

## Crece uso de efectivo por e-commerce (Reforma 11/04/16)

Crece uso de efectivo por e-commerce (Reforma 11/04/16) Por Alejandro Olivares Monterrey México (11 abril 2016).- Aunque el nivel de bancarización en México puede ser visto como un obstáculo para la consolidación del comercio electrónico, empresas en el País han visto en ese problema una oportunidad. De acuerdo con datos del reporte Global Findex del Banco Mundial, con información actualizada al 2014, tan sólo el 39 por ciento de la población adulta en México está bancarizada. Una de las compañías que está aprovechando la oportunidad del efectivo es el portal de comercio electrónico Linio, que desde su llegada al País, en el 2012, integró a su método de pago el uso de efectivo, afirmó Bernardo Cordero, director general en México de la empresa. Linio acepta actualmente dos modalidades de pago con efectivo: una es el pago contra entrega, que se hace cuando al cliente le llega su paquete, y la otra es el pago del producto en tiendas de conveniencia y otro tipo de establecimientos, explicó. "Esas dos modalidades han sido claves para nosotros para poder crecer al tamaño que hemos crecido", agregó. Cordero añadió que del total de transacciones realizadas en Linio, alrededor de un 30 por ciento corresponde a pagos con uso de efectivo. Otra empresa que ha aprovechado esta particularidad del comercio electrónico mexicano es la plataforma de pagos PayU. "Se podrá pensar que el efectivo frena un poco el e-commerce o va en contra de él, pero yo creo que al contrario, lo ayuda a crecer, y es un paso principal para que la gente confíe y se atreva a meter tarjetas de crédito", dijo Lorena Velarde, directora de PayU en México. Velarde indicó que del 100 por ciento de las transacciones que PayU procesó en el País el año pasado, el 47 por ciento fue en efectivo. Alfredo Reyes, socio director de Lex Informática, refirió que en los últimos años han aumentado en el País las alternativas de pago de comercio electrónico. Reyes, quien fuera presidente de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) hasta enero de este año, señaló que algunos comercios abrieron estas alternativas debido a las disposiciones que existen en cuanto al pago con tarjetas en el comercio electrónico, que requieren de procesos de autenticación, los cuales suponen mayores gastos para los negocios. Este mismo fenómeno ha impulsado también tarjetas como Saldazo, propiedad de Oxxo y Banamex, que no genera estados de cuenta y a la cual se le puede inyectar recursos a través de depósitos en las tiendas de conveniencia que opera Fems Comercio. En diciembre del año pasado, Amazon México informó que comenzó a aceptar pagos directos a través de dicha tarjeta. De acuerdo con información de Fems, al cierre del 2015 había alrededor de 3.2 millones de usuarios de Saldazo en el País. Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo