

# El COVID-19 y la poca promoción nublan los resultados de los cobros digitales

EXP [expansion.mx/economia/2020/09/30/covid-19-poca-promocion-nublan-resultados-cobros-digitales](https://expansion.mx/economia/2020/09/30/covid-19-poca-promocion-nublan-resultados-cobros-digitales)

30 de septiembre de 2020

## Economía

A un año de entrar en operación, los cobros digitales vía celular (CoDi) avanzan lento en México: de una meta de 18 millones de usuarios para 2020, solo 5 millones los utilizan de momento.



Telmex, Movistar, izzi, ADO, ETN, Farmacias del Ahorro, Sanborns y Coppel son algunas empresas que podrían empezar a usar CoDi en los siguientes meses. (mixetto/Getty Images)

Luz Elena Marcos Méndez

@luzzelenasinH

Hace un año - el 30 de septiembre de 2019 para ser exactos - todo era paz y armonía en el sistema financiero nacional, y como ejemplo de ello el Banco de México (Banxico) y los principales bancos comerciales del país ponían en marcha la aplicación de los cobros digitales (CoDi) vía celular con el objetivo de reducir al máximo el uso del efectivo y la corrupción.

La meta era ambiciosa: a un año de operación, 18 millones de mexicanos ya deberían usar esta tecnología. Sin embargo, sucedió lo impredecible: la pandemia del coronavirus llegó provocando una serie de ajustes y retrasos en las metas económicas y financieras nacionales, dejando al país en una crisis severa en solo unos meses.

Y CoDi sufrió las consecuencias.

Las cifras más recientes de Banxico muestran que hay 5.1 millones de usuarios de la banca que tiene CoDi en su celular. De este universo, el 65% de los clientes son de BBVA México -el banco más grande por número de clientes-, seguido de Citibanamex, con el 13% de los usuarios; BanCoppel con el 11% de los usuarios y el otro 11% lo tiene el resto de los bancos.

En cuanto al número de transacciones, Citibanamex es el banco líder con el 65% de las cuentas operaciones.

## ¿Fracaso?

“Llegar a 5 millones de cuentas en el primer año de un producto que es nuevo, es un volumen y tamaño bastante bueno; para que esto se adopte falta que se suban muchos comercios y muchos proveedores de servicios”, dijo en entrevista **Miguel Díaz, director general de Sistemas de Pagos e Infraestructura en Banxico.**

El funcionario añadió que que hay tres grandes compañías que ya aceptan CoDi como forma de pago: Chedraui, La Comer y Telcel. Además, hay una lista de 150 negocios grandes y medianos que están haciendo los procesos necesarios para incorporarse.



Entre las empresas que entre finales del 2020 y durante el 2021 podrían empezar a cobrar con CoDi están Telmex, Movistar, izzi, empresas de transporte como ADO, ETN así como Farmacias del Ahorro, Sanborns y Coppel, por mencionar algunas.

“Ciento cincuenta son las empresas que ya tienen un contrato de confidencialidad firmado para poder desarrollar completamente CoDi; ya están registrados y en distintos niveles de desarrollo”, dijo Díaz. “Son diferentes desarrolladores que van saliendo en los siguientes meses y creo que van a tener un impacto muy significativo sobre la utilización del ecosistema”.

El funcionario resaltó que no solo los establecimientos comerciales han impulsado CoDi, ya que en el mercado de flores de Cuemanco los locatarios usan esta forma de pago ante la demanda de los clientes.

Chedraui, que fue la primera empresa en implementar CoDi en sus cajas. La empresa contó a Expansión que en los primeros meses (febrero y marzo) el número de operaciones era de 200 mensuales y actualmente el número aumentó a 500 transacciones por mes.

“Sin la pandemia yo creo que habiéramos crecido más porque la gente sí lo ve seguro pero en esta pandemia también se ha reducido la gente que ha ido a las tiendas, entonces tenemos menos clientes y más uso”, comentó **Juan Ramón Pérez, director de servicios financieros de Chedraui.**

Para esta empresa el tiempo de implementación en sus cajas tardó entre tres y cuatro meses aproximadamente, de hecho, hay otros comercios que se han acercado a la empresa para preguntarles dudas del proceso de certificación con Banxico.

“El Banco de México nos ha mandado correos y hemos tenido pláticas con ellos y también otros comercios se nos acercan a preguntar prácticamente dudas. A nosotros nos conviene porque CoDi es un medio de pago gratuito”, comentó Pérez.

**El directivo comentó que CoDi ha mostrado ser más exitoso que otros medios de pago como Samsung Pay o Transfer.** “Con Samsung hicimos menos operaciones y me refiero a 20 o 30 operaciones al mes; con Transfer Banamex hicimos alrededor de 10 transacciones en todo el año”, destacó.

En las más de 300 tiendas Chedraui que hay en el país, los cobros con CoDi van de entre 200 y 1,200 pesos por transacción, lo que demuestra la confianza de los usuarios por esta tecnología.

Las cifras del Banco de México muestran que el **monto promedio** que envían los usuarios de la banca en su aplicación móvil es de 996 pesos. Entre semana **las operaciones promedio** que se hacen son de 2,359 mientras que el fin de semana la cifra promedio de operaciones baja a 1,442.

Chedraui tiene la firme convicción de impulsar este medio de pago con publicidad; sin embargo, considera que hasta que el gobierno no lance un programa social o que haga el cobro de impuestos con CoDi, va a tardar más en que la gente lo adopte.

## El impulso

---

Para **Igor Rivera, profesor de EGADE Business School del Tec de Monterrey**, una de las razones por las que los mexicanos que tienen un negocio pequeño no usan CoDi es un falso temor de que exista una fiscalización.

"La gente lo ve como algo malo y la verdad es una visión cortoplacista porque deja de lado otros factores positivos como pudiera ser un tema de formalización de mi propia participación en el engranaje económico, por ejemplo, un historial de mis patrones financieros y de consumo", destacó.

Rodrigo Kuri, quien es director general adjunto en Citibanamex, coincidió con esta postura y señaló que los pagos referenciados, fundamentalmente por programas sociales, originan filas en las sucursales.

"Digitalizar esa cadena de pagos es un incentivo clarísimo para que haya una adopción masiva de CoDi porque la gente va a recibir un dinero en su cuenta y es un incentivo para abrirla. Creo que el gobierno podría lanzar señales más claras en donde no existe esta impresión de que la fiscalización es la principal negativa para poder uso de CoDi. Si el gobierno lanza señales claras, eliminando el efectivo y con incentivos para que la gente abra la cuenta y lo empiece usar libremente ayudaría muchísimo", dijo en una reunión con medios.

Por su parte, Rivera consideró que si el gobierno habilita el pago de impuestos o servicios con CoDi, facilitará la adopción y crecimiento. "Lo único que determina es la disposición de la autoridad para generar la solicitud de cobro. Imagínate que en tu recibo de agua o luz ya te saliera el código QR, escaneo el código y pago. La infraestructura no necesita ponerla porque ya está puesta por el Banco de México y las instituciones financieras", destacó.

Para **el presidente de la Asociación de Bancos de México (ABM), Luis Niño de Rivera**, la pandemia es la principal culpable de que no se hayan podido enrolar más clientes a CoDi.

"El confinamiento no nos ha permitido a los bancos salir a promover con la misma intensidad que lo hacíamos antes de marzo. En cuanto resolvamos el tema sanitario podremos acelerar el uso de CoDi por el número de establecimientos comerciales", comentó.

Al ser cuestionado sobre por qué la pandemia no ayudó en el despunte de CoDi, Miguel Díaz, de Banxico, dijo que el coronavirus "los agarró mal parados" puesto que la gente no tenía la información completa.

## ¿Habrá resultados?

---

Para **Carlos Marmolejo, director ejecutivo de innovación en Santander**, los pagos con CoDi tardarán en consolidarse, pero sin duda en algunos años terminará siendo parte de las operaciones bancarias cotidianas.

“Hay que resolver muchos otros retos de manera paralela como que la población tenga acceso a la banca, ese sigue siendo el principal reto: hoy alrededor del 30% de la población mexicana tiene acceso a una cuenta de ahorro, a una cuenta bancaria y nos falta muchísimo todavía por recorrer. De este 30% de personas que utilizan una cuenta bancaria, son los que ahora podrían utilizar CoDi”, destacó.

Santander coincide en que entre más comercios acepten CoDi, el crecimiento de esta forma de pago aumentará. De hecho, el banco dijo que está acompañando a sus clientes en el manejo tecnológico y de documentación para que puedan estar operando lo más pronto posible.

Los retos que enfrenta CoDi van más allá de los comercios, Carlos Marmolejo destacó que también hay retos en el nivel de bancarización que tiene México y su digitalización.

“El primero paso es que todos los comercios lo acepten, el segundo es que tengamos más personas en la banca y el tercero es que las personas de la banca que ya están se suscriban a la banca digital, entonces viene el cuarto gran reto que será la educación financiera para poder hacer pagos digitales”, destacó.