

---

# IMPLANTACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS MÓVILES: FACTORES Y MODELO DE ÉXITO

---

**PABLO DE LA MATA NAVAZO**

Telefónica se refiere a la Economía Digital como los procesos y fuentes de generación de riqueza que han surgido como consecuencia del nuevo modelo de interacciones entre empresas, clientes, empleados, equipos y proveedores, derivado del desarrollo de las nuevas tecnologías y, especialmente, de Internet.

En ese sentido, uno de los procesos que el desarrollo de Internet ha revolucionado es el acceso a los servicios financieros. Esto es, a través de un dispositivo con conexión a Internet se pueden ejecutar transacciones, contratar servicios financieros, consultar operaciones bancarias, solicitar créditos, etc. Si el dispositivo es un teléfono móvil se habla de servicios financieros móviles.

Desde hace unos años se viene hablando de la tendencia global de adoptar los pagos a través de móvil en las transacciones cotidianas, si bien dicha adopción todavía no se ha producido. En este ensayo se comentarán ciertas condiciones particulares de cada país que condicionan la implantación y adopción de los servicios financieros móviles, especialmente factores sociales, regulatorios y económico-financieros. Además, se hará un breve análisis de las implicaciones económicas de la implantación de un servicio de este tipo para un operador, recurriendo al ejemplo más representativo: el servicio M-PESA en Kenia, del operador Safaricom (filial de Vodafone).

## Análisis de factores

El Banco Mundial clasifica los países en diferentes grupos según diversos criterios. Uno de ellos es el Producto Nacional Bruto (PNB) per cápita, que divide al conjunto total de países en:

- Países con ingresos bajos. Aquellos con un valor de *PNB per cápita*  $< \$1.045$
- Países con ingresos medios. Registran valores  $\$1.045 < \textit{PNB per cápita} < \$12.746$
- Países con ingresos altos. Con *PNB per cápita*  $> \$12.746$

En la tabla 1 se presenta el valor medio de algunos indicadores que registran los países que pertenecen a estos grupos.

En primer lugar, es inevitable advertir la estrecha relación entre la carencia de una cuenta en una institución financiera y el uso de los sistemas financieros móviles. Por otra parte, cabe destacar que la penetración de la telefonía móvil es muy superior al porcentaje de la población que dispone de una cuenta en una institución financiera en los tres grupos. En concreto, en

aquellos países que registran bajos ingresos, la relación es de dos a uno, lo que ilustra la capacidad de los dispositivos móviles para favorecer la inclusión financiera.

	Ingresos Bajos	Ingresos Medios	Ingresos Altos
<b>Producto Nacional Bruto per cápita (media, en US\$)</b>	728	4.754	39.812
<b>Población mayor de 15 años (millones)</b>	516,2	3.650,4	1.064,6
<b>Cuenta en institución financiera (% mayores de 15 años)</b>	22,3	57,1	90,6
<b>Cuenta de tipo móvil<sup>1</sup> (% mayores de 15 años)</b>	10	1,5	.. <sup>2</sup>
<b>Penetración telefonía móvil<sup>3</sup>(% de suscripciones)</b>	51	90	122

Tabla 1: Indicadores económico-financieros según nivel de ingresos. Fuente: Banco Mundial. Datos de 2014

En ese sentido, la región del África subsahariana se desmarca del resto, registrando un 11,5% de mayores de 15 años usuarios de servicios financieros móviles, con una penetración de telefonía móvil del 66%. Profundizando más, dentro de la misma región se pueden encontrar comportamientos muy dispares:

	Camerún	Costa de Marfil	Kenia	Tanzania	Región
<b>Cuenta en institución financiera (% mayores de 15 años)</b>	11,4	15,1	55,2	19	28,9
<b>Cuenta de tipo móvil (% mayores de 15 años)</b>	1,8	24,3	58,4	32,4	11,5
<b>Penetración telefonía móvil (% de suscripciones)</b>	70	95	72	56	66

Tabla 2: Indicadores en la región del África sub-sahariana. Fuente: Banco Mundial. Datos de 2014

Si bien en aquellos países donde los servicios financieros están menos desarrollados las plataformas móviles pueden aportar mayor valor, queda patente que no es el único factor que influye en el éxito de las mismas. Así, son varios los retos a los que los proveedores de estos servicios deben hacer frente.

Desde mi punto de vista, los más significativos son:

### Regulación

Mientras que en algunos países sí existe un marco regulatorio para el comercio electrónico y los pagos móviles, en otros todavía se está trabajando en ello. Las cuestiones principales a abordar, sobre las que se difiere entre los distintos países, son:

<sup>1</sup> Se incluyen aquellos encuestados que confirmaron haber hecho uso de un sistema financiero móvil en los 12 meses precedentes.

<sup>2</sup> El Banco Mundial no dispone de datos sobre su uso.

<sup>3</sup> Datos de 2013.

- qué agentes pueden ofrecer servicios financieros;
- el montante máximo de una transacción o una cartera virtual;
- el tipo de transacciones permitidas.

Sobre el primer aspecto, los organismos reguladores están optando por una de estas tres posiciones:

- Amigable con los operadores móviles, que pueden realizar funciones bancarias. Algunos ejemplos son Kenia, Filipinas, Nigeria o Malasia.
- Flexible. En Europa y Estados Unidos los operadores pueden obtener una licencia que les habilite, mientras que en Japón deben depositar el dinero en cuentas bancarias.
- Sólo bancos. Este modelo se ha adoptado en países como Sudáfrica, India, Bangladés, Tanzania o Uganda.

Una de las principales preocupaciones de los reguladores es el posible uso de los pagos móviles para el blanqueo de capitales. La mayoría están encaminando sus políticas a establecer un equilibrio entre el avance de la inclusión financiera y la solidez y fiabilidad del sistema financiero.

#### Acceso a servicios financieros

Como se ha comentado, el acceso a los servicios financieros es un factor determinante. La demanda de servicios móviles de este tipo depende en gran medida del atractivo que ofrecen el sistema bancario y los métodos de pago tradicionales.

En la siguiente tabla se detallan ciertos indicadores que permiten cuantificar la expansión de los servicios financieros en cuatro países bien diferenciados:

Indicador	Brasil	Estados Unidos	Japón	Kenia
Cuenta en institución financiera (% mayores de 15 años)	68,1	93,6	96,6	55,2
Número de cajeros por millón de habitantes	889	1.317	1.070	21
Tarjeta de débito (% de mayores de 15 años)	59,2	76,2	88,1	34,7

Tabla 3. Fuente: IFC (Banco Mundial). Datos de 2011

Como puede apreciarse, la situación del sistema bancario en Kenia (escasez de cajeros en un país con un gran porcentaje de población rural, escasa penetración de instrumentos financieros como las tarjetas de débito, alto porcentaje de cobertura móvil) ha favorecido la adopción del teléfono móvil como canal de acceso a los servicios financieros.

#### Situación del mercado móvil

Son varios los parámetros influyentes relacionados con el sector de la telefonía móvil. Sin embargo, se pueden destacar dos:

- Capacidad de inversión de los operadores
- Cuota de mercado

Cuando se trata de desplegar una infraestructura nueva, la capacidad de los operadores para acometer las inversiones necesarias es un factor determinante, especialmente cuando no está claro el retorno que van a producir.

En cuanto a la cuota de mercado, un reparto equitativo puede influir fundamentalmente de dos formas:

- Favorable. La competitividad del sector motiva a los operadores a ofrecer servicios financieros como elemento diferenciador.
- Desfavorable. Un mercado competitivo en el que varios operadores ofrecen servicios financieros presenta un problema de interoperabilidad. Además, si existe un operador dominante, es más probable que disponga de una mayor capacidad de inversión.

En el caso de Kenia la rápida adopción del servicio M-PESA se puede justificar con la gran cuota de mercado que tiene el operador que lo ofrece: Safaricom.

Operador	Cuota de Mercado móvil	Producto	Cuota de Mercado servicio m-money
Safaricom	68%	M-PESA	71%
Airtel	16%	Airtel Money	20%
Essar	8%	yucash	8%
Orange	7%	Orange Money	1%

Tabla 4: Cuota de mercado de los operadores en Kenia. Fuente: Evans & Pirchio<sup>4</sup>

En cualquier caso, la interoperabilidad debe ser un objetivo fundamental a perseguir, en tanto que protege a los usuarios y favorece la implantación de los servicios financieros móviles. A día de hoy, la mayoría de los servicios son sistemas cerrados en los que un usuario de un sistema *A* no puede efectuar un pago a un usuario de un sistema *B*.

A nivel técnico, el problema reside en manejar los pagos, compensaciones y liquidaciones entre los diferentes operadores. En una región con un número pequeño de operadores podría ser viable hacerlo de forma multilateral, pero la complejidad y el coste de la solución crecen exponencialmente conforme este número aumenta. En este caso, posibles soluciones son el uso de un conmutador de pagos o el establecimiento de un servicio interbancario de compensación<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Evans, D. S., & Pirchio, A. (2015). *An Empirical Examination of Why Mobile Money Schem Ignites in Some Countries but Flounder in Most*. The University of Chicago Law School, Coase-Sandor Institute for Law and Economics.

<sup>5</sup> International Telecommunication Union. (2013). *The Mobile Money Revolution Part 2: Financial Inclusion Enabler*.

## Un caso de éxito: M-PESA

M-PESA es considerado como el «abuelo» de todos los sistemas de pago vía móvil, y se estudia como modelo de éxito por la gran penetración que ha conseguido. El sistema M-PESA (M de móvil, Pesa es dinero en swahili) comenzó en Kenia en 2007 como un servicio de gestión de microcréditos que abarata los costes para las instituciones de microfinanzas, pudiendo así ofrecer condiciones de préstamo más ventajosas. Rápidamente su uso se extendió a diversos propósitos y el sistema se reorientó hacia el envío de remesas y el pago por bienes y servicios.

Cinco años después ya lo utilizaban 15 millones de habitantes, más de un tercio de la población total del país. Sirve como vehículo financiero a la quinta parte del PIB, y es que M-PESA gestiona más transferencias en Kenia que Western Union en todo el mundo. Tras este éxito, M-PESA se ha ido expandiendo a Tanzania, Sudáfrica y Afganistán entre otros, siempre de la mano de Vodafone y Safaricom.

Su uso es muy intuitivo, y no requiere más que una sencilla aplicación instalada en la SIM y abrir una cuenta en una de las sucursales. Una vez la cuenta está creada, el usuario puede depositar la cantidad de dinero que desee y empezar a hacer transferencias y pagos con comisiones mucho menores que por otras vías.

Se complementa con M-KESHO, que es la extensión del servicio de Safaricom hacia la banca móvil en colaboración con el Equity Bank de Kenia. Los usuarios de M-PESA pueden registrar una cuenta M-KESHO con este banco, que estará conectada con su cuenta de M-PESA para que puedan transferir sus fondos entre una y otra. Desde ese momento su teléfono ofrecerá desde el menú la sección de M-KESHO, que brinda varias ventajas: protección de los depósitos, microseguros, cobertura de accidentes, no tiene límites en la cuenta de ahorro y ofrece intereses.

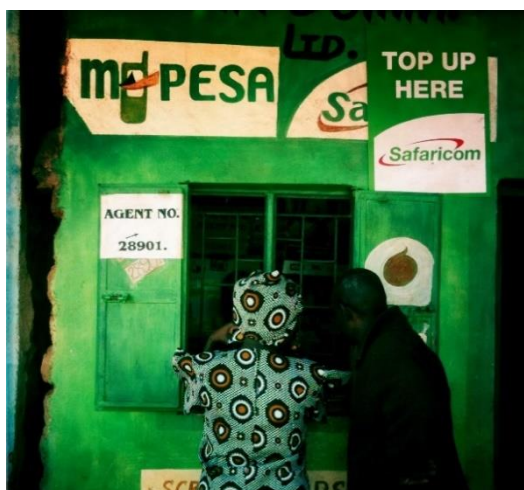


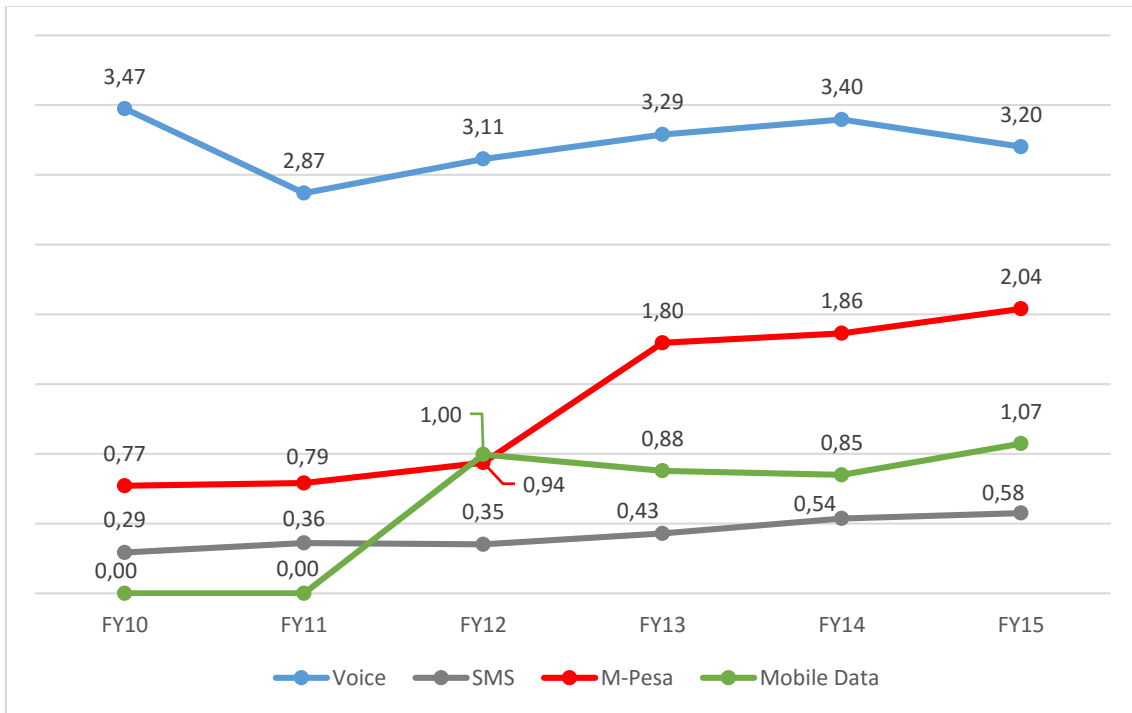
Ilustración 1: Agente de M-PESA. Fuente: [www.credit.frontlinesms.com](http://www.credit.frontlinesms.com)



Ilustración 2: Interfaz de la aplicación. Fuente: [www.m2mnow.biz](http://www.m2mnow.biz)

A continuación se presentan una serie de gráficas que tratan de reflejar el impacto que ha tenido M-PESA en Safaricom, atendiendo a una serie de indicadores financieros.

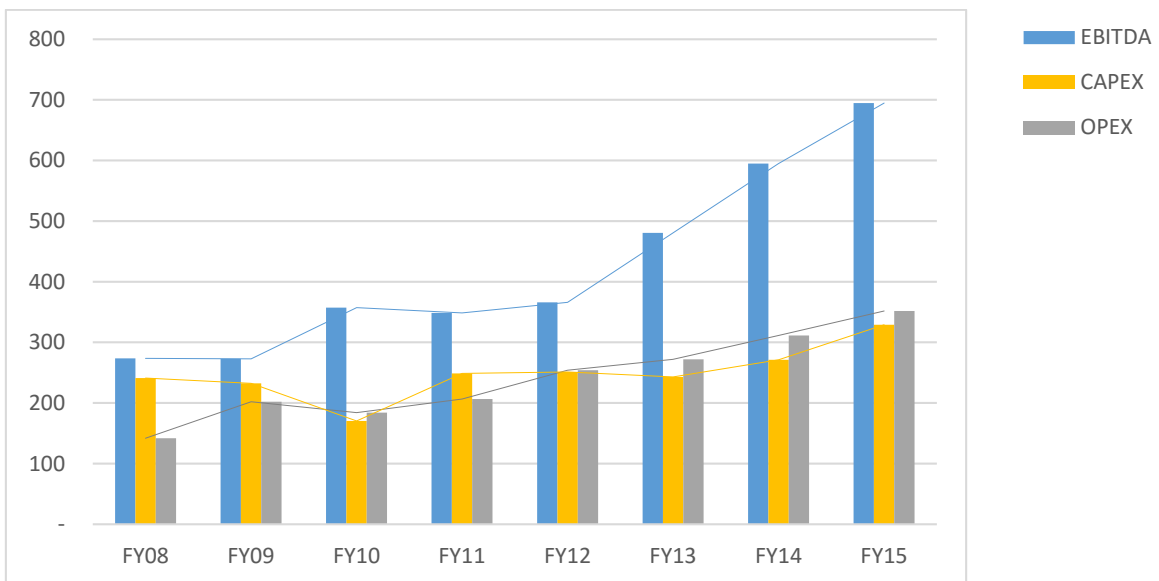
En la gráfica 1 puede verse la evolución del ARPU (*Average Revenue Per User*), medido en USD, de Safaricom en los últimos años:



Gráfica 1: ARPU por tipo de servicio, valores en USD. Fuente: Elaboración propia a partir de informes anuales de Safaricom. Tasa de cambio a 2015/11/11: USD/Kshs = 0,00976. Año fiscal finaliza en marzo.

La rápida adopción de M-PESA por la población de Kenia ha hecho que los beneficios medios por usuario de este servicio hayan crecido significativamente en cinco años. En tanto que los beneficios de Safaricom dependen del volumen y cuantía de las transacciones, se trata de un modelo de negocio que todavía tiene un gran margen de recorrido en términos de ARPU.

En la siguiente gráfica se presenta la evolución del EBITDA de Safaricom en los últimos años, comparándolo con el CAPEX y OPEX de cada año:



Gráfica 2: EBITDA, CAPEX y OPEX de Safaricom, datos en USD. Fuente: Elaboración propia a partir de informes anuales de Safaricom. Tasa de cambio a 2015/11/11: USD/Kshs = 0,00976. Año fiscal finaliza en marzo.

Como puede verse, a partir de 2013 se produce un crecimiento importante en el EBITDA registrado por el operador. Acudiendo a la gráfica 1, parece lógico pensar que se debe en gran

parte al buen comportamiento experimentado por M-PESA en esos años. Dicho crecimiento implicó un aumento del OPEX, debido a que el modelo que utiliza la operadora se basa en una red de agentes cuya comisión depende del volumen y cuantía de las transacciones que cursan. No obstante, puede apreciarse cómo la pendiente que marca la tendencia del OPEX es muy inferior a la correspondiente al EBITDA, lo que refleja que M-PESA es un servicio rentable y sostenible.

## Conclusiones

El proceso de globalización y la proliferación de los servicios OTT están haciendo que los operadores tradicionales vean cómo servicios que antes resultaban muy rentables han dejado de serlo en cuestión de unos pocos años. En este sentido, ser capaces de ofrecer un servicio de valor añadido, que aproveche gran parte de las infraestructuras de las que ya disponen y favorezca la fidelización de los usuarios, puede resultar muy interesante para ellos.

Así, en un contexto enormemente competitivo en el que prima la diferenciación a través de la «paquetización» de servicios, y en el que se persigue el desarrollo de un Mercado Único Digital, los servicios financieros electrónicos, y particularmente los móviles, están destinados a triunfar; si bien todavía se desconoce si será a través de los operadores o de las entidades bancarias.

No obstante, son varias las barreras que deben vencerse para llegar a ese punto. La regulación es una de las principales, ya que condiciona de manera innegable la capacidad de las empresas para ofrecer servicios de este tipo. Será, por tanto, necesaria la colaboración de diversas instituciones (como la Directiva de la Comisión Europea para Servicios de Pago, la UIT y los gobiernos de cada país) y de parte de la industria TIC e instituciones financieras, para que la implantación de estos servicios tenga éxito y se haga de una forma sostenible y escalable.