

MÓDULO 8.- Canales virtuales de Pago

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación Tics han incursionado tanto en sectores de la economía como en la industria bancaria.

Las ventajas que ofrecen en conectividad, capacidad de procesamiento y costo, se han convertido en la base sobre la cual las entidades financieras producen sus servicios, generan los ingresos y mantienen las relaciones comerciales con sus clientes.

En la cadena de producción de las transacciones de pago, las bóvedas de seguridad, los inventarios de numerario (billetes y monedas de circulación nacional) y los transportes blindados de valores, poco a poco ceden terreno frente a los computadores, sistemas informáticos, bases de datos y redes de telecomunicaciones.

La demanda de los clientes de las instituciones financieras se ha vuelto exigente y sofisticada, exigen servicios financieros de alto valor agregado, por lo que los Bancos han entrado a una oferta de mercado competitiva, tienen el reto de comprender los hábitos de consumo de los clientes para anticiparse al desarrollo de soluciones innovadoras que satisfagan sus necesidades y expectativas.

Antes se concebía a la Banca como un negocio de administración del dinero, hoy se manifiesta como una industria dedicada a la gestión de información y al desarrollo de infraestructuras tecnológicas para facilitar y asegurar dicha gestión.

Esta nueva Banca se puede definir como la provisión de servicios financieros por medio del intercambio de datos electrónicos entre un cliente y una institución financiera.

BANCA ELECTRONICA. Esta banca se realiza por medios electrónicos como puede ser cajeros electrónicos, teléfonos y otras redes de comunicación.

Cajeros automáticos Se refiere a una maquina electrónica a la cual se accede con una tarjeta magnética y una clave que se solicita a la entidad bancaria, mediante la cual se puede realizar algunas operaciones bancarias con seguridad.

Para esto, mediante un teclado se escoge de las opciones indicadas en la pantalla, la que se desee realizar.

Dependiendo de la institución financiera, en su cajero automático se puede realizar:

- Cambiar la contraseña de la tarjeta de débito
- Pago de tarjetas de crédito
- Compra de pines y tiempo aire (Claro – Movistar – CNT)
- Pago de servicios básicos (Luz, agua, teléfono).
- Pago de televisión por cable.
- Ingresar dinero en la cuenta, colocándolo previamente en una sobre que el cajero mismo entrega al cliente con las indicaciones pertinentes
- Retiros
- Transferencias entre cuentas
- Consulta de saldos
- Bloqueo de tarjetas de débito en caso de pérdida o robo.
- Pago de impuestos prediales y municipales.
- Pago de matriculación vehicular, citaciones y transferencia de dominio.
- Pago de centros educativos.

Ventajas de uso de cajeros automáticos

Se han desarrollado redes de cajeros automáticos lo cual permite que no solo se pueda acceder el cajero de la entidad financiera de la cual uno es usuario sino a cualquiera que pertenecen a estas redes, con un costo pequeño.

Esto nos permite realizar operaciones más allá del horario bancario y en cualquier zona geográfica.

Nos ofrece la posibilidad de contar con dinero en efectivo a cualquier hora.

Y para el banco le ofrece un ahorro al no tener que contratar personal para brindar los servicios a los que se pueden acceder a través de estos

Desventajas de uso de cajeros automáticos

Una de las desventajas es el grado de seguridad, dentro de las instalaciones de un banco, los clientes cuentan con personal especializado para defenderlos en potenciales ataques, los cajeros pueden encontrarse en la vía pública y no ofrecen ningún tipo de protección.

La mayoría de los cajeros se acceden para solicitar dinero o depositarlo, por lo que hay que estar alerta de ver quien esta a su alrededor y principalmente no dejar que observen cuando se digita la clave para acceder a los servicios financieros que ofrece ese cajero automático.

Tarjeta de débito. Es una tarjeta magnética que tiene dos funciones, acceder con ella a un cajero automático y realizar consumos en varios establecimientos que lo permiten sin necesidad de tener dinero en efectivo.

La diferencia con una tarjeta de crédito es que cuando consumimos con esta, lo hacemos con dinero prestado y cuando lo hacemos con una tarjeta de debito, usamos el dinero que tenemos depositado en nuestra cuenta de ahorro o corriente en la entidad financiera.

Cuando la usamos, el dinero es debitado inmediatamente de nuestra cuenta. A nuestra tarjeta de debito va asociado un Pin que es un código de seguridad que nos la entrego la institución financiera cuando nos dio la tarjeta.

Este Pin debe ser aprendido de memoria y no se debe llevar anotado en la tarjeta ni en documento que puedan acceder las personas.

Para compras en internet es aconsejable realizarlas con la tarjeta de crédito y no con las de debito por cualquier reclamo que se deba realizar, siendo mas fácil que te devuelvan el dinero.

Solo se puede comprar o solicitar dinero en efectivo si hay dinero en nuestra cuenta en la institución bancaria, caso contrario te indicara que no se puede realizar la transacción.

TENDENCIA MUNDIAL

Si bien la banca electrónica a través de los cajeros automáticos o electrónicos, nos ofrece la posibilidad de contar con dinero en efectivo a cualquier hora, en muchos puntos geográficos diferentes, lo cierto es que la marcada tendencia al uso de transacciones digitales y el volumen de adopción que las tarjetas de crédito y débito han tenido en los últimos años hacen que ya no queden muchas tiendas en las cuales debamos pagar en efectivo.

En los últimos años, el Sector Financiero Ecuatoriano, ha estado inmerso en un proceso de modernización apoyado en la penetración de Internet y celulares, que han permitido realizar cambios significativos en la forma de pagos y acceso a la información.

Dependiendo si se usa internet, se indica que está accediendo Banca Virtual y si realiza alguna transacción financiera mediante el celular se conoce como Mobile Money y en nuestro país se ha generalizado llamarla Banca Virtual Móvil.

Banca Virtual.- La red mundial de Internet, ha hecho posible el desarrollo de la banca en línea (Banca Virtual o Internet banking), con todas sus ventajas en distribución de servicios para las entidades financieras y facilidades de acceso para sus clientes.

Ellos pueden acceder a los productos y servicios que prestan las entidades financieras en cualquier momento y lugar del país.

Realizar transacciones en línea a cualquier hora y desde cualquier lugar como la comodidad de su casa u oficina con un solo CLIC y revisar todos sus movimientos bancarios las 24 horas del día, los 7 días de la semana, durante todo el año.

La cantidad de servicios que prestan mediante este canal, depende de la Institución Financiera.

Estos son algunos de los servicios:

- Pago de servicios públicos y privados como luz, agua, teléfono, impuestos prediales, matrículas de vehículo.
- Transferencias internas, interbancarias
- Pago de tarjetas de crédito de ese banco y de otros bancos
- Bloqueo de tarjetas de crédito y débito
- Consulta de cuenta corriente, cuenta de ahorros y tarjetas de crédito
- Consulta de saldos y transferencias entre cuentas
- Consulta de Inversiones, apertura y renovación de pólizas
- Emisión de giros individuales
- Solicitud de chequera y otros productos
- Conciliación y control de pagos
- Generación de depósitos judiciales
- Órdenes de no pago a cheques

Pueden ser entidades con sucursales físicas o que sólo operan a distancia (por Internet o por teléfono).

VENTAJAS Y BARRERAS

Desde el punto de vista del cliente, la banca virtual ofrece una serie de ventajas que permiten crear valor:

- Comodidad y servicios de conveniencia, 24 horas al día, 7 días a la semana. Operaciones desde casa.
- Acceso global.
- Ahorro en tiempo.
- Ahorro en costes para el banco que pueden o deben repercutir en el cliente.
- Transparencia en la información.
- Capacidad de elección de los clientes.
- Oferta de productos y servicios personalizados.

No obstante se ha detectado un conjunto de obstáculos o inconvenientes que inhiben la óptima adopción de la banca virtual:

- Preocupación por la seguridad ante la presencia de virus y piratas informáticos
- Preocupación por si alguien puede revisar su información personal
- Separación física entre el cliente y la entidad.
- Límite de servicios y burocracia afuera de línea.
- Ausencia de información sobre el uso y servicios ofrecidos y de habilidades tecnológicas entre los usuarios.
- Baja penetración de Internet en algunas zonas rurales o países en vías de desarrollo.

SEGURIDADES AL ACCEDER BANCA VIRTUAL

Todos los Bancos están comprometidos con la seguridad de las transacciones virtuales que realizan sus clientes, para esto sus sistemas cumplen con los más altos estándares de seguridad a nivel mundial y el manejo de información es de carácter confidencial.

La Tecnología SSL (Secure Socket Layers) cifra la información que viaja entre su computador y el sitio web del Banco con los más altos niveles de seguridad que permite el navegador, de tal manera que no puede ser leída, descifrada o entendida por personas no autorizadas.

Además hay que celebrar un contrato entre el banco y el cliente para acceder a esta plataforma virtual y con el cual se entregara un usuario y una contraseña.

Hay bancos que a más de esto, tienen preguntas claves y últimamente están implementando reconocimiento facial para poder acceder a la plataforma.

Tienen bloqueo de claves ante un x número de intentos y tienen desconexión automática por inactividad.

Dependiendo del Banco, el cliente recibe y es recordado periódicamente de que tiene que cumplir algunas recomendaciones como:

- ✓ Proteger su usuario y contraseña
- ✓ Cambiar periódicamente la contraseña
- ✓ Seleccionar contraseñas que sean fáciles de recordar pero difíciles de adivinar
- ✓ Nunca recibirá un email ni petición por alguna página electrónica referencia en un email de información de sus cuentas bancarias o claves de acceso.
- ✓ No escribir las contraseñas ni almacenarlas en archivos electrónicos
- ✓ No utilizar computadoras públicas para efectuar operaciones de banca virtual
- ✓ Revisar el URL que aparece en el navegador cuando está accediendo a una plataforma virtual de algún banco
- ✓ Revisar estados de cuenta mensualmente y reportar inmediatamente cualquier discrepancia
- ✓ No dejar abandonada computadora mientras está dentro de una plataforma virtual de algún banco
- ✓ Borrar archivos temporales de internet siempre que salga de la Banca Virtual
- ✓ Actualizar Antivirus del equipo
- ✓ Tener protección contra contenido engañoso y software peligroso en el navegador que se use
- ✓ Cierre siempre la sesión de trabajo en la Banca Virtual

INFRAESTRUCTURA INTERNET EN ECUADOR

El mercado de Internet en Ecuador ha tenido un gran desarrollo, cada vez es mayor el número de ecuatorianos que tienen este servicio con mejor velocidad de conexión y a menor costo.

Según datos de la Superintendencia de Telecomunicaciones 190 empresas son proveedores de internet, entre las que se puede mencionar CNT, Claro, Movistar, Punto Net, Telconet.

Con cobertura por el momento solo en la ciudad de Quito, encontramos a Netlife, el primer proveedor de internet con fibra óptica FTTH del Ecuador

El Gobierno Nacional y empresas privadas han realizado grandes inversiones, a Febrero 16 de 2018, a nivel nacional CNT EP cuenta con más de 26.000 kilómetros de fibra óptica y conecta a 212 cantones de los 221 que tiene el país.

En el tercer trimestre del 2014, Ecuador empezó la implementación de un nuevo cable submarino, con una longitud de aproximadamente de 7.000 km para mejorar en 160 veces la capacidad de Internet que consume todo el Ecuador, lo que posibilita la rapidez en cuanto a los servicios de telecomunicaciones.

El 21 de Agosto de 2015, el ex Vicepresidente Jorge Glas Espinel, inauguró el terminal sur del Pacific Caribbean Cable System (PCCS), un tendido submarino de seis kilómetros de longitud, ubicado entre la Florida, Estados Unidos y Manta, que ampliará el ancho de banda en nuestro país.

Mediante el tendido submarino de fibra óptica, la velocidad de internet de Ecuador masifica y democratiza el acceso a las nuevas tecnologías de la información (NTI).

ADOPCION DE INTERNET EN ECUADOR

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) indica en un estudio que se realizó en Diciembre 2015 que el 50,5% de la población de Ecuador ha utilizado internet en los últimos 12 meses. En el área urbana lo hizo el 58.5% de la población frente al 33,8% del área rural.

La provincia con mayor número de personas que usan internet es Galápagos con 67,7% seguida de Pichincha con el 58.2%. Mientras que Bolívar y Los Ríos son las provincias con menor número de personas que tienen esta práctica con 32.1% y 35,2 % respectivamente

BANCA VIRTUAL MOBIL, MOBILE MONEY, DINERO MOVIL.- Es un nuevo

concepto financiero del mundo globalizado, donde todo es virtual, visual y realizable a través de una pantalla, sin importar el tamaño, mientras exista algún dispositivo móvil.

La generación Millennial (menores de 34 años) está en los planes de los bancos, saben que las aplicaciones móviles son cada vez más comunes entre ellos, y sus hábitos financieros están cada vez más distanciados del entorno offline.

Ellos lideran cuando se trata de compras, servicios bancarios y pagos móviles y tienen más del doble de probabilidades de los “baby boomers” (50-64 años) y la generación silenciosa (más de 65 años) a usar un banco móvil.

Se debe instalar la aplicación de nuestro banco la cual puede ser ubicada y descargada desde nuestra tienda virtual favorita. Su navegación es intuitiva y dinámica y se puede acceder mediante una autenticación biométrica o ingresando un usuario y clave.

Los servicios de este canal dependiendo del Banco, pueden ser:

- Inscripción al canal
- Compra en establecimientos comerciales
- Consulta de saldo
- Consulta últimos movimientos
- Notificaciones
- Consulta de tarjeta de crédito
- Pago de tarjeta de crédito
- Consulta de obligaciones
- Pago de obligaciones
- Transferencia entre cuentas
- Consulta y pago de servicios públicos



Hay mucha confusión sobre el significado de diversas palabras como e-money, mobile money, mobile banking, y una serie de otros términos que se utilizan a menudo.

No hay una definición universalmente aceptada, ya que son términos que se van desarrollando junto con los avances tecnológicos. Janine Firpo (2009) proporcionó algunas definiciones apalancadas en escritos de CGAP (Consultative Group to Assist the Poor), la Asociación GSMA de Operadores Móviles en el mundo y la Unión Europea. (Anexo I).

En Ecuador se ha generalizado el nombre de Banca Móvil o Banca Virtual Móvil. Como una amplia definición, el término de Banca Virtual Móvil, Mobile Money

Dinero Móvil es la provisión de servicios financieros a través de un dispositivo móvil.

El dinero móvil se está convirtiendo en una plataforma general que está transformando toda la economía, está siendo adoptado por el comercio, la salud, la agricultura y otros sectores. Los consumidores se involucran o acceden a través de sus teléfonos móviles a un amplio número de actividades financieras. Abarca una amplia gama de servicios; en la revisión de la literatura encontramos distintas clasificaciones:

Según Boyd&Jacob (2007) bajo Dinero Móvil podemos encontrar 2 categorías: Mobile banking (m-banking) y Mobile payments (m-payments).

Según GSMA (2009) la asociación de operadores móviles a nivel mundial, los clasifica en tres categorías diferentes: la banca móvil (m-banking), transferencia de dinero móvil (m-transferencia de dinero), y los pagos móviles (m-pagos).

IBM indica que bajo Mobile Money se pueden ordenar Mobile Banking, Mobile

Payments y Mobile Commerce.

CLASIFICACION DE MOBILE MONEY

Podemos describir, entonces, esta nueva herramienta en tres partes:

- **Mobile Banking (Banca Móvil)**

Es la expansión de los servicios financieros a través de dispositivos móviles. Con la intención de que los usuarios bancarios utilicen cada vez menos las sucursales físicas, los bancos invitan a sus clientes a realizar consultas de saldos de sus cuentas, transacciones, reclamos y sugerencias, conformación de plazos fijos, compra y venta de divisas, transferencias entre cuentas, pago de servicios, entre otros servicios por este medio.

Cada vez más bancos están tomando esta modalidad como una manera más de acercamiento a sus clientes. De esta forma, los bancos no solamente abren nuevos canales de acceso, sino que también lo utilizan como un canal de venta y comunicación con sus clientes.

Si bien esto comenzó como pequeñas páginas web adaptables de distintos tamaños de pantallas, hoy en día los bancos están enteramente metidos en el mundo de las aplicaciones, en el mundo de los Smartphones, en el cual los clientes pueden hacer cada vez más transacciones financieras desde su celular, desde consultar un saldo, así como también localización de cajeros automáticos, sucursales y comercios con descuentos. Las aplicaciones están invadiendo la vida de los consumidores de teléfonos inteligentes y hoy podemos decir que encontramos una aplicación para que una de nuestras necesidades.

- **Mobile Payments (Pagos Móviles)**

En la era de los Smartphone, una forma de pago que se está instalando en la sociedad mundial es a través de los dispositivos móviles. Esta manera de realizar transacciones aspira a reemplazar el efectivo, a los cheques y hasta a las tarjetas de créditos en las billeteras de las personas.

Todavía no está bien definido quienes serán los dueños de este negocio, la disputa está entre los bancos, las compañías de tarjetas de créditos más importantes del mundo, las compañías de telecomunicaciones, y las grandes empresas de la web, como Google, Amazon y Paypal, entre otros. En definitiva, para llevar a cabo este tipo de negocio se necesita de grandes infraestructuras que respalden las operaciones móviles, así como también ir incorporando el hábito en el consumidor, que por el momento no confía plenamente en el

sistema.

Hay una gran cantidad de compañías en el mercado ofreciendo este servicio. En principio, podemos decir que está orientado a personas no bancarizadas y de pocos recursos. Aun en estas condiciones, hoy en día hasta los individuos con menos recursos posee un teléfono celular –no es necesario que se cuente con la última tecnología para acceder a los pagos móviles-, lo que le permitirá realizar transacciones de dinero y pagos a pesar de no poseer cuenta bancaria.

En mobile payments podemos recibir dinero, hacer pagos y ahorrar o disponer del dinero acumulado en el celular en cualquier momento, así como si tuviéramos una cuenta bancaria en cualquier entidad financiera del mundo.

Las formas de representación del Mobile Payment es diversa, encontramos desde simples SMS que envían al propietario del dinero un “Código” para ir a retirar el dinero a alguna terminal en especial, pasando por dispositivos adaptables al teléfono celular o Smartphone -que toma los datos de las tarjetas de crédito para habilitar un pago al momento de una compra, como lo haría una terminal en punto de venta, pero inalámbrica y definitivamente diminuta-, hasta la posibilidad de descargar aplicaciones que nos permiten en determinado local o página web comprar todo lo que deseamos.

Pudiendo hacer referencia a una característica prominente en este nuevo negocio online, los montos de las transacciones y pagos son todavía muy pequeños en relación con las transacciones en entidades bancarias, por eso podemos relacionarlo paralelamente con los Microcréditos o las microfinanzas, que entre sus objetivos tiene llevar a poblaciones lejanas y sin recursos la posibilidad de acceder a nuevas fuentes de dinero y así emprender un pequeño negocio sustentable para vivir. Una alternativa para tener en cuenta en países poco desarrollados dónde seguramente la penetración de los celulares tenderá a ser más alta que la penetración a la bancarización.

El caso más reconocido en pagos móviles, y sumamente exitoso en el mundo es el de M-Pesa, en Kenya, África. En una sociedad en la que casi el 80% de la población vive y trabaja de la agricultura, prácticamente todos los adultos del país realizan transacciones móviles cotidianamente. Este caso será desarrollado con más detalle en las próximas páginas, junto con el servicio de billetera móvil lanzado en Argentina, Wanda, que no logró la misma penetración aun ofreciendo un producto comparable a nivel local.

- **Mobile Commerce (Comercio Móvil)**

Como no podía ser de otro modo, no han quedado fuera de la era de los

Smartphones las compras a través de los teléfonos móviles, al igual que todo lo mencionado anteriormente, cada vez son más las aplicaciones y negocios que incorporan al sistema "Mobile": compras no presenciales o podríamos llamarlas compras inalámbricas. Cada vez menos personas se acercan al local comercial por el solo hecho de tener la posibilidad de hacer su pedido en cualquier momento y lugar o, aun asistiendo al comercio, el pago es mucho más fácil y rápido: sólo tiene que acercar su teléfono celular a una terminal de venta y listo, la operación queda cerrada.

Tecnologías como NFC (Near Field Contact) permiten la conexión de dos terminales inalámbricas con el sólo acercamiento de las mismas.

Todavía son pocos los que se adaptaron al sistema, pero a medida que la población vaya ganando la confianza necesaria y que las empresas, sea cual fuere su negocio; banca, telecomunicaciones, compras online, etc., garanticen a los usuarios las condiciones de seguridad óptimas para su uso más la penetración constante de los teléfonos inteligentes, se espera una alta recepción por parte de la población para los años venideros.

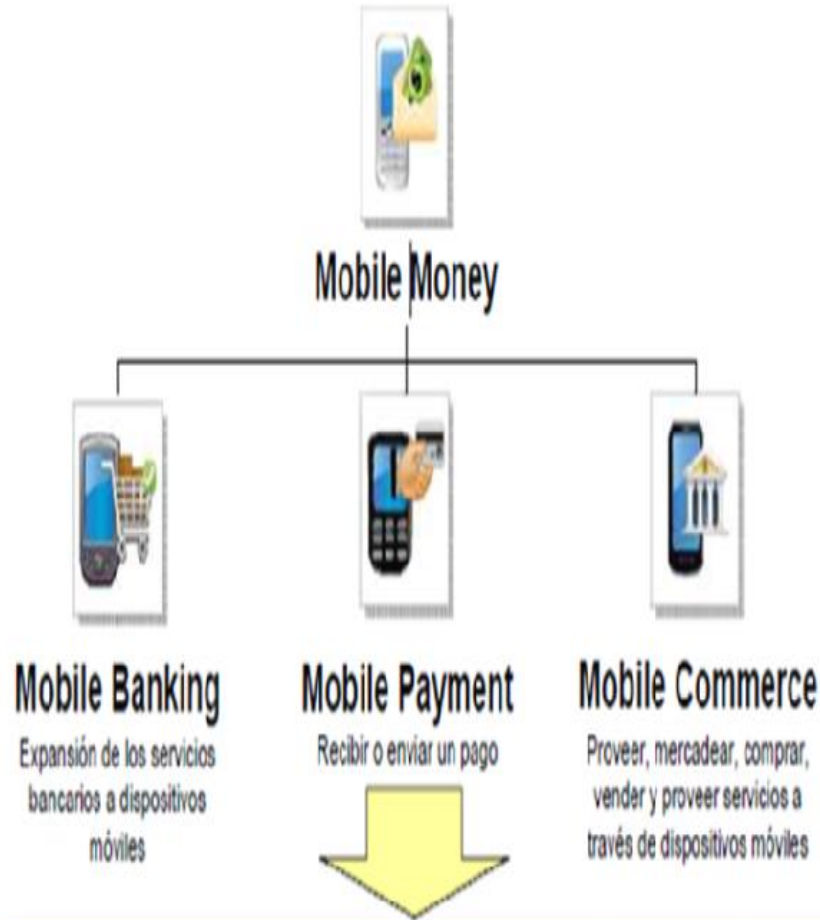
Una pequeña diferenciación con respecto a Mobile payment es que la primera está orientada a sectores de la población no bancarizados y el Mobile Commerce a la contracara de este sector, los bancarizados, con ingresos medios a altos y con la posibilidad de tener un Smartphone en el bolsillo, más propensos a realizar compras utilizando los distintos canales habilitados para ello.

Ejemplo de esto podemos nombrar a Google Wallet, servicio en el cual el Smartphone es la billetera: con sólo cargar los datos de tu tarjeta de crédito o débito basta para poder realizar distintos pagos en comercios adheridos.

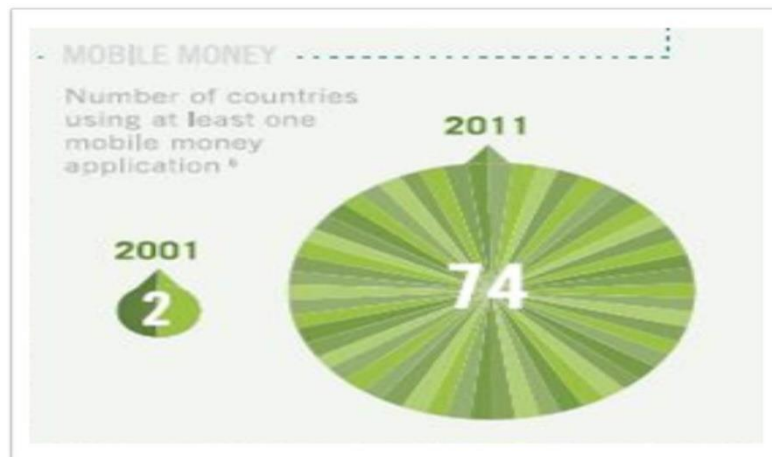
Obviamente esto no deja de ser novedad y no hay dudas que por este camino van las operaciones de dinero, pero hasta qué punto los usuarios estamos preparados para esto? Ahora Google no solamente vigila lo que hacemos en la web, lo que escribimos a nuestros amigos, sino que también pretende conocer por completo nuestros actos de consumos, nuestras cuentas, nuestras finanzas, cuánto ganamos, cuánto gastamos? Al parecer vamos por un camino sin retorno, un camino bastante jugoso visto desde el lado del Dinero.

Mobile Money

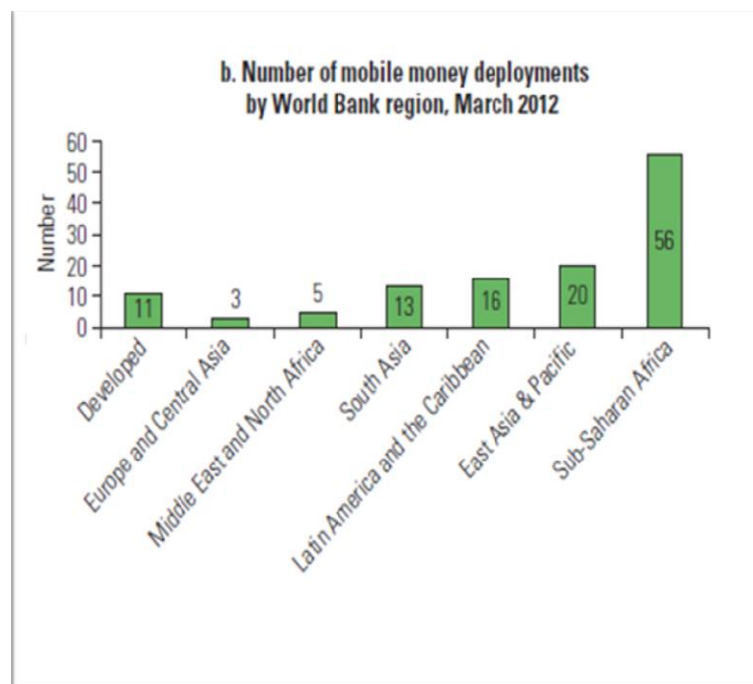
Los conceptos de **Mobile Money Transfer** y **Mobile Payments** pueden replantearse y ordenarse bajo el concepto de **Mobile Money** y de la siguiente forma:



Función	Wallet	Merchant
Recibir pagos	✓	✓
Hacer pagos	✓	
Almacenar dinero o representar un mecanismo de acceso al mismo	✓	



En la gráfica anterior podemos notar cómo han aumentado el número de países que usan al menos una aplicación de mobile money. En el 2001 solo la usaban 2 países y en el 2011 fueron 74.

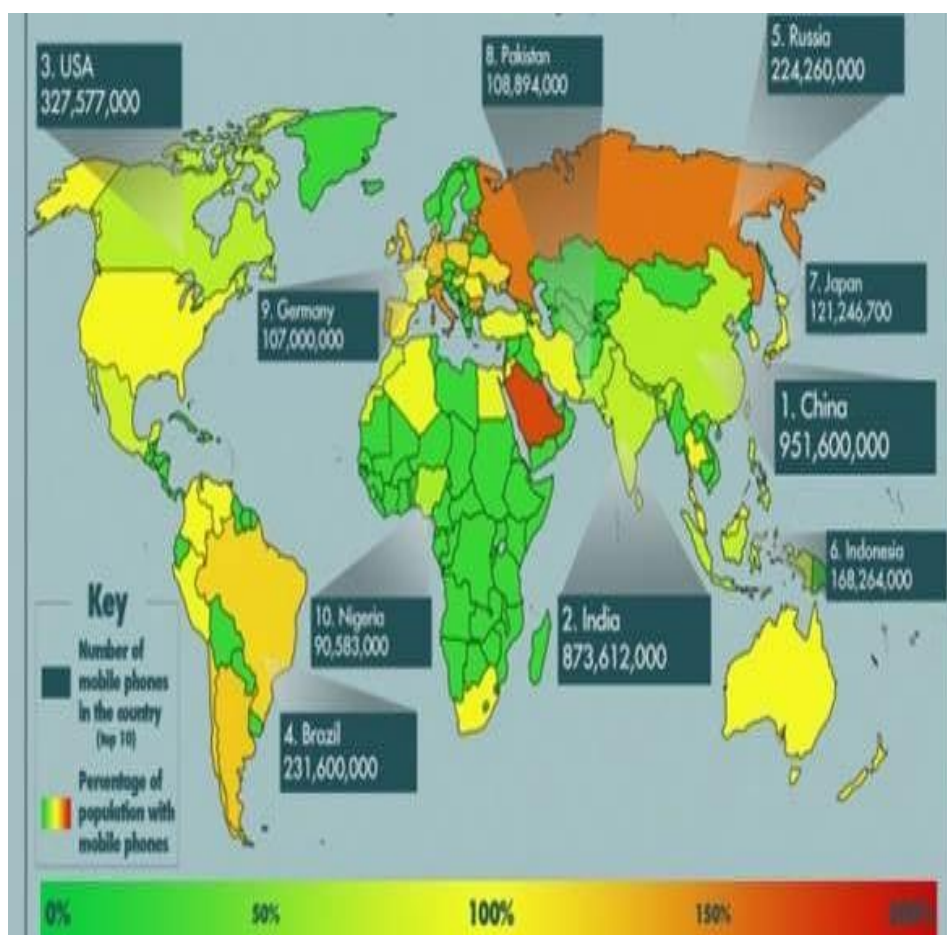


La figura anterior señala el número de aplicaciones de mobile money en los países, siendo África el país con mayor número de aplicaciones en el año 2012.

El rol de la telefonía en el negocio móvil

La telefonía móvil en el mundo ha tenido una gran expansión, convirtiéndose en una oportunidad de negocio y empleo.

El Banco Mundial (2012) indica que alrededor de tres cuartas partes de los habitantes del mundo tienen ahora acceso a un teléfono móvil. El número de abonados móviles en uso en todo el mundo, tanto en pre-pago y post-pago, pasó de 1 mil millones en el año 2000 a más de 6 mil millones en el 2012, de los cuales casi 5 mil millones pertenecen a los países en desarrollo. Cada vez es más común que una persona tenga varias suscripciones, lo que sugiere que su número pronto superará al de la población humana.



El mapa anterior muestra los 10 países en el mundo con mayor cantidad de teléfonos celulares. China es el país que tiene mayor cantidad con 951.600.000, seguido de India con 873.612.000 y en tercer lugar EEUU con 327.577.000 teléfonos celulares. También nos indica el porcentaje de población de cada país que tiene teléfonos celulares.

La historia de las comunicaciones móviles se está moviendo a un nuevo nivel, que no es tanto sobre el teléfono, sino la forma en que se utiliza, siendo los servicios financieros móviles las aplicaciones que más se están desarrollando.

El dinero móvil se está convirtiendo en una plataforma general que está transformando toda la economía, está siendo adoptado por el comercio, la salud, la agricultura y otros sectores. Los consumidores se involucran o acceden a través de sus teléfonos móviles a un amplio número de actividades financieras.

Las tecnologías que se están usando actualmente son: mensajes de texto, como por ejemplo para transferir valor o acceder al banco los detalles de la cuenta bancaria, y la tecnología NFC (Near field communication), que permite a los teléfonos transferir dinero a las cajas registradoras sin contacto.

Ecosistema del dinero móvil

Aunque los teléfonos móviles son el centro de todas estas aplicaciones, el Dinero Móvil tiene un ecosistema complejo.





Integra en su modelo a las industrias: financiera, telecomunicaciones, distribución & logística, las regulaciones y las microfinanzas. Todos estos agentes deben estar integrados y armonizados. Cada uno hará uso del servicio para crear nuevas fuentes de beneficio y obtener valor. La estrategia usada es la definición de las alianzas requeridas dentro del ecosistema y la construcción de los esquemas de bases, regulación y comisiones para así facilitar el flujo de transacciones y asegurar el éxito.

La tendencia es que en el largo plazo la fuerza del mercado hará que tanto operadores de telefonía como instituciones financieras hallen la forma de realizar alianzas estratégicas de beneficio mutuo para proveer servicios transaccionales menos costosos a los usuarios, obteniéndose de esta manera una posición ganadora para todos los involucrados:

- Las telefónicas aumentan sus ingresos por servicios de valor agregado.
- Las financieras reducen costos operativos e incrementan su capacidad de bancarización.
- Los usuarios obtienen un canal transaccional que está literalmente en la palma de su mano, es móvil (va con el usuario a todo lugar), está disponible durante las 24 horas del día y tiene un costo marginal accesible inferior o similar al costo en tiempo y dinero de desplazarse hacia una oficina bancaria o un cajero automático.

Beneficios

El Dinero móvil está mejorando la productividad, la seguridad, aumentando la eficiencia y reduciendo costos de ciertos servicios financieros. Muchas personas tienen nuevo trabajo al haberse convertido en agentes que reciben y entregan el efectivo de las transacciones financieras móviles y se han creado nuevas empresas que controlan la logística para que funcionen estas nuevas formas de recibir servicios financieros.

El dinero móvil también puede resultar de importancia comercial para los proveedores de servicios móviles cuando llegan a escala, que si bien puede ser pequeño porque las comisiones que cobran sobre transacciones son bajas –menores que aquellas que se cobran en el sistema bancario- le generan nuevos ingresos e incluso atraen nuevos clientes.

Pero los mayores beneficios son la inclusión financiera en el mundo en desarrollo y la velocidad y la liquidez con que se pueden realizar transacciones mediante dinero móvil superando distancias así como también la falta de sucursales en las zonas rurales.

Es de vital importancia el apoyo a las iniciativas de dinero móvil por parte de los gobiernos, de las organizaciones no gubernamentales y las comunidades internacionales.

La mejora de la capacidad de personas con menores recursos para transferir el dinero es sin duda beneficiosa, pero el ahorro, el crédito, los seguros, el acceso a la banca con un tipo particular de cuenta bancaria diseñada especialmente para estos segmentos de la población podría resultar beneficio en igual o mayor medida para ellos.

Casos: Wanda en Argentina y M-Pesa en Kenya

Como parte del análisis de la tendencia global del dinero móvil, se ha contrastado dos casos reales de servicios de billetera móvil. El de Wanda, lanzado en Argentina por Telefónica y MasterCard, que no logró la penetración de mercado buscada; y el de M-Pesa, el caso ejemplar de dinero móvil a nivel mundial, lanzado en Kenya en el año 2007 por Safaricom, y que en pocos años logró captar casi la totalidad de la población adulta de su país. De este análisis se desprende que la implementación de un servicio de billetera móvil no sigue manuales de procedimiento y está condicionado por aspectos del mercado en el que se inserte, desde demográficos, intensidad de la competencia entre corporaciones, hasta políticos y regulatorios.

Un desarrollo local de dinero móvil: Wanda

Telefónica y MasterCard crearon una nueva compañía, llamada Wanda “Tu dinero móvil”, con el fin de desarrollar soluciones financieras móviles, en los 12 países de Latinoamérica, donde opera Movistar.

A través de una billetera móvil, Wanda brinda soluciones enfocadas en la integración de las ventajas del uso del celular, ya que es fácil y accesible, con soluciones financieras que ofrecen seguridad, confiabilidad y aceptación de los sistemas de pago electrónico existentes. A través de él, se pretendía que tanto bancarizados como no bancarizados puedan realizar operaciones, creando de esta manera, un puente entre los mundos de la telecomunicación y el sector financiero.

El objetivo de la compañía lanzada era el de llegar a ser el medio de pagos móviles líder en Latinoamérica mediante el incremento del acceso de la población a los sistemas de pagos y servicios financieros. De esta forma, las empresas sponsor buscaron contribuir al desarrollo económico de la región e inclusión financiera de las personas que no tienen acceso a los servicios bancarios tradicionales y financieros.

En la Argentina, el 45% de la población no está bancarizada y la tasa de penetración de la telefonía móvil es superior al 100%, cifra que indica una cantidad mayor a una línea por habitante.

La compañía ofrece a sus clientes los siguientes servicios: depósito y retiro de dinero en efectivo, recargas de celular, pago de facturas y compras en los servicios adheridos. Estas transacciones se podrán hacer a cualquier hora, todos los días del año, independientemente del lugar donde se encuentre el usuario del servicio.

En su primera etapa, la compañía buscó brindar servicios básicos, para luego desarrollar más beneficios, extender a nuevos segmentos, tales como pago de taxi, o vendedores ambulantes, donde mayormente se realizan transacciones con efectivo, realizar transferencias de dinero, entre otros. Solo para aquellos que sean clientes de Movistar: se ofrecen depósitos y retiros de dinero con la billetera Wanda a través de la red de sucursales de Pago Fácil, recargas de saldo de cualquier Movistar con Wanda y triplicar el crédito, realización de otro tipo de pagos cuando y donde se quiera. Este servicio está disponible para cualquier tipo y modelo de celular.

Para darse de alta al servicio se debe cumplir con tres requisitos: ser una persona física, mayor de 18 años; ser cliente de Movistar; y completar una solicitud con datos básicos de la persona.

El proceso para darse de alta es el siguiente, desde un Movistar se marca *926 o se llama al 0800-99-Wanda (92632), se recibe un mensaje con un número de identificación personal (PIN) de seis dígitos, que sugieren se

modifique para mayor seguridad. Sin esta clave será imposible realizar operaciones. Para comenzar a utilizar el servicio solo resta que el cliente realice un depósito sin costo alguno. El acceso al servicio está pensado con las menores trabas posibles para lograr masa crítica que puede garantizarle rentabilidad y sustentabilidad a la empresa.

Este servicio busca brindar seguridad, ya que todas las transacciones antes de ejecutarse, tienen que ser autorizadas por el usuario, a través del PIN. Es decir, antes de realizar cualquier operación, se recibe un mensaje en donde se detalla el monto y el costo del mismo. Luego de concluida la transacción el usuario recibe un SMS que comunica si la operación fue realizada correctamente o no.

Otro factor no menor, es la transparencia del servicio, ya que en la página web de Wanda, se puede visualizar en forma detallada los costos de cada una de las transacciones.

Además de poder acceder a toda la información financiera de la cuenta. Los ingresos que los clientes depositan, están respaldados por un fondo garantizado en fideicomisos en garantía del Banco Comafi.

La compañía ofrece un servicio de 24 horas para bloquear la cuenta, en caso de robo o extravío del celular.

Los precios son competitivos comparados con las alternativas existentes en el mercado financiero y las comisiones entre los agentes y los comerciantes se comunican con claridad, como puede verse en las tablas siguientes, extraídas del sitio web:

Cargos por transferencias de saldo entre personas

Promoción Lanzamiento hasta 28/02/13 : Bonificado al usuario	
Desde el 01/03/2013	
Monto de la operación	Precios (impuestos incluidos)
\$0 - \$5	\$0
\$5,01 - \$100	\$3,80
\$101 - \$200	\$6,20
\$201 - \$300	\$10,20
\$301 - \$400	\$12,50
>\$400	3,10 % (sobre monto de operación)

Cargos por retiros de dinero

Precio fijo de la promoción de lanzamiento, hasta el 28/02/13: \$8,50 (impuestos incluidos) por operación.	
Desde el 01/03/2013	
Monto de la operación	Precios (impuestos incluidos)
\$0-\$100	\$6,20
\$101-\$200	\$10,20
\$201-\$300	\$16,40
\$301-\$400	\$20,30
> \$400	5,10% (sobre monto de operación)

Cargos por consulta de saldo

Precio por cada consulta.	
Promoción de lanzamiento hasta el 28/02/2013	Bonificado al usuario
Desde el 01/03/2013	2 por mes bonificadas al usuario. A partir de la tercera (3ra) consulta: \$0,40 (impuestos incluidos) cada una.

Cargos por envío de SMS

Bonificado al usuario

El operador habilitado no cobrará al usuario los SMS enviados ni recibidos relacionados con la operatoria de Wanda Móvil.

Cargo anual por uso del servicio¹

Bonificado por promoción lanzamiento al usuario hasta el 31/03/2013.

Cargo por no uso² de la Billetera Wanda

Cargo mensual por no uso de la billetera.	
Promoción de lanzamiento hasta el 31/03/2013	Bonificado al usuario
Desde el 01/04/2013	\$5 por mes (Impuestos Incluidos)

Algunas limitaciones: el monto máximo para tener en la billetera Wanda es \$6.500; el movimiento de ingreso y salida máximo diario llega hasta los \$4.500. Como en la mayoría de los servicios de pago, cada transacción no puede exceder los \$1.000. Y el monto para recarga de celular va desde \$5 hasta \$200. Estas características se condicen con la característica enunciada sobre el dinero móvil, de posibilitar la transacción de pequeñas sumas.

Luego del lanzamiento inicial, Wanda no tuvo el éxito que buscaba, ya que se lanzó el servicio sin un producto fuerte. Estaba dirigido a aquellos usuarios no bancarizados y más que nada se enfocó a la captación de clientes. Este objetivo se cumplió, ya que llegaron a los 300 mil en el primer año, pero no contaban con servicios o alianzas estratégicas para ofrecerles y fomentar así el uso de la billetera. Gran parte de los clientes fueron captados por las promociones de lanzamiento que tenía Wanda como, por ejemplo, darse de alta sin costo, y regalarle 20 pesos al cliente o al cliente que deposite plata la compañía le duplicaba el monto. Básicamente, el único servicio que funcionó fue el top-up, la empresa triplicaba el saldo de la cuenta de Movistar, cuando esta se recargaba por medio de Wanda. Actualmente se encuentran en una segunda etapa, de replanteo de la estrategia, en la cual la compañía busca abarcar un mercado más amplio, es decir, apunta a los usuarios no bancarizados y a los bancarizados de igual manera.

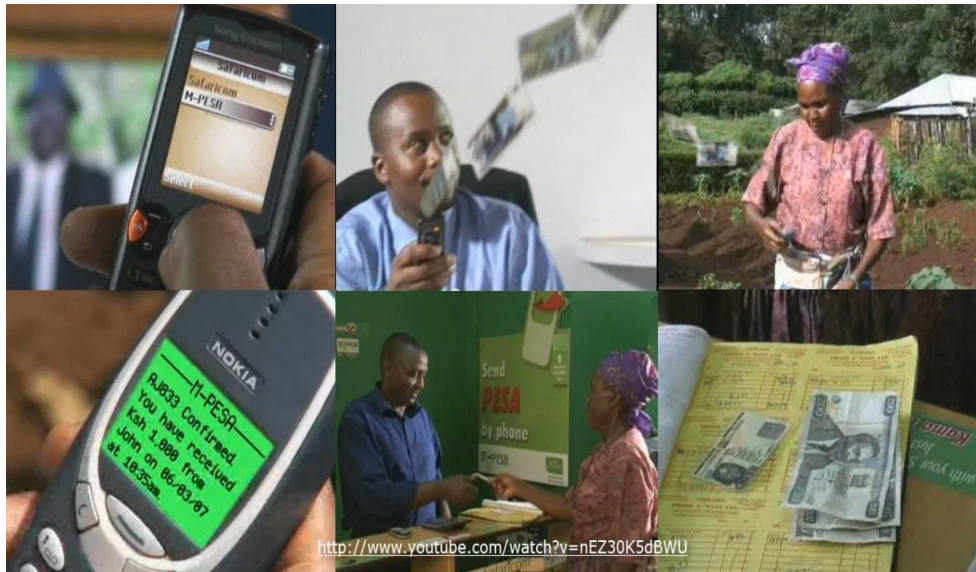
El desafío que le queda a la compañía es armar un ecosistema de comercios y puntos de venta y de atención en todo el país, para brindarles a los clientes oportunidades y conveniencia a la hora de realizar transacciones.

Un modelo de éxito en dinero móvil: M-PESA, Kenya

Hoy hay más de 150 servicios de dinero móvil en todo el mundo, aplicados con mayor o menor éxito. El caso de M-Pesa, en Kenya, implementado por la operadora líder de telefonía móvil Safaricom (de Vodafone) en 2007, es el modelo a seguir para la industria. Si este modelo pudiera ser replicado con éxito en otras economías en desarrollo, tendría el potencial de brindar acceso a servicios financieros básicos a 2.5 mil millones de personas que están fuera del sistema bancario, y de los cuales al menos 2 mil millones, tiene teléfono móvil.

En Kenya, las primeras empresas de telefonía móvil comenzaron a operar a mediados de los años 90 con capitales públicos y rápidamente los teléfonos móviles se convirtieron en el principal medio de comunicación en el país. Safaricom comenzó sus operaciones en 1997 y hoy en día posee el 80% del mercado, seguido por sus competidores Airtel, Yu y Orange. Dentro de los servicios ofrecidos por las operadoras ya en su lanzamiento, se permitía la compra de crédito a través de los celulares o su envío a otros usuarios y la práctica usual era enviarle crédito a 'brokers' que, a cambio, les daban efectivo, bienes o servicios. Safaricom formalizó este procedimiento con el lanzamiento un sistema de transferencia de efectivo basado en red de SMS, al que llamó M-Pesa: M de 'móvil' y Pesa por 'dinero' en Suajili, lengua oficial de Kenya.

M-Pesa es una solución innovadora de transferencia de dinero. Sus usuarios target, son clientes de telefonía móvil que no tienen cuenta bancaria, sea por elección, porque no tienen acceso a un banco o porque no tienen ingresos suficientes para justificar una cuenta bancaria. M-Pesa habilitó, a través de su implementación, funciones financieras simples a un mínimo costo y mediante un pasaporte o documento de identidad a usuarios de Safaricom.



M-Pesa es redituable en Kenya y construyó reputación de innovación: actualmente provee el 18% de los ingresos de su operador móvil, Safaricom, a través de las comisiones sobre transacciones y es responsable de transacciones que representan el 31% del PBI del país, de acuerdo con Financial Times.

El servicio logró captar 2 millones de consumidores en su primer año, y a 2013 cuenta con 15 millones de clientes activos de los 19 millones de Safaricom, que representan prácticamente la población adulta del país, de un total de 45 millones de personas. Entre estas, casi el 80% vive en áreas rurales con la agricultura como actividad principal.

A través de M-Pesa se realizan 80 transacciones por segundo, casi 7 millones por día, lo que equivale a 700 millones de dólares negociados por mes en redes de SMS. Su éxito se apalancó en los envíos de remesas y pequeñas transacciones monetarias, y mejoró la seguridad financiera de los habitantes y la actividad económica local en muchas de las comunidades más empobrecidas.

Pocas proveedoras de telefonía rivales han podido igualar en otros países la experiencia de M-Pesa logrando escala en tan poco tiempo, lo cual indica que la tecnología por sí sola no garantiza el éxito. Uno de los factores que distingue a Kenya de otras economías, es el favorable ambiente regulatorio, que sigue a la innovación, y flexibiliza reglas para proteger a todas las partes relacionadas (protección de datos personales, por ejemplo) y no entorpecer el crecimiento. Asimismo, el sistema bancario en otros países comenzó a ofrecer servicios similares al de Safaricom antes de que sean implementadas por empresas de telecomunicación, para mitigar la amenaza

El estudio de Jack & Suri –el primer sondeo fue realizado en 2008 y luego un segundo se realizó en 2009- analiza el componente demográfico de la adopción del sistema en el país. Sugiere que, en tanto el uso de M-Pesa estaba originalmente limitado a los grupos de mayor poder de compra en la sociedad, fue luego adoptado por porciones más amplias de la población. También indica que una de las principales limitaciones en los estratos más bajos de la sociedad, fue el no poseer teléfono celular, que en el sondeo de 2009, se correspondía con el 39% de los que no habían adoptado el servicio. Los que adoptaron inicialmente el servicio (early adopters), según este estudio, seguían un claro patrón: mayor consumo, los jefes de familia con mayores niveles de educación que en los casos de los que contrataron el servicio de manera tardía.

Adicionalmente, los no usuarios son el grupo en peores condiciones económicas y de nivel educativo.

El crecimiento del servicio forzó a instituciones financieras formales a tomar nota. En diciembre de 2008, un grupo de bancos inició un lobby sobre el Ministro de finanzas de Kenya para que se audite a M-Pesa, en un intento por frenar su crecimiento. El plan falló, en tanto la auditoría encontró que el servicio era robusto.

Safaricom llega a sus clientes a través de su red de agentes. Los agentes son el elemento más visible del servicio y fueron los responsables en etapas tempranas de ganar la confianza de los consumidores y lograr la adopción del nuevo producto. En lugar de crear la red de cero, M-Pesa identificó redes existentes de intermediarios competentes en la economía de Kenya, que podían ser utilizados de manera inmediata. Esta estrategia ofreció una manera relativamente económica de acercar servicios financieros a áreas rurales, disminuyendo la inversión de la empresa y los tiempos de implementación. Los agentes incluyeron sus propios proveedores de red, distribuidores de combustible, servicio postal, cadenas de supermercados y otros minoristas, tintorerías y la red de ATM Pesa Point. Hoy en día Safaricom tiene más de 45.000 agentes, casi 1 cada 500 adultos. En las interacciones regulares entre M-Pesa y sus agentes, se ofrecen oportunidades de capacitación, de obtener información sobre posible mejoras y se fomenta la lealtad de los agentes (para evitar costos de contratación).

Crear una cuenta es sencillo, basta con presentar un documento de identidad a uno de los agentes de la red siendo mayor de 16 años, registrarse, y automáticamente se carga la billetera electrónica sin costo de inscripción o cargos mensuales (incluso no hay saldos mínimos requeridos). El dinero es depositado en una cuenta bancaria gestionada por M-Pesa con la cual los usuarios no tienen contacto alguno (y, a la vez, el banco no puede acceder a la información de cada usuario). A través de esta red de agentes, que

actúan como agentes bancarios, y un PIN que protege la cuenta, los usuarios de M-Pesa pueden:

- Depositar y retirar dinero
- Transferir dinero a usuarios y no-usuarios (se les envía un voucher a sus números telefónicos)
- Pagar facturas
- Comprar bienes
- Comprar crédito para llamadas
- Transferir dinero entre el servicio y una cuenta bancaria

Una de las características más importantes de la experiencia del usuario es la posibilidad de convertir el dinero electrónico en efectivo con facilidad y a bajo costo, incluso para montos bajos, en comparación con los costos en el sistema bancario. Las transacciones se efectúan en moneda de Kenya (shillings) y únicamente se pueden cobrar dentro del país, siendo usuarios de Safaricom, mientras la red y la línea estén activas. El desafío, desde el punto de vista de Safaricom, es mantener la liquidez con cada agente.

Otro de los elementos a monitorear, por parte de la operadora, es la aparición de fraudes en el servicio: ya que las transacciones pueden llegar a tardar una hora en aparecer en la cuenta de los usuarios, se les envía mensajes de texto indicando que se les envió dinero por error, y reclamando que el usuario se los regrese sin consultar su saldo. Para aumentar la seguridad, en este sentido, se ofrece un servicio de almacenamiento de números frecuentes, usando la memoria del celular y se busca generar consciencia en los usuarios de esta práctica.

Extractos, entrevista realizada a DI Andrew Simeoni (Kenia) Sobre su propia experiencia:

a. ¿Usas M-Pesa? (¿Hay algo que pueda decirnos acerca de su experiencia como usuario o como alguien que conoce, ya sea positivo o negativo?)

He estado viviendo fuera de Kenia durante los últimos 5 años, así que no he tenido necesidad de usarlo, pero mi familia y mis amigos son ávidos usuarios del servicio, así que estoy muy familiarizado con él.

El servicio es realmente excelente, te permite tener acceso a dinero en cualquier momento donde sea que estés y sé que ha sido capaz de resolver situaciones que de otro modo serían imposibles. Mi madre tuvo que pagarle

a un empleado que estaba fuera de la ciudad por un trabajo y necesitaba el dinero de inmediato y con el servicio se envió el dinero en cuestión de minutos, lo cual es realmente genial.

b.- ¿Qué cambios viste en la sociedad / economía desde su implementación?

El servicio realmente funciona en el clima económico de un país en desarrollo, y quizás esta es una de las razones por las que le está yendo tan bien en Kenia, además de la obvia conveniencia de enviar dinero rápido, realmente ha revolucionado la forma en que los pobres manejan y manejan el dinero. Mucha gente en Kenia gana menos de un dólar al día y, por lo tanto, antes no necesitaban una cuenta bancaria para almacenar dinero, pero dado que el servicio maneja pequeñas cantidades de dinero, estas personas pueden usar el servicio como una cuenta bancaria, donde pueden verificar fácilmente su saldo, retirar el dinero y, por supuesto, enviarlo a amigos o realizar pequeñas transacciones comerciales, lo que a su vez está afectada positivamente por la velocidad y la capacidad de llevar a cabo los negocios.

c.- ¿Cuál crees que fue clave para su éxito? (algunas de las razones que encontramos fueron: retraso en la regulación de la tecnología, alta disponibilidad del consumidor, alta tecnología, sociedad innovadora).

El éxito del servicio creo que se debió al hecho de que muchos kenianos ya habían adoptado teléfonos móviles, y la competencia entre las tres principales compañías de telecomunicaciones hizo que los precios de poseer y usar un teléfono fueran muy baratos.

Preguntas generales sobre M-Pesa:

a. En su opinión, ¿fue una estrategia de marketing exitosa para Safaricom? ¿Las personas cambiaron las empresas de telefonía móvil para tener acceso a MPesa?

Safaricom ya era un líder del mercado y tenían una gran base de clientes para comenzar, ofrecen buenas tarifas y muchos clientes son muy leales y no cambiarían a otras redes, sin embargo, hay otros suscriptores que se han movido para aprovechar el servicio. .

b.- ¿Cuáles son los requisitos para obtener una cuenta? ¿Es un proceso fácil?

En Kenia todas las tarjetas SIM se deben registrar con un número de

identificación, entonces después de esto, es simplemente una cuestión de suscripción al servicio.

c.- ¿Es obligatorio declarar el origen de los fondos para realizar una transacción?

No, una vez que tiene una cuenta, reconoce de qué número proviene y, a su vez, la persona registrada.

d.- ¿Es un servicio 24/7?

Sí

e.- ¿La cuenta está vinculada al número de teléfono celular? ¿Es habitual el robo de teléfonos celulares / un problema? ¿Toma mucho tiempo reemplazar el teléfono cuando se lo roban?

El robo de un teléfono celular es común, sin embargo, la cuenta necesita un pin para acceder, por lo que es inútil sin el código.

DESAFIOS DEL DINERO MOVIL

Para que el dinero móvil logre a nivel global los cambios y la escala que logró en Kenya, es necesario replantear las estrategias con las cuales se pretende implementar y expandir los servicios. Las propuestas de valor deberán ser claras y confiables y dentro de las prácticas sociales y culturales para ganar y mantener la confianza de los clientes, incluyendo aquellos que tienen menos recursos y son nuevos en el uso de esta tecnología.

Otro desafío que se deberá mejorar son los esquemas de seguridad tanto en la identificación asociada a la entrega de dinero en efectivo en las agencias, como generar la confianza necesaria en los usuarios para que comiencen a incorporar el producto de forma natural y utilizarla en la vida cotidiana, así como la implementación de sistemas biométricos.

Biometrics, el Centro para las estimaciones globales de desarrollo indica que más de 450 millones de personas en los países en desarrollo han tenido sus datos biométricos registrados, y se espera que esta cifra triplique en los próximos cinco años. Una forma de aplicar esta técnica sería utilizando tecnología NFC para realizar los pagos con datos biométricos. El Proyecto Aadhaar por ejemplo, es un ambicioso programa biométrico en la India, su objetivo es proporcionar un sistema de identificación universal para todos los ciudadanos, incluyendo escáner de iris, huellas dactilares, y una imagen de la cara lo que se ha vinculado explícitamente a la inclusión financiera.

Como desafíos adicionales se puede mencionar el análisis de las cadenas

de distribución, que deben tomar en cuenta, por ejemplo, tiendas, oficinas de correos, estaciones de servicio, etc.

Según GSMA los desafíos se pueden agrupar en tres:

1. Los aspectos regulatorios, como la identificación de usuarios y obtención de licencias.
2. Una brecha de aprendizaje tanto en el desarrollo de nuevos productos como en las operaciones para reducir costos y hacer más eficientes las transacciones, por ejemplo en el manejo del efectivo y el control del fraude.
3. El flujo necesario de inversiones en un contexto de bajos márgenes de rentabilidad.

Los desafíos son aún mayores para la industria financiera. Hay señales de que la banca tradicional y otros servicios financieros están buscando adaptarse –y, en nuestra opinión deben hacerlo- a estas nuevas tecnologías, infraestructuras y dinámicas del mercado, para no perder su presencia en la industria ante la competencia que ofrece las distintas opciones de dinero móvil y la velocidad con la que evoluciona.

En definitiva, son los usuarios sin importar su condición económica, los que tienen todo por ganar.

ECUADOR

ADOPCIÓN DE CELULARES EN ECUADOR

Según dato de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el 2016, el 56,1% de la población (de 5 años y más) tiene al menos un celular activado, 5,7 puntos más que lo registrado en el 2012. En el área rural el incremento es de 8,3 puntos en los últimos cuatro años.

El grupo etario con mayor uso de teléfono celular activado es la población que se encuentra entre 35 y 44 años con el 80,8%, seguido de los de 25 a 34 años con el 79,5%.

En Galápagos, 7 de cada 10 personas tienen al menos un celular activado, en Pichincha el 64,6% de su población mayor a 5 años, mientras que en Amazonía se registra el menor porcentaje con 38,6%.

El porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (SMARTPHONE) a nivel nacional, creció 15,2 puntos del 2015 al 2016 al pasar del 37,7% al 52,9% de la población que tienen un celular activado.

BANCA VIRTUAL MOVIL EN ECUADOR

Ecuador no es la excepción, sigue la tendencia mundial de que las entidades financieras ofrezcan sus servicios para ser accedidos mediante el uso de los celulares.

Julio José Prado, director de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (Asobanca), sostiene que en el país se registra una evolución significativa en el traspaso de canales tradicionales a lo que es banca móvil, celular o en línea.

Es evidente que en el año 2017, se han dado muchas iniciativas con banca móvil y digitalización de pagos móviles.

En el año 2025, el 71% de la población ecuatoriana será millennial, por lo que cada entidad financiera elabora su propia estrategia para competir y asegurarlos como sus clientes. Tienen que brindarles la realización de transacciones 24-7 de una manera fácil, segura y desde cualquier dispositivo móvil. Algunos bancos han reducido el tamaño de sus agencias al moverse hacia la banca digital.

La seguridad de realizar transacciones financieras desde este canal, era la primera preocupación de los clientes.

Por esta razón, bancos locales han implementado medidas de seguridad que van desde reconocimiento facial biométrico para ingresar al servicio como envío de códigos de seguridad a los correos electrónicos y envío de mensajes de textos a celulares que alertan sobre compras en línea o transferencias bancarias entre otros.

El sistema de claves y verificaciones que utiliza la banca móvil no está basada solo por el celular, sino también en datos adicionales, algunos algoritmos y protecciones que garantizan que, en caso de que el equipo sea robado o hurtado, no pueda accederse fácilmente al servicio de la banca móvil para cometer fraudes.

MOBILE BANKING O BANCA A TRAVES DEL CELULAR

Juan Pablo Erráez, director económico de Asobanca, consideró que la oferta de servicios digitales ha crecido de forma paulatina los últimos años. Sin embargo, para que alcance un mayor desarrollo, cree necesario que se incremente el acceso a la Internet y a la telefonía móvil, especialmente en ciudades pequeñas y zonas rurales y, además, crear más alianzas entre la banca y proveedores tecnológicos.

Podemos realizar transacciones financieras en la APP de nuestro banco descargada en el celular.

Actualmente en busca de que el cliente evite realizar filas tediosas en los bancos, de los 23 servicios más comunes que ofrecen las entidades bancarias en Ecuador a sus usuarios, al menos, 16 ya se pueden realizar a través de nuestro celular.

La apertura de cuentas, revisar el balance de la cuenta, comprobar una transacción, realizar desde transferencias, consultas de saldos hasta solicitar referencias bancarias y realizar pagos de las facturas de luz, agua, teléfono y TV por suscripción, cancelar tributos, pagos de la seguridad social, pensiones de escuelas y colegios son las actividades más realizadas por los ecuatorianos a través de dispositivos móviles.

Según datos de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador, a Noviembre 2016, mediante el canal móvil se realizan el 60% del total de transacciones bancarias.

MOBILE PAYMENT O PAGOS A TRAVES DEL CELULAR

Pagar a través del celular como si fuera una tarjeta de débito o crédito; utilizar el teléfono en cajeros automáticos y realizar operaciones, promoción de uso de tarjetas de créditos, todas ellas son parte de las opciones de medios alternativos de pago que ya ofrecen y que preparan varias entidades a sus clientes.

Hay bancos que han lanzado su billetera digital, que permite realizar pagos desde el móvil sin necesidad de presentar la tarjeta o prepago de forma física. Otros han lanzado una billetera digital para realizar transacciones con otra persona ingresando el teléfono celular y realizando los retiros en cajeros sin tarjetas.

Más adelante se encontrará material sobre BIMO (billetera móvil) de la Asociación de Bancos Privados, que se maneja desde un teléfono celular y brinda mayores facilidades para abrir cuentas bancarias. El servicio llega usuarios de zonas donde no existen instituciones financieras con lo cual se propone aumentar el nivel de bancarización.

DINERO ELECTRÓNICO EN ECUADOR

Otro medio de pago a través del celular, se implementó en Ecuador en el Gobierno del ex Presidente Rafael Correa, con el nombre de “Dinero Electrónico”.

Uno de los beneficios de utilizar el dinero electrónico radicaba en el mejoramiento de la productividad de los ecuatorianos, que se benefician los negocios, los tenderos se benefician de no tener efectivo, las empresas se ahorran de no llevar efectivo de un lado a otro con los riesgos que existen y los ciudadanos se benefician de no estar cargando en los bolsillos dinero.

Este mecanismo es una oportunidad para el 40% de la población económicamente activa de Ecuador que no dispone de una cuenta en el sistema financiero.

Según el Servicio de Rentas internas, el dinero electrónico es un sistema rápido y seguro, cuyas transacciones están protegidas por claves personales, conociendo con claridad el origen y el destino de los recursos. Además la transacción no consume el saldo de llamadas ni mensajes SMS de su celular y no es necesario tener un teléfono inteligente.

Actualmente se reconoce que existen dos etapas bien definidas en el uso de este producto.

En la primera estuvo a cargo del Banco Central del Ecuador (BCE), desde Diciembre 2014 hasta el 29 de Diciembre 2017, fecha en que se publicó en el Registro Oficial la Ley de Reactivación Económica, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera que ya el BCE no abriría más cuentas de dinero electrónico.

Y en la segunda etapa, que empezará a fines de Abril 2018, será el Sistema Financiero Nacional público, privado y popular y solidario quienes se harán cargo del sistema de dinero electrónico con el nombre de BIMO (Billetera Móvil).

Se estipuló en esta ley que hay un proceso de transición de 90 días para cerrar las cuentas abiertas de dinero electrónico en el BCE, pero el 3 de Enero de 2018, fue expedida la Resolución No. 435-2018-M de la Junta de la Política y Regulación Monetaria y Financiera, que resuelve que el plazo para realizar el cierre y desactivación de estas cuentas terminará el 16 de abril de 2018.

PRIMERA ETAPA DEL DINERO ELECTRONICO

En diciembre de 2014 el Banco Central del Ecuador (BCE) presentó a la ciudadanía la plataforma del dinero electrónico, indicando que estimaban se aplicaría en más de 12.000 locales comerciales a nivel nacional, con proyecciones de incorporar hasta fines del 2015, más de 10000 establecimientos activos como tiendas, supermercados, taxis, entre otros y en 5 años más de 70000 locales comerciales recibirían dinero electrónico, cifras que nunca se cumplieron.

Desde diciembre del 2014 se abrieron 402.515 cuentas en el BCE. De estas, 41.966 fueron usadas para adquirir bienes y servicios y el pago de trámites. Y 76.105 realizaron cargas y descargas de dinero.

Sin embargo, según el BCE, hay 286.207 cuentas (71,1%) que no han sido utilizadas. En el tercer año se consiguió cuadruplicar el monto transaccionado entre el 2015 y el 2016.

Estas cuentas movieron \$ 57'936.236 desde enero del 2015 hasta el 19 de noviembre pasado. Un incentivo de uso lo da la devolución de dos puntos porcentuales del IVA, opción vigente por ley desde mayo del 2016. Hasta el 19 de noviembre se han devuelto \$ 6'510.281 por este concepto.

Desde abril pasado se pudieron cancelar las cuotas o el saldo de las tarjetas de crédito con el e-dinero, por lo que se han transaccionado \$ 65.183 más. Y desde el último trimestre del 2015 se movieron \$ 490.351 por recargas telefónicas.

Hay más de 2.500 puntos de atención en todo el Ecuador en zonas donde a nadie le ha interesado entrar, áreas donde está la potencialidad del pago electrónico con el uso de celulares.

COMO SE ABRIA UNA CUENTA DE DINERO ELECTRÓNICO EN EL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR?

El Banco Central del Ecuador, informó a la ciudadanía y usuarios de este medio de pago que a partir del 29 de diciembre 2017 ya no se abrirían más cuentas de dinero electrónico.

La manera que lo hacía cualquier ecuatoriano, era a través de su teléfono móvil y acudiendo a una de las instituciones financieras o establecimientos autorizados por el Banco Central, con su cédula y el dinero físico que deseaba acreditar a su cuenta de dinero electrónico.

La cuenta de dinero electrónico se activaba marcando al *153# desde su teléfono celular. El sistema le preguntaba si deseaba activar una cuenta de dinero electrónico y si conocía y aceptaba las condiciones de uso de la cuenta de dinero electrónico. Luego ingresaba el número de cédula.

Confirmaba sus nombres y apellidos y respondía las preguntas de validación para que el sistema registre sus datos y recibir su clave de seguridad a través de un mensaje de texto.

El dinero físico de su cuenta de dinero electrónico se podía retirar también en una de las instituciones financieras o establecimientos autorizados por el Banco Central presentando la cédula de identidad.

PAGOS CON DINERO ELECTRONICO

Servicios como agua, luz, teléfono, medicinas, compras en supermercados, farmacias, transporte, entre otros se pueden cancelar con el dinero electrónico.

Para realizar los pagos, el usuario debe contar con dinero en su cuenta. El proceso de recarga es similar al que se realiza para acreditar saldo a los teléfonos celulares. Únicamente se debe entregar el dinero a la persona responsable de la caja y el número celular en el que se abrió la cuenta. Inmediatamente se recibe un mensaje con el valor acreditado.

Para pagar, el mecanismo es similar: El cajero le solicitará el número de cédula, número celular de la cuenta y se recibirá un mensaje pidiéndole la clave personal. El pago se hace inmediatamente.

Para realizar un pago de un teléfono celular a otro, por ejemplo, se abría la cuenta de dinero electrónico, se digitaba la opción uno y se introducía el número de teléfono al que lo iba a enviar, ingresaba la clave e inmediatamente la otra persona recibía un mensaje en el que se indica que el valor estaba acreditado.

Para cancelar con dinero electrónico los usuarios se acercaban a los establecimientos que el Banco Central había acreditado a nivel nacional, entre los que se encuentran los locales Tía, farmacias Sana Sana, gasolineras Primax, en la ciudad de Guayaquil, entre otros.

Los establecimientos comerciales que aspiraban a realizar sus operaciones mediante esta alternativa ingresaban a la página web del BCE y, mediante correo electrónico, enviaban el RUC, nombre de la empresa, nombre del representante legal, un documento legal que valide su existencia jurídica, el monto que iba a usar y el número de teléfonos con los que iba a trabajar.

EN CASO DE PERDIDA DEL TELEFONO CELULAR POR ROBO, QUE SE DEBÍA HACER?

Al ser las claves de dinero electrónico personales, el ladrón no las tenía y no podía hacer nada con el dinero electrónico, sin embargo, era necesario informar del robo al BCE y solicitar una suspensión temporal de la cuenta, hasta conseguir otro chip.

Cuando el usuario iba a cambiar de equipo se debía realizar una descarga y sacar todo el dinero que se tiene en la cuenta, inmediatamente se debía llamar

al *153# y decirle al BCE que se iba a cerrar la cuenta porque cambio de celular y con el nuevo se debía abrir nuevamente la cuenta.

El valor que indica la cuenta de dinero electrónico podía ser canjeado mediante dinero físico en las instituciones que el BCE determinó para el efecto.

El valor que las personas naturales podían almacenar en su cuenta de dinero electrónico era hasta 9.000 dólares.

CIERRE DE LAS CUENTAS DE DINERO ELECTRÓNICO EN EL BCE

Hasta el 16 de Abril 2018, los usuarios de este medio de pago tienen tres opciones para gestionar los recursos de su cuenta de dinero electrónico:

- ✓ Consumir en establecimientos que acepten dinero electrónico
- ✓ Transferir a su cuenta de ahorros o corriente que mantengan en una entidad financiera
- ✓ Descargar en lugares autorizados como cajeros automáticos de los Bancos del Pacífico e Internacional, agencias del Banco Central del Ecuador, BanEcuador, Banco del Austro, Banco CoopNacional, Mutualista Imbabura, Mutualista Pichincha; Almacenes TÍA, Servipagos, Pago Ágil, Red Facilito y ventanillas de 40 cooperativas de ahorro y crédito.

El Banco Central del Ecuador ha solicitado a establecimientos, instituciones públicas, entidades financieras y Macro Agentes que venían aceptando este medio de pago electrónico a continuar operando con normalidad para garantizar a la ciudadanía todos los pagos que se realicen con dinero electrónico.

Las personas que realizaron consumos hasta el 29 de diciembre de 2017 con tarjetas de crédito, débito y dinero electrónico recibirán en estos días la devolución del IVA de 1 y 2 puntos respectivamente. A partir de la publicación en el Registro Oficial de la Ley para la Reactivación de la Economía, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera, las personas únicamente recibirán la devolución de 2 puntos de IVA por las compras realizadas con dinero electrónico, como estipula la mencionada Ley.

El saldo del dinero electrónico en las cuentas del Banco Central del Ecuador ha tenido un comportamiento variable en los últimos meses. En noviembre pasado llegó a \$ 10,2 millones, pero al cierre de diciembre había bajado a \$ 8,9 millones. Sin embargo, para enero volvió a subir a \$ 10,6 millones; pero al 16 de enero se encuentra en \$ 9,6 millones.

Las cifras revelan que varias personas han descargado su dinero, pero también el momentáneo incremento del saldo se debería a que se han realizado varias acreditaciones de puntos del IVA.

El BCE dijo que los usuarios han recibido la devolución del IVA por compras con tarjetas (1%) o con dinero electrónico (2%) hasta antes de la publicación de la Ley de Reactivación.

Después de esa fecha, únicamente seguirán recibiendo quienes paguen con dinero electrónico.

SEGUNDA ETAPA REEMPLAZO DEL DINERO ELECTRÓNICO DEL BCE

La falta de confianza de la ciudadanía en el dinero electrónico manejado por el Banco Central, debido a las reiteradas ocasiones en que cambiaron sus normas y regulaciones y por dudas de que el BCE cuente con el monto equivalente de efectivo al dinero electrónico emitido, originó que el martes 29 de agosto de 2017, en reunión entre el Presidente Lenin Moreno y los representantes de los sistemas financieros público, privado y de la economía popular y solidaria acordaran que la banca pública y privada se haría cargo del sistema de dinero electrónico quedando el Banco Central del Ecuador con el papel de regulador a través del control, compensación y liquidación de los medios de pago electrónico.

Por lo anterior se reformó el Código Orgánico Monetario y Financiero y el 29 de Diciembre 2017, se publicó en el Registro Oficial la Ley de Reactivación Económica, Fortalecimiento de la Dolarización y Modernización de la Gestión Financiera que ya el BCE no abriría más cuentas de dinero electrónico.

En esta segunda etapa, será el Sistema Financiero Nacional público, privado y popular y solidario quienes se harán cargo de manejar todo un ecosistema de pagos electrónicos.

La Banca privada de Ecuador propone bajar uso de efectivo con más pagos digitales.

BILLETERA MOVIL BIMO



La Asociación de Bancos Privados presentó una billetera móvil BIMO, el medio de pago digital con el que se puso fin al dinero electrónico. Se maneja desde un teléfono celular y brinda mayores facilidades para abrir cuentas bancarias.

El servicio se propone aumentar el nivel de bancarización llegando especialmente a usuarios de zonas donde no existen instituciones financieras cercanas.

Con 'BIMO' los usuarios tendrán un historial crediticio que más adelante les permitirá acceder a créditos. La cuenta se crea en una manera sencilla y no tiene los mismos requisitos que tienen las cuentas tradicionales, incluso la persona no tiene que acercarse al banco.

BIMO empezó a funcionar el 3 de octubre de 2019. BIMO está conectada a 12 bancos, 8 cooperativas y una mutualista.

En su afán de expansión se han reunido con gremios de taxistas, por lo que en algunas unidades ya se acepta el pago por BIMO, y con cámaras de comercio de varias ciudades que están promocionando ventas por internet o empresas que hacen entregas a domicilio. También aspiran a llegar a los mercados de Quito.

La presencia del coronavirus en Ecuador se ha convertido en una oportunidad para los medios digitales. "El COVID-19 se da por contacto. Es evidente que el uso del dinero efectivo puede ser una forma de contagio. Entonces estas soluciones de billetera móvil, de *contactless*, de tarjetas que no requieren entregarse sino acercarla, se están popularizando.

Actualmente hay 85 514 billeteras (BIMO) en doce bancos, ocho cooperativas y una mutualista. Mayo de 2020 es el mes en el que se han hecho más transacciones: 25 307. En abril hubo 23 124. En marzo, 24 854. Entre \$1 y \$10 es el porcentaje de mayor pago: el 40%.

CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS.- El Sistema de Billetera Móvil es la plataforma tecnológica que permite ofrecer servicios de apertura de cuentas y ejecución de pagos/cobros inmediatos utilizando un teléfono celular y los fondos disponibles en cuentas de depósito que el usuario mantenga en cualquier institución del sistema financiero nacional.

Las transacciones del SBM se procesarán en base a los fondos disponibles en las respectivas cuentas de los usuarios en el sistema financiero nacional.

Transacciones posibles para este servicio.-

- Pagos Persona a Persona
- Cobros Persona a Persona
- Cobros Micro Comercio a Persona
- Consultas Saldo y Movimientos
- Bloqueo y desbloqueo de usuario
- Cambio de clave
- Pagos de Servicios Públicos y Privados (Compra Tiempo Aire)
- Cobros Grandes Comercios
- Retiro de Efectivo en ATMs
- Pagos de Servicios Públicos y Privados

Costos de las transacciones a través de la BIMO

La Junta de Política de Regulación Monetaria y Financiera publicó oficialmente ayer por la tarde las Resoluciones 533-2019 F y 534-2019 F que establecen las nuevas tarifas para el uso de la billetera móvil tanto de bancos como de cooperativas.

La primera se refiere a las entidades financieras bancarias, mientras que la segunda regula lo que tiene que ver con las cooperativas.

En resumen, las nuevas tarifas para transacciones son de \$ 0,09. Para efectivizar el dinero, el costo será de \$ 0,45 en cajeros automáticos y de \$ 0,31 para los corresponsales no bancarios (ejemplos: Mi Vecino o Banco del Barrio).

Usuarios BIMO bancarizados y no bancarizados.-

El Sistema de Billetera Móvil puede ser utilizado por usuarios del sistema Financiero como los que no han tenido ninguna relación con los bancos.

Para los usuarios bancarizados se asociará un número de teléfono celular con una de sus cuentas de depósito que tenga activa en una institución Financiera.

Para los usuarios no bancarizados, deberán escoger una institución financiera donde desea la apertura de una cuenta de billetera móvil a su nombre y registrarse vía USSD.

La información de la base de datos del Registro Civil se utilizará para el proceso de registro y validación de la identidad de estos usuarios.

PASOS PARA REGISTRAR UNA CUENTA BIMO

- Una vez que se realice el registro en la aplicación, ingresando sus datos personales, una contraseña y preguntas de seguridad, debe comunicarse con los canales de atención de su entidad financiera para poder usar los servicios. Este proceso solo lo pueden hacer personas naturales
- Por número de cédula se permite tener dos cuentas con dos números celulares diferentes.
- En caso de no tener vínculo con el sistema financiero, lo podrá hacer a través de la aplicación y seleccionar la entidad bancaria de su preferencia. Allí creará una **cuenta básica**.
La billetera móvil está diseñada para procesar transacciones de bajo valor entre \$ 1 y \$ 50.
- Una de sus limitaciones es que se necesita contar con datos móviles o estar conectado a una red wifi para usarla.

Ecosistema de BIMO.- Intervienen en este sistema de Billetera Móvil:

- Sistema Financiero
- Población Bancarizada y no bancarizada
- Diversos canales como Institución Financiera, cajeros automáticos, banca virtual, banca móvil, tiendas
- Redes Pos
- Servicios públicos y privados

EN CASO DE PERDIDA DEL TELEFONO CELULAR POR ROBO, QUE SE DEBÍA HACER?

BIMO también le permitirá revisar el saldo de su cuenta de manera gratuita. Si en algún caso pierde o le roban su dispositivo móvil deberá comunicarse al

Contact center 1800-246624 o al 02-5002626 para bloquear el usuario. Se podrá abrir en otro teléfono, pero que tenga su mismo número.

PAGO DE DINERO POR BIMO



- ✓ Únicamente ingresa el valor
- ✓ Escoge el destinatario ingresando el número de teléfono, escaneando un código QR o seleccionar de la lista de contactos
- ✓ Ingresar una referencia de la transacción y confirmar el pago.
- ✓ Este servicio tiene un costo de \$ 0,09 más IVA. El dinero se transfiere de una cuenta bancaria a otra sin importar la institución de manera instantánea, fácil y segura
- ✓ El valor máximo diario por pagos, cobros y retiro de efectivo es de \$100.

RETIRO DE EFECTIVO POR BIMO

- ✓ Si lo que busca es hacer efectivo su dinero, lo puede hacer a través de un cajero.
- ✓ Cuando decida que sea un tercero el que retire deberá ingresar su número de teléfono donde llegará un código vía SMS que tendrá validez por ocho horas. Así podrá retirar desde el cajero de su institución financiero
- ✓ Este servicio tiene un costo de \$ 0,45 más IVA.

COBRO DE DINERO POR BIMO

- ✓ Se ingresa el valor y al igual que el pago se puede escoger entre las tres opciones.
- ✓ Luego se confirma la transacción y cuando la persona apruebe el pago llegará un mensaje de confirmación al teléfono móvil.
- ✓ La solicitud de cobro tiene una duración de 24 horas y también tiene un costo de \$ 0,09 más IVA.
- ✓ Si el número a quien enviar una transacción no cuenta con BIMO, se le enviará un mensaje invitándolo a ser parte del servicio.

BILLETERA MÓVIL DEL SECTOR COOPERATIVO

Se llama BICOO. Está funcionando en 9 cooperativas.

Según la Red Transaccional Coonecta, BICOO es una solución para los movimientos diarios de bajo monto, como pagos, cobros y consultas. Además se espera que sea un impulso real para la inclusión financiera, especialmente del sector rural y una oportunidad de negocio para las instituciones financieras del país.

Costos de las transacciones a través de BICOO

La Junta de Política de Regulación Monetaria y Financiera publicó oficialmente tarde la Resolución 534-2019 F que establece las nuevas tarifas para el uso de la billetera móvil de cooperativas.

Las nuevas tarifas para transacciones son de \$ 0,09. Para efectivizar el dinero, el costo será de \$ 0,45 en cajeros automáticos y de \$ 0,31 para los corresponsales solidarios de la propia entidad.

Para BICOO, el COVID-19 echó al traste su promoción. Édgar Peñaherrera, gerente de Icored (Red de Integración Ecuatoriana de Cooperativas de Ahorro y Crédito), dijo que está previsto hacer un relanzamiento.

Mobile Commerce en Ecuador.- El 35% de los ecuatorianos adquiere productos o servicios por internet de forma regular.

Cuatro de cada 10 ecuatorianos que compran a través de Internet tienen entre 26 y 33 años; el 60% cuenta con estudios universitarios, la mayoría tiene un nivel socioeconómico medio y las mujeres son mayoría a la hora de comprar.

La posibilidad de que este crecimiento del comercio electrónico continúe es alto. No solo hay cada vez más usuarios de Internet, especialmente a través de teléfonos inteligentes, sino el número de las tiendas en línea aumenta.

ANEXO I

E-Money

Definición de la Unión Europea. El dinero electrónico es la alternativa electrónica a dinero en efectivo. Es un valor monetario que se almacena electrónicamente en la recepción de los fondos, y que se utiliza para efectuar operaciones de pago. El dinero electrónico se hace en las tarjetas, dispositivos, o en un servidor. Los ejemplos incluyen las tarjetas de pre-pago, monederos electrónicos, tales como M-PESA en Kenia, o servicios basados en la Web, tales como PayPal. Las siguientes definiciones se incluyen en la más reciente propuesta de Directiva de la UE.

Entidad de dinero electrónico. Una persona jurídica a quien se le ha concedido la autorización para emitir dinero electrónico.

Emisores híbridos. Los proveedores de servicios que emiten dinero electrónico como una actividad secundaria a su actividad principal, es decir, empresas de telefonía móvil, empresas de transporte público, etc

Servicios Financieros Móviles Mobile Financial Services o MFS es otro término amplio que se refiere a una gama de servicios financieros que se pueden ofrecer a través del teléfono móvil. Tres de las principales formas de MFS son transferencia móvil de dinero, pagos móviles y banca móvil.

Mobile Money Transfer (MMT). Servicios en que los clientes utilizan sus dispositivos móviles para enviar y recibir valor monetario - o más simplemente, para transferir dinero electrónicamente de una persona a otra mediante un teléfono móvil. Por ejemplo transferencias nacionales, transferencias internacionales o transfronterizas y las remesas.

Los pagos móviles. Mientras MMT aborda las transferencias de dinero de persona a persona, pagos móviles se refieren a los pagos de persona a negocios que se hacen con un teléfono móvil. Pagos de proximidad móvil implican un teléfono móvil que se utiliza para hacer pagos en el punto de venta (POS). En estos casos, el teléfono móvil puede comunicarse con el punto de venta a través de tecnologías sin contacto, tales como Near Field Communication (NFC). Pagos móviles a distancia implican usar el teléfono como un mecanismo para la compra de servicios móviles relacionados, tales como tonos de llamada, o como un canal alternativo de pago para los productos vendidos en línea. Pagos de facturas móviles tienden a requerir interconexión con la cuenta bancaria de la empresa que recibe, y por lo tanto se consideran parte de la banca

móvil.

Banca Móvil. La conexión entre un teléfono móvil y un personal o una cuenta bancaria empresarial. La banca móvil permite a los clientes utilizar su teléfono móvil como un canal más de sus servicios bancarios, como depósitos, retiros, transferencia de cuentas, pago de facturas, y consulta de saldo. La mayoría de las aplicaciones de banca móvil son aditivas ya que proporcionan un nuevo canal de distribución a clientes de los bancos existentes. Modelos transformadoras integran las poblaciones no bancarizadas en el sector financiero formal.

Otros términos

Otros términos que se utilizan a menudo en asociación con, o alternativamente con, dinero electrónico, servicios financieros móviles incluyen:

Electronic Wallet (monedero electrónico). Se refiere al valor en efectivo que se almacena en una tarjeta, teléfono o cualquier otro dispositivo electrónico. Las tarjetas de prepago son una forma de monedero electrónico. Monederos electrónicos pueden representar un valor fijo. En este caso, una vez que el valor se ha gastado, la tarjeta ya no puede ser utilizada. Las wallets pueden ser recargadas - para ser utilizado una y otra vez.

Mobile Money. Consulte la definición de los servicios financieros móviles.

Mobile Wallet (mWallet). Un monedero electrónico que se almacena en un teléfono. GSMA proporciona la siguiente definición más específica: "mWallet es un repositorio de datos que contiene los datos de consumo suficientes para facilitar una transacción financiera desde un teléfono móvil, y la inteligencia aplicable a traducir una instrucción de un consumidor a través de un teléfono móvil / portador / aplicación en un mensaje de que una institución financiera pueda usar para débito o de crédito las cuentas bancarias o instrumentos de pago".

Valor almacenado. Consulte la definición de monedero electrónico.