

# Formas de pago alternativas en micronegocios familiares

Un análisis a partir de la ENIGH





# DataBuesos

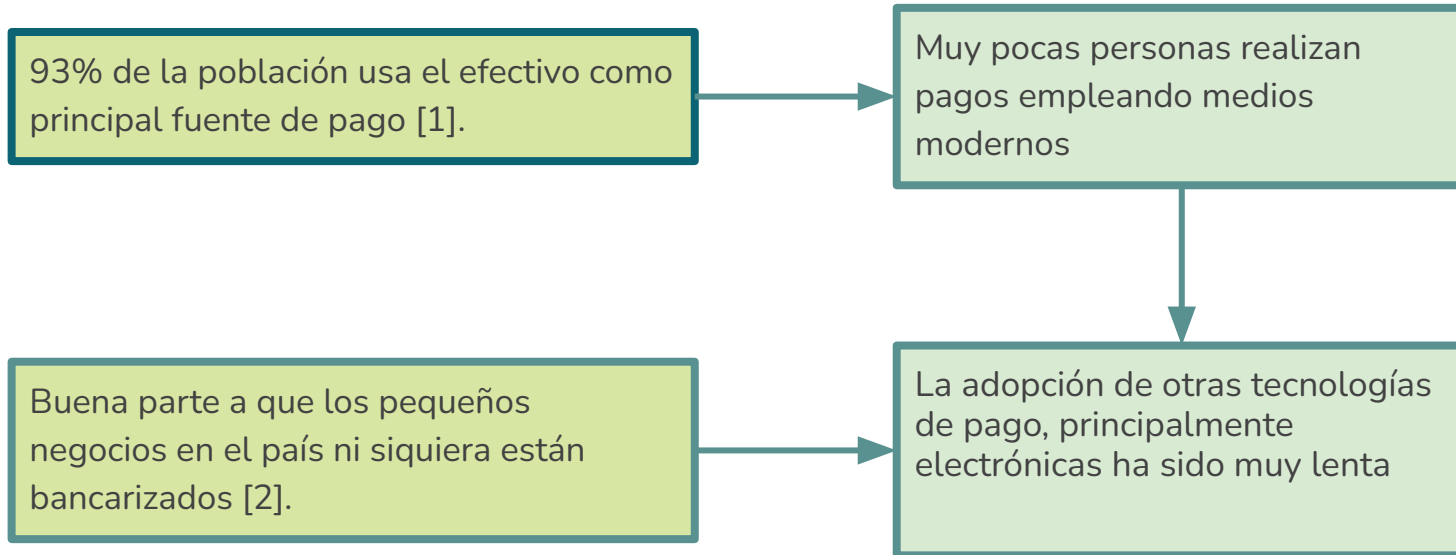
Juan Javier Santos Ochoa ([@jjsantoso](#))

Economista

Científico de datos en el [LNPP-CIDE](#)



# Introducción

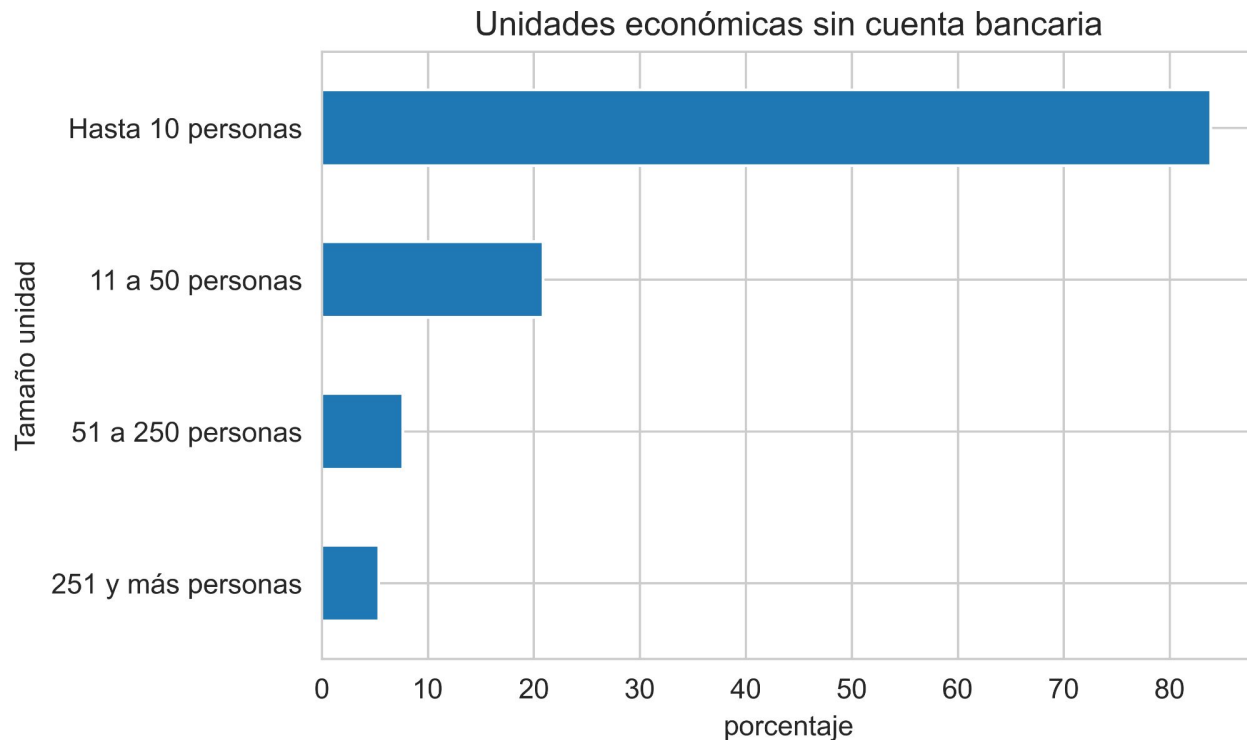


[1] [http://educa.banxico.org.mx/banxico\\_educa\\_educacion\\_financiera/blog-102-uso-del-efectivo-en-.html](http://educa.banxico.org.mx/banxico_educa_educacion_financiera/blog-102-uso-del-efectivo-en-.html)

[2] Censo Económico 2019, con datos de <https://api.datamexico.org/ui/>

# 83%

**de las  
microempresas  
no tienen una  
cuenta de banco**



Falta de bancarización de las Pymes

=

Exclusión del mercado financiero tradicional:  
**crédito, seguros, pagos en línea.**

Pymes sin pagos  
electrónicos

menos posibilidades  
de hacer **ventas en  
línea,**

mayor afectación en  
eventos como la **pandemia**

- reducción de transacciones presenciales
- aumento importante del comercio electrónico

# Pregunta de investigación

*¿Cuáles son las características sociodemográficas y del negocio que hacen más probable que un micronegocio familiar adopte medios de pago alternativos al efectivo?*

Este diagnóstico que ayudará a entender las principales barreras que impiden una adopción más amplia de mejores tecnologías de pago.

## Datos

### Microdatos de la ENIGH 2020

- Módulo de negocios del hogar: información sobre pequeños negocios
- Representatividad a nivel estatal y nacional
- Incluye las formas de pago que se aceptan en el negocio

## Metodología

Análisis descriptivo con las variables disponibles

Estimación mediante un modelo de regresión logística

- Comprobar qué variables son importantes para predecir el uso de medios de pago alternativos.



<https://shorturl.at/jtF38>



# Principales hallazgos



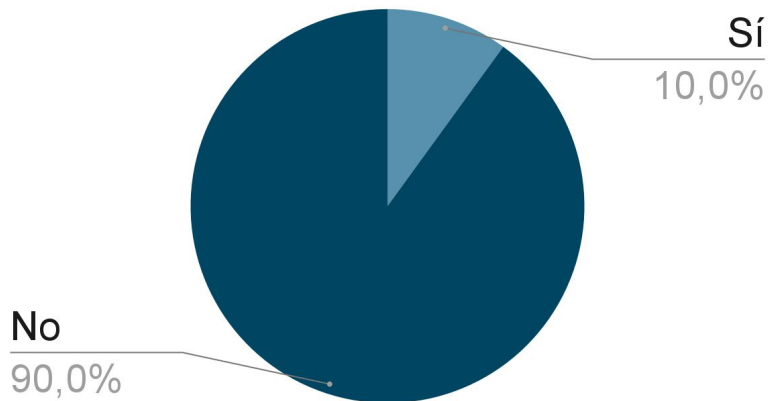


# Adopción de pagos alternativos

- 28.2% de los hogares en el país tienen un micronegocio familiar o realizan una actividad independiente.
- El ingreso promedio mensual que genera esta actividad es de \$4,836,
  - representa el 33% de los ingresos mensuales corrientes en un hogar promedio.

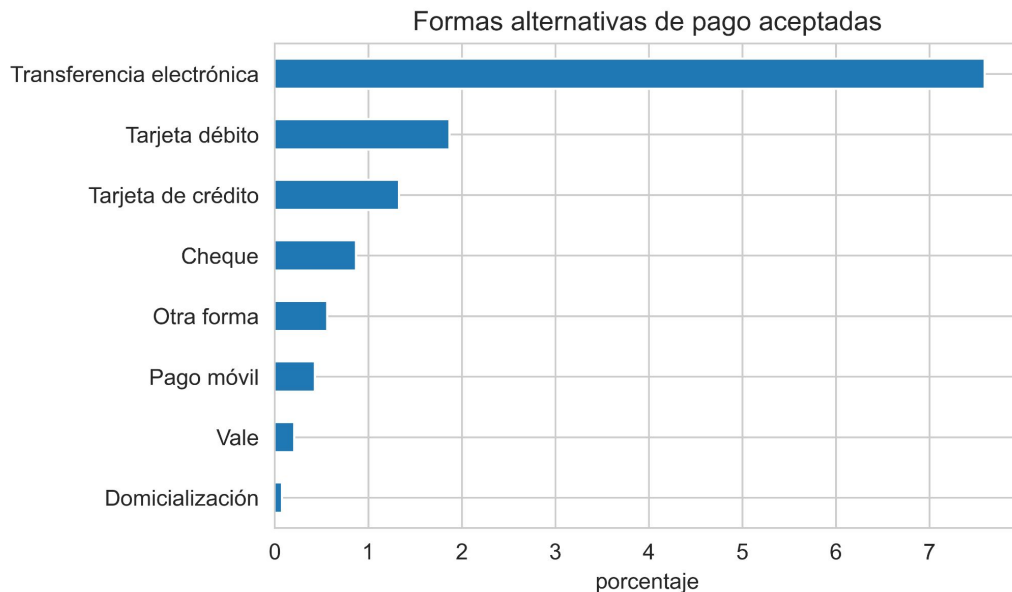
**Solo 10% de estos negocios en el país acepta medios de pago diferentes al efectivo**

Recibe medios de pago diferentes al efectivo



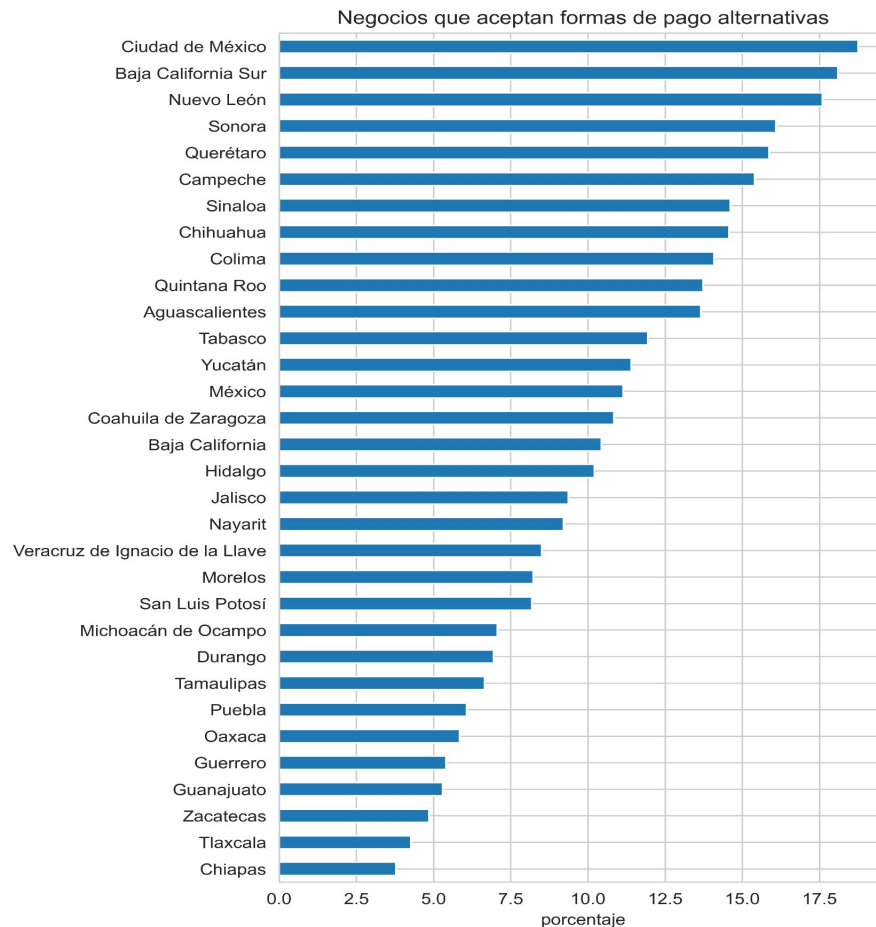
# Formas de pago aceptadas además del efectivo

- La principal forma de pago alternativa es por transferencia electrónica (7.6%) y tarjeta débito (1.9%) o crédito (1.3%).
- La adopción de pagos móviles es bastante baja (<1%)

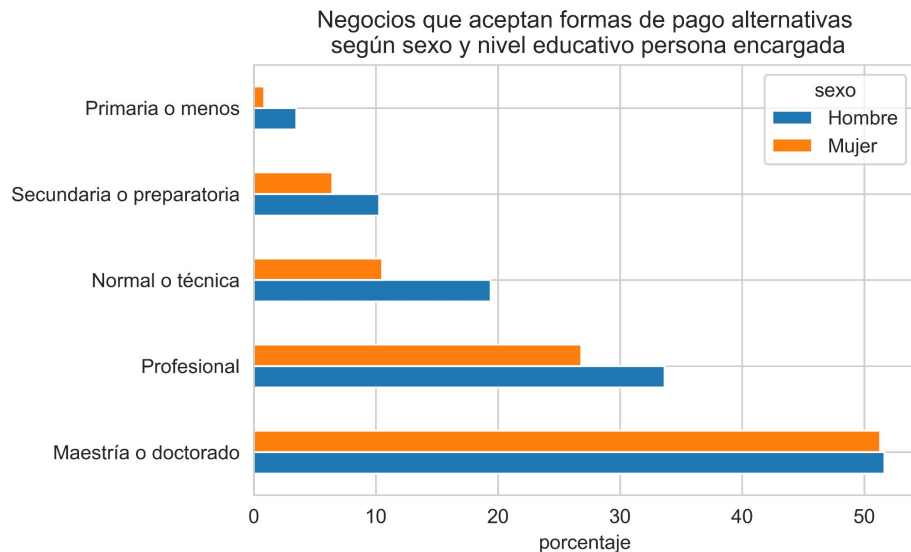


# Distribución estatal

- La **Ciudad de México** encabeza la adopción de pagos alternativos, con 18.7%, seguido por **Baja California Sur, Nuevo León, Sonora y Querétaro**, completando el top 5.
- Por el contrario, las 5 entidades con la menor adopción de estos pagos son **Chiapas (3.7%), Tlaxcala, Zacatecas, Guanajuato y Guerrero**.
- En general, aquellos estados con un mayor nivel de urbanización y actividad económica suelen tener mayor adopción de otros medios de pago.

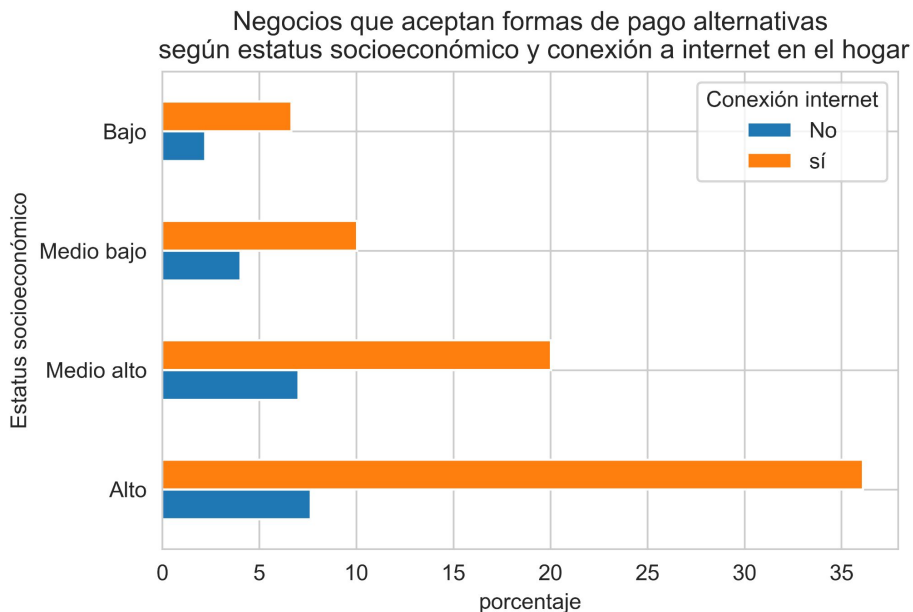


# Relación con educación y sexo de la persona encargada del negocio



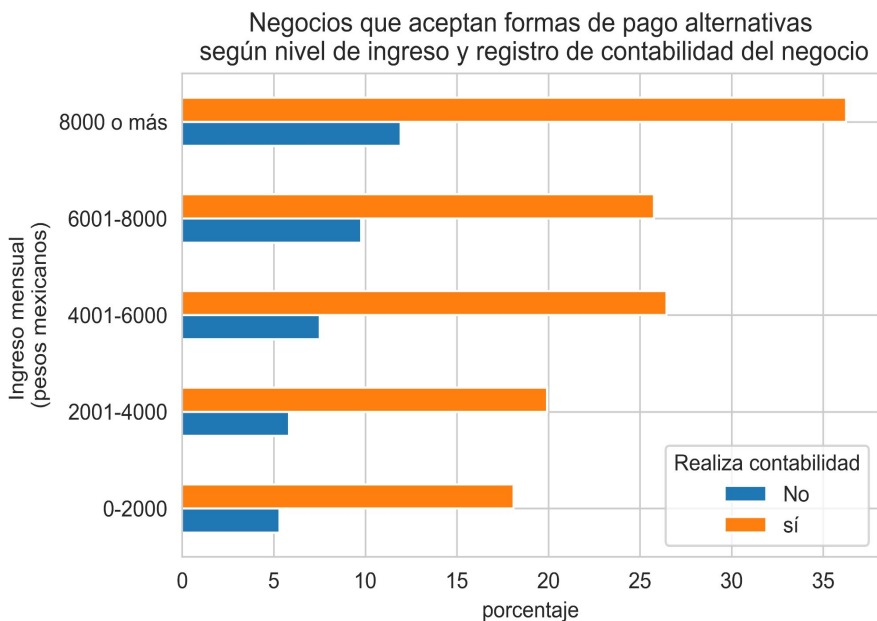
- Hay una clara relación positiva entre el nivel educativo de la persona encargada y la adopción de medios de pago.
- Se aprecia que las mujeres tienden a adoptar otros medios menos que los hombres, aunque dicha brecha va disminuyendo a medida que aumenta el nivel educativo

# Relación con estatus socioeconómico y conexión de internet



La diferencia en adopción de pagos alternativos entre los que sí cuentan con internet en su vivienda y los que no tienen es bastante notoria, y al parecer más determinante que las diferencias que impone las desigualdades del estatus socioeconómico.

# Relación con nivel de ingreso y registro contable

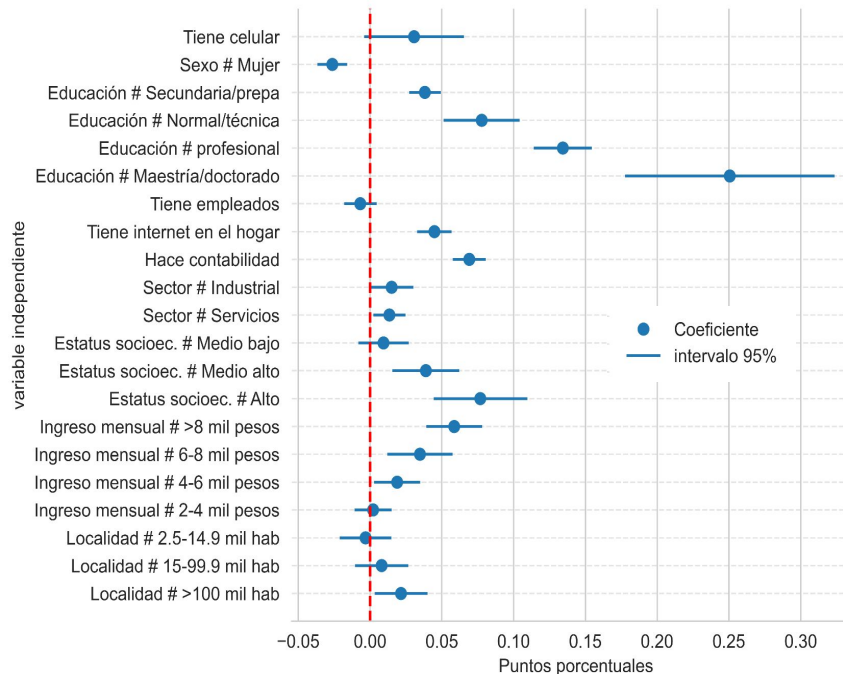


Hay una relación positiva entre el nivel de ingreso mensual del negocio y tener medios de pago alternativos,

De igual forma, los negocios en los que se lleva alguna contabilidad son más propensos a tener otros medios de pago.

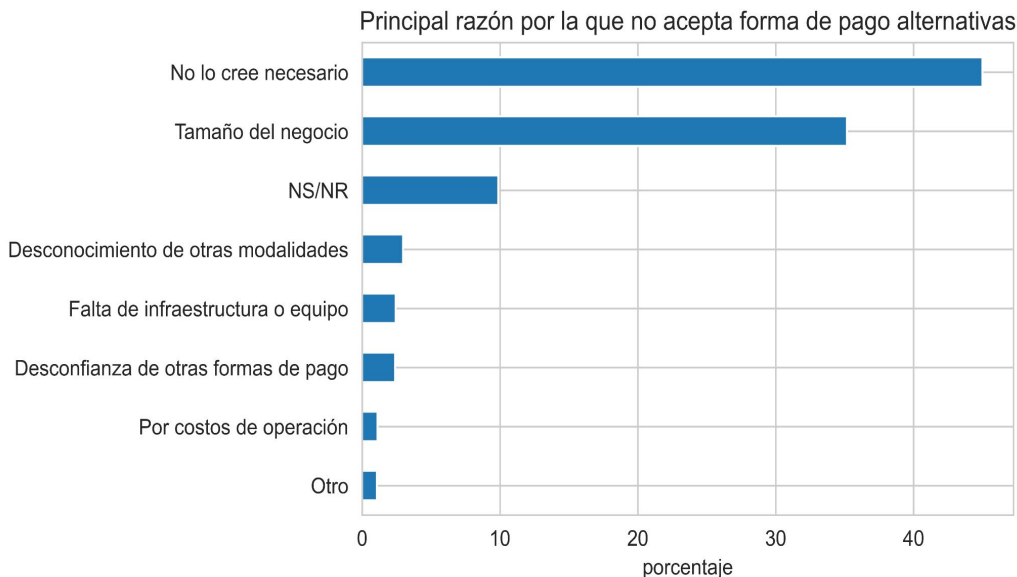
# Determinantes de la adopción de medios de pago

Efecto marginal sobre probabilidad de aceptar formas de pago alternativas



- En general, los resultados muestran que **tanto las variables socioeconómicas como las del negocio son importantes para explicar la adopción de medios de pago alternativos.**
- Estos resultados son consistentes con lo “esperado”.
- Entre las variables más importantes se encuentran:
  - Nivel educativo (hasta 25 p.p.)
  - Estatus socioeconómico (hasta 8 p.p.)
  - Hacer contabilidad (7 p.p.)
  - Ingresos del negocio (hasta 5.8 p.p.)
  - Tener internet en el hogar (4 p.p.)
  - Ser mujer (-2.6 p.p.)
  - Estar en localidad muy urbana (2.2 p.p.)
  - edad (-1.9 p.p. por cada 10 años))

# Razón por la que no acepta otros medios de pago




Por otro lado, entre los negocios que no aceptan otra forma de pago, las razones predominantes para no hacerlo son que *no lo cree necesario* o le parece que *el tamaño de negocio no lo amerita*.





# Implicaciones y propuestas



# Implicaciones

**1.** La adopción de medios de pago diferentes al efectivo es extremadamente baja en los pequeños negocios en México.



El mercado potencial para compañías de pagos electrónicos es **enorme**

**2.** La solución a este problema no es fácil, las desigualdades estructurales que existen en el país también se reflejan en la adopción de medios de pago.



Las estrategias de bancarización deben tener en cuenta el contexto socioeconómico en el que operan estos negocios, **porque importa mucho.**

**3.** Es necesario pensar no solo en el negocio, sino también en los propietarios y el hogar



Los micronegocios siguen una **dinámica familiar**  
Un negocio no se bancariza si primero no se **bancariza al hogar**

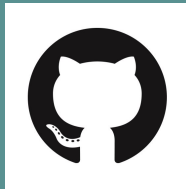
# Propuestas

## Hay que ser disruptivo para superar las barreras tradicionales

- Los proveedores de medios de pago deben **derribar la idea del “No lo creo necesario”**. La pandemia ya demostró que sí es necesario.
- Pensar en **productos que satisfacen las necesidades tanto del negocio como del hogar**.
- **Ofrecer claridad, confianza y certidumbre** (y costos bajos)
- Hay que **conocer a la gente más allá de los números**: hacer trabajo de campo, entrevistas, grupos focales, etc.
- **Probar estrategias de las ciencias del comportamiento** para impulsar a las pymes a dar el primer paso
- **Mirar qué ha funcionado en otros países**, por ejemplo, [Nequi en Colombia](#)

**¡Gracias!**  
**@jjsantoso**

**#YoDefiendoALCIDE**



**<https://shorturl.at/jtF38>**