. El número de pagos con TEF que representa el 26% de las transacciones, aumenta en 23%.

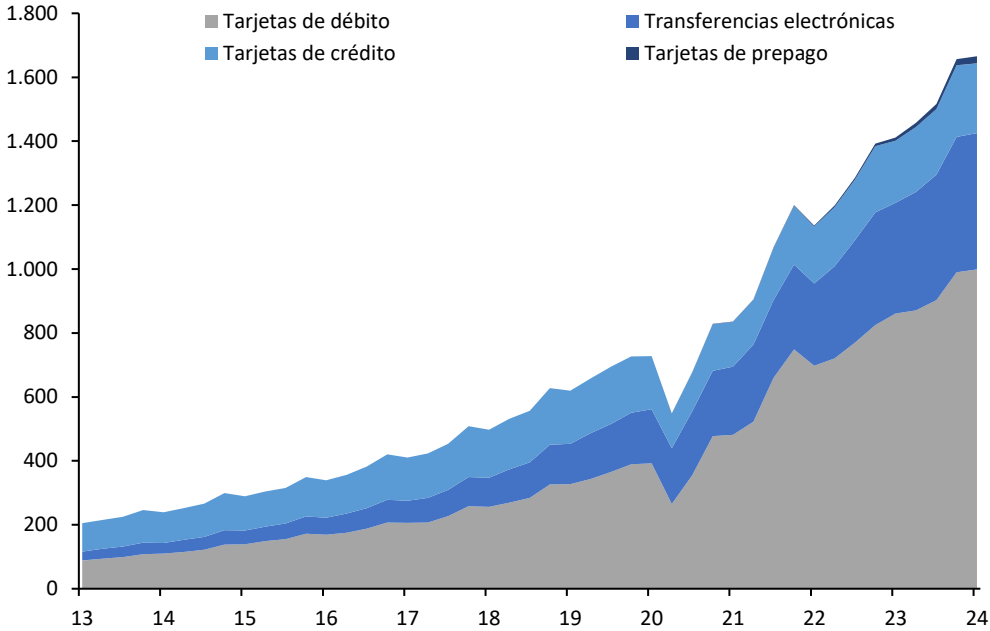


Ilustración 4 - Transacciones con medio de pago digitales

Fuente: BCCh en base a datos de la CMF

En el siguiente gráfico se muestra una estimación de establecimiento que aceptaron tarjetas de pago cada mes, durante los últimos años:

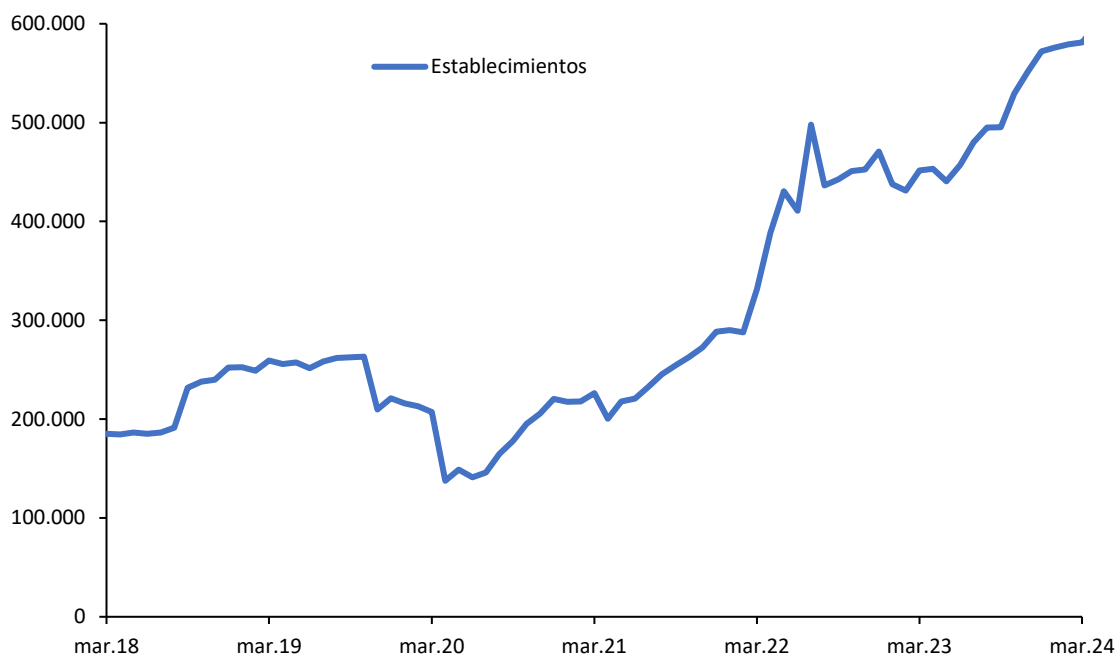


Ilustración 5 - Establecimientos que aceptaron tarjetas de pago en cada mes

Fuente: BCCh en base a datos de la CMF

Si bien representan el 26% de las transacciones realizadas, en monto las TEF corresponden al 60%. En un año, el monto procesado supera el 80% del PIB. Monto promedio de las TEF en marzo de 2024 es de casi \$100.000, monto que ha ido disminuyendo en el tiempo, lo que da cuenta de un mayor uso de este instrumento en pagos de menor monto. En promedio, cada persona mayor de 15 años realiza aproximadamente 19 TEF al mes.

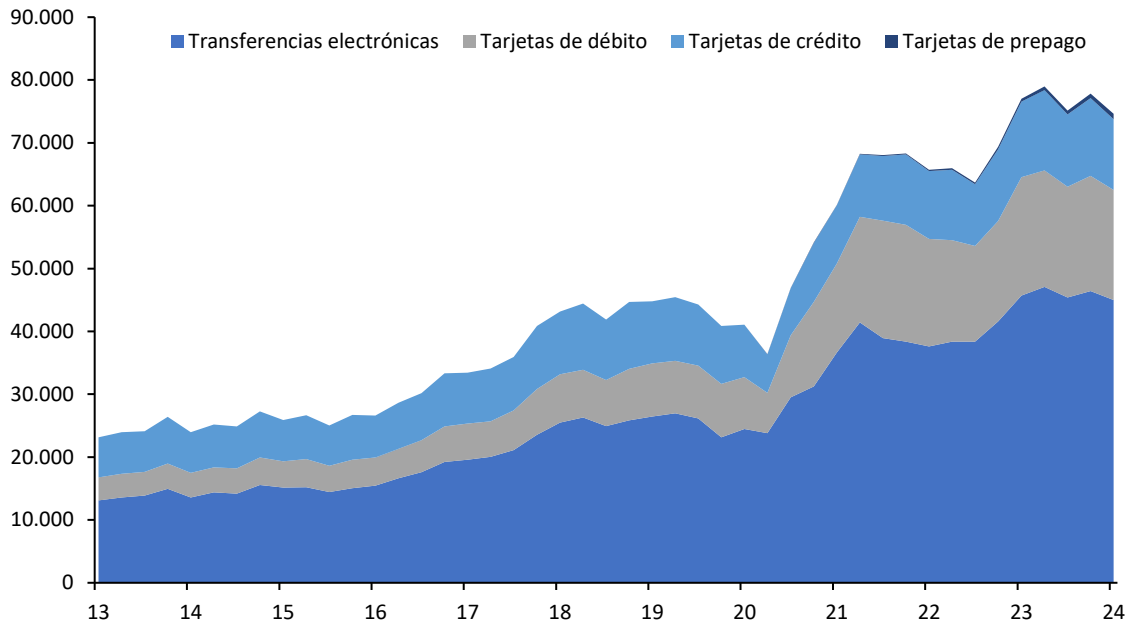


Ilustración 6 - Montos de transacciones con medios de pago digitales

Fuente: BCCh en base a datos de la CMF.

Una encuesta del Banco Central y Cadem, sobre ¿Con qué frecuencia diría usted que utiliza estos medios de pago?, arrojó los siguientes datos:

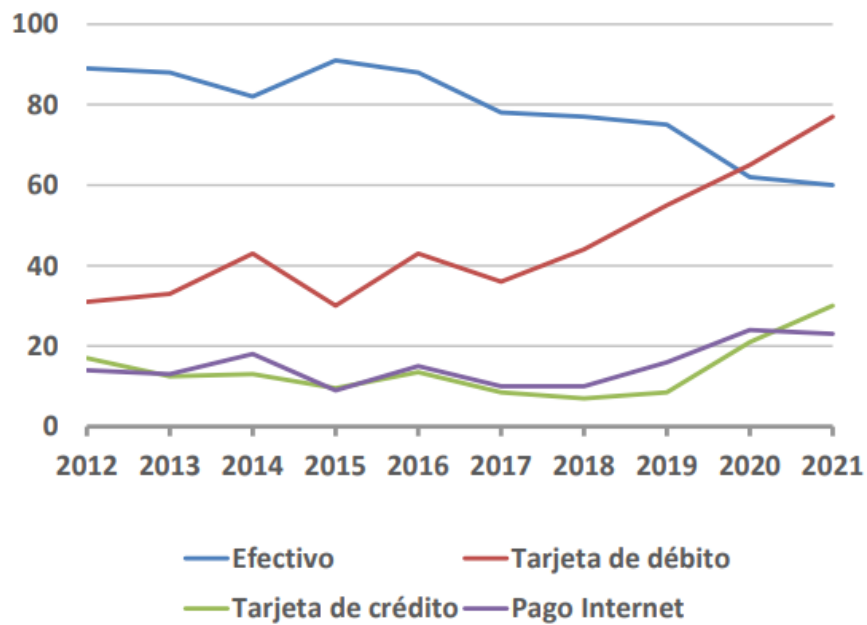


Tabla 6 - Encuesta uso de medios de pago

Fuente: BCCh - Cadem

Actualmente, cada habitante de Chile posee, en promedio, 2,5 tarjetas de pago vigentes. Los tarjetahabientes suelen ser personas naturales que utilizan sus tarjetas con mayor frecuencia en canales físicos, aunque el uso de canales no presenciales ha aumentado en el último tiempo (BCCh, 2022).

Hasta marzo de 2022, de los casi 46 millones de tarjetas de pago emitidas vigentes en Chile, un 54% correspondían a tarjetas de débito, un 38% a tarjetas de crédito, y un 9% a tarjetas de prepago. Desde el año 2020, la emisión de tarjetas de prepago ha mostrado una tendencia al alza sostenida. Los principales bancos emisores de tarjetas son: BancoEstado (BancoEstado Centro de Servicios S.A.) con una participación del 57% de las tarjetas de débito vigentes y un 4% de las tarjetas de crédito; Banco de Chile (Banco de Chile S. A.) con una participación del 12% de las tarjetas de débito y 9% de las tarjetas de crédito; Banco Santander (Banco Santander Chile) con un 11% en las tarjetas de débito y 10% en las de crédito; y, Banco de Crédito e Inversiones (“BCI”, Banco de Créditos e Inversiones S.A.) con una participación del 5% de las tarjetas de débito vigentes y un 6% de las tarjetas de crédito vigentes. Estos bancos emiten todo tipo de tarjetas (crédito, débito y prepago).

1.3. Entre los métodos más utilizados en 2024

Tipo	Descripción
Tarjetas de débito y crédito	Las tarjetas de débito y crédito siguen siendo el método de pago electrónico más popular en Chile, con una amplia aceptación en comercios físicos y en línea. Según Transbank, en 2023 se realizaron 2.400 millones de transacciones con tarjetas de débito y crédito, lo que representa un 65% del total de las transacciones electrónicas en el país.

Tipo	Descripción
	<p>Empresas líderes en el mercado: Transbank, BancoEstado, Banco de Chile, Santander, BCI.</p>
<p>Transferencias electrónicas</p>	<p>Las transferencias bancarias a través de la banca en línea, banca móvil o presencial en sucursales bancarias son una opción segura y conveniente para enviar y recibir dinero.</p> <p>En 2023, las transferencias electrónicas representaron el 25% del total de las transacciones electrónicas en Chile, mostrando un crecimiento constante en los últimos años.</p> <p>La implementación de plataformas como Pago Fácil y Tenpo ha facilitado aún más la realización de transferencias electrónicas entre personas y empresas.</p>
<p>Billeteras digitales</p>	<p>Las billeteras digitales como Mercado Pago, Khipu y MACH han ganado gran popularidad en los últimos años, especialmente entre los jóvenes y usuarios de teléfonos inteligentes. Estas han permitido almacenar dinero, realizar pagos en tiendas físicas y en línea, enviar y recibir transferencias, y acceder a otros servicios financieros de forma rápida y segura.</p> <p>Se estima que en 2023 el número de usuarios de billeteras digitales en Chile alcanzó los 10 millones, con un crecimiento del 30% respecto al año anterior.</p>
<p>Pagos en línea</p>	<p>Plataformas como Webpay, Flow y PayU facilitan a los comercios electrónicos aceptar pagos con tarjetas, transferencias bancarias y billeteras digitales.</p> <p>Los pagos en línea han sido un factor clave en el crecimiento del comercio electrónico en Chile, permitiendo a las empresas llegar a un</p>

Tipo	Descripción
	<p>público más amplio y a los consumidores realizar compras en línea de forma segura y conveniente.</p> <p>La implementación de medidas de seguridad como el cifrado y la autenticación ha contribuido a generar confianza en los pagos en línea.</p>
<p>Pagos mediante códigos QR</p>	<p>Los pagos mediante códigos QR, como Klap, permiten realizar transacciones sin necesidad de contacto físico, escaneando un código QR con un teléfono inteligente.</p> <p>Ofrecen una forma simple y rápida de realizar pagos en tiendas físicas, especialmente en pequeños comercios.</p> <p>Aunque aún se encuentran en una etapa inicial de adopción, los pagos mediante códigos QR tienen un gran potencial de crecimiento en los próximos años.</p>

Tabla 7 - Medios de pago más utilizados en el 2024

Fuente: Elaboración propia.

1.4. Funcionamiento

El funcionamiento de los medios de pago electrónico varía según el método utilizado. Sin embargo, en general, todas las transacciones involucran un intercambio seguro de información entre el comprador, el vendedor y el proveedor del servicio de pago. La información intercambiada puede incluir datos de la tarjeta, el monto de la compra, la dirección de envío y otros datos relevantes.

Tipo	Funcionamiento
<p>Tarjetas de débito y crédito</p>	<p>El comprador ingresa los datos de la tarjeta en un terminal de punto de venta (POS) o en una plataforma de comercio electrónico.</p>

Tipo	Funcionamiento
	<p>El vendedor envía la información a la red de pago correspondiente (Visa, Mastercard, etc.).</p> <p>La red de pago verifica la información y autoriza la transacción.</p> <p>El banco emisor de la tarjeta recibe la notificación y deduce el monto de la compra del saldo disponible.</p> <p>El banco del vendedor recibe la confirmación de la transacción y deposita el monto en la cuenta del vendedor.</p>
Transferencias electrónicas	<p>El comprador inicia la transferencia a través de la banca en línea, banca móvil o en una sucursal bancaria.</p> <p>Ingresa los datos de la cuenta del beneficiario (número de cuenta, nombre del banco) y el monto a transferir.</p> <p>El banco del comprador verifica la información y envía la instrucción de transferencia al banco del beneficiario.</p> <p>El banco del beneficiario recibe la instrucción de transferencia y deposita el monto en la cuenta del beneficiario.</p>
Billeteras digitales	<p>El comprador selecciona la opción de pago con billetera digital en el comercio físico o en línea.</p> <p>Ingresa su número de teléfono o email asociado a la billetera digital.</p> <p>El vendedor verifica la información y genera un código QR o una solicitud de pago.</p> <p>El comprador escanea el código QR o ingresa la solicitud de pago y confirma la transacción.</p>

Tipo	Funcionamiento
	<p>La billetera digital del comprador envía el monto de la compra a la billetera digital del vendedor.</p>
<p>Pagos en línea</p>	<p>El comprador selecciona la opción de pago con tarjeta, transferencia bancaria o billetera digital en la plataforma de comercio electrónico.</p> <p>Ingresa los datos de la tarjeta, la cuenta bancaria o la billetera digital, según el método de pago elegido.</p> <p>La plataforma de comercio electrónico envía la información al proveedor de servicios de pago correspondiente.</p> <p>El proveedor de servicios de pago verifica la información y autoriza la transacción.</p> <p>El banco emisor de la tarjeta, el banco del comprador o la billetera digital del comprador, según el método de pago elegido, deduce el monto de la compra del saldo disponible.</p> <p>La plataforma de comercio electrónico recibe la confirmación de la transacción y envía los productos o servicios comprados al comprador.</p>
<p>Pagos mediante códigos QR</p>	<p>El comprador escanea el código QR generado por el vendedor en una tienda física.</p> <p>La aplicación del comprador lee el código QR y muestra la información de la transacción (monto, nombre del vendedor, etc.).</p> <p>El comprador confirma la transacción y la aplicación envía el monto de la compra a la cuenta del vendedor.</p>

Tipo	Funcionamiento
	El vendedor recibe la confirmación de la transacción y entrega el producto o servicio al comprador.

1.5. Ventajas y Desventajas

1.5.1. Ventajas

Comodidad: Ofrecen mayor comodidad al permitir realizar transacciones de forma rápida, segura y sin necesidad de efectivo o cheques.

Seguridad: Implementaciones como el cifrado y la autenticación protegen las transacciones contra fraudes y accesos no autorizados.

Eficiencia: Reducen el tiempo y el costo asociados al manejo del efectivo y los cheques, beneficiando tanto a empresas como a consumidores.

Inclusión financiera: Facilitan el acceso a servicios financieros a personas que no tienen una cuenta bancaria tradicional.

Transparencia: Permiten un mejor control y seguimiento de los gastos.

Promueven la formalización de la economía: Al facilitar el registro y control de las transacciones, contribuyen a la formalización de la economía.

1.5.2. Desventajas

Costo: Pueden generar costos adicionales para empresas y consumidores en forma de tarifas de transacción y comisiones.

Dependencia de la tecnología: Las transacciones dependen de la tecnología, lo que las hace vulnerables a fallos técnicos o cortes de energía.

Exclusión financiera: Personas sin acceso a internet o teléfonos inteligentes pueden quedar excluidas de su uso.

Fraude: Aunque poco comunes, existen riesgos de fraude como el robo de identidad o el uso de tarjetas robadas.

Riesgos de ciberseguridad: Las plataformas y sistemas de pago electrónico pueden ser vulnerables a ataques cibernéticos.

2. Desafíos y Oportunidades para los Pagos Electrónicos

A pesar de los avances logrados, el ecosistema de pagos electrónicos en Chile aún enfrenta algunos desafíos:

2.1. Desafíos

Reducción de costos: Es necesario reducir las tarifas de transacción y comisiones para que los medios de pago electrónico sean más accesibles a todos los sectores de la población.

Implementación de tarifas diferenciadas para micro y pequeñas empresas, negociación de tarifas con proveedores de servicios de pago, promoción de la competencia en el mercado.

Mayor inclusión financiera: Se deben implementar estrategias para ampliar el acceso a internet y teléfonos inteligentes, especialmente en zonas rurales y poblaciones de bajos ingresos.

Inversión en infraestructura digital, programas de educación digital, desarrollo de soluciones de pago sin internet.

Fortalecimiento de la seguridad: Es crucial reforzar las medidas de seguridad para prevenir fraudes y proteger los datos de los usuarios.

Implementación de tecnologías de autenticación biométrica, encriptación de datos de última generación, educación a los consumidores sobre seguridad cibernética.

Educación financiera: Es fundamental promover la educación financiera para que las personas comprendan el funcionamiento de los medios de pago electrónico y los usen de manera responsable.

Campañas de educación financiera en escuelas, universidades y comunidades, desarrollo de materiales educativos accesibles, programas de capacitación para empresas.

Regulación adecuada: Se requiere una regulación adecuada que fomente la competencia, proteja a los consumidores y promueva la innovación en el sector.

Desarrollo de una normativa específica para pagos electrónicos, creación de un organismo regulador independiente, protección de datos personales de los usuarios.

2.2. Oportunidades

Nuevos desarrollos tecnológicos: La implementación de tecnologías como la inteligencia artificial, blockchain y el Internet de las Cosas (IoT) tiene el potencial de revolucionar aún más los pagos electrónicos, haciéndolos más rápidos, seguros y eficientes.

Crecimiento del comercio electrónico: El continuo crecimiento del comercio electrónico presenta una oportunidad para que los medios de pago electrónico se integren aún más en las compras en línea.

Expansión a nuevos sectores: Los pagos electrónicos pueden expandirse a nuevos sectores como el transporte, la salud y la educación, ofreciendo mayor comodidad y eficiencia.

Fomento de la inclusión financiera: Los medios de pago electrónico pueden ser una herramienta poderosa para promover la inclusión financiera y el desarrollo económico en Chile.

Atracción de inversiones: Un marco regulatorio favorable y un ecosistema de pagos electrónicos sólido pueden atraer inversiones extranjeras al sector, impulsando la innovación y el crecimiento.

3. Adaptación de los medios de pago electrónicos

Para los negocios de barrio en comunas con menor ingreso y las comunas de mayor ingreso, es importante adaptar los medios de pago a las características y necesidades de los clientes.

Tipo de Pago	Comuna Menor Ingreso	Comuna Mayor ingreso
Efectivo	<p>Sugerencia: Mantener el efectivo como el medio de pago principal, ya que sigue siendo el más accesible para muchos clientes en comunas con menores ingresos.</p> <p>Complemento: Asegúrate de tener suficiente cambio y considera sistemas de seguridad para el manejo de efectivo.</p>	
Transferencias Electrónicas	<p>Sugerencia: Ofrecer la opción de transferencias bancarias, especialmente para pagos de montos más altos. Esto es útil para clientes que prefieren no manejar efectivo en grandes cantidades.</p> <p>Educación: Informar a los clientes sobre cómo hacer transferencias si no están familiarizados con el proceso.</p>	

Tipo de Pago	Comuna Menor Ingreso	Comuna Mayor ingreso
WebPay y Pagos Online		<p>Sugerencia: Implementar WebPay u otros sistemas de pago en línea para negocios que también operen en internet o que ofrezcan servicios de delivery. Esto añade conveniencia y atrae a clientes que prefieren comprar desde casa.</p> <p>Seguridad: Asegurarse de que las transacciones en línea sean seguras y que la plataforma esté bien integrada.</p>
Tarjetas de Débito / Crédito	<p>Sugerencia: Incorporar un dispositivo móvil (como SumUp o Clip) que permita aceptar tarjetas de débito con bajas comisiones. Este método es más accesible que las tarjetas de crédito y es ampliamente utilizado.</p> <p>Facilidad: Es importante que el dispositivo de pago sea fácil de usar y portátil.</p>	<p>Sugerencia: Aceptar tanto tarjetas de débito como de crédito, utilizando terminales POS tradicionales o dispositivos móviles. Los clientes en comunas de mayor ingreso tienden a usar más estos métodos de pago.</p> <p>Flexibilidad: Ofrecer cuotas sin interés para compras de mayor valor puede ser un incentivo atractivo.</p>
QR Code o Billeteras Digitales	<p>Sugerencia: Explorar la implementación de pagos por códigos QR o billeteras digitales como Mach, que son de bajo costo y</p>	<p>Sugerencia: Fomentar el uso de billeteras digitales como Mercado Pago, Kushki o pagos por QR. Este segmento de la población tiende a</p>

Tipo de Pago	Comuna Menor Ingreso	Comuna Mayor ingreso
	<p>están ganando popularidad. Esto puede atraer a un público joven que busca conveniencia.</p> <p>Promoción: Ofrecer pequeños descuentos o promociones para incentivar a los clientes a utilizar estos métodos.</p>	<p>adoptar rápidamente nuevas tecnologías y aprecia la comodidad.</p> <p>Innovación: Incluir promociones exclusivas o recompensas para quienes utilicen estos métodos puede aumentar su adopción.</p>

4. Pérdida de Competitividad en los Negocios de Barrio en Chile y la Adopción de Medios de Pago Electrónicos

Los negocios de barrio en Chile, tanto en comunas de bajos como de altos ingresos, enfrentan desafíos significativos en cuanto a competitividad en un mercado cada vez más dominado por grandes cadenas y plataformas de comercio electrónico. La falta de adopción de tecnologías modernas, como los medios de pago electrónicos, juega un papel crucial en esta pérdida de competitividad. Sin embargo, los factores que afectan a estos negocios varían según el nivel de ingresos de la comuna, lo que requiere un análisis diferenciado.

4.1. Factores de la Pérdida de Competitividad en Comunas de Bajos Ingresos

En las comunas de bajos ingresos, la pérdida de competitividad de los negocios de barrio está profundamente ligada a la falta de acceso a recursos tecnológicos y financieros. Estos negocios a menudo operan en un entorno económico limitado, donde la modernización es un desafío debido a varios factores:

Infraestructura Limitada: Las comunas de bajos ingresos a menudo carecen de la infraestructura necesaria para soportar tecnologías avanzadas. La falta de acceso a internet de alta velocidad y la cobertura móvil inadecuada son barreras que impiden la implementación de sistemas de pago electrónicos eficientes.

Desconfianza y Educación Financiera: Existe una desconfianza general hacia las instituciones financieras y los medios de pago electrónicos, alimentada por la falta de educación financiera. Muchos dueños de negocios prefieren el efectivo debido a su tangibilidad y la percepción de que es más seguro, a pesar de los riesgos de manejo físico del dinero.

Restricciones Económicas: Los costos asociados con la adopción de medios de pago electrónicos, como la compra de dispositivos POS y las comisiones por transacción, son prohibitivos para muchos negocios en estas áreas. Esto limita su capacidad para competir con establecimientos más grandes que pueden absorber estos costos con mayor facilidad.

4.2. Factores de la Pérdida de Competitividad en Comunas de Altos Ingresos

En las comunas de altos ingresos, aunque la infraestructura tecnológica es más avanzada y la educación financiera es mayor, los negocios de barrio todavía enfrentan desafíos competitivos. Estos desafíos, sin embargo, son de naturaleza diferente a los de las comunas de bajos ingresos:

Expectativas Altas del Consumidor: Los consumidores en comunas de altos ingresos tienen expectativas más elevadas en cuanto a la modernidad y conveniencia de los servicios. La falta de medios de pago electrónicos puede ser vista como una desventaja significativa, ya que estos consumidores prefieren métodos de pago rápidos y seguros, como tarjetas de crédito, débito y aplicaciones móviles.

Competencia con Grandes Cadenas: Aunque los negocios de barrio en estas comunas pueden tener acceso a más recursos, todavía enfrentan la intensa competencia de grandes cadenas que ofrecen una experiencia de compra superior en términos de tecnología y servicios al cliente. La capacidad de estos negocios para competir se ve limitada si no adoptan tecnologías modernas que los alineen con las expectativas del mercado.

Oportunidades de Innovación Perdidas: En un entorno de altos ingresos, la falta de adopción de medios de pago electrónicos también significa perder oportunidades de innovación que podrían diferenciar a los negocios de barrio de sus competidores. La falta de integración con sistemas de fidelización, marketing digital, y análisis de datos deja a estos negocios rezagados en un mercado que valora cada vez más estas capacidades.

4.3. El Impacto de la Adopción de Medios de Pago Electrónicos en Comunas de Bajos y Altos Ingresos

Comunas de Bajos Ingresos

Mejora en la Inclusión Financiera: La adopción de medios de pago electrónicos en estas comunas no solo moderniza las operaciones de los negocios de barrio, sino que también promueve la inclusión financiera. Al entrar en el sistema financiero formal, estos negocios pueden acceder a microcréditos, seguros y otros productos financieros que pueden impulsar su crecimiento y estabilidad.

Aumento de la Competitividad: Al ofrecer métodos de pago modernos, los negocios pueden atraer a un grupo más amplio de clientes, incluidos aquellos que prefieren evitar el uso de efectivo por razones de seguridad o conveniencia. Esto es particularmente importante para captar a consumidores más jóvenes que están más inclinados a utilizar tecnologías digitales en su vida diaria.

Reducción de Riesgos: Los pagos electrónicos reducen los riesgos asociados con el manejo de efectivo, como robos y errores contables. Esto no solo mejora la seguridad del negocio, sino que también simplifica la gestión operativa, permitiendo a los dueños de negocios concentrarse en áreas clave como la atención al cliente y la expansión del negocio.

Comunas de Altos Ingresos

Alineación con las Expectativas del Mercado: En estas comunas, la adopción de medios de pago electrónicos es crucial para mantener la competitividad. Los consumidores esperan tener múltiples opciones de pago y, a menudo, optan por negocios que pueden ofrecerles la mayor conveniencia. La falta de estos servicios puede ser percibida como una deficiencia significativa, haciendo que los clientes prefieran grandes cadenas o tiendas que ofrezcan una experiencia de compra más moderna.

Diferenciación e Innovación: Los negocios de barrio que adoptan tecnologías avanzadas, como sistemas de pago electrónico integrados con programas de fidelización y marketing digital, pueden diferenciarse de sus competidores más grandes al ofrecer un servicio personalizado que combina la conveniencia tecnológica con la atención cercana al cliente que caracteriza a los negocios de barrio.

Mayor Eficiencia Operativa: La adopción de medios de pago electrónicos también permite una mayor eficiencia operativa, automatizando procesos como la contabilidad y el seguimiento de ventas. Esto no solo reduce los errores humanos, sino que también libera tiempo y recursos que los dueños de negocios pueden reinvertir en mejorar su oferta de productos o expandir su negocio.

4.4. Estrategias para Facilitar la Adopción en Diferentes Comunas

Para que los negocios de barrio en comunas de bajos y altos ingresos adopten con éxito los medios de pago electrónicos y mejoren su competitividad, es necesario implementar estrategias adaptadas a las necesidades específicas de cada contexto:

Educación Financiera y Apoyo Técnico: En comunas de bajos ingresos, es crucial implementar programas de educación financiera que enseñen a los dueños de negocios sobre los beneficios de los medios de pago electrónicos y cómo implementarlos de manera efectiva. Estos programas deben incluir apoyo técnico para ayudar a superar las barreras tecnológicas.

Incentivos Económicos y Subsidios: Ofrecer subsidios y otros incentivos económicos para la adquisición de dispositivos POS y la implementación de sistemas de pago electrónico puede reducir las barreras de entrada en comunas de bajos ingresos. En comunas de altos ingresos, se pueden ofrecer incentivos para la integración de tecnologías avanzadas que mejoren la experiencia del cliente.

Mejora de Infraestructura: La inversión en infraestructura tecnológica, como la expansión del acceso a internet de alta velocidad en comunas de bajos ingresos, es esencial para permitir la adopción de tecnologías modernas. Esto incluye mejorar la cobertura móvil y proporcionar acceso a dispositivos y software necesarios para operar medios de pago electrónicos de manera efectiva.

Fomentar la Colaboración Público-Privada: Alianzas entre el sector público, instituciones financieras y empresas tecnológicas pueden facilitar la adopción de medios de pago electrónicos en ambos tipos de comunas. Estas alianzas pueden desarrollar soluciones adaptadas a las necesidades locales y proporcionar el soporte necesario para su implementación.

5. Soluciones para el Futuro de los Pagos Electrónicos en Chile

Chile se encuentra en un momento crucial para la adopción y expansión de los pagos electrónicos. A medida que la economía digital crece, es fundamental abordar los desafíos actuales y aprovechar las oportunidades que se presentan. A continuación, se proponen soluciones innovadoras para impulsar el uso de pagos electrónicos en el país, beneficiando tanto a los consumidores como a los pequeños negocios.

5.1. Educación Financiera Integral y Digitalización

Propuesta: Implementación de Programas de Educación Financiera: Es crucial desarrollar programas de educación financiera, tanto a nivel escolar como comunitario, que enseñen sobre los beneficios y el uso seguro de los pagos electrónicos. Esto podría incluir módulos específicos para dueños de negocios de barrio, enfocados en cómo implementar y gestionar pagos electrónicos, junto con la administración financiera básica.

Innovación: Plataformas de E-learning: Crear plataformas de aprendizaje en línea accesibles desde dispositivos móviles para impartir conocimientos financieros básicos y avanzados. Estas plataformas podrían ofrecer certificaciones en educación financiera, incentivando a los usuarios con beneficios adicionales, como descuentos en tarifas de transacción.

Oportunidades: Mayor Inclusión Financiera: Al mejorar la educación financiera, se incrementa la confianza en los sistemas digitales, lo que facilita la adopción de tecnologías de pago electrónico y la integración de más personas y negocios en el sistema financiero formal.

5.2. Infraestructura Tecnológica y Acceso Universal

Propuesta: Desarrollo de Infraestructura Digital: Invertir en la expansión de la cobertura de internet de alta velocidad y mejorar la infraestructura de telecomunicaciones, especialmente en comunas de bajos ingresos. Esta inversión podría ser impulsada por alianzas público-privadas.

Innovación: Wi-Fi Público y Subvencionado: Implementar redes de Wi-Fi públicas y subvencionadas en áreas urbanas y rurales para facilitar el acceso a internet, lo que permitiría a más personas y negocios utilizar sistemas de pago electrónicos sin preocuparse por los costos de conectividad.

Oportunidades: Reducción de la Brecha Digital: Mejorar el acceso a la tecnología no solo facilita la adopción de pagos electrónicos, sino que también promueve el uso de otras herramientas digitales que pueden mejorar la eficiencia y competitividad de los negocios de barrio.

5.3. Desarrollo de Soluciones de Pago Adaptadas a las Necesidades Locales

Propuesta: Creación de Sistemas de Pago Flexibles y Accesibles: Desarrollar soluciones de pago que se adapten a las necesidades y capacidades de los pequeños negocios, especialmente en comunas de bajos ingresos. Esto podría incluir la introducción de dispositivos POS de bajo costo o gratuitos, financiados por programas gubernamentales o apoyados por fintechs locales.

Innovación: Pagos con Códigos QR y Billeteras Digitales Locales: Promover el uso de sistemas de pago con códigos QR y billeteras digitales que no requieran infraestructura costosa y que puedan ser utilizados por cualquier persona con un teléfono móvil básico. Estos sistemas podrían ser integrados con plataformas de comercio local, facilitando las transacciones digitales incluso en mercados y ferias.

Oportunidades: Empoderamiento Económico: Al proporcionar a los pequeños negocios herramientas adaptadas a sus necesidades, se fomenta su inclusión en la economía digital, lo que les permite competir más efectivamente y acceder a nuevos mercados.

5.4. Incentivos para la Adopción de Pagos Electrónicos

Propuesta: Incentivos Fiscales y Tarifas Reducidas: Implementar incentivos fiscales para pequeños negocios que adopten pagos electrónicos, como la reducción de impuestos o la devolución de un porcentaje de las comisiones por transacción durante los primeros años de uso. Además, negociar con bancos y fintechs para ofrecer tarifas reducidas o cero comisiones para microempresas durante un periodo introductorio.

Innovación: Programas de Recompensas y Cashbacks: Desarrollar programas de recompensas y cashback que incentiven tanto a los consumidores como a los comerciantes a utilizar pagos

electrónicos. Por ejemplo, ofrecer descuentos en impuestos municipales para negocios que alcancen cierto volumen de transacciones digitales.

Oportunidades: Aceleración de la Adopción: Estos incentivos podrían acelerar la adopción de pagos electrónicos, especialmente entre aquellos que son reticentes debido a los costos asociados, ayudando a integrar más negocios en la economía digital.

6. Políticas

Interoperabilidad:

Un desafío destacado es la interoperabilidad de los sistemas de pago, especialmente en lo que respecta a las TEF en el comercio minorista. A pesar de la alta interoperabilidad entre personas, su uso en comercios es limitado, lo que restringe su potencial como alternativa a los pagos con tarjeta.

Seguridad y Gestión de Riesgos:

Con el aumento de las transacciones digitales, la seguridad cibernética se ha convertido en una preocupación central. El Banco Central de Chile ha enfatizado la necesidad de fortalecer la infraestructura de ciberseguridad para proteger a los consumidores y garantizar la integridad del sistema financiero.

Inclusión Financiera:

Las tarjetas de prepago y las billeteras digitales presentan una gran oportunidad para mejorar la inclusión financiera, permitiendo a personas sin acceso a servicios bancarios tradicionales participar en la economía digital. Sin embargo, la aceptación limitada de estos medios en ciertos comercios sigue siendo un obstáculo.

Para aumentar la competitividad de los negocios de barrio en Chile, es crucial implementar políticas públicas que faciliten la adopción y el uso efectivo de medios de pago electrónicos. A continuación, se presentan algunas propuestas generales que podrían ser consideradas por los responsables de políticas en Chile:

Subsidios y Apoyo Financiero para la Adopción de Tecnología

Propuesta: Ofrecer subsidios directos o créditos blandos a pequeños comerciantes para la adquisición de terminales de pago electrónicos (POS), dispositivos móviles y software necesario para la gestión de pagos digitales.

Impacto: Este apoyo financiero reduciría las barreras económicas para la adopción de tecnología, permitiendo a más negocios de barrio integrar soluciones de pago modernas que mejoren su competitividad y atraigan a una base de clientes más amplia.

Capacitación y Educación Financiera

Propuesta: Implementar programas de capacitación en competencias digitales y financieras para dueños de negocios de barrio. Estos programas pueden incluir formación sobre el uso de sistemas de pago electrónico, gestión financiera digital, y ciberseguridad.

Impacto: Al mejorar la alfabetización digital y financiera, los pequeños comerciantes estarán mejor preparados para utilizar las herramientas digitales de manera efectiva, optimizando sus operaciones y reduciendo el riesgo asociado con transacciones electrónicas.

Incentivos Fiscales para la Digitalización

Propuesta: Introducir incentivos fiscales, como deducciones o exenciones, para aquellos negocios que adopten y utilicen medios de pago electrónicos. Esto podría incluir la reducción de impuestos sobre los ingresos generados a través de transacciones digitales.

Impacto: Los incentivos fiscales fomentarían la digitalización entre los pequeños comerciantes, aumentando la adopción de medios de pago electrónicos y mejorando la formalización y transparencia de los negocios de barrio.

Mejora de la Infraestructura Digital en Zonas Rurales y Comunas de Bajos Ingresos

Propuesta: Invertir en la expansión de la infraestructura tecnológica, como redes de internet de alta velocidad y cobertura móvil, en zonas rurales y comunas de bajos ingresos. Esta inversión podría ser coordinada entre el sector público y privado.

Impacto: Una infraestructura digital robusta es esencial para que los negocios de barrio puedan adoptar medios de pago electrónicos. Mejorar la conectividad en áreas desatendidas permitirá que estos negocios se integren en la economía digital y aumenten su competitividad.

Regulación y Normativas de Ciberseguridad

Propuesta: Desarrollar y aplicar normativas de ciberseguridad específicas para proteger a los pequeños negocios de barrio que utilizan medios de pago electrónicos. Estas normativas deben

incluir la protección de datos, la gestión de riesgos, y la educación sobre buenas prácticas de seguridad.

Impacto: Asegurar que las transacciones electrónicas sean seguras fortalecerá la confianza de los comerciantes y los consumidores en los pagos digitales, promoviendo su uso generalizado y protegiendo a los negocios de posibles ciberataques.

Fomento de la Interoperabilidad entre Sistemas de Pago

Propuesta: Impulsar políticas que promuevan la interoperabilidad entre diferentes sistemas de pago electrónico, facilitando que los negocios de barrio puedan aceptar una variedad de métodos de pago sin necesidad de múltiples dispositivos o acuerdos con diferentes proveedores.

Impacto: La interoperabilidad reduciría costos y complejidad para los pequeños comerciantes, permitiéndoles ofrecer a sus clientes una mayor flexibilidad y conveniencia en las opciones de pago.

Alianzas Público-Privadas para el Desarrollo de Soluciones Adaptadas

Propuesta: Fomentar alianzas entre el gobierno, el sector financiero, y las empresas tecnológicas para desarrollar soluciones de pago electrónico adaptadas a las necesidades específicas de los negocios de barrio, incluyendo aplicaciones móviles y plataformas de bajo costo.

Impacto: Estas alianzas podrían generar innovaciones que sean asequibles y accesibles para los pequeños comerciantes, permitiendo una mayor inclusión financiera y facilitando la transición hacia una economía digital.

La implementación de políticas públicas orientadas a promover la adopción de medios de pago electrónicos entre los negocios de barrio en Chile tiene el potencial de aumentar significativamente su competitividad. Estas políticas deben ser integrales, abordando desde el acceso a la tecnología y la capacitación hasta la infraestructura y la seguridad. Con el enfoque y apoyo adecuados, los negocios de barrio pueden no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno económico cada vez más digitalizado.

Capítulo V - Sugerencias y Conclusiones

1. Sugerencias a los dueños de negocios de barrios residenciales

Consideraciones Generales

Independientemente de la comuna, es importante educar a los clientes sobre las opciones de pago disponibles y cómo utilizarlas.

Implementar medidas de seguridad adecuadas para proteger tanto al negocio como a los clientes, especialmente al manejar efectivo y pagos digitales.

Ser flexible y dispuesto a adoptar nuevos métodos de pago según cambien las preferencias de los clientes y las tecnologías disponibles.

Estas estrategias pueden ayudar a optimizar las ventas y mejorar la experiencia del cliente según el contexto económico de cada comuna.

Comunas de Menores Ingresos

Aunque es importante ofrecer opciones digitales, el efectivo sigue siendo predominante en estas zonas. Asegúrate de tener cambio disponible y un sistema seguro para manejarlo.

Un terminal POS tradicional o mPOS que acepte tarjetas de débito es fundamental. Prioriza aquellos con menores costos de arriendo y comisiones.

Son una opción económica y fácil de implementar. MACH es popular en Chile y puede ser una buena alternativa, especialmente si tus clientes son jóvenes.

Muchos clientes pueden preferir transferencias directas a tu cuenta bancaria. Khipu puede facilitar este proceso al generar códigos de pago únicos.

Opta por medios de pago con comisiones bajas o nulas para no afectar tus ganancias.

Comunas de Mayores Ingresos

Los clientes en estas comunas esperan una gama más amplia de opciones de pago. Incluye tarjetas de crédito, débito, billeteras digitales y pagos sin contacto.

Considera terminales POS con más funcionalidades, como pagos sin contacto (NFC), opciones de cuotas y programas de fidelización.

Si tienes un sitio web o vendes a través de redes sociales, integrar una pasarela de pago como Webpay Plus o Flow te permitirá aceptar pagos con tarjeta de forma segura.

Mercado Pago, MACH y otras billeteras digitales son populares en estas comunas y ofrecen comodidad y rapidez en los pagos.

Busca ofrecer una experiencia de pago fluida y sin fricciones, con opciones como pago con un solo clic o links de pago personalizados.

2. Conclusiones a los dueños de negocios de barrio

Los negocios de barrio en Chile son un pilar fundamental de la economía local y desempeñan un papel crucial en la generación de empleo, la inclusión financiera, y la cohesión social en las comunidades locales. Clasificados principalmente como microempresas con ingresos anuales que no superan los 90 millones de pesos chilenos, estos negocios son esenciales para el desarrollo económico de las comunas en las que operan. A pesar de su tamaño, su impacto en la economía es significativo, especialmente en comunas de bajos ingresos y áreas rurales donde son los principales generadores de empleo y proveedores de servicios esenciales.

La inclusión financiera es una herramienta clave para potenciar el desarrollo de estos negocios. Mejorar el acceso a servicios financieros no solo fortalece las capacidades individuales para gestionar riesgos y aprovechar oportunidades, sino que también impulsa el crecimiento de las economías locales y nacionales. Sin embargo, el impacto de la inclusión financiera y la adopción de medios de pago electrónicos varía según el contexto socioeconómico de la comuna. En comunas de bajos ingresos, la adopción de estos medios es crucial para superar las barreras de inclusión financiera y vencer la desconfianza en la tecnología. Para que los negocios de barrio en estas áreas puedan beneficiarse plenamente, es necesario mejorar la infraestructura, ofrecer educación financiera adecuada, y establecer políticas que reduzcan los costos y barreras de entrada.

En contraste, en comunas de altos ingresos, la adopción de medios de pago electrónicos está más avanzada debido a un entorno financiero más desarrollado y a una mayor familiaridad con la tecnología. Aquí, la integración de estas innovaciones en la operación diaria de los negocios es más fluida, lo que les permite competir eficazmente en un mercado que valora la modernidad y la conveniencia.

No obstante, la pérdida de competitividad de los negocios de barrio, especialmente en comunas de bajos ingresos, sigue siendo un desafío. La adopción de medios de pago electrónicos puede ser una solución poderosa para revertir esta tendencia, mejorando la competitividad y facilitando la inclusión financiera. Sin embargo, para que esta transición sea efectiva, se necesita un enfoque diferenciado que considere las barreras específicas de cada comunidad, acompañado de estrategias de apoyo que faciliten el cambio hacia una operación más tecnológica e inclusiva.

El futuro de los pagos electrónicos en Chile presenta tanto desafíos como oportunidades. Con un enfoque en la reducción de costos, la mejora de la infraestructura digital, la creación de sistemas de pago adaptados, y la implementación de un marco regulatorio sólido, Chile puede posicionarse como un líder en la adopción de pagos electrónicos en América Latina. Esto no solo beneficiará a los consumidores, sino que también permitirá a los negocios de barrio prosperar, convirtiéndose en motores de desarrollo económico y social en sus comunidades y contribuyendo al bienestar general del país.

Finalmente, la alfabetización digital es crucial para que los negocios de barrio en Chile puedan competir en un mercado cada vez más digitalizado. Las diferencias en el acceso a la tecnología y la capacitación entre comunas de bajos y altos ingresos exacerban las desigualdades económicas, limitando el potencial de crecimiento de los pequeños negocios en áreas más desfavorecidas. Sin embargo, mediante la implementación de programas de capacitación, subsidios para la adopción de tecnología y el desarrollo de plataformas digitales inclusivas, es posible cerrar la brecha digital y empoderar a los negocios de barrio para que prosperen en la economía digital.

3. Referencias

- Banco Central. (n.d.). *Banco Central*. Retrieved from <https://www.bcentral.cl/inicio>
- Banco Central. (n.d.). *Banco Central*. Retrieved from Estadísticas Monetarias y Financieras 2024: <https://www.bcentral.cl/en/content/-/detalle/estadisticas-monetarias-y-financieras-2024>
- Bucher, M., & Fantoni, D. (n.d.). *Mercado de medios de pago con tarjeta en Chile*. Universidad Adolfo Ibañez.
- Central, B. (2024, Agosto). *Informe de Sistemas de Pago Agosto 2024*. Retrieved from [www.bcentral.cl: https://www.bcentral.cl/web/banco-central/areas/politica-financiera/informe-de-sistemas-de-pago](https://www.bcentral.cl/web/banco-central/areas/politica-financiera/informe-de-sistemas-de-pago)
- Centro de Estudios Públicos. (n.d.). *CEP*. Retrieved from <https://www.estudiospublicos.cl/index.php/cep/index>
- Comisión Mercado Financiero. (n.d.). *CMF*. Retrieved from <https://www.cmfchile.cl/portal/principal/613/w3-channel.html>
- Flores, C., Alarcón, C., & Morales, L. (2008, Noviembre). *SBIF*. Retrieved from https://www.cmfchile.cl/portal/estadisticas/617/articles-40013_doc_pdf.pdf
- Flow. (n.d.). *Flow*. Retrieved from <https://www.flow.cl/>
- Instituto Nacional de Estadísticas. (n.d.). *INE*. Retrieved from Ingresos y Gastos de las Personas: <https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/ingresos-y-gastos/>
- Kauffman, R., Griffo, P., & Hedman, J. (2021). Clasificar las implementaciones de soluciones de pago sin efectivo a nivel país. *Investigación y aplicaciones en comercio electrónico*.
- Khan, J. (n.d.). Medición de las percepciones del consumidor sobre el modo de pago. *Revista Psicología Económica*.
- Khan, J., & Russel W. Belkb, M. C.-L. (2015). Medición de las percepciones del consumidor sobre el modo de pago. *Revista de Psicología Económica*.
- Khipu. (n.d.). *Khipu*. Retrieved from <https://www.khipu.com/>
- Klap. (n.d.). *Klap.cl*. Retrieved from <https://www.klap.cl/>
- Lai, K.-K., Chen, Y. L., & Kumar, V. (2023). Mapeo de trayectorias tecnológicas y exploración de fuentes de conocimiento. *Pronóstico Tecnológico y Cambio Social*.
- Mach. (n.d.). *Mach*. Retrieved from <https://www.somosmach.com/>
- Marcel, M. (n.d.). *Ministerio de Hacienda*. Retrieved from <https://www.hacienda.cl/noticias-y-eventos/presentaciones/presentacion-ministro-mario-marcel-sobre-desafios-de-la-inclusion-financiera>
- Mercado Pago. (n.d.). *Mercado Pago*. Retrieved from <https://www.mercadopago.cl/>

Ministerio de Economía. (2013, Abril). Inclusión Financiera y Medios de Pago Electrónicos. Santiago. Retrieved from Ministerio de Economía: <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2014/04/Informe-Inclusi%C3%B3n-Financiera-y-Medios-de-Pago-Electr%C3%B3nicos.pdf>

Ministerio de Hacienda. (n.d.). *Ministerio de Hacienda*. Retrieved from <https://hacienda.cl/>

Ministerio de Hacienda. (n.d.). *Ministerio de Hacienda*. Retrieved from www.hacienda.cl

PayU. (n.d.). *PayU*. Retrieved from <https://chile.payu.com/>

Rogers, E. M. (n.d.). *Diffusion Of Innovations*. 2003.

Santander. (n.d.). *GetNet*. Retrieved from <https://banco.santander.cl/getnet>

Sumup. (n.d.). *Sumup*. Retrieved from <https://www.sumup.com/es-cl/>

Transbank. (n.d.). *Transbank*. Retrieved from <https://publico.transbank.cl/>