



# DINERO ELECTRONICO

**CASO PERU**



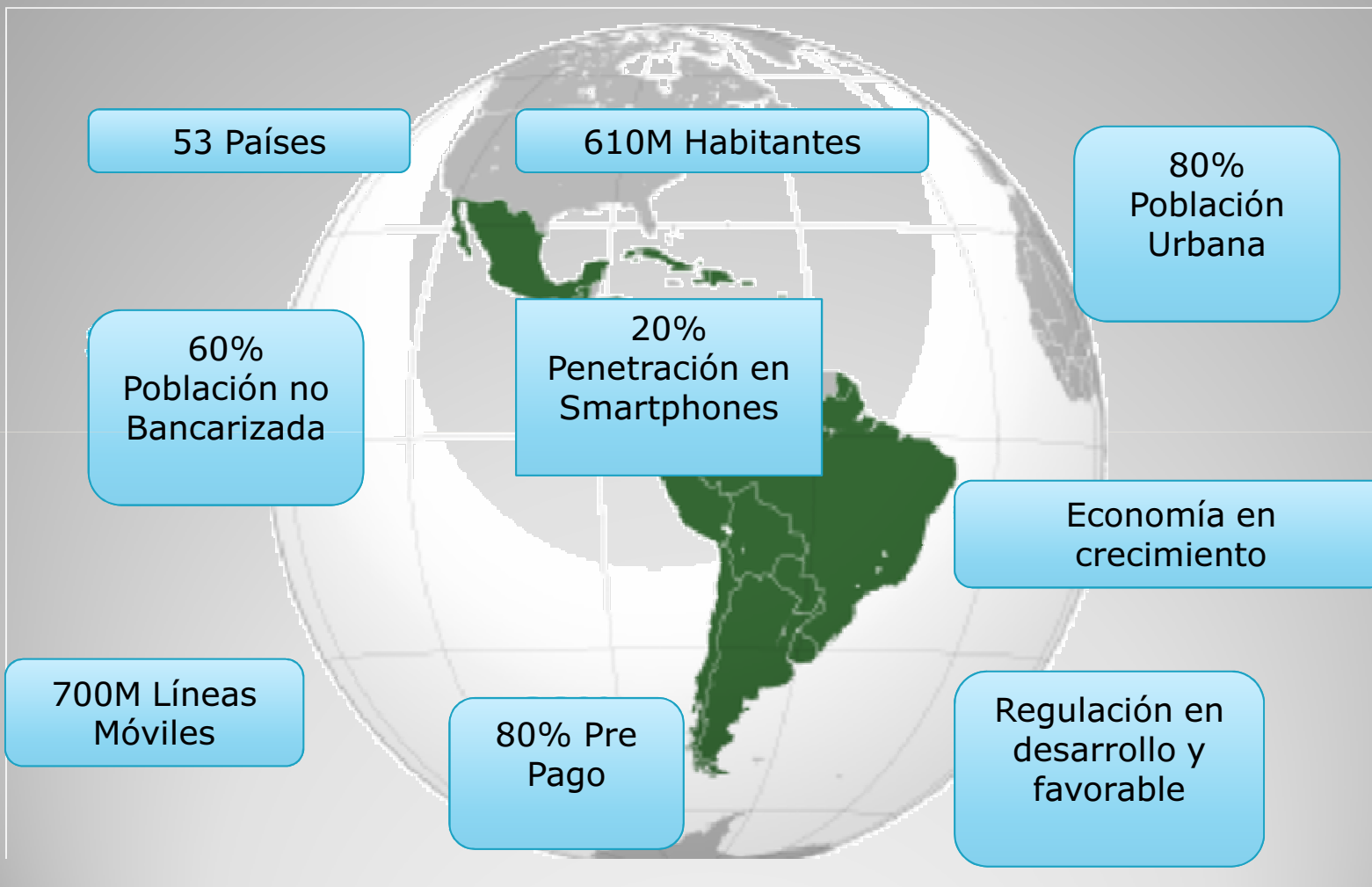
**SEPTIEMBRE 2013**

## Nuevos Competidores Bancarios...



...desarrollando Plataformas de Dinero Electrónico

## Números de Latam



## Remesas en Latam

- Internacionales:
  - US\$ 70 Billones
  - Dos Corredores Principales
    - ✓ 45% de EEUU
    - ✓ 32% de España
- Nacionales:
  - US\$ 60 Billones



Al 2011

# Dinero Electrónico en Latam

## Implementaciones al 2013



# Perú

**Población:** 30 millones

**PBI:** Crec. Anual 6.3%

**Bancarización:** 29%

**Penetración celular:** 100%

**ARPU:** US\$ 8.71

✓Telefónica : US\$ 8.01

✓América Móvil: US\$ 8.56

✓Nextel: US\$ 17.00

**Área:** 1.30 millones kms

**Lenguaje:** Español, Quechua,  
Aymara



# Evolución canales de atención

## Agentes Bancarios

■ Agentes Corresponsales   ■ ATM'S   ■ Agencias Bancarias

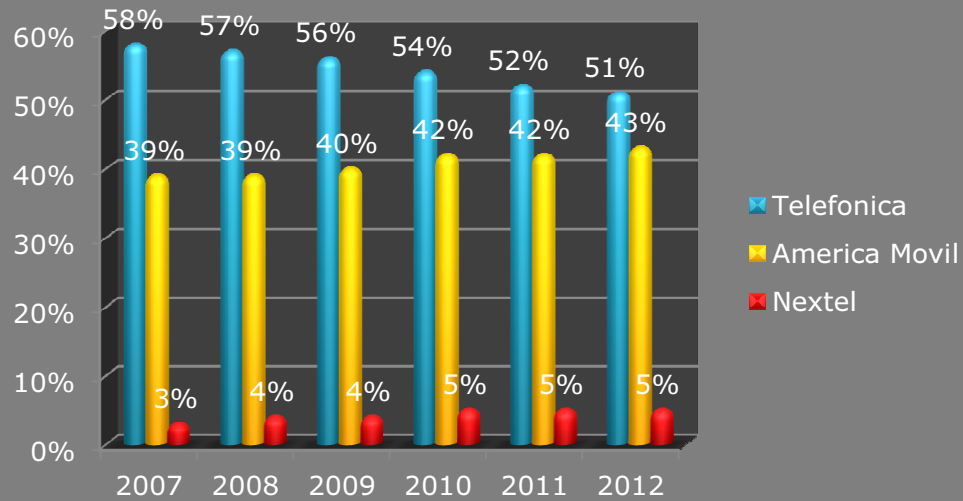


	2008	2009	2010	2011	2012
Agencias Bancarias	16%	14%	11%	9%	8%
ATM'S	36%	34%	29%	29%	28%
Agentes Corresponsales	48%	53%	60%	62%	64%

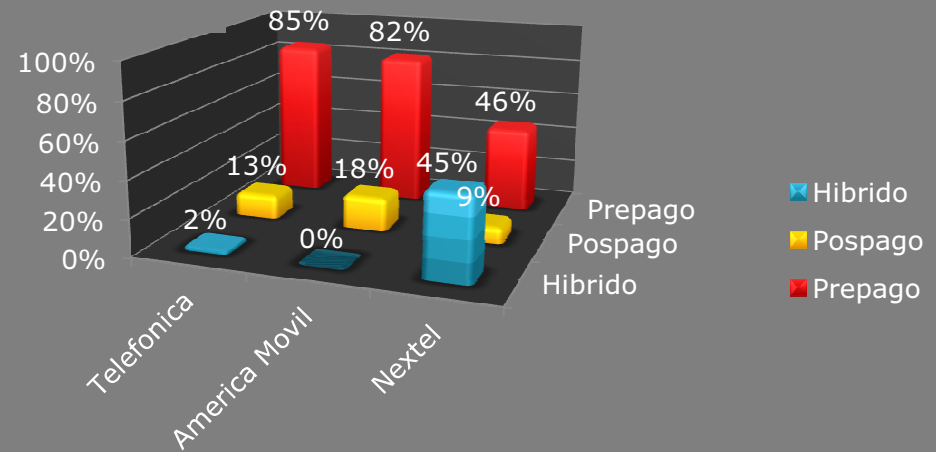
**Agentes 16,000**  
**ATM's 7,000**  
**Agencias 12,000**

# Aprovechar la penetración móvil para el uso del dinero electrónico...

## Telcos



## Lineas Moviles





## **Oportunidades de “El Dinero Electrónico”**

- **Acceso a nuevos mercados**
- **Bajo costo de operación brinda capacidad de expansión en el mercado**
- **Promover la inclusión financiera**
- **Migración a nuevo canal electrónico**
- **Involucrar a nuevos participantes en el ecosistema como las empresas y el gobierno**
- **Promover la interoperabilidad para lograr una integración del mercado, con una mayor eficiencia y mejor servicio**

# Los avances regulatorios para un entorno móvil exitoso



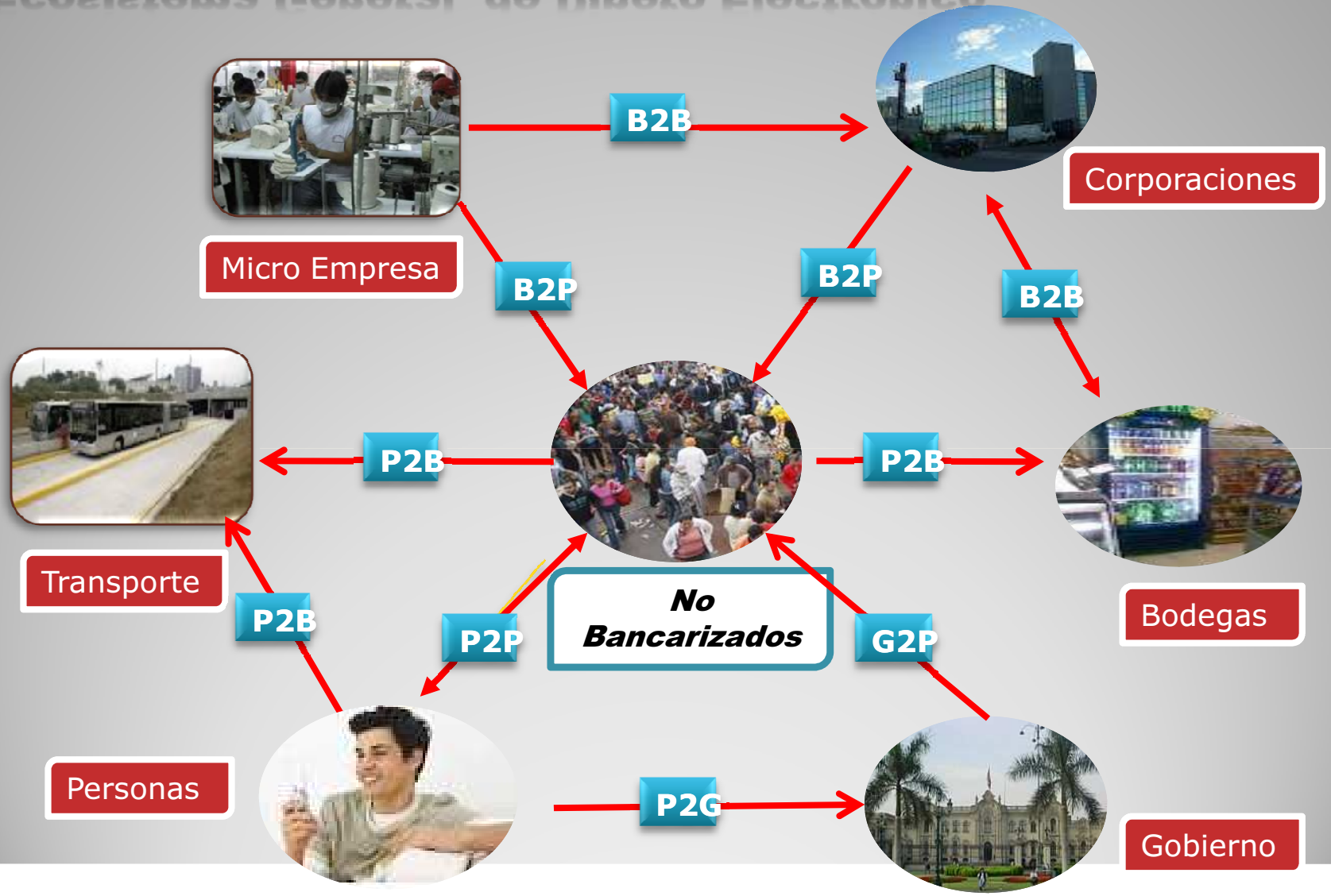
## **Características del dinero electrónico según Ley N° 29985**

El Dinero electrónico es un valor monetario representado por un crédito exigible a su emisor, el cual tiene las siguientes características:

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



# Ecosistema General de Dinero Electrónico



# B2B

BSB



*Bodegas*



*Corresponsal  
es Bancarios*



*Distribuidores*



*Productores*



# B2P

Cuenta Básica



Usuaría de Dinero Electrónico

No Bancarizado

Recarga Cuenta  
Dinero Electrónico



Compra  
Productos



# G2P



**Gobierno  
Planes  
de  
Subsidio**



**Dispersión  
de Fondos**



**Zona  
Atendida**



**Plataforma  
Dinero  
Electrónico**



**Red  
Celular**



**Cajero  
corresponsal**

**Bienes y  
Servicios  
afiliados**



**Familias  
Subsidiadas**



**Efectivo  
controlado**

**Controla requisitos  
previos**



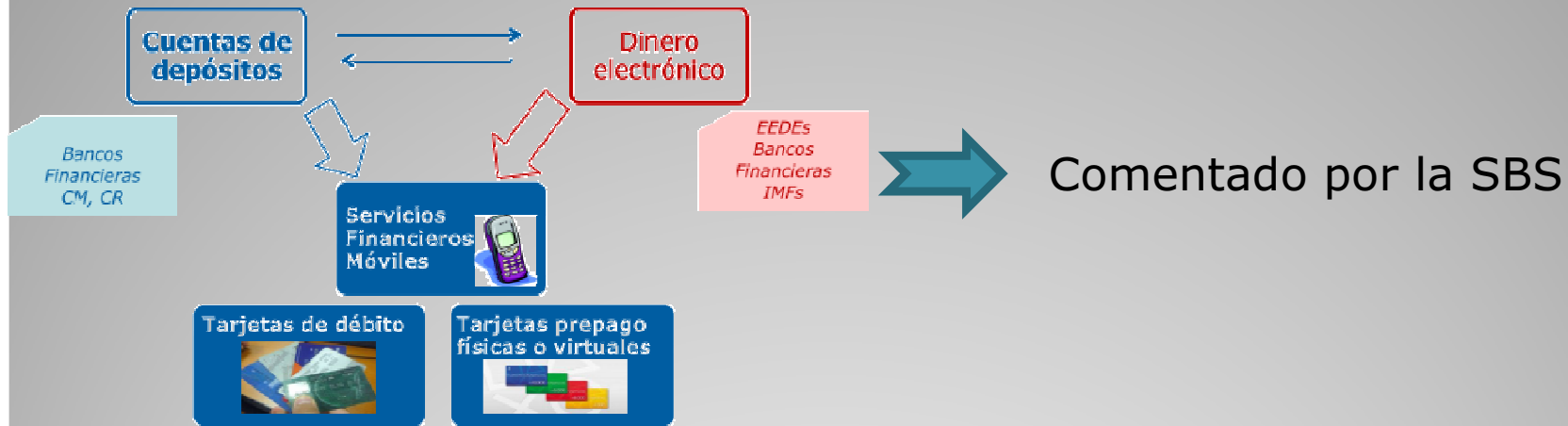
**Cajero  
corresponsal**

# P2P

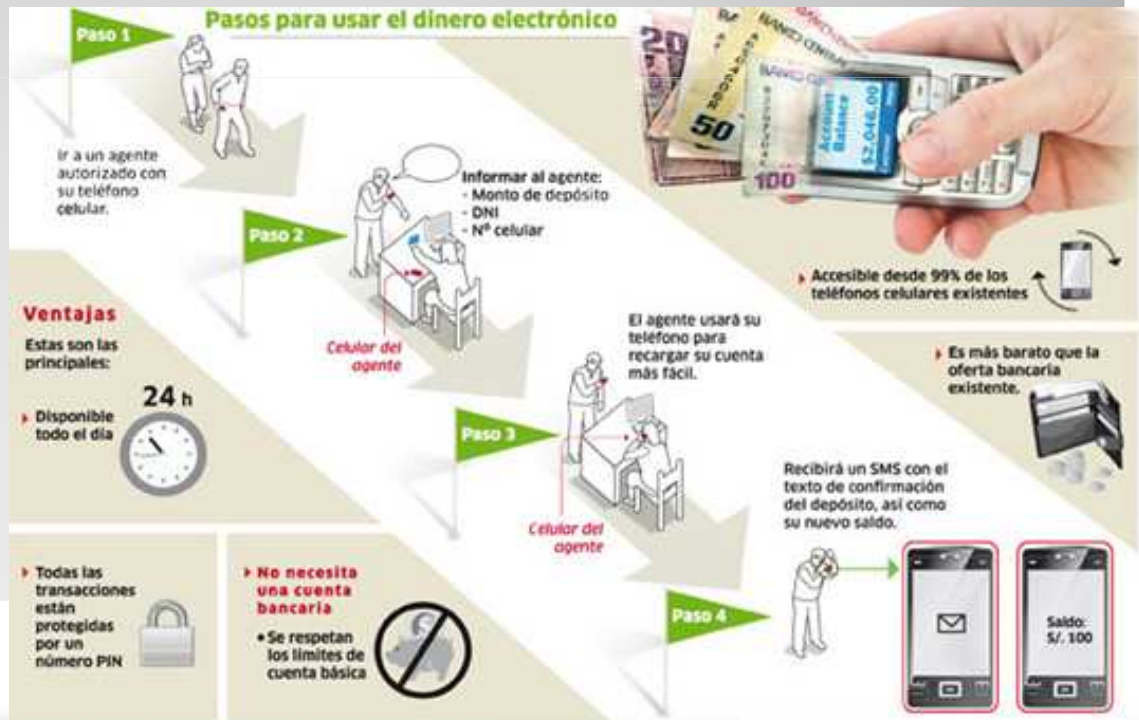




# Gran interés en el mercado...



Comentado en los medios



# Implementaciones a la fecha en Peru...

## Billeteras

## Entidades



Lanza su “Billetera Móvil” en el 2012, dirigido para Empresas de Distribución B2B ofreciendo un canal adicional y seguro para sus transacciones.



Billetera Móvil plataforma USSD, opera para remesas nacionales



Alianza entre Máster Card , Telefónica



Tarjeta Prepago , permite compra en establecimientos, retiros de efectivo y transferencia entre usuarios



Billetera móvil, soportada bajo el sistema operativo java para transferencias entre usuarios



# Enfoque estratégico para ASBANC: Objetivo Bancarización



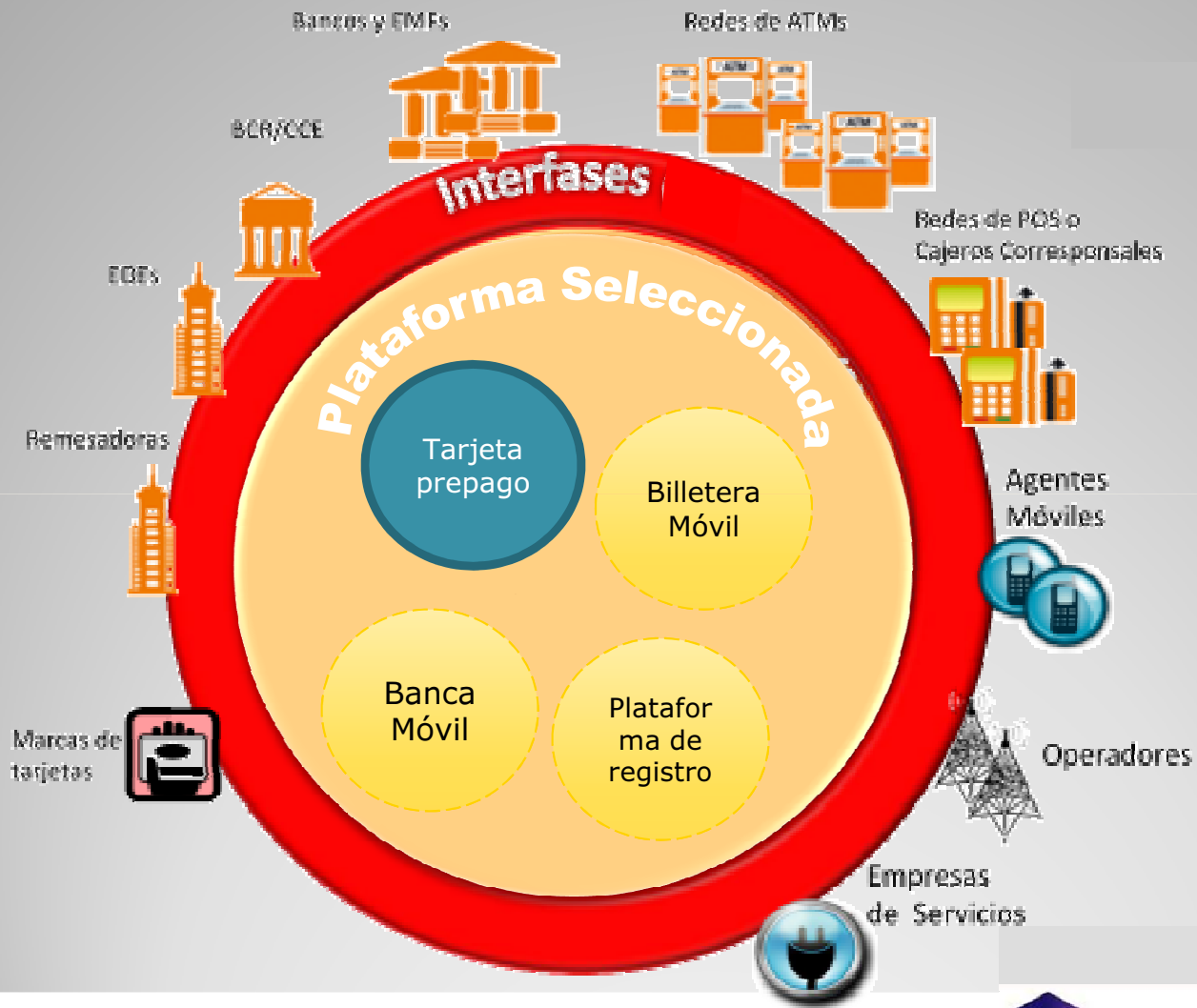
- Interoperabilidad
- Online



- Agnóstica



# Enfoque estratégico para ASBANC



## **Iniciativa de la Plataforma Unica**

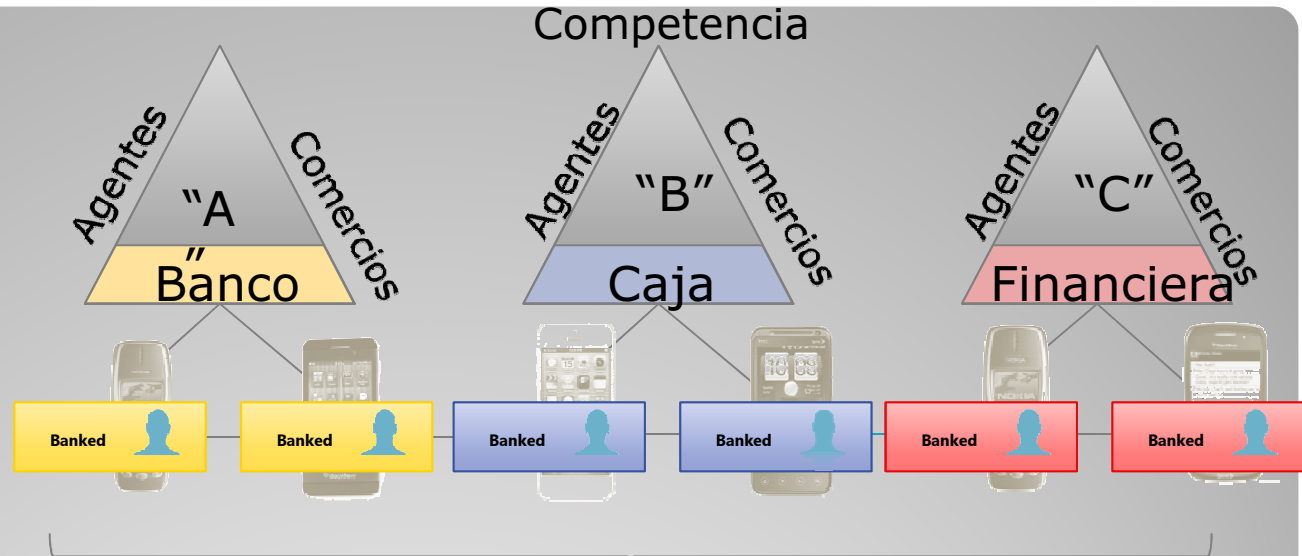
1. Modelo Abierto
2. Interoperabilidad
3. Efecto de red ampliada - Economías de escala
4. Servicio "sin papeles"
5. Dinero cautivo
6. Flexibilidad
7. Reducir inversiones y costos a los emisores
8. Simple acceso a nuevos servicios
9. Cooperación y alianzas
10. Inclusión Financiera



# “Coopetition”

Propuesta Bancarizados

Oferta de valor diferenciada



Propuesta No Bancarizados

Oferta de valor mínima estandarizada

Marca Única



Cooperacion

## Proceso de Selección de Plataformas

22 Plataformas Presentadas

Requisitos Exigidos

6 Plataformas Pre seleccionadas

Transacciones soportadas

Gestión de cuentas de consumidores y comercios

Gestión de agentes corresponsales

Gestión de productos

Cumplimiento regulatorio

Seguridad y reportes

Operaciones administrativas

Liquidación y conciliación financiera

Emisión de tarjetas

Soporte de programas de fidelidad

Visión

**... Para la adopción se requerirá mucha difusión,  
educación, promoción, capacitación...**



**...Gracias**