Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2017 - JUNIO 2017

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Ecosistema de Pagos con Dinero Electronico

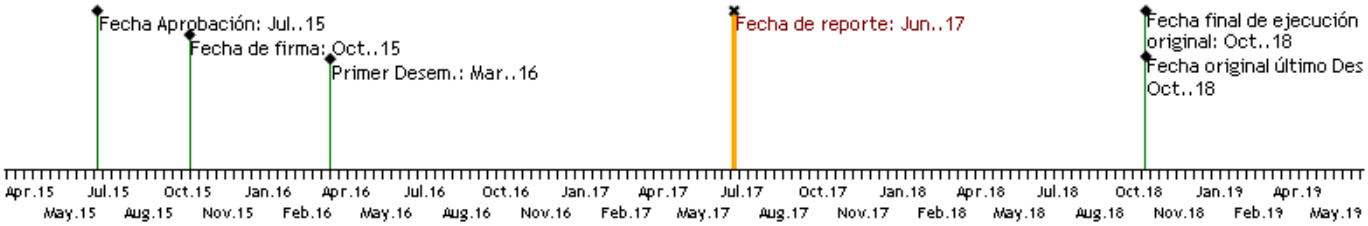
Nro. Proyecto: PE-M1106 - Proyecto No.: ATN/ME-15015-PE

Propósito: Apoyar el desarrollo del ecosistema de pagos con dinero electrónico, como herramienta para la inclusión financiera, a través de una plataforma de pagos móviles inter-operable, escalable, y accesible para la población de menores ingresos

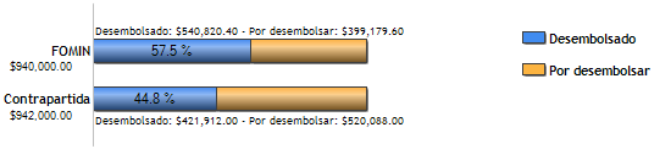
País Administrador	País Beneficiario
PERÚ	PERÚ

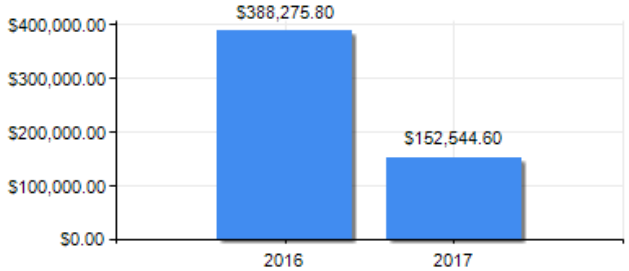
Agencia Ejecutora:	CENTRO DE ESTUDIOS FINANCIEROS DE LA ASOCIACIÓN DE BANCOS DEL PERÚ	**Líder equipo de diseño:**	CARMEN MOSQUERA
		Líder equipo de supervisión:	CARMEN MOSQUERA

CICLO DEL PROYECTO

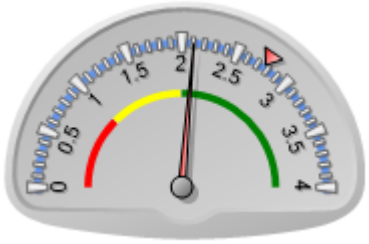


RECURSOS

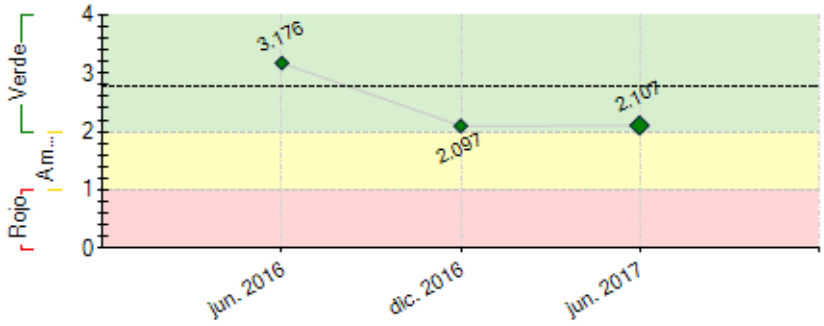




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.107
Promedio FOMIN: 2.769

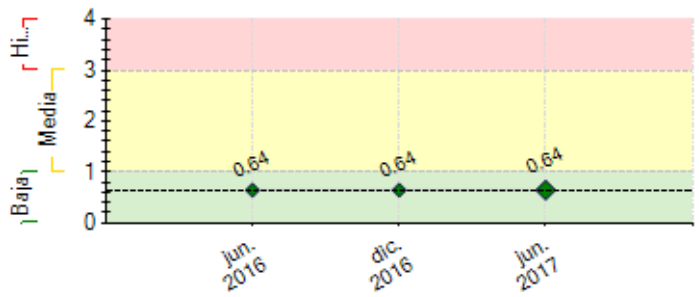


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	Baja
Adquisiciones:	Baja
Capacidad Técnica:	Baja



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.622

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

1. PRINCIPALES RESULTADOS

A junio del 2017 se ha alcanzado 384 603 usuarios Bim, de los cuales 332 793 se encuentran activos. Al cierre de junio se cuenta con 9 388 usuarios que han realizado operaciones por Bim durante los últimos 90 días, así también se ha incorpodado a 3691 puntos de la red de conversión concentrada en pequeños comercios llamados Bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones mensuales por Bim.

2 y 3 RETRASOS, RIESGOS y ACCIONES DE MITIGACIÓN

El nivel de actividad de usuarios Bim y el bajo crecimiento de nuevos usuarios se debe principalmente a la cobertura de los puntos de retiro de dinero. Para hacer frente a este reto, se ha iniciado las gestiones para integrar los 1800 cajeros ATMs del BBVA para setiembre del 2017 y para octubre la incorporación de los más de 7000 puntos del Banco de la Nación. BCP 6000 puntos.

4. PROBABILIDAD QUE EL PROYECTO ALCANCE SUS OBJETIVOS

La probabilidad que el Proyecto alcance los objetivos finales es moderada, ya que depende principalmente del fortalecimiento de la red de conversión (mayor capilaridad) y la incorporación de pago de servicios básicos que permita generar mayor uso de Bim.

5. PRINCIPALES ESFUERZOS DE LA UNIDAD EJECUTORA

*La UE está comprometida en desplegar al equipo de capacitaciones **para fortalecer la red de conversión** y mantener una activa participación en la incorporación de iniciativas tanto de socios como empresas que tienen interés en ampliar en sus puntos la presencia de Bim.*

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

1. PRINCIPALES LOGROS DEL SEMESTRE

- Capacitar e incentivar el uso de Bim vía mensajería de texto a 20000 usuarios.

-Se han incorpodado a 3691 puntos de la red de conversión concentrada en pequeños comercios llamados Bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones mensuales por Bim, esta red de Bimers es clave para desarrollar mayor cobertura de Bim, además de representar una oportunidad de negocio para estos puntos.

- Mantener el crecimiento de los puntos de conversión Bim.

2. ÁREAS DE RETRASO Y PRINCIPALES DIFICULTADES

- Implementación focalizada 2 con madres del Programa Juntos: La principal dificultad ha sido obtener un mandato político que promueva la involucración del programa para escalar el uso de Bim.

- Implementación focalizada 3 con Jóvenes de Beca 18 que reciben EF, si bien se cuenta con el material desarrollado, se ha tenido grandes dificultades en la implementación por cambios de miembros del Programa Nacional de Becas.

3. ACCIONES CLAVES PARA ENFOCAR LOS ESFUERZOS DEL SIGUIENTE SEMESTRE

- Desarrollar la red de conversión, principalmente los puntos de retiro de dinero, a fin de año se espera contar con 14 800 (1800 del BBVA, 7000 del Banco de Nación y 6000 del BCP).

- Desarrollo del canal de Bim en universitarios.

- Integrar a Bim como medio de pago a los más de 700 000 encuestadores para el Censo Nacional.

- Incentivar el envío de dinero por medio de Bim e incorporar el pago de servicios básicos por medio Bim (Tasas del Banco de la Nación).

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
Fin: Contribuir con la inclusión financiera de la población tradicionalmente desatendida y sub-atendida por servicios financieros, mediante la disminución del costo y tiempo de las transacciones financieras, y el mejoramiento de la variedad y calidad de los servicios financieros a los que acceden	I.1	Reducción del tiempo dedicado a desplazarse para realizar transacciones financieras se reduce (y se puede utilizar en la vida personal o negocio en las personas) (CRF 310401)	0				20	0	
							Oct. 2018		
	I.2	Incremento del Nivel de ahorro de las personas (CRF 211100 y 310300)	0				20	0	
							Oct. 2018		
	I.3	Reducción del Costo transaccional y de transporte para realizar pagos se reduce	0				10	0	
							Oct. 2018		
	I.4	Reducción del riesgo por manejo de efectivo	0				10	0	
							Oct. 2018		
Propósito: Apoyar el desarrollo del ecosistema de pagos con dinero electrónico, como herramienta para la inclusión financiera, a través de una plataforma de pagos móviles inter-operable, escalable, y accesible para la población de menores ingresos	R.1	Un ecosistema de pagos con dinero electrónico en funcionamiento en el Perú (CRF 450600)	0				1	1	
							Oct. 2018	May. 2017	
	R.2	Apertura de cuentas de dinero electrónico (CRF 210500)	0	100000	500000		1000000	242184	
			Oct. 2015	Oct. 2016	Oct. 2017		Ene. 2019	Dic. 2016	
	R.3	Uso activo de las cuentas de dinero electrónico (CRF 160101 y CRF 210400)	0	40000	200000		400000	3200	
			Oct. 2015	Oct. 2016	Oct. 2017		Oct. 2018	Ene. 2017	
	R.4	Cantidad de dispersores y recaudadores en el ecosistema (CRF 450300)	0	10			20	7	
				Oct. 2017			Oct. 2018	Dic. 2016	
	R.5	Número de agentes corresponsales registrados operando con la plataforma (CRF 450300)	0	400	800		1500	5421	
				Oct. 2016	Oct. 2017		Oct. 2018	Dic. 2016	
	R.6	Número de entidades relevantes que reciben productos de conocimiento generados por el proyecto (CRF 150100)	0	100	200		400	20	
				Oct. 2016	Oct. 2017		Oct. 2018	Dic. 2016	
Componente 1: Educación para la inclusión financiera y uso de canal **Peso:** 34% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C1.I1**	Implementaciones focalizadas de EF diseñadas, en ejecución, evaluadas e incorporadas en la estrategia de EF del gobierno peruano y de PDP/CEFI							En curso
							Oct. 2018		
	C1.I2	Implementación focalizada 1. Mujeres receptoras de Juntos en varias regiones que reciben EF (canal: SMS)	0	10000	20000		40000	5350	Atrasado
				Oct. 2016	Oct. 2017		Oct. 2018	Dic. 2016	
	C1.I3	Implementación focalizada 1. Mujeres receptoras de Juntos en varias regiones que abren una cuenta de dinero electrónica	0	2000			5000		En curso
				Oct. 2017			Oct. 2018		
	C1.I4	Implementación focalizada 2. Mujeres receptoras de Juntos (Piura) que reciben educación financiera (canal: presencial) /	0	5000	10000	10000	10000	1087	Atrasado
				Abr. 2016	Oct. 2016	Oct. 2017	Oct. 2018	Dic. 2016	
	C1.I5	Implementación focalizada 2. Mujeres receptoras de Juntos (Piura) que abren una cuenta de dinero electrónica	0	3000	3000		3000	123	Atrasado
				Oct. 2016	Oct. 2017		Oct. 2018	Dic. 2016	
	C1.I6	Implementación focalizada 3. Jóvenes de Beca 18 que reciben EF (canal: intranet)	0	7000	7000	7000	7000		Atrasado
				Abr. 2016	Oct. 2016	Oct. 2017	Oct. 2018		
	C1.I7	Implementación focalizada 3. Jóvenes de Beca 18 que abren una cuenta de dinero electrónico	0	2100	2100		2100		Atrasado
				Oct. 2016	Oct. 2017		Oct. 2018		
	C1.I8	Personas que acceden a nuevas prácticas o tecnologías a través de la implementación de herramientas y eventos de educación financiera escalable (CRF 210400)	0	27000	37000		57000		Atrasado
				Oct. 2016	Oct. 2017		Oct. 2018		
	C1.I9	Ampliación del módulo de educación financiera (de beca 18) a otros centros de educación superior, donde haya jóvenes de beca 18	0				5		
							Oct. 2018		
	C1.I10	Plan de escalabilidad de la educación para la inclusión financiera y el uso de la billetera electrónica							
							Oct. 2018		
	C1.I11	Agentes corresponsales capacitados para el uso del nuevo canal	0	800	500		3000	800	En curso
				Oct. 2016	Oct. 2017		Oct. 2018	Dic. 2016	
	C1.I12	Call centers entrenados para atención de usuarios	0	30	50		60	6	Atrasado

				Oct. 2016	Oct. 2017		Oct. 2018	Dic. 2016	
Componente 2: Alianzas comerciales inclusivas **Peso:** 33% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	Criterios de priorización de acuerdos comerciales definidos						Si	Finalizado
							Oct. 2018	Nov. 2016	
	C2.I2	Desarrollo de propuestas comerciales inclusivas) con dispersores / recaudadores /redes de aceptación operando	0	5			10		En curso
				Oct. 2017			Oct. 2018		
	C2.I3	Manual de evaluación y desarrollo de alianzas comerciales inclusivas	0				1	1	Finalizado
							Oct. 2018	Nov. 2016	
	C2.I4	Número de usuarios activos de las alianzas (P2B, P2P, B2P, G2P, P2G, B2B)	0	5000			30000		En curso
				Oct. 2017			Oct. 2018		
Componente 3: Conocimiento y difusión **Peso:** 33% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	Un estudio de caso sobre el desarrollo del ecosistema de dinero electrónico	0				1		
							Sep. 2018		
	C3.I2	Eventos para compartir los aprendizajes	0	1			2	6	Finalizado
				Oct. 2016			Oct. 2017	Dic. 2016	
	C3.I3	Participación en eventos nacionales e internacionales externos	0	2	2		3		En curso
				Oct. 2017	Oct. 2017		Sep. 2018		
	C3.I4	Entidades locales (públicas, privadas, sociedad civil) portenciales participantes del ecosistema (dispersores, recaudadores, redes de aceptación) conocen el Modelo Perú	0	100	100		200		
				Oct. 2017	Oct. 2017		Sep. 2018		
	C3.I5	Entidades de otros países de la región (superintendencias, instituciones financieras, Telcoms o potenciales recaudadores, dispersores y redes de aceptación) conocen el Modelo Perú	0	100	100		200		En curso
				Oct. 2017	Oct. 2017		Sep. 2018		

Hitos		Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado
H0	Condiciones previas	7	Abr. 2016	7	Mar. 2016	Logrado
H1	Intervención con mujeres de Juntos en Catacaos	1	Sep. 2016	1	Sep. 2016	Logrado
H3	[*] Fin de implementación del módulo de capacitación en la plataforma de Beca 18	0	Dic. 2016	1	Dic. 2016	Logrado tarde
H2	[*] Inicio de interacciones con usuarios vía SMS	0	Mar. 2017	1	Abr. 2017	Logrado tarde

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO
[No se reportaron factores para este período]

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. Que las personas no utilicen el producto de monedero electrónico.	Baja	Capacidad de reacción y flexibilidad de PDP para lograr el uso y/o motivar a los usuarios	Project Guest
2. Que las personas no utilicen el producto de monedero electrónico.	Baja	Capacidad de reacción y flexibilidad de PDP para lograr el uso y/o motivar a los usuarios	Project Guest
3. Que no sea una buena experiencia de usuario, por problemas tecnológicos.	Baja	Se están haciendo pruebas desde inicios de 2015 con las entidades participantes.	Project Guest
4. Que no sea una buena experiencia de usuario, por problemas tecnológicos.	Baja	Se están haciendo pruebas desde inicios de 2015 con las entidades participantes.	Project Guest
5. Que el proceso de conexión de la tecnología se demore.	Baja	Mitigación: se están haciendo pruebas desde inicios de 2015 con las entidades participantes.	Project Guest

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 6 **RIESGOS VIGENTES:** 6 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 0

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

-Fortalecer la red de puntos de conversión de dinero incentivando la adopción de Bim en pequeños comercios llamados Bimers. A través de capacitaciones contantes, asesoramiento en punto, velando por brindar los incentivos adecuados, representando una oportunidad de negocio para los Bimers.
- Ampliar los puntos de reitro de dinero.
- Incorporar nuevas operaciones por Bim.
-Educar a los usuarios en temas financieros, tecnológicos, fomentando a la vez el uso de dinero electrónico.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor

1. -Un esfuerzo conjunto de múltiples actores con una única meta de inclusión financiera: Actualmente en el Perú se cuenta con 5 servicios en funcionamiento de dinero Bim bim, Tu Dinero Móvil, Efectivo Móvil, aPanda y Monet. Estos servicios son ofrecidos por instituciones de distinta naturaleza jurídica. El caso de bim es de particular importancia al ser una iniciativa del sector privado que congrega a más de 30 emisores de dinero móvil. Los emisores han invertido para establecer una plataforma tecnológica única, que permite la interoperabilidad entre emisores y entre empresas de telecomunicaciones. Esta novedosa iniciativa ha contado desde el principio con el apoyo de los reguladores y supervisores del sistema financiero. La plataforma se encuentra liderada por la Asociación de Bancos del Perú, institución gremial que agrupa a los bancos y las instituciones financieras privadas de Perú. Esta plataforma de pagos digitales se conoce como El Modelo Perú, la cual incluye 30 instituciones	Design	Trivelli, Carolina
2. -Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
3. -Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
4. -Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
5. -Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
6. -Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
7. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
8. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
9. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
10. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y	Sustainability	Trivelli, Carolina

necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.		
11. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
12. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
13. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
14. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
15. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
16. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
17. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina
18. Los pequeños comercios del canal tradicional son claves para poder tener mayor capilaridad y cobertura para poder tener mayores puntos de conversión de Bim, de esta manera se inició una estrategia de afiliación de estos negocios a Bim a los que denominamos Bimners. A diferencia de otros países, en el Perú, una de las principales operaciones realizadas por los Bimers para la familiarización con el sistema fueron las recargas de celulares, mecanismo que permitió usar el canal Bim como una alternativa más eficiente e integral disponible las 24 horas del día y que les daba la flexibilidad de poner dinero electrónico a sus billeteras según su nivel de ventas y necesidades. Esta estrategia nos ha permitido incorporar a más de 3691 bimers quienes son los responsables de 168 146 transacciones promedio mensuales por Bim.	Sustainability	Trivelli, Carolina