




Modelo Perú: Los inicios

Índice

Dinero electrónico para la inclusión social	3	Un modelo “al revés”	21
Legistar para incluir	7	La suma de voluntades	28
Una preocupación compartida entre sector público y privado	9	Echando a andar el modelo	33
Interoperabilidad y transparencia	15	El Modelo Perú en el tiempo (2011 – 2015)	39

A woman with dark hair, wearing a pink shirt, is smiling and looking down at a smartphone she is holding in her hands. She is in a factory or industrial setting, with machinery and other workers visible in the background. The image has a teal overlay at the bottom containing text.

Dinero electrónico para la inclusión social

IRIS ES UN AMA DE CASA que vive en Huancayo, la principal ciudad comercial de la sierra del Perú. José, su esposo, es un chofer de taxi, que sale todas las mañanas a las 7 a.m. y vuelve tarde a casa. Es la mitad del día cuando Iris se da cuenta de que se acabó el gas de la cocina y no tiene dinero. Ahora, José deberá volver a casa, a mitad del día, perdiendo pasajeros, tiempo y ganancias para dejar la plata.

HACE 5 AÑOS MILAGROS LLEGÓ A LIMA, capital del Perú, desde Iquitos. Se mudó para trabajar y buscar así nuevas oportunidades para ayudar a su familia. Todos los meses, Milagros manda a su madre un giro para sus gastos. El problema es que ella vive en un pueblo donde no hay agencias bancarias y el agente corresponsal más cercano está a 45 minutos de viaje por río. Su madre no solo tiene que viajar a cobrar la plata, gastando tiempo y dinero, sino que, ya en una ocasión la han asaltado.

El caso de Iris y José o de Milagros y su madre es moneda común para más de **10 millones de peruanos, quienes no son parte del sistema financiero.** Esta realidad no solo los fuerza a perder tiempo y pagar una serie de sobrecostos ocultos, por tener que trasladarse para realizar pequeñas operaciones, sino que, además, los expone a una serie de vulnerabilidades que les restan calidad de vida y frenan su desarrollo.



“Muchos peruanos viven en una situación marcada por la incertidumbre. La inclusión financiera les quita ese riesgo, porque si estás incluido financieramente y tienes una emergencia, puedes acercarte a una institución financiera y pedir un crédito, o puedes, por ejemplo, ahorrar un excedente después de la cosecha para comprar semillas sin endeudarte”, asegura Carolina Trivelli.



La inclusión financiera disminuye el riesgo de incertidumbre en grandes grupos poblacionales.



Servicio de transporte
"Metropolitano" Lima

Partiendo de la premisa, ya comprobada, de que la inclusión financiera genera inclusión social, el reto en países como el Perú es dotar a grandes bolsones poblacionales de las herramientas que les permitan hacer transacciones monetarias sin los sobrecostos y riesgos del efectivo.

En ese sentido, la tecnología, a través del dinero electrónico, ofrece una serie de posibilidades.

El documento *State of the Industry Report on Mobile Money Decade Edition: 2006 – 2016*, elaborado por GSMA, una iniciativa liderada por la fundación de Bill & Melinda Gates, resume una serie de impactos logrados en diversas poblaciones, a través de la masificación del dinero electrónico. Entre ellos se cuenta hogares más resistentes, mejoras en la salud, incremento de la seguridad personal, más tiempo y menos costos.

El texto, además, hace hincapié en un punto fundamental: el impacto de la inclusión financiera en el cumplimiento de 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS), compromiso asumido en el 2015, por más de 190 países, entre los que se encuentra el Perú, durante la Cumbre de Desarrollo Sostenible en la Asamblea General de las Naciones Unidas.

Legislar para incluir

Siguiendo esa línea, en el 2013 el Congreso Peruano promulgó la Ley N° 29985, que regula las características básicas del dinero electrónico como instrumento de inclusión financiera y define a este como “un valor monetario representado por un crédito exigible a su emisor”.

La ley atribuye a este instrumento las siguientes características.

- a) Es almacenado en un soporte electrónico.
- b) Es aceptado como medio de pago por entidades o personas distintas del emisor y tiene efecto cancelatorio.
- c) Es emitido por un valor igual a los fondos recibidos.
- d) Es convertible a dinero en efectivo según el valor monetario del que disponga el titular, al valor nominal.
- e) No constituye depósito y no genera intereses.

La particularidad del caso peruano estriba en un punto fundamental, el cual es patente desde el mismo título de la ley: esta no solo regula la emisión de dinero electrónico, determina las empresas autorizadas a emitirlo y establece el marco regulatorio y de supervisión de las Empresas Emisoras de Dinero Electrónico (EED), sino que, además, considera al dinero electrónico como un instrumento para la inclusión financiera.



El Perú cuenta con una legislación moderna que no solo regula sino que también impulsa el uso del dinero electrónico.



Obrero Aymara – Puno

Sin embargo, esta mirada, y la posterior promulgación de la ley, no fue un albur, sino que, como aseguran algunos de los actores involucrados en el proceso, fue una consecuencia de la suma de voluntades entre el sector público y privado, quienes superando intereses políticos o comerciales crearon las condiciones para sentar las bases de un ecosistema de pagos digitales.

La legislación peruana considera el dinero electrónico como un instrumento para la inclusión financiera.

Una preocupación compartida entre sector público y privado

Hacia finales de la gestión presidencial 2006 – 2011, y siguiendo las tendencias a nivel mundial, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) remitió a la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC), un borrador de Ley de Dinero Electrónico, el cual fue derivado al comité de Cajeros Corresponsales de esta institución.

La principal preocupación del mencionado comité, por entonces, se enfocaba en buscar las mejores soluciones para explotar los **cajeros corresponsales**, que habían crecido exponencialmente. Estos, que son puntos ubicados en pequeños negocios donde es posible realizar operaciones financieras sin necesidad de ir a una agencia bancaria, se **incrementaron en 675%, entre 2009 y 2016.**

Algunos de los miembros del comité, entre quienes se encontraba Miguel Arce, por entonces funcionario de una entidad financiera y hoy Gerente Comercial de Pagos Digitales Peruanos (PDP) – la empresa que opera Bim, la billetera móvil más importante del Perú–, se percataron del papel de estos puntos como una herramienta de contacto para acercar el sistema financiero a más peruanos.





En el 2011, diversas entidades públicas y el sector financiero peruano convinieron en la necesidad de impulsar el dinero electrónico.

Por entonces, y en paralelo a la iniciativa del MEF, el recientemente creado Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), venía trabajando en una serie de estrategias y programas sociales que facilitarían la inclusión social.

Uno de ellos es el Programa Nacional de Apoyo Directo a los más Pobres JUNTOS, un programa de transferencias monetarias condicionadas, subsidios dirigido a madres de familia de bajos recursos en zonas alejadas del país.

“Dos bancos nos acercamos al MIDIS, pues queríamos entrar a distribuir, a través de nuestra red de cajeros corresponsales, los subsidios de JUNTOS. Si bien no lo conseguimos, al MIDIS le llamó la atención que trabajáramos en conjunto para buscar soluciones novedosas. Este hecho, sumado al borrador de la ley, generó dentro del gremio una serie de discusiones sobre cuál debía ser nuestro papel en la inclusión financiera”, recuerda Arce.

Ciertamente, ya existían entre los miembros del gremio financiero peruano dos preocupaciones: cuál debía ser su papel en el desarrollo del país, más allá de la responsabilidad social y cómo acercarse a un gran grupo de peruanos que no tenían una cuenta bancaria y que, lógicamente, podrían convertirse en potenciales clientes.

A pesar del entorno político favorable, y de la voluntad y preocupación del sector privado, existían y aún subsisten en Perú, una serie de factores que alejan a los bancos de los grandes grupos poblacionales.





El dinero móvil ha permitido al sector financiero peruano acercarse a grandes grupos poblacionales.

“Como gremio sabíamos que teníamos una asignatura pendiente. Durante una sesión de planeamiento estratégico nos preguntamos cuál debía ser nuestro objetivo principal y fue muy claro que era la inclusión financiera. Por un lado, Perú tiene uno de los indicadores más bajos de Latinoamérica, pero, además, está comprobado que el 80% de las personas que salen de la pobreza en nuestro país lo hacen cuando acceden a un crédito”, asegura Eduardo Torres Llosa, Director / Gerente General del BBVA Banco Continental.

Sin embargo, a pesar del entorno político favorable, y de la voluntad y preocupación del sector privado, existían y aún subsisten en Perú, una serie de factores que alejan a los bancos de los grandes grupos poblacionales.

“Hay mucha gente que cree no estar preparada para interactuar con el sector financiero, pues sienten que este requiere de un lenguaje especial, o de firmar documentación que además no entienden. Tengamos en cuenta que, en algunos casos, hay personas que no pueden repetir una firma. Todo eso genera un lógico temor”, comenta Felipe Vasquez de Velasco D., Gerente General de Pagos Digitales Peruanos S.A.

“Como gremio sabíamos que teníamos una asignatura pendiente. Durante una sesión de planeamiento estratégico nos preguntamos cuál debía ser nuestro objetivo principal y fue muy claro que era la inclusión financiera”.

Eduardo Torres Llosa, CEO BBVA Continental





Una traba para el sector financiero peruano son las difíciles condiciones geográficas del país.

A esta desconfianza se suma un factor fundamental: la difícil geografía del Perú, donde existen pueblos de difícil acceso por encima de los 4,000 metros sobre el nivel del mar en la sierra, o a tres o cuatro días de navegación por río, en el caso de la selva.

¿Cómo superar entonces las barreras físicas y reducir los costos que acarrea la implementación y operación de puntos de contacto – agencias, cajeros automáticos o agentes corresponsales– en localidades alejadas y de difícil acceso? Pero, además ¿cómo lograr que operaciones muy pequeñas sean rentables para la entidad financiera, y eficientes para un usuario desconfiado, hasta el punto de que puedan replicar las facilidades de un elemento confiable y universal, como por ejemplo el dinero en efectivo?

Esas eran solo algunas dudas sobre las que Eduardo Torres Llosa del BBVA Banco Continental reflexionaba en una entrevista de julio de 2017.

El camino estaba aún por empezar y estos no serían los únicos obstáculos que vencer.

Interoperabilidad y transparencia

Sin embargo, antes que problemas, el gremio financiero peruano encontró oportunidades y una actitud propositiva de parte del sector público, no solo de la alta dirección del MEF y el MIDIS, sino también de los reguladores, como la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (SBS), el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL), el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) y el Congreso de la República.

Es en coordinación con estas organizaciones que se inició un provechoso debate que culminaría con la emisión de la Ley N° 29985. Sin embargo, lograr acuerdos supuso un intenso intercambio de visiones y puntos de vista, el cual, desembocó en lo que es hoy un modelo de operación de dinero electrónico único en el mundo.

En paralelo, existieron algunas iniciativas de billeteras móviles, que respondieron básicamente a esfuerzos aislados de instituciones financieras.



La interoperabilidad permite al dinero móvil fluir con la misma naturaleza del efectivo.

Miguel Arce, quien fuera testigo de las primeras discusiones y esfuerzos en el país sobre el dinero electrónico recuerda que muchos bancos tuvieron la iniciativa de “ir por su lado”.

“Algunos bancos y operadores de tarjetas lanzaron sus billeteras. Cada cual tuvo diferentes resultados, pero ninguno positivo, básicamente por un tema de interoperabilidad y de la imposibilidad de competir con el carácter universal del efectivo”, dice Arce.

Revisar el por qué estas iniciativas no fueron exitosas es indispensable para entender la naturaleza del modelo peruano. Para ello, primero se debe tener en cuenta que la dinámica de masificación de dinero electrónico ha variado según los países donde han sido implementados. El documento “Empleando la telefonía móvil para promover la inclusión”, de OSIPTEL, destaca tres maneras de implementación del servicio.

• **Cuando el servicio de dinero electrónico es implementado exclusivamente por las empresas de telefonía móvil.** En este caso, las entidades financieras solo participan de manera indirecta. Un ejemplo de este modelo de dinero electrónico se encuentra en los países africanos (por ejemplo, Vodafone en Kenia).

• **Cuando el servicio de dinero electrónico es implementado tanto por entidades financieras como por empresas de telefonía móvil.** En este caso ambas empresas constituyen una empresa conjunta para brindar el servicio. Por ejemplo, en Brasil, MFS es una empresa de dinero electrónico formada por Telefónica Brasil y Mastercard.

• **Cuando el servicio de dinero electrónico es implementado exclusivamente por las entidades financieras y las empresas de telefonía móvil solo participan como proveedores de insumos.** En este último modelo de implementación del servicio, las entidades financieras –en algunos casos incluso adquieren operadores móviles virtuales (OMVs) para ofrecer en algún momento servicios de dinero electrónico, independientemente de los operadores móviles (por ejemplo, Bancolombia). Este modelo se encuentra en gran parte de los países de nuestra región.

El caso de M-Pesa en Kenia ha sido por largo tiempo un modelo a destacar.

Lanzado en el 2007 por el operador Safaricom (Vodafone), el servicio se brinda básicamente por SMS, para comunicar al usuario instrucciones para realizar las operaciones y confirmarlas. En este modelo, es el operador quien mantiene el registro de operaciones de cada cliente,



Mercado Central – Cusco



Barrio de migrantes - Lima

asociándolos con un número de teléfono celular. El saldo de las transacciones es depositado en una cuenta bancaria, bajo un fideicomiso, constituido por un operador móvil en bancos locales, en un modelo que se conoce como “cuenta ómnibus”, en la que es imposible asociar la cuenta con el usuario.

El éxito de M-Pesa es destacable. En solo 5 años el servicio alcanzó los 8 millones de usuarios.

Sin embargo, frente a estos modelos, el término “interoperabilidad”, mencionado por Arce, es fundamental.

El concepto del efectivo, bajo el cual se estructura la economía, tiene su éxito en la interoperabilidad. Es decir, el efectivo es un instrumento universal, aceptado mundialmente como medio de pago, cuya circulación es regulada por una entidad fiscal. En otras palabras, es interoperable.

En ese sentido, la Ley N° 29985 define a la interoperabilidad como:

(...) aquella situación en la que un cliente pueda realizar transacciones con cualquier contraparte, independientemente del proveedor de servicios financieros.

La interoperabilidad es imposible de alcanzar con modelos donde las billeteras son propiedad de una sola entidad financiera o de una empresa de telecomunicaciones, pues las barreras de servicio, físicas o tecnológicas, entre otras, restan posibilidades de intercambio y conversión y, por tanto, minan el carácter universal que tiene el efectivo.

Entonces, si la meta es crear billeteras y lanzarlas al mercado, con el objetivo de generar transacciones, el modelo de negocio podría funcionar de la mano de una empresa de telecomunicaciones, como es el caso de M-Pesa.

Transparencia e interoperabilidad son entonces fundamentales para asegurar la sostenibilidad y el éxito del modelo de negocio.

La legislación peruana contempla también el uso de cuentas transparentes que permiten asociar a los usuarios con sus transacciones.





Barrio Belén - Iquitos

Sin embargo, si el objetivo es lograr la inclusión social de grandes bolsones de la población, sobre la base de la inclusión financiera, un sistema interoperable, que no dependa de una sola entidad, es fundamental.

Otro factor determinante es la transparencia. El uso de “cuentas ómnibus”, no permite la trazabilidad de la data. Es decir, no es posible relacionar a un usuario con una transacción y una entidad financiera, lo que impide a estas conocer el comportamiento de un potencial cliente, dificultando la posibilidad de diseñar productos y servicios adecuados, como por ejemplo una cuenta de ahorros, un microcrédito o un seguro.

Transparencia e interoperabilidad son entonces fundamentales para asegurar la sostenibilidad y el éxito del modelo de negocio.

A ello se suma un tercer elemento: la necesidad de generar un mercado, basado en un ecosistema de pagos que acepte el intercambio universal de dinero electrónico. Para lograrlo y asegurar la rentabilidad se necesita generar, además, un gran volumen de transacciones, teniendo en cuenta que el monto de las operaciones es, por lo general, pequeño.

El esfuerzo conjunto era, por tanto, obligatorio.

A young man with short dark hair, wearing a white tank top, is smiling broadly while holding a black mobile phone to his ear. He is standing outdoors in front of a blue wall. The background is slightly blurred, showing a white door and some greenery. A semi-transparent pink banner is overlaid across the middle of the image, containing the text "Un modelo 'al revés'".

Un modelo "al revés"

El Modelo Perú busca lograr sinergias y generar un ecosistema de pagos digitales.

“En el mundo este negocio no es liderado por el sistema financiero, sino por las empresas de telecomunicación, los cuales tienden a crecer más rápido, pero con un techo bajo. Nuestro modelo es al revés. Por eso es importante crear una base sólida, muy participativa, porque el éxito no es lograr que funcione mañana, sino en los próximos 10 años”, asegura Carolina Trivelli.

Ese concepto de pensar “al revés”, bajo una mirada colaborativa, es la premisa fundamental de “Modelo Perú”.

El camino para llegar a ese modelo fue impulsado por el gremio bancario en un trabajo coordinado con el Estado peruano, para crear primero el marco regulatorio que fomente el ecosistema de pagos digitales y, posteriormente, el mercado.

Es así como, en 2011, ASBANC crea la Comisión de Dinero Electrónico. En dicha comisión se empezó a gestar una idea que no sonaba descabellada: diseñar, desarrollar y lanzar una plataforma única y común de dinero electrónico, que permitiera asegurar la interoperabilidad y la masa tracción necesaria para competir con el efectivo.

En pocas palabras, colaborar y co-crear, para luego competir. Algo que, en cualquier modelo de negocio podría ser considerado como un contrasentido.

En paralelo a este proceso, continuaron los debates y aportes del sector público y privado, alrededor de la Ley de Dinero Electrónico, la cual fue finalmente promulgada el 16 de enero de 2013.



En 2011 ASBANC creó el Comité de dinero electrónico buscando lanzar una plataforma común entre sus asociados.



“Lo que hizo particular a la ley fue el espíritu de colaboración entre el sector público y privado”.

Luis Marino Nava, ex especialista senior en Inclusión Financiera del MEF.

El compromiso, y el sentido de colaboración con esta legislación se hizo patente en un memorándum de entendimiento (MOU), firmado por los miembros de ASBANC días después de la promulgación de la ley.

En este puede leerse, textualmente:

“Recientemente, el Congreso de la República, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP y otras entidades regulatorias, han emitido leyes y normas complementarias que regulan la emisión, el uso del dinero electrónico, los canales de acceso y la prestación de servicios relacionados, proveyendo un marco regulatorio adecuado para el desarrollo de los servicios financieros móviles. Se ha identificado también, que estos servicios tienen altos costos de implementación y operación, pero pocas variables de precio que permitan el retorno de la inversión y gastos operativos, haciendo necesario lograr un alto número de usuarios activos y de transacciones, para alcanzar niveles de rentabilidad sostenibles. Por lo cual, resulta un factor crítico de éxito, la reducción de las inversiones de cada entidad participante del sistema y optimizar los costos operativos de los mismos (...)

ASBANC (...) ha propuesto unir esfuerzos para la implementación y operación de una Plataforma de Servicios de Procesamiento de Operaciones y Pagos Móviles a ser compartida por las entidades



Ex presidente del Perú, Ollanta Humala, promulgando Ley de Dinero Electrónico.



El memorandum de entendimiento de ASBANC buscaba incorporar a todos los actores relevantes para el desarrollo de un ecosistema de pagos digitales.

participantes, con el fin de aportar a la implementación exitosa de servicios financieros móviles, y el uso de dinero electrónico como medio de pago, como una forma de generar una mayor inclusión financiera y mejorar el nivel de bancarización del Perú”.

El memorando reconoce además la necesidad de delinear y establecer una estrategia operativa que haga viable y sustentable este nuevo medio de pago, así como delinear y proponer las bases comunes de una estrategia comercial y definir e implementar una unidad organizacional dedicada a la administración del servicio propuesto, con infraestructura propia. Finalmente, invita a participar y a efectuar una sola negociación con los proveedores de servicios móviles para obtener acceso a sus redes.

Producto de este memorando y, teniendo en cuenta la necesidad de incorporar a otros actores relevantes del sector, ASBANC convocó además al Banco de la Nación, a la Asociación de Instituciones de Microfinanzas del Perú (ASOMIF) y a la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC).

Así, 16 entidades financieras que en el día a día compiten por cuotas de mercado, diseñando y lanzando productos y servicios, tomaron un acuerdo histórico: trabajar en conjunto con el gobierno y los reguladores

para el diseño de una serie de instrumentos legales que normara un mercado que aún no existía y que ellos mismos deberían crear, para luego competir por usuarios.

“Lo que hizo particular a la ley fue el espíritu de colaboración entre el sector público y privado. Para que este tipo de negocios funcione necesitas mucha escala – por eso se contempló la interoperabilidad – así como mucha tracción, por lo que en el Perú primero se desarrolló la regulación y luego el mercado”, asegura Luis Marino, ex especialista senior en Inclusión Financiera del ministerio de Economía y Finanzas y uno de los funcionarios públicos que promovió la norma.





Bancos, financieras, reguladores y empresas de telecomunicación se sumaron al esfuerzo de ASBANC.

La suma de voluntades

En el proceso de materializar la ley existían, sin embargo, un grupo de actores no incluidos en ASBANC, pero fundamentales para desarrollar y hacer tangible un ecosistema de dinero electrónico.

Así, el gremio bancario sumó a la iniciativa a la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC) y a la Asociación de Instituciones de Microfinanzas del Perú (ASOMIF). Otro actor relevante para el funcionamiento del sistema fue el Banco de Nación, entidad financiera estatal que incluso tuvo que modificar sus estatutos, ya que estos solo le permitían operar para cubrir aquellos espacios donde el sector privado no intervenía.

Con la ley promulgada, y casi la totalidad de actores financieros incorporados al modelo, en el 2014 se crea la Gerencia del Proyecto de Dinero Electrónico en ASBANC, con el objetivo de liderar el esfuerzo de inclusión financiera.

Los retos de esta nueva gerencia eran diversos: sumar a las empresas de telecomunicación, quienes deberían brindar el canal para ofrecer el servicio y coordinar con diversas entidades públicas como la SBS, el Registro Nacional de Identidad y Estado Civil (RENIEC), OSIPTEL y el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).

Un proceso crítico era la selección de una empresa que tendría un rol fundamental: el desarrollo tecnológico que soportara la iniciativa. Esta no solo debería desarrollar la tecnología para administrar las billeteras, sino que también debería de integrar tecnológicamente a las empresas de telecomunicación y todos los servicios indispensables para la operación.

“En ese entonces, el verdadero reto que enfrentamos no era tecnológico, sino cómo hacer caminar al gobierno y a los bancos, ayudarlos a poner sus ideas en orden y configurar el sistema de forma que sea útil y converse con los distintos grupos que usarían la herramienta”, asegura Lars Arvidsson, Gerente de Ventas de Ericsson, la empresa sueca que fue finalmente seleccionada para el desarrollo de la plataforma.



Escribe el número de celular que quieres RECARGAR:

0: Salir

999888777

ANNULER

Appareil

S Planner

La tecnología USSD permite el uso del servicio sin necesidad de saldo o de conexión a internet.

La propuesta de Ericsson se basaba en una herramienta soportada en tecnología USSD (Unstructured Supplementary Service Data), gracias a la cual el usuario solo necesita de un teléfono celular básico. No requiere de saldo o conexión a internet para conectarse a la plataforma y realizar transacciones.

La alta penetración de telefonía móvil prepago –69% del total– hacía de este sistema el ideal para la realidad peruana.

En paralelo, instituciones internacionales, quienes ya observaban con interés el proyecto, comprometieron su apoyo. Por un lado, la Fundación Bill & Melinda Gates encargó un estudio a la prestigiosa consultora Glenbrook Partners, para determinar un modelo de gobernanza ideal para el óptimo desarrollo de las iniciativas de pagos digitales. Por otra parte, Better Than Cash Alliance comprometió asesoría permanente en asuntos relacionados con tecnología, estrategia de producto, red de aceptación, entre otros. Posteriormente, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) – Banco Interamericano de Desarrollo – confirmó su colaboración auspiciando actividades de educación financiera, desarrollo de ecosistemas y sistematización del conocimiento acumulado del proyecto.

Mientras el apoyo externo se sumaba, en el frente local, el Estado continuaba promoviendo mecanismos que facilitarían la inclusión financiera.

Así, en julio de 2015 el MEF presentó la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), un instrumento de política de Estado para promover la inclusión financiera a través de la ejecución de acciones multisectoriales, contribuyendo al desarrollo económico, descentralizado e inclusivo, con la participación de los sectores público y privado, y en el marco de la preservación de la estabilidad financiera.

Los motivos que impulsaron el diseño de la ENIF son diversos, entre estos destacan:

“El alto número de peruanos excluidos financieramente (más del 70 %), una oferta de mercados financieros mayoritariamente concentrada en ámbitos urbanos desatendiendo ámbitos rurales, una demanda por servicios financieros reducida por la desconfianza de las personas a las entidades financieras y por el bajo nivel de educación financiera de la



A través de la ENIF el Estado peruano continuó impulsando la inclusión financiera.



Puerto de Iquitos

población, una oferta de microseguros para población de menores ingresos insuficiente, escasa información relevante y confiable que permita entender las necesidades de la demanda, la relevancia de impulsar procesos de innovación para el diseño de nuevos canales y productos que favorezcan el acceso y uso al sistema financiero, la importancia de potenciar los avances respecto de los sistemas de pagos electrónicos, y finalmente la importancia de lograr mejoras en los mecanismos de articulación entre los organismos del estado involucrados en impulsar la inclusión financiera”.

De esa forma, **la ENIF se estructuró bajo tres ejes – acceso, uso y calidad – los cuales reflejan cada una de las dimensiones de la inclusión financiera: cobertura, ecosistema de productos y confianza.**

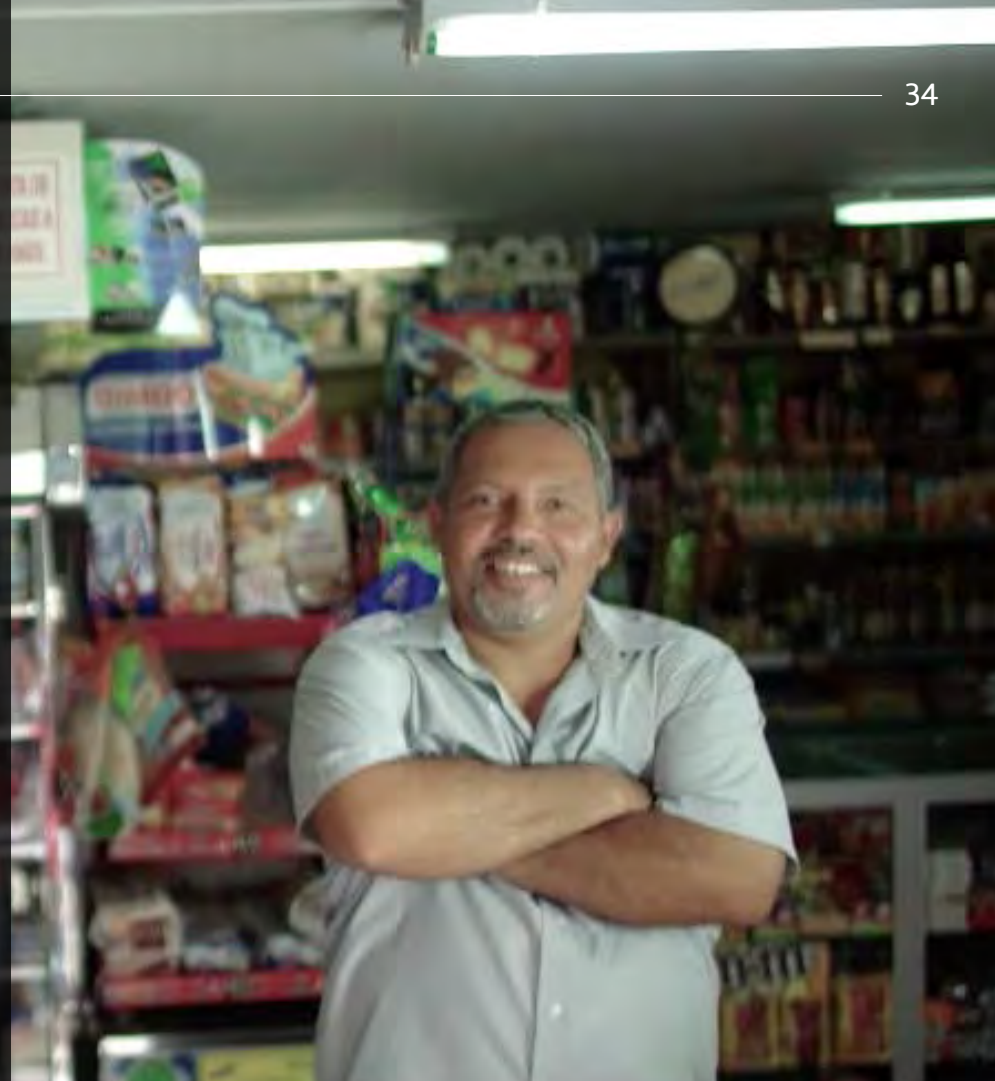




Echando a andar el modelo

“Modelo Perú is a historic collaborative effort to establish an inclusive nationwide digital payments platform, the first of its kind in the world. The platform—known as Bim (Billetera Móvil)—was designed to bring together financial institutions, government, telecommunications companies, and large payers and payees to cooperate in constructing a shared infrastructure for mobile payments. It aims to reach the unbanked and underbanked, including people in remote areas where traditional financial providers have not been able to profitably provide services, helping to link the 71 percent of Peruvians who lack a bank account, a population of about 10 million.”

*Modelo Peru Unique Model, Unique Challenges, Bright Future”
Institute for International Finance / Center for Financial Inclusion*



En 2015, la necesidad de ofrecer un sustento operativo al modelo diseñado, llevó a la creación de Pagos Digitales Peruanos (PDP), una empresa constituida para implementar toda la operación de dinero electrónico diseñada.

La distribución accionaria de PDP está diseñada para que la gobernabilidad de la compañía se mantenga siempre a favor de la inclusión financiera.

En ese sentido, el 51% de las acciones de la empresa pertenecen a CEFI de ASBANC, una entidad sin fines de lucro, cuya misión es velar por la inclusión financiera; el 49% restante pertenece a los accionistas (instituciones financieras) emisores de dinero electrónico.

El CEFI de ASBANC está constituido por la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC). Tiene como objeto social realizar tareas de formación y de capacitación contribuyendo a elevar la educación y cultura financiera, y brindar asesorías sobre finanzas, competitividad y clima de negocios.

La naturaleza de societaria de Pagos Digitales Peruanos favorece y fomenta la inclusión financiera.





PDP está a cargo del desarrollo de la plataforma de dinero electrónico y brinda servicios a los emisores de dinero electrónico (instituciones financieras) y a sus usuarios. Es el responsable de gestionar todas las actividades para el desarrollo del ecosistema del dinero electrónico en el país y lograr la integración de diferentes actores. Es, además el interlocutor con las entidades del sector público y privado para el desarrollo conjunto de actividades a favor de una mayor inclusión financiera. Durante los primeros años PDP viene operando sobre la base de un esquema de recuperación de costos hasta lograr la sostenibilidad financiera.

La distribución accionaria de PDP está diseñada para que la gobernabilidad de la compañía se mantenga siempre a favor de la inclusión financiera.

Tu socio en el celular

Es así como, con un marco regulatorio promotor, diseñado en conjunto por el sector público y privado, el acuerdo de cooperación del sector financiero en su conjunto, el apoyo de los reguladores y las empresas de telecomunicación y con la plataforma digital y operativa lista, se lanza al mercado Bim, la billetera móvil, el 16 de febrero de 2016, como un esfuerzo conjunto y colaborativo, que es hoy un referente a nivel mundial.

El modelo que sustenta a Bim se basa en una marca única, operada por PDP, quien centraliza todos los esfuerzos comerciales, operativos y de marketing de la billetera, la cual es respaldada por más de 30 entidades financieras, Empresas Emisoras de Dinero Electrónico (EED), quienes compiten entre ellas por atraer usuarios que las escojan al momento de abrir Bim.

“En términos institucionales es una gran innovación. No hay ejemplos de modelos locales de competidores que trabajen juntos para lograr algo que los haga competir más. Es una innovación institucional, donde entran por igual el banco más grande y la financiera más chiquita del Perú, y eso cambia las reglas para dialogar y proponer ideas. Esto es interesante para el mundo empresarial, para la sociedad civil, para el Estado”, asegura Carolina Trivelli.



Lanzamiento de Bim



“El gremio bancario peruano es muy propositivo; competimos todos los días, sacamos productos nuevos y nos quitamos clientes. Pero en ese entorno competitivo también hay cosas que podemos hacer juntos, y dejamos en claro desde el principio que estábamos creando un nuevo juego; un terreno donde todos podemos competir en igualdad de condiciones”, complementa Eduardo Torres Llosa, del BBVA Banco Continental.

Es fácil pensar, llegado este punto, que a partir del lanzamiento de Bim todo sería “cuesta abajo”.

Sin embargo, el verdadero esfuerzo recién comenzaba.

El Modelo Perú en el tiempo

· MEF remite a ASBANC el borrador de un proyecto de Ley de Dinero Electrónico.

2011

· El proyecto es ampliamente debatido y recibe aportes del gremio bancario.

· Se crea el comité de Dinero Electrónico de ASBANC.

2012

2013

· Promulgación de la Ley de Dinero Electrónico para la inclusión financiera, producto de un consenso entre el Estado y el sector privado.

· Los miembros de ASBANC firman un memorándum de entendimiento, adhiriéndose a la Ley.

· ASBANC suma al proyecto a:

- Banco de la Nación.
- Federación peruana de cajas municipales de ahorro y crédito (FEPCMAC).
- Asociación de Instituciones de Microfinanzas del Perú (ASOMIF).

· Se realiza un concurso para seleccionar a un proveedor tecnológico, que construya una plataforma de pagos digitales.

· ASBANC crea la Gerencia del proyecto de Dinero Electrónico.

· Se firma contrato con la empresa sueca Ericsson, uno de los líderes mundiales en desarrollo de tecnología.

· Se decide la formación de una organización que administre una plataforma única de pagos con dinero electrónico e integre los esfuerzos para crear un ecosistema de pagos digitales.

2014

· Se inician coordinaciones con entidades diversas para la puesta en marcha de la operación: SBS, RENIEC; CLARO, MOVISTAR, OSIPTEL, BCR.

· Se recibe soporte de entidades para el desarrollo de Modelo Perú (BTCA, etc.).

· Nace Pagos Digitales Peruanos – PDP, empresa encargada de impulsar el uso del dinero electrónico.

· El gobierno peruano lanza la ENIF – Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.

· Se pone en servicio una primera plataforma de pagos digitales en ambiente real y se inician los pilotos en Cusco y Lima.

2015

Modelo Perú: Los inicios

Primera edición, Mayo 2018

PDP – Pagos Digitales Peruanos

Calle 1 Oeste 031, Urb. Córpac – Lima 27. Perú

(51-1) 2300-838

www.pagosdigitalesperuanos.pe

www.mibim.pe

CEFI – Centro de Estudios Financieros de ASBANC

Calle 1 Oeste 031, Urb. Córpac – Lima 27. Perú

(51-1) 475-0703

Fotos de Shutterstock y flickr

Diseño, redacción y edición por **MU Marketing & content lab**

A woman with long dark hair is smiling and talking on a mobile phone. She is sitting in a vehicle, looking out the window. The image has a purple overlay. The website address www.pagosdigitalesperuanos.pe is displayed in white text on the right side of the overlay.

www.pagosdigitalesperuanos.pe