

Fecha 14.10.2019	Sección Valores y Dinero	Página 14
---------------------	-----------------------------	--------------

ACTUALMENTE LOS CODIGOS TIENEN DIFERENTES FORMATOS

Estandarización del QR, fundamental para adopción del **CoDi**: Citi

Edgar Juárez

EL ECONOMISTA

LA ESTANDARIZACIÓN del código *quick response* (QR) a través del que opera la plataforma de **Centro Digital, CoDi**, es decir que sea un mismo formato para todas las transacciones, es uno de los elementos que permitirá la adopción más rápida de esta herramienta, consideró Driss Tamsamani, encargado de Canales Digitales de Citi para América Latina. “Hoy en la región ¿qué tenemos? Las plataformas de comercio electrónico o empresas que lanzaron monederos electrónicos; hay monederos electrónicos que te ayudan a recibir y pagar.

Pero ¿qué deben hacer para tener una participación amplia en el mercado? Deben integrarse con diferentes métodos de pago, con diferentes tarjetas, con diferentes **bancos**. Cada una de esas entidades tiene un formato diferente”, explica.

Añade: “Si yo voy a México y tengo un formato, me integro a un formato que me da acceso a **CoDi**, ése es el beneficio. La estandarización de formatos es crítico para la adopción”.

El directivo de Citi para América Latina destaca que en la región hay múltiples códigos QR, y cada enti-

dad tiene el suyo, pero no hay uno estandarizado. “Si yo como **banco** me quiero integrar, debo integrarme a diferentes entidades que tienen cada una un formato”.

En este sentido, puntualiza que si se va a una tienda y se escanea el QR que tiene el mismo formato de una gasolinera, un puesto en la calle y un taxi, se genera con ello un impacto muy alto.

DEBE HABER CAMBIO DE MENTALIDAD EN COMERCIOS

Driss Tamsamani considera, sin embargo, que más allá de los beneficios del código QR estandarizado para pagos por el teléfono, debe haber también un cambio de mentalidad en los comercios sobre los beneficios de las transacciones digitales sobre el efectivo.

“Acumular efectivo tiene un riesgo muy alto (...) También los comercios, al no tener efectivo, deben incentivar el uso digital porque les da más beneficios”, indica.

Comenta que todos los “cilindros” deben funcionar al mismo tiempo para que tecnologías funcionen.

SERÁ UN DETONADOR DE LA INCLUSIÓN

Juan Luis Ordaz, director de **Educación Financiera** de Citibanamex, señaló por su parte que el **CoDi** será un detonador de la inclusión financiera en el país, dado que se podrán

llevar servicios financieros justamente donde hoy no hay infraestructura bancaria para manejar dinero en efectivo.

“Cuesta mucho llevar el dinero, como tal es costoso poder trasladarlo por la cuestión propia de la infraestructura, por los caminos que a veces se tienen”, argumenta.

No obstante señala que se requiere que la gente conozca la plataforma; que haya Internet y también **educación financiera**. “Que las personas sepan cómo se usa; cómo puede acceder de forma fácil y cómo puede transaccionar sin tener efectivo”, concluye.

☞ *Si yo como **banco** me quiero integrar, debo integrarme a diferentes entidades que tienen cada una un formato”.*

☞ *Acumular efectivo tiene un riesgo muy alto (...) También los comercios, al no tener efectivo, deben incentivar el uso digital porque les da más beneficios”.*

Driss Tamsamani, encargado de Canales Digitales de Citi para América Latina.



Fecha 14.10.2019	Sección Valores y Dinero	Página 14
---------------------	-----------------------------	--------------



Lo deseable es que el código QR tenga el mismo formato para todas las transacciones para generar un alto impacto. FOTO: SHUTTERSTOCK