

Recuadro 6
LA ESTRATEGIA DE BACKUS PARA PROMOVER LOS PAGOS ELECTRÓNICOS

La línea de Pagos liderada por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) es parte de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera y tiene como objetivo el desarrollo de los servicios de pago minoristas basados en canales e instrumentos electrónicos. Para ello, es importante la creación de un ecosistema que facilite la consolidación de la cadena de pagos electrónicos. Por ejemplo, parte importante de dicha cadena son los pagos de cliente a negocio (P2B) y de negocio a negocio (B2B). Ello, para que las personas no necesiten efectivo para realizar sus compras y los comercios puedan pagar sus obligaciones con sus proveedores mediante medios electrónicos.

En la consolidación de esta cadena de pagos electrónicos, las empresas de consumo masivo juegan un rol central pues están expuestas directa o indirectamente a los problemas de manejo de efectivo (altos costos asociados al transporte de efectivo y los riesgos de fraude y robo) porque un amplio número de comercios que abastecen no están bancarizados y/o no hacen uso de medios de pago electrónicos. Asimismo, la alta dependencia al efectivo limita la capacidad de crecimiento de estos clientes al no tener acceso al sistema financiero como fuente de capital que permita la inversión en el negocio.

Un caso exitoso de una empresa de consumo masivo que decidió enfrentar este problema es Backus. A inicios de 2012, el 55% de la recaudación de cobranzas de su red de distribución se realizaba en efectivo. Para revertir esta situación, Backus impulsó un programa integral que consistió en el mapeo del 100% de sus clientes en todo el Perú, lo que ha permitido identificar las preferencias de pago de sus clientes, la cercanía a puntos de acceso del sistema financiero, registro de robos y asaltos de los camiones recolectores, hábitos de pago de su demanda, entre otros. Asimismo, dicho programa contempló una serie de incentivos como: (i) la posibilidad de adquirir microseguros- a un precio menor que el de mercado- para aquellos clientes que comiencen a utilizar el sistema financiero; (ii) trabajar con microcréditos que le permitiría a los comercios aumentar su capital de trabajo o expandir su negocio; y (iii) la posibilidad de ser evaluados para operar como agentes corresponsales.

Como resultado de dichas acciones, a febrero de 2016, alrededor del 70% de la recaudación que recibe Backus se lleva a cabo por medios distintos al efectivo. La recaudación restante se realiza en efectivo, principalmente en aquellas localidades donde opera la empresa y no existe presencia suficiente del sistema financiero, lo que todavía representa un alto costo de recaudación.

Es en este escenario que Backus, junto con otras empresas de consumo masivo, tiene previsto realizar pruebas piloto con Modelo Perú (BIM) para utilizar el dinero electrónico como medio de pago en diferentes distritos de Lima, a mediados del presente año. Sobre la base de los resultados de dicha prueba se podrá avanzar hacia la mayor digitalización de sus cobranzas y eliminar los riesgos asociados al manejo del efectivo.

El desarrollo de los pagos electrónicos requiere que se fortalezca la cadena de pagos electrónicos entre el cliente, el comercio y las empresas de consumo masivo. Estas últimas, como es el





caso de Backus y otras empresas, son conscientes de los altos costos y riesgos que representa la recaudación en efectivo, por lo que vienen realizando acciones destinadas a favorecer la recaudación electrónica, considerando entre sus planes el uso de instrumentos innovadores de pago, como es BIM.

DIAGRAMA 1. CADENA DE RECAUDACIÓN DE BACKUS

