

pagos digitales. Se pronostica que este crecerá a una tasa CAGR del 24% desde el 2024 y hasta el 2027, año en el que alcanzará un volumen de US\$184 mil millones.

Esta expansión no se limita al comercio puramente digital. El 85% de consumidores adquieren sus productos combinando canales físicos y digitales, lo que ha dado lugar a estrategias omnicanales donde los pagos digitales juegan un papel central.

Los comercios que ofrecen múltiples opciones de pago —desde tarjetas hasta transferencias y efectivo digital— están mejor posicionados para capturar esta demanda híbrida. Las categorías de productos que lideran las ventas en línea también revelan patrones interesantes. La categoría de moda presentó un crecimiento interanual de 41.7%, seguida por pequeños electrodomésticos y productos de consumo masivo.

### **Pagos remotos para negocios: expandiendo el alcance más allá de la ubicación física**

Una de las transformaciones más significativas ha sido la capacidad de los comercios para procesar transacciones sin requerir la presencia física del cliente. Los pagos remotos han abierto nuevas oportunidades de venta a través de múltiples canales: redes sociales, mensajería instantánea, correo electrónico y llamadas telefónicas. Los pagos con link se han consolidado como una herramienta versátil para comercios de todos los tamaños. Por ejemplo, permiten a un vendedor de productos artesanales en Oaxaca procesar un pedido de un cliente en Monterrey con la misma facilidad que una transacción local. Asimismo, un restaurante puede

enviar un enlace de pago por WhatsApp para confirmar una reserva o procesar un pedido a domicilio. Un profesional independiente puede facturar sus servicios de consultoría enviando un link personalizado por correo electrónico.

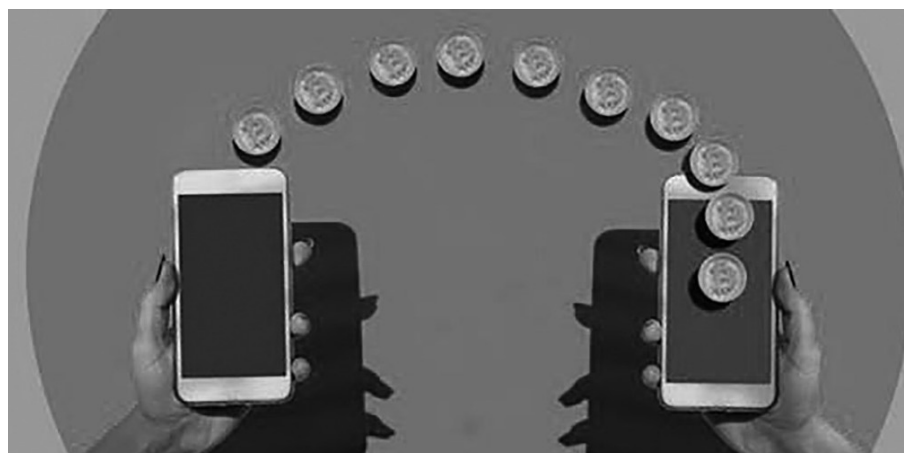
De acuerdo con cifras del Banco de México citadas en análisis de industria, en el primer semestre de 2024 el número de pagos con tarjeta en comercios (procesados en TPV) creció 22% frente al mismo periodo de 2023, impulsado por la adopción de terminales en pequeños y medianos negocios y por la expansión de agregadores de pago. Esta tendencia se mantuvo en 2025 con un incremento continuo

de comercios que aceptan pagos digitales.

Los códigos QR también han ganado protagonismo como método de pago remoto y presencial. El sistema de CoDi (Cobro Digital) ha brindado a los usuarios, desde 2019, la opción de pagar mediante código QR y la tecnología NFC, facilitando transacciones rápidas sin necesidad de contacto físico con terminales.

### **Casos de uso: cómo los comercios están aprovechando los pagos digitales**

La adopción de métodos de pagos



digitales ha transformado modelos de negocio en diversos sectores:

En el comercio minorista, las tiendas de barrio están incorporando terminales móviles que les permiten aceptar tarjetas y pagos sin contacto, compitiendo en igualdad de condiciones con establecimientos más grandes.

El sector de servicios profesionales ha encontrado en los pagos digitales una forma de agilizar la facturación y reducir tiempos de cobro. Médicos, dentistas y terapeutas pueden ofrecer planes de pago a meses sin intereses, haciendo más accesibles tratamientos de mayor costo.

Los negocios de alimentos y bebidas han integrado pagos digitales en múltiples puntos de contacto, desde menús digitales con pago integrado hasta sistemas de pedidos en línea con entrega a domicilio.

El comercio social —ventas a través de plataformas como Facebook, Instagram y WhatsApp— ha experimentado un auge notable. Las tiendas pueden compartir catálogos digitales y procesar pagos sin que el cliente abandone la aplicación de mensajería, reduciendo fricciones y aumentando las tasas de conversión. Las proyecciones para los próximos años señalan una continuación de la tendencia hacia la digitalización. Se estimó que para 2027 el número de usuarios de pagos digitales en puntos de venta alcanzaría los 21 millones, reflejando una adopción cada vez más amplia.

La transformación del ecosistema de pagos representa una oportunidad histórica para que los comercios amplíen su alcance, mejoren la experiencia del cliente y optimicen sus operaciones financieras. Los datos muestran que los consumidores están listos para adoptar métodos digitales cuando se les ofrecen opciones seguras, convenientes y flexibles.