Ley de Economía Digital: Pago de comisiones y falta de conectividad, retos para pequeños negocios

Por Redacción

El reto de conectividad llega a 83% de los participantes rurales, frente a 57% en ciudades grandes

Tener dinero en la cuenta y un celular a la mano puede no ser suficiente para pagar. La falta de internet o datos móviles es una limitante para 60.9% de los consumidores digitales encuestados en un estudio de Endeavor, realizado en colaboración con Mercado Pago.
El obstáculo cobra relevancia con la Ley de Economía Digital para Pagos Digitales y Electrónicos, publicada recientemente, la legislación faculta a Hacienda para determinar sectores y actividades donde los medios digitales podrán ser la única forma de pago, sujetos a reglas y plazos de transición.
Para Patricia Gameros, Chief Marketing Officer de Endeavor México, avanzar hacia ese modelo requiere resolver primero las condiciones para que una compra pueda completarse. "Exigir aceptación digital sin resolver primero esa brecha trasladaría al comercio más vulnerable un problema que no le corresponde resolver", señaló en entrevista por escrito.
Las dificultades de conectividad alcanzan a 83% de los participantes rurales, frente a 57% en ciudades grandes. La diferencia muestra una barrera más pronunciada fuera de los centros urbanos, aunque el problema también aparece entre quienes compran en las grandes urbes.
Aunque las cifras corresponden a los participantes del estudio y no significa que esos porcentajes de la población mexicana carezcan de internet ni que todas sus compras terminen pagándose en efectivo; sí es una muestra de la fricción que encuentran al tratar de pagar sin efectivo en distintos comercios.
El estudio también muestra que la disposición a cambiar existe entre los consumidores digitales encuestados, ya que 76.4% considera que le resultaría fácil dejar el efectivo, pero 47% todavía lo utiliza diariamente.
Además, 42.9% incrementaría los pagos digitales si las transacciones fueran más rápidas y confiables.
En este sentido, Gameros plantea que, antes de cualquier mandato, se necesita cobertura confiable, alternativas que funcionen con conectividad intermitente o sin conexión y terminales accesibles para pequeños negocios.
"La infraestructura de pagos ya existe en buena parte del país, pero el hábito y las condiciones para adoptarla son muy distintas entre una ciudad grande y una zona rural", explicó.



Las tienditas necesitan que la digitalización sea rentable

No obstante, resolver la conexión no elimina todos los obstáculos. El 54.1% de los encuestados ha evitado pagar digitalmente al menos una vez por las comisiones, mientras que 58.4% utilizaría más estos medios si no hubiera esos cobros.
Para la tiendita, aceptar pagos digitales también implica decidir cuánto de su ganancia puede destinar al cobro. Patricia Gameros señala que el margen operativo del pequeño comercio ronda 5% y que las comisiones de agregación vigentes se acercan a ese nivel.
Por lo tanto, propone reducir el costo por transacción a entre 2% y 3%, con comisiones escalonadas o exenciones iniciales para los negocios más pequeños. Sin embargo, incluso ese rango plantea una presión considerable frente al margen que menciona, es decir, la digitalización necesita resultar rentable también para quien recibe el pago.
Recientemente, el secretario de

