Mobile Identity

La firma móvil de Turkcell: Moviendo negocios a través del celular

Resumen ejecutivo



En el 2007, Turquía fue el primer país en lanzar comercialmente una solución de firma móvil:el servicio "Mobillmza" de Turkcell. Desde entonces, esta solución ha evolucionado, el número de servicios disponibles ha aumentado, y el uso por suscriptor se ha multiplicado cinco veces. Turkcell, el líder del mercado en Turquía, con una cobertura del 53 %, se ha convertido en una referencia para otros operadores que desean lanzar soluciones de firma móvil similares.

Cierto número de factores llevaron al surgimiento de esta tecnología en una etapa relativamente temprana:

- En Turquía, las firmas son requeridas para muchos procedimientos internos relacionados con las empresas, que en otros países no requerirían de una prueba de autorización, como solicitudes de vacaciones, reservaciones de vuelos corporativos, vacaciones anuales y la distribución de recibos de nómina. En el 2004, se adoptó una ley sobre la firma electrónica para otorgarle a la firma digital la misma validez legal que a la de puño y letra. Así que Turkcell pudo apoyarse en este ecosistema preexistente de firma electrónica para lanzar su firma móvil en el 2007, tras una pequeña modificación de la ley para acomodar los casos de uso de móviles.
- A pesar de la relativamente gran penetración de la Internet móvil, la presencia en el mercado de los teléfonos inteligentes aún es baja con un 11 % (de acuerdo con la cifras más recientes), lo que indica que cualquier solución de firma móvil necesita hacerse compatible con todos los tipos de teléfonos, incluidos los equipos más básicos. La dedicación de la compañía a la innovación y a probar con tecnologías centradas en el usuario ayudan a explicar el éxito en el uso de la solución de firma móvil por los usuarios. El sistema Mobillmza usa tecnología WPKI, en la cual los certificados calificados (definidos según los estándares ETSI de la Unión Europea) pueden ser activados remotamente tras una verificación cara a cara del usuario y de la identificación fotográfica extendida por el gobierno durante el registro al servicio (las cédulas de identidad son obligatorias para todos los ciudadanos turcos desde su nacimiento).
- Si bien Turkcell decidió originalmente trabajar con un proveedor independiente de servicio de firma digital (MSSP), la compañía decidió posteriormente desarrollar su propia solución MSSP, dándole una mayor flexibilidad para acomodar las actualizaciones tecnológicas para ir a la par con la ley cambiante o las necesidades de adaptabilidad de los proveedores de servicios individuales. Desarrollada por Turkcell Technology, una entidad independiente creada en el 2007, la MSSP —llamada mSign— se comercializa ahora con otros operadores.
- A Turkcell le interesa mucho esforzarse por establecer y mantener relaciones estrechas con sus socios en otras áreas de la industria, incluidos los principales bancos de Turquía. Inicialmente, el proyecto de Turkcell era apoyado por los cinco bancos más importantes de Turquía, los que conjuntamente presionaron al gobierno para que adaptara la ley de firma electrónica. En el 2008, los bancos declararon que la firma móvil era el mejor método de autenticación y el más seguro, y ofrecieron el servicio de preregistro en sus oficinas. Durante los primeros años de crecimiento, los servicios financieros representaban el 84 % de las firmas móviles. Ahora más de 66 servicios se encuentran disponibles e incluyen acceso seguro a servicios electrónicos de un portal del Gobierno, acceso seguro de médicos a archivos clínicos, acceso seguro a RPV para empresas, declaración de impuestos locales, subastas en línea, mientras que otras compañías han empezado a usarlo en sus flujos de trabajo. Las empresas también han comenzado a desarrollar soluciones que mejoren esta tecnología, como candados incluidos en la SIM que puedan ser cerrados y abiertos con un teléfono móvil y tengan la habilidad de poder pagar cuotas de estacionamiento vía sus teléfonos móviles.

La experiencia de Turkcell es prueba de las inversiones a largo plazo y la paciencia que se necesitan para cubrir los altos costos de desarrollo iniciales para un servicio de firma móvil digital. Al principio, la recaudación en amplia escala fue relativamente escasa, principalmente debido al desafío común del "mercado de dos caras" al que se enfrentaban muchos productos nuevos: dado el número limitado de suscriptores, muchos proveedores de servicios no se encontraban muy dispuestos a integrar la firma móvil a sus procesos. Y dado el número limitado de servicios disponibles, la gente dudaba en suscribirse a la firma móvil.

Aunque el número de suscriptores se mantiene comparativamente bajo en términos absolutos, el crecimiento anual es ahora alentadoramente alto, alcanzando el 80 % anual. Parte de esto es gracias al reemplazo del modelo de negocio original de Turkcell de pago-por-uso (cada firma costaba lo mismo que un mensaje de texto) con dos enfoques complementarios: una suscripción mensual para los usuarios y un precio por firma para los proveedores de servicios. Las suscripciones corporativas y los clientes de alto valor siguen siendo la fuente principal de ingresos debido al costo relativamente alto del servicio, pero Turkcell espera una mejora en sus márgenes operativos al mejorar la economía por el crecimiento de su base de usuarios.

Turkcell se encuentra en período de prueba de un nuevo proceso de suscripción, dado que el presente proceso alcanza el 93 % de quejas por parte de la clientela y ha quedado identificado como un obstáculo clave en el reclutamiento. Por el momento, los clientes pueden preregistrase en línea por medio de un sitio web de un banco, a través del centro de atención a clientes o por medio de un mensaje SMS, pero aún tienen que visitar un punto de venta para identificarse, firmar el contrato y actualizar su tarjeta SIM. El nuevo proceso de inscripción utilizaría las credenciales ya capturadas por el banco y permitiría a los clientes suscribirse sin tener que ir a un punto de venta (en caso de que tengan la tarjeta SIM correcta), reduciendo el proceso a unas cuantas horas en vez de a unos cuantos días. Turkcell está seguro que esta mejora será clave en elevar las tasas de reclutamiento.

Lea sobre este caso en detalle e infórmese sobre el Programa de Identidad Móvil en nuestro sitio web: http://www.gsma.com/mobileidentity

1 Penetración en Turquía: informe de los operadores hasta el 2 trimestre del 2012
2 El costo mensual de Mobillmza es $2,74 USD (5 liras turcas), lo cual representa más de un cuarto del promedio estimado del ingreso por usuario en Turquía ($10,849 USD)
3 Las tarjetas SIM de 128 k son distribuidas de facto a todos los clientes empresarios de Turkcell, pero esto no incluye a toda la base de consumidores