



# Servicios financieros móviles en América Latina y el Caribe: Situación actual, modelos comerciales y enfoques regulatorios

MIREYA ALMAZÁN Y JENNIFER FRYDRYCH  
MAYO DE 2015



## Mobile Money for the Unbanked

---

El programa de Dinero Móvil para los No Bancarizados (MMU, por sus siglas en inglés) de GSMA tiene como objetivo acelerar el crecimiento de los servicios de dinero móvil sostenibles, para lograr una mayor inclusión financiera.

**Para obtener mayor información, visite: [www.gsma.com/mmu](http://www.gsma.com/mmu)**

---

## Agradecimientos

Este informe fue elaborado por Mireya Almazán y Jennifer Frydrych. Las autoras desearían otorgar reconocimiento a los numerosos operadores móviles y expertos en inclusión financiera que han contribuido a esta investigación. En particular, las autoras desearían dar las gracias a Xavier Faz, Ignacio Mas y Carolina Trivelli. Además, las autoras desearían agradecer a sus colegas de GSMA, Sebastián Cabello, Simone di Castri, Tiago Novais, José Sanín y Janet Shulist sus valiosas aportaciones. Por último, las autoras desearían expresar su más sincero agradecimiento a la Bill & Melinda Gates Foundation y a la Omidyar Network por su generoso apoyo.

## Descargo de responsabilidad

Este informe se basa en una recopilación de fuentes de datos, algunos de los cuales son confidenciales. Por ejemplo, los datos recopilados a través de la Encuesta anual de Adopción Global de Servicios Financieros Móviles de MMU fueron una de las fuentes de esta investigación. Este informe protege la confidencialidad de cada servicio. Tan solo destacamos servicios individuales sobre los que el proveedor de servicios ha otorgado su aprobación para divulgar información clave acerca del desempeño o aquellos sobre los que la información ya está disponible para el público.

---

---

# CONTENIDO

---

INTRODUCCIÓN	5
--------------	---

---

DINERO MÓVIL EN LAC: EL ESTADO DE LA INDUSTRIA	6
--	---

---

MODELOS COMERCIALES DE SERVICIOS FINANCIEROS MÓVILES EN LAC	9
Mercados Tipo I	12
Mercados Tipo II	14
Enfoques únicos de los servicios financieros móviles en LAC	17

---

LA EVOLUCIÓN DEL ENTORNO DE LAS POLÍTICAS Y LAS REGULACIONES PARA LOS SERVICIOS FINANCIEROS MÓVILES EN LAC	19
--	----

---

EL CAMINO HACIA DELANTE	25
-------------------------	----

---

APÉNDICE	
A    Datos del rastreador de servicios para LAC	26
B    Modelos comerciales para el dinero móvil en LAC	28
C    Glosario	30

---

# Introducción

**D**urante los últimos tres años ha habido un gran progreso en cuanto a la profundización de la inclusión financiera en América Latina y el Caribe (LAC), de acuerdo con las estadísticas más recientes de Global Findex, del Banco Mundial.<sup>1</sup> La región ha visto un importante incremento en el número de adultos con cuentas bancarias, que pasó del 39% en 2011 al 51% en 2014.<sup>2</sup> Sin embargo, aproximadamente la mitad de todos los adultos de LAC siguen desbancarizados, oscilando desde más del 80% en Haití y Nicaragua, a menos del 35% en Brasil, Jamaica y Costa Rica.<sup>3</sup>

A la vez, las tasas de suscriptores móviles a lo largo de la región continúan creciendo y se espera que alcancen a casi el 60% de la población total de LAC para 2020, en línea con el promedio global.<sup>4</sup> Los servicios de dinero móvil —que permiten a los no bancarizados utilizar teléfonos móviles básicos para realizar y recibir pagos, y que se basan en una red de puntos de transacción fuera de las sucursales bancarias<sup>5</sup>— son una poderosa herramienta para profundizar el acceso financiero en los mercados en desarrollo. Los servicios de dinero móvil pueden ser ofrecidos por una gama de proveedores que incluyen a operadores móviles, instituciones financieras y terceras partes, todos los cuales desempeñan un rol fundamental en el desarrollo de un saludable ecosistema financiero digital.<sup>6</sup>

Aunque no existe un único modelo comercial de dinero móvil, la igualdad en las condiciones regulatorias que permitan entrar al mercado tanto a los proveedores bancarios como no bancarios, es esencial para el éxito del dinero móvil.<sup>7</sup> En una región donde el sector bancario está tan profundamente arraigado en la economía, los cambios regulatorios no han sido fáciles o rápidos. Sin embargo, los gestores de políticas y autoridades reguladoras en LAC están reconociendo el valioso rol de los operadores móviles en el aumento de la inclusión financiera y están cambiando gradualmente hacia marcos legales que permiten a los diferentes modelos de negocios competir entre sí.

En este contexto, y apoyada por las contribuciones de los bancos y los no-bancos en mercados seleccionados, LAC ha emergido como un sólido contendor al dinero móvil. El año pasado la región presentó el más rápido crecimiento en nuevas cuentas registradas de dinero móvil en el mundo<sup>8</sup> y un número mayor de servicios están mostrando signos de lograr escala: tres servicios de dinero móvil han sobrepasado el hito de un millón de clientes activos en distintos mercados de LAC y a través de modelos comerciales diferentes.

Aunque lejos de los niveles de adopción y uso que hemos observado en África Subsahariana, LAC es notable por la diversidad de los modelos comerciales, un elevado nivel de integración con el sistema financiero formal y un sólido enfoque hacia el desarrollo de un ecosistema financiero móvil desde el comienzo. Esta publicación proporciona una instantánea del estado actual de los servicios financieros móviles en LAC, analiza los modelos comerciales que se están empleando en diferentes segmentos del mercado y trata la evolución de las regulaciones que ha ayudado a configurar la industria. A pesar de los continuos retos regulatorios y comerciales, la industria del dinero móvil puede estar alcanzando un punto de inflexión, al menos en un subconjunto de mercados de LAC.

1. Base de Datos de Inclusión Financiera Global (Global Findex) 2014, Banco Mundial. Disponible en: <http://www.worldbank.org/en/programs/globalindex>

2. Global Findex define esta métrica como el porcentaje de encuestados (adultos mayores de 15 años) que informan tener una cuenta (propia o compartida) en un banco u otro tipo de institución financiera.

3. Base de Datos de Inclusión Financiera Global (Global Findex) 2014, Banco Mundial. Disponible en: <http://www.worldbank.org/en/programs/globalindex>

4. GSMA, 2014: "The Mobile Economy Latin America 2014". Disponible en: <http://www.gsma.com/mobileeconomylatinamerica.com/>

5. Referirse al glosario para una definición más detallada de dinero móvil. Debe tenerse en cuenta que no están incluidos los servicios bancarios móviles que ofrecen el teléfono móvil tan solo como otro canal de acceso a productos bancarios tradicionales, ni los servicios de pago vinculados a cuentas bancarias o tarjetas de crédito preexistentes.

6. Véase el Apéndice B para información más detallada acerca de los modelos comerciales empleados por los proveedores de dinero móvil en América Latina y el Caribe.

7. Simone di Castri, 2013: "El Dinero Móvil: Facilitando soluciones regulatorias", Dinero Móvil para los No Bancarizados (MMU) de GSMA. Disponible en: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2013/02/MMU-Enabling-Regulatory-Solutions-di-Castri-2013.pdf>

8. GSMA, 2014: "El Estado de la Industria: Servicios Financieros Móviles para los No Bancarizados". Disponible en: [http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/03/SOTIR\\_2014.pdf](http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2015/03/SOTIR_2014.pdf)

# Dinero móvil en LAC: El estado de la industria

Casi dos terceras partes de los mercados en América Latina y el Caribe (LAC) cuentan al menos con un servicio de dinero móvil en funcionamiento, con un total de **37 servicios de dinero móvil en 19 mercados**.<sup>9</sup> Esto incluye siete nuevos servicios lanzados en Brasil, Colombia, la República Dominicana, Ecuador, Panamá y Perú desde 2014.<sup>10</sup> GSMA estima que 18 servicios adicionales proyectados se lanzarán en LAC, aproximadamente un 18% de todos los servicios proyectados a escala global.

FIGURA 1

## SERVICIOS DE DINERO MÓVIL EN FUNCIONAMIENTO PARA LOS NO BANCARIZADOS POR PAÍS



9. GSMA, Abril de 2015, Rastreador de Servicios de MMU. Disponible en: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programmes/mobile-money-for-the-unbanked/insights/tracker>. Los servicios de LAC se detallan en el Apéndice A.

10. TIM Multibank Caixa y Olha Conta en Brasil, PlataMóvil en Colombia, Orange m-peso en la República Dominicana, Plataforma de Dinero Móvil del Banco Central en Ecuador, Móvil Cash de Cable & Wireless Panamá y Tu Dinero Móvil de Movistar en Perú.

En conjunto, los 37 servicios de dinero móvil en la región representan aproximadamente **14,9 millones de cuentas de dinero móvil registradas y 6,2 millones de cuentas de dinero móvil activas 90 días**. En particular, LAC presenció una tasa de crecimiento del 50% en el número de nuevas cuentas de dinero móvil registradas entre diciembre de 2013 y 2014, haciendo de LAC la región de más rápido crecimiento del mundo en esta área. LAC ha sobrepasado también el promedio global de clientes activos (42%, comparado con el 35% a escala global).<sup>11</sup> Lo más alentador es que ahora hay **cinco servicios en LAC con más de un millón de clientes registrados**. Cada uno de estos servicios cuenta por lo menos con medio millón de clientes activos a 90 días y juntos representan un conjunto extremadamente diverso de mercados. A abril de 2015, **tres de estos servicios han sobrepasado la marca del millón de clientes activos**.

La distribución del dinero móvil también se ha expandido a través de los mercados de LAC que ofrecen servicios de dinero móvil. El número de agentes registrados ha aumentado a más del doble entre diciembre de 2013 y diciembre de 2014, de 27.000 a 63.000 (un incremento del 130%). Durante el mismo periodo, el número de agentes activos (30 días) también se incrementó, aunque a una tasa más baja, de 16.000 a 29.000 (un incremento del 81%). Este crecimiento desigual causó que las tasas de actividad de los agentes a lo largo de LAC disminuyeran 13 puntos porcentuales en 2014. De este modo, 46% de todos los agentes registrados en 2014 estuvieron activos, en comparación con el 59% del año anterior.<sup>12</sup> Esto se puede explicar, en parte, por las grandes campañas de registro para contratar agentes, lo que es común en mercados de dinero móvil emergentes. La asociación con una gran cadena de tiendas<sup>13</sup> para la distribución de dinero móvil, por ejemplo, puede también impulsar las tasas de registro de agentes significativamente, sin un incremento correspondiente en las tasas de actividad.

¿Cómo están utilizando los clientes en LAC los servicios de dinero móvil? Las transferencias de persona a persona (P2P) y las recargas de tiempo aire constituyen la mayor parte del volumen de las transacciones, lo que está en consonancia con las tendencias globales,<sup>14</sup> aunque parece ser bastante menos apreciable en LAC que en otras regiones. Las transferencias P2P y las recargas de tiempo aire en LAC representan un 73% de los volúmenes de transacción, en comparación con un 94% de los volúmenes de transacción en el Este de África (véase la Figura 2).

Curiosamente, a diciembre de 2014, **más de una cuarta parte de todos los volúmenes de transacción en LAC fueron de transacciones con terceras partes del ecosistema**—tales como pagos de cuentas, pagos agrupados y pagos a comerciantes— frente a tan solo el 14% en septiembre de 2012. En comparación, en el Este de África —cuna de los servicios de dinero móvil de mayor éxito del mundo en términos de aceptación, volúmenes y transacciones— tan solo el 6% de todos los volúmenes de transacción se consideraron transacciones del ecosistema.<sup>15</sup> Las transacciones del ecosistema son fundamentales para alcanzar el potencial completo de los servicios financieros móviles, aunque tradicionalmente son los productos a los que más les cuesta ganar popularidad en un mercado de dinero móvil.

11. Tasa de clientes activos: el ratio de cuentas de clientes activos (90 días) sobre cuentas de clientes registrados.

12. Tasa de agentes activos: el ratio de puntos de venta de agentes activos (30 días) sobre los puntos de venta de agentes registrados.

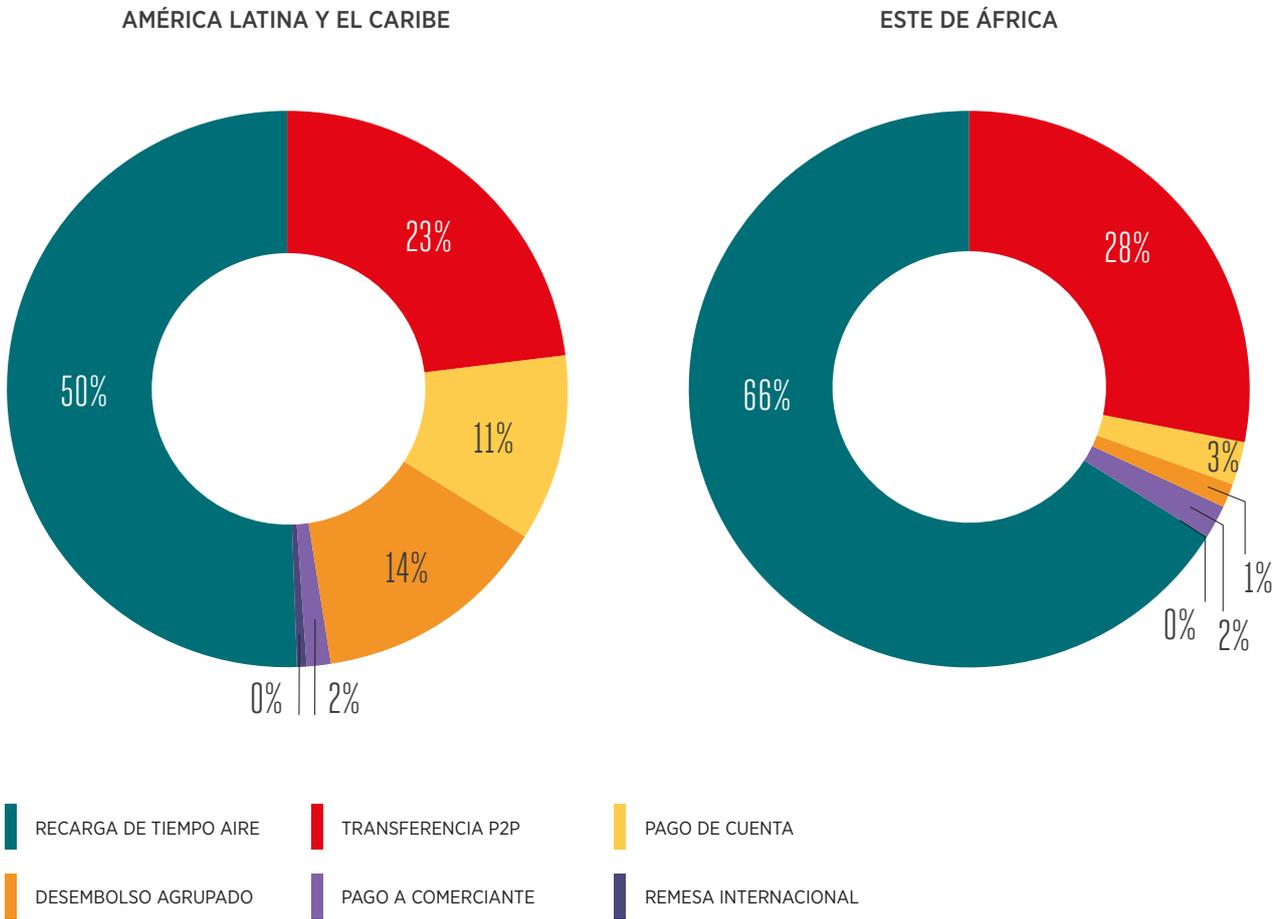
13. A lo largo de este documento, el término "cadenas de tiendas" se refiere en particular a tiendas minoristas formales con un número relativamente grande de puntos de venta (tales como tiendas de autoservicio, supermercados, cadenas de farmacias, entre otros). Estas cadenas coexisten junto a los comerciantes informales.

14. Los volúmenes de transacción excluyen el ingreso y retiro de efectivo. Éstos incluyen recargas de tiempo aire, transferencias P2P, pagos de cuentas, pagos agrupados, pagos a comerciantes y remesas internacionales.

15. El volumen total de transacciones en LAC, en diciembre de 2014 (sin incluir el ingreso/retiro de efectivo), fue de 7,74 millones (por valor de USD 208 millones), mientras que el volumen total de transacciones en el Este de África, en diciembre de 2014 (sin incluir el ingreso/retiro de efectivo), fue de 270,6 millones (por valor de USD 3.520 millones).

FIGURA 2

**COMBINACIÓN DE PRODUCTOS POR VOLUMEN (DICIEMBRE DE 2014)**



Aunque las comparaciones entre regiones pueden ser poco prácticas debido a las enormes diferencias entre los mercados, la combinación total de productos en LAC proporciona una visión rápida sobre la diversidad de los enfoques empleados en el dinero móvil. Las características propias de la oferta y de la demanda de cada mercado, influyen en los modelos comerciales y en cómo se posiciona el servicio. Por lo tanto, el modelo de dinero móvil del Este de África —impulsado por operadores móviles y fundamentado en “enviar dinero a casa”— puede no ser relevante en numerosos mercados de LAC, como se analiza más a fondo en la siguiente sección.

---

# Modelos comerciales de servicios financieros móviles en LAC

---

La industria de los servicios financieros móviles en LAC es notable por sus diversos modelos comerciales —un reflejo de condiciones del mercado y enfoques regulatorios variados. En un extremo del espectro están los modelos similares a los del Este de África, donde un operador móvil asume la mayor parte de las funciones en la cadena de valor (por ej. Tigo en Centro y Sudamérica, Digicel en el Caribe). En el otro extremo del espectro, los bancos impulsan los planes de dinero móvil y, en algunos casos, incluso adquieren operadores móviles virtuales (OMV) para ofrecer en algún momento servicios financieros móviles independientemente de los operadores móviles (por ej. Bancolombia). Por último, las nuevas entidades dedicadas a los pagos móviles, que incluyen empresas conjuntas entre operadores móviles e instituciones financieras o compañías de procesamiento de pagos, constituyen un enfoque alternativo para el dinero móvil en la región (por ej. Transfer, una empresa conjunta entre América Móvil y Citibank en México; y MFS, una empresa conjunta entre Telefónica y MasterCard en Brasil). Estos modelos comerciales se ilustran en el Apéndice B.

La región de LAC, amplia y diversa, cuenta con más de 30 mercados con poblaciones que oscilan desde decenas de miles de personas hasta 150 millones. Deben examinarse, por lo tanto, los modelos comerciales en LAC a través de una estrecha perspectiva geográfica y agrupando mercados con características comunes. Para fines prácticos, el análisis está limitado a mercados con una población superior a 3 millones<sup>16</sup> y un PIB per cápita inferior a USD 15.000.<sup>17</sup> Estos mercados se mapean de acuerdo con el PIB per cápita y las tasas correspondientes de penetración de cuentas en instituciones financieras. Aunque estas dos variables no son independientes, proporcionan un espectro para ver cómo se están desarrollando los mercados específicos en la región.<sup>18</sup> De este ejercicio surgieron segmentos de mercado que se ilustran en la Figura 3 a continuación.

---

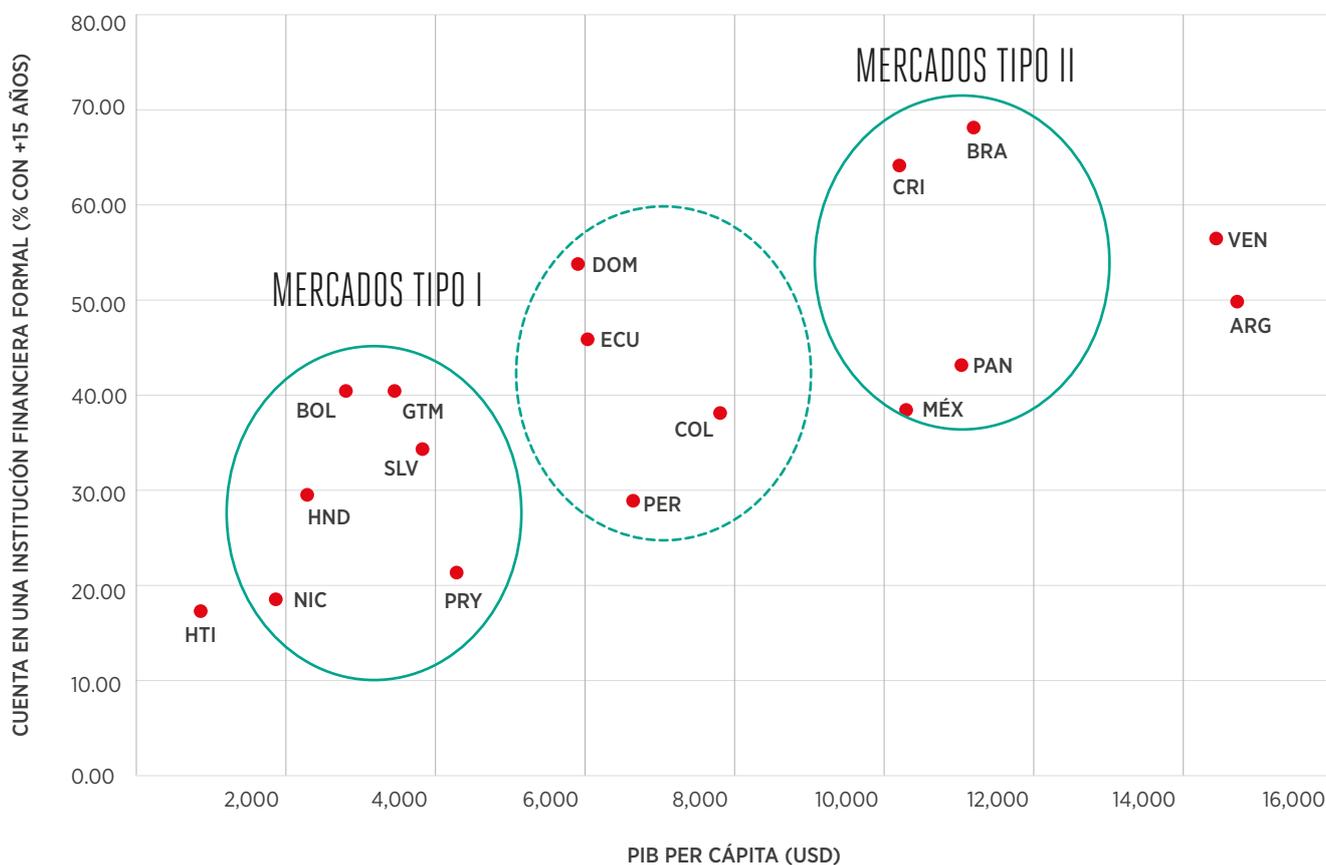
16. Belice, Jamaica, Puerto Rico, Trinidad y Tobago fueron omitidos del análisis puesto que la población total es inferior a 3 millones.

17. Chile y Uruguay se omitieron del análisis, ya que el PIB per cápita es superior a USD 15.000.

18. La investigación muestra que unos sólidos sistemas financieros mejoran el crecimiento económico. A su vez, el crecimiento económico profundiza el sector financiero formal. Informe de Desarrollo Financiero Global 2014 del Banco Mundial.

FIGURA 3

### MERCADOS DE LAC POR PENETRACIÓN DE CUENTAS EN INSTITUCIONES FINANCIERAS Y PIB PER CÁPITA<sup>19</sup>



FUENTES DE DATOS: GLOBAL FINDEX 2014; BANCO MUNDIAL 2013

En la parte inferior izquierda de la Figura 3 están los mercados ‘Tipo I’—los mercados de más bajos ingresos en la región, que también suelen presentar las tasas más elevadas de exclusión financiera en promedio. En la parte superior derecha del gráfico están los mercados ‘Tipo II’— mercados con ingresos relativamente elevados, que suelen presentar tasas más elevadas de inclusión financiera, aunque hay excepciones. Los mercados en el grupo del medio probablemente sean híbridos de los mercados Tipo I y Tipo II, aunque también albergan enfoques singulares de servicios financieros móviles. Más adelante en esta sección analizaremos estos diferentes modelos.

Para el propósito de este análisis, se han excluido los valores atípicos en ambos extremos del espectro (Haití, Venezuela y Argentina).<sup>20</sup>

19. Las fuentes de datos incluyen a Global Findex 2014 y al Banco Mundial (2013). Debe tenerse en cuenta que el análisis está limitado a mercados con poblaciones de más de 3 millones y un PIB per cápita inferior a USD 15,000, para los que los datos de Global Findex están disponibles. Debe advertirse que las estadísticas de penetración de cuentas para Paraguay son de 2011; las estadísticas de Global Findex 2014 no están disponibles para Paraguay.

20. Las recientes crisis económicas en Argentina y Venezuela han hecho que el análisis de la inclusión financiera en estos países no sea práctico. Las extremas tasas de pobreza y la exclusión financiera de Haití lo sitúan en una categoría propia.

FIGURA 4

## CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS TIPO I Y II<sup>21</sup>

<b>MERCADOS TIPO I</b> Bajos ingresos, bajas tasas bancarias	Bolivia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Paraguay	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PIB per cápita de USD 3.130</li> <li>• 33% de los adultos tienen una cuenta en una institución financiera</li> <li>• 57% de tasa de penetración de suscriptores móviles, del total de la población</li> <li>• 9 servicios de dinero móvil</li> </ul>
<b>MERCADOS TIPO II</b> Elevados ingresos, elevadas tasas bancarias	Brasil, Costa Rica, México y Panamá	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PIB per cápita de USD 10.860</li> <li>• 57% de los adultos tienen una cuenta en una institución financiera</li> <li>• 50% de tasa de penetración de suscriptores móviles, del total de la población</li> <li>• 10 servicios de dinero móvil</li> </ul>

Estas categorías de mercados están estrechamente relacionadas con los arquetipos de mercados de CGAP para la inclusión financiera, que se adaptaron para este estudio. CGAP clasifica la mayoría de los mercados Tipo I como mercados de “Salto Móvil”, en los que “los operadores móviles (MNO, por sus siglas en inglés) cubren una brecha de la infraestructura bancaria para incrementar el porcentaje de la población que tiene acceso a los servicios”. Los mercados Tipo II se clasifican como mercados de “Batalla de Convergencia”, en los que los bancos sin sucursales, los minoristas y, hasta cierto punto los MNOs, compiten intensamente por el mismo cliente en las áreas urbanas. En todos los mercados llegar a las poblaciones rurales es algo permanentemente difícil, aunque estas poblaciones están disminuyendo (véase el Cuadro 1 a continuación).

### CUADRO 1

## DIVISIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS RURALES-URBANOS DE LAC

LAC ya no es principalmente rural. Después de 60 años de rápido desarrollo urbano, un 79% de la población en LAC vive actualmente en poblaciones o ciudades, comparado con tan solo un 37% de la población de África Subsahariana.<sup>24</sup> Para 2050, los residentes urbanos representarán un 90% de la población de la región, y Brasil y el Cono Sur pueden alcanzar este nivel para 2020.<sup>25</sup>

A pesar de estar más urbanizada que otras regiones, la brecha urbana-rural en el acceso a los servicios financieros continúa siendo un reto significativo. De acuerdo con los datos de Global Findex 2014, a México, Panamá, la República Dominicana y Bolivia les ha costado mejorar el acceso al financiamiento en las regiones rurales.

Dado que la penetración de los servicios bancarios comerciales en las áreas rurales suele ser baja, debido a que las instituciones financieras tradicionales carecen del caso de negocio requerido para que las operaciones realizadas desde la sucursal sean rentables, el dinero móvil es una manera eficiente, desde el punto de vista económico, de ampliar el alcance de los servicios financieros, en particular donde la cobertura móvil se extiende a áreas remotas. El último Informe de Economía Móvil de GSMA (2014)<sup>26</sup> indicó que la cobertura de 2G es generalmente ubicua a través de la

21. Se proporcionan promedios ponderados para el PIB per cápita, la penetración de cuentas y la penetración de suscriptores móviles. Las fuentes de datos incluyen al Banco Mundial (2013), GSMA Intelligence (2015) y Global Findex (2014).

22. Los arquetipos de mercados globales de CGAP, introducidos en 2013, se basan en el PIB per cápita con relación a la densidad de población. La aplicación de esta estructura a los mercados de LAC produce un conjunto muy similar de categorías de mercados. La razón para modificar el enfoque de CGAP hacia los mercados de LAC era que presentaban niveles similares de densidad de población: la mayoría de los mercados de LAC se considera que tienen una densidad relativamente baja; sólo tres mercados tienen más de 150 personas por kilómetro cuadrado. Las métricas de la densidad de población son más pertinentes cuando el Este de Asia, Sur de Asia y el Pacífico son parte del análisis comparativo; ningún mercado de LAC está cerca de alcanzar los niveles de densidad de población de Bangladesh, India e Indonesia. Véase Xavier Faz y Ted Moser, 2013: “Advancing Financial Inclusion through Use of Market Archetypes”, Nota de Enfoque Núm. 86 de CGAP. Disponible en: <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Advancing-Financial-Inclusion-through-Use-of-Market-Archetypes-April-2013.pdf>

23. Xavier Faz y Ted Moser, Abril de 2013: “Advancing Financial Inclusion through Use of Market Archetypes”, Nota de Enfoque Núm. 86 de CGAP. Disponible en:

24. Banco Mundial, 2013, Población Urbana (% del total). Disponible en: <http://data.worldbank.org/indicator/SP.URB.TOTL.IN.ZS/>

25. Paulo A. Paranagua, 11 de septiembre de 2012: “Latin America struggles to cope with record urban growth”, The Guardian.

26. GSMA, 2014, The Mobile Economy Latin America 2014. Disponible en: <http://www.gsmamobileeconomylatinamerica.com/>

región, aunque se ha realizado un considerable progreso para desarrollar la de 3G e incluso 4G, que está proyectado que cubra al 76% de la población de América Latina para 2020. Allí donde un servicio de dinero móvil puede crear una propuesta de valor convincente para los clientes rurales, así como reducir las barreras para la adopción de servicios financieros, los proveedores pueden desempeñar un rol importante en el incremento del acceso a los servicios financieros en áreas rurales.

El dinero móvil podría también ayudar a cubrir una necesidad importante en las áreas urbanas: servicios de pago de cuentas. En promedio, un 95% de las personas en LAC tiene acceso a la electricidad (comparado con el 32% en África Subsahariana).<sup>27</sup> El procesamiento de transacciones de pago de cuentas de servicios públicos y otros servicios utilizados por los residentes urbanos, a través del dinero móvil, podría atender esta creciente demanda.

## Mercados Tipo I

Los mercados Tipo I en LAC presentan ciertas características que hacen difícil que los proveedores de servicios financieros lleguen a las poblaciones subatendidas a través de los modelos bancarios tradicionales. Integrados por los países más pobres de la región, tan solo un 33% de la población adulta<sup>28</sup> tiene una cuenta en una institución financiera formal, incluyendo las cuentas a través de cooperativas y cooperativas de ahorro y crédito. Los saldos de las cuentas son demasiado bajos para que las sucursales bancarias tradicionales sean efectivas en cuanto a los costos, en particular en las áreas rurales. Por otro lado, un 58% de la población total en estos mercados tiene acceso a un teléfono móvil, haciendo que los mercados Tipo I sean candidatos ideales para los servicios de dinero móvil ofrecidos por los operadores móviles. Estos mercados podrían adoptar modelos comerciales con cadenas de valor sencillas, similares a los que han tenido tanto éxito en el Este de África.<sup>29</sup>

Los operadores móviles están asumiendo el liderazgo en cuanto al lanzamiento de servicios de dinero móvil en muchos de estos mercados, observando algunos de ellos una elevada aceptación por parte de los clientes. **Paraguay, El Salvador y Honduras, todos aparecen entre los 15 principales mercados de dinero móvil del mundo**, cuando se clasifican por cuentas activas de 90 días, como proporción de la población adulta total.<sup>30</sup>

Curiosamente, **los servicios de dinero móvil de LAC de Millicom están todos en mercados Tipo I**. Con operaciones en Bolivia, Guatemala, El Salvador, Honduras y Paraguay, Tigo (parte del grupo Millicom) cuenta con más de 3,35 millones de cuentas activas de dinero móvil en la región de LAC.<sup>31</sup> Tigo Money, en Honduras, anunció recientemente que había superado la marca de un millón de clientes activos.<sup>32</sup>

27. Banco Mundial, 2010, Acceso a la Electricidad (% de la población). Disponible en: <http://data.worldbank.org/indicador/EG.ELC.ACCS.ZS/countries/1W-ZJ-ZG?display=graph>

28. Un promedio ponderado para los mercados del Tipo I.

29. Aunque estos servicios son ofrecidos por MNOs, los fondos para clientes se salvaguardan en una institución financiera formal a través de una cuenta mancomunada o cuenta fiduciaria.

30. Análisis de Dinero Móvil de GSMA.

31. Visión general de Tigo Money: <http://www.millicom.com/who-we-are/our-brands/tigo-money/>

32. telecompaper, 16 de febrero de 2015: "Tigo Honduras reaches 1 mln Tigo Money users". Disponible en: <http://www.telecompaper.com/news/tigo-honduras-reaches-1-mln-tigo-money-users--1065494>

## CUADRO 2

**ENFOQUE SOBRE LOS SERVICIOS FINANCIEROS MÓVILES DE EL SALVADOR**

El Salvador ha logrado el mayor progreso en cuanto a cerrar la brecha del acceso financiero, casi triplicando el porcentaje de adultos con una cuenta desde el 14%, en 2011, al 37%, en 2014.<sup>33</sup> Éste es el crecimiento más elevado en penetración de cuentas, en los mercados de LAC para los que hay datos disponibles. Los datos indican que el dinero móvil ha desempeñado un rol significativo en este crecimiento — Global Findex informa que el 4,6% de los adultos en El Salvador tiene una cuenta de dinero móvil, superando con creces el promedio regional del 1,7%, y presume de contar con la tasa de penetración más elevada de cuentas de dinero móvil en la región.<sup>34</sup>

En El Salvador, el operador móvil Tigo ha invertido intensamente en el desarrollo de un extenso canal de distribución para su servicio de dinero móvil, Tigo Money. Desde que se lanzó en 2011, Tigo Money ha expandido significativamente el acceso, agregando más de 2.000 agentes a través del país. Hoy en día, Tigo Money en El Salvador representa más del 20% de la base de suscriptores móviles de Tigo y es uno de los servicios más sólidos de Millicom a escala global.<sup>35</sup>

Curiosamente, los pagos nacionales de persona a persona no han sido el elemento impulsor clave del crecimiento del dinero móvil en El Salvador hasta la fecha. Tigo Money ha ganado popularidad a través de los pagos de cuentas y las remesas internacionales. Y lo más sorprendente es que Tigo El Salvador recibe un elevado volumen de pagos de remesas internacionales—principalmente de EE.UU.—a través de su asociación con Western Union. Esto es pertinente dado que los flujos de remesas desde el extranjero constituyen aproximadamente el 18% del PIB de El Salvador.<sup>36</sup>

\*Este cuadro de texto se basa en un blog de Mireya Almazán, publicado en el sitio web de MMU en abril de 2015.  
Disponible en: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/spotlight-on-central-america-mobile-money-enhances-financial-inclusion>

El establecimiento de un servicio de dinero móvil es una labor extremadamente difícil, incluso para los operadores móviles que ya han podido lograr unas elevadas tasas de penetración en servicios de voz y de datos. Los operadores incurrirán en grandes pérdidas en los primeros años para captar clientes y desarrollar una red de distribución, y deberán invertir en el servicio durante aproximadamente tres años antes de alcanzar el punto de equilibrio. A medida que el dinero móvil entra en una etapa de elevado crecimiento, cuando un operador adquiere por lo menos un 15% de su base de GSM como clientes activos de dinero móvil, se pueden esperar unos márgenes de rentabilidad modestos, positivos, del 2-5%.<sup>37</sup> Sin embargo, esto no es en general lo suficientemente atractivo desde el punto de vista financiero para los operadores móviles, especialmente cuando se compara con su negocio de GSM principal.

Tan solo un ecosistema digital puede impulsar unos márgenes saludables de dinero móvil de más del 20%. Esto significa alejarse de las transacciones basadas en efectivo y ampliar la gama de casos de uso para que los clientes mantengan los fondos digitales. Para servicios con elevadas cifras de transacciones sobre el mostrador (over-the-counter – OTC por sus siglas en inglés), la transición hacia digital es más compleja y son necesarias grandes inversiones en la captación de clientes para impulsar la adopción de las billeteras móviles.<sup>38</sup>

Por consiguiente, los modelos de dinero móvil comerciales, impulsados por operadores móviles, que prosperan en los mercados Tipo I, mejorarían en gran medida mediante un mayor desarrollo del ecosistema. En particular, podría resultar atractiva una mayor colaboración entre los operadores y los proveedores de servicios financieros tradicionales. La inversión de los operadores móviles en el desarrollo del canal de distribución puede ser aprovechada por los bancos para cerrar la brecha del acceso en una manera que no podrían hacer de otro modo.

33. Una cuenta incluye a aquellos en una institución financiera o con un proveedor de dinero móvil, según informa Global Findex 2014.

34. Global Findex 2014 define esta métrica como el porcentaje de encuestados que informan que usan personalmente un teléfono móvil para pagar cuentas o enviar o recibir dinero a través de un servicio de dinero móvil en los 12 meses anteriores; o que reciben salarios, transferencias del gobierno o pagos para productos agrícolas a través de un teléfono móvil en los 12 meses anteriores (% con +15 años). Estos datos solo están disponibles para mercados seleccionados en 2014.

35. Para una descripción de las iniciativas de servicios financieros móviles de Millicom, véase: <http://www.millicom.com/what-we-do/mobile-financial-services/>

36. Banco Interamericano de Desarrollo, Fondo Multilateral de Inversiones: "Remittances to Latin America and the Caribbean in 2013: Still below Pre-Crisis Levels". Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=38842219>

37. Mireya Almazán y Nicolas Vontron (Noviembre de 2014): "La Rentabilidad del Dinero Móvil: Un Ecosistema Digital para Promover Márgenes Saludables", Dinero Móvil para los No Bancarizados (MMU) de GSMA. Disponible en: [http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/11/2014\\_Mobile-money-profitability-A-digital-ecosystem-to-drive-healthy-margins.pdf](http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/11/2014_Mobile-money-profitability-A-digital-ecosystem-to-drive-healthy-margins.pdf)

38. Ibidem

Al igual que hemos visto en otras regiones, las asociaciones entre operadores móviles e instituciones financieras —para ofrecer productos tales como crédito, ahorros y seguros móviles— puede ser algo benéfico para todos. En Kenia, un producto de ahorro y crédito ofrecido conjuntamente por Commercial Bank of Africa (CBA) y Safaricom, M-Shwari, ha realizado una importante contribución a la cartera de la banca minorista de CBA. En marzo de 2015, M-Shwari informó de 10 millones de cuentas con más de USD 1.600 millones en ahorros y más de USD 300 millones en préstamos.<sup>39</sup> Este tipo de asociación está también dando resultados en Paraguay. La asociación de Tigo con Banco Familiar en un producto de crédito móvil ha atraído a 50.000 nuevos clientes de crédito, la mayoría de los cuales no estaban bancarizados anteriormente.

La interoperabilidad de cuenta a cuenta (A2A, por sus siglas en inglés) puede ser también una forma poderosa de ampliar la gama de casos de uso disponibles para los consumidores, así como de incrementar el tamaño del pastel para los proveedores. La interoperabilidad A2A permite a los consumidores transferir fondos de una cuenta en una plataforma, a otra cuenta en una plataforma distinta de servicios de dinero móvil o financieros. Los operadores móviles en Paraguay, por ejemplo, están empezando a explorar cómo interconectar sus servicios de dinero móvil para profundizar la inclusión financiera de manera conjunta.

Los operadores móviles en los mercados Tipo I han logrado un apasionante progreso y presumen de tasas de penetración del dinero móvil que están entre las más elevadas del mundo. Sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer para hacer que la propuesta de dinero móvil en general sea más atractiva, tanto para los consumidores como para los proveedores.

Los bancos invierten en servicios bancarios a través de agentes para aumentar los ingresos de una manera eficiente en cuanto al capital, para brindar una mayor conveniencia a los clientes actuales y para agregar nuevos clientes de entre la clase emergente de ingresos bajos a medianos.<sup>42</sup>

## Mercados Tipo II

Los mercados Tipo II son mucho más ricos que los mercados Tipo I, con unos PIB nacionales promedios que superan a los países del Tipo I en aproximadamente 3 veces y media. Los mercados Tipo II suelen compartir dos importantes características. En primer lugar, los bancos están profundamente arraigados en la economía y son unos sólidos aspirantes a convertirse en líderes de servicios financieros móviles en sus respectivos países. Brasil y Costa Rica, por ejemplo, tienen unas tasas de penetración de cuentas bancarias que están significativamente por encima del promedio para la región.<sup>41</sup> Los modelos de la banca sin sucursales han contribuido al alcance del sector bancario en los mercados Tipo II.

En segundo lugar, los operadores móviles y los minoristas han logrado unos elevados niveles de penetración y han desarrollado sólidas relaciones de clientes en su negocio principal. Con la excepción de México, todos los mercados Tipo II tienen tasas de penetración de suscriptores móviles que están por encima del promedio regional.<sup>43</sup> Igualmente, las cadenas de tiendas están bien establecidas, con miles de puntos de venta a través de los mercados Tipo II.

Por consiguiente, surgen múltiples sólidos aspirantes para la provisión de servicios financieros. En algunos mercados, los operadores móviles, los bancos y los minoristas se asocian voluntariamente para beneficiarse de los activos de los demás. En otros, una intensa presión por parte de las asociaciones de la industria o las restricciones impuestas por las regulaciones dan lugar a modelos de asociación que no favorecen a por todas las partes. Sin importar la dinámica del mercado particular, el resultado es que los mercados Tipo II suelen estar más integrados con la infraestructura financiera y minorista actual: las redes de distribución existentes se aprovechan para el ingreso/retiro de efectivo, se introducen tarjetas compañeras para acceder a la

39. Capital News, 6 de marzo de 2015: "M-Shwari hits 10 million accounts, advancing Sh29B in loans". Disponible en: <http://www.capitalfm.co.ke/business/2015/03/m-shwari-hits-10-million-accounts-advancing-sh29b-in-loans/>

40. Banco Interamericano de Desarrollo, 29 de octubre de 2014: "Institutions from Brasil, Ecuador and Paraguay win the IDB's Inter-American Awards for Financial and Entrepreneurial Innovation". Disponible en: <http://www.iadb.org/en/news/news-releases/2014-10-29/inter-american-awards-foromic-2014,10964.html>

41. Global Findex 2014.

42. Xavier Faz y Ted Moser, 2013: "Advancing Financial Inclusion through Use of Market Archetypes", Nota de Enfoque Núm. 86 de CGAP. Disponible en: <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Advancing-Financial-Inclusion-through-Use-of-Market-Archetypes-April-2013.pdf>

43. GSMA Intelligence, 1er trimestre de 2015.

---

infraestructura del punto de venta y se pueden establecer interconexiones “back-end” con sistemas nacionales de compensación y liquidación de pagos. De esta manera, muchos servicios de dinero móvil en los mercados Tipo II surgen interoperables con el sector bancario y comienzan a desarrollar un ecosistema desde el principio.

## MODELOS DE ASOCIACIÓN PARA INTEGRARSE CON LA INFRAESTRUCTURA FINANCIERA EXISTENTE

No es de extrañar que muchos programas de dinero móvil en LAC estén aprovechando la infraestructura bancaria existente, particularmente en los mercados Tipo II. LAC goza de una infraestructura bancaria relativamente más desarrollada, con un número más elevado de sucursales y cajeros automáticos per cápita que otras regiones en desarrollo. Los mercados Tipo II cuentan con un promedio de 27 sucursales comerciales por cada 100.000 adultos, comparado con 17 en los mercados Tipo I, y 3,8 en África Subsahariana.<sup>44</sup>

La región también alberga extensas redes bancarias a través de agentes o de corresponsales bancarios. Estas redes ayudan a ampliar el alcance del sector bancario, aunque a menudo son parte de estrategias de descongestión de las sucursales bancarias, en lugar de una herramienta para la adquisición de nuevos clientes.<sup>45</sup> Sin embargo, estas redes se están convirtiendo en puntos de distribución para los servicios de dinero móvil, en especial en Brasil, donde los corresponsales bancarios están ubicados en todos los municipios del país. Aproximadamente 150.000 corresponsales están autorizados para abrir cuentas de dinero móvil y realizar transacciones de ingreso/retiro de efectivo en nombre de los bancos. La amplia mayoría (más del 90%) de estos puntos de venta de servicios completos son agentes de tres importantes bancos con estrategias de mercado de gran consumo: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal y Banco Bradesco.<sup>46</sup> Estos bancos han suscrito acuerdos de asociación comercial con operadores móviles para servicios de dinero móvil.

Aunque la regulación de Brasil permite a los no-bancos emitir dinero electrónico (e-money) por su cuenta, la significativa profundidad del sistema bancario conduce a asociaciones casi obligatorias. Los operadores móviles pueden aprovechar la infraestructura y la presencia de sus asociados bancarios, obteniendo al mismo tiempo cobertura por parte de las regulaciones —para ahorrarse solicitar una licencia de dinero electrónico directamente. Los bancos, por otro lado, obtienen acceso a la base de suscriptores móviles del operador y a nuevas vías de ingresos que proceden de transacciones en sus redes de cambio y adquisición. La ventaja de este acuerdo es el potencial para explotar los activos combinados de estas importantes instituciones, incluyendo los sistemas nacionales de compensación y liquidación. La desventaja es que ninguna parte es totalmente responsable de poner toda su influencia y recursos en el programa de dinero móvil, con el riesgo de que el servicio quede atascado en la fase de puesta en marcha.

Notablemente, todos menos uno de los servicios de dinero móvil dentro de los mercados Tipo II están integrados con la infraestructura bancaria para la distribución, ya sea a través de redes de servicios bancarios a través de agentes o de cajeros automáticos. En comparación, tan solo tres de nueve servicios en los mercados Tipo I utilizan la infraestructura bancaria existente para la distribución.

Además de aprovechar agentes y redes de cajeros automáticos para el ingreso y retiro de efectivo, numerosos nuevos servicios de dinero móvil en LAC están accediendo a la infraestructura de aceptación de tarjetas. De nuevo, esto está particularmente extendido en los mercados Tipo II; Brasil solamente tiene más de 3,4 millones de datafonos (POS, por sus siglas en inglés)<sup>47</sup> y México tiene por lo menos medio millón.<sup>48</sup> Los servicios de dinero móvil están accediendo a estas redes de varias maneras. Una de ellas es mediante la emisión de tarjetas compañeras para las cuentas de dinero móvil, suministrando a los clientes otro canal para acceder a sus fondos electrónicos. Otra manera es suscribiendo acuerdos comerciales con redes de adquisición, para permitir las compras de dinero móvil a través de la base instalada de dispositivos de POS.

---

44. Banco Mundial 2013.

45. Ignacio Mas y Mireya Almazán, Invierno de 2011: “Banking the Poor through Everyday Stores” en *Innovations*, 6 (1), 119–128. Disponible en: [http://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/INOV\\_a\\_00062#.VUNg1vIWhBc](http://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/INOV_a_00062#.VUNg1vIWhBc)

46. Banco Central do Brasil, Abril de 2015, <http://www.bcb.gov.br/?CORPAIS>.

47. Banco Mundial, 2011: “Payment Systems Worldwide: A Snapshot. Outcomes of the Global Payment Systems Survey 2010”.

48. Committee on Payment and Settlement Systems, 2011: “Payment, clearing & settlement systems in México”, en el Libro Rojo de CPSS, Volumen 1.

**Casi una tercera parte de todos los servicios en LAC ofrecen tarjetas compañeras**, comparado con tan solo el 16% de los servicios en el Este de África. Notablemente, cerca del 80% de los servicios dentro de los mercados Tipo II ofrecen tarjetas compañeras. Por ejemplo, Zuum, un servicio de dinero móvil ofrecido a través de una empresa conjunta entre Telefónica y MasterCard, en Brasil, ofrece tarjetas compañeras para que los clientes accedan a 1,8 millones de comerciantes que aceptan MasterCard y a miles de cajeros automáticos de Cirrus por todo el país.

### CUADRO 3

## TARJETAS COMPAÑERAS Y DINERO MÓVIL

Varios programas de dinero móvil a través de la región están ofreciendo tarjetas compañeras para sus cuentas de dinero móvil. Esto es generalmente una tarjeta de débito o tarjeta prepagada, vinculada a la cuenta de dinero móvil de un cliente. Un suscriptor de uno de estos programas puede utilizar ya sea un teléfono o una tarjeta para pagar por los artículos en las tiendas, realizar compras online o sacar dinero en cajeros automáticos, todo ello con los fondos de su cuenta de dinero móvil.

Aunque los programas alrededor del mundo están empezando a experimentar con este enfoque, ésta es una tendencia particular en grandes mercados de América Latina. Cuatro servicios de dinero móvil en Brasil—Zuum, Oi Carteira, Meu Dinheiro Claro y TIM/Caixa Multibank—ofrecen una tarjeta compañeras, ya sea de la marca Visa o MasterCard. En Perú, un nuevo servicio con tarjeta compañeras, Tu Dinero Móvil, se lanzó en los últimos seis meses como una empresa conjunta entre MasterCard y Movistar.

Puesto que las tarjetas compañeras para el dinero móvil son relativamente nuevas, se han documentado poco su aceptación y uso, o cómo han afectado a la adquisición de clientes. Además, cada servicio considera el rol de su tarjeta física de modo distinto, dependiendo de su estrategia de mercado y de pagos digitales. Por lo tanto, es demasiado pronto para evaluar el impacto que las tarjetas compañeras están teniendo sobre el dinero móvil en general.

Sin embargo, la reciente oleada de lanzamientos de tarjetas compañeras es una señal de que un mayor número de proveedores de dinero móvil están aprovechando redes existentes de aceptación de tarjetas para acelerar los pagos a los comerciantes. Esto también indica que los proveedores están hallando atractivo suministrar un canal que resulta familiar —y a menudo aspiracional— para los consumidores. Las tarjetas compañeras requieren además una menor inversión en educación del cliente que una propuesta estrictamente móvil.

No obstante, varios programas de dinero móvil han hallado que la emisión y distribución de tarjetas y el reemplazo de las tarjetas perdidas o robadas es algo costoso, en especial si son compatibles con el estándar EMV. En parte para mitigar estos costos, la mayoría de los programas de dinero móvil han comenzado a cobrar tarifas por la emisión de tarjetas, que oscilan desde USD 2 hasta USD 6, aunque a los clientes a menudo se les ofrecen bonificaciones de tiempo aire o valor electrónico inicial para compensar este cargo único.

Las tarjetas compañeras crean retos de mercadeo singulares para los servicios de dinero móvil. No solo los clientes deben entender el concepto y valor relativo de ambos canales, sino que una tarjeta de plástico y una billetera de dinero móvil pueden tener diferentes propuestas de valor para los clientes, que pueden afectar a la estrategia de segmentación del servicio y a las tácticas de mercadeo. Por ejemplo, aunque ambos canales permiten que se almacene valor y requieren mecanismos de ingreso/retiro de efectivo, la billetera móvil es más adecuada para los pagos P2P/a distancia y los pagos de cuentas, que permiten a los clientes iniciar transacciones desde cualquier lugar en el que estén. Una tarjeta, por otro lado, se optimiza principalmente para pagos a comerciantes en minoristas. Aumentar la sensibilización y comunicar las distintas funciones de cada componente puede ser un reto, especialmente en mercados jóvenes de dinero móvil.

\*Este cuadro de texto se basa en un blog de Mireya Almazán y Gerald Rasugu, publicado en el sitio web de MMU en agosto de 2014. Disponible en: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/companion-cards-and-mobile-money-sticking-with-plastic>

---

## LAS GRANDES CADENAS DE TIENDAS PUEDEN ESTIMULAR LA DISTRIBUCIÓN DEL DINERO MÓVIL

Numerosas instituciones financieras y proveedores de dinero móvil de LAC han podido aprovechar las grandes cadenas nacionales o regionales de tiendas para incrementar su presencia física en sus países. La sofisticación de la venta minorista de los mercados Tipo II, en especial, ha impulsado esta tendencia.

OXXO, una cadena de franquicias de tiendas de autoservicio, cuenta con más de 11.000 puntos de venta en México y está proyectando expandirse hacia Colombia. De por sí, OXXO es un socio comercial atractivo para los servicios de dinero móvil. En enero de 2014, la subsidiaria mexicana de Citibank, Banamex, introdujo un nuevo producto de débito en asociación con Visa y OXXO: Saldazo. Una cuenta Saldazo puede abrirse en cualquier tienda de OXXO en México, donde los clientes pueden también llevar a cabo transacciones de ingreso/retiro de efectivo, y puede vincularse al servicio de dinero móvil de Banamex, Transfer.

Los almacenes de grandes superficies también pueden desempeñar un rol en la distribución de dinero móvil. Wal-Mart, por ejemplo, está desarrollando una sólida presencia en América Latina, con más de 3.900 puntos de venta. Aunque más de la mitad de sus puntos de venta están en México, también tiene una considerable presencia en Brasil, Chile, Costa Rica y Guatemala.<sup>49</sup> Se están buscando acuerdos comerciales con Wal-Mart para ventas de tarjetas compañeras de dinero móvil y transacciones de ingreso/retiro de efectivo.

Sin embargo, los grandes minoristas pueden a menudo impulsar acuerdos comerciales que terminen incrementando los precios de las transacciones de los agentes. Los grandes minoristas son además menos veloces en su capacidad para cambiar los procedimientos operativos o actualizar los programas informáticos para adaptarse al dinero móvil. En las tiendas de OXXO, por ejemplo, un ingreso de efectivo sin una cuenta Saldazo cuesta aproximadamente USD 0,5. Inicialmente OXXO también limitó el retiro de efectivo para cuentas de dinero móvil, supuestamente por razones competitivas. Por lo tanto, los proveedores de dinero móvil no pueden depender únicamente del alcance de grandes redes de minoristas para lograr el éxito —aún deben realizar la ardua labor de crear y administrar una red de distribución.

## Enfoques únicos de los servicios financieros móviles en LAC

Aunque los mercados Tipo I y Tipo II en la región tienen cosas en común, éstos no captan la variedad completa de dinámicas de mercado e iniciativas de servicios financieros móviles en LAC.

Dos mercados de LAC en particular están introduciendo enfoques únicos para los servicios financieros móviles: Perú y Ecuador. En Perú, basándose en una iniciativa de la Asociación de Bancos (ASBANC), un grupo de más de 30 emisores de dinero electrónico está preparándose para lanzar una plataforma de dinero electrónico abierta e interoperable. En Ecuador, el gobierno central es el único emisor de dinero electrónico, según lo establece un marco legal emitido en 2014.<sup>50</sup> Aunque ambos están en las etapas iniciales, estos dos enfoques ya han atraído atención internacional y se describen con mayor detalle a continuación.

### PLATAFORMA ABIERTA DE DINERO ELECTRÓNICO EN PERÚ

Los bancos, las instituciones financieras no bancarias, las recién creadas entidades emisoras de dinero electrónico (Entidades Emisoras de Dinero Electrónico o EEDE) y la Asociación de Bancos del Perú están creando una propuesta de valor unificada para consumidores de bajos ingresos a través de una plataforma compartida. Asociándose con Ericsson, este grupo de emisores de dinero electrónico está desarrollando la plataforma. A nivel técnico, el objetivo consiste en crear un entorno para albergar cuentas de dinero electrónico que daría servicio a las cuentas de todas las instituciones participantes en una ubicación central. Para facilitar la implementación y la futura administración, estos socios han creado una nueva compañía: Pagos Digitales Peruanos (PDP) S.A.

---

49. <http://corporate.walmart.com/our-story/our-business/locations/>

50. Resolución Núm.005-2014-M de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

Para el ingreso y retiro de efectivo, PDP aprovechará la red existente de agentes bancarios de Perú, además de establecer más puntos de servicio. Los comerciantes y los agentes serán totalmente interoperables y el objetivo consiste en llegar a alrededor de 20.000 agentes compartidos.

El presidente de ASBANC ha sido citado en la prensa diciendo que su meta es ayudar en los esfuerzos nacionales hacia la inclusión financiera, desarrollando este nuevo canal de transacciones. PDP está totalmente financiado por sus socios, que movilizaron una inversión inicial de USD 10 millones.<sup>51</sup> El gerente del proyecto ha compartido que ASBANC espera llegar a cinco millones de peruanos en el plazo de cinco años desde su lanzamiento.<sup>52</sup>

ASBANC espera ponerse en funcionamiento al principio del tercer trimestre de 2015. Una vez que se haya lanzado, este programa financiero interoperable, de múltiples usuarios, liderado por la industria, sería el primero del mundo de este tipo.

## UN MODELO DE DINERO ELECTRÓNICO LIDERADO POR EL GOBIERNO EN ECUADOR

El modelo ecuatoriano para los servicios financieros móviles tiene un enfoque político, y no uno comercial: El Banco Central del Ecuador (BCE) se estableció a sí mismo como el único emisor de dinero electrónico en el país.<sup>53</sup> Los bancos centrales no ofrecen normalmente servicios bancarios minoristas, pero los clientes en Ecuador podrán ahora abrir una cuenta de dinero electrónico en el BCE.

Las cuentas de dinero electrónico ecuatorianas pueden abrirse a distancia, utilizando cualquier proveedor de dinero móvil y número de identidad nacional. Todas las comisiones y tarifas para los clientes han sido establecidas unilateralmente por el BCE. En la actualidad hay un sitio web disponible para los consumidores, que explica la oferta de servicios, los precios y las ubicaciones de los agentes.<sup>54</sup>

Está previsto que el establecimiento de la distribución del dinero electrónico sea una iniciativa de colaboración entre el sector público y el sector privado. Concretamente, el BCE contratará cooperativas financieras, cooperativas de ahorro y crédito, redes de pagos y operadores móviles locales para crear redes de agentes.

¿Por qué adoptó Ecuador este enfoque de dinero móvil tan curioso y singular? Una razón está asociada al hecho de que, desde el año 2000, el dólar estadounidense ha sido la moneda de curso legal del país. Esto significa que el BCE incurre en elevados costos de administración del efectivo para mantener la oferta de dólares del país y renovar los billetes antiguos. Si el dinero electrónico llegara a ser ampliamente usado y aceptado, disminuiría la carga de la administración del efectivo para el gobierno, mientras que las reservas del BCE podrían incrementarse potencialmente.

Sin embargo, hay muchas incógnitas respecto a este enfoque. Éstas incluyen: (1) la estructura de incentivos para que los actores del sector privado inviertan en el desarrollo de una red saludable de ingreso y retiro de efectivo para el servicio nacional, (2) las repercusiones del depósito de todos los ingresos de efectivo por parte del público, directamente en el BCE, en lugar de hacerlo en instituciones financieras reguladas prudencialmente y (3) los mecanismos instaurados de supervisión y cumplimiento para un emisor de dinero electrónico que es también un regulador y autoridad financiera.

Durante el último año el BCE ha llevado a cabo una diversidad de programas piloto para poner a prueba el nuevo servicio y aumentar la sensibilización del cliente. Se ha informado que se han abierto al menos 13.000 cuentas de dinero electrónico.<sup>55</sup> Sin embargo, es muy temprano y aún está por verse el éxito de esta iniciativa.

Este nuevo modelo de dinero electrónico en Ecuador demuestra la compleja interacción entre los intereses comerciales y gubernamentales. Un entorno propicio de políticas y regulaciones es fundamental para que prosperen los servicios financieros móviles.

51. La Fundación de ASBANC, el Centro de Estudios Financieros (CEFI), está contribuyendo con un 51% al presupuesto del proyecto.

52. Perú 21, 14 de noviembre de 2014: "Dinero electrónico será usado en el Perú desde abril de 2015". Disponible en: <http://Peru21.pe/economia/dinero-electronico-usado-Peru-desde-abril-2015-2204039>

53. Resolución Núm. 005-2014-M de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

54. <http://www.dineroelectronico.ec/>

55. Información declarada por el Director de Dinero Electrónico del BCE, Fausto Valencia, al Presidente de Ecuador, Rafael Correa, en una Emisión Presidencial publicada por el BCE el 23 de marzo de 2015, disponible aquí (minuto 3:55): <https://www.youtube.com/watch?v=e4Nd2R6Txo>

# La evolución del entorno de las políticas y las regulaciones para los servicios financieros móviles en LAC

**S**e ha logrado un considerable progreso en la creación de políticas y marcos regulatorios que permitan a los proveedores de dinero móvil en LAC, tanto bancarios como no bancarios, la introducción de nuevos modelos de negocios. Los casos estudiados, las lecciones comerciales y los principios reguladores internacionales, todos apoyan la apertura del mercado a proveedores con diferentes propuestas de valor. Las mejores prácticas internacionales ya están bien establecidas, tanto a nivel regulatorio como a nivel comercial, para asegurar que los programas de dinero móvil sean sólidos y contribuyan a la integridad y la estabilidad del sistema financiero.<sup>56</sup>

## CUADRO 4

### UN ENFOQUE REGULATORIO PROPICIO PARA EL DINERO MÓVIL

Cuando a los operadores móviles se les permite proporcionar servicios de dinero móvil sostenibles, éstos pueden desempeñar un rol fundamental en el desarrollo de un sector financiero más eficiente e inclusivo. Las autoridades reguladoras que han abierto la puerta para que los no-bancos entren al mercado del dinero móvil bajo su dirección, han dado un importante primer paso.

Permitir la competencia en la provisión de servicios de dinero móvil es necesario, pero no suficiente. Nuestro análisis de los proveedores de servicios, basado en datos de la Encuesta sobre Adopción Global de GSMA, ha identificado los elementos adicionales requeridos para revelar el potencial de los no-bancos y favorecer el crecimiento del mercado de dinero móvil.

Por medio de 'un enfoque regulatorio propicio', queremos decir que al implementar las recomendaciones de Organismos de Establecimiento de Estándares globales, tales como el Bank for International Settlements (BIS) y el Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI - FATF, por sus siglas en inglés), la autoridad reguladora ha adoptado un enfoque funcional y proporcional que permite a los bancos y a los proveedores no bancarios competir, así como establecer diferentes tipos de asociaciones para la provisión de servicios de dinero móvil. Más específicamente, las normas establecidas por la autoridad reguladora:<sup>57</sup>

56. Simone di Castri, 2013: "Dinero Móvil: Facilitando Soluciones Regulatorias", Dinero Móvil para los No Bancarizados (MMU) de GSMA. Disponible en: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2013/02/MMU-Enabling-Regulatory-Solutions-di-Castri-2013.pdf>

57. Estas normas pueden codificarse o resumirse en cartas individuales de no objeción.

- Permiten a los no-bancos emitir dinero electrónico (o su equivalente),<sup>58</sup> autorizándoles a:
  - obtener una licencia directamente, O
  - establecer una subsidiaria para este negocio, O
  - solicitar una licencia (o equivalente) para un banco de pagos, O
  - proporcionar el servicio de dinero móvil a través de una carta de no objeción al no-banco o su banco asociado, pendiente de la aprobación de una regulación específica.
- E imponen requisitos de capital inicial y continuo, proporcionales a los riesgos del negocio del dinero electrónico
- Y les permitir utilizar agentes para las operaciones de ingreso y retiro de efectivo
- Y no prescribe la implementación de modelos de interoperabilidad específicos sin permitir un enfoque dirigido al mercado.

Adaptado de Simone di Castri, 2015: "Is regulation holding back financial inclusion? A look at the evidence", Dinero Móvil para los No Bancarizados (MMU) de GSMA. Disponible en: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/is-regulation-holding-back-financial-inclusion-a-look-at-the-evidence>

Una mayor claridad en las regulaciones ha contribuido al crecimiento de los servicios de dinero electrónico en LAC en los últimos años, aunque aún queda un largo camino por recorrer. En una región en donde los servicios de transacción de dinero han sido tradicionalmente el negocio de los bancos, esto requiere un cambio importante en la mentalidad de las autoridades reguladoras y los actores de la industria.<sup>59</sup> A abril de 2015, seis<sup>60</sup> de 19 (32%) mercados de dinero móvil en LAC presentan un entorno propicio para el dinero móvil, frente a tan solo dos en 2012 (Nicaragua y Perú). En comparación, diez de trece (77%) mercados de dinero móvil del Este de África y 47 de 89 (53%) mercados de dinero móvil activos globalmente, se consideran 'propicios'.

Esto significa que, de los aproximadamente 420 millones de adultos en los 19 mercados de dinero móvil de la región, 231 millones viven en mercados donde la regulación no es propicia.<sup>61</sup>

58. En algunos casos, las autoridades reguladoras autorizan a los proveedores a ofrecer dichos servicios con un nombre distinto, tal como: 'dinero móvil', 'pago móvil' o 'depósito electrónico'.

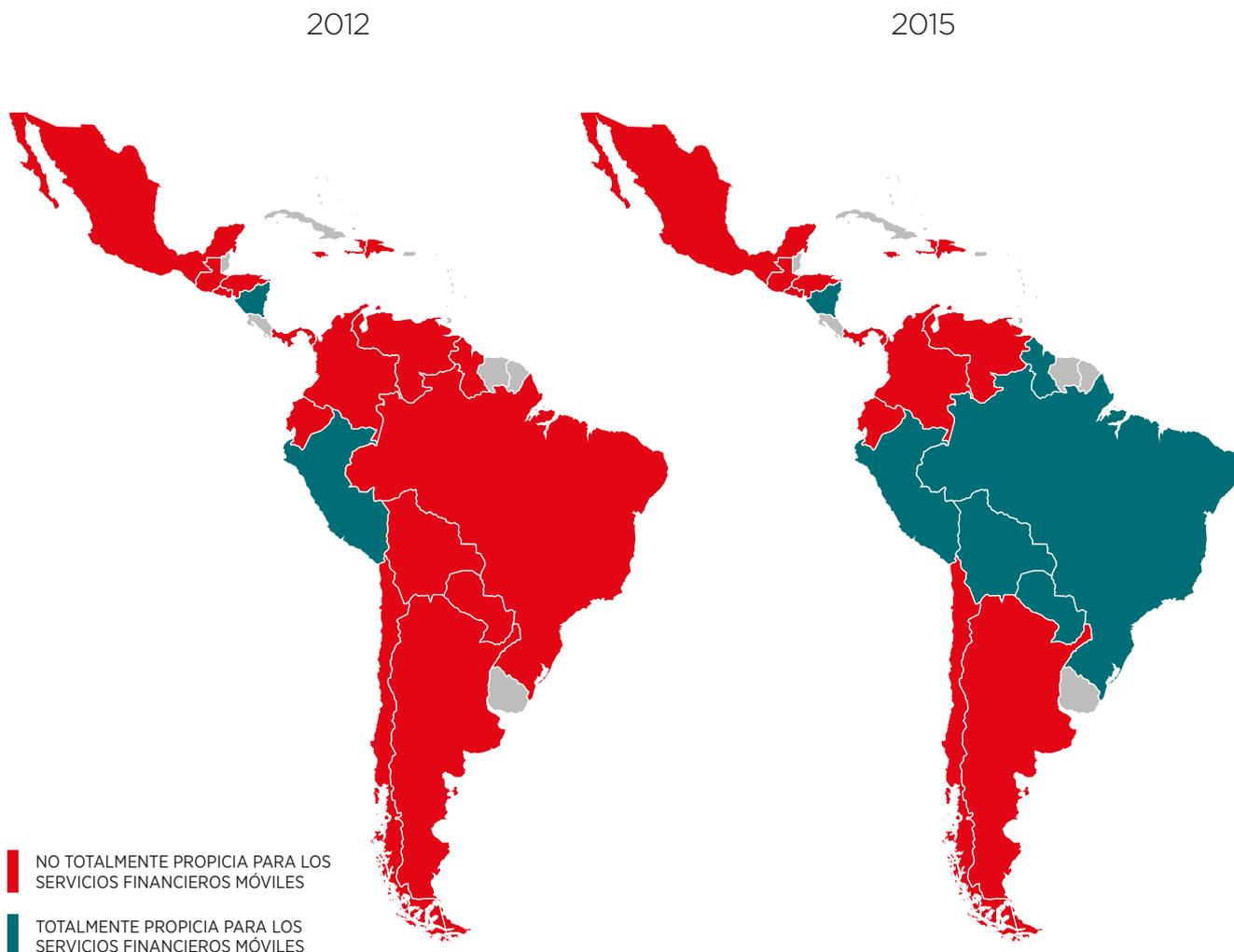
59. Xavier Faz, 2013: "A New Wave of E-Money in Latin America", CGAP. Disponible en: <http://www.cgap.org/blog/new-wave-e-money-latin-america>

60. Éstos incluyen a Bolivia, Brasil, Guayana, Nicaragua, Paraguay y Perú. Uruguay tiene también una regulación propicia para el dinero móvil y, de hecho, emitió la primera licencia de dinero electrónico de la nación a Redpago, en abril de 2015. Como Redpago no se ha lanzado oficialmente, no se ha incluido aún en el Rastreador de MMU de GSMA. Por consiguiente, Uruguay no se ha clasificado como un "mercado de dinero móvil" en este análisis.

61. Análisis de Dinero Móvil de GSMA.

FIGURA 5

## REGULACIÓN PROPICIA EN MERCADOS DE LAC



ANÁLISIS DE GSMA A ABRIL DE 2015

El Microscopio Global 2014 proporciona una evaluación similar del entorno regulador para los servicios financieros móviles en LAC. LAC fue la región que obtuvo la clasificación más baja del mundo en términos de regulación de pagos electrónicos. Los países de América Central (con la excepción de Nicaragua) y Haití estuvieron al final de las clasificaciones regionales y globales.<sup>62</sup>

No obstante, no todo es negativo. Al dar una mirada más amplia al entorno propicio para lograr la inclusión financiera, más allá del dinero móvil, cinco mercados de LAC se hallan en los 10 puestos más altos a escala global, en sus calificaciones generales, en el Microscopio Global: Perú, Colombia, Chile, México y Bolivia.<sup>63</sup> Adicionalmente, numerosas instituciones financieras en los mercados de LAC están empezando a innovar y a cerrar la brecha del acceso financiero (por ej., Bancolombia y Davivienda en Colombia). Además, algunos mercados están permitiendo a los operadores móviles operar servicios de dinero móvil patrocinados por socios bancarios, o a través de licencias de remesas nacionales, en ausencia de una regulación del dinero electrónico (por ej., El Salvador). En conjunto, estos factores explican por qué observamos una sólida actividad de dinero móvil en mercados que aún no han adoptado entornos reguladores propicios.

62. Simone di Castrì, 2013: "Dinero Móvil: Facilitando Soluciones Regulatorias", Dinero Móvil para los No Bancarizados (MMU) de GSMA. Desarrollado por EIU en colaboración con el Fondo Multilateral de Inversiones (miembro del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo) y CAF (el banco de desarrollo de América Latina), y con apoyo adicional del Centro para la Inclusión Financiera en Acción y Citi Microfinance, el Microscopio Global califica a los países como forma de medir su progreso hacia un entorno financieramente inclusivo para aquellos en la base de la pirámide. Véase [https://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2014/11/eiu\\_global\\_microscope\\_2014.pdf](https://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2014/11/eiu_global_microscope_2014.pdf)

63. Ídem

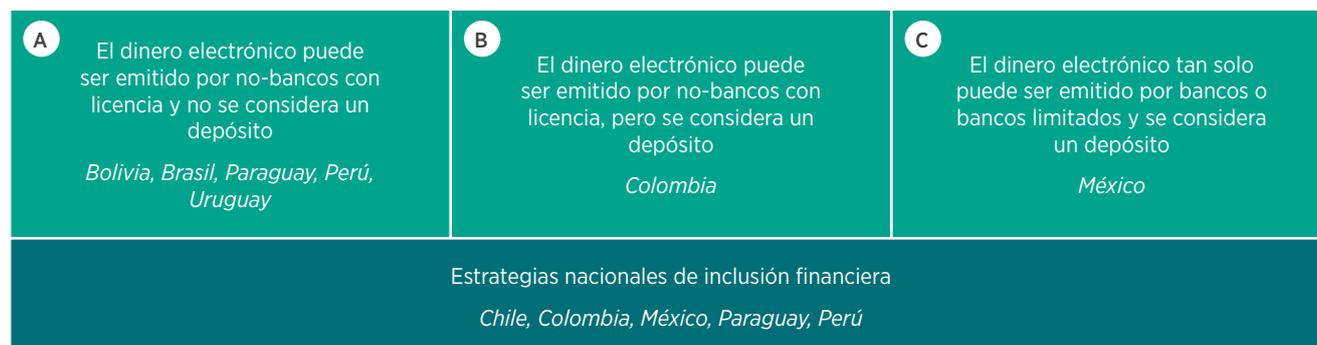
Sin embargo, unos entornos reguladores más propicios y una mayor seguridad reguladora a través de la región podrían estimular la inversión, promover la competencia entre diferentes modelos de negocios e introducir nuevos productos y servicios—todo lo cual podría ser muy beneficioso para los consumidores.

Brasil es un buen ejemplo, donde se lanzaron tres servicios de dinero móvil en los seis meses siguientes a la emisión de una ley de pagos móviles, por parte del banco central (en mayo de 2013), la cual permitía que se crearan entidades legales nuevas y especializadas para emisores de dinero electrónico, a través de una licencia de la autoridad del sector financiero.<sup>64</sup> Aunque tan solo un servicio de Brasil requería realmente la nueva licencia de pagos, los otros únicamente lanzaron modelos de asociación cuando el potencial de competencia por parte de los no-bancos se hizo una realidad.

La creación de licencias no bancarias especializadas es por lo tanto un enfoque regulatorio para favorecer el dinero electrónico. Estas nuevas entidades legales se denominan generalmente ‘compañías de pagos’ o ‘emisores de dinero móvil’. De acuerdo con las mejores prácticas internacionales de protección de los fondos de los clientes, los titulares de licencias deben establecer un fideicomiso con un valor igual al monto del dinero emitido electrónicamente y no se permite a estos emisores de dinero electrónico la intermediación de fondos. Además de Brasil, Bolivia, Paraguay y Perú han modificado también sus marcos legales para permitir que las nuevas instituciones no bancarias entren en el mercado de pagos. De igual manera, Colombia ha modificado su estructura legal para permitir a los no-bancos la emisión de depósitos electrónicos, similar al dinero electrónico que puede devengar interés y está sujeto a seguro de depósito.<sup>65</sup> El capital mínimo requerido para adquirir una licencia específica para dinero electrónico o depósito electrónico varía a través de los mercados, pero es inferior a USD 3 millones.<sup>66</sup>

FIGURA 6

## MUESTRA DE ENFOQUES DE LAS REGULACIONES Y POLÍTICAS PARA LOS SERVICIOS FINANCIEROS MÓVILES EN LAC<sup>67</sup>



64. Mireya Almazán, 2013: "Mobile Money Regulation in Latin America: Levelling the playing field in Brasil and Peru". Disponible en: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/mobile-money-regulation-in-latin-america-leveling-the-playing-field-in-Brasil-Peru>

65. Aunque Colombia ha modificado su estructura legal para permitir a los no-bancos la emisión de depósitos electrónicos, aún tiene que emitirse la nueva regulación, tal y como se analiza en el Cuadro 5.

66. Los requisitos de capital mínimo para las licencias de dinero electrónico suelen estar en el orden de USD 1 millón. La licencia especializada de Colombia para depósitos electrónicos presenta un requisito de capital mínimo de aproximadamente USD 3 millones.

67. Fuentes: Xavier Faz, 2013: "A New Wave of E-Money in Latin America", Microscopio Global 2014 y análisis de GSMA.

Otros mercados han adoptado un enfoque más centrado en los bancos para el dinero móvil, por medio del cual tan solo los bancos pueden emitir depósitos o instrumentos de pago electrónicos. Las estipulaciones en las leyes bancarias han permitido que se creen instituciones financieras especializadas, aunque aún se consideran bancos. Por ejemplo, en México los no-bancos pueden obtener una licencia bancaria especial para emitir instrumentos de pago, convirtiéndose en un 'banco de nicho' o 'banco de pagos', que se integra uniformemente con el resto de la infraestructura bancaria (switches de tarjeta/cajeros automáticos, transferencia de fondos electrónicos). A través de esta licencia se requiere menos capital de los bancos de pagos y éstos tienen una menor responsabilidad de elaborar informes que los bancos de servicios completos.<sup>68</sup>

Los requisitos de capital mínimo para este tipo de banco limitado ascienden aproximadamente a USD 14 millones en México, que es más de cuatro veces lo que se requiere a los emisores de dinero electrónico en otros mercados de LAC.<sup>69</sup>

Es probable que, en un futuro próximo, otros países adopten regulaciones que propicien las licencias específicas para el dinero móvil. Por ejemplo, un proyecto de ley de inclusión financiera se ha elaborado y presentado al Congreso tanto en El Salvador como en Honduras. Esto proporcionará estabilidad legal a los servicios de dinero móvil ya lanzados en estos mercados y promoverá incluso una mayor expansión.

Tan solo seis países de LAC (Argentina, Haití, Nicaragua, Panamá, Trinidad y Tobago, y Venezuela) no cuentan con estrategias o cualquier iniciativa reciente que apoye la inclusión financiera. En Nicaragua y Panamá, los gobiernos han expresado interés en promover la inclusión financiera en declaraciones y leyes, pero no se han materializado planes concretos. En cambio, Chile, Colombia, México y Perú han creado comisiones entre agencias que conectan sectores y niveles del gobierno para promover la inclusión financiera.<sup>72</sup>

Aunque todos estos enfoques pueden crear entornos propicios para los servicios financieros móviles, hay otras muchas consideraciones en cuanto a las regulaciones que afectan a si los nuevos participantes pueden aprovechar o no la oportunidad del dinero móvil. Por ejemplo, es crucial que las autoridades reguladoras adopten requisitos de conocimiento del cliente, que sean proporcionales a los riesgos y no necesariamente onerosos para los proveedores y los consumidores. En Guatemala, México, Paraguay y Perú se han acogido regímenes simplificados o escalonados de conocimiento del cliente.<sup>70</sup> Algunas autoridades reguladoras de LAC han ido un paso más allá y permiten el registro sin papeles. En lugar de inscribirse a través de un agente o punto de venta autorizado, los clientes pueden marcar un código USSD (Servicio Suplementario de Datos no Estructurado, por sus siglas en inglés) e introducir información personal básica para crear su cuenta de dinero móvil. Brasil, Colombia, México y Paraguay permiten a sus clientes abrir sus cuentas de esta manera. Por supuesto que este método de apertura de cuentas es más viable en mercados donde existe un registro de identidad nacional, de manera que la información del cliente pueda ser verificada por el sistema de soporte. Además, los conjuntos de datos de registro de SIM pueden aprovecharse para este fin en algunos casos.<sup>71</sup>

Por último, una serie de países ha implementado, o está en proceso de implementar, estrategias de inclusión financiera para alinear las reformas de las regulaciones con objetivos de políticas claramente definidos y compartidos. El apoyo del gobierno a la inclusión financiera es, de hecho, una métrica clave, evaluada a través del Microscopio Global, que examina la inclusión de los sectores financieros nacionales.

Todo sea dicho, el entorno regulador y de políticas en los mercados de LAC está mostrando signos de una corriente cambiante a favor de habilitar servicios financieros móviles.

68. Xavier Faz, 2013: "A New Wave of E-Money in Latin America", CGAP. Disponible en: <http://www.cgap.org/blog/new-wave-e-money-latin-america>

69. Los relativamente elevados requisitos de capital para los bancos de pagos en México son una consideración clave para las evaluaciones de las regulaciones por parte de GSMA. El entorno regulador de México no se considera del todo propicio para los servicios de dinero móvil.

70. La Alianza para la Inclusión Financiera, 2014: "Regulatory Approaches to Mobile Financial Services in Latin America". Disponible en: <http://www.afi-global.org/library/publications/regulatory-approaches-mobile-financial-services-latin-america>

71. Mireya Almazán, 2014: "Remote Account Opening: Making it Work for Mobile Money". Disponible en: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/remote-account-opening-making-it-work-for-mobile-money>

72. The Economist Intelligence Unit, 2014: "Microscopio Global 2014: Análisis del Entorno para la Inclusión Financiera". Disponible en: [http://www.citi.com/latinamerica/en/community/data/2014\\_Global\\_Microscope-EN.pdf](http://www.citi.com/latinamerica/en/community/data/2014_Global_Microscope-EN.pdf)

## CUADRO 5

**LA REGULACIÓN EN COLOMBIA IMPULSA MODELOS COMERCIALES**

Hasta la fecha, el dinero móvil en Colombia ha estado impulsado en gran medida por las instituciones financieras tradicionales. Esto se ha debido al relativamente sólido sector financiero, así como a restricciones impuestas por las regulaciones a los no-bancos para emitir dinero electrónico. La infraestructura bancaria en el país es extensa, con instituciones financieras ubicadas en un 99% de los municipios y aproximadamente 50.000 corresponsales bancarios, aunque tan solo un 38% de los adultos colombianos tiene una cuenta en una institución financiera formal.

Aunque las instituciones financieras colombianas han innovado para llegar a nuevos segmentos de clientes y han participado en la provisión de servicios financieros móviles, la entrada de nuevos participantes con nuevos modelos de negocio puede ayudar a profundizar la inclusión financiera y a complementar la sólida infraestructura financiera ya establecida.

Un proyecto de ley para crear una licencia especial para los emisores de dinero electrónico no-bancos se presentó al Congreso de Colombia en 2012. Ésta afrontó una gran oposición por parte de una gama de actores, incluyendo al sector bancario. El proyecto de ley fue aprobado a finales de 2014 y la regulación se está elaborando en medio de un proceso de consultas, a fines de abril de 2015.

Simultáneamente, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Colombia publicó una Estrategia Nacional para la Inclusión Financiera en marzo de 2014. A un alto nivel, la estrategia requiere la creación de una nueva licencia de pagos especializada, nuevos productos bancarios móviles, un mayor acceso a los servicios financieros en las áreas rurales, un incremento en el acceso al crédito para las PYMES e iniciativas de educación financiera.

Basándose en el contenido de la estrategia de inclusión financiera y en el hecho de que la autoridad reguladora está participando en un enfoque de consulta para emitir regulaciones, las perspectivas para la reforma de las regulaciones son prometedoras.

---

# El camino hacia delante

---

Los modelos comerciales para el dinero móvil no pueden examinarse aisladamente. Las estructuras del mercado bancario y de telefonía móvil, el entorno regulador, la demografía y muchos otros factores del mercado desempeñan un rol crítico en el desarrollo de nuevos modelos comerciales para el dinero móvil. Al revisar las experiencias de un subgrupo de países en LAC, estamos empezando a ver emerger un cuadro de lo que podría impulsar el crecimiento del dinero móvil en la región y los obstáculos que los proveedores podrían hallar.

La adopción y el uso generalizado de los servicios financieros móviles en LAC aún tienen un largo camino por recorrer, pero nos anima el crecimiento de servicios de éxito en la región y la gama de modelos de negocio que están adoptando. La competencia se está intensificando evidentemente y, con ella, el nivel de inversión e interés por parte del sector privado.

Los mercados Tipo I —los países más pobres en la región con tasas relativamente bajas de penetración bancaria— están observando cierto nivel de éxito con modelos liderados por operadores móviles para el dinero móvil. Sin embargo, estos servicios requerirán el desarrollo de nuevas asociaciones para ofrecer una gama ampliada de productos y servicios que impulse el valor para los consumidores y mejore el resultado final para el proveedor. Los operadores deben ser deliberados e intencionados al desarrollar un ecosistema de servicios financieros digitales y lograr la interoperabilidad con otros proveedores en sus mercados.

Los mercados Tipo II —mercados relativamente más ricos de LAC con sólidos sectores bancarios— han producido una gama de modelos integrados de asociación entre operadores, instituciones financieras, minoristas y otros. El desarrollo de la interoperabilidad y del ecosistema son esenciales para el ADN de muchos de estos programas. Aunque estos modelos tienen el potencial de llegar lejos, también son propensos a riesgos relativos a dinámicas de mercado agresivas que puedan dar lugar a una escalada de precios para los consumidores. Será fundamental que cada entidad maneje estos riesgos con cuidado y se mantenga centrada en los clientes.

A través de toda la región, la seguridad de las regulaciones será esencial para desarrollar un ecosistema financiero digital saludable. Con adecuadas regulaciones prudenciales y procedimientos de conocimiento del cliente basados en el riesgo, los operadores móviles pueden emitir con seguridad dinero electrónico y contribuir a la integridad financiera, la estabilidad y el crecimiento. La industria espera ansiosamente tener marcos jurídicos estables, que abran la puerta a una mayor inversión por parte de los bancos y de los no- bancos, y que también dé lugar a productos y servicios más valiosos para los consumidores.

# Apéndice A - Datos de rastreador de servicios para LAC<sup>73</sup>

PAÍS	NOMBRE DEL SERVICIO	ORGANIZACIÓN	AÑO DE LANZAMIENTO
Argentina	Mi Billetera Móvil	Grupo Sicom	2013
Bolivia	Tigo Money	Tigo (Millicom)	2013
Brasil	Oi Carteira	Oi	2013
Brasil	Zuum	Vivo (Telefónica)	2013
Brasil	Meu Dinheiro	Claro (América Móvil) & Bradesco	2013
Brasil	TIM Multibank Caixa	TIM	2015
Brasil	Olha Conta	Olha Conta	2015
Chile	Cuenta Móvil	Entel	2010
Colombia	DDDedo	VTU de Colombia SA	2009
Colombia	DaviPlata	DaviPlata	2011
Colombia	Ahorro a la Mano	BanColombia	2013
Colombia	Transfer Aval	Claro	2012
Colombia	PlataMovil	MiPlata	2014
República Dominicana	Orange M-peso	Orange	2014
Ecuador	Dinero Electronico	Central Bank of Ecuador	2015
El Salvador	Tigo Money	Tigo (Millicom)	2011
El Salvador	m-banco mobile money	m-banco	2011
Guatemala	Bancamigo	Claro (América Móvil)	2011
Guatemala	Tigo Money	Tigo (Millicom)	2011
Guayana	Mobile Money Guyana Inc	Guyana Telephone and Telegraph Company	2013



73. GSMA realiza un seguimiento de los servicios de dinero móvil a escala global, a través del Rastreador de Servicios de MMU. Disponible en: <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programmes/mobile-money-for-the-unbanked/insights/tracker>



PAÍS	NOMBRE DEL SERVICIO	ORGANIZACIÓN	AÑO DE LANZAMIENTO
Haití	TchoTcho	Digicel	2010
Haití	Lajancash	Haitipay	2013
Haití	Boom	Boom Financial	2013
Honduras	Tigo Money	Tigo (Millicom)	2011
Jamaica	M3 (Mobile Money for Microfinance)	Development Bank of Jamaica	2013
Jamaica	CONEC Mobile Wallet	Jamaica Co-operative Credit Union League	2013
México	Boom	Boom Financial	2012
México	Transfer	Telcel (América Móvil)	2012
México	MiFon	Banorte	2012
México	eZuza	eZuza	2013
Nicaragua	mPeso	mPeso	2010
Panamá	Movil Cash	Cable & Wireless Panama	2014
Paraguay	Tigo Money	Tigo (Millicom)	2010
Paraguay	Envios Personal	Personal (Telecom Argentina)	2013
Perú	Billetera Móvil	Scotiabank	2012
Perú	Tu Dinero Móvil	Movistar (Telefonica)	2015
Venezuela	Movilway eWallet	Movilway	2011

# Apéndice B - Modelos comerciales para el dinero móvil en LAC

## MUESTRA DE MODELOS COMERCIALES PARA EL DINERO MÓVIL

**1 IMPULSADO POR OPERADOR MÓVIL:** EL OPERADOR MÓVIL ASUME LA MAYOR PARTE DE LAS FUNCIONES DE LA CADENA DE VALOR DEL DINERO MÓVIL



**2 IMPULSADO POR COMPAÑÍA DE PAGOS:** COMPAÑÍA DE PAGOS EXCLUSIVAMENTE MANEJA LA OFERTA DE SERVICIOS PRINCIPAL



**3 IMPULSADO POR BANCO:** EL BANCO ASUME LA MAYORÍA DE LAS FUNCIONES DE LA CADENA DE VALOR DEL DINERO MÓVIL



ACTIVIDADES DEL OPERADOR MÓVIL

ACTIVIDADES DEL BANCO

ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA DE PAGOS

## SERVICIOS SELECCIONADOS DE DINERO MÓVIL DE LAC ESQUEMATIZADOS POR MODELO

¿QUIÉN EMITE LA CUENTA DE DINERO MÓVIL?\*

¿QUIÉN PROPORCIONA EL CANAL SEGURO PARA LAS COMUNICACIONES?	①	② COMPAÑÍA DE PAGOS ESPECÍFICAMENTE			③
	COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES	EMPRESA CONJUNTA DE COMPAÑÍA DE TELECOM. + COMPAÑÍA DE TARJETAS	EMPRESA CONJUNTA DE COMPAÑÍA DE TELECOM. + BANCO(S)	TERCERA PARTE (NO COMPAÑÍA DE TELECOM.)	BANCO
UNA SOLA COMPAÑÍA DE TELECOMUNICACIONES	Tigo Money BO/ GT/ SV/HN/ PY, Tcho Tcho HT (Digicel), Orange M-Peso dominic. (Orange/ Banco Popular)	Zuum BR (Vivo/ MasterCard), Tu Dinero Móvil (Movistar/ MasterCard)	Transfer MX (Telcel/ Banamex)	eZuza MX	Cuenta Móvil CL (Banco de Chile/Entel), TIM Multibank Caixa BR (TIM/Caixa)
MÚLTIPLES COMPAÑÍAS DE TELECOMUNICACIONES				DDDedo CO	Davivienda DaviPlata CO, Bancolombia Ahorro a la Mano CO

\* La entidad que emite la cuenta puede ser distinta de la entidad que tiene la licencia. Por ejemplo, Scotiabank tiene la licencia para que Tcho Tcho opere en Haití, pero Digicel emite el producto y maneja la plataforma de tecnología.

# Apéndice C - Glosario

## Ahorros móviles

Los ahorros móviles utilizan el teléfono móvil para proporcionar servicios de ahorro para los no bancarizados. MMU rastrea servicios de ahorros móviles que cumplen con los siguientes criterios:

- El servicio permite a los suscriptores ahorrar dinero en una cuenta que proporciona seguridad para el principal y, en algunos casos, una tasa de interés.
- El servicio debe permitir a las personas no bancarizadas ahorrar dinero utilizando un dispositivo móvil. No están incluidos los servicios que ofrecen el teléfono móvil tan solo como otro canal para acceder a una cuenta tradicional de ahorro.
- El servicio debe ofrecer una interfaz para iniciar transacciones de agentes y/o clientes, que esté disponible en dispositivos móviles básicos.

## Conocimiento del cliente

Las instituciones financieras y los proveedores de servicios financieros regulados están obligados por las regulaciones a realizar la debida diligencia para identificar a sus clientes. El término también se utiliza para referirse a la regulación que gobierna estas actividades. El Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI; FATF, por sus siglas en inglés) recomienda un enfoque basado en el riesgo para la debida diligencia de los controles AML/CFT (lucha contra el blanqueo de dinero y la financiación del terrorismo). Debido a la falta de documentos de identidad formales en algunos mercados, procedimientos de conocimiento del cliente de manera escalonada y el ajuste de documentación requerida, pueden ayudar a los proveedores de dinero móvil a facilitar la captación de clientes y a incrementar la inclusión financiera, especialmente en áreas rurales.

## Crédito móvil

El crédito móvil utiliza el teléfono móvil para proporcionar servicios de crédito a los no bancarizados. MMU monitorea los servicios de crédito móvil que deben cumplir con los siguientes criterios:

- El servicio debe permitir a los suscriptores manejar riesgos, proveyéndoles de una garantía de compensación por pérdidas, daños, enfermedad o muerte.
- El servicio debe permitir a las personas excluidas financieramente acceder fácilmente a servicios de seguro, utilizando un dispositivo móvil. No están incluidos los servicios que ofrecen el teléfono móvil tan solo como otro canal para que los clientes de una compañía de seguros accedan a un producto de seguros tradicional.
- El servicio debe ofrecer una interfaz para iniciar transacciones para agentes y/o clientes, que esté disponible en dispositivos móviles básicos.

## Cuenta de dinero móvil

Una cuenta de dinero electrónico a la que se accede principalmente utilizando un teléfono móvil y que es mantenida con el emisor de dinero electrónico. En algunas jurisdicciones las cuentas de dinero electrónico pueden asemejarse a cuentas bancarias convencionales, pero reciben un tratamiento distinto bajo el marco regulador porque se utilizan con diferentes

propósitos (por ejemplo, como un sustituto para el efectivo o un valor almacenado que se utiliza para facilitar servicios de transacciones).

Una cuenta de dinero móvil activa es una cuenta de dinero móvil que se ha utilizado para realizar al menos una transacción durante un cierto periodo de tiempo (normalmente 90 días o 30 días).

### Dinero móvil

El dinero móvil es un servicio que las personas desbancarizadas pueden usar para realizar y recibir pagos, utilizando un teléfono móvil. MMU rastrea servicios de dinero móvil que cumplen con los siguientes criterios:

- El servicio debe ofrecer al menos uno de los siguientes servicios: transferencia P2P, pago de cuentas, desembolsos agrupados, pago a comerciantes y remesas internacionales.
- El servicio debe confiar plenamente en una red de puntos de transacción fuera de las sucursales bancarias, que hacen que el servicio sea accesible para los no bancarizados y los no bancarizados. Los clientes deben poder utilizar el servicio sin haber sido previamente bancarizados. No están incluidos los servicios bancarios móviles que ofrecen el teléfono móvil tan solo como otro canal de acceso a un producto bancario tradicional, ni los servicios de pago vinculados a una cuenta bancaria corriente o tarjeta de crédito, tales como Apple Pay y Google Wallet.
- El servicio debe ofrecer una interfaz para iniciar transacciones para agentes y/o clientes, que esté disponible en dispositivos móviles básicos.

### E-money (dinero electrónico)

Abreviación para “dinero electrónico”, es el valor mantenido en las cuentas de los usuarios, agentes y el proveedor del servicio de dinero móvil. Normalmente, el total del valor del dinero electrónico está reflejado en una cuenta o cuentas fiduciaria en un banco, de tal forma que si incluso el proveedor del servicio de dinero móvil fuera a quiebra, los usuarios podrían recobrar el 100% del valor almacenado en sus cuentas. Dicho esto, los depósitos del banco pueden devengar interés, mientras que, tradicionalmente, el dinero electrónico no puede hacerlo.

### Entidad reguladora (o regulador)

En el contexto del dinero móvil, esto se suele referir al regulador que cuenta con autoridad de supervisión sobre las instituciones financieras de un país particular – usualmente el banco central u otra autoridad financiera.

### Ingreso de efectivo

El proceso por el cual un cliente acredita su cuenta con efectivo. Esto se hace generalmente a través de un agente, que toma el efectivo y acredita la misma cantidad de dinero electrónico en la cuenta de dinero móvil del cliente.

### Interoperabilidad

La capacidad de los clientes para realizar transferencias de dinero entre dos cuentas en diferentes programas de dinero móvil, o transferir dinero entre cuentas en programas de dinero móvil y cuentas en bancos. Hasta la fecha, operadores móviles en cuatro mercados han interconectado sus programas de dinero móvil.

### No bancarizados

Clientes que no tienen una cuenta bancaria o una cuenta para transacciones en una institución financiera formal.

<b>Operador móvil (MNO)</b>	Una compañía que cuenta con una licencia emitida por el gobierno para proporcionar servicios de telecomunicaciones a través de dispositivos móviles.
<b>Pago de cuentas</b>	Un pago realizado por una persona, ya sea desde una billetera o en modo OTC, a un acreedor o a una organización acreedora vía una plataforma de dinero móvil, a cambio de servicios suministrados.
<b>Pago de gobierno a persona (G2P)</b>	Un pago del gobierno a la cuenta de dinero móvil de una persona.
<b>Pagos a comerciantes</b>	Un pago realizado desde una billetera móvil, a través de una plataforma de dinero móvil, a un comerciante minorista u online a cambio de bienes o servicios. Puede ayudar a los proveedores de dinero móvil a facilitar la captación de clientes y a incrementar la inclusión financiera, especialmente en áreas rurales.
<b>Pagos agrupados</b>	Un pago realizado por una organización a través de una plataforma de dinero móvil, a la billetera móvil de una persona. Por ejemplo: pagos de salarios realizados por una organización a la billetera móvil de sus empleados (B2P: negocio a persona, por sus siglas en inglés), pagos realizados por un gobierno a la billetera móvil de un destinatario (G2P) o pagos realizados por organizaciones de desarrollo a beneficiarios (D2P).
<b>Punto de Venta (POS, por sus siglas en inglés)</b>	Una ubicación minorista en donde se realizan pagos por bienes o servicios. Un “terminal de punto de venta” indica un dispositivo especializado que se utiliza para aceptar el pago, por ej. un lector de tarjetas o datafono.
<b>Punto de venta de agente</b>	En el caso del dinero móvil, un punto de venta de agente es un lugar en donde uno o varios agentes de dinero móvil son contratados para facilitar las transacciones para los usuarios. Las más importantes de éstas son: ingreso y retiro de efectivo (es decir, cargar valor en el sistema de dinero móvil y luego volverlo a convertir a efectivo ); en muchas instancias los agentes también vinculan a nuevos clientes. Los agentes suelen obtener comisiones por realizar estos servicios. Puesto que ellos son el punto de contacto humano del servicio de dinero móvil, a menudo también proporcionan servicios de atención al cliente en primera línea, tales como enseñar a los nuevos usuarios cómo iniciar las transacciones en sus teléfonos. Normalmente, los agentes conducirán otros tipos de negocios además de los del dinero móvil. Los tipos de individuos o negocios que pueden servir como agentes a veces estarán limitados por las regulaciones, pero los comerciantes a pequeña escala, las instituciones microfinancieras, las cadenas de tiendas y las sucursales bancarias sirven como agentes en algunos mercados. Algunos participantes en la industria prefieren los términos “comerciante” o “minorista” para describir a esta persona o negocio, a fin de evitar ciertas connotaciones legales del término “agente”, tal como se usa en otros sectores. Un punto de venta de agente activo es un punto de venta de agente que facilitó por lo menos una transacción en los últimos 30 días.
<b>Recarga de tiempo aire</b>	La compra de tiempo aire a través de dinero móvil, con fondos de una cuenta de dinero móvil.

### Regulación propicia

Un 'enfoque regulatorio propicio' para el dinero móvil es aquel en el que las reglas establecidas por el regulador:

- Permiten a los no-bancos emitir dinero electrónico (o el equivalente) autorizándoles a:
  - obtener una licencia directamente, O
  - establecer una subsidiaria para este negocio, O
  - solicitar una licencia (o el equivalente) para un banco de pagos, O
  - proporcionar el servicio de dinero móvil a través de una carta de no-objeción al no-banco o a su banco asociado, pendiente de la aprobación de una regulación específica.
- E impone requisitos de capital inicial y continuo, que son proporcionales a los riesgos del negocio de dinero electrónico
- Y les permite utilizar agentes para las operaciones de ingreso y retiro de efectivo
- Y no prescribe la implementación de modelos de interoperabilidad específicos, sin permitir un enfoque dirigido al mercado.

### Remesa Internacional

Transferencia de fondos a través de fronteras, de una persona a otra. Esta transacción puede ser una transferencia directa de billetera a billetera o puede completarse a través del uso de una organización intermediaria, tal como Western Union.

### Retiro de efectivo

El proceso por el cual un cliente deduce efectivo de su cuenta de dinero móvil. Esto se realiza generalmente a través de un agente, que entrega efectivo al cliente a cambio de una transferencia de dinero electrónico desde la cuenta de dinero móvil del cliente.

### Seguro móvil

El seguro móvil utiliza el teléfono móvil para proporcionar servicios de microseguros a las personas excluidas financieramente. MMU rastrea los productos de seguros móviles que cumplen con los siguientes criterios:

- El servicio debe permitir a los suscriptores manejar riesgos, proveyéndoles de una garantía de compensación por pérdidas, daños, enfermedad o muerte.
- El servicio debe permitir a las personas excluidas financieramente acceder fácilmente a servicios de seguro, utilizando un dispositivo móvil. No están incluidos los servicios que ofrecen el teléfono móvil tan solo como otro canal para que los clientes de una compañía de seguros accedan a un producto de seguros tradicional.
- El servicio debe ofrecer una interfaz para iniciar transacciones para agentes y/o clientes, que esté disponible en dispositivos móviles básicos.

### Servicios en puntos de venta sobre el mostrador ("over-the-counter" u OTC, por sus siglas en inglés)

Algunos servicios de dinero móvil están siendo ofrecidos principalmente en modo OTC. En tales casos, un agente de dinero móvil realiza las transacciones en nombre del cliente, que no necesita tener una cuenta de dinero móvil para utilizar el servicio.

---

**Servicios financieros móviles (MFS, por sus siglas en inglés)**

El uso de un teléfono móvil para acceder a servicios financieros y ejecutar transacciones financieras. El dinero móvil, el seguro móvil, el crédito móvil y los ahorros móviles son servicios financieros móviles.

---

**Subatendidos**

Clientes que pueden tener acceso a una cuenta para transacciones básicas, ofrecida por una institución financiera formal, pero que aún tienen necesidades financieras no satisfechas o no atendidas adecuadamente.

---

**Transferencia de persona a persona (P2P)**

Una transferencia realizada de una persona a otra.



Para mayor información, sírvase ponerse en contacto con:  
[mmu@gsma.com](mailto:mmu@gsma.com)  
GSMA London Office  
T +44 (0) 20 7356 0600