

DPL Digital Series | Pagos digitales

Inclusión financiera

La revolución de los pagos móviles
en América Latina



DPL News es la agencia informativa especializada en el ecosistema digital **número 1 de Iberoamérica y la cuarta a nivel global.**



Potencializa tu negocio con nuestra comunicación 360



1. Key Opinion Leaders especialistas en el ecosistema digital.
2. Análisis y artículos de opinión especializada.
3. Entrevistas multimedia exclusivas con los principales exponentes de la industria, las políticas públicas y la regulación de las TIC.
4. Cobertura multimedia de reuniones, congresos y eventos internacionales.
5. Infografías, inteligencia de mercado y estadísticas del sector digital.
6. Cobertura y difusión en Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn e Instagram.
7. Boletines diarios enviados a nuestra base estratégica regional de contactos.



Contacto:
www.dplnews.com
erwin.negrete@digitalpolicylaw.com

Presentación

Raúl Parra
Editor



Una auténtica revolución financiera acontece en América Latina. En una región como la nuestra, que tradicionalmente había estado dominada por el efectivo, ahora son millones las transacciones financieras que diariamente se realizan de manera digital.

Resulta comprensible e incluso esperable que una región como Latinoamérica, donde un gran porcentaje de la población está excluido del sistema bancario y no tiene acceso a servicios financieros, fuera el terreno propicio para que florecieran las empresas emergentes (*startups*) de tecnología financiera (Fintech).

En el primer trimestre de 2023, Pix en Brasil superó en transacciones a las tarjetas de débito y crédito juntas. Y en abril, el Banco Central de Argentina reportó que los pagos digitales superaron por primera vez a los hechos con tarjetas de débito.

Las aplicaciones de pagos digitales, o *paytechs* —una subcategoría de las Fintech— también han vivido un auge en la región. Con Pix como punta de lanza, esta tendencia se extiende casi 10 mil kilómetros al norte, hasta donde llegan los rieles del Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI) de México.

DPL News presenta por primera vez un análisis de las aplicaciones de pagos digitales con una cobertura *in situ* que va desde el cono sur hasta el norte de América Latina, pasando por la región andina, con la mayor empresa de tecnología emanada de la región en su viaje por construir la primera superapp financiera; el joven y revolucionario sistema de pagos lanzado por el Banco Central de Brasil en el subcontinente lusófono; la creación de una Fintech al interior de un banco corporativo que permeó como método de pago en Colombia; el lanzamiento de un eficaz sistema que se expandió en todos los ámbitos y ahora es usado por la mitad de la población adulta en Perú y, finalmente, la noble intención de crear un medio de pago rápido sobre la infraestructura financiera existente en México.

En total, se presentan cinco casos de sistemas de pagos digitales en cinco países de América Latina: Mercado Pago, nacido en Argentina, pero de alcance regional; Pix en Brasil, Nequi en Colombia, CoDi en México y Yape en Perú.

Esperamos que este análisis les aporte *insights* relevantes sobre cómo la tecnología puede contribuir a brindar servicios financieros a personas que previamente no tenían acceso en América Latina y, en última instancia, avanzar en la inclusión financiera de la región.

Principales actores de los pagos digitales de América Latina

Plataforma	Creador	Fecha de lanzamiento	Cantidad de usuarios	Países donde opera	Transacciones al mes	Servicios adheridos
 mercado pago	MercadoLibre	2003	45.3 millones	Argentina, Brasil, México, Colombia, Chile, Perú, Uruguay y Ecuador	702 millones	Compra y venta en tiendas físicas, más de 4 mil servicios adheridos, recargas, transferencia de dinero, Mercado Fondo y línea de crédito
 pix <small>powered by Banco Central</small>	Banco Central de Brasil	2020	150 millones	Brasil	4050 millones	Compra y venta en tiendas físicas, transferencias
 NEQUI	Bancolombia	2015	16 millones	Colombia	220 millones	Pago y manejo de finanzas personales, pago de servicios públicos, compra de tickets de transporte, remesas, préstamos y ahorro
 S/ yape	Banco de Crédito del Perú	2017	12 millones	Perú	200 millones	Compra y venta en tiendas, transferencias, recargas móviles, pago de servicios, créditos y beneficios
 Codi	Banco de México	2019	18 millones	México	351.000	Transferencias y compras en tiendas físicas

Datos a junio de 2023

Fuente: Datos públicos de las compañías



**mercado
pago**

Mercado Pago, la Fintech del gigante de comercio electrónico

Nicolás Larocca



“Mercado Pago nació hace 20 años como una solución de pago interna para las compras en MercadoLibre y hoy, gracias a la innovación y desarrollo de nuevos servicios, se ha convertido en la red de pagos y cobros online más eficiente de la región”, señaló Alejandro Melhem, vicepresidente de Mercado Pago, en diálogo con DPL News. Con la democratización de los servicios financieros como bandera, la pata Fintech del gigante regional ya está presente en ocho países y se propone seguir creciendo.

El número de personas que sólo usa efectivo en la región se redujo drásticamente: pasó de 45 por ciento a 21 por ciento entre 2020 y 2023, y las alternativas digitales han aprovechado el cambio de hábito que, aunque venía

en desarrollo, se consolidó en la pandemia. Generaron nuevos productos y se adaptaron con versiones más intuitivas y ágiles, aptas para todo público. Facilidad y practicidad son palabras clave en este tipo de herramientas, que completan el podio con otro concepto fundamental: accesibilidad.

Mercado Pago inició como una solución interna y no paró de crecer. Cerró el segundo trimestre de este año con 45.3 millones de usuarios activos, 18.3 por ciento más en la comparación interanual y con incremento en todos los mercados en los que se encuentra presente. MercadoLibre está disponible en 18 países de América Latina y su solución Fintech es parte de su cartera en Argentina, Brasil, México, Colombia, Chile, Perú, Uruguay y Ecuador.

Mercado Pago | Evolución trimestral de usuarios únicos

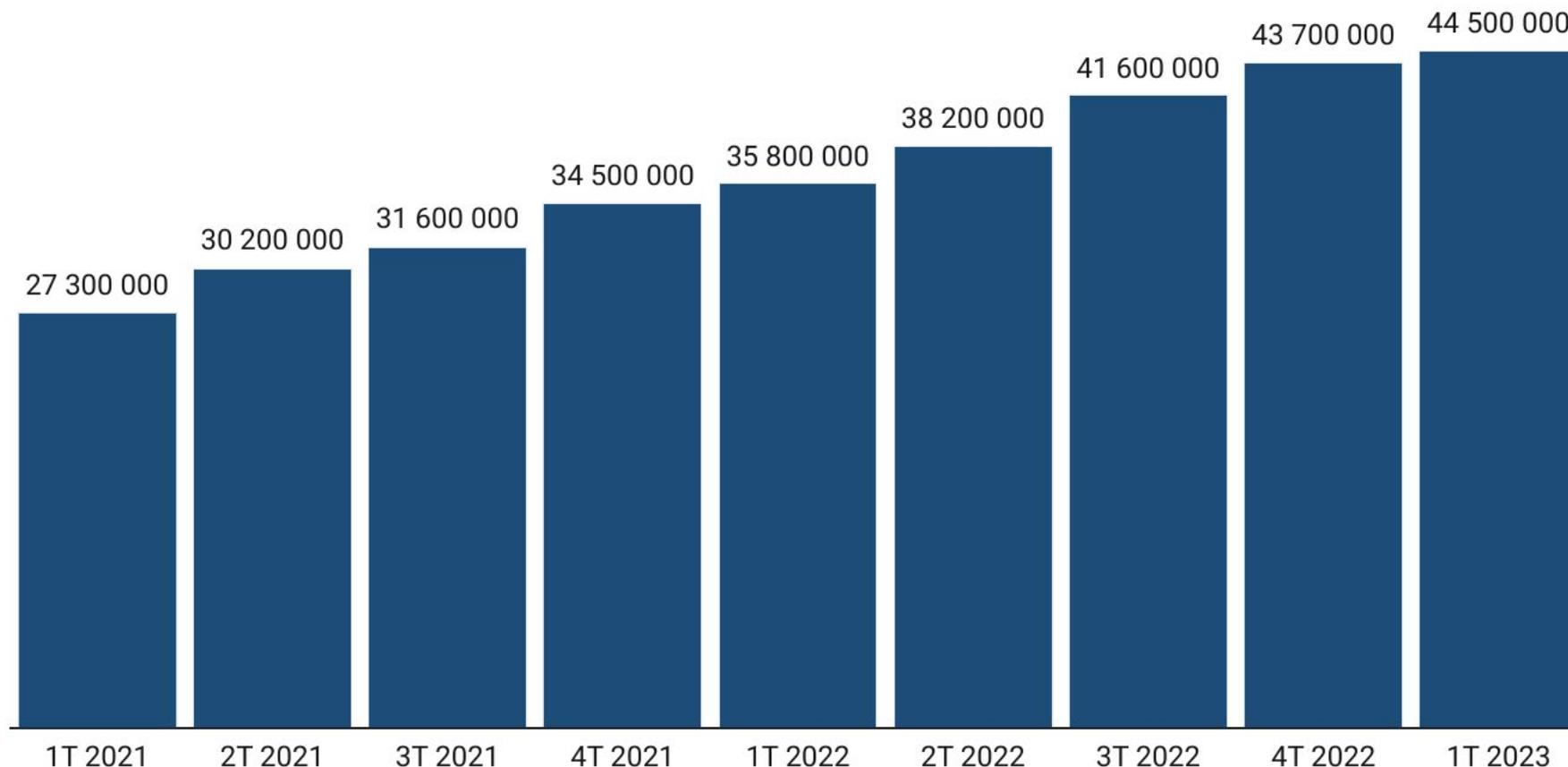


Gráfico: DPL News • Fuente: MercadoLibre • Creado con Datawrapper

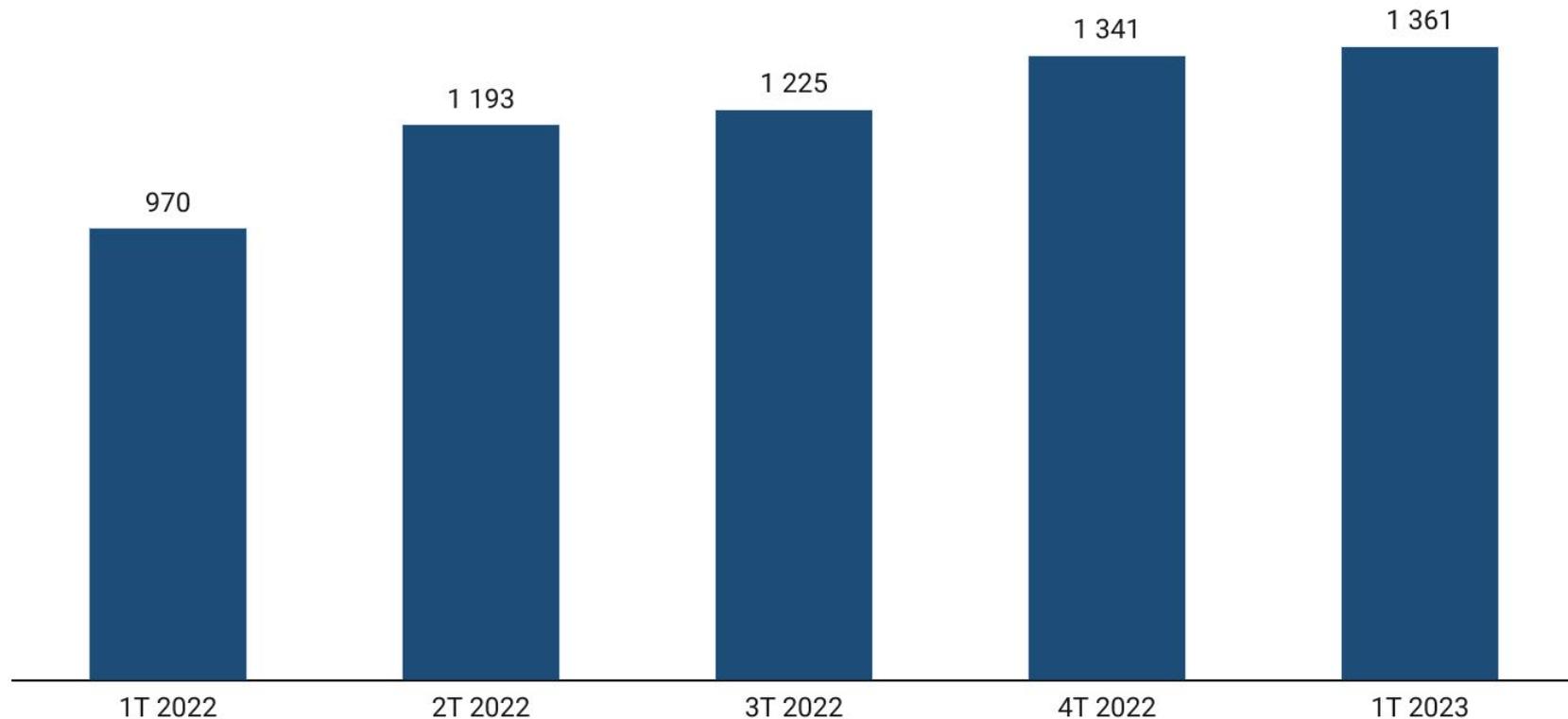
“Tenemos el propósito de transformar la vida de millones de personas en América Latina. Nuestra tecnología permitió incluir a quienes estaban excluidos de la vida económica y brindar una oferta completa de servicios financieros. Nuestros servicios y herramientas generan un impacto positivo, sobre todo en el segmento sub-bancarizado o no bancarizado que no logra sortear el camino de la banca tradicional”, agregó Melhem.

Mercado Pago permite comprar y vender en tiendas físicas y *online*, incluso con descuentos específicos por su uso; pagar más de 4 mil servicios; hacer recargas y transferir dinero a pares, cuentas bancarias o billeteras virtuales. “Uno de los protagonistas de nuestra revolución digital fue la creación del código QR, que permitió el ingreso al mundo físico y que miles de emprendedores y pymes cuenten con nuevos medios de cobro”, indicó el ejecutivo.

La solución también dispone de una tarjeta Mastercard Internacional para comprar usando dinero disponible en la cuenta y da opción de sacar el dinero de la cuenta en efectivo en tiendas. Desde Mercado Fondo también se puede usar la billetera generando rendimientos diarios (al cierre de esta nota el rendimiento anual estimado era de 81.8%). Además, ofrece líneas de crédito *online* y un portafolio de seguros.

La línea Fintech de Mercado Libre creció al punto tal que representó 44.8 por ciento de los ingresos totales de la compañía en el primer trimestre de 2023; el resto corresponde a lo facturado por comercio electrónico. El total de ventas Fintech de la compañía fue de mil 361 millones de dólares en el primer cuarto de este año, cifra 40.3 por ciento superior a lo informado un año atrás. Casi 60 por ciento de los ingresos provenientes de este segmento corresponde a la provisión de servicios financieros.

Mercado Libre | Ingresos del segmento fintech (en mdd)



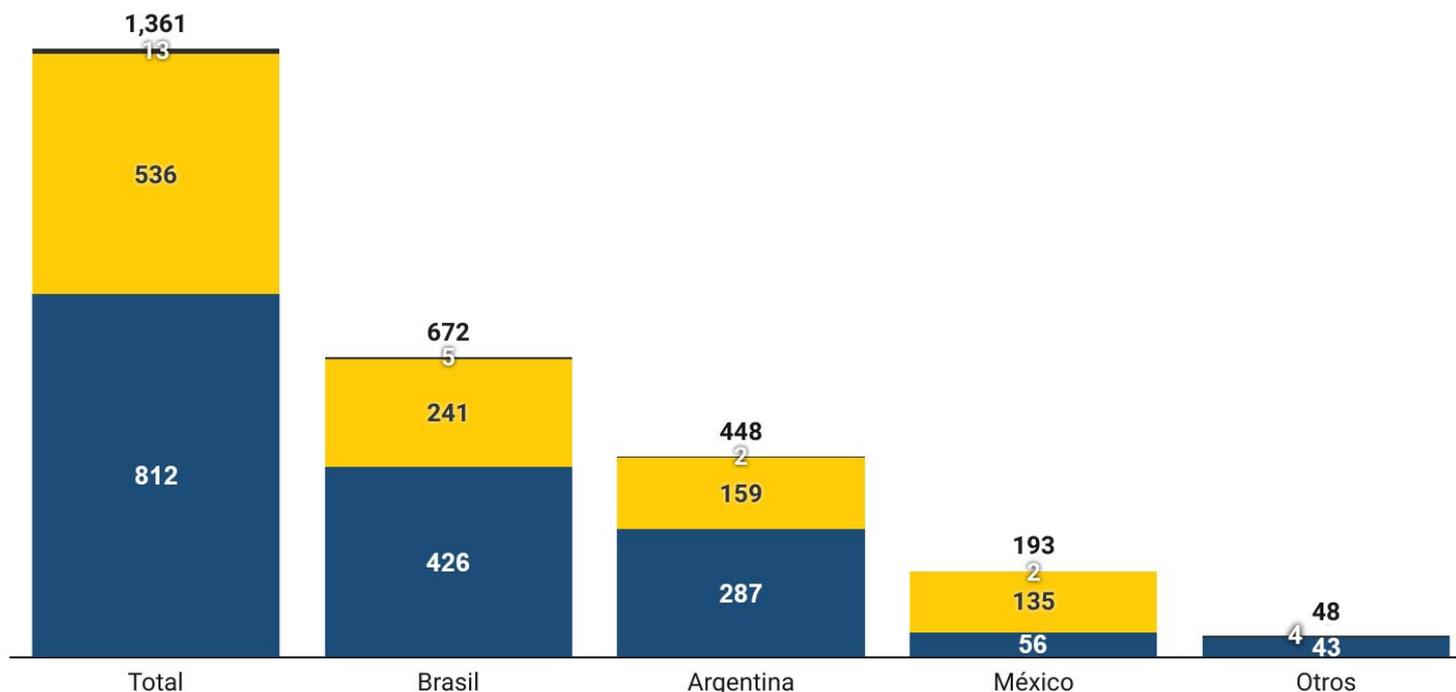
En la división por país, Brasil, Argentina y México están en el podio de facturación para el segmento Fintech de MercadoLibre. Entre enero y marzo de este año, Brasil generó 49.3 por ciento del total de ingresos, Argentina 32.9 por ciento y México 14.1 por ciento. Además de la provisión de servicios financieros, el apartado financiero incluye la emisión de préstamos y la comercialización de puntos de venta a comercios.

Melhem es optimista sobre lo que viene. “El ecosistema financiero está en un momento muy dinámico. De hecho, los servicios financieros se ubican en el top 3 del impacto de la tecnología en la calidad de vida de las personas en el reciente *Índice de Innovación en Tecnología*, del ITBA. En este contexto, y teniendo en cuenta que más de la mitad de los pagos siguen siendo en efectivo en la región, es claro que todavía hay una gran oportunidad de seguir creciendo e innovando”, concluyó el ejecutivo.

Mercado Libre | Ingresos del segmento fintech por país (en mdd)

Cifras del primer trimestre de 2023.

■ Servicios fintech (1) ■ Ingresos crediticios (2) ■ Venta de productos fintech (3)



(1) Incluye comisiones cobradas por transacciones fuera de plataforma derivadas del uso de la solución, ingresos por ofrecer cuotas para el pago a sus usuarios, tarifas de tarjetas de crédito y débito y tarifas de insurtech (2) Incluye intereses devengados por préstamos y adelantos otorgados a comerciantes y consumidores y los intereses devengados por operaciones con tarjetas de crédito de Mercado Pago (3) Incluye la comercialización de puntos de venta

Presencia de Mercado Libre y Mercado Pago

Mercado Libre y Mercado Pago



Mercado Libre





Joven y revolucionario,
Pix ha transformado
las transacciones
financieras en Brasil

Mayara Figueiredo



La plataforma Pix permite que pagos de cualquier cantidad se realicen y reciban en segundos, en cualquier momento, sin cobro de tarifas para personas físicas, sin importar si es fin de semana o feriado. En

menos de tres años de existencia, Pix ha cambiado por completo la forma en que los brasileños manejan las transacciones financieras en general. No sólo eso, el sistema ha obligado a las empresas a replantear sus modelos de negocio y a los bancos a readaptarse, previendo incluso el eterno sacrificio de la dupla TED (Transferencia Electrónica Disponible) y DOC (Documento de Orden de Crédito), los medios tradicionales para transferencias entre cuentas bancarias que existían antes del sistema instantáneo. Según la Febraban (Federación Brasileña de Bancos), se prevé su extinción para finales de febrero de 2024.

Para darte una idea de la simplicidad de Pix, lanzado en noviembre de 2020 por el Banco Central de Brasil (BCB), ni siquiera es necesario tener una cuenta bancaria para utilizarlo, basta con tener una billetera digital como Mercado Pago, PicPay o cualquier Fintech. Tampoco se necesita completar datos, sólo ambas partes de la transacción (pagador y receptor) deben contar con una clave registrada en la aplicación de sus bancos o billeteras digitales. Con un simple correo electrónico, número de teléfono celular o CPF (Registro de Persona Física), las transferencias y pagos se realizan y reciben en 10 segundos.

Por su parte, las empresas pueden generar un código QR y están sujetas a tarifas por las transacciones, que varían según el banco.

Pop

Casi 135 millones de transacciones bancarias se realizan diariamente a través de Pix. A principios de julio de 2023, se registraron precisamente 138.8 millones de transacciones en la primera semana, con un récord de más de 3 mil millones en abril del mismo año. En 2022, Pix fue la principal forma de pago utilizada por los brasileños, por lo que representó 29 por ciento de todas las transacciones registradas, según datos del BCB. De acuerdo con el *Prime Time for Real-Time Report*, una colaboración entre ACI Worldwide (compañía de sistemas de pago) y GlobalData (empresa de análisis y consultoría de datos), Brasil fue el segundo país que más utilizó medios de pago instantáneos el año pasado, con 29.2 mil millones de transacciones. A la cabeza se encuentra India, con un total de 89.5 mil millones de transacciones. Detrás

de Brasil están China (con 17.6 mil millones de transacciones), Tailandia (16.5 mil millones) y Corea del Sur (8 mil millones).

“Al mostrar un panorama internacional, el trabajo evidencia lo exitosa que ha sido la política pública de Pix y cómo está impactando positivamente a la sociedad, aportando eficiencia y reducción de costos al país, y transformando la vida de millones de personas y empresas. A pesar de ser más reciente que los pagos instantáneos de otros países, la adopción y el uso de Pix ya posicionan a Brasil como uno de los líderes absolutos en este sector”, afirmó Mayara Yano, asesora sénior del Departamento de Competencia y Estructura del Mercado Financiero (Decem) del Banco Central.

Estadísticas recientes del BCB para junio de 2023, muestran que 60 por ciento de las transacciones se realizan entre personas, de estas, 70 por ciento se efectúan entre personas de entre 20 y 39 años de edad. Las otras transacciones se dividen en un 30 por ciento de personas a empresas, un 7 por ciento de empresas a personas y un 3 por ciento de empresas a empresas. El pago instantáneo también es aceptado en países como Uruguay y Estados Unidos.

Con menos circulación de dinero físico aumentan las estafas

Con un volumen creciente y cada vez más alto de transacciones, Pix ha reducido la circulación de dinero físico y, con ello, ha abierto la puerta a la creatividad de mentes criminales para aplicar estafas en el sistema. El estudio *Evolución de los Medios Digitales para la Realización de Transacciones de Pago en Brasil*, realizado por el Banco Central, muestra que los cambios en el comportamiento de los bancarizados, especialmente debido a la pandemia de Covid-19, los han llevado a utilizar cada vez menos dinero en efectivo. En 2019, los retiros de dinero en cajeros automáticos y sucursales sumaron 3 mil millones de reales. En 2020, en plena pandemia y cuarentena, la cifra cayó a 2 mil 500 millones de reales. Pero en 2021 y 2022, ya con las vacunas, en lugar de aumentar, cayó aún más a 2 mil millones.

Una de las formas de estafa ha sido realizar extorsiones sutiles, como hacerse pasar por un pariente o conocido en WhatsApp y solicitar dinero. Otra táctica ha sido generar facturas de tarjetas de crédito y cuentas falsas con códigos QR fraudulentos que transfieren dinero directamente a cuentas de delincuentes, además de secuestros y robos para hacer transferencias legítimas. Como en estas situaciones las transacciones se realizan por el propio

usuario desde sus cuentas, los bancos no reembolsan las cantidades sustraídas y mucha gente ha sido perjudicada.

Para mitigar el problema, algunos bancos y Fintechs han tenido que crear soluciones. El Banco Central ya tiene en su radar una serie de mecanismos de seguridad para que las instituciones financieras los utilicen en la prevención de fraudes. Las nuevas medidas entrarán en vigor a partir del 5 de noviembre de 2023, ya que requerirán ajustes en los sistemas tanto del BCB como de las instituciones que participan en Pix, según informa Breno Lobo, consultor en la gestión y operación de Pix. “En la práctica, las instituciones tendrán mejores condiciones para actuar preventivamente (rechazando transacciones fraudulentas o bloqueando preventivamente los recursos) y, en última instancia, esto resultará en una mayor protección para los usuarios”.

Las mejoras se centran en dos funcionalidades disponibles para los participantes de Pix: la notificación de infracción y la consulta de información vinculada a las claves Pix con fines de seguridad. Las nuevas medidas se han desarrollado en colaboración con el Grupo Estratégico de Seguridad (GE-SEG), establecido dentro del Foro Pix.

El Banco Central de Brasil afirma que la seguridad es uno de los pilares fundamentales de Pix y se considera un proceso continuo, ya que surgen nuevas formas de fraude y estafas con frecuencia. “Debido a esto, el BC actúa de manera permanente para garantizar el mantenimiento del alto nivel de seguridad de Pix”.



Nequi, la Fintech favorita de los colombianos

Sharon Durán



La inclusión financiera no solamente se trata de sumar al sistema bancario tradicional a miles de personas,

ya que con los cambios sociales la gente quiere también nuevas opciones para vincularse a la banca y recibir opciones que realmente atiendan sus necesidades, y Colombia no fue la excepción.

En 2015 nació Nequi, un intra-emprendimiento del Grupo Bancolombia, que buscaba ser un servicio intuitivo, sencillo, fácil de usar, con funcionalidades de pago y manejo de las finanzas personales, que le permitiera a los colombianos tener una mejor relación con la plata, todo 100 por ciento digital y al alcance de la mano por medio de su celular.

Ahora, ocho años después, dos de cada cinco colombianos usan Nequi y más de 16 millones de personas tienen Nequi en su celular, de las cuales 11 millones hacen al menos un movimiento financiero al mes.

“Nequi se ha convertido en la cuenta principal de 3.5 millones de usuarios y también ha identificado que 2.5 millones están utilizando la plataforma para administrar sus negocios y emprendimientos, permitiéndoles crecer sus ventas y recaudar de manera segura, virtual y eficiente, lo que verdaderamente contribuye con la inclusión financiera del país”, aseguró María del Pilar Correa, líder de Estrategia de Negocio de Nequi.

Dentro de los territorios en donde más se utiliza Nequi están Bogotá, con 29 por ciento del total de usuarios; Antioquia, con 11 por ciento y Valle de Cauca, con 8 por ciento.

Con un promedio de 220 millones de transacciones al mes, de las cuales 86 por ciento se realiza de forma digital, Nequi es la Fintech favorita de los colombianos y gana cada vez más fuerza debido a que desde su creación se han implementado servicios que trascienden el área financiera, como el pago de servicios públicos, comprar tiquetes de bus o avión, traer sus dólares desde PayPal y enviar o recibir remesas.

Además, con el fin de incorporar a cada vez más personas en el sistema financiero, Nequi otorga préstamos formales para la iniciación financiera. Existen dos opciones que los usuarios pueden escoger de acuerdo con sus necesidades: Propulsor, un préstamo de hasta 24 meses que ofrece de 500 mil (130 dólares) a 5 millones de pesos (mil 268 dólares), y el préstamo Salvavidas, que dura un mes y ofrece entre 100 mil (26 dólares) y 500 mil pesos (130 dólares).

La Tarjeta Nequi, una tarjeta débito de la franquicia Visa, es un instrumento de pago que está asociado a Nequi, con el cual los usuarios pueden realizar

compras en Colombia y en el exterior, de forma física o digital, con el dinero que tengan disponible en su cuenta, por lo que no requiere de un estudio o un cupo de crédito para adquirirla. Actualmente, más de 1.3 millones de usuarios Nequi la utilizan.

Otra de las funciones que incorpora Nequi es Colchón, en la que el usuario puede guardar dinero y protegerlo por medio de preguntas o asignar a un guardián para evitar usarlo antes de lo destinado. Muy similares son las opciones Metas y Bolsillos, las cuales permiten a los usuarios administrar y organizar mejor su dinero en un plazo que él mismo define.

Más allá de tener nuevos usuarios

“Nequi sigue en su senda de crecimiento, sin embargo, su enfoque ahora, más allá de la adquisición de nuevos usuarios, es que los colombianos que tienen Nequi profundicen en el uso de todos los servicios de valor y aprovechen las opciones que ofrece más allá del ahorro o hacer un envío. El motivo es que nuestra columna vertebral es la educación financiera, que fortalecemos por medio de contenidos pedagógicos para que las personas mejoren su relación con el dinero y tengan las herramientas necesarias para tomar mejores decisiones financieras”, explicó la líder de Estrategia de Negocio de Nequi.

Para lograr que los usuarios usen esta herramienta con la confianza que necesita una app que protege el dinero de millones de colombianos, Nequi ha desarrollado diferentes protocolos de seguridad que incorporan métodos de identificación y acceso a la app, como reconocimiento facial y de voz, para constatar que efectivamente se trata del propietario de la cuenta.

Y en caso de que alguien identifique algún comportamiento o información sospechosa, “los usuarios cuentan con los canales de atención necesarios para reportar cualquier tipo de *mail* fraudulento y transacciones desconocidas para que, con nuestro equipo de expertos en ciberseguridad y gestión del fraude, pueda actuar rápidamente haciendo las investigaciones correspondientes y tomando cartas en el asunto para el desmonte de sitios falsos, reporte de URLs o localización de llamadas”, aseguró Correa.

Nequi separándose de Bancolombia

Desde 2022, Nequi se desvinculó directamente de Bancolombia y se constituyó oficialmente Nequi S.A. Compañía de Financiamiento. Sin embargo, es una

separación que sigue en curso y consta de varias fases.

“Hasta ahora, se ha obtenido el permiso de constitución por parte de la Superintendencia Financiera y todos los empleados Nequi han comenzado a trabajar en la nueva compañía. Actualmente continuamos en el proceso para obtener el permiso de funcionamiento por parte de la misma Superintendencia”, describió la ejecutiva.

Por el momento no se conocen detalles ni tiempos en los que se realice la separación completamente, pues la prioridad de la compañía sigue siendo trabajar en el funcionamiento de la app que cada día sigue ampliando sus servicios en todo el país.



El hit de **Yape** en
Perú: 5 de cada 10
adultos utilizan la
aplicación del BCP

Violeta Contreras



Cinco segundos le toma a una persona realizar un pago con Yape. Simplemente coge su celular, abre la aplicación, escanea el código QR, ingresa el monto y al instante se refleja la transacción. Por eso, ‘yapear’ se ha vuelto una de las formas de pago favoritas en Perú: es rápido, sencillo y cómodo.

En las agroferias campesinas que se llevan a cabo los domingos en el distrito Magdalena del Mar, en la ciudad de Lima, todos los comercios de productos orgánicos y nacionales aceptan Yape como forma de pago, y los vendedores aseguran que alrededor del 90 por ciento de sus ventas se concretan con esta aplicación.

También es común caminar por las calles limeñas y encontrarse con que la mayoría de los establecimientos tienen el característico letrero morado de Yape a la vista. El uso de dinero en efectivo y las tarjetas bancarias está siendo reemplazado cada vez más por el ‘yapeo’.

Yape es una billetera digital creada por el Banco de Crédito del Perú (BCP), la entidad bancaria más grande del país, que sirve para enviar y recibir dinero. En 2017, el Centro de Innovación del banco lanzó esta solución de pagos digitales, inicialmente pensada para el público más joven.

Al inicio, para ‘yapear’ era necesario contar con el número celular de la persona que recibiría el dinero, y los usuarios eran únicamente particulares que debían ser clientes del BCP. Más tarde, se integró la funcionalidad de realizar transacciones con el código QR, y ya no sólo es posible que estas sean entre personas sino también entre personas y comercios.

La aplicación móvil se dirigió en un principio a los clientes del Banco del Crédito de Perú, pero desde 2020 es posible que cualquier persona, sin la necesidad de pertenecer a algún banco, reciba y envíe dinero a través de Yape. Esto le ha permitido al ‘neobanco’ ganar más terreno entre la población.

Aunado a ello, la pandemia por la Covid-19 impulsó la expansión de Yape, pues el confinamiento social propició que más personas se unieran a la billetera digital para realizar sus transacciones desde cualquier lugar.

Yape llega a poblaciones no bancarizadas

Cinco de cada 10 personas adultas en Perú ya usan Yape en su vida cotidiana. De acuerdo con datos del neobanco, ya cuenta con más de 12 millones de usuarios, lo que significa que más de la mitad de la población adulta (un total

de 20 millones) es ‘yapero’. Sólo en Lima, la penetración de esta solución digital llega al 70 por ciento.

Hasta principios de julio de este año, Yape registraba 200 millones de transacciones al mes, reflejando un crecimiento de casi tres veces al año. Cada mes, los usuarios en promedio hacen 20 pagos o envíos utilizando la aplicación, lo que la ha convertido en la billetera digital más usada en el país.

Numeralia:

- Yape cuenta con **12 millones de usuarios**.
- Registra **200 millones de transacciones** al mes.
- Cada **usuario realiza 20 pagos o envíos** de dinero cada mes.
- Un **millón de pymes** ya utilizan la aplicación.
- Yape ha **integrado a 2 millones personas** que no estaban bancarizadas.

“Hemos incluido a más de dos millones de personas que nunca antes habían tenido una cuenta bancaria; hoy son ‘yaperos’ activos, entonces usan Yape regularmente. Y este es uno de los logros de los que estamos más orgullosos, porque realmente estamos llevando Yape a poblaciones que antes no interactuaban con el sistema financiero”, destacó Raimundo Morales, su director ejecutivo.

El CEO de Yape explicó que la aplicación nació sin un caso de negocio claro. “Cuando lanzamos Yape, lo hicimos con la creencia y la convicción de que esto nos ayudará en la guerra contra el efectivo. La economía peruana tiene un alto nivel de informalidad; casi 70 por ciento de la población vive en algún tipo de informalidad. Y eso se refleja en el sistema financiero”.

“Cuando empezamos, más del 70 por ciento de la población no tenía una cuenta bancaria ni interactuaba con las finanzas. Entonces, nuestro punto de

vista fue ‘necesitamos hacer algo para ganar esta guerra contra el efectivo y transferir a las personas del efectivo a los pagos digitales’. Pero el caso comercial no estaba claro”.

Así que básicamente dijimos: ‘está bien, creemos que será valioso construir una solución de aplicación que sea utilizada por millones de peruanos para realizar transacciones a diario. Luego veremos cómo monetizamos’.

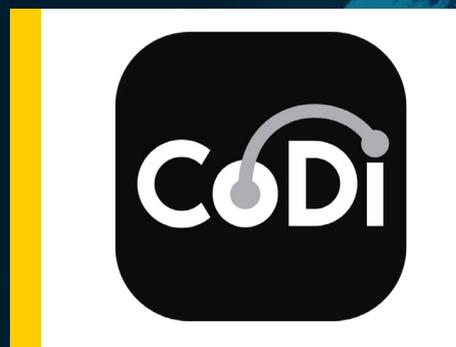
“Pero al principio tuvimos que vivir con esa incertidumbre, que es muy difícil que un banco tradicional o un negocio se pongan en marcha. Y creo que fue clave para nosotros decir: ‘está bien, creemos esto a largo plazo, en términos de generación de valor a largo plazo, estamos dispuestos a invertir importantes recursos y dinero para que esto suceda”, explicó Raimundo Morales durante un foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico.

Ser una *superapp*, la meta a mediano plazo

Hoy en día, Yape es uno de los principales actores que ha impulsado la inclusión financiera en Perú, pues no sólo ofrece servicios a los clientes del BCP sino también a la población no bancarizada. Su éxito se ha debido, además, a la integración de más funcionalidades: recargas móviles, pago de servicios, compras por Internet, la posibilidad de solicitar un crédito y beneficios promocionales como descuentos en el cine.

Gracias a su alta aceptación entre la población peruana, hoy Yape es una de las tres aplicaciones móviles más utilizadas, sólo después de WhatsApp y Facebook. La billetera del BCP registra alrededor de 10 millones de sesiones al día y un indicador de lealtad por parte de los clientes del 75 por ciento.

La ambición de Yape en el mediano plazo es convertirse en una *superapp*, donde las personas puedan acceder a una multiplicidad de servicios y transacciones. Sin duda, su éxito ha promovido la inclusión financiera de millones de peruanos y peruanas, pero aún enfrenta el desafío de alcanzar un flujo de caja neutral. Para 2024, la billetera digital se propone ser sostenible sin necesitar inversión externa.



CoDi: el sinsabor de un método de pago que no ha permeado en México

Raúl Parra



Historia de CoDi

CoDi (el acrónimo de Cobro Digital) fue la primera apuesta del Banco de México (Banxico) para crear un método de pago totalmente digitalizado en el país.

En 2016, México se adhirió a la Alianza Better Than Cash (BTCA, por sus siglas en inglés), que se basa en las Naciones Unidas y promueve la transición del efectivo a los pagos digitales responsables.

En 2019, el Banco de México lanzó oficialmente CoDi como la “nueva forma de pagar en México”. En septiembre, tras una prueba beta en tres ciudades de México: Progreso, Yucatán; Tulancingo, Hidalgo, y La Paz, en Baja California Sur, Banxico inició la etapa de enrolamiento y adopción.

¿Cómo funciona CoDi?

Banxico definió a CoDi como una plataforma que permite realizar transferencias electrónicas entre cuentas de depósitos de personas físicas y morales de forma eficiente, segura y en tiempo real utilizando la infraestructura de pagos del país, es decir, los rieles del Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI).

CoDi funciona a través de pagos con códigos QR y NFC (*Near-field communication* o comunicación de campo cercano), para lo que los comercios necesitan tener una cuenta en alguno de los participantes del SPEI, así como un dispositivo móvil con la funcionalidad de CoDi y la capacidad de generar códigos QR estáticos; mientras que los pagadores también deben contar con un teléfono con la *app* de su banco habilitada con CoDi.

Avances en su implementación

A cuatro años de su lanzamiento, las expectativas de Banxico respecto a CoDi no han llegado a materializarse, ya que su adopción ha sido muy lenta y su penetración como método del pago en el país es prácticamente nula.

De acuerdo con el propio Banxico, hasta el 7 de agosto de 2023 había un total de 18 millones 050 mil 529 cuentas de CoDi validadas; sin embargo, tan sólo un millón 506 mil habían realizado al menos un pago y, un número inferior, 912 mil 345, realizado al menos un cobro.

Banxico ha reportado que, desde su lanzamiento, se han realizado un total de 8.94 millones de operaciones a través de CoDi, por las que se ha movilizad un total de 7 mil 821 millones de pesos.

En julio de este año, reportó 11 mil 801 operaciones promedio en días hábiles y 6 mil 242 en días inhábiles, y montos promedio de mil 009 pesos en días hábiles y 866 en días inhábiles.

BBVA es el banco líder en la adopción de CoDi en todos los rubros: concentra 63 por ciento de las cuentas activas, 38 por ciento de las operaciones enviadas y 34 por ciento de las recibidas.

Servicios

La funcionalidad de CoDi es muy limitada, ya que únicamente permite realizar pagos desde el teléfono celular utilizando códigos QR y, por lo tanto, pagar en comercios sin la necesidad de llevar efectivo y llevar el control de su dinero: recibir notificaciones en tiempo real de los pagos realizados y recibidos.

Dimo: la revancha

El lanzamiento de un segundo producto por parte del Banxico es, quizás, la aceptación de facto del fracaso de CoDi. A inicios de 2023, el banco central mexicano anunció la llegada de Dimo —su segunda apuesta por un acrónimo—, con el que promete que se podrán hacer transferencias rápidas entre dos personas con tan sólo un número de celular asociado, en un modelo similar al de Pix en Brasil.

Para realizar transferencias con este nuevo sistema, es necesario asociar el número celular a una cuenta CLABE y validar que la información sea correcta para recibir dinero; enseguida seleccionar desde los contactos o agregar el número de celular al que se le desea transferir (ambos deben estar dados de alta en el sistema) y, finalmente, confirmar el envío de dinero mediante el ingreso del supertoken. Al finalizar la transferencia, se obtiene el comprobante de la transferencia, que puede compartirse a través de la red social preferida.

Hasta julio de 2023, los dos bancos más grandes de México, BBVA y Santander, se habían sumado a este nuevo método de transferencia de dinero y ya se anuncia como un nuevo método de pago sin comisiones en los sitios públicos del país.

Directora de DPL News

Paula Bertolini

Editora en Jefe

Margarita Cruz

Diseño gráfico

Israel Sánchez

Comunicación digital

Fernanda Aguirre

Directora de Mercadotecnia de DPL Group

Carolina González

Directora de DPL Live

Elizabeth Salazar

Director de Desarrollo de Negocios de DPL Group

Erwin Negrete

Director General de DPL Group

Jorge Bravo

Presidente de DPL Group

Jorge Fernando Negrete P.

www.dplnews.com

Twitter: [@dpl_news](https://twitter.com/dpl_news) 

LinkedIn: [DPL Group](https://www.linkedin.com/company/dpl-group) 

Facebook: [DPL News](https://www.facebook.com/dplnews) 

Instagram: [dpl_news](https://www.instagram.com/dpl_news) 

YouTube: [DPL News](https://www.youtube.com/DPLNews) 

