



INNOVACIÓN EN INCLUSIÓN FINANCIERA



Imagen tomada de Vodafone

Innovación en Inclusión Financiera: La historia de M-Pesa

“M-Pesa de Kenia prueba que cuando la gente se empodera, ellos usarán la tecnología digital para innovar en favor de ellos mismos”

Bill Gates.

M-Pesa es una historia de innovación y de inspiración en las áreas de inclusión financiera y desarrollo. No es una solución perfecta y sin retos, su replicabilidad a otros escenarios y geografías implica también desafíos. M-Pesa muestra lo que se puede lograr, instiga además la imaginación para pensar en las posibilidades, en el futuro y la visión a delinear para la inclusión financiera.

“Envía dinero a casa” fue el lema central de la campaña publicitaria de M-Pesa, una iniciativa que se lanzó en el 2007 y que habría de cambiar, a través del teléfono celular, el panorama de la inclusión financiera, primero en Kenia, luego en otros países en África y después en otras latitudes. [A diez años de su lanzamiento](#), M-pesa contaba con casi 30 millones de usuarios activos, operaba en diez países, tenía una red de más de 287 mil corresponsales, llevaba a cabo 614 millones de transacciones al mes, y 529 por segundo. Actualmente, M-Pesa suma 21 millones de usuarios en Kenia y 13.4 millones de usuarios en otros países.

M-Pesa fue desarrollado por Safaricom - Vodafone. El nombre se deriva de “Pesa” que en idioma swahili significa dinero y “M” por móvil (celular). Este sistema permite, a través del teléfono celular: depositar, enviar y recibir dinero, pagar servicios, realizar compras de bienes, así como recargas de saldo a telefonía celular. A inicios del 2019, se integró también una nueva función de sobregiro llamada *Fuliza* que permite

hacer transacciones cuando no se cuenta con suficientes fondos. A sólo 8 días del lanzamiento de esta funcionalidad, resultó en 1 millón de nuevos usuarios.

M-Pesa es ejemplo de una idea novedosa y creativa. También de generación de soluciones, creación y capitalización de oportunidades en el campo de la inclusión financiera.

10 años de M-Pesa	
29.5 millones de usuarios activos	614 millones de transacciones al mes
10 países (opera)	6 mil millones de transacciones en 2016
287 mil 400 agentes	529 transacciones por segundo

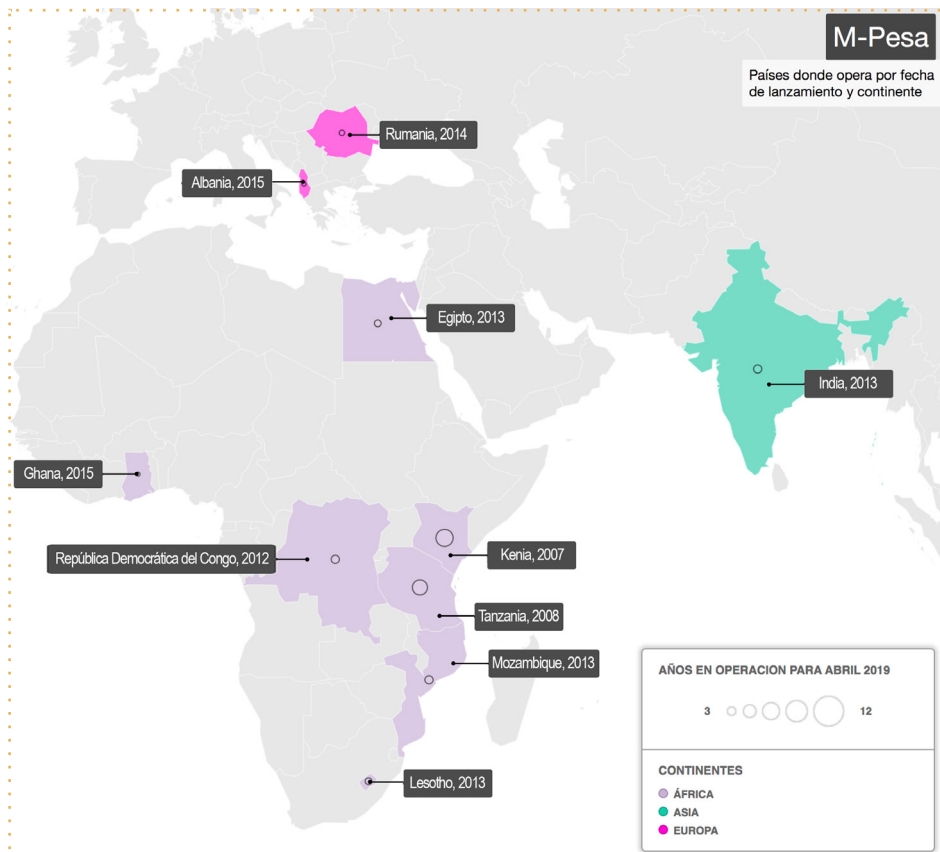
Elaboración propia adaptada de Vodafone (2017). Ten Years of M-Pesa. Infografía- Datos al 31 de diciembre del 2016.

FACTORES DE ÉXITO

Distintas condiciones hicieron posible el surgimiento y éxito de M-Pesa en Kenia, así como su expansión a otros países. [Un estudio de caso de la Corporación Financiera Internacional \[IFC\] \(2010\)](#), reveló que en Kenia mientras el número de personas con acceso al sistema financiero formal era de menos del 20% antes del lanzamiento de M-pesa, el porcentaje de suscriptores a servicios de telefonía celular alcanzaba casi el 40% en 2008. Al mismo tiempo, la población de 15 años y más estaba familiarizada con la tecnología de telefonía móvil (83% tenía acceso) y en Kenia las tasas de alfabetización eran relativamente altas ([72% para el 2007 en la población de 15 años o más](#)). Además, había una demanda latente por servicios financieros, sobretodo derivado de la necesidad de los migrantes por enviar dinero -y de manera más segura- desde los centros urbanos hacia las comunidades rurales.

Además, hubo una campaña publicitaria efectiva diseñada a partir de entender bien la necesidad y aprovechar la oportunidad del mercado. Se desarrolló también una amplia y creciente red de corresponsales diseminados en distintos puntos, lo que hizo el sistema funcionar y ser atractivo sobre todo para las comunidades más desprovistas de infraestructura financiera y más alejadas. Como explica Mercy Buku, quien fuera Senior Manager en Safaricom, entre el 2010 y el 2015, y Michael Meredith de la Escuela de Leyes de la Universidad de Washington, en su artículo ([Buku y Meredith, 2013](#)), esto contribuyó a que no se tuvieran que hacer viajes largos a la ciudad para hacer pagos, ahorrar tiempo que podría ser utilizado para actividades económicas productivas, así como ahorrar dinero, en promedio 3 dólares por transacción.

Asimismo, se llevó a cabo investigación de mercado y se generaron aprendizajes importantes desde la fase piloto en 2005. M-Pesa evolucionó de la concepción e idea inicial, hasta lo que es hoy. Nick Hughes del equipo que lideró el desarrollo de M-Pesa en Vodafone y Susie Lonie, experta en temas de comercio electrónico, explican ([Hughes y Lonie, 2007](#)), que el piloto de este modelo se enfocó en apoyar transacciones de microfinanzas, para recibir y hacer pagos, pero durante esta fase, se observó que era más amigable para el usuario, que para las instituciones de microfinanzas.



Elaboración propia con [datos de Vodafone- Liga a Mapa Digital](#)

El beneficio para los consumidores, explican los autores, para manejar sus finanzas personales fue convincente y evidente. Después del piloto, como señala [la IFC \(2010\)](#), Safaricom decidió lanzar sin los elementos de microfinanzas. [Mas y Ng'weno \(2010\)](#), de la Fundación Bill y Melinda Gates, reconocen también tres factores claves de éxito: el desarrollo de la marca, la red de corresponsales y el esquema de comisiones.

M-pesa también, como se narra en el estudio de caso de [la IFC \(2010\)](#), fue la primera empresa de transferencias de dinero a través del celular en Kenia, y la falta de competencia hizo que Safaricom capturara el mercado, aunque, más tarde en el 2009, surgiría Zap desarrollado por Zain (Airtel) como competencia. Además, como señalan [Mas y Radcliffe \(2010\)](#) de la Fundación Bill y Melinda Gates, Safaricom se benefició de tener alrededor del 80% del mercado de operadores de telefonía celular en Kenia, cuando se lanzó M-Pesa. Los mismos autores explican también que la falta de alternativas de calidad existentes contribuyó a que ésta floreciera.

¿Cómo funciona M-Pesa?



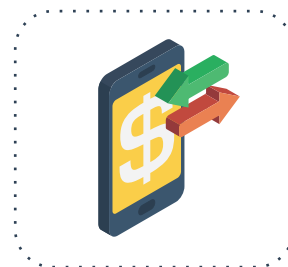
PASO 1

La persona visita un corresponsal autorizado de M-Pesa y se registra.



PASO 2

El usuario recibe un mensaje de texto de confirmación de su registro.



PASO 3

Ahora el usuario puede enviar y recibir dinero a través de Western Union, pagar cuentas o pagar tiempo aire.

Elaboración propia adaptada con base en Vodacom Tanzania. [M-Pesa Getting Started](#)

EL PAPEL DEL REGULADOR

Una parte fundamental fue también la regulación que hizo posible la existencia de M-pesa. Makin (2009), uno de los iniciadores y arquitectos de M-Pesa [en un estudio de la OCDE](#), explica que el equipo de M-Pesa tuvo un acercamiento con las autoridades regulatorias y encontraron que estas no sólo eran cuidadosas en cuanto a que se cumplieran las responsabilidades con el sector financiero, sino que además estaban dispuestas a explorar nuevas ideas y reconocían la misión de ampliar el acceso a los servicios financieros. Makin explica también que el Ministerio de Finanzas realizó acciones para verificar que M-Pesa no fuera un mecanismo que permitiera el lavado de dinero o algún

esquema piramidal; se encontró a la empresa en orden y continuo operando.

Chandy, Dervis y Rocker (2013) [en una publicación de Brookings](#), señalan también que una filosofía de regulación que impulsa la innovación, implicó que las autoridades implementaran controles y mecanismos de protección al consumidor, sin que esto limitara el crecimiento de M-pesa. Además, reconoció a los corresponsales como intermediarios en lugar de proveedores de servicios bancarios. En otros países donde se ha lanzado y la regulación ha sido menos abierta, esto se ha identificado como una limitación.

IMPACTO EN DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

M-Pesa ha logrado dar servicios incluso a aquellos que viven con menos de 1.25 dólares al día, es decir, el umbral de pobreza extrema utilizado por el Banco Mundial (el umbral subió a 1.9 dólares en el 2015). Para el caso de Kenia, sin considerar Nairobi y para el 2011, el porcentaje de la población en esta condición que utilizaba M-Pesa alcanzó el 72% según [Suri y Jack \(2012\)](#). Además, un [estudio](#) de estos mismos investigadores del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) y la Universidad de Georgetown ([Suri y Jack, 2016](#)), encontró que M-Pesa contribuyó la reducción de pobreza en Kenia, sacó a cerca de 194 mil hogares del umbral de pobreza extrema y además el efecto fue mayor para hogares con jefas de familia. M-Pesa generó que segmentos de la población experimentaran cambios ocupacionales, de emplearse principalmente en el sector agrícola a

negocios y ventas al por menor, las cuales se caracterizan por tener ingresos mayores. Estimaron que 186 mil mujeres vivieron esta transición. Un estudio anterior de estos autores ([Jack y Suri, 2014](#)) encontró, por su parte, que M-pesa contribuyó a la resiliencia de sus usuarios, fortaleciendo su capacidad para enfrentar riesgos y eventos no anticipados.

"M-Pesa es una revolución que ha empoderado a decenas de millones de personas en algunas de las comunidades más pobres del mundo para empezar y hacer crecer negocios, ser más resiliente financieramente"

Michael Joseph, ex CEO de Safaricom



DESAFÍOS Y REFLEXIONES FINALES

A pesar del éxito de M-Pesa, su implementación y replicabilidad implican desafíos. En Sudáfrica, por ejemplo, donde M-Pesa comenzó a operar en el 2010, seis años después Vodafone anunció que dejaría de dar servicio. Sudáfrica es un país donde el acceso a servicios financieros tradicionales es mucho amplio que en otros lugares donde M-Pesa ha florecido. Además, tiene todavía retos importantes hacia adelante, en un escenario dinámico y donde las necesidades futuras son cambiantes. En [entrevista para CNN \(2017\)](#), el CEO de Safaricom Bob Collymore, señaló que una de las prioridades es ofrecer nuevos servicios, y mejorar la experiencia del usuario. Por otro lado, una de las críticas a M-Pesa ha sido que es un actor dominante del mercado. También en entrevista para [CNN \(2017\)](#) y cuestionado al respecto, Collymore señaló que el dominio en sí mismo no lo veía como un problema, lo que sería un problema es que se abusara de ese dominio para eliminar la competencia.

De acuerdo a datos de la Autoridad de Comunicación de Kenia (2019) en su [reporte para el último trimestre del 2018](#), M-Pesa tenía el mayor número de usuarios activos de servicios de dinero móvil en Kenia o más de 25.5 millones, casi 7 veces más que su competidor más cercano en este campo, Airtel Money, que tenía 3.7 millones. El número de corresponsales de M-Pesa también era de más de 168 mil, es decir, también casi 7 veces más que el segundo y tercer lugar en este rubro, T-Kash que tenía 24 mil y Airtel 23 mil. En este periodo, M-Pesa realizó más de 616 millones de transacciones mientras que los servicios de Equitel Money 166 millones y Airtel 4 millones. Actualmente M-Pesa continúa dominando este mercado desde que inició en Kenia en el 2007. Similarmente, Safaricom sigue siendo el principal operador de telefonía móvil con un porcentaje del mercado del 63%, aunque ha ido a la baja desde el 2017 cuando tenía el 71% y cerca del 80% en el 2007. A pesar de los beneficios de M-Pesa y pensando sobretudo en la aplicación de modelos similares en otros territorios, un aspecto importante a considerar es como facilitar e incentivar la entrada de otros actores al mercado.

Estadística de los servicios de dinero móvil en Kenia

Servicio	Corresponsales	Usuarios activos	Transacciones
M-Pesa	168,620	25,570,165	616,876,047
Airtel Money	23,659	3,773,090	4,010,579
Equitel Money	-	2,075,676	166,388,296
T-Kash	24,744	114,807	207,214
Mobile Pay	6,908	93,263	361,233
Total	223,931	31,627,001	787,843,369

Fuente: Autoridad de Comunicaciones de Kenia, CA, Operator's Returns. Second Quarter Sector Statistics Report for Financial Year 2018/2019.



Gráfico de elaboración propia con datos de Autoridad de Comunicaciones de Kenia, (CA), Operator's Returns. Second Quarter Sector Statistics Report for Financial Year 2018/2019.

M-Pesa revolucionó el acceso a los servicios financieros y deja aprendizajes en el área de inclusión financiera. Es un caso que muestra a lo que se pueda lograr. Es un ejemplo de ideas, imaginación y creatividad. También de poder reinventar el uso de lo que ya existe, ver otras posibilidades y hacerlas realidad. Además, es una historia de cómo empujar la innovación en la provisión de servicios financieros incluso a aquellos en condición de mayor marginación y pobreza. No es un caso perfecto, es un recordatorio de la complejidad y los retos a enfrentar alrededor de las soluciones para el acceso a servicios financieros. Es una historia que, sobretudo, instiga la imaginación para pensar en el futuro de la inclusión financiera y como seguir trabajando a su favor.

Este artículo es parte de una de la serie de casos a documentar de inclusión financiera. Estos textos buscan contribuir al entendimiento de este campo, inspirar, dar a conocer mejores prácticas, éxitos, pero también desafíos y fracasos. Son un ejercicio que busca detonar la reflexión sobre soluciones que sirven para fortalecer el acceso a servicios financieros, así como las herramientas que son también catalizadores y motores de desarrollo. Al mismo tiempo, estos escritos tienen como misión recordar que la inclusión financiera es acerca de la gente, son historias de cambio, de personas, voces y rostros. Además, buscan mostrar que la inclusión financiera tiene distintas capas, aristas y matices. Está en la intersección y en sinergia de dimensiones financieras, económicas sociales, culturales y territoriales. Estas historias son una invitación a la reflexión colectiva, a imaginar el futuro de la inclusión financiera y a que todos, desde las distintas trincheras y en el mar de talentos allá afuera, sumen a esta.

REFERENCIAS

- Buku, M.W., & Meredith, M.W. (2013). Safaricom and M-Pesa in Kenya: Financial Inclusion and Financial Integrity, Washington Journal of Law. Technology & Arts Volume 8, Issue 3, 2013 [Liga](#)
- Chandy, L., Dervis, K. & Rucker, S. (2013). Brookings Blum Roundtable 2012 Report. Chapter 2. How replicable is M-Pesa. Brookings, Washington D.C. USA [Liga](#)
- CNN (2017). M-Pesa: Kenya's mobile money success story turns 10. February 24, 2017 Article written by Monks Kieron [Liga](#)
- CNN (2017). The man behind Kenya's top mobile provider. Marketplace Africa Video Entrevista Última vez visitado el 24/04/2019. [Liga](#)
- Communications Authority (CA, Kenia) (2019). Second Quarter Sector Statistics Report for Financial Year 2018/2019 [Liga](#)
- Hughes, N., & Lonie, S. (2007). M-PESA: Mobile Money for the "Unbanked" Turning Cellphones into 24-Hour Tellers in Kenya. Innovations: Technology, Governance, Globalization 2007 2:1-2, 63-81 [Liga](#)
- International Finance Corporation (IFC) (2010). M. Money Channel Distribution Case-Kenya- Safaricom M-Pesa [Liga](#)
- Jack, W., & Suri, T. (2011). Mobile money: The economics of M-pesa. Nber working papers, National Bureau of Economic Research, Inc. [Liga](#)
- Jack, W., & Suri, T. (2014). Risk sharing and transactions costs: Evidence from Kenya's mobile money revolution. American Economic Review, 104(1):183-223 [Liga](#)
- Joseph, M. (2017). M-Pesa: the story of how the world's leading mobile money service was created in Kenya. Vodafone, March 6 2017 [Liga](#)
- Makin, P. (2010). Regulatory Issues around Mobile Banking, In: ICTs for Development: Improving Policy Coherence, OECD Publishing, Paris [Liga](#)
- Mas, I., & Ng'weno, A. (2010). Mobile payments go viral. M-Pesa in Kenya. Bill and Belinda Gates Foundation [Liga](#)
- Mas, I., & Radcliffe, D. (2010). Mobile payments go viral: M-PESA in Kenya. Washington, DC: World Bank. [Liga](#)
- Suri, T., & Jack, W. (2016). The long-run poverty and gender impacts of mobile money. December 8, 2016. Science 354 (6317), 1288-1292 [Liga](#)
- Suri, T., & Jack, B. (2012). Reaching the Poor: Mobile Banking and Financial Inclusion. Slate, February 27, 2012 [Liga](#)
- Vodafone (2017). Vodafone marks 10 years of the world's leading money service, M-Pesa. February 21 2017 [Liga](#)



Artículo escrito por:

Isaac Pérez-Serrano
Marco Antonio Del Río Chivardi

Diseño y corrección de estilo por:

René Franco Fano
Ricardo Gómez Ortega
Carlos Alberto Godínez Haro
Tonatihu Estrada Sandoval