



Cuenta corriente

Alicia Salgado

contacto@aliciasalgado.mx



DE FONDOS A FONDO

#Edenred... Dirigida por **Andrea Keller**, ha logrado crecer al doble de lo que tenían previsto, casi al ritmo de una startup en plena pandemia, con el negocio de #Fintech desarrollado en sus diferentes servicios.

México es, por el volumen y resultados de su negocio, el 4º del corporativo Edenred a nivel mundial, después de Brasil, Francia y antes que Italia. Ya suma 3.5 millones de usuarios con aplicaciones comerciales, 250 mil comercios y tiendas que admiten el servicio, trabajan con 35 mil empresas en México (10% pymes), y el entorno de negocio que ha propiciado el covid-19, con la creciente digitalización, también ha beneficiado al negocio de servicios para recursos humanos (vales y tarjetas de despensa), gestión de flotillas (tarjeta de gasolina y mantenimiento vehicular), medios de pago y tarjetas corporativas se han transformado.

Es evidente que el Gran Encierro tuvo un efecto negativo sobre la compra de gasolina y, por la reducción de la movilidad, también por el desempleo y el cierre de pymes, pero, en el caso del e-commerce, el crecimiento del 400% registrado por el grupo se ha traducido en un mayor uso de las tarjetas de despensa en tiendas online o en tiendas físicas con servicio de compras online y entrega a domicilio.

Abril-junio fueron meses complicados y, aunque acumulaban un crecimiento de 6.3% en el primer cuarto del año, esperan que la caída de los meses difíciles del Gran Encierro sea, paulatinamente, compensada. En junio y julio, Edenred comenzó a sentir la recuperación del 35% de la actividad empresarial que depende de la flexibilidad de los semáforos. En materia de Fintech, tanto la aplicación móvil para pago digital de las prestaciones y servicios de gestión de flotas y movilidad como el pago de prestaciones (depensas) y la tarjeta de viáticos, que han emitido con Mastercard, han facilitado que, con 4.5 millones de usuarios (un millón de tarjetas emitidas, dos millones de aplicaciones descargadas y un millón de tags que se pegan al automóvil), mantenga el liderazgo del mercado de pagos no bancarios digitales, justo durante la pandemia.