

(Segunda y última parte)

Más allá del fútbol: cómo el Mundial 2026 transformará el comercio presencial



El Mundial 2026 será un ejemplo perfecto de esta dinámica: millones de visitantes internacionales, con poco tiempo y altas expectativas, buscarán pagar sin complicaciones. En eventos de gran afluencia, la capacidad de cobrar de forma ágil no sólo mejora la experiencia, sino que también aumenta la rotación y los ingresos por hora de operación. Diversas investigaciones coinciden en que los pagos sin contacto reducen de forma significativa los tiempos de transacción y mejoran la percepción del cliente en el punto de venta. En promedio, los comercios que adoptan esta tecnología pueden procesar operaciones hasta un 30% más rápido y reportan mayores niveles de satisfacción entre sus usuarios. Según CoinLaw (Contactless Payment Statistics 2025), el 78% de los pequeños negocios que implementaron pagos contactless en 2023 observaron una mejora notable en la experiencia de sus clientes.

Pero más allá del proceso, la evolución de los pagos también tiene un impacto directo en las ventas y en la reputación del negocio.

Cuando decir “sólo efectivo” cuesta caro: el impacto de no ofrecer métodos de pago digitales

La digitalización avanza a ritmo acelerado, así que depender únicamente del efectivo puede convertirse en un freno para el crecimiento de cualquier negocio físico.

Un informe de Mastercard indica que el 56% de las PYME en Latinoamérica que aún no aceptan pagos digitales reportan haber perdido clientes semanalmente por esa razón. En mercados con alto flujo turístico o de entretenimiento, ese impacto puede multiplicarse durante eventos masivos como el Mundial 2026.



Las principales consecuencias para los comercios que sólo operan con efectivo

Pérdida directa de ventas. Si un cliente no puede pagar con su método preferido, simplemente elige otro comercio. Durante períodos de alta demanda, como un partido o evento deportivo, cada minuto de espera o negativa de pago puede representar docenas de transacciones perdidas.

Percepción negativa y pérdida de confianza. Un negocio que no acepta tarjeta o wallet proyecta una imagen desactualizada. Esto afecta especialmente a los visitantes internacionales, que asumen que todos los comercios aceptan medios electrónicos.

Mayores costos operativos. El manejo

exclusivo de efectivo implica riesgos adicionales: errores humanos, costos de transporte de valores, conciliaciones manuales y exposición al robo o pérdida. Además, reduce la visibilidad de las ventas diarias y dificulta la planeación financiera. Desventaja competitiva frente a economías más digitalizadas. En el panorama internacional, los pagos con tarjeta dominan claramente el punto de venta. En países como Reino Unido, el efectivo representa sólo alrededor del 12% de todas las transacciones presenciales, mientras que las operaciones con tarjeta —principalmente contactless— superan el 80% del total, según Payments Cards & Mobile (2023). En Australia, la digitalización es aún más marcada: prácticamente todos los pagos en tienda se realizan mediante tarjetas o medios electrónicos.