

Microcréditos en el móvil

ANDRÉS GARCÍA CONTRERAS ■ Especialista en pagos y comercio móviles

LA BANCARIZACIÓN efectiva en Venezuela no llega al cuarenta por ciento. Gran parte de los venezolanos, más allá de poseer una cuenta bancaria, no emplea el sistema financiero formal para apalancar su desarrollo personal o productivo. Sin embargo, existe un camino para introducir créditos en los sectores ajenos al sistema: crear ecosistemas de pagos móviles.

¿Por qué los estratos socioeconómicos pertenecientes a la «base de la pirámide» no son aún rentables para colocar productos financieros? En primer lugar, porque la banca presta dinero a quien demuestra capacidad de repago, no a quien más lo necesita. Los bancos manejan dinero ajeno y deben garantizar la devolución del capital más la debida rentabilidad de su tarea de intermediación. A esto debe sumarse el hecho de que, sin la tecnología ni las estrategias operativas adecuadas, vender y lograr el repago de los productos financieros de forma masiva se hace imposible, si los clientes potenciales no están bancarizados plenamente. En muchas partes del planeta se viene hablando de que una vía para solucionar ese dilema reside en el teléfono móvil. Y lo es.

Hablar de pagos móviles resulta atractivo dado que, por un lado, la penetración móvil en Venezuela coloca en los bolsillos de los usuarios un potencial punto de venta. Pero, por otro lado, la bancarización efectiva no supera el cuarenta por ciento (si usted usa el banco solo para retirar el dinero de su pensión o programa social está subbancarizado) y ello coloca cuesta arriba el modelo comercial para quienes no piensan fuera de la caja al delinear sus estrategias.

Todos los ejecutivos del área financiera quieren entrar en los pagos móviles, pero pocos conocen los «cómos» que corresponden a las realidades de sus entornos, de forma que la implantación sea viable y rentable. Esto sucede en Venezuela y en casi toda Latinoamérica. En Venezuela, por ejemplo, más del noventa por ciento de las transacciones se realiza en efectivo, por la escasez de otros medios de pagos en las comunidades populares (83 por ciento de los venezolanos se encuentran en los estratos D y E), y para que un banco capte

saldos transaccionales desde estos sectores (pasivos financieros) un medio de pago oportuno para que el cliente utilice su dinero resulta fundamental en la estrategia de cualquier institución financiera que apunte a la base de la pirámide.

Para crear una cartera de inversión enfocada en los barrios populares la banca tiene un solo camino: el cambio de paradigmas en términos operativos y de manejo del negocio. Más allá de que para algunos los microcréditos son macroproblemas, si se desea avanzar hacia un crecimiento en este mercado (83 por ciento de los venezolanos, un verdadero «océano azul»), la opción consiste en crear un ecosistema de pagos móviles que permita la colocación de microcréditos.

Los patrones de consumo como puntales

A pesar de los incentivos, tanto de mercado como públicos, que existen para que la banca avance hacia los microcréditos, ha sido cuesta arriba establecer esquemas financiero-operativos que puedan ser masificados y respondan a las necesidades reales de la base de la pirámide. Una solución es utilizar los patrones de consumo y ahorro de estas comunidades, para luego confeccionar productos financieros ajustados y oportunos (monto del microcrédito, tiempo, tasas, rubros, canales, etc.). Allí surge el dilema de qué va primero: los pocos clientes bancarizados D y E o quienes no están bancarizados. ¿Se debe ofrecer un ecosistema más conveniente para quienes ya tienen cuentas bancarias o construir un ecosistema que reduzca el sufrimiento para transar de quienes no acceden al sistema? El público al cual se dirigirá dependerá de cómo se dibuje la oportunidad de negocio.

Aprovechar esos patrones de consumo y ahorro requiere ofrecer un medio de pago que, mediante su plataforma, logre captar esa información, la agrupe y permita a los ejecutivos diseñar estrategias para confeccionar y mercadear productos financieros que cubran necesidades de consumo inmediatas y simples. Sin ello, todo será jugar al burócrata soviético: «Yo decido qué necesita la gente y ofreceré capital para esto y aquello, nada más».

Paradigmas más frecuentes entre los ejecutivos de los bancos y realidades

Paradigmas	Realidades
«Tenemos los clientes y los comercios afiliados; pongámoslos a pagar desde el teléfono»	No importa que tengas los comercios afiliados, tus clientes ya bancarizados tendrán poco interés en mudarse de su preciado plástico a una billetera móvil
«Mira Estados Unidos: con Google Wallet la cosa es meter la tarjeta de crédito en una aplicación y olvidarnos del plástico»	Son ecosistemas que están teniendo problemas de adopción, porque no ofrecen suficiente valor para lograr la migración. Debe cambiarse el parque de terminales (POS)
«Los no bancarizados no son rentables y, además, transarían poco. No compensan la inversión»	Son muy rentables y en los barrios se encuentran los mejores «buenapagas»: basan sus relaciones en la confianza intragrupo, no perderán la oportunidad de crecer y repagarán el microcrédito. Transan muchísimo, pero fuera del sistema formal. Para verificarlo solo hay que conocer cómo funcionan los «sanes» y los «bolsos»
«Si compramos una plataforma que nos permita crear billeteras electrónicas resolvemos lo más difícil, lo demás sale solo»	Lo duro es conseguir un modelo de adopción adecuado. Si compras una turbina de avión no quiere decir que tienes una aerolínea
«Visa y MasterCard son los que saben, ¿quién más?»	En pagos móviles, los mejores esquemas no han surgido de MasterCard o Visa, sino de pequeñas firmas con ideas disruptivas

Los requisitos: no todo es culpa de la banca

Existe una contradicción aterradora en el país. Por un lado se impulsa la bancarización desde las instituciones públicas (política loable e inteligente), pero por el otro se exige a los bancos que, para abrir una cuenta de ahorros, soliciten cuanto papel exista. Esto se debe a normas para combatir el lavado de dinero y la financiación del terrorismo, pero los

Existe un camino para introducir créditos en los sectores ajenos al sistema: crear ecosistemas de pagos móviles

pobres no entienden de esto, terminan lejos del banco y, por lo tanto, se refuerza el círculo vicioso de la pobreza. Pregunte a cualquier joven de 21 años y estrato D si tiene tarjeta de crédito. Lo más seguro es que ni cuenta bancaria tenga. El plomero o el albañil no aceptan transferencias bancarias, no por ser resabiados sino porque no tienen cuentas. Si la legislación continúa avanzando en esta dirección un día van a solicitar una prueba de ADN y coordenadas de la residencia, para verificar en Google Earth, lo cual decretará la definitiva exclusión de los más pobres del sistema financiero formal.


Una cosa lleva a la otra

Estos dos aspectos son importantísimos para, por un lado, dejar a un lado la tradicional visión de la banca de creer saber qué necesitan sus clientes sin conocerles de verdad y, por el otro, para que los legisladores logren alinearse con las necesidades sociales

de acceso al financiamiento y creen un esquema que permita a los pobres hacerse de instrumentos bancarios sin tanto papeleo.

En México existe una legislación que resuelve esto, pues permite acceder a billeteras electrónicas (habilitación del móvil como medio para almacenar valor/dinero) para micropagos, sin necesidad de ir a un banco a realizar el papeleo. La oportunidad para esto reside en el teléfono móvil, como instrumento para utilizar plataformas de micropagos que permitan a sus usuarios disponer de un medio para transar en sus comunidades. Con ello se generan registros de sus operaciones e ingreso reales que, a su vez, ofrecerán una guía para ir empujando una cartera de microcréditos vía móvil.

Una cosa lleva a la otra. Primero, la legislación flexibiliza el acceso a mecanismos de pagos parabancarios, el banco obtiene registros de consumo y los estudia para luego, mediante alianzas comerciales, impulsar productos financieros ajustados a cada individuo, que para acceder a ellos sí debe ir al banco y completar el proceso de papeleo.

La oportunidad de llevar el capital a las masas se encuentra en los bolsillos de cada cliente potencial, en su teléfono móvil. Para eso es imprescindible que se destrabe el acceso mediante políticas públicas que promuevan la creación de un ecosistema de pagos móviles en el cual participen bancos, empresas no financieras y comunidades. Se deben configurar estrategias comerciales disruptivas en las cuales los bancos no deben tener el monopolio, y avanzar sobre alianzas entre distintos actores proveedores de soluciones tecnológicas y comerciales que hagan posible poner en el mercado el acceso al microcrédito vía móvil. 

Convierte tu idea de negocio
en una realidad
en tan sólo 8 semanas

Haz tu Plan de Negocios, ¡a distancia!

- ✔ Desde la comodidad de tu casa u oficina, en el horario de tu preferencia
- ✔ Con el respaldo y apoyo de nuestra gran red de aliados
- ✔ Con la asesoría personalizada de un mentor certificado por el IESA

