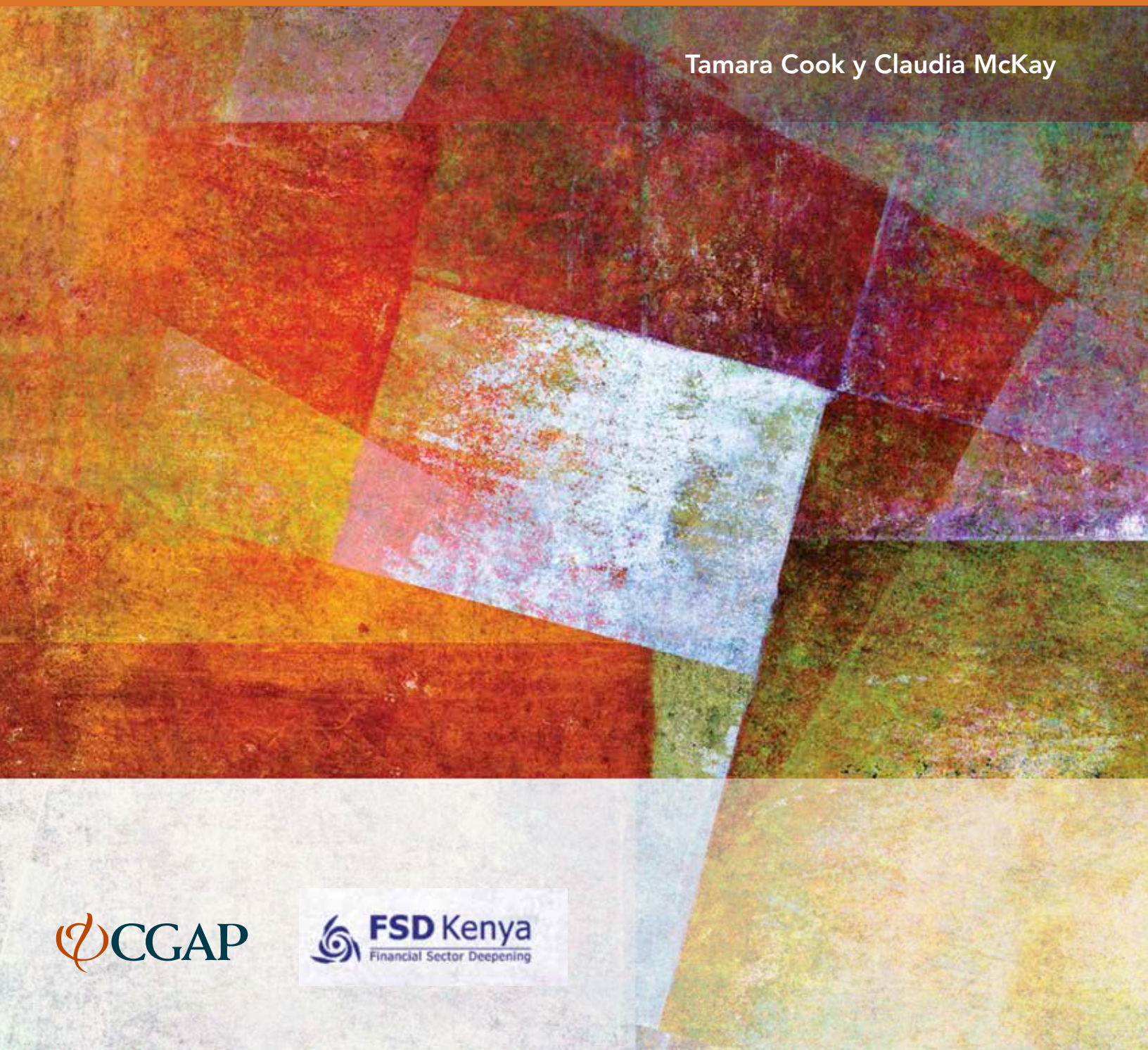
FORO
de Acceso al Financiamiento
Informes del CGAP y sus asociados
N.º 10, abril de 2015

Cómo funciona M-Shwari: La experiencia hasta el presente

Tamara Cook y Claudia McKay



CGAP
FSD Kenya
Financial Sector Deepening

Las autoras de este documento son Tamara Cook, jefa de Innovaciones Digitales de FSD Kenya, y Claudia McKay, especialista superior en sector financiero del CGAP.

Agradecimientos

Este informe fue elaborado conjuntamente por el CGAP y FSD Kenya. Las autoras desean expresar su agradecimiento a Anastasia Mirzoyants, de InterMedia, y a Julie Zollmann, de Bankable Frontier Associates, cuyas investigaciones y acertados comentarios contribuyeron crucialmente al análisis contenido en este informe. Eric Muruiki y su equipo del Commercial Bank of Africa (CBA) proporcionaron datos y aclaraciones importantes. Rafe Mazer, del CGAP, aportó investigaciones y contribuciones originales de gran utilidad durante la elaboración de este informe, y David Ferrand y Victor Malu, de FSD Kenya, proporcionaron información útil durante todo el proceso. Por último, agradecen a Greg Chen, Amrik Heyer, Kate McKee, Michael Tarazi y Edoardo Totolo por sus revisiones y acertados comentarios.

© 2015
Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP)
y Financial Sector Deepening (FSD) Kenya
1818 H Street NW, MSN P3-300
Washington DC 20433

Internet: www.cgap.org
Correo electrónico: cgap@worldbank.org
Teléfono: +1 202 473 9594

Derechos y autorizaciones

Esta publicación está disponible a través de la licencia Creative Commons de Reconocimiento 3.0 Genérica (CC BY 3.0): http://creativecommons.org/licenses/by/3.0. En virtud de esta licencia, queda permitido copiar, distribuir, transmitir y adaptar esta obra, incluso con fines comerciales, en las siguientes condiciones:

Cita de la fuente: La obra debe citarse de la siguiente manera: Cook, Tamara y Claudia McKay (2015), "Cómo funciona M-Shwari: La experiencia hasta el presente", Foro 10, Washington, DC: CGAP y FSD Kenya. Licencia: Creative Commons de Reconocimiento CC BY 3.0.

Traducciones: Toda traducción de esta publicación debe contener, además de la cita de la fuente, la siguiente leyenda: Esta traducción no es obra del CGAP ni de FSD Kenya y no debe considerarse una traducción oficial. El CGAP y FSD Kenya no asumen responsabilidad alguna por el contenido o cualquier error de esta traducción.

Cualquier consulta sobre derechos y licencias deberá enviarse a la siguiente dirección: CGAP Publications, The World Bank Group, 1818 H Street NW, MSN P3-300, Washington, DC 20433, EE. UU.; correo electrónico: cgap@worldbank.org.

Índice

SECCIÓN 1. Introducción 1

SECCIÓN 2. ¿Qué es M-Shwari y cómo funciona? 3

SECCIÓN 3. ¿Quiénes son clientes de M-Shwari y cómo usan el producto? 7

SECCIÓN 4. ¿Por qué los clientes usan (o no usan) M-Shwari? 13

SECCIÓN 5. Conclusión 17

BIBLIOGRAFÍA 18

SECCIÓN 1

Introducción

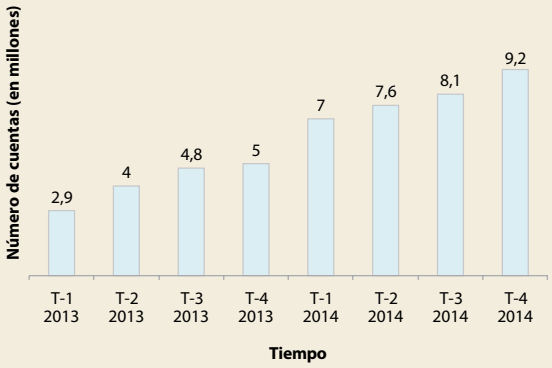
Aunque el término "shwari" significa "calma" en swahili, el producto M-Shwari, una cuenta bancaria que ofrece una combinación de ahorro y crédito, ha revolucionado el mercado de Kenya. M-Shwari, que se ofrece en un marco de colaboración entre el Commercial Bank of Africa (CBA) y el operador de red móvil (ORM) Safaricom a través de su difundido servicio de dinero móvil M-PESA, ha concitado la atención de las personas que están atentas a la aparición de innovaciones en materia de dinero móvil para impulsar la inclusión financiera en el ámbito mundial.

M-PESA se considera con justicia un éxito mundial: lo utilizan dos tercios de los kenianos adultos, tiene más de 80 000 agentes y, cada día, procesa transacciones de pago por valor de casi US$20 millones. Sin embargo, M-Shwari representa la próxima frontera en materia de servicios financieros digitales pues demuestra que es posible aprovechar la infraestructura de dinero móvil para ofrecer productos financieros de mayor valor en gran escala. Ya ha puesto a disposición de millones de kenianos pobres, que previamente no estaban bancarizados, todos los beneficios de un producto bancario (que incluye intereses, seguro de depósito y acceso al crédito) utilizando la incomparable infraestructura de dinero móvil de M-PESA. Es, además, el primer producto en gran escala que utiliza información digital (en este caso, datos de telecomunicaciones) de clientes pobres y no bancarizados en un mercado emergente para adoptar decisiones en materia de clasificación crediticia. En el gráfico 1 y el cuadro 1 se muestra el enorme crecimiento de M-Shwari desde su lanzamiento en noviembre de 2012.

Este producto tiene éxito, fundamentalmente, porque emula la manera en que los kenianos de ingreso bajo administran su dinero: tratan constantemente de lograr un equilibrio entre la necesidad de liquidez en el corto plazo y la obtención de una renta para el futuro. El producto M-Shwari brinda a los clientes la posibilidad de ahorrar para el corto plazo y al mismo tiempo incrementar su acceso a opciones de crédito en el futuro; por lo tanto, consideran que sus fondos están "trabajando" para ellos. Asimismo, el producto se entiende fácilmente y es muy atractivo porque recompensa a los clientes rápidamente por su "buena" conducta. La naturaleza virtual veloz del producto acrecienta los desafíos habituales relacionados con la educación del cliente y la divulgación de información, pero constituye un canal nuevo y sin precedentes para obtener acceso a créditos a corto plazo y encauzar los ahorros de manera segura para una franja de la población que previamente no tenía acceso a servicios financieros formales.

GRÁFICO 1

Crecimiento de las cuentas de ahorro de M-Shwari (en millones)



Fuente: CBA (2014)

CUADRO 1 Principales estadísticas de M-Shwari

Número total de cuentas de ahorros	9,2 millones de cuentas abiertas 7,2 millones de clientes únicos 4,7 millones cuentas activas durante 90 días
Número total de créditos	20,6 millones de créditos acumulados desde el lanzamiento 2,8 millones de prestatarios únicos desde el lanzamiento 1,8 millones de créditos activos a diciembre de 2014
Montos depositados	US$1500 millones depositados desde el lanzamiento US$45,3 millones de saldo de depósitos a diciembre de 2014
Montos de los créditos	US$277,2 millones desembolsados desde el lanzamiento US$17,7 millones pendientes a diciembre de 2014
Saldo promedio en cuenta de ahorros	KES 504 (US$5,56): todas las cuentas KES 911 (US$10,06): cuentas activas durante 90 días KES 1971 (US$21,76): cuentas activas durante 30 días
Créditos improductivos	2,2 % durante más de 90 días

SECCIÓN 2

¿Qué es M-Shwari y cómo funciona?

M-Shwari es un instrumento que combina ahorro y crédito lanzado a través de una asociación estratégica entre el CBA y Safaricom. Las características básicas del producto se resumen en el cuadro 2. El CBA emite la cuenta M-Shwari pero esta debe estar vinculada a una cuenta de dinero móvil M-PESA proporcionada por Safaricom. La única manera de depositar o extraer dinero de M-Shwari es a través de la billetera M-PESA.

Aunque no se han dado a conocer los detalles exactos de la asociación, tanto Safaricom como el CBA aportan ventajas comparativas al producto y ambos participan en los ingresos que este genera. Safaricom aporta su amplia llegada al 68 % de la población que utiliza M-PESA, proporciona acceso a sus datos relativos al principio del conocimiento del cliente (KYC) y los antecedentes del cliente en materia de uso de tiempo de antena/M-PESA para habilitar la apertura de la cuenta en el CBA y la clasificación crediticia, comercializa el producto a través de avisos publicitarios y promociones de gran envergadura y ha incorporado el menú de M-Shwari en las herramientas de la tarjeta del módulo de identidad del abonado (SIM) de M-PESA. El CBA emite las cuentas de ahorro y los créditos y gestiona sus activos bancarios: un sistema de información para la administración destinado exclusivamente al producto, cumplimiento de las reglamentaciones, análisis de datos, presentación de informes a la central de riesgos y capital para financiar la cartera de créditos. Fundamentalmente, el CBA asume el riesgo y absorbe las pérdidas por concepto de créditos improductivos. La marca M-Shwari es un producto registrado del CBA para clientes de M-PESA de Safaricom.

CUADRO 2 Descripción de M-Shwari

Saldo mínimo en cuenta de ahorro	KES 1
Saldo máximo en cuenta de ahorro	KES 100 000 (solo con los datos de KYC de M-PESA) KES 250 000 (con verificación del documento de identidad nacional) KES 500 000 (con presentación física del documento de identidad) Ilimitado (con presentación de la clave de identificación tributaria)
Tasa de interés sobre cuentas de ahorro	2 %: KES 1-10 000 3 %: KES 10 001-20 000 4 %: KES 20 001-50 0000 5 %: Más de KES 50 000
Tasa de interés sobre cuentas de ahorro fijo de M-Shwari	Devengan un 1 % adicional sobre las tasas antes mencionadas
Monto mínimo de crédito	KES 100
Monto máximo de crédito	KES 100 000
Precio del crédito	7,5 % en concepto de cargo por tramitación del crédito (ningún otro interés o cargo)
Plazo del crédito	30 días (renovable una vez, se aplica nuevamente un cargo por tramitación del crédito del 7,5 % sobre el saldo pendiente de pago)
Costo de transferir dinero entre M-PESA y M-Shwari	Ninguno
Costo de depositar y extraer efectivo de M-PESA	Depósitos sin cargo; se aplican las comisiones estándares para extraer efectivo

Fuente: CBA (2014).

Características del ahorro en M-Shwari

La cuenta M-Shwari es una cuenta bancaria sujeta a todas las reglamentaciones bancarias y a la Corporación de Seguros de Depósitos de Kenya (KDIC)[1]. Las cuentas M-Shwari se registran en los estados financieros del CBA y se supervisan a través de un sistema bancario exclusivo vinculado a los datos de Safaricom y al sistema bancario básico del CBA. Todos los depósitos y extracciones de las cuentas M-Shwari son gratuitos para los clientes. Sin embargo, las transacciones en la cuenta de dinero móvil M-PESA de los clientes, incluidas las transferencias de persona a persona, las transferencias a otros bancos y las extracciones de dinero, están sujetas a las comisiones estándares de M-PESA[2]. Aunque se trata de una cuenta bancaria, en el acuerdo con Safaricom se limitan las transferencias entre cuentas M-Shwari o con otras cuentas bancarias de manera que todos los fondos entren y salgan de las cuentas a través de M-PESA.

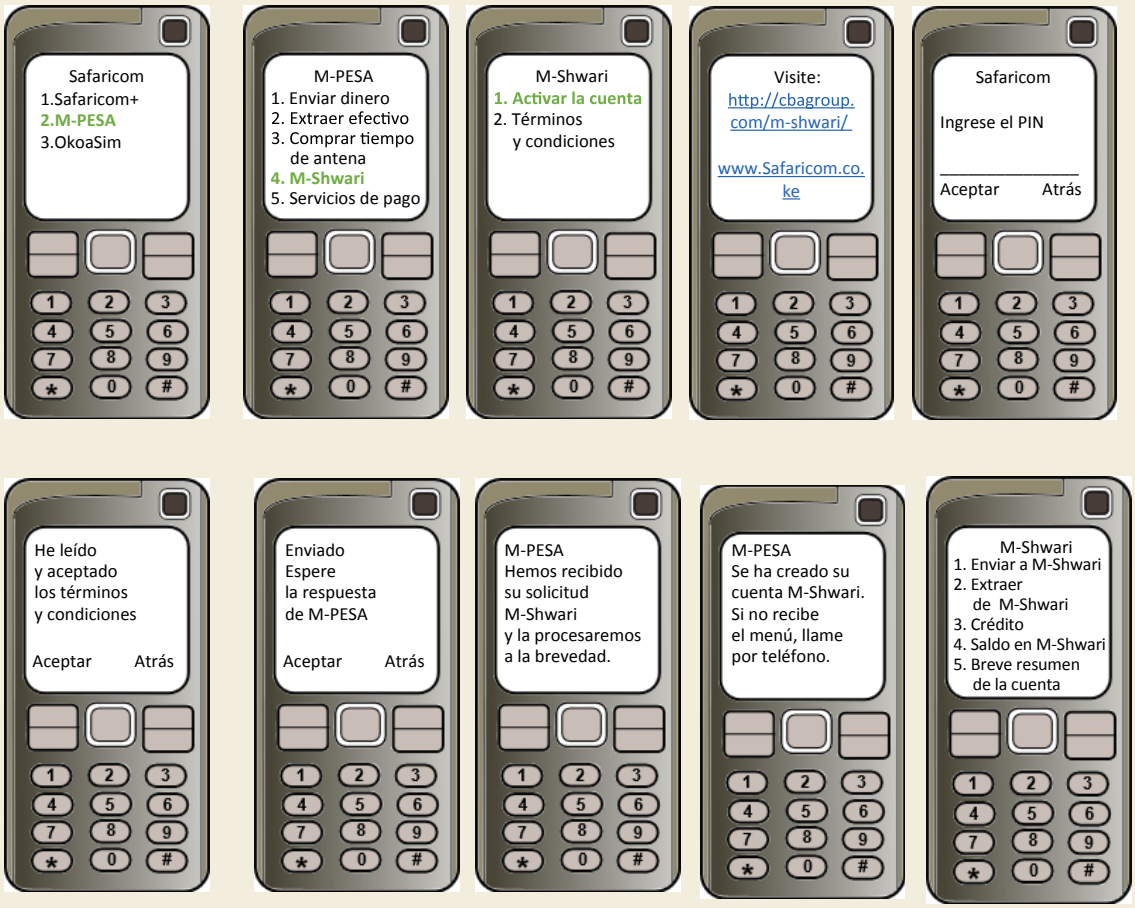
De igual modo que todas las cuentas bancarias en Kenya, las cuentas M-Shwari están sujetas a reglamentaciones que exigen a los bancos verificar la identidad de los clientes de conformidad con el principio de KYC. En el caso de M-Shwari, sin embargo, el CBA realiza esta labor en forma digital usando la información detallada de KYC existente en el módulo de identidad del abonado (SIM) y la cuenta M-PESA de cada cliente, para lo cual se requiere la presentación física de un documento de identidad. Por lo tanto, para la mayoría de los clientes, la apertura de esta cuenta bancaria (en muchos casos, por primera vez en su vida) demora menos de un minuto. El proceso exacto se muestra en el gráfico 2. El CBA considera que el uso por M-Shwari del procedimiento existente para verificar la identificación cumple los requisitos establecidos para las cuentas de pequeño valor (nivel 0) y habilita a los clientes a mantener hasta KES 100 000 en su respectiva cuenta M-Shwari. Si los datos de identificación del cliente se pueden confirmar mediante referencia cruzada con el Sistema Integrado de Registro de Población gestionado por el Gobierno (todos los documentos nacionales de identificación se registran en este sistema que abarca a la mayoría de la población, y el 96 % de las cuentas M-Shwari se ha identificado a través de este sistema), la verificación tiene una mayor solidez y permite incrementar los límites del ahorro en la cuenta a KES 250 000.

Este nivel más alto también habilita al cliente a tomar un crédito del CBA. Si los clientes presentan una copia de su documento

1. KDIC les cobra a los bancos el 0,15 % del saldo promedio en el curso de un año y su seguro cubre como máximo KES 100 000 en caso de quiebra del banco.
2. Las tarifas más recientes de M-PESA se pueden consultar en: http://www.safaricom.co.ke/personal/m-pesa/tariffs.

GRÁFICO 2

Imágenes de pantallas: Proceso de apertura de una cuenta M-Shwari



Fuente: http://cbagroup.com/m-shwari/

de identidad en el centro de atención al cliente de Safaricom, el límite de ahorro aumenta a KES 500 000, y si presentan una copia de su clave de identificación tributaria, la cuenta no tiene límite. Los límites más elevados son útiles para algunos usuarios, como los empresarios que reciben o efectúan pagos a terceros a través de M-PESA, que superan con frecuencia el límite de KES 100 000 permitido por M-PESA.

Para abrir una cuenta M-Shwari, los clientes deben aceptar un conjunto de términos y condiciones que tiene una extensión de nueve páginas y solo se publica en un sitio web[3]. Dado que la mayoría de las personas no tiene acceso a Internet a través de su teléfono (ni de otro modo), la mayoría de los clientes acepta las condiciones sin ingresar al enlace, y aquellos que tienen acceso a Internet rara vez leen el texto completo. La mayoría de los términos y condiciones son cláusulas legales estándares similares a las de muchos documentos bancarios. No obstante, los términos y condiciones también incluyen información importante respecto de la manera en que Safaricom compartirá los datos del teléfono móvil del cliente con el CBA, y autorizan al CBA a proporcionar la información crediticia del cliente a las entidades de referencia crediticia (como deben hacerlo todos los bancos).

La cuenta M-Shwari devenga y paga intereses del 2 % al 5 % en forma trimestral, sobre el saldo diario promedio en la cuenta. Estas tasas superan ampliamente el promedio ponderado, 1,5 %, que según el Banco Central se paga en el sector bancario de Kenya, y son inusuales debido a que no se requiere un saldo mínimo para que la cuenta devengue intereses.

Además de la cuenta de ahorro estándar, en junio de 2014 M-Shwari introdujo una segunda cuenta de ahorro denominada cuenta de ahorro fijo. Esta cuenta a plazo fijo permite a los clientes ahorrar un monto mínimo de KES 500 a una tasa de interés más alta (1 % más que las tasas de M-Shwari para montos iguales o superiores a KES 1000) por plazos opcionales de uno a seis meses. Aunque no está incorporada en el menú de M-Shwari, los clientes pueden marcar un código de servicios suplementarios no estructurados (USSD) para especificar su meta y transferir

3. Los términos y condiciones se pueden consultar en: http://cbagroup.com/downloads/Mshwari_Terms_Conditions.pdf.

fondos de su cuenta M-Shwari regular a su cuenta de ahorro fijo M-Shwari vinculada a ella, hasta que alcancen o superen su meta. No se cobran cargos por las transferencias de dinero hacia y desde la cuenta de ahorro fijo pero si el cliente desea realizar una extracción anticipada, debe esperar dos días y solo recibirá la tasa de interés regular de M-Shwari. En la fecha de vencimiento, los fondos se transfieren automáticamente de la cuenta de ahorro fijo del cliente a su cuenta de ahorro M-Shwari regular. Hasta diciembre de 2014, se habían abierto 103 000 cuentas de ahorro fijo, más de la mitad estaban activas y tenían un saldo promedio de KES 5984 y una meta promedio de KES 7656, y el plazo fijado como meta era de 4,5 meses.

Características crediticias de M-Shwari

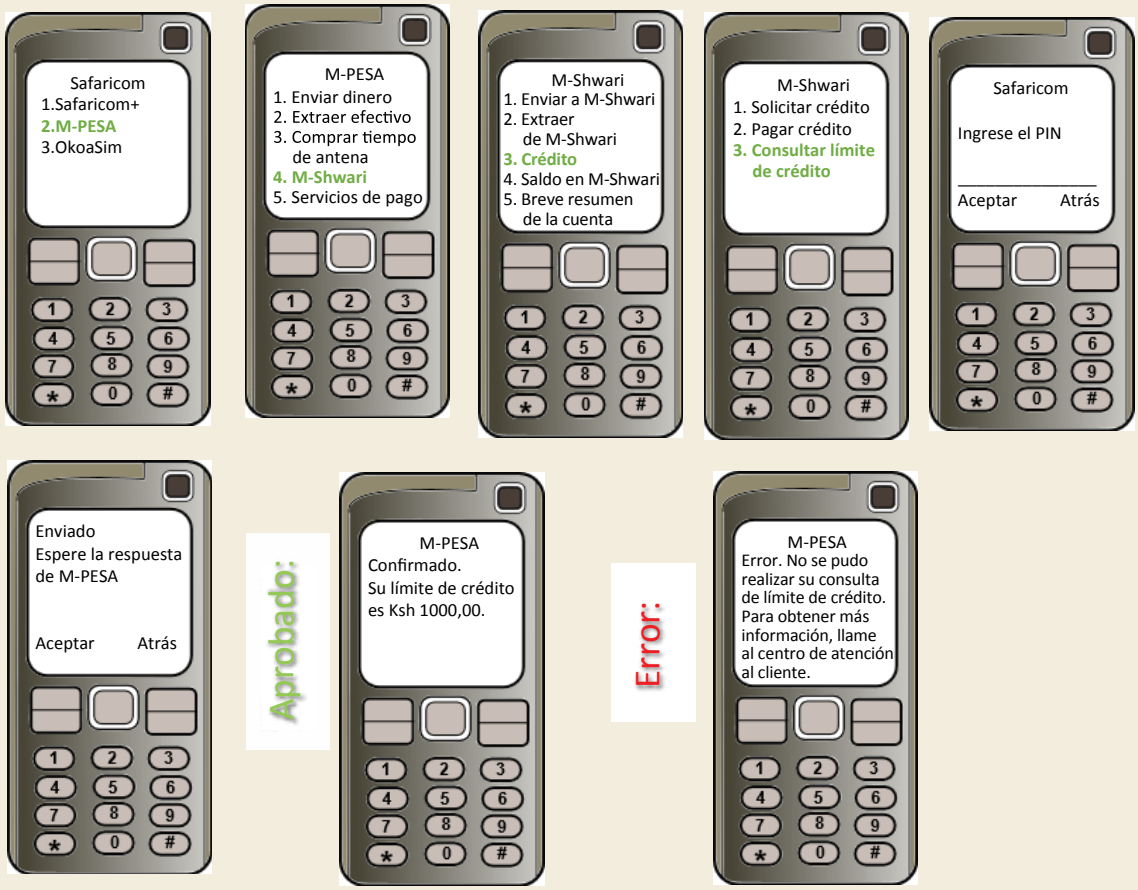
Una vez que el cliente ha abierto una cuenta M-Shwari y depositado por lo menos KES 1, puede acceder al menú M-Shwari y seleccionar "Consultar límite de crédito". En el gráfico 3 se muestra este proceso. Después de ingresar su número de identificación personal (PIN) de M-PESA, recibirá un mensaje con información sobre su límite de crédito o un mensaje explicándole que aún no reúne los requisitos. Algunos clientes los cumplen de inmediato, pero otros deben demostrar su capacidad crediticia a través de la conducta en materia de depósitos y realizar transacciones en M-PESA por lo menos durante seis meses y/o actualizar o completar los requisitos de identificación antes de reunir los requisitos para obtener un crédito. Existe un alto grado de incertidumbre para los clientes dado que estos requisitos no se comunican y se modifican constantemente a medida que evoluciona el algoritmo de clasificación crediticia.

Para solicitar un crédito, el cliente ingresa al menú M-PESA, selecciona M-Shwari, selecciona "Solicitar un préstamo", ingresa un monto inferior o igual a su límite de crédito y luego ingresa su PIN de M-PESA. Si se aprueba la solicitud, el cliente recibe los fondos directamente en su cuenta M-PESA y se le informa que debe pagar un cargo de tramitación del 7,5 % al vencimiento del crédito a los 30 días.

Inicialmente, cuando un cliente tomaba un crédito M-Shwari, se "congelaba" una suma equivalente en su cuenta de ahorro M-Shwari como protección en caso de incumplimiento. No

GRÁFICO 3

Imágenes de pantallas: Consulta del límite de crédito



4. Los términos y condiciones se pueden consultar en: http://cbagroup.com/downloads/Mshwari_Terms_Conditions.pdf.

obstante, esta política se modificó rápidamente y ahora los ahorros se inmovilizan solo si el crédito permanece en mora más de un día.

Los créditos se pueden reembolsar en cualquier momento y se pueden realizar pagos parciales durante el plazo de 30 días; sin embargo, el cargo por tramitación del 7,5 % no se modifica, incluso si el crédito se reembolsa por anticipado. Se informa a los clientes que el reembolso anticipado puede tenerse en cuenta para incrementar su límite de crédito. Algunos clientes reembolsan el crédito por anticipado para acceder a otro crédito debido a que no puede haber más de uno activo a la vez.

Si al día 31 el crédito no se ha reembolsado, este se renueva automáticamente por otro mes, y el cliente recibe un mensaje de texto indicándole que se ha cobrado otro cargo por tramitación del 7,5 % (sobre el saldo pendiente de pago) y que el vencimiento del crédito operará el día 60. Asimismo, este mensaje es el primer aviso al cliente de que se informarán sus datos a la central de riesgos si el crédito no se reembolsa. Si el día 62 el crédito no se ha reembolsado, el CBA aplica los fondos existentes en la cuenta M-Shwari al pago del crédito y envía un segundo aviso al cliente indicándole que se enviará un informe a la central de riesgos si no realiza el pago. El día 90, el CBA envía al cliente el tercer y último aviso indicándole que la información sobre su incumplimiento será enviada a la central de riesgos (como lo exige la ley). Los datos del cliente se transmiten a la central de riesgos 30 días después del envío del último aviso (120 días en mora) si la deuda no se ha cancelado. La central de riesgos mantendrá la información sobre el reembolso atrasado durante cinco años, pero una vez que se realice el pago, se modificará su estado a "pagado". Si el saldo no se cancela después de 120 días, el CBA cancela la deuda en sus libros pero sigue adoptando medidas para recuperar la suma. Las últimas cifras publicadas indican que los créditos en mora a los 90 días representaban el 2,2 % de la cartera[5].

Es importante señalar que, en el caso de un incumplimiento de pago, la relación del cliente con Safaricom y con el servicio M-PESA generalmente no se ve afectada. Sin el consentimiento del cliente no se puede transferir ni aplicar al reembolso del crédito ninguna suma depositada en M-PESA. La línea telefónica de Safaricom no se ve afectada y las compras de tiempo de antena no se utilizan para reembolsar el crédito M-Shwari. Sin embargo, si el día 60 el cliente no ha cancelado el crédito, pierde el acceso a un servicio que brinda Safaricom en forma separada: Okoa Jahazi, un pequeño anticipo a corto plazo de tiempo de antena cuando se agota el saldo del cliente.

Clasificación crediticia

Desde su lanzamiento en noviembre de 2012, el CBA se ha encargado de evaluar la capacidad crediticia, asignar los límites individuales de crédito y proporcionar créditos a los nuevos solicitantes utilizando un algoritmo basado en el uso por los clientes de los servicios de Safaricom. Por ser el primer producto de su tipo en África oriental (y en el mundo), el CBA disponía de escasos precedentes que sirvieran de base para el diseño del algoritmo de clasificación crediticia. La elaboración del informe de calificación original se basó en el desempeño en materia de reembolso de los clientes de Safaricom que utilizaban el producto de crédito de tiempo de antena denominado Okoa Jahazi.

El algoritmo de clasificación crediticia consta de un conjunto de variables de telecomunicaciones derivadas de los datos de Safaricom relacionados con el tiempo de antena, el crédito de tiempo de antena, M-PESA y la cantidad de tiempo que la persona ha sido cliente de la empresa. Estas variables se generaron a través de un riguroso proceso de elaboración de clasificaciones crediticias. Cada variable contiene ponderaciones y puntajes diferentes basados en su capacidad predictiva. El historial de uso de telecomunicaciones de los posibles nuevos prestatarios de M-Shwari se evalúa teniendo en cuenta estas variables y se asigna una calificación. La sumatoria de las calificaciones de todas las variables permite que el CBA tome una decisión acertada respecto de los nuevos clientes a fin de determinar a cuáles es conveniente asignarles un límite de crédito inicial y a cuáles no.

Durante los meses iniciales de su aplicación, el primer informe de calificación arrojó por resultado un 6,1 % de créditos improductivos durante 90 días. A medida que crecía la base de clientes y se podía realizar un seguimiento del desempeño crediticio teniendo en cuenta el desempeño real de los prestatarios de M-Shwari, el CBA comenzó a elaborar un informe de calificación basado en M-Shwari sobre la base de la conducta real de los clientes de M-Shwari. La eficacia de este segundo informe permitió reducir los créditos improductivos en un 2,0 %.

Alrededor de un año después del lanzamiento de M-Shwari, y sobre la base de compromisos previos, el CBA solicitó la colaboración de FSD Kenya para entender el mercado masivo y sus necesidades a fin de obtener información útil para el diseño del producto. FSD Kenya emprendió una investigación sobre clientes que incluyó a familias de ingreso bajo con el objeto de complementar sus propios instrumentos de conocimientos y especialistas a fin de obtener información para el diseño y la comercialización del producto basada en datos concretos del mercado previsto. Esto permitió brindar apoyo técnico adicional para la elaboración del modelo de riesgo crediticio tanto antes como después del lanzamiento comercial. A fin de obtener información sobre los clientes que habían sido rechazados por el algoritmo de clasificación crediticia de M-Shwari, el CBA y FSD Kenya colaboraron en la realización de un ensayo (denominado Toboa, que significa "progreso" en swahili) para medir el grado al que un nuevo informe de calificación era eficaz para evaluar el perfil de riesgo de los pobres que, de otro modo, no se hubieran aceptado. Los datos iniciales del ensayo indicaron que, si bien este segmento de la población de M-Shwari planteaba el doble de riesgo, un análisis más profundo revelaba la existencia de un subconjunto que podía reunir los requisitos para los créditos de M-Shwari si se utilizaban indicadores adicionales que permitían asignar un límite de crédito a otro millón de clientes. Este informe de calificación se implementó en diciembre de 2014.

5. A los 90 días significa 60 días después de la fecha de vencimiento (90 días desde el desembolso), no 90 días después de la fecha de vencimiento. Dado que el plazo del crédito M-Shwari es muy corto, un plazo aún más corto que el tradicional de 90 días para préstamos improductivos utilizado por los bancos comerciales en Kenya podría proporcionar una idea más adecuada de un desempeño de reembolso en el debido tiempo. El CBA realiza un seguimiento interno de este desempeño, pero no publica los resultados.

¿Quiénes son clientes de M-Shwari y cómo usan el producto?

Varios trabajos recientes de investigación cualitativa (Mirzoyants-McKnight y Attfield, 2014)[6] están comenzando a arrojar luz sobre las historias de los clientes M-Shwari más allá de las cifras generales. InterMedia, que lleva a cabo las encuestas de Financial In–clusion Insights (FII), identificó a 283 clientes M-Shwari en su encuesta representativa a nivel nacional y realizó entrevistas telefónicas a 108 de esos clientes en mayo de 2014 a fin de entender más adecuadamente cómo y por qué usan M-Shwari. En el marco del proyecto sobre registros financieros de Kenya se realizó un seguimiento de todas las transacciones financieras de 300 hogares de ingreso bajo durante un año (septiembre de 2012 a agosto de 2013) y se analizó la manera en que las 32 personas que abrieron cuentas M-Shwari en ese lapso usaron las cuentas. Por último, en julio y agosto de 2014 el CGAP llevó a cabo entrevistas exhaustivas[7] con 15 clientes M-Shwari de ingreso bajo tanto en zonas urbanas como rurales. Aunque el tamaño de la muestra es pequeño, estos estudios aportan valiosa información sobre quiénes son los clientes de M-Shwari, por qué usan el producto y cómo encaja el producto en sus carteras financieras.

¿Quiénes usan M-Shwari?

FII ha realizado dos encuestas representativas a nivel nacional y ha identificado a los clientes de M-Shwari dentro de la población general. Al igual que en el caso de M-PESA, se observa una probabilidad mucho mayor de que los usuarios iniciales de M-Shwari sean urbanos, se ubiquen por encima de la línea de pobreza y ya estén bancarizados, y es ligeramente más probable que sean hombres y menores de 35 años.

En el gráfico 4 se muestra que, al parecer, las variaciones en los datos demográficos de M-Shwari siguen la misma trayectoria que las de M-PESA. Los usuarios iniciales de M-PESA estaban en mejor situación económica y, en comparación con la población general, era más probable que estuvieran bancarizados, pero los segmentos pobres y no bancarizados los siguieron rápidamente. En 2008, menos del 20 % de la población fuera de Nairobi que subsiste con menos de US$1,25 al día usaba M-PESA; sin embargo, para 2011 esta proporción había aumentado constantemente hasta llegar al 72 % (Jack y Suri, 2012).

¿Cómo usan M-Shwari?

La conducta financiera de los kenianos de ingreso bajo

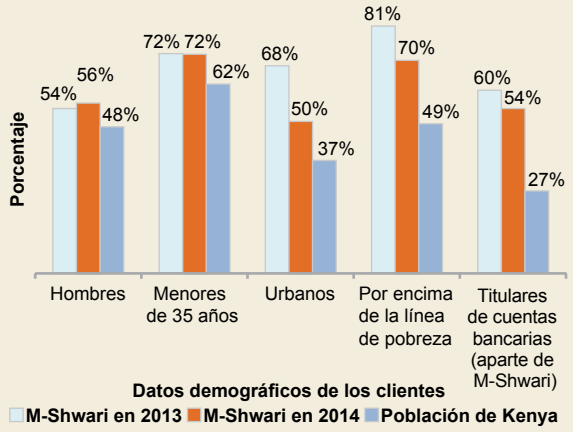
Para entender cómo y por qué las personas usan M-Shwari, primero es importante resumir las cuestiones que conocemos acerca de la conducta financiera de los kenianos de ingreso bajo.

La mejor fuente de información sobre esta cuestión son los registros financieros de Kenya, en los que se realizó un cuidadoso seguimiento de las transacciones financieras domésticas durante el curso de un año. Los registros permitieron establecer que los hogares se esfuerzan constantemente por lograr un equilibrio entre dos desafíos importantes aunque ligeramente contrapuestos: obtener liquidez en el corto plazo y realizar inversiones a más largo plazo para el futuro. A raíz de que los hogares mantienen una gran proporción de sus ahorros en forma ilíquida (por ejemplo en grupos de ahorro, donde el dinero en efectivo solo está disponible al finalizar el ciclo), con frecuencia no disponen de dinero cuando surge una emergencia.

Los hogares de Kenya padecen altos niveles de volatilidad tanto en el monto de los ingresos (+/- 55 % de volatilidad en los ingresos de mes a mes) como en la fuente de ingresos (el hogar promedio había tenido 10 fuentes diferentes de ingresos en el curso del año). Frente a los altos niveles de incertidumbre, los hogares de ingreso bajo realizan grandes esfuerzos para abrir o generar nuevas oportunidades de ingresos y de crédito, cuando este es necesario, y con ese fin mantienen líneas de crédito abiertas y cultivan relaciones que podrían proporcionarles recursos en caso de necesidad. Son ahorristas activos y en la amplia mayoría de los registros se destacan los ahorros más que las deudas. En realidad, el hogar promedio mantenía el equivalente al 129 % del ingreso mensual en activos financieros en comparación con el 53 % del ingreso mensual en pasivos, una proporción más elevada que la que se observa entre los habitantes de ingreso bajo de otros países.

GRÁFICO 4

Datos demográficos de los clientes de M-Shwari: Variación de 2013 a 2014 y en comparación con la población general de Kenya



Fuente: Datos demográficos de M-Shwari obtenidos de las encuestas de FII (septiembre y octubre de 2013 y septiembre de 2014). Los datos demográficos de la población general de Kenya se obtuvieron de FII y FinAccess 2013, que en ambos casos son encuestas representativas a nivel nacional.

6. En este informe, se hace referencia a la investigación de Mirzoyants-McKnight y Attfield (2014) como la encuesta de FII sobre M-Shwari en Kenya, mayo de 2014. Las encuestas de FII se pueden consultar en: http://finclusion.org/. El informe sobre los registros financieros de Kenya encargado por FSD Kenya se puede consultar en: http://www.fsdkenya.org/pdf_ documents/14-08-08_Financial_Diaries_report.pdf. Las transcripciones de las entrevistas realizadas por el CGAP no se publicaron.
7. Salvo indicación en contrario, todas las citas de clientes de M-Shwari incluidas en el resto de este informe corresponden a las mencionadas entrevistas realizadas por el CGAP.

Sin embargo, "los encuestados desean que su dinero 'trabaje' —es decir que proporcione un beneficio inmediato— ya sea mediante la adquisición de bienes de consumo o activos físicos, la producción de una renta inmediata, la posibilidad de tomar créditos o de ayudar a un amigo o familiar a realizar una inversión en el mismo día" (FSD Kenya, 2014). Para la mayoría de los kenianos, el dinero que se mantiene en una cuenta bancaria no cumple este criterio y por lo tanto no está "trabajando".

Los hogares usan rápidamente los ingresos que perciben y procuran, en la medida de lo posible, que los ingresos coincidan de inmediato con un gasto. El hogar promedio mantiene tan solo un 10 % de sus activos financieros en forma líquida.

En consecuencia, muchos hogares no tenían dinero a mano cuando surgían necesidades urgentes e imprevistas y, con frecuencia, no podían cubrir necesidades importantes, como medicamentos. El 38 % no visitó al médico ni tomó medicamentos cuando fue necesario en algún momento del año y, en el 57 % de los hogares, la escuela envío a un niño de regreso debido a las sumas adeudadas. A menudo, los obstáculos financieros eran pequeños, incluso en relación con los ingresos. Por ejemplo, Samuel enfermó y fue al hospital. Su madre le dio KES 5000, pero ese monto cubrió solo los costos del transporte y la consulta. No pudo comprar los medicamentos recetados, que costaban KES 500 (un monto equivalente al 5 % de sus ingresos mensuales), y una semana más tarde todavía tenía la receta, pero no los medicamentos.

En síntesis, los kenianos de ingreso bajo despliegan una intensa actividad para administrar su dinero e intentan constantemente cubrir sus necesidades de liquidez en el corto plazo asegurándose de que sus escasos fondos estén "trabajando" y generando una renta para el futuro. Esto, con frecuencia, los pone en una situación difícil cuando surgen necesidades imprevistas y, algunas veces, las consecuencias son graves. En este contexto, ¿cómo usaron M-Shwari para resolver algunos de estos problemas?

Depósitos y ahorros

Dado que los kenianos asignan alta prioridad a lograr que su dinero "trabaje", ¿de qué manera la cuenta de ahorro M-Shwari los ayuda a alcanzar este objetivo y por qué prefieren usar M-Shwari en vez de la billetera M-PESA? Aunque la tasa de interés es alta para los estándares bancarios de Kenya, los clientes no mencionaron los intereses recibidos como uno de los principales beneficios en ninguna de las tres fuentes de investigación. Por el contrario, su principal atractivo radica, aparentemente, en la posibilidad de ahorrar para cubrir las necesidades en el corto plazo y al mismo tiempo incrementar el acceso al crédito en el futuro. El atractivo del elemento de crédito no radica únicamente en calificar para un crédito específico en el corto plazo, sino en utilizar un servicio que podría proporcionar recursos en caso de ser necesarios, algo similar a mantener una relación de amistad con el dueño de un comercio que podría otorgar una línea de crédito en algún momento futuro. De esta manera, los clientes que ahorran en M-Shwari mantienen algunos fondos líquidos para emergencias o necesidades a corto plazo y también acrecientan las opciones para cubrir necesidades en el futuro, lo cual se ajusta a su definición de "lograr que el dinero trabaje". Asimismo, los clientes valoran el grado adicional de separación de M-PESA. En lo que respecta a los fondos que están reservando, les agrada que ese dinero sea menos visible y se requiera un paso adicional para tener acceso a él. Consideran que esto les ofrece más seguridad ante posibles ladrones o familiares curiosos y los ayuda a tener más disciplina.

Dado que el principal atractivo del ahorro en M-Shwari es que permite lograr varios objetivos al mismo tiempo —ahorro a corto plazo y aumento de las opciones para obtener crédito en el futuro— resulta difícil medir las razones para ahorrar cuando se utiliza un instrumento de encuesta. No obstante, en el gráfico 5 se muestra que la encuesta de FII permitió establecer que la principal razón individual de los clientes para realizar depósitos en M-Shwari es incrementar su límite de crédito.

Aunque los clientes no entienden los detalles del algoritmo de clasificación crediticia, saben que los límites de crédito están vinculados, en parte, a la conducta de ahorro, y depositan dinero en su cuenta para maximizar sus oportunidades y límites de endeudamiento. A través de la encuesta de FII se estableció que el 79 % de los depositantes activos había tomado dinero prestado en los últimos 90 días. Paul, en Kakamega, convence a sus amigos de ahorrar en M-Shwari con ese fin: "Cuando la mayoría de mis amigos me ve tomando un crédito en M-Shwari, me pregunta cómo hice para tener una cuenta bancaria y cómo obtendré el dinero. Yo les digo que si tienen un poco de dinero, aunque más no sea 500 chelines o 200 chelines, lo depositen en su billetera M-PESA y después lo envíen al banco M-Shwari, hasta que lleguen a un nivel de ahorro que les permitirá obtener un crédito".

Casi todos los hogares que completaron los registros y abrieron una cuenta, solicitaron un crédito. Muchos de ellos no tuvieron éxito en su primer intento, luego de lo cual la mayoría se dio por vencida y, con frecuencia, extrajo todos sus fondos de M-Shwari. Por ejemplo, "Sarah depositó 600 chelines en su cuenta M-Shwari con la esperanza de obtener un crédito, pero como Safaricom le negó esa posibilidad, decidió enviar ese dinero a su padre". Esto indica que algunas cuentas de depósito M-Shwari podrían estar inactivas o sin fondos.

Aunque existen algunos "superahorristas" (como el caso de Catherine, que se describe en el recuadro 2), en la mayoría de los casos el objetivo del ahorro es cubrir los altibajos a corto plazo en el flujo de efectivo. La mayoría de las personas que ahorran en M-Shwari lo hacen sin un objetivo de ahorro concreto; ahorran un porcentaje menor de sus activos financieros de manera que una parte de ellos sea líquida. Más del 80 % de los depósitos y

RECUADRO 1

Abrir una cuenta bancaria por primera vez

Varias de las personas que completaron los registros estaban entusiasmadas ante la posibilidad de abrir su primera cuenta bancaria. Por ejemplo, Winnie abrió una nueva cuenta en M-Shwari y logró depositar 25 chelines. La persona que la entrevistó señaló: "Está muy contenta y orgullosa de sí misma porque siempre quiso tener una cuenta bancaria y nunca había podido cumplir su deseo debido a sus bajos ingresos. Esta es una buena oportunidad para Winnie pues el banco está dónde está ella y no tiene que viajar para efectuar depósitos".

GRÁFICO 5

Principales razones para realizar depósitos en M-Shwari

Fuente: Encuesta de FII sobre M-Shwari en Kenya, mayo de 2014, N=594.

las extracciones ascienden a menos de KES 2500, lo que pone de relieve la naturaleza pequeña y a corto plazo de las transacciones.

En las tres fuentes de investigación, muchos encuestados señalaron que habían usado sus fondo M-Shwari para comprar tiempo de antena cuando se quedaron sin dinero en M-PESA. Varios de ellos transfieren fondos adicionales en forma regular de M-PESA a M-Shwari para tener acceso a ellos cuando los necesitan. Según Faith: "Sí. Cuando queda algo, lo muevo hacia allí. Como le dije, cuando tengo KES 30 o KES 50 o KES 100, los muevo hacia allí".

Por cierto, algunos clientes expresaron interés en usar M-Shwari para ahorrar grandes sumas para objetivos concretos. En Nairobi, un hombre dijo: "Como quiero abrir un bar en Kisumu deseo ahorrar KES 150 000 en M-Shwari y mis otras fuentes complementarán ese monto". Hasta ahora, existen pocos datos de que los clientes ahorren grandes sumas a través de M-Shwari y, por lo que se sabe acerca de la manera en que los hogares pobres acumulan activos en Kenya, es probable que el producto M-Shwari no sea adecuado para ese fin. Será interesante realizar un seguimiento del éxito de la cuenta de ahorro fijo, que se desarrolló pensando en estos grandes ahorristas.

RECUADRO 2

La superahorrista Catherine

Unos pocos encuestados están usando M-Shwari como un instrumento de ahorro importante. Por ejemplo, Catherine tiene un trabajo informal en los "almacenes" de Mombasa y además se dedica a vender jabón. En agosto de 2013 abrió una cuenta M-Shwari, según ella principalmente por curiosidad. Lo que más le agrada es que es privada y asequible pues las transacciones se realizan a través del teléfono y se puede tomar un crédito cuando es necesario. Al finalizar el estudio, había ahorrado KES 8000 en M-Shwari, que representaban alrededor del 47 % del total de sus activos financieros. Aproximadamente la mitad de esa suma eran ahorros propios, que transfirió de M-PESA, y la otra mitad formaba parte de su grupo de ahorro informal. Ahora, Catherine considera que M-Shwari es su mecanismo de ahorro más importante pero todavía cree que su grupo de ahorro es útil.

Extracciones y toma de créditos

El CBA desembolsa 50 000 créditos M-Shwari al día. Para poner esto en perspectiva, en FinAccess 2013 se informó que solo 700 000 personas (3,6 % de la población) tenían un préstamo personal de un banco y menos de la mitad de ese número (310 000 o el 1,6 %) tenía préstamos de instituciones microfinancieras (IMF) a principios de 2013, cuando se acababa de lanzar el producto M-Shwari. La captación de los créditos M-Shwari ha sido considerable y claramente llena un vacío en las carteras financieras de los clientes. No obstante, los créditos son pequeños, ascienden, en promedio, a KES 1280 y su plazo es de tan solo 30 días. ¿Cómo es posible que un crédito pequeño y a corto plazo sea tan popular y qué necesidades cubre?

Como se describe en el recuadro 3, los créditos de M-Shwari se utilizan principalmente para gestionar los altibajos de corto plazo en el flujo de efectivo y afrontar las necesidades imprevistas.

RECUADRO 3

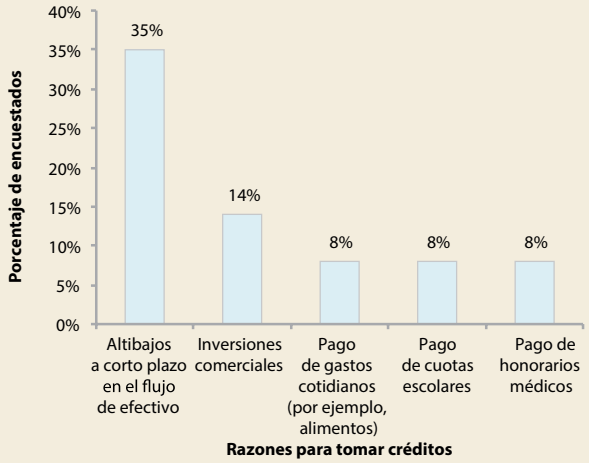
Los créditos M-Shwari se utilizan para cubrir necesidades imprevistas de liquidez en el corto plazo

Las siguientes citas sirven como ejemplo de las diversas formas en que se usan los créditos M-Shwari, en particular para atenuar los altibajos a corto plazo en el flujo de efectivo:

- "El pago de mi salario se había retrasado y mi empleada doméstica necesitaba dinero. ¿Qué hice entonces? Tomé prestados 3000. Con una parte le pagué a la empleada y con la otra le pagué al motociclista que lleva y trae a mi hijo de la escuela".
- "Algunos días, cuando nos despertamos, comprobamos que lo que pensábamos que podíamos usar ya no está. Tal vez, los niños tienen gripe porque sufren de asma como yo, o no tenemos dinero para el pasaje de ómnibus o para comprar combustible, y entonces mi esposo dice: ¡Tu banco M-Shwari tiene de todo!".
- "Era de noche y no podía ir a la tienda a comprar tiempo de antena, así que sencillamente tomé prestado".
- "En mi caso, M-Shwari sirve para pequeños ahorros y créditos para algunas cosas, como tiempo de antena, no para productos importantes".
- "Cuando veo algo en algún negocio, puedo obtener un crédito más rápido y usar el dinero para comprarlo".
- "Estaba por comprar una pantalla. Cuando llegué a Kakamega descubrí que el precio era más alto de lo que pensaba, así que tomé un crédito de 3500 para cubrir el faltante y compré la pantalla".

GRÁFICO 6

Principales razones para tomar créditos de M-Shwari



Fuente: Encuesta de FII sobre M-Shwari en Kenya, mayo de 2014, N=52.

Se usan para realizar pequeñas reparaciones, comprar tiempo de antena, facilitar las compras impulsivas y como ayuda para afrontar las emergencias (véase el gráfico 6).

Incluso cuando el crédito se obtiene primordialmente para la actividad comercial (el 15 % de los clientes M-Shwari son propietarios de un comercio o una tienda), al parecer se usa para cubrir brechas a corto plazo en el flujo de efectivo en vez de para realizar inversiones comerciales a largo plazo. Un encuestado señaló: "Estoy en el negocio del transporte. Como algunas veces no tengo dinero, puedo tomar un crédito para ayudar a mis choferes cuando los atrapa la policía". Otro encuestado del sector de transporte afirmó: "Era el día en que se debía realizar el servicio de mis motocicletas. Yo no estaba y el mecánico necesitaba dinero y, por una cuestión de confianza, no les dejo dinero a mis empleados para pagarle al mecánico. Aunque ellos digan que alguna vez lo hemos hecho, no es así. No tenía dinero en M-PESA así que sencillamente lo obtuve de M-Shwari y se lo envié en forma directa a esa persona para que realizara el servicio de tres motocicletas".

Por último, M-Shwari se usa para emergencias, en particular las de índole médica. "Me ayudó una vez cuando mi hijo estaba enfermo y no tenía dinero en mi poder. Mi hijo sangraba profusamente por la nariz y en ese momento yo acababa de regresar del mercado y había usado todo el dinero. Necesitaba 1000, y ese dinero fue una gran ayuda".

Como señaló Ambrocious cuando se le preguntó a qué dispositivo financiero recurriría primero en una emergencia: "Al teléfono. El amigo más eficaz en un momento de necesidad es el teléfono".

Aunque muchos hogares que completaron los registros financieros acababan de comenzar a usar el producto cuando el proyecto estaba llegando a su fin, los primeros datos indican que una vez que los clientes logran obtener un crédito, existe una gran probabilidad de que se conviertan en prestatarios regulares. Por ejemplo, Rebecca ha tomado tres créditos. El primero fue para llevar a su hijo al hospital pero los dos siguientes fueron para comprar suministros para su negocio de elaboración de jabón. Raphael ya ha tomado cinco créditos y los ha usado para cubrir una parte de los costos de la construcción de su casa en el interior del país. Ha obtenido préstamos de varios prestamistas y confía que con el tiempo, y con créditos de mayor volumen, M-Shwari le permitirá cancelar sus deudas con prestamistas informales. Los créditos reiterados pueden reducir uno de los usos clave para los que M-Shwari parece ser más valioso: las necesidades imprevistas y las emergencias. Si los créditos M-Shwari se convierten en parte regular del balance general del hogar, es posible que no se disponga de ellos como una opción adicional cuando surge una necesidad urgente.

Función del centro de llamadas en la gestión de la cartera

En vista de que los créditos M-Shwari son demasiado pequeños como para justificar que se realicen visitas personales de cobranza, se creó un equipo especializado en M-Shwari en el centro de llamadas de Safaricom que desempeña una función importante para

8. La información sobre los centros de llamadas de M-Shwari se extractó de entrevistas realizadas por el CGAP en mayo de 2014.

aumentar la sensibilización de los clientes respecto de las fechas de vencimiento de los créditos e instarlos a efectuar los reembolsos[8]. Antes de la fecha de vencimiento del crédito, el equipo intenta llamar a los prestatarios para asegurarse de que entienden las condiciones del producto y sus requisitos en materia de reembolso. Según un miembro del personal del centro de llamadas de M-Shwari, un aspecto importante del enfoque es trabar contacto con el cliente por primera vez para resolver cualquier duda que este pueda tener respecto del producto o sus condiciones, contribuyendo así a explicarle los requisitos en materia de reembolso y las sanciones conexas, dado que es posible que los clientes no entiendan cabalmente los términos y condiciones.

En la fecha de vencimiento del crédito, los usuarios reciben una llamada para recordarles que deben realizar el pago; se les brinda información sobre las consecuencias de la falta de pago y, si no pueden pagar el monto total en ese momento, se los insta a realizar pagos parciales para evitar caer en mora pues ello incidiría en el monto de créditos futuros y en otros beneficios, como el crédito de tiempo de antena. Asimismo, se observó que el personal del centro de llamadas les explicaba a los usuarios las consecuencias a largo plazo de los atrasos prolongados, entre ellas la presentación de un informe a la central de riesgos. Dado que muchos clientes no están familiarizados con las consecuencias de estos informes, el personal del centro de llamadas señaló que una conversación personal es importante para explicar tanto el concepto de central de riesgos como los problemas que podrían derivarse de la presentación de ese informe a la mencionada central. Estas llamadas complementan los mensajes SMS que se envían a los prestatarios de M-Shwari cuando se aproxima la fecha de vencimiento y brindan una alternativa interesante al trato tradicional de los prestatarios morosos que podría ser útil en el futuro para otorgar créditos similares de pequeño valor a través de teléfonos móviles. De hecho, el equipo del centro de llamadas dedicado a M-Shwari recibió un premio internacional, otorgado por Safaricom, seis meses después de comenzar a operar, por ayudar a reducir el número de créditos improductivos en la línea de productos M-Shwari.

SECCIÓN 4

¿Por qué los clientes usan (o no usan) M-Shwari?

Beneficios

Las ventajas que ofrece M-Shwari (resumidas en el cuadro 3) se mencionan en forma congruente en las tres fuentes de información. En primer lugar, M-Shwari proporciona los servicios bancarios básicos (ahorro y crédito) que más necesitan los clientes pero, a diferencia de las cuentas bancarias convencionales, el producto es fácil de usar y se puede acceder a los servicios en cualquier momento y en cualquier lugar. En segundo lugar, se considera que es muy seguro y el hecho de que exista una separación adicional entre este y la cuenta M-PESA genera un nivel de seguridad y privacidad mayor que el de M-PESA. Por último, los clientes consideran que M-Shwari es más barato que la mayoría de las fuentes de crédito similares.

Precio

Es interesante señalar que la gran mayoría de los encuestados que respondieron a la pregunta de FII sobre el precio consideraron que el "bajo costo de los créditos" era un beneficio clave de M-Shwari[9]. Sin embargo, el cargo por tramitación del 7,5 % que cobra M-Shwari se traduce en una tasa porcentual anual (TPA) de aproximadamente el 90 % (tasa uniforme del 7,5 % multiplicada por 12)[10], que es alrededor del doble de la TPA promedio que cobran las IMF en Kenya. ¿Por qué existe una discrepancia tan importante entre la percepción de los clientes y el costo real?

Una explicación es que los prestatarios tal vez no entiendan cabalmente las tasas de interés o cómo se calculan las TPA. La estructura de precios de M-Shwari es inusual y es posible que los clientes sencillamente comparen el cargo mensual del 7,5 % que se aplica en M-Shwari con la TPA que los bancos están obligados a publicar en los avisos publicitarios, y consideren que M-Shwari es más barato. Por otra parte, es posible que las personas de ingreso bajo, cuya forma de entender los costos del endeudamiento es compleja, también incluyan en los gastos los costos de transacción, que para los pobres son una parte importante de los costos del endeudamiento. Por ejemplo, es posible que incluyan los gastos de transporte, el costo del tiempo (en reuniones de grupos informales o de IMF) o los gastos que deben realizar para reunir los papeles o documentos solicitados (así como costos menos tangibles, como la falta de privacidad). Los costos de transacción para la mayoría de los créditos M-Shwari son nulos, a menos que el cliente necesite recibir los fondos en efectivo, en cuyo caso podría haber algún gasto relacionado con el viaje para llegar a un agente así como un cargo por extracción de efectivo.

CUADRO 3 Beneficios clave de M-Shwari según los perciben los clientes

Característica	Descripción	Citas
Accesibilidad	Las personas entrevistadas por el CGAP clasificaron a M-Shwari como el segundo producto financiero más útil durante una emergencia (el primero es M-PESA). Del mismo modo que M-PESA, M-Shwari está disponible cuando y donde los clientes lo necesiten, incluso a mitad de la noche cuando los bancos están cerrados y los amigos y familiares duermen.	"M-Shwari me resulta muy conveniente. Es un proceso directo, sin tiempo de espera ni demoras. Es instantáneo", *Helen, Nairobi*
Facilidad de uso	El CBA sostiene que el procedimiento para recibir un crédito M-Shwari demora tan solo seis segundos. Esta marca no puede ser superada por ninguna otra fuente de crédito. El producto se rige por reglas sencillas y claras y aunque los clientes no entiendan los detalles de los términos y condiciones, pueden aprender a usar el producto por sí solos.	**Entrevistador:** ¿Alguien lo ayudó la primera vez que activó M-Shwari? **Edwin:** "¡Nadie! Simplemente seguí las instrucciones. Al ingresar al menú M-PESA, aparece M-Shwari. Es una cuestión de lógica", *Edwin, Nairobi*
Privacidad	Varias personas entrevistadas por el CGAP mencionaron que la seguridad y la privacidad de sus fondos constituían la característica más importante de M-Shwari. Consideran que nadie puede saber que el cliente ahorra, ni cuánto ahorra, en M-Shwari, aunque otra persona tenga acceso a su teléfono (a diferencia de M-PESA, que se percibe como un producto al que otros pueden tener acceso con más facilidad). Además, no existen obligaciones sociales derivadas de los créditos M-Shwari, como sucede con la mayoría de las otras fuentes de crédito a corto plazo.	"Es muy fácil que los defraudadores se apoderen de tu dinero en M-PESA, pero nunca escucharás que alguien ha perdido dinero en M-Shwari", hombre entrevistado en Kakamega "Si alguien se apodera de tu PIN y tu teléfono, se apresurará a extraer dinero de M-PESA olvidándose de que hay algo oculto que se llama M-Shwari", Ambrocious, Kakamega
Separación de M-PESA para los ahorros	A los clientes les agrada que exista una separación entre M-Shwari y M-PESA. A raíz de que usan M-PESA con mucha frecuencia, ven su saldo a menudo y sienten la tentación de gastar más. Les agrada el hecho de que M-Shwari no sea visible porque de ese modo no lo tienen presente todo el tiempo y les complace disponer de un medio de ahorro que consideran un poco menos accesible que M-PESA.	"Uno sabe que ve el dinero en la cuenta M-PESA, pero en M-Shwari se ahorra. La diferencia es que en M-Shwari no se pueden realizar extracciones todo el tiempo", Jane, Nairobi

9. De las 24 personas que respondieron a la pregunta "¿Cómo fue el costo de su último crédito M-Shwari (es decir el cargo por tramitación del 7,5 % o la tasa de interés) en comparación con el costo de otros préstamos que usted tomó en los últimos 90 días?", solo una consideró que M-Shwari era mucho más caro y dos señalaron que era aproximadamente igual. Los otros 21 clientes indicaron que el costo de su crédito M-Shwari era más barato en comparación con el costo de los préstamos de otras instituciones formales e informales.
10. Para obtener más información sobre el costo del crédito en Kenya, véase: http://www.cost-of-credit.com/index.php/site/downloads.

Si el cliente utiliza un crédito M-Shwari para pagar los gastos de una emergencia imprevista (como una enfermedad), el costo de oportunidad de no endeudarse podría ser muy elevado y se considera que el precio general es asequible, especialmente en términos nominales (96 chelines o alrededor de US$1 por un préstamo promedio). Sin embargo, si los hogares utilizan M-Shwari en forma regular para financiar los gastos cotidianos, el costo será relativamente caro.

Desafíos

De acuerdo con las tres fuentes de investigación, el mayor desafío que se afronta es el bajo nivel de comprensión del producto por parte de los clientes. Aunque el proceso que deben seguir para abrir una cuenta y recibir un crédito les resulta fácil, los clientes no entienden con claridad los términos y condiciones relacionados con algunas cuestiones, como el precio cobrado, la tasa de interés recibida, los requisitos que deben reunir para obtener un crédito o para aumentar los límites de crédito, y las consecuencias de una mora en el pago. Entre las 15 personas que entrevistó el CGAP, solo tres tenían conocimientos básicos sobre los términos y condiciones relacionados con el precio de los créditos y el período de reembolso y tan solo uno sabía que el CBA intervenía en el producto. Por ejemplo, cuando se les preguntó acerca de las consecuencias de los atrasos o la mora en los pagos, un cliente mencionó que los ahorros en M-PESA se utilizarían para reembolsar los créditos, lo que no es cierto. Entre los que intentaron obtener más información, algunos señalaron que se sintieron abrumados por la enorme cantidad de información que debían leer. En la mayoría de los casos, los clientes ni siquiera podían acceder a los términos y condiciones a través de su teléfono. Este bajo nivel de comprensión es un resultado lamentable de las mismas características que los clientes consideran más importantes: la facilidad, la velocidad y la accesibilidad del producto. En el recuadro 4 se describe un beneficio inesperado de este bajo nivel de comprensión por parte de los clientes: el alto grado de interacción para tratar de entender el producto. No existe una solución fácil y rápida para transmitir de manera eficaz y transparente los términos y condiciones de un producto virtual que se ofrece en forma instantánea (véase el recuadro 5).

Aunque M-Shwari es, después de la billetera, el producto que más se usa en Kenya, sus clientes representan solo una minoría de los dos tercios de la población que son usuarios activos de dinero móvil. Existe una oportunidad de ampliar la forma en que se usa más allá de la gestión, limitada pero sumamente eficaz, de los flujos de efectivo a corto plazo. Algunas de las quejas actuales respecto de M-Shwari incluyen el bajo monto de los créditos (alrededor de un tercio de los usuarios que habían tomado dinero en préstamo, no pudieron obtener un crédito por la suma total que necesitaban) y el breve período de reembolso. Los clientes desean tener acceso a créditos de mayor valor con períodos de reembolso más largos y, al mismo tiempo, conservar la actual facilidad de uso del producto.

Cómo incide M-Shwari en las carteras financieras

Los primeros datos indican que M-Shwari desempeña una función complementaria importante en las carteras financieras de los kenianos. Ofrece opciones que cumplen funciones similares a productos existentes, pero de una manera que los clientes valoran más. La encuesta de FII permitió establecer que M-Shwari es un producto financiero importante para una gran proporción de los clientes: el 10 % de los clientes guarda el 50 % o más de sus fondos en M-Shwari mientras que el 20 % señala que recibe a través de M-Shwari el 50 % o más de los fondos que toma en préstamo. Según los registros financieros, no se observó ningún aumento de los activos o pasivos netos que pueda atribuirse a M-Shwari.

RECUADRO 4

Interacción con los clientes: Un beneficio inesperado del bajo nivel de comprensión por parte de los usuarios

Es interesante señalar que una fuente común de confusión —los requisitos que se deben reunir para obtener un crédito o para aumentar los límites de crédito— ha generado un nivel muy alto de interacción de los clientes con el producto. Muchos clientes disfrutan del desafío de realizar ensayos y dilucidar cómo es "el juego". Su "buena" conducta (aumento de los depósitos) es recompensada relativamente rápido en forma de límites de crédito más altos. La naturaleza del producto permite un alto grado de interacción cruzada entre este y los clientes y les proporciona una sensación de control que no podría emularse con facilidad en una sucursal bancaria tradicional. Esto acrecienta la sensación de que su dinero está "trabajando", algo que no obtienen de los productos de ahorro tradicionales de los bancos.

De acuerdo con Stan, una de las personas que completaron los registros: "Quiero ahorrar en M-Shwari hasta llegar a la marca que me permite obtener un crédito de 1000. Creo que me encanta la manera en que funciona. Imagínese, no necesito extraer dinero de M-PESA. Lo único que hago es jugar con mi dinero moviéndolo de una cuenta a otra. Me encanta **jugar** con M-Shwari y M-PESA".

Eli, otra persona que completó los registros, también "juega" con transacciones para aumentar los límites de endeudamiento. Según el entrevistador, "Eli también ha aprendido a usar el producto. Para aumentar su clasificación crediticia, cada vez que recibe un pago a través de M-PESA, primero transfiere el monto total a su cuenta M-Shwari y, unos minutos después, hace una extracción. En sus palabras: Tengo que hacerlo porque ellos miran cuánto dinero deposito y cuántas veces hago depósitos. Luego solicita un crédito y lo recibe. Su límite de crédito aumentó de 2000 a 2300".

Los clientes hacen conjeturas constantemente sobre el monto que podrían recibir y las razones por las cuales ellos pueden recibir más o menos que otra persona. Al parecer, a muchos les gusta hacer esto, en particular si consideran que han logrado dominar el uso del sistema.

RECUADRO 5

M-Shwari y el desafío que plantea la protección al cliente

Los servicios digitales crean oportunidades y desafíos en lo referente a la divulgación de los términos y condiciones. Estos desafíos se plantean debido al limitado espacio disponible en el menú de mensajes SMS a través del cual los clientes se registran para usar un producto. Sin embargo, se podría aprovechar la naturaleza personal, en tiempo real, del canal digital para aumentar la transparencia y el grado de comprensión por parte de los clientes. Con ese fin, se podrían enviar en el momento oportuno mensajes SMS simples, con una descripción de los principales términos y condiciones, que los clientes podrían guardar y consultar en el futuro.

Por otra parte, los nuevos productos digitales, como M-Shwari, plantean dificultades en lo referente al consentimiento informado y la privacidad de los datos, que incluyen tanto i) la comprensión inicial por parte de los clientes de la manera en que los datos se utilizan para proporcionar servicios financieros específicos como ii) la creación de aplicaciones sencillas y significativas para que los clientes puedan optar entre diversas alternativas respecto del uso de su teléfono móvil y su información financiera más allá de los enfoques del consentimiento que solo permiten aceptar o rechazar el producto.

A medida que M-Shwari abra nuevas vías para brindar servicios bancarios a los que aún no cuentan con ellos, el CBA y Safaricom deberán resolver cuestiones importantes, como mejorar la divulgación de la información a los clientes y el grado al que estos la comprenden y adoptar medidas que garanticen el consentimiento informado de los clientes.

SECCIÓN 5

Conclusión: Las implicancias de M-Shwari en términos generales

M-Shwari es el "número uno" en varios aspectos importantes. Es la primera cuenta bancaria formal incorporada en forma de un nivel separado en una billetera móvil que ha tenido éxito y ya es utilizada por dos tercios de la población. Además, es el primer producto de crédito gradual destinado al mercado masivo en el que se utilizan datos digitales no financieros para clasificar a los prestatarios. Su éxito obedece, primordialmente, a que cubre la necesidad crítica de liquidez a corto plazo que suelen tener los kenianos. La falta de acceso confiable, privado y fácil a montos pequeños de liquidez cuando estos son necesarios ha constituido una grave carencia en las carteras financieras de la mayoría de los kenianos, y todo indica que M-Shwari cubre esta necesidad mejor que los productos alternativos. Asimismo, M-Shwari ofrece a los clientes una relación recíproca sin precedentes con una institución financiera, y recompensa rápidamente su "buena" conducta. Los clientes pueden realizar pruebas y ensayos con facilidad, lo que genera altos niveles de participación. A su vez, esto crea muchas oportunidades para la interacción y el aprendizaje de los clientes. En conjunto, estos atributos permiten que los clientes obtengan liquidez cuando la necesitan y también les produce la sensación de que el dinero que ahorran en M-Shwari está "trabajando".

Varios proveedores de diversas partes del planeta están realizando esfuerzas para crear productos similares: Vodacom Tanzania y CBA lanzaron un producto similar denominado M-Pawa en mayo de 2014. Sin embargo, no será fácil copiar el éxito de M-Shwari por tres razones. Primero, Safaricom controla el 79 % del tráfico de voz y el 96 % de todos los mensajes de texto a través de teléfonos móviles en Kenya. Esto le proporciona una marca sólida y una base de datos extraordinariamente abundante de la cual extraer información sobre los clientes. En segundo lugar, dos tercios de la población de Kenya utilizan activamente el producto M-PESA, lo que proporciona una enorme plataforma para ofrecer un producto de valor agregado, como es el caso de M-Shwari. Por último, Kenya posee un sistema nacional de identificación bastante sofisticado y extenso de manera que los requisitos en materia de KYC no constituyen un obstáculo importante. Otros proveedores deberán ser aún más creativos y estar más atentos a las necesidades de los clientes para elaborar un producto exitoso en ausencia de estas condiciones. De hecho, en comparación con M-Shwari, M-Pawa en Tanzanía ha tenido un crecimiento mucho más lento en sus primeros meses, a raíz, probablemente, de que Vodacom tiene una menor participación en el mercado, es más difícil obtener los datos en materia de KYC debido a que no existe un sistema nacional de identificación, y se registran diferencias en la respuesta del mercado a las promociones.

M-Shwari ya es un producto muy importante en el mundo de las finanzas digitales pero su naturaleza dinámica implica que este es solo el comienzo. A medida que evolucione, será interesante tener en cuenta algunas de las cuestiones que se enuncian a continuación.

¿De qué manera los "datos masivos" y el aumento de la digitalización de los datos modificarán la oferta de servicios financieros, especialmente para los pobres? Como se analiza en el informe de Chen y Faz (2015), los grandes bancos, las empresas de tarjetas de crédito y los empresarios recurren cada vez más al enorme caudal de nueva información digital en busca de ayuda para adoptar las decisiones en materia de clasificación crediticia. Hasta el lanzamiento de M-Shwari, su aplicación a los segmentos pobres y no bancarizados de un mercado emergente parecía algo distante. M-Shwari es el primer producto de crédito en gran escala para el cual se utilizan los datos del cliente de un operador de telefonía móvil para asignarle a esa persona una clasificación crediticia inicial, antes de comenzar a prestar el servicio financiero. Esto le permite llegar a grandes sectores de la población con una oferta inicial y usar los antecedentes de endeudamiento posteriores del cliente para ampliar su historial crediticio. ¿Qué otros datos usarán los prestamistas en el futuro para atender a este segmento de clientes? ¿Qué impacto tendrá esto en las IMF y otros proveedores que dependen de oficiales de crédito para recabar datos en forma directa y en los grupos para tomar las decisiones en materia crediticia?

¿Qué consecuencias se derivan de los productos financieros suministrados en forma digital en lo que respecta a la protección del consumidor? La naturaleza virtual rápida del producto es atractiva para los clientes pero profundiza los desafíos habituales relacionados con la educación del cliente y la transparencia. ¿Qué harán proveedores como el CBA y Safaricom para educar a los clientes sobre el procedimiento para usar el producto y también sobre los términos y condiciones, incluidas las consecuencias derivadas de la presentación de informes a la central de riesgos? ¿Qué se debe hacer para que los clientes entiendan el modo en que se podrían usar sus datos y para brindarles más opciones en lo referente a su consentimiento?

¿Qué consecuencias tendrá esto para el mercado en general a medida que otros intenten repetir el éxito del financiamiento digital? Este producto exigió un enorme volumen de trabajo, en el que se aprovecharon muchas de las lecciones aprendidas por Safaricom. Tanto Safaricom como el CBA han actuado con cautela y han gestionado los riesgos cuidadosamente, pero es probable que comiencen a aparecer muchas imitaciones de este producto digital de crédito. ¿Qué grado de eficacia tendrá el financiamiento digital para montos que representen una proporción más elevada del balance general de un prestatario? ¿Qué sucede cuando aparecen imitadores que ofrecen un producto de financiamiento digital de menor calidad con algoritmos inferiores o términos y condiciones menos estrictos? Si bien actualmente la tasa de incumplimiento de pago de M-Shwari es relativamente baja, es importante resolver estas cuestiones para evitar el riesgo de que se produzca una carrera descendente o un sobreendeudamiento generalizado. Para evitar estos escenarios, es posible que se requiera una mejor divulgación de la información crediticia y una regulación más firme de la conducta del mercado.

Claramente, M-Shwari ha permitido resolver una necesidad insatisfecha de los kenianos, que ahora cuentan con un instrumento que los ayuda a gestionar los altibajos a corto plazo en el flujo de efectivo, en particular los pequeños déficits de liquidez. Es una demostración de que una asociación sólida, marcas confiables y un producto fácil, y a la vez eficaz, pueden constituir una combinación ganadora.

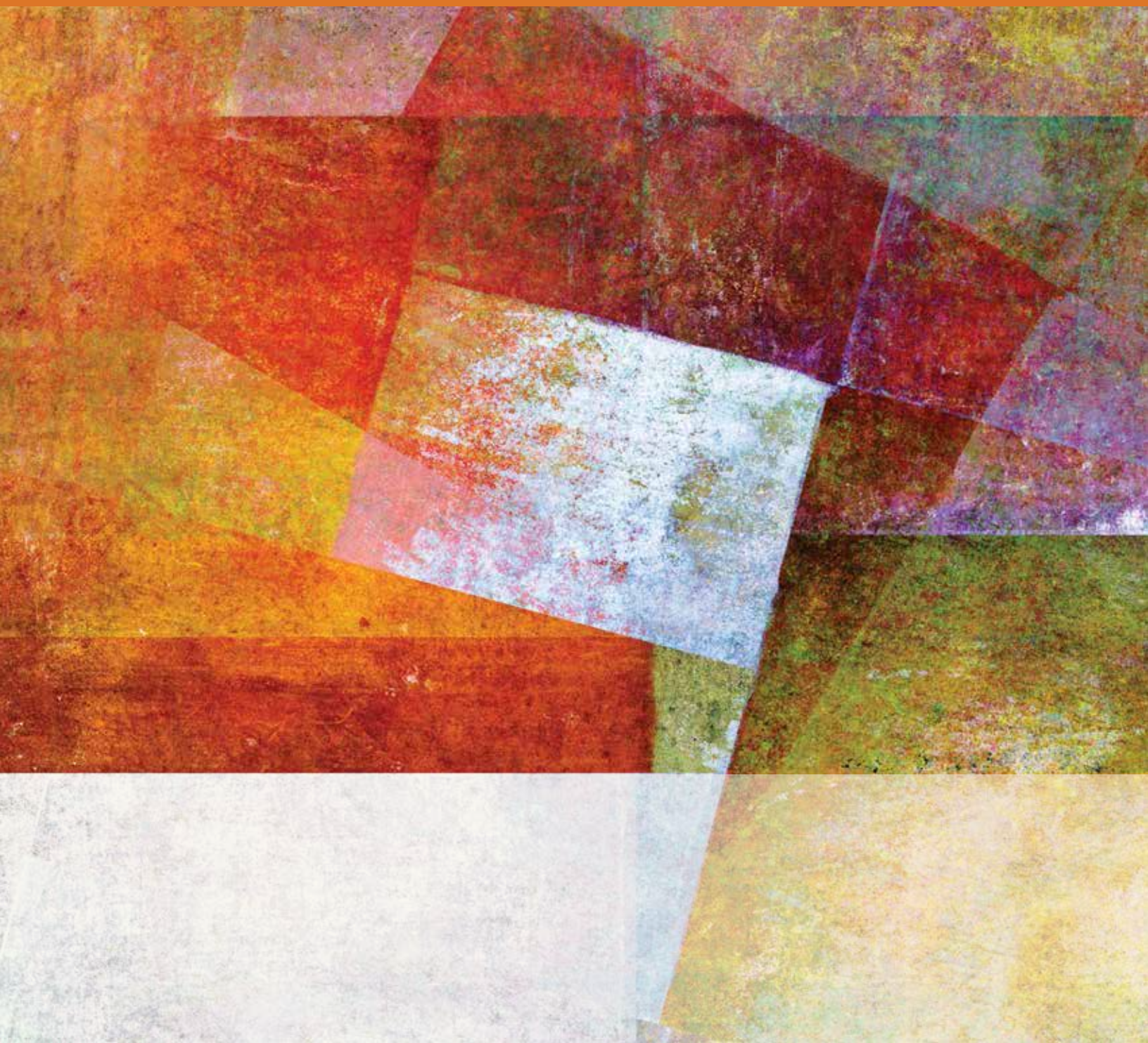
Bibliografía

Chen, Gregory y Xavier Faz, 2015, "The Potential of Digital Data: How Far Can It Advance Financial Inclusion?", Enfoques 100, Washington, DC, CGAP, enero. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-The-Potential-of-Digital-Data-Jan-2015.pdf>.

Financial Access Partnership, 2013, "FinAccess National Survey 2013: Profiling Developments in Financial Access and Usage in Kenya", Nairobi, Kenya, Financial Access Partnership, octubre. <http://www.fsdkenya.org/finaccess/documents/13-10-31_FinAccess_2013_Report.pdf>.

FSD Kenya, 2014, "Kenya Financial Diaries Shilingi Kwa Shilingi—The Financial Lives of the Poor", Nairobi, FSD Kenya, agosto. <http://www.fsdkenya.org/pdf_documents/14-08-08_Financial_Diaries_report.pdf>.

Jack, Billy y Tavneet Suri, 2012, "Reaching the Poor: Mobile Banking and Financial Inclusion", Slate Magazine Blog, 27 de febrero.

Kaffenberger, Michelle, 2014, "Digital Pathways to Financial Inclusion: Findings from the First FII Tracker Survey in Kenya", Washington, DC, InterMedia, julio. <http://finclusion.org/wp-content/uploads/2014/04/FII-Kenya-Wave-One-Wave-Report.pdf>.

Mirzoyants-McKnight, Anastasia y William Attfield, 2014, "Value-added Financial Services in Kenya: M-Shwari—Findings from the Nationally Representative FII Tracker Survey in Kenya (Wave 1) and a Follow-up Telephone Survey with M-Shwari Users", Washington, DC, InterMedia.