DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/all/themes/mincom/logo.png

DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/default/files/styles/noticias/public/advantages-of-mobile-commerce.jpg

Fuente:
Diario TI

Un nuevo informe [1] del Ericsson ConsumerLab (NASDAQ: ERIC) analizó las actitudes hacia los servicios de m-commerce en los mercados emergentes de América Latina, África y Asia, demostrando que aunque el uso de estos servicios aún es bajo, tiene el potencial de duplicarse en países como Argentina, Brasil y México.

El comercio móvil o los servicios financieros móviles se pueden definir como la capacidad de gestionar actividades financieras utilizando un dispositivo móvil: para movilizar dinero, pagar facturas y comprar bienes y servicios.

Está comprobado que los servicios financieros móviles ayudan a incrementar la inclusión financiera de los consumidores en los mercados emergentes, en donde ya hay una rápida adopción de dispositivos móviles personalizados y el uso de los servicios móviles en general. Al mismo tiempo está demostrado por el estudio que en estas regiones, sólo una minoría de la población tiene una cuenta bancaria.
Diana Moya, Directora de ConsumerLab para Latinoamérica, asegura que “La mayoría de la población de América Latina (61 %) no está incluida en el sistema bancario y casi la mitad de la fuerza laboral esta empleada informalmente y el dinero en efectivo es el método más frecuente de pago, lo que genera una preocupación generalizada por la seguridad”.

El estudio reflejó que los principales motivadores para los servicios financieros móviles en estos mercados son la comodidad, la rapidez y la seguridad añadida de no llevar dinero en efectivo.

El reporte también demostró que el efectivo es el rey en los mercados emergentes, ya que es una rápida, práctica y transparente forma de pago, y que además ofrece control sobre el gasto. Aparece como la forma más conveniente cuando el remitente y el receptor están en el mismo lugar físico, pero cuando no, se convierte en un inconveniente. De todas formas, los consumidores se preocupan por la seguridad de su dinero en efectivo, especialmente en espacios públicos en los que se paga en efectivo o en donde se extrae el dinero.

Una tendencia común en todos los mercados, y que se convierte en obstáculos para adoptar el sistema, es la falta de conocimiento sobre los servicios financieros y una percepción de que el sistema bancario es sólo para los usuarios de mayor poder adquisitivo. En Latinoamérica una de las principales barreras está asociada a la inseguridad percibida en el sistema.

En general hay un gran interés en el uso de los servicios financieros móviles, especialmente para el pago de facturas y enviar o recibir dinero utilizando un dispositivo móvil. Sin embargo, en la mayoría de países dentro de estos mercados, el uso actual de los servicios financieros móviles sigue siendo bajo, pero con un

gran interés en su potencial uso.

En países como Argentina Brasil y México, el uso actual en pagos móviles es de un 21%, pero podría llegar a más del 40%, según la positiva actitud hacia este tipo de servicios. Lo mismo pasa con las transferencias de dinero y el pago de facturas, su potencial de crecimiento es el doble.

El aumento de la absorción del sistema financiero móvil dependerá de la confianza de los consumidores en el servicio y el proveedor de servicios, los distribuidores y los representantes de los servicios, así como del rendimiento de las aplicaciones y su fiabilidad. En todas las regiones, hay una mayor confianza hacia los bancos como proveedores de servicios, a pesar de que se los percibe como orientados hacia los usuarios de mayor poder adquisitivo.

Las ventajas socioeconómicas de introducir este tipo de servicios en los mercados emergentes son enormes, especialmente debido a que muchos de estos países sufren de corrupción, – pobreza, – falta de infraestructura y un comercio insuficiente. Además de aumentar la actividad económica, facilitará a los usuarios las transacciones del día a día, haciéndolas másconvenientes.

Disponible en:

http://diarioti.com/el-uso-del-m-commerce-podria-duplicarse-en-america-l... [2]

Links
[1] http://www.ericsson.com/mx/ericsson-mobility-report
[2] http://diarioti.com/el-uso-del-m-commerce-podria-duplicarse-en-america-latina/86061