

MICROFINANZAS®

www.microfinanzas.pe

SÍGUENOS:     



FORTALECER A LAS MICROFINANCIERAS

A pesar del crecimiento económico sostenido e importante que ha tenido el Perú en los últimos 20 años, la accesibilidad a los servicios financieros sigue siendo un tema pendiente. Es importante ampliar la cobertura y profundización de los servicios financieros para lograr que todos los segmentos de la población estén en la capacidad de acceder a ellos y utilizarlos. De esta manera será posible mejorar el bienestar y calidad de vida de toda la población.

FEPCMAC

Las Cajas Municipales muestran resultados alentadores pese al complicado escenario del ejercicio 2021. Su fortalecimiento se manifiesta en el financiamiento del sector MYPE convirtiéndose en el principal aliado para la reactivación y crecimiento de este sector económico que es el más importante de nuestro país.

Pág. 2

SIM 2022

El próximo abril se realizará en Arequipa el Seminario Internacional de Microfinanzas, teniendo como anfitrión a la Caja Arequipa del 21 al 23 de abril, en el Centro de Convenciones de Cerro Juli y el tema Humanizando la Transformación Digital.

Pág. 3

GESTIÓN DE COBRANZAS

El Modelo tradicional de cobranza es obsoleto los tiempos que vivimos demandan que las entidades microfinancieras innoven se adapten a los cambios tecnológicos. La pandemia aceleró la innovación y propició la necesidad de utilizar canales de gestión de cobranzas virtuales y digitales.

Pág. 8-9



VERSIÓN DIGITAL

Por: Wilder Mayo Méndez - Director

CAJAS MUNICIPALES COLOCARON S/ 28,936 MILLONES EN EL 2021

Se proyecta un crecimiento anual entre 11% a 12% para el 2022 en colocaciones de créditos y un crecimiento anual entre 7% a 8% en depósitos.

Al mes de diciembre de 2021, las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) registraron un crecimiento anual de 10.9% (S/ 2,846 millones) obteniendo en la cartera de créditos S/ 28 936 millones en comparación al periodo de diciembre de 2020, informó hoy la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC).

Los productos financieros más demandados son los que están dirigidos a los empresarios del sector de microempresa y pequeña empresa (mype), donde representan el 67.8% (S/ 19,628 millones) del total de colocaciones del sistema CMAC.

Otro producto que alcanzó un desarrollo importante son los créditos de consumo que concentran el 19.9% (S/ 5,750 millones).

En cuanto a depósitos al mes de diciembre de 2021, las Cajas Municipales registraron S/ 24,526 millones en la cartera de captaciones.

Entre estos, los productos más demandados fueron los depósitos a Plazo Fijo que son el 58% del total de la cartera (S/ 14,130 millones) y que tuvieron un aumento de S/ 674 millones con respecto al periodo diciembre de 2020.

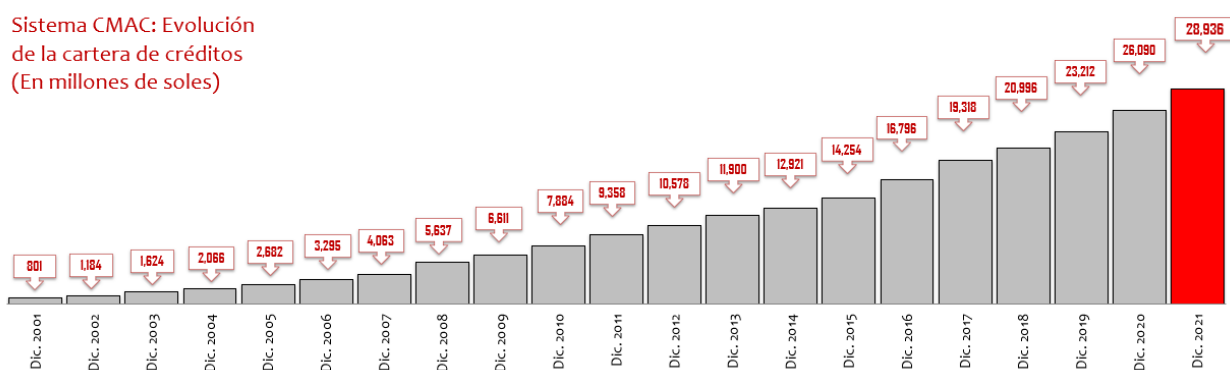
Asimismo, en el proceso de la inclusión financiera el sistema de Cajas Municipales al mes de diciembre de 2021 cuenta con 960 agencias a nivel nacional (81% están en el interior de las provincias) y más de 58 mil agentes corresponsales (73% están en el interior de las provincias), señaló Fernando Ruiz Caro, presidente de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC).

Proyección:

En la cartera de los créditos del sistema de Cajas Municipales se proyecta para el periodo de diciembre de 2022 contar con un crecimiento anual entre 11% a 12%, con un saldo de cartera alrededor de los S/ 32,000 millones.

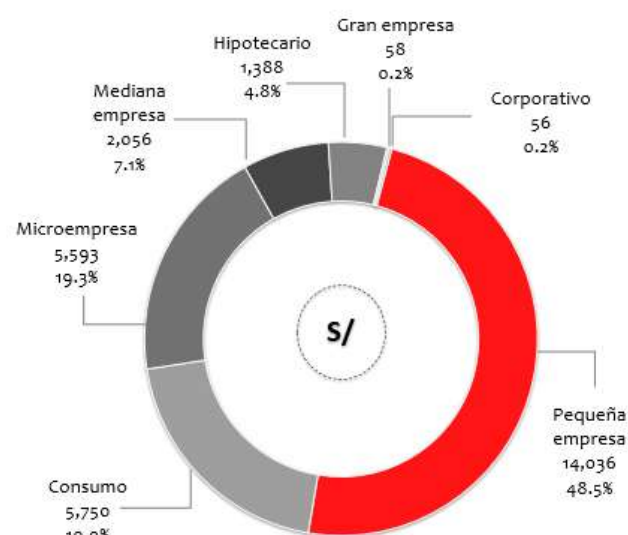
En la cartera de los depósitos del sistema de cajas municipales se proyecta para el periodo de diciembre de 2022 contar con un crecimiento anual entre 7% a 8% con un saldo de cartera alrededor de los S/ 26,000 millones.

Sistema CMAC: Evolución de la cartera de créditos (En millones de soles)

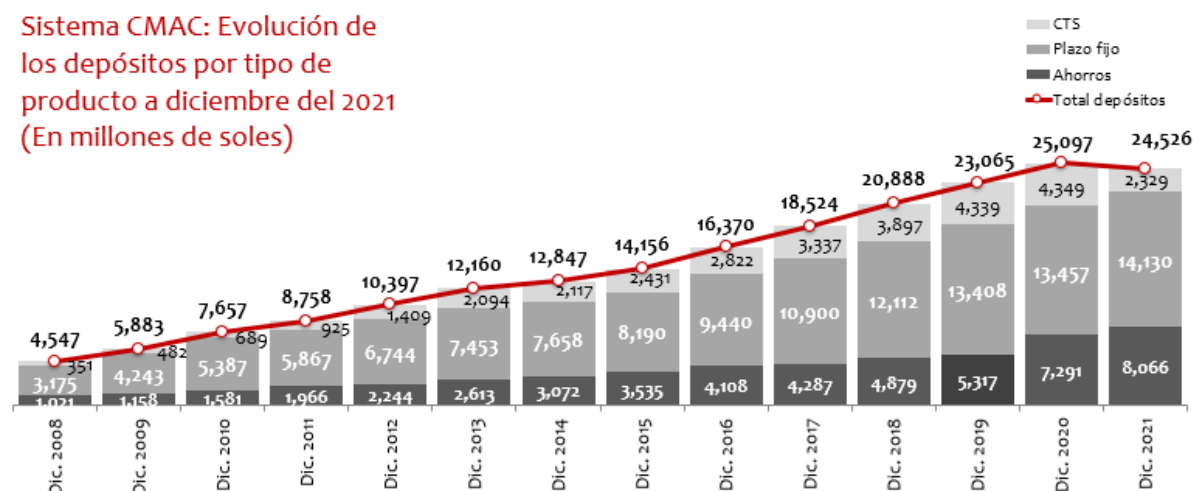


Sistema CMAC: Distribución de la cartera por tipo de crédito a diciembre del 2021 (En millones de soles)

TIPO DE CREDITO	Diciembre de 2021	
	SALDO	PARTICIPACION
Pequeña empresa	14,036	48.5%
Consumo	5,750	19.9%
Microempresa	5,593	19.3%
Mediana empresa	2,056	7.1%
Hipotecario	1,388	4.8%
Gran empresa	58	0.2%
Corporativo	56	0.2%
Total Sistema CMAC	28,936	100%



Sistema CMAC: Evolución de los depósitos por tipo de producto a diciembre del 2021 (En millones de soles)



Fuente: Reporte de Estadísticas Rápidas FEPCMAC a diciembre de 2021
Elaborado por: Departamento de Asesoría Técnica - FEPCMAC.

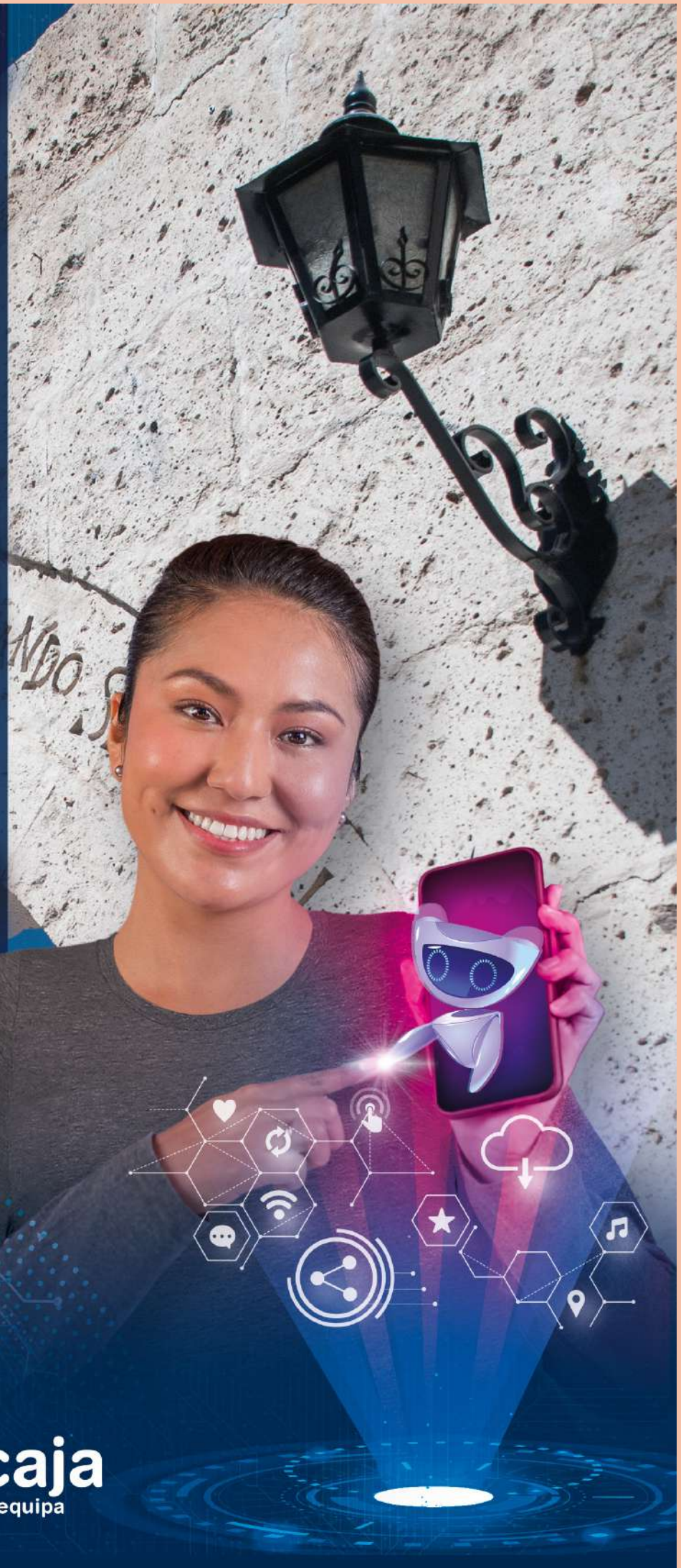
SIM AREQUIPA 2022

Seminario Internacional de Microfinanzas

21^{al} 23
de Abril

Centro de Convecciones de Cerro Juli - Arequipa

Humanizando la Transformación Digital



LOS CRÉDITOS CASTIGADOS SUMAN S/ 10, 075 MILLONES

A noviembre del año pasado los créditos castigados en todo el sistema financiero aumentaron 156% frente al mismo periodo de 2020. Solo en el sistema de cajas crecieron 71%. Es necesario replantear las estrategias de cobranzas, afirmó Denis Núñez Arias, Director Gerente de ICC Instituto de Créditos y Cobranzas.



Al 30 de noviembre 2021, en el sistema financiero peruano consolidado (SFPC) encontramos S/ 10, 075 millones en créditos castigados que representan un 156% por encima del 2020. ¿Qué representan este volumen de créditos castigados en la cartera de colocaciones de cada empresa financiera? ¿Cómo impactará en el estado de resultados? A la misma fecha, el sistema de cajas municipales (CM) tiene S/ 642 millones en créditos castigados que son un 71% por encima del 2020 y 65% respecto el 2019.

Para Denis Núñez Arias, Director Gerente de ICC Instituto de Créditos y Cobranzas, el 2022 debe ser un mejor año en cobranzas, considerando que se tiene S/ 10, 075 millones en créditos castigados que no sólo afectarán las utilidades sino que afectan su patrimonio al asumir las pérdidas.

“Por lo tanto, hay que tener en cuenta que un mejor año 2022 en cobranzas no sólo se espera, sino que ¡se produce! Y, ¿qué lo produce?, nuestro apetito por maximizar los ingresos y nuestro apetito por minimizar el gasto de provisione”, comentó.

Al cierre de noviembre 2021, el sistema financiero peruano presenta un gasto de provisiones de S/ 6,744 millones que, si bien ha disminuido respecto a noviembre 2020, aún en algunas empresas financieras los niveles de gasto de provisiones siguen muy por encima que el 2019. A la misma fecha, el sistema CMAC tiene gasto de provisiones 11.4% por encima de noviembre 2020 pero 39.1% por encima de noviembre 2019.

A noviembre 2021, los ingresos financieros del sistema financiero peruano por S/ 33,712 millones han disminuido en -5.5% respecto de noviembre 2020 y

-14.4% respecto de noviembre 2019 por S/ 5,650 millones. “El gasto de provisiones del SFPC a octubre es de S/ 6,415 millones, superando el gasto anual de provisiones del 2019, sin embargo, a noviembre este ahorro en gasto de provisiones no se refleja en la disminución de mora ni en el incremento de ingresos. A noviembre 2021, el sistema CMAC presenta ingresos financieros por S/ 4,062 millones con un incremento de 2.9% respecto noviembre 2020 pero con una disminución de -6.1% respecto noviembre 2019”, precisó Nuñez.

RECOMENDACIONES

¿Qué debemos descubrir? En opinión de Nuñez, lo primero que se debe hacer es identificar que se hizo bien o mal y que se dejó de hacer en cobranzas. Así, por ejemplo, en personas quizás decidimos por mantener a todo un equipo donde por naturaleza existen personas que son pocas productivas, otras medianamente productivas y otras muy productivas.

“Después de 21 meses de pandemia es necesario evaluar el equipo y sólo mantener los que realmente son productivos y atraer nuevo talento que genere resultados disruptivos”, acotó.

¿Qué debemos reconocer? Según Nuñez hay que empezar por reconocer que los resultados del 2020 y 2021 no están al nivel de años pre pandemia. Así, por ejemplo, los niveles de ingresos, utilidades, ROE y ROA han disminuido dramáticamente. Si no empezamos por este reconocimiento entonces estamos empezando mal porque existe una ceguera en la gestión. Asimismo, en tecnología reconocer que una solución tecnológica sobre personas y procesos sin optimizar no es la solución; lo dicen la disminución

de resultados en ingresos y el incremento del gasto de provisiones.

¿Qué debemos crear? En esta nueva normalidad los modelos de gestión de cobranzas requieren ser rediseñados desde sus fundamentos. Se tiene 21 meses de gestión de cobranzas para evaluar si las estrategias de cobranzas deben rediseñarse para maximizar los ingresos y minimizar las provisiones.

¿Qué debemos conquistar? Es necesario plantearse como objetivo superar los resultados del 2019. “Si nos proponemos mejorar los resultados del 2021 será un mal punto de partida. Hoy, muchos líderes muestran informes con mejoras respecto del 2020, pero no puede considerarse mejora si es que los ingresos disminuyeron -21% respecto del 2019 y luego decir que sólo disminuyó en -13% respecto del 2020 porque en términos reales hubo una disminución del 31.3%”, afirmó el especialista.

Por último, recomendó conquistar nuevos objetivos estratégicos de ingresos y gasto de provisiones para que el fortalecimiento patrimonial que tanto esperan algunas empresas financieras sea la mejor solución. “Entrar a un programa de fortalecimiento y mantener la tendencia de estos resultados sólo será dilatar otras decisiones.

Se requiere fortalecimiento patrimonial porque sin ello no se puede proceder a realizar el 100% de castigos que de otra forma afectaría el ratio de capital global (RCG) que hoy, por medidas excepcionales, ha bajado a 8% pero si esta excepción se levanta, algunas empresas financieras que ya están por debajo de 10% estarían incumpléndolo”, concluyó el director gerente de ICC Instituto de Créditos y Cobranzas.

Envía y recibe dinero en un **PLIN**.



Ahora tenemos una forma **más simple** de enviar tu dinero.



Te entendemos, te atendemos



PROPONEN QUE PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PATRIMONIAL SEA ESPECÍFICO PARA CADA ENTIDAD

La actual ley y su respectivo reglamento es muy general y no se adapta a la realidad que afrontan entidades como las cajas municipales, financieras o cooperativas, aseguró Ronald Casana, Gerente General de Equilibrium Financiero.

—¿Cuál es su opinión sobre la ley de fortalecimiento patrimonial?

Los dueños de las cajas municipales son las municipalidades provinciales, entonces al ceder sus acciones no van a tener el control total sobre las decisiones financieras en la caja. En parte es bueno porque coloca personas especializadas. No olvidemos que los accionistas no necesariamente deben de tener conocimientos financieros sobre el manejo de una caja municipal. Por ello, es bueno que personas idóneas representadas por Cofide estén al frente de las cajas.

Si no han crecido en el tiempo, si no han desarrollado mayores posibilidades de otorgamiento de crédito o recapitalización de sus utilidades es porque esa entidad tiene alguna deficiencia. Otras cajas crecieron porque tienen un mejor manejo y desarrollo.

Considero que es bueno este programa de fortalecimiento, sobre todo para las entidades pequeñas. Las entidades grandes ni siquiera la van a mirar porque no necesitan de ella, igual las entidades especializadas en microfinanzas, van a necesitar y a través de bonos subordinados van a ceder que un representante de Cofide participe en su accionariado.

—El programa también ha incluido a las cooperativas...

Se ha incluido a las cooperativas porque muchas personas dudan de estas y el propio ente regulador (SBS) también tiene dudas sobre las cooperativas. Recordemos que son poco más de 400 cooperativas y el ente regulador no se ha dado abasto. Recién están supervisando las cooperativas de nivel 3, que eran 13; están en el 20% del nivel 2 que son poco más de 200, entonces imaginemos cuando lleguemos a las cooperativas de nivel 1 que están mucho más informales, no todas llegan a presentar su documentación.

Entonces lo que quiere el ente regulador es darles la oportunidad a ellos para que hagan un sinceramiento de sus estados financieros y después opten por fusionarse o salir del régimen del paraguas de la SBS, o en todo caso pedir ayuda a la SBS para que ellos puedan dirigir en parte del accionariado de la cooperativa. Entonces si lo ves desde un punto de vista financiero, es idóneo porque ayuda a salvaguardar el interés del ahorrista.

Porque muchos nos preocupamos de la entidad financiera cuando ya quebró, cuando sale el comunicado y para esto hay una serie de procedimientos. No es que la SBS intervenga de la noche a la mañana,



mínimo hay un año de estudio y conversaciones para ver qué está pasando.

Los que se van a quejar son las empresas financieras que están en el medio porque sé que necesito apoyo porque tampoco quiero que alguien me maneje y no van a querer que se les exija tanto.

—¿Qué sería lo idóneo para estas empresas financieras medianas?

Sí, deberían acceder porque si bien es cierto la SBS no va a ser el dueño total y no se va a quedar para siempre. Mientras la entidad financiera recupere sus niveles, va a seguir acompañado de esa asesoría. Recordemos que los fondos que necesitan van a ser unos fondos al patrimonio efectivo, es decir va a ser dinero líquido que es lo que necesitan.

Esta asesoría tiene un límite de 4 años y luego de eso se verá cómo han mejorado los estados financieros y el Estado se va a retirar y nuevamente la municipalidad se va a quedar con el total del accionariado.

—Las cajas grandes también cuestionan la ley de fortalecimiento...

Claro porque significa sumar un nuevo miembro al directorio. Si antes eran 7 u 8, ahora tienen uno más que puede darse el caso que tenga una visión distinta a la perspectiva que ellos tienen.

Ahora hay que ver si la entidad financiera está en la capacidad de poder negociar inyección de dinero con otras entidades externas, bienvenido sea. Pero si mis números están en rojos, si soy consciente de que

mi morosidad está creciendo y que muchas entidades no me van a dar el crédito y si me dan es con una tasa de interés alta que no sopesa el nivel de crédito que yo otorga a la tasa de interés, entonces lo mejor es acogerse al programa de fortalecimiento.

—Algunas cajas pequeñas ya se han acogido al programa

Es lo más lógico considerando que son las más afectadas, en el sistema de cajas hablamos puntualmente de 4 a 6 entidades. Entre las que se acogieron están Santa, Paita, Sullana y Tacna, que se han acogido porque sus indicadores están altos y ellos han buscado financiamiento externo, pero no les han dado porque sus números no los acompañan. Entonces la única opción que les ha quedado.

—¿Cómo se podría mejorar el programa de fortalecimiento patrimonial para que termine de agradar a la mayoría de entidades?

Ahora último que vi la ley que sacaron, especialmente la de las cooperativas, tienen que ver la realidad de la entidad microfinanciera porque a veces la ley la hacen muy general pero la realidad es distinta para cada entidad.

Creo que deberían sacar una ley de fortalecimiento específica para las cajas municipales, otra para las financieras y otra para las cooperativas considerando que cada una de estas entidades tiene realidades distintas y contexto de crédito. Las cooperativas son más créditos de consumo, en cambio las cajas no. Deberían sacar un plan o su reglamento debería ser distinto para cada uno.

INVIERTE EN SOLUCIONES INCREMENTA TU RENTABILIDAD

1ER

SOFTWARE OMNICANAL
DEL MERCADO QUE
INTEGRA EN UNA MISMA
PLATAFORMA SMS,
CORREOS Y WHATSAPP.

1ER

SOFTWARE PARA EL
SECTOR MICROFINANZAS
PARA LA CONTENCIÓN DE
MORA Y AHORRO DE
PROVISIONES.

 **CR**
TECNOLOGÍA

CONTÁCTANOS



965 159 315



VISITANOS EN

AV GUARDIA CIVIL 1321
OFICINA 1403

“EL MODELO TRADICIONAL DE COBRANZA HA LLEGADO A SU OBSOLESCENCIA”

El escenario actual demanda que las entidades del sector microfinanciero innoven sus estrategias de gestión de cobranzas. Una alternativa es CR Gestión, el primer software para gestionar el riesgo crediticio en la etapa de la devolución, reduciendo la morosidad y la provisión contable, afirmó Marco Antonio Calderón Ramos, Gerente General de CR Group.

— ¿Ha cambiado la gestión de cobranzas en este escenario?

La pandemia alejó la presencialidad y contacto físico entre la Entidad Financiera y el Cliente deudor; ello, además de otros factores propiciaron la necesidad de utilizar e innovar en canales de gestión de cobranzas virtuales y digitales.

Actualmente vemos el avance del riesgo crediticio, la falta de liquidez y menor capacidad de pago de los clientes debido a la pandemia.

En este escenario la tasa de morosidad ha aumentado en todos los sectores, principalmente en el sector emergente y eso hace que las acciones de cobranza que se venían realizando pre pandemia cambiaran.

Básicamente hay que hacer foco en las herramientas tecnológicas que nos ayudarán a gestionar mejor este riesgo crediticio.

— ¿Puntualmente en qué ha cambiado? Hagamos hincapié en el sector más afectado, el de las microempresas.

La gestión de la contactabilidad al cliente deudor – ingrediente indispensable para la cobranza – cambió; además de la necesidad de robustecer los canales de gestión tradicionales como la visita domiciliaria, call center, sms, whatsapp, correos, lvs, Courier, entre otros; se requiere que todos estos canales estén integrados y sistematizados.

Partamos de la premisa que el sector emergente es un sector altamente informal cuyas tasas de colocación son más altas comparadas con el sector más bancarizado.

Entonces con las medidas implementadas para frenar el avance de la pandemia muchos de esos microempresarios tuvieron que cerrar sus negocios. En ese escenario, la tarea más complicada de la entidad financiera fue contactar a ese cliente y conocer sus nuevas necesidades crediticias.

Estas variables que no se tenían antes, ahora es necesario sistematizarlas y consolidarlas en un software.

— ¿Cuáles son esas nuevas variables que han salido durante la pandemia?

Lo resumiría en la Omnicanalidad en la gestión de cobranza. Para explicarme, mientras la multicanalidad gestiona cada canal tradicional de cobranza en forma independiente; la omnicanalidad apunta a gestionarlos en forma integrada.

Las nuevas variables son la alta morosidad y la menor capacidad de pago.

La informalidad sumada a la falta de sistematización del proceso de cobranza les quita oportunidades a las entidades del sector microfinanciero.

No se puede sostener un proceso de cobranza con solo indicarle al asesor de créditos que salga a visitar al cliente o encargarle a una empresa de cobranza que cobre al cliente y todos esos resultados se depositen en un Excel y se haga la estadística. Eso no funciona.

Este modelo de cobranza ha llegado a su obsolescencia considerando que ahora debemos aprender a sistematizar el proceso de cobranza, las visitas, los mensajes, canales de comunicación y canales virtuales.

Todos esos canales no están sistematizados. Esa es la variable que el mercado necesita incluir a su sistema de cobranza.

— Con respecto a la sistematización de cobranzas, ¿en el mercado peruano no hay entidades que estén aplicando eso?

Lo que hay es disperso. Varias herramientas aisladas, por ejemplo, le podemos llamar sistematización a las visitas cuando tienes un móvil con una app que monitoree la visita del asesor de cobranza en campo, cuando visite la casa.

1Es un buen avance, pero está aislada, no está conectada a un sistema centralizado.

Podemos hablar de sistematización si tenemos un scoring que en Excel programe la categoría de riesgo de un cliente, pero es una herramienta aislada.

Podemos decirle que tiene la sistematización de encargarle el portafolio a una empresa externa de cobranza, pero esa empresa externa entrega resultados a fin de mes, no hay un sistema que en línea todos los días alimente ese resultado de la empresa externa de cobranza.

Entonces, las herramientas y lo que se tiene que hacer de forma clara existen, pero son esfuerzos muy manuales, no interactúan entre ellos, no hay tableros de control y tampoco mediciones.

Esto sucede porque el negocio bancario y financiero siempre ha estado centrado hacia el área comercial, colocar y colocar, pero la pandemia ha evidenciado que tan importante como colocar es cobrar y que ese dinero retorne.

— ¿Según su experiencia en cuanto mejoraría la eficiencia de los cobros al implementarse esta sistematización integrada?

Uno de los elementos para medirlo son las provisiones. Las provisiones bancarias son las que te restan liquidez cuando tienes cartera morosa y esas provisiones las exige la SBS.

A mayor morosidad, mayor gasto de provisiones; y las entidades financieras saben que reduciendo su morosidad bajan las provisiones y tienen mayor liquidez.

Estimamos que con la implementación de este software y esta sistematización que es novedosa con la interacción de diferentes canales, la mejora en la liberación de provisiones o en la contención de la morosidad está en un rango de 10 a 30% en los primeros 6 meses, lo cual significa varios miles de soles en liberación de provisiones y liquidez.

CR GESTIÓN

— Está lanzando al mercado una herramienta digital que ayudará a las entidades microfinancieras gestionar el riesgo crediticio. Precise

Sí, se llama CR Gestión, es el primer software del mercado que va dirigido exclusivamente a cajas y financieras para vigilar el portafolio crediticio vencido y castigado también.

Con CR Gestión, la estrategia de cobranza va a estar ingresada dentro de un software. De esta manera, por primera vez en el mercado esta estrategia se va a automatizar y se podrá visualizar diariamente bajo un sistema de semaforización el vencimiento de un crédito desde el primer día.

Este sistema va a tener acceso a cuatro perfiles, a nivel de asesor, jefe de agencia, jefe zonal y de gerencia de riesgos o cobranza. Entonces el responsable de estrategia lo que tiene que hacer es, en unos pocos minutos, ingresar al sistema y establecer su estrategia.

Por ejemplo, ingresa al sistema y empieza a marcar con check: quiero que todos los créditos de 1 a 5 días de vencidos todos reciban un SMS, una carta y una llamada telefónica. Lo que hace es poner tres check.

Otro ejemplo, programa que los créditos con vencimientos entre 6 y 15 días reciban visita, carta y gestión de campo. Igualmente, solo tiene que darle check. De esta manera, diseña e implementa una estrategia de cobranza en tramos cortos y de manera fácil.



— **¿Qué otras características presenta CR Gestión?**

El software opera en automático y de acuerdo a la estrategia que diseñó el responsable. Si necesitan enviar SMS o correos estos se dejan redactados de acuerdo al tramo de la demora del pago. Así el cliente es informado de su demora en los pagos.

Asimismo, el asesor va todos los días a su oficina y el software le recuerda: "hoy te toca visitar". Incluso le alcanza la carta que debe entregar al cliente. Además, el asesor de créditos tiene un móvil geolocalizado que le permite llegar al domicilio o el negocio del cliente, posteriormente ingresar el resultado de la visita. Con ese click, en automático, lo visualiza

toda la red de la financiera en línea.

CR Gestión es como un auditor, un controlador de las gestiones y celoso vigilante de que las estrategias se cumplan, eso no existe en el mercado.

— **¿En todo el sistema financiero no hay ninguna entidad que tenga esta nueva tecnología?**

Existen herramientas, pero no se encuentran integradas, todas envían un whatsApps, SMS, correos, gestión con agencias externas, todos hacen visitas domiciliarias, todos tienen tableros de gestión, tienen indicadores, pero no están integrados en un mismo software.

— **¿La principal diferencia es la integración?**

La integración de todos los canales. Apuntamos a la integración porque no funciona que estén dispersos o que no estén concentrados bajo una sola mirada, concentrados bajo un solo software, por eso la morosidad no tiene el seguimiento adecuado.

La mora se cobra y se reduce con seguimiento de cerca con el cliente, contactarlo todos los días, ofrecerle herramientas de solución, alternativas de pago. Si no hay contacto, no hay cobranza.

No hemos inventado otro canal de cobranza, todos los canales están acá, solo que sistematizados.

“SEREMOS LA PRIMERA CAJA EN COLOCACIONES”

Caja Huancayo prevé cerrar este año siendo la caja líder en lo referido a colocaciones totales de créditos. Para este fin seguirá apostando por aumentar su presencia en Lima, aseguró Ramiro Arana, gerente de Negocios de dicha entidad.



Entre el 2015 y 2021, las colocaciones totales de créditos de Caja Huancayo pasaron de S/ 1,970 a S/ 6,005 millones.

Pese al panorama complicado explicado por la crisis sanitaria, económica y política, en el 2020 la entidad sumó colocaciones por S/ 5,040 millones.

Y para finales de este año esperan superar los S/ 7000 millones.

Así lo aseguraron los principales gerentes de la mencionada entidad financiera en conferencia de prensa.

El dinamismo de las colocaciones en Caja Huancayo se explica, según informó la entidad financiera, por el crecimiento en el número de clientes en el último quinquenio.

En el 2015 tenían 216,162 clientes y a diciembre del año pasaron sumaron 457,956.

Ramiro Arana, gerente de Negocios de Caja Huan-

cayo, explicó que el crecimiento en las colocaciones es por el compromiso del personal con la entidad financiera y los cambios implementados en el proceso crediticio.

“No se puede hacer algo si el personal no está motivado. Esa ha sido la clave cuando en mayo hicimos el punto de inflexión. Otro ha sido aplicar la inteligencia de negocios de forma adecuada sin irnos mucho al tema digital o de scoring, teniendo en cuenta que la economía peruana es una economía informal.

Entonces siempre guardando esos rasgos que caracterizan la economía peruana”, comentó.

PRESENCIA EN LIMA

En opinión de Arana, el buen desempeño de Caja Huancayo también se explica por la mayor presencia de la entidad financiera en Lima. “Estamos bien posicionados en Lima con 56 oficinas, eso nos da una ventaja competitiva. Siempre digo que el que conquista Lima, conquista el Perú”, afirmó.

Para este año la entidad financiera espera inaugurar 17 oficinas a nivel nacional con lo que sumarán un total de 200 oficinas en todo el país. Al cierre del año pasado la entidad contaba con 183 oficinas.

“En Lima inauguraremos por las menos 10 oficinas. No olvidemos que Lima es un mercado no bancarizado. Te vas a los conos de Lima y hay poca penetración de mercado en las personas que sacan préstamo. Eso para nosotros es una gran oportunidad de mercado. Estamos mejor posicionados que otras cajas municipales, rurales o financieras. Estamos cerca a los microempresarios”, aseguró.

Según Arana, Caja Huancayo cuenta con el mayor número de clientes exclusivos en colocaciones dentro del sistema de cajas municipales. A noviembre del año eran 223,539 clientes exclusivos.

“A noviembre de 2021, Caja Huancayo registra el menor porcentaje de cartera reprogramada respecto a la cartera total de créditos alcanzados con 10.68%”, culminó el gerente.

CAJA CUSCO LLEVÓ A CABO SU ENCUENTRO ANUAL DE LÍDERES “TINKUY 2022”

La entidad financiera consolidó su liderazgo indiscutible con estrategias de crecimiento e innovación.



Con éxito concluyó el encuentro anual de líderes de Caja Cusco, “TINKUY 2022”, palabra quechua que significa encuentro y compromiso, evento que, bajo el lema “Reinventarse para triunfar”, convocó al Directorio, la Gerencia Mancomunada y a los líderes de Caja Cusco. El TINKUY 2022 se realizó los días 7 y 8 de enero, en una modalidad mixta, presencial y virtual simultáneamente en 12 regiones, teniendo como sede central la ciudad heroica de Tacna, para evaluar el desempeño de 2021 y plantear los objetivos para 2022.

“Es un gusto poder reunirnos nuevamente luego de dos años difíciles, dos años en los que la innovación nos permitió seguir atendiendo a nuestros clientes en un nuevo contexto, en el que tuvimos que sacrificar rentabilidad por la sostenibilidad de nuestros clientes, con quienes renovamos nuestro compromiso”, señaló Fernando Ruiz Caro Villagarcía, presidente de Directorio.

El 2021, las colocaciones crecieron un 11.64 % a comparación del 2020 obteniendo un saldo de más

de 4,600 millones de soles, alcanzando más de 350 mil clientes y cuenta con un indicador de mora del 3.15%, lo que permitió ascender al tercer lugar en el ranking del sistema de Cajas Municipales.

Del mismo modo el 2021, Caja Cusco se ha recuperado en las captaciones y creció un 5.13% respecto al año anterior, con un saldo de más de S/ 3,506 millones de soles con más de 970 mil cuentas de ahorros. Asimismo, la entidad financiera ingresó a la Bolsa de Valores de Lima donde ya es parte del selecto grupo de emisores en el Mercado de Valores del Perú. Además, desembolsó un crédito subordinado de BID Invest por un monto de S/102 millones de soles que permite fortalecer su base patrimonial para seguir siendo el brazo financiero de más peruanos.

En el tema administrativo, Caja Cusco logró la certificación Great Place to Work como uno de los mejores lugares para trabajar. De la misma manera, la entidad financiera, cerró el 2021 con 112 oficinas y más de 2900 colaboradores. Además, fue reconocido con el premio a la innovación 2021 por la aplicación

móvil Wayki otorgado por la Cámara de Comercio del Cusco.

Y finalmente, Caja Cusco recibió el premio Empresa Peruana del Año 2021, y obtuvo el reconocimiento de Huella de Carbono del Ministerio del Ambiente consolidándolo como empresa socialmente responsable.

Para el año 2022, Caja Cusco se proyecta a seguir creciendo con la apertura de más agencias en nuevas regiones para consolidar una presencia nacional, implementación de nuevos productos a la medida de sus clientes, seguir transformándose digitalmente con nuevos canales de atención y finalmente seguir promoviendo el buen clima laboral en la organización, aspectos que son pilares estratégicos para el crecimiento del presente año.

Caja Cusco renueva así su compromiso con la innovación en productos y servicios financieros que le permitirán seguir contribuyendo con el progreso de los emprendedores del Perú.



Región Cusco Sur



Región Cusco Norte



Región Valle Sagrado



Puerto Maldonado



Región Puno



Región Arequipa



Región Tacna



Región Apurímac



Lima Este



Lima Norte



Región Centro



Región Nororiente

“LOS RETOS PARA LA BANCA DURANTE EL 2022 ESTÁN SUJETOS A LOS RETOS DE LA ECONOMÍA”

En la medida en que se reactive la inversión privada y recupere una senda sostenible de mayor crecimiento, el panorama para la banca será favorable, consideró Martín Naranjo Landerer, Presidente del Consejo Directivo de la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC).

— ¿Cómo fue el desempeño de la banca durante el año pasado?

La banca refleja las condiciones de la economía. El sistema financiero muestra indicadores de fortaleza patrimonial positivos, por encima de las exigencias regulatorias internacionales y locales. Tenía un ratio de capital de 14.3% a febrero del 2020 y hoy llega a 15.17%.

Esa posición de solvencia ha permitido y ha acompañado un manejo de la crisis bastante efectivo. Ha habido un buen trabajo en mantener la integridad de la cadena de pagos.

Programas como Reactiva Perú, FAE Mype, la reprogramación de créditos y el aumento de provisiones fueron respuestas oportunas de las autoridades de estabilidad financiera ante la crisis sanitaria.

— ¿Cómo fue el desempeño de los créditos durante el 2021 y cuáles son sus expectativas para este año?

De acuerdo con los datos de la SBS, luego de la fuerte contracción que sufrieron los créditos directos en el 2020, que requirió el despliegue de programas de garantías como Reactiva Perú, los créditos sin considerar dichos programas superaron por primera vez en julio 2021 su nivel prepandemia, siendo las carteras MYPE y de consumo las que aún se mantienen rezagadas.

Al cierre de noviembre de 2021, los créditos directos totales registran un aumento de 6.8, los créditos directos empresariales crecieron 7%, los de consumo aumentaron 4.4% y los hipotecarios se redujeron -7.7% y el número de deudores creció 1.3%.

En cuanto a calidad de cartera, si bien se observa una mejora respecto a los niveles más altos de deterioro, los efectos adversos de la pandemia se mantienen.

La SBS indica que las entidades son capaces de hacer frente a los posibles choques con el colchón de activos líquidos de alta calidad que poseen.

El ratio de morosidad de la banca múltiple en noviembre de 2021 fue de 5.78%, mientras que en noviembre de 2019 fue de 4.5%.

— ¿Cuáles son los retos y tendencias de la banca para este año?

Los retos para la banca durante el 2022 están suje-

tos a los retos de la economía, que a su vez dependen también de las condiciones sanitarias, políticas e institucionales que enfrentemos.

En este sentido, uno de los retos más importantes es reactivar la inversión privada y recuperar una senda sostenible de mayor crecimiento. Las proyecciones oficiales y el consenso de los analistas muestran que podría haber un crecimiento bastante menor en el 2022.

— En comparación a otros sistemas de la región ¿cómo se encuentra el sistema peruano? ¿Qué se puede mejorar?

En general, los sistemas financieros y las autoridades de la región han respondido homogéneamente bien ante la crisis sanitaria.

El sistema financiero peruano se ha mantenido estable desde el inicio de la crisis sanitaria, por el incremento de los niveles de liquidez y por los refuerzos patrimoniales efectuados por las entidades a fin de mejorar su capacidad de absorción de potenciales pérdidas ante eventuales incrementos de la morosidad.

Sin embargo, la demanda por crédito de las empresas y hogares, y los flujos de ingresos de algunos segmentos de la población aún no recuperan sus niveles previos a la pandemia.

Una de las tareas del sistema financiero es proteger los ahorros del público, en ese sentido, ¿cómo fue el desempeño de la cartera de ahorros en el 2021?

El ratio de capital que se mencionó previamente junto con las medidas de provisiones y de protección de la calidad de activos y de la liquidez permiten que el sector financiero proteja los ahorros del público.

En el Perú el Fondo de Seguro de Depósitos cubre hasta el equivalente de US\$ 28,000 en casos de insolvencia, esto es más del doble que en Colombia y cinco veces la cobertura en Chile.

— ¿Cómo avanzó la transformación digital durante el año pasado en los bancos?

Los medios de pago por canales virtuales han seguido creciendo durante el 2021. Así, a noviembre del 2021 los medios de pago virtuales alcanzaron los 154 millones de operaciones.

El repunte de este canal sigue en aumento gracias

a las múltiples ventajas que brinda a los clientes, la seguridad, la rapidez y la comodidad han logrado que los medios pagos digitales sean la opción preferida.

De acuerdo con el informe de Estabilidad Financiera del BCRP, el peruano al día de hoy lleva a cabo un aproximado de 83 pagos digitales por año.

Asimismo, durante el 2021, la Asociación de Bancos del Perú siguió impulsando la campaña “Paga seguro, fácil y sin contacto”. Y a fines del año, este proyecto logró activar más de 62,000 pequeños y medianos comercios en más de 230 mercados de abasto con las billeteras Yape, Tunki y Bim, con lo cual se logró realizar más de 45 millones de soles en transacciones seguras y sin riesgo de contagio.

— ¿Se espera un encarecimiento del crédito para este año? Precise los motivos

La lucha contra la inflación será un objetivo prioritario para los bancos centrales este año. Esto debe llevar al alza de las tasas de referencia y a un movimiento en la misma dirección de todas las curvas de tasas de interés en los distintos plazos.

El costo del crédito depende además de las condiciones macroeconómicas, de la institucionalidad y de la estabilidad del país.

— La SBS advierte que poner topes a las tasas de interés desincentiva la inclusión financiera ¿coincide con el regulador?

La evidencia indica que poner topes de tasas afecta directamente a los clientes que involucren más riesgo, quienes tendrán pocas posibilidades de acceder a créditos formales, obligándolos a acudir a prestamistas informales que siempre cobran mayores tasas. Según el BCRP, la tasa que cobran los prestamistas informales es de aproximadamente 729% anual.

De acuerdo con estimaciones del BCRP (2021), la cuarta parte de créditos de consumo quedarían excluidos, en su mayoría otorgados por las entidades financieras especializadas en créditos de consumo y microfinanzas.

La mayor exclusión se daría en el segmento de créditos de consumo de monto inferior a una UIT, segmento que concentra un mayor número de clientes con acceso reciente al crédito formal y presenta las mayores tasas de interés por ser operaciones con clientes de mayor riesgo crediticio y de mayor costo operativo.



— **¿Cómo afecta al sistema financiero el avance de esta nueva variante del Covid-19?**

El avance de la nueva variante de Covid-19 se ha traducido en restricciones de movilidad que afectan la actividad económica, que, sumados a los riesgos internos y del ámbito internacional, elevan la incertidumbre respecto a la trayectoria de la recuperación de la economía y con ello, el impacto que puedan tener en el sistema financiero (SBS 2021).

Los ejercicios de estrés para evaluar la resistencia del sistema financiero ante diversos escenarios que afectarían la recuperación económica muestran

que el sistema financiero peruano en su conjunto se mantendría resistente incluso ante escenarios adversos de estrés severo.

Los avances en la vacunación ayudan notablemente en reducir las posibilidades de repetir estancamientos como los del 2020.

— **¿Cuánto dinero salió del sistema financiero y/o del país durante el 2021? Precise los motivos**

El BCRP estima que durante el 2021 habrían salido 16 615 millones de dólares. Según la propia entidad “la salida de capitales externos de corto plazo en el

año (7,4 por ciento del PBI) sería el mayor flujo negativo como porcentaje del producto desde que se tiene registro de las series anuales (1950)”. Los motivos están cercanamente relacionados a la incertidumbre política.

— **¿Se espera una nueva salida de dinero o capitales para este año?**

En la medida en que se pueda recuperar la confianza de los inversionistas con medidas, nombramientos y mensajes consistentes con la estabilidad, el crecimiento y el desarrollo económico esto debería dejar de ser una preocupación.

HACEMOS DIGITALIZACIÓN PARA POTENCIAR EL CONTACTO HUMANO

Caja Arequipa fue la primera entidad del sistema de cajas municipales en implementar un laboratorio digital. Mediante su CajaLab continuará brindando soluciones tecnológicas a favor del cliente, pero ahora el reto es seguir innovando digitalmente sin perder la calidez humana, aseguró, Marco Lúcar Berninzón - Gerente Central de Administración y Operaciones

El próximo 21 de mayo se cumplen tres años desde que Caja Arequipa inauguró CajaLab, en ese entonces, el primer laboratorio digital implementado dentro del sistema de cajas municipales.

Conversamos con Marco Lúcar Berninzón - Gerente Central de Administración y Operaciones, quien nos detalla algunas de las soluciones tecnológicas y retos que tuvo que afrontar en su camino hacia la transformación digital.

—¿Cuáles son las trabas que ha encontrado Caja Lab en los procesos tradicionales que entorpecen o ralentizan la transformación digital?

Hubo dos principales. La primera fue la poca interacción inter áreas, situación propia de cualquier proyecto cascada.

El hecho de que el usuario utilice mucho tiempo definiendo y luego le pase el requerimiento a un equipo de TI, que no fue parte de esa ideación, le quitaba visibilidad de lo que realmente se necesitaba.

Luego, el usuario no tenía visibilidad de qué se estaba desarrollando hasta que el producto estaba terminado y esto propiciaba muchos puntos ciegos y muchos aspectos asumidos que impidieron que el producto cumpla necesariamente con las expectativas planteadas.

La segunda traba fue las complicaciones encontradas a nivel de time to market.

Nos involucrábamos en proyectos de gran magnitud que implicaban mucho tiempo y esto ocasionaba que cuando el proyecto se había concluido, la solución que aportaba ya no resultaba tan necesaria.

¿En su opinión que tan digitalizado o abierto hacía el uso de las nuevas tecnologías es el usuario del sistema de cajas municipales?

A pesar de que el estigma es que el cliente del siste-

ma micro financiero es poco digital, nosotros apostamos por lo digital y definitivamente hemos recibido un feedback impresionante.

El aumento en el uso de la aplicación y homebanking, sumado a que más del 60% de las transferencias se realizan por canales digitales y que el 20% de nuestros desembolsos se realizan de manera 100% digital, confirman que los usuarios aprecian el valor que suministran los recursos digitales, sobre todo en términos de ahorro en tiempo y dinero.

Continuamos trabajando en ofrecer nuevas herramientas digitales y estamos en constante monitoreo de las necesidades y tendencias del usuario. Las estadísticas open muy prometedora.

—¿Cuál es la relación entre innovación digital, inclusión financiera y educación financiera? ¿Y qué está haciendo Caja Arequipa para incorporar esos tres ejes en su proceso de transformación digital?

Estos tres conceptos están completamente relacionados.

La innovación (sobre todo la innovación digital) es una de las formas con las que se puede impactar de gran manera en la inclusión financiera, principalmente en el grupo de personas que usualmente no llegan o consideran en el sistema financiero. No olvidemos que para innovar tienes que entender la necesidad del cliente.

Estos puntos se relacionan directamente con la educación financiera porque la base de cualquier proceso de transformación son las personas, por ende, la cultura y educación de dichas personas.

El hecho de generar una cultura de ahorro, el conocimiento de buscar nuevos canales de atención y la auto atención financiera, además de varios otros conceptos de educación financiera, son puntos que inciden en la inclusión financiera y se refuerzan con la innovación, principalmente, digital.

—¿Cómo están haciendo para que la innovación digital en sus procesos no pierda la calidez humana al momento de interactuar con los clientes?

Es una pregunta muy difícil, y la respuesta es el enfoque. Normalmente cuando hablamos de digital casi siempre se habla del “no contacto humano” y es la tendencia a la que la tecnología te conduce.

En nuestro caso, nosotros hacemos digitalización para potenciar el contacto humano, para darle a nuestros analistas más “brazos” y que puedan atender a más clientes.

Además, para que nuestros clientes puedan elegir cuando ir a una oficina o hacer la operación desde su casa.

El foco en el cliente o en el colaborador es lo que mantiene viva la calidez humana, porque en ningún punto, nuestro objetivo es eliminar el contacto.

—¿Cuáles son los objetivos de Caja Arequipa en lo referido a innovación digital para los próximos años?

El objetivo inmediato es seguir generando valor hacia nuestros clientes y colaboradores.

Si somos un poco más específicos, estamos atacando muchas tendencias como open banking, ecosistemas fintech, ecosistemas de negocios para clientes, tecnologías block chain y demás.

Estamos muy atentos a los temas que surgen en este mundo tecnológico, pero también nos gusta mucho el maridar lo presencial y lo físico, buscar nuevos canales de atención y encontrar nuevos beneficios para nuestros clientes en productos donde posiblemente “todo ya está descubierto”.

SOLUCIONES TECNOLÓGICAS

El laboratorio tecnológico de Caja Arequipa ha im-



plementado muchas herramientas que permitieron mejorar su gestión y la experiencia de sus clientes. Dentro de los principales se encuentran:

App y HomeBanking, son los canales más potentes que de cara al cliente. Han sido los canales con más crecimiento (más de 900%) y además, son los canales evaluados con mejor NPS.

El CRM, para centralizar la información de los clien-

tes y permite gestionar, por ejemplo, los leads digitales.

Web de productos, que funciona como un marketplace financiero que permite mostrar a los clientes los productos pre aprobado para ellos.

Cosmo, un chatbot para la gestión de analistas, que permite tener información de utilidad, de forma conveniente y en tiempo real.

Eva, el chatbot diseñado para que el cliente pueda tener atención completamente en línea. Está dotado de un eficaz proceso de autenticación con tokenización.

RPA, hemos automatizado procesos que han reducido los tiempos de atención en más de 4000% y eliminando tiempo muerto de muchos colaboradores (quienes pasaron a ejecutar procesos de mayor valor).

AGROBANCO PROYECTA PARA 2022 LOGRAR SU SOSTENIBILIDAD FINANCIERA E INICIO DE SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En el último año la entidad financiera ha logrado importantes avances en sus indicadores financieros, ello gracias a los arreglos institucionales y fortalecimiento de su plana gerencial llevados a cabo, ello ha permitido reducir en más de 50% la pérdida del año anterior y para este año tiene la confianza en lograr la sostenibilidad financiera, respaldado por el mayor dinamismo en las colocaciones y baja morosidad de su cartera, afirmó el presidente del directorio de Agrobanco, César Quispe Luján.

Luego de un auspicioso 2021 en la que alcanzaron record en colocaciones y un ratio de morosidad menor al 2%, para este año el Directorio de Agrobanco ha planteado como objetivo principal lograr sostenibilidad financiera y el inicio de su transformación digital, afirmó el presidente del directorio de Agrobanco, César Quispe Luján.

Para conseguir dicho meta el directorio de Agrobanco se han planteado tres objetivos específicos: i) Garantizar que la entidad financiera sea representativa de una Banca de Desarrollo confiable y solvente, ii) Administrar la cartera de créditos (colocación y recuperación) del Fondo AGROPERÚ, por encargo del MIDAGRI y iii) Garantizar la colocación de los recursos del Fondo de Inclusión Financiera para el Financiamiento al Pequeño Productor Agropecuario (FIFPPA), para un menor costo financiero para el agricultor, sin afectar la sostenibilidad de Agrobanco.

“Para la consecución de estos objetivos, vamos a iniciar la transformación digital de Agrobanco, el incremento de oficiales de negocio, aumento de nuestra red de oficinas, alianzas estratégicas con los gobiernos regionales y locales, así como con las organizaciones de los pequeños productores agropecuarios”, afirmó Quispe.

¿Por qué es importante que Agrobanco consiga su auto sostenibilidad financiera y rentabilidad? Según Quispe, esto va a permitir generar las bases para un banco de desarrollo orientado a apoyar el crecimiento del pequeño productor agropecuario, como es sabido la entidad desde hace cinco años esta con resultados negativos, en el año 2020 la pérdida fue de S/ -66.6 millones, mientras que en el ejercicio 2021, esta ascendió a S/ - 31.4, monto que incluye una provisión voluntaria de cartera de S/ 12.9 millones. “Para el 2022 proyectamos resultados positivos, gracias a los avances que se han logrado en el año concluido, que se ha reflejado en el incremento de la nueva cartera, que viene creciendo sanamente”,

remarco Quispe.

RESULTADOS FINANCIEROS

La confianza e incluso optimismo que muestra el presidente del directorio de Agrobanco tienen como respaldo la mejora en los diversos indicadores de gestión y arreglos institucionales que vienen llevando a cabo. Según Quispe, al cierre del año 2021, las colocaciones de Agrobanco han superado los montos realizados en los últimos cuatro años, logrando de enero a diciembre de 2021 desembolsos por S/ 288.7 millones con fondos propios y S/ 474.7 millones con fondo Agroperú, haciendo un total de S/ 763.4 millones en créditos agrícolas y pecuarios que beneficiaron a más 89 mil pequeños productores de la agricultura familiar.

Quispe precisó que existe una diferencia entre las tasas de interés de los créditos con recursos propios de Agrobanco y los del Fondo Agroperú. El primero ofrece tasas entre 7% y 8% en promedio, mientras que el segundo se encuentra en 3.5% de interés anual.

“Para el 2022 tenemos como meta colocar más de 900 millones de soles en créditos”, estimó Quispe. Asimismo, detalló que “el ratio de mora de la cartera nueva cerro en 1.6%, mucho menor al 11.4% del ejercicio de 2020, ello ha permitido llegar a una cobertura de 146.8% en la cartera del nuevo modelo de negocio”

Del total de desembolsos que realizó Agrobanco durante el 2021, el 72% fue para créditos agrícolas, siendo los cultivos más financiados: cacao (16.7%), papa (16.2%), café (15.9%), maíz (8.7%), arroz (7.4%), palto (7.4%), cítricos (2.8%), quinua (2.5%), olivo (2.2%), plátano (1.9%), entre otros.

Mientras que el 28% restante de los desembolsos fue para créditos pecuarios, siendo los productos con más financiamiento: vacuno de carne (87.8%), cuyes

(3.9%), camélidos sudamericanos (3.8%), vacuno de leche (2.8%), piso forrajero (0.9%), entre otros.

A TENER EN CUENTA

El presidente del directorio de Agrobanco, César Quispe Luján, afirmó:

- Actualmente Agrobanco cubre los 24 departamentos del Perú con un total de 76 oficinas: Oficina Principal, 24 Agencias, 11 Oficinas Especiales y 40 Oficinas Informativas, para este 2022 se tiene previsto reactivar 5 Agencias y 5 Oficinas Especiales, para mejorar nuestra cobertura.

- La cartera nueva minorista (otorgado desde enero 2019), al cierre del mes Dic.21 asciende a S/202.7 millones, el cual representa un incremento de S/145.6 millones (+255%) respecto al año 2020.

- El número de clientes de la entidad financiero crecieron en 176% durante el 2021.

- Avanzaron en la inclusión a las mujeres del campo, otorgamos más de S/ 228 millones a más de 29 mil mujeres. En mujeres 25% del total de créditos, similar a la pequeña agricultura 70 a 30%, con fondos Agrobanco y Agroperú.

- Más de la mitad de los pequeños productores que fueron atendidos en el 2021 obtuvieron un préstamo por primera vez, es decir, más de 49 mil emprendedores de la agricultura familiar fueron insertados en el sistema financiero gracias a la bancarización rural que viene promoviendo Agrobanco, con fondos propios y de Agroperú.

- Las regiones que registraron un mayor número de pequeños productores agropecuarios bancarizados fueron: Puno (12.7%), Huánuco (8.6%), San Martín (8.4%), Cajamarca (7%), Junín (6.9%), Ayacucho (6.7%), Cusco (6.3%), Apurímac (4.9%), Arequipa (4.6%) y Ucayali (3.6%).



MIBANCO: SI NOS SOMOS CAPACES DE INNOVAR E IR MIGRANDO PAULATINAMENTE SOBRE UN MODELO HÍBRIDO, NOS PUEDEN SUPERAR

El sector microfinanzas ha despertado el interés de los bancos, las Fintech, las Telco y las empresas de consumo masivo que pronto podrían empezar a otorgar créditos a las Mypes. Por ende, es necesario que las instituciones especializadas en microfinanzas aceleran su proceso de transformación digital, comentó Javier Ichazo Bardales, Gerente General de Mibanco y Líder de la Línea de Negocios de Microfinanzas de Credicorp.



—¿Cuál es su balance en un año complicado?

El primer semestre del año estuvo marcado por el confinamiento de febrero, el proceso de vacunación y las elecciones de la segunda vuelta en junio que se reflejaron en la cautela de los emprendedores para solicitar financiamiento para sus campañas.

El segundo semestre del año sí fue mucho más dinámico comercialmente y en línea con lo que proyectamos.

Nuestra proyección inicial era superar los 11.0 MM. Esta meta la fuimos ajustando mes a mes en línea a las variables mencionadas.

Finalmente, logramos superarla en 8%, gracias al compromiso de todo el equipo comercial y staff del banco.

—¿Cómo ha sido el desempeño y resultados financieros durante el 2021?

Al cierre de diciembre hemos desembolsado más de S/ 11.8 MM. El segundo semestre represento casi el 60% de los desembolsos, 5% más que el mismo periodo de 2019.

—¿En cuánto está su cuota de mercado referido a créditos?

Tenemos una participación de mercado de 24.6%

—¿Cuál es su perspectiva sobre el desempeño de su institución para el 2022?

Desde Mibanco seguiremos trabajando en modelos de negocio alternativos que nos permitan llegar a cada vez más peruanos que hoy, se encuentran fue-

ra del Sistema Financiero. Para ello continuaremos incorporando nuevas tecnologías, como medios eficientes para lograrlo, diseñando soluciones para que los negocios de nuestros clientes bancarizados sigan operando; así como, seguir con nuestro compromiso irrenunciable de la inclusión financiera.

—¿Cuáles son las metas u objetivos que se plantea para el próximo año?

Mejorar la experiencia de servicio de nuestros clientes seguirá siendo nuestro principal desafío

—¿Cuáles son los retos o potenciales problemas para el sector microfinanciero para el próximo año?

Soy un convencido de la transformación del modelo de la industria de las microfinanzas. Hoy, el 43.5%



de los desembolsos del banco se hacen a través de canales alternativos de ventas, sin necesariamente la intervención de asesor de negocios (ADN).

Esto nos ha permitido generar eficiencias y que el rol del ADN evolucione, dedicándole más tiempo de calidad a la asesoría al cliente.

Las instituciones especializadas en microfinanzas tenemos un reto enorme. Hoy, en nuestra industria no sólo competimos con las CMAC y financieras, también están los bancos que han encontrado atractivo al segmento, las Fintech, las Telco y las empresas de consumo masivo que pronto podrían empezar a otorgar créditos a las Mypes.

Si bien no tienen el conocimiento del mercado como nosotros, si cuentan con los recursos y la tecnología necesarios para incursionar en este segmento.

Si nos somos capaces de innovar e ir migrando paulatinamente sobre un modelo híbrido, nos pueden superar.

—¿Cuál es su perspectiva sobre la relación del Gobierno con inversionistas y empresarios?

El Perú ha demostrado a lo largo de los años su capacidad para sortear todo tipo de retos. Esperamos que la agenda de crecimiento que hemos tenido en los últimos años se mantenga en democracia, respetando las libertades y los derechos.

Tanto el Poder Ejecutivo, el Legislativo y la empresa privada deberán de trabajar de la mano para fomentar el desarrollo sostenible que el Perú necesita

—¿Cuán optimista es con el futuro de la economía y qué le preocupa?

La llegada del Covid-19 y la incertidumbre en los últimos meses han sido situaciones sin precedentes. Miles de negocios se vieron impactados y al día de hoy continúan luchando por salir adelante.

Los empresarios de la microempresa se caracterizan por una alta resiliencia que les ha permitido en

muchos casos reinventarse y estamos seguros de que ésta no será la excepción.

Desde Mibañco, siempre estaremos allí, acompañándolos en la nueva versión de sus negocios, brindándoles productos que respondan a sus necesidades fomentando su desarrollo.

Por ello, es importante que los sectores público y privado trabajen muy de cerca con la finalidad de generar alianzas en beneficio de todos los peruanos.

—¿Cuáles son las metas que espera alcanzar en lo referido a transformación digital para los próximos años?

El gran reto es la inclusión a través de la digitalización. La pandemia evidencia la enorme brecha digital que existe en el país.

Siempre ha sido parte de nuestro ADN señalar aquellos aspectos que frenan el crecimiento de los emprendedores.



Frente a ello, hoy estamos trabajando por el desarrollo integral de más peruanos y peruanas, asumiendo nuestro rol como agente de cambio y entendiendo que si el desarrollo no alcanza equitativamente a todos no es real desarrollo.

Solo trabajando juntos podemos nivelar la cancha y construir una sociedad más inclusiva, igualitaria, diversa, digitalizada y con mejor educación financiera.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Para Javier Ichazo Bardales, Gerente General de Mibanco y Líder de la Línea de Negocios de Microfinanzas de Credicorp, el principal reto no sólo de la industria financiera sino del país, es la brecha digital.

Precisó que ellos iniciaron la transformación digital dos años antes de la pandemia, pero reconoció que la emergencia sanitaria aceleró sus planes.

En su ruta hacia la transformación digital, durante el 2021 la entidad financiera consiguió los siguientes objetivos:

- Más de 570 mil clientes emprendedores ya realizan sus operaciones a través de nuestra APP Mibanco Móvil y la banca por internet www.mibanco.com.pe. Más del 14% de las colocaciones se hacen por este canal.
- Más de 155 mil clientes ahora realizan sus pagos de manera rápida y segura, sin necesidad de portar efectivo a través de Yape
- 30 mil clientes reciben pagos con tarjeta de crédito y débito a través de un MPOS Culqi.
- Estamos convirtiéndonos en una organización AGIL, implementando el modelo de tribus que nos está permitiendo atender mucho mejor y más rápido

a nuestros clientes.

- Estamos en proceso de convertirnos en el Orquestador del Ecosistema Pyme con Yevo, plataforma digital donde los emprendedores encuentran no solo una forma rápida y digital de solicitar un crédito, sino también asesoría en temas digitales y de salud financiera; y servicios que le agreguen valor a sus negocios, como, por ejemplo, un catálogo virtual, el poder abrir una tienda virtual, entre otros

En opinión de Ichazo Bardales los mencionados avances “no hubieran sido posible sin el necesario acompañamiento con asesoría y capacitación. Vencer el temor a realizar operaciones través de estas plataformas digitales sigue siendo la barrera más dura con la que nos encontramos. Sin embargo, hemos logrado realizar más de 144 mil capacitaciones a clientes para derribar estos mitos y lograr la reinvención y recuperación de sus negocios”.

Neisy Zegarra Jara
Conducción





**Crédito de
Consumo**

Ahora obtén un **Crédito 100%** **online y al instante!** Con tu cuenta de Plazo Fijo

Beneficios:

- No es necesario hacer colas ni acudir a una agencia.
- Desembolso 100% digital*
- Dinero al instante.
- Fácil, rápido y seguro.

Requisitos:

- Contar con tarjeta Rapicard Visa.
- Estar afiliado a la clave dinámica.
- Tener **AHORRO** a plazo fijo.
- Tener cuenta de ahorro en estado activo para el desembolso.
- Tener calificación 100% normal.

(* Sujeto a validación del sistema.

¡Así de fácil y rápido!

 **Caja Huancayo**