

MICROFINANZAS®

Síguenos:     

www.microfinanzas.pe

Junio 2023



Fuente: iStock

• Deuda subordinada

El FOCMAC evalúa invertir en mejoradores de operaciones.
Pág. 12

• Red de atención

Caja Arequipa busca replicar en el país su posicionamiento en el sur.
Págs. 14-15

• Masificar préstamos

Agente Wayki de Caja Cusco prevé dar microcréditos 100% digitales.
Págs. 36-37

Corporación Financiera Internacional

Buenas prácticas de gobierno corporativo son un requisito para invertir en una Caja

El fortalecimiento patrimonial va a ser una de las áreas más importantes para algunas Cajas Municipales, porque implementar Basilea III en el mercado peruano implica nuevas exigencias de capital, declara a Microfinanzas Álvaro Quijandría, consultor de la IFC.

Cultura aseguradora

Eduardo Morón Pastor, presidente de la Asociación Peruana de Empresas de Seguros, señala que hay un avance significativo en la oferta de seguros a la MYPE, porque el sector que representa entiende mejor a estas microfinancieras.



Págs. 8-10

Doble rol

Opinión. María del Carmen Yuta, de Vodanovic, dice que la SBS debe procurar que la norma en conducta de mercado y de ciberseguridad tutele a los consumidores y genere incentivos en el cumplimiento de objetivos regulatorios.



Pág. 13

Billeteras digitales

Arturo Ramos, de Geopagos, prevé que, en algún momento, Yape o Plin empezarán a monetizar, por ejemplo, con la aceptación de pagos con tarjetas y quizá acepten pagos tipo 'tap to phone' donde el celular se vuelve un POS.



Págs. 42-43



Versión Digital

4 Editorial

Promotores de la informalidad



6-7 Requisito

El fortalecimiento patrimonial va a ser una de las áreas más importantes para algunas Cajas Municipales, señala Alvaro Quijandría Fernández, consultor de la IFC.

8-10 Seguro para MYPE

Según Eduardo Morón Pastor, presidente de la Apeseg, las aseguradoras vienen realizando estrategias para fortalecer la confianza de los clientes y promover la inclusión financiera.

12 Posibles inversiones

El Fondo de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FOCMAC) evalúa posibles inversiones en operaciones de compra de cartera en situación de vencimiento judicial.

13 Opinión

María del Carmen Yuta, de la firma Vodanovic, analiza un proyecto presentado por la SBS que propone cambios relevantes vinculados a los consumidores del sistema financiero.

14-15 Posicionamiento

Caja Arequipa, octava en cuanto al nivel de captaciones del público en el sistema financiero, busca extender su liderazgo como entidad de microfinanzas en el sur del país al resto de las regiones.

16-18 Informalidad

Informe del IPE revela que el 36% de las personas que acudieron a prestamistas informales ahora optarían por acudir al sistema financiero formal.

19-21 Emprendedores

Informe de Financiera Confianza revela que los emprendedores en situación de pobreza disminuyen en 24% en el segundo año de relación crediticia con la entidad.

22-23 A la baja

El Banco Central de Reserva, Credicorp Capital Research, Scotiabank y BBVA revisaron a la baja sus pronósticos sobre el crecimiento del PBI peruano en el 2023.

24-25 Ingresos y pobreza

Informe de la consultora Macroconsult advierte que, si la economía peruana se estanca, tomará 15 años reducir la pobreza al nivel que se tenía antes de la pandemia.

26-27 Quechua hablantes

Los clientes de Caja Cusco que necesiten atención y orientación en quechua podrán encontrar a un Embajador Rúnasimi en cada una de las 38 agencias de la institución en la región de Cusco.

29 Deterioro de expectativas

Según un reporte del BCR, la mayoría de los indicadores de expectativas empresariales se deterioraron en junio. De los 18 indicadores del mes, 6 se encuentran en el tramo optimista.

30-31 SIM Cusco

En el seminario, la SBS se mostró cautelosa por el fuerte crecimiento de la cartera de créditos de las Cajas Municipales y la FEPCMAC pidió eliminar topes a las tasas de interés.

32-33 Menor competitividad

El Perú pasó del puesto 54 al 55 en el Ranking de Competitividad Mundial 2023 que considera a 64 países. Sin embargo, se mantiene como el segundo país más competitivo de la región.

34-35 Política pública

El CPC presentó el Informe de Competitividad 2023-2024 con propuestas de política pública para ayudar a la reactivación económica.

36-37 Estrategia digital

Caja Cusco presenta su proyecto "Agente Wayki" y su objetivo es masificar los préstamos, y llegar a zonas donde generalmente no atienden los bancos ni las financieras.

38-39 Créditos a privados

El crédito al sector privado se desaceleró en mayo al registrar un crecimiento interanual de 1,8%, según un reporte del Banco Central de Reserva.

40-41 Inclusión financiera

De acuerdo con el Estudio de Inclusión Financiera y Digitalización de Credicorp, uno de cada 3 peruanos cuenta con una billetera móvil, el doble de lo registrado el 2022.

42-43 Billeteras digitales

Las billeteras digitales han dado un salto gigante a nivel de usuarios desde la pandemia, señala Arturo Ramos Caballero, business head de Región Andina de Geopagos.

44-45 E-commerce

El 2022, el Perú lideró el crecimiento de e-commerce por equipos móviles en la región, según el Global Payments Report (GPR).

MICROFINANZAS

© 2007. Todos los derechos reservados.
© 2023 Edición N° 211

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2011-09133.

Los artículos firmados son de exclusiva responsabilidad de sus autores. MICROFINANZAS no se responsabiliza necesariamente con el contenido de los mismos. Se autoriza la reproducción total o parcial, siempre y cuando se mencione la fuente.

46-47 Autos seminuevos

Pandero lanzó una nueva línea de negocios e incursiona en el financiamiento para la compra de autos seminuevos. Proyecta ventas por US\$7,5 millones con este producto este año.

48 Movilidad sostenible

Toyota anunció el debut de Kinto One, un servicio de leasing todo incluido diseñado específicamente para impulsar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

49 Opinión

Mauricio Bock, de Institute of Neurocoaching, destaca que, según un estudio, más del 70% de la población atraviesa al menos una vez en su vida el síndrome del impostor en diferentes áreas de su existencia.

50-51 Mujeres emprendedoras

Un informe de FMBBVA y BCG revela que entre el 20% y 30% de las mujeres en América Latina, realizan un emprendimiento. La cifra es mayor que el 11% de las mujeres emprendedoras en el resto del mundo.

52 Más rentables

Por cada dólar de financiamiento recibido, las fintech fundadas por mujeres generan US\$0,78, mientras que las fundadas por hombres solo US\$0,31.

53 Opinión

Las personas en proceso de transición deben enfocarse en un solo objetivo, encontrar un trabajo o desarrollar su emprendimiento, señala Fernando Miranda Consultor asociado en LHH DBM Perú.

MICROFINANZAS

Director
Javier Parker Chávez

Editor general: Víctor Huamán Paredes

Colaboradores: Nicolás Castillo Arévalo, Wilder Mayo Méndez, Yamil Rodríguez Flores

Diseño y diagramación
Anderson Castro Santiago

Conducción Microfinanzas TV
Neisy Zegarra Jara

Publicidad: Wilfredo Quiroz Fuentes  +51 955 573 812

Estamos más cerca de nuestros clientes

Llegamos a la región de Arequipa, para brindar soluciones financieras que promuevan el éxito de sus emprendedores

AREQUIPA



TIENDA
Cerro Colorado

Av. Aviación Mz. A Lt. 44 (Asoc. Villa Faucett - Zona A)



TIENDA
Paucarpata

Av. Jesús N° 1224



TIENDA
José Luis Bustamante y Rivero

Av. Daniel Alcides Carrión N° 917



TIENDA
La Negrita

Mz. C Lt. 2, Urb. Ampliación La Negrita



TIENDA
El Pedregal

Av. Sabandía Mz. F Lt. 17 - Majes



**CAJA
TRUJILLO**

Promotores de la informalidad



Fuente: iStock

Durante el Seminario Internacional de Microfinanzas (SIM) 2023, realizado a inicios de junio en la ciudad del Cusco, el presidente de la FEPCMAC, Jorge Solís, exhortó al Congreso de la República a que derogue la Ley que Protege de la Usura a los Consumidores de los Servicios Financieros (Ley N° 31143).

Afirmó que esa ley ha dejado sin acceso al crédito formal a un sector de la micro y pequeña empresa (MYPE) y alertó de que estas unidades productivas están cayendo en las garras de lo que denominó ‘mafias’ del financiamiento informal con las que las Cajas Municipales ya no pueden competir.

Han pasado más de 2 años desde que el Congreso anterior aprobó esta norma en contra de múltiples opiniones como, por ejemplo, las del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y del Banco Central de Reserva (BCR). Ambas entidades habían sustentado técnicamente que propuestas de ese tipo frecuentemente reducen el acceso al crédito y elevan el uso de canales informales, en particular, para los que tienen menos ingresos.

Pese a esta advertencia, y de haber sido observada por el Poder Ejecutivo, finalmente esta ley fue aprobada por insistencia por el Congreso y está vigente desde el 19 de marzo del 2021. Desde entonces, el BCR está obligado a establecer tasas de interés máximas y mínimas en los créditos de consumo y para las MYPE.

¿Y qué resultados ha tenido hasta el momento? Recientemente, el Instituto Peruano de Economía (IPE) presentó el informe “El mercado de créditos informales en el Perú”, que muestra un panorama alarmante.

El estudio concluye que, en promedio, los topes a las tasas de interés han excluido al 25% de las personas que antes accedían a créditos formales de consumo, así como al mismo porcentaje de microempresas; el 79% de los préstamos informales tiene una tasa de interés superior al tope legal actual; y, un 39% de las personas que acudieron al mercado informal de créditos lo hizo

para pagar deudas. Lo que es más grave aún, el estudio, que presentamos en esta edición de **Microfinanzas**, muestra que el 22% de los créditos informales son ‘gota a gota’; exponiendo a los deudores, incluso a aquellos que pueden pagar estas deudas, a que delincuentes conozcan su movimiento financiero y se conviertan en víctimas permanentes de la extorsión.

Estamos ante un típico caso del que puede decirse que “El remedio resultó peor que la enfermedad”; aunque, lamentablemente, citar este refrán no expresa el daño que se está haciendo a las personas, emprendedores y unidades productivas más vulnerables de la sociedad con decisiones políticas que, dando la falsa apariencia de defensa de los más pobres, terminan siendo hasta fatales para aquellos que pretenden proteger, ¿o acaso algunos no han pagado sus deudas con sus propias vidas?

Nos equivocamos si creemos que las consecuencias de leyes populistas como esta no pueden ser más perniciosas para aquellos que pretenden proteger, porque también debemos considerar que las personas y emprendedores que caen en el financiamiento informal se terminan alejando de cualquier posibilidad de salir de la pobreza.

Un informe de Financiera Confianza, que también compartimos en esta edición de **Microfinanzas**, revela que el 24% de los emprendedores en situación de pobreza del país, a los que esta entidad microfinanciera les otorgó un crédito, salieron de esta situación en el segundo año de relación crediticia.

El informe revela que, después de dos ciclos de crédito, los emprendedores clasificados como pobres han logrado superar la pobreza, mientras que aquellos en la categoría de extremadamente pobres requieren al menos tres ciclos de crédito para salir de esa situación.

La microfinanciera indica que los resultados de su estudio refuerzan la importancia de una relación financiera a largo plazo para acompañar el desarrollo

empresarial, algo que obviamente el emprendedor no podrá obtener de un crédito informal.

Medidas populistas, como la llamada Ley de Usura, muestran cómo desde el ámbito político se puede dañar la formalización de los emprendedores afectando el proceso de reducción de la pobreza en el Perú.

Como se esperaba, las perspectivas de crecimiento del país para el segundo semestre del 2023 ya fueron reajustadas a la baja por el BCR, así como por otras instituciones financieras; la inflación, los factores climatológicos y, como no, la inestabilidad política, están pasando la factura.

Tampoco podemos dejar de mencionar, una vez más, la ‘agenda’ impulsada desde la calle por sectores radicales que, en clara violación de los derechos constitucionales de los demás y de las leyes, dañan intencionalmente con el uso de la violencia, no solo grandes proyectos de inversión privada, y leyes o propuestas legislativas que promueven el empleo formal; sino también, la economía de las micro y pequeñas empresas y de las familias con menos recursos que necesitan trabajar día a día para poder sobrevivir.

Si la economía se estanca al nivel actual de crecimiento, tomará 15 años reducir la pobreza a la tasa pre-pandemia, sentencia la consultora Macroconsult en un informe que también ofrecemos en esta edición de **Microfinanzas**. La economía peruana debe crecer, en promedio, 5% a partir del 2025 para que la pobreza retroceda a su nivel pre-pandemia en el 2028, subraya.

Todos estamos advertidos, tomemos las decisiones correctas y apoyemos a quienes también las toman, rechacemos cualquier forma de populismo y extremismo que busca imponer por la fuerza agendas políticas que, al destruir a la inversión privada y a la formalización, terminan dañando al crecimiento económico del país y, como consecuencia, lanzando a la pobreza y extrema pobreza a los más vulnerables.

Great
Place
To
Work.

Certified

ENE 2023-ENE 2024

ARG

Nuestra inclusión en el Ranking sectorial de Merco Talento, nos acerca a nuestro objetivo de ser la caja mas humana e inclusiva, brindando una experiencia de trabajo de estándares internacionales.



Caja
CUSCO



Entrevista a Álvaro Quijandría Fernández, consultor de la Corporación Financiera Internacional

“Contar con buenas prácticas de gobierno corporativo es un requisito importante para invertir en una Caja”

El fortalecimiento patrimonial va a ser una de las áreas más importantes para algunas Cajas Municipales, porque la implementación de los criterios regulatorios de Basilea III, en el mercado peruano, implica nuevas exigencias de capital, declara a Microfinanzas el consultor de la IFC, Álvaro Quijandría Fernández.

La Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés), brazo financiero del Banco Mundial (BM), tiene como propósito promover el desarrollo económico y mejorar las vidas de las personas, ¿cómo ponen en práctica este propósito en el Perú?

La IFC puede ofrecer toda la gama de instrumentos financieros, desde inversiones directas en capital hasta todo tipo de deuda. En realidad, la idea que hemos tenido siempre es adaptarnos al instrumento que más se acomode a las necesidades de nuestros clientes.

En algunos casos, esto también pasa por ir por la vía del mercado de capitales o por movilizar inversiones con un tercero. Es decir, nosotros brindamos el financiamiento, pero si se requiere un mayor monto de capital buscamos a una tercera entidad o a un grupo de terceras entidades que puedan participar en el financiamiento. Hemos realizado varios préstamos sindicados en el Perú, con lo cual, contamos con una amplia gama de productos para cumplir con nuestro objetivo.

¿Cuál es el tamaño de la cartera de la IFC en el ámbito del sistema financiero peruano?

A la fecha, nuestra cartera comprometida con instituciones del sistema financiero peruano es de US\$318 millones y esperamos que muy pronto esa cartera más que se duplique.

Deuda subordinada

¿Esa meta de duplicar su cartera en el ámbito del sistema financiero, la podrían alcanzar en este año?

Sí. Nuestro año fiscal culmina en junio de este año y esperamos cerrar con alguna operación adicional. Para el siguiente año fiscal, que empieza en julio, tenemos previsto realizar varias operaciones importantes, algunas de estas con la banca múltiple y otras con entidades especializadas en microfinanzas o Cajas Municipales. En

este momento, como IFC estamos muy comprometidos con impulsar las microfinanzas, porque la inclusión financiera es uno de los pilares de nuestro propósito.

Hace poco realizamos la primera operación de deuda subordinada con la Caja Arequipa por un monto de US\$51,9 millones, de los cuáles una parte movilizamos de un tercero, un inversionista. Esta deuda permite a la Caja fortalecer su ratio de capital y es una operación que desde hace bastante tiempo buscábamos desarrollar.

¿Podrían llevarse a cabo nuevas operaciones de deuda subordinada de la IFC con las Cajas Municipales?

Sabemos que el fortalecimiento patrimonial va a ser una de las áreas más importantes en los próximos meses y en el par de años que viene para algunas de las Cajas, porque la implementación de los criterios regulatorios de Basilea III, en el mercado peruano, implica nuevas exigencias de capital.

Entonces, buscamos hacer lo mismo con otras Cajas Municipales para apoyar al sistema lo más que se pueda por esa vía.

A finales del año pasado, la Junta General de Accionistas de la Caja Huancayo manifestó su interés de tener a la IFC como accionista, ¿hay avances?

Es una ruta que estaremos abiertos a evaluar con algunas de las Cajas Municipales más fuertes del sistema y de mejor gobierno corporativo, porque contar

con buenas prácticas de gobierno corporativo es un requisito importante para una inversión de la IFC.

En el caso de las Cajas, durante muchos años hubo algunas dificultades para que las multilaterales puedan invertir en entidades que tienen un componente público. Pero con algunos esquemas de ‘governance’ y sobre todo con la nueva normativa que se ha generado [con la Ley de Fortalecimiento Patrimonial de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito], se abre la posibilidad de que puedan participar multilaterales. Por ejemplo, entiendo que otra entidad multilateral como el BID Invest también estaría evaluando entrar en algunas Cajas. Esto sería una ruta muy positiva para brindarle impulso y fortaleza a las Cajas Municipales en su crecimiento.

Entonces, ¿la Ley de Fortalecimiento de las Cajas Municipales va a permitir que los organismos multilaterales participen en el accionariado de estas entidades?

Lo pondría más en condicional. Más que va a permitir, diría que podría permitir que los organismos multilaterales puedan participar en el accionariado. Esto porque en este tipo de operaciones es bien importante revisar las áreas internas de las entidades tanto las que son de las mejores prácticas ESG (Ambiental, Social y de

Gobernanza, por sus siglas en inglés); sobre todo, el área de gobierno corporativo, como la parte legal. Y se requiere contar con la autorización de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

“Hace poco realizamos la primera operación de deuda subordinada con la Caja Arequipa por un monto de US\$51,9 millones, de los cuáles una parte movilizamos de un tercero, un inversionista. Esta deuda permite a la Caja fortalecer su ratio de capital y es una operación que desde hace bastante tiempo buscábamos desarrollar”.

Además, en algunos casos, implica tener mucho cuidado con el lenguaje de los contratos, las cláusulas específicas o la forma en la cual se hacen los aportes de capital. También, se debe considerar si es que hay cláusulas de salida y cuál es el marco de gobierno corporativo. Es decir, las operaciones dependen de cada caso.

Lo que sí es un hecho es que los cambios en la regulación facilitan la participación de las multilaterales en las Cajas y son un paso adelante bien importante. Por ello, hay que estar muy atentos en los siguientes meses conforme las multilaterales comencemos a hacer la evaluación más específica de operaciones de este tipo, de ver si es que existe todavía un obstáculo por superar que podamos trabajar con las autoridades.

Desafíos

¿Cuáles son los principales desafíos de las Cajas para contar con accionistas como ustedes?

En algunos casos, todavía existe la necesidad de hacer un trabajo en la adopción de los principios ESG. En el caso puntual de las Cajas Municipales, quizás el orden de estos principios en el que deben trabajar es inverso. Es decir, primero deben empezar por ocuparse en el gobierno corporativo para luego pasar por otras áreas con la finalidad de asegurar el cumplimiento de los estándares de 'performance' que se requieren.

Y, en este campo, tanto en la IFC como en las demás multilaterales, existe la posibilidad de brindar asistencia y apoyo para que las Cajas puedan llevar adelante estos cambios o mejoras en la gestión de los factores ESG. Otro desafío adicional es la posición financiera de la entidad, es decir, cuan bien están las finanzas de las Cajas. Sobre este aspecto, en algunos casos, todavía existe la necesidad previa tanto de crecimiento como de fortalecimiento de las Cajas para llegar a plantear alguna operación con alguna multilateral.

El Seminario Internacional de Microfinanzas (SIM) Cusco 2023, que organizó la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC) junto a la Caja Cusco, abordó en varios paneles la sostenibilidad como

pilar de crecimiento de las Cajas y, dentro de esta, la importancia de buenas prácticas de gobierno corporativo, ¿considera que mantener el debate sobre este desafío es muy oportuno?

Sí, y puede ser, además, una oportunidad gigantesca en un contexto en el que se está dando bastante más énfasis en los principios ESG. Por ejemplo, de esas siglas, en la "S" las Cajas tienen un componente muy importante, que tiene que ver con el impacto social de su actividad. Pero, en algunos casos, tienen retos para monitorear, documentar y hacer el seguimiento de esos impactos sociales, que les impide sacar toda la ventaja que podrían para acceder, por ejemplo, a financiamiento con algunos componentes de sostenibilidad.

Es decir, ya están llegando a mujeres, a zonas rurales, están haciendo préstamos que tienen un componente verde. Por ejemplo, están otorgando hipotecas de edificios y edificaciones que tienen una certificación de sostenibilidad y todavía no lo pueden aprovechar.

Indicadores sociales

¿La falta de indicadores sociales que midan el trabajo que vienen realizando las Cajas las lleva a desaprovechar las oportunidades de acceso y el beneficio que brindan estos financiamientos sostenibles?

Así, es. Por ejemplo, hemos hecho dos operaciones con Mibanco. Una de ellas es una línea de financiamiento que está dirigida a las micro y pequeñas empresas (Mypes) lideradas por mujeres, en la que una buena parte del capital, así como la asistencia, ha sido provista por una iniciativa de IFC Global que se llama 'Banking on Women', que significa 'Haciendo banca con mujeres'.

La otra es una iniciativa global que fue lanzada entre la IFC y el banco de inversión Goldman Sachs, que se llama 'Women Entrepreneurs Opportunity Facility' (Mecanismo de Oportunidades para Mujeres Empresarias, WEOF por sus siglas en inglés), que tiene que ver con la facilidad financiera para mujeres empresarias. En ambos financiamientos se brindan incentivos para que las entidades lleguen al segmento objetivo. Estos tienen que ver, por ejemplo, con

algunas devoluciones que pueden trasladarse a las tasas de interés. Dichos beneficios son posibles porque los mercados financieros globales cada vez más se preocupan por el cumplimiento de los criterios ESG.

Y, como decía, para que las Cajas puedan acceder a esas líneas y ventajas que existen hoy en día, requieren hacer ese trabajo de definir bien sus indicadores de impacto social, monitorearlos, documentarlos para posteriormente pasar una auditoría ESG de manera regular.

¿Qué factores podrían llevar a que las entidades como las Cajas Municipales no les presten atención a estas ventajas?

Quizás, algunas creen que podría representar una fricción para el crédito exigir el requisito de que una edificación sea certificada como sostenible. Sin embargo, si usamos la certificación EDGE, (Excellence in Design for Greater Efficiencies), por ejemplo, que es la que usa la IFC, basta con demostrar que, vía el diseño y los materiales que se utilizan en la edificación, se generarán reducciones o ahorros en el uso de energía y agua de más del 20% para que la edificación sea considerada como sostenible.

Y eso no es algo que represente un costo para el constructor, sino es un beneficio para el cliente final, porque es algo que se aprovechará a lo largo de toda la vida en el inmueble. El hecho de tener 20% menos de consumo de energía es importantísimo para la vida de un inmueble.

Además, esta certificación se puede hacer no solo para vivienda, sino en la construcción de los locales comerciales en que operan las MYPE. En el Perú, por ejemplo, hemos calificado con la metodología EDGE una unidad integrada comercial, que es el mall Real Plaza Puruchuco.

Es decir, todo el mall ha sido certificado como edificación sostenible y lo mismo se puede hacer con un mercado pequeño tipo los de Unicachi y Eden, en donde hay pequeños empresarios, así como en unidades de vivienda. Hay que considerar que cuando una entidad trabaja con sectores emergentes debe pensar en cubrir todas las necesidades de su ciclo de progreso.



“Ser accionista es una ruta que estaremos abiertos a evaluar con algunas de las Cajas Municipales más fuertes del sistema y de mejor gobierno corporativo, porque contar con buenas prácticas de gobierno corporativo es un requisito importante para una inversión de la IFC”, afirma Álvaro Quijandría Fernández.

Entrevista a Eduardo Morón Pastor, presidente de Apeseg

“Hay un avance significativo en la oferta de seguros a la MYPE, el sector entiende mejor a este segmento”

Las aseguradoras están trabajando en varios ámbitos para aumentar la confianza de los clientes y con ello la inclusión financiera, declaró a Microfinanzas Eduardo Morón Pastor, presidente de la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (Apeseg).

El año pasado las ventas de seguros crecieron apenas 2,8%, ¿qué factores explican el bajo crecimiento?

Uno de los elementos más complicados, más allá de la cultura de seguros, es el de los ingresos de las familias. Estos últimos años, de muy bajo crecimiento de la economía, han golpeado más duro a los sectores C y D que al A y B. Ha generado que las personas que estaban haciendo un sacrificio, porque habían entendido el valor de tener una cobertura, dejen de comprar seguros.

Si hay algo que las personas puedan postergar de su gasto es aquellas cosas que no necesariamente le brindan un beneficio inmediato. Los dos últimos años no han sido fáciles por eso.

La verdad es que hubiéramos esperado que después de la pandemia salgamos con mucha velocidad, con una rápida recuperación de ingresos, pero eso no lo vamos a ver en este año.

¿Cuándo esperan que pueda mejorar la situación?

La recuperación de los ingresos se va a ver, probablemente, en el 2024, porque el próximo año vamos a tener un crecimiento de la economía más cercano a lo que sería una velocidad de crucero. Ojalá que la recuperación venga rápido, porque la desaceleración de la economía no es solo de este año, viene desde la pandemia. Entonces, están sumando 3 años de muy bajo crecimiento para el sector, que hace que el momento sea más retador.

¿Qué están haciendo las aseguradoras para enfrentar la coyuntura, así como para estar listas cuando se recuperen los segmentos más golpeados?

Hay varias cosas en las que se está trabajando. De estas, diría que hay dos que van a empezar a tener más

tracción. Una, que es muy importante para el segmento de las microfinanzas, es la simplificación de las pólizas. El reto de tener pólizas de dos páginas ya está presente en las compañías, con lo cual, va a ser mucho más fácil para las aseguradoras acercarse a las micro y pequeñas empresas (Mypes) y comercializar sus productos. Es un desarrollo en marcha que va a ser interesante ver cómo lo recibe el mercado.

¿Cuál es el segundo esfuerzo en el que están trabajando?

Lo segundo es la oferta de productos que son muy interesantes y que se denominan ‘on and off’, que es una manera diferente de entender la protección que los clientes desean. Para todo fin práctico, se está reduciendo el tiempo de cobertura, por lo tanto, son productos más baratos.

En las pólizas tradicionales básicamente no puedes hacer nada, solo firmas lo que te ofrecen. Sin embargo, en las ‘on and off’ tienes la capacidad de activar o desactivar la póliza, dependiendo de si efectivamente ves que estás en riesgo. Si bien hay mucho por hacer en este nuevo modelo, ya estamos en esa discusión.

Por ejemplo, imagina las pólizas de los vehículos de transporte de carga de un pequeño negocio que permitan activarse solo cuando el vehículo se va a usar. Este es un concepto diferente y una herramienta que puede servir muchísimo para llegar al segmento de las pequeñas empresas.

Seguros embebidos

Así como en la banca existen iniciativas y experiencias de ‘open innovation’, ¿cuál es la situación en el mundo de los seguros?

El sector asegurador está en diferentes etapas el mundo. En el caso de Perú, todavía no está presente. Analizamos

este tema en algunas de las sesiones del Insurance Day (que organiza Apeseg en el mes de junio), porque se empieza a ver algo de esto en Brasil y en Chile.

También se observan otras tendencias en el sector como los seguros embebidos. Por ejemplo, cuando compras un departamento mediante una hipoteca, entre los papeles que se firman se compra una póliza de desgravamen y un seguro que protege el inmueble durante el periodo del crédito.

No se ha hecho una compra deliberada de un seguro, lo que se hizo es una compra específica de un departamento. Ahí se invirtió tiempo visitando y mirando acabados en un montón de sitios. Esa misma lógica se puede tener en muchos productos en los cuales se termina comprando un seguro.

¿Cómo se ha venido adaptando la regulación a estas nuevas tendencias?

Es algo para conversar con la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), porque uno podría pensar que, en la lógica de proteger al consumidor, de repente, lo mejor sería que la compra del seguro sea consciente. Es decir, si debe tomar 3 decisiones, que sea consciente de las 3 decisiones. Pero, mientras más requerimientos le hagamos para esa compra consciente, probablemente va a ser más difícil que la concrete.

Si le preguntas 25 cosas al consumidor para cerrar la transacción, en el paso 12 se va, ya que su intención no era comprar seguros sino el bien o servicio que conlleva la compra del seguro, como en el caso del inmueble.

Entonces, siempre habrá un espacio de discusión con la SBS para ver de qué manera se desarrolla esto, que es algo que ocurre en todos los países, porque siempre se buscará proteger al consumidor. Sin embargo, si se hace demasiado intenso el proceso, el consumidor podría escoger no estar protegido.

Mypes

¿Cómo ha cambiado la oferta de seguros en el segmento de las Mypes?

Hay un avance bastante significativo en la oferta de seguros a las micro y pequeñas empresas debido a que las compañías han entendido mejor estos segmentos.

Por ejemplo, uno habla de pequeñas, medianas y microempresas (Mipymes) como si todas fueran homogéneas, y no lo son. Hay empresas que tienen unos perfiles de liquidez muy particulares. También hay empresas que siendo MYPE tienen unos stocks tremendamente grandes y que, por lo tanto, tienen mucho patrimonio acumulado por preservar.

El sector ha ido entendiendo mejor los diferentes dolores de las Mipymes ofreciendo coberturas tanto para los empresarios como para sus negocios, para que sean más resilientes y no desaparezcan al primer golpe que enfrenten, que es un poco lo que vemos hoy en día. Nuestra labor es ayudarlos a gestionar adecuadamente sus riesgos.

El Gobierno emitió a fines de mayo un decreto de urgencia que crea el Programa de Fortalecimiento Patrimonial de las Instituciones Especializadas en Microfinanzas. ¿Qué opina al respecto?

Este segmento del sector financiero está muy golpeado, porque sus clientes están en la misma situación.

Las autoridades están lanzando programas para ayudarlos a revertir sus problemas.

Vemos, por ejemplo, acciones de la Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide) con alivios financieros, pero el Gobierno debería entender que está cometiendo un error con el combo que les está ofreciendo, debido a que está sesgado a lo crediticio y no necesariamente es lo único que necesitan.


Por ello, las autoridades deben entender que las entidades de microfinanzas también necesitan reducir sus perfiles de riesgo, reducir su vulnerabilidad frente a los desastres naturales, frente al cambio climático, incendios, etc.

Seguro agrario

Respecto al cambio climático y al impacto que tiene sobre el sector Agropecuario, ¿cómo avanza la cobertura de los agricultores con el Seguro Agrario Catastrófico (SAC)?

Aumentar la cobertura de agricultores al Seguro Agrario Catastrófico no ha sido sencillo, pero este año, con las desfavorables condiciones climáticas, se va a demostrar el valor de esta protección. Los constantes cambios en el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri) no han facilitado que se dinamicen las ofertas de seguros complementarios, que son las coberturas comerciales para los subsectores Pecuario y Agrícola.

Sin embargo, ahora notamos una mejor predisposición y esperamos que la coyuntura climática ayude mucho para que esa contratación vaya bastante bien en este año. Los agricultores deben protegerse porque estamos hablando de situaciones en las que sus negocios pueden, literalmente, irse al agua.



“El sector asegurador ha ido entendiendo mejor los diferentes dolores de las Mipymes ofreciendo coberturas tanto para los empresarios como para sus negocios, para que sean más resilientes y no desaparezcan al primer golpe que enfrenten”, afirma Eduardo Morón Pastor.

¿Han podido retomar las conversaciones con el Midagri tras el cambio de autoridades?

Sí. Hemos logrado retomar el diálogo con el Midagri que se había perdido el año pasado. Estamos volviendo a discutir algunos temas que se requieren mejorar. Son dos cosas en las que permanentemente hemos estado insistiendo. La primera es el pre-registro de beneficiarios y, la segunda, está relacionada con los sectores estadísticos.

Para entender este último tema, hay que tener en cuenta que el seguro opera con lo que se conoce como sectores estadísticos. Es decir, la geografía se divide en diversas áreas, cuyos tamaños están asociados con la densidad de las diferentes estaciones meteorológicas que el Midagri tiene desplegadas en todo el territorio.

¿Cuál es el problema con los sectores estadísticos?

El problema es que, a veces, esos espacios son demasiado grandes porque faltan estaciones meteorológicas, con lo cual, lo que ocurre dentro de dichas áreas no es uniforme y no permite cuantificar el riesgo.

Esto porque en un mismo sector puedes tener cultivos de diferentes tipos, unos más propensos que otros a ser afectados por el agua o por climas adversos, pero como se está tratando como una sola área, por la falta de estaciones meteorológicas, se termina haciendo una medición incorrecta del riesgo.

Por ello, estamos buscando una salida para corregir el problema. Es un trabajo de largo aliento, pero queremos ayudar al Midagri a fortalecer esto, porque va a ayudar no solo a dicho segmento de consumidores, sino, en general, a cualquier otro que se pueda montar sobre eso.

¿Cuándo será la próxima licitación del SAC?

Estamos buscando que la licitación del siguiente año se lleve a cabo pronto y no se espere que se agrave el riesgo por el Fenómeno del Niño, porque a medida que se acerca el posible evento, se hace más complejo encontrar reaseguro, con lo cual, termina impactando en el precio.

Estamos en ese diálogo con el Midagri para que se haga la licitación del próximo año.

¿A cuánto llega la cobertura del SAC?

Para las campañas agrícolas 2021-2022 y 2022-2023, se ha destinado un financiamiento de S/80 millones por año, que protegerá aproximadamente a 2 millones de hectáreas de cultivos transitorios. Estamos hablando del seguro catastrófico que contrata el Midagri.

Luego viene el segundo nivel de protección con los seguros agrícola y pecuario, que son coberturas cofinanciadas por el Midagri.

En este segmento de la agricultura familiar de subsistencia, el apoyo del Midagri ha sido fundamental, pero se ha demorado mucho en decidir el monto del presupuesto que va a destinar.

Y, dadas las circunstancias, es un buen momento para que se haga la licitación del próximo año, porque posiblemente el riesgo se va a agravar.

Insurance Day

“El reto de tener pólizas de dos páginas ya está presente en las compañías, con lo cual, va a ser mucho más fácil para las aseguradoras acercarse a las micro y pequeñas empresas y comercializar sus productos”.

¿Cuál fue la principal preocupación que buscaron profundizar en el Insurance Day?

La discusión del Insurance Day fue sobre aquello que hace que los consumidores confíen en las promesas de las compañías de seguros, pensando en nuestra permanente búsqueda de incluir a más familias y empresas dentro del universo de protección en el país, porque uno de los problemas más grandes que tenemos es la desconfianza de la gente.

Y dado que este problema tiene varias aristas, trajimos a la profesora de la Universidad de Harvard, Frances Frei, que es experta en el tema.

Una segunda manera de entender esta problemática es el estudio que hizo el Boston Consulting Group (BCG), que pregunta a los consumidores de Colombia, Chile y Perú qué cosas los motiva a comprar un seguro, o dejar de hacerlo, con el objetivo de entender dónde el tema de confianza es más importante.

Hemos buscado cómo otros han logrado romper las barreras de la confianza y el ejemplo más paradigmático que tenemos en el país es el de la billetera digital Yape.

Gente que discrepa de los bancos usa Yape con toda naturalidad. Eso obedece a que Yape ha establecido ese puente de confianza en los sectores no bancarizados y ese es el reto que tenemos nosotros como sector asegurador.

¿Cómo abordaron el tema de la sostenibilidad?

Tuvimos un panel con algunos CEO de las compañías, para reflexionar sobre lo que han hecho y cómo les ha ido en la búsqueda de aumentar la confianza de los consumidores en la promesa de las compañías.

Una manera de hacerlo que hoy está muy desarrollada en el mundo es que las compañías apelan a que toda

su operación se preocupa de ser sostenible, una característica deseable para muchos clientes.

Por eso le pedimos tanto a la colombiana Seguros Bolívar, que tiene la sostenibilidad como parte de su ADN, como a Rosario Bazán, de la empresa agroexportadora Danper, que ha hecho de la sostenibilidad su marca personal, que nos cuenten sus experiencias.

Hemos explorado por varias vías cómo llegar a esa herramienta que permite generar más confianza para alcanzar el reto de mayor inclusión en seguros.

Propuestas legislativas

¿También tienen el reto de convencer al Congreso de la República para que evite aprobar normas que afecten la inclusión en seguros?

Sí, siempre hay esas propuestas de normas. No son un montón, pero algunas son de carácter literalmente catastrófico.

Hay una iniciativa que puede impactar en el sector salud, que busca enfrentar el supuesto problema de integración vertical.

Sin embargo, no entienden que la integración vertical es una herramienta de control financiero, en la que el encargado de administrar los recursos para las prestaciones del servicio tiene la opción de hacerlo de manera descentralizada. De lo contrario, existe el riesgo de ocasionar que el seguro sea carísimo y sea para muy pocos.

En la integración vertical la aseguradora, además de financiador, es el prestador del servicio, con lo cual, tiene mayor presencia, ojos y oídos en las atenciones médicas.

“La integración vertical es una herramienta de control financiero, en la que el encargado de administrar los recursos para las prestaciones del servicio tiene la opción de hacerlo de manera descentralizada. De lo contrario, existe el riesgo de ocasionar que el seguro sea carísimo y sea para muy pocos”.

Es mucho más fácil de esa manera encontrar el balance sobre cuál es el nivel de servicio necesario que corresponde financiar y la naturaleza de la dolencia del asegurado.

Si el prestador pudiese escoger libremente, pediría que se financie mucho más de lo necesario, sólo por estar seguro de lo que hace. Pero ese costo alguien lo debe pagar.

Es importante entender que también en salud hay intervenciones costo efectivas.

En el Congreso, algunos no entienden el uso de la herramienta de integración vertical y se tiene la creencia errada de que una integración vertical en salud es siempre negativa para los usuarios.

En realidad, en el sector privado la integración vertical no supera el 30%, mientras que el único 100% integrado es el Sector Público.



SUMMIC 2023

Microfinance Summit for Latin America and the Caribbean

06, 07 y 08 de septiembre

Convention & Sport Center - ESAN



Reinventando la inclusión financiera

Informes e inscripciones:

📞 985 422 913

✉️ eventos@fpcmac.org.pe

🌐 summic2023.fpcmac.org.pe

📍 Av. Alonso de Molina 1652 - Surco, Lima, Perú

FOCMAC evalúa posibles inversiones en mejoradores de operaciones de deuda subordinada

El Fondo de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FOCMAC) trabaja en el desarrollo de productos y servicios financieros con el apoyo de una consultora externa. También evalúa posibles inversiones en operaciones de compra de cartera en situación de vencimiento judicial, dijo su presidente, Walter Leyva Ramírez.

El Fondo de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FOCMAC) es una empresa especializada en otorgar servicios financieros dirigidos a las Cajas Municipales desde el 29 de mayo de 1990, en virtud de lo dispuesto por el Decreto Supremo 157-90-EF.

El FOCMAC no es una institución crediticia sino una entidad que se creó concurrentemente con las Cajas para canalizar los recursos financieros de entidades nacionales como extranjeras, en beneficio o según una necesidad específica para el ejercicio de cada una de ellas.

“El enfoque de esta creación era que existiera un brazo financiero corporativo de las CMAC que pudiera solventar sus patrimonios a través de una gestión financiera y crediticia, así como por el fortalecimiento patrimonial, en coordinación con cada área de Riesgo, Recuperaciones y Finanzas, además de la vigilancia de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)”, señaló su presidente, Walter Leyva Ramírez.

En la parte del fortalecimiento patrimonial, el FOCMAC ha participado en diferentes operaciones de apoyo, en inversiones de ratings y acciones preferentes, expresó a **Microfinanzas**.

“En la línea de gestión se ha logrado un alto posicionamiento con un producto de compra de cartera de créditos vencidos, judiciales y castigados; lo que contribuye a disminuir la morosidad y genera ingresos extraordinarios para las Cajas, que a su vez les permite incrementar sus utilidades”, acotó.

Estrategia

Actualmente, el FOCMAC desarrolla un Plan Estratégico de avanzada para el periodo 2024-2026 con un enfoque concéntrico en los nuevos requerimientos de las CMAC, para brindarles otros servicios amparados por las nuevas posibilidades regulatorias.

Para el fortalecimiento patrimonial de las Cajas se trabaja alternativas como inversiones en la adquisición de acciones preferentes y underwriting; en préstamos, depósitos, compra de cartera de crédito (vencidos, judiciales y castigados provisionados al 100%) y otras operaciones orientadas a apoyar y afrontar situaciones de liquidez temporal y/o aumentar la actividad crediticia, como la emisión de deuda subordinada a través de bonos.

“Mientras que, para el desarrollo de productos y

servicios financieros, con el apoyo de una consultora externa, estamos evaluando posibles inversiones, en los denominados mejoradores de operaciones de deuda subordinada u operaciones de compra de cartera en situación de vencimiento judicial”, explicó Leyva.

Unidad de Fideicomiso

El FOCMAC también evalúa la posibilidad de brindar servicios a través de una Unidad de Fideicomiso, para que apoye en operaciones de alto nivel o de riesgo moderado impulsadas por las Cajas Municipales.

“La posibilidad de adoptar esta figura surge porque los mercados asumen cierta madurez y en sus ciclos de vida las entidades financieras van requiriendo de diversos tipos de servicios; más ahora que las Cajas están en una

posición distinta con las nuevas leyes y normativas. En una posición de dar un salto más acelerado, tanto cuantitativo como cualitativo, para ir asumiendo nuevos productos para sus clientes”, comentó.

Leyva agregó que deben tener una mirada distinta hacia el futuro, porque no sólo están cambiando los aspectos de transformación digital, canales electrónicos, algunos aspectos políticos regulatorios, sino también algunos hábitos en los usuarios.

“Ahí está el reto, por lo que la celebración por los 33 años de creación del FOCMAC nos encuentra en una etapa de transición, en la que venimos consolidándonos como una alternativa de canalización financiera para las Cajas”, concluyó.



El FOCMAC busca consolidarse como una alternativa de canalización financiera para las diversas Cajas Municipales del país, afirmó Walter Leyva Ramírez.

Opinión

Lo que propone la SBS

Operaciones no reconocidas y comisiones en canales propios



María del Carmen Yuta
Socia de Vodanovic

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) publicó un proyecto de norma con cambios relevantes vinculados a los consumidores del sistema financiero en temas de conducta de mercado, gestión del riesgo de seguridad de la información y ciberseguridad, y disposiciones sobre tarjetas de crédito.

El proyecto busca reforzar la protección al consumidor en base a los precedentes y criterios adoptados por el supervisor en el marco de sus labores de control.

En este artículo, comentaremos dos temas de importante impacto en la industria. El primero, el pago del crédito en los canales propios, es decir, los que pone la entidad financiera a disposición de los usuarios, el proyecto propone catalogar como “servicio inherente” al uso de estos canales.

¿Y ello qué supone? La consecuencia de catalogarlo como servicio inherente o esencial a una operación financiera es la imposibilidad de las entidades de cobrar comisiones derivadas de la puesta a disposición de tales canales a favor de los usuarios finales.

Es buena la intención, sin embargo, es preciso notar dos cosas. Primero, cuando las entidades invierten en canales digitales tales como plataformas tecnológicas en aplicaciones, o ATM, y dispositivos electrónicos similares, le están entregando al consumidor un beneficio directo al reforzar su experiencia usuario, facilitándole opciones distintas a las oficinas físicas, lo cual a su vez les permite ahorrar tiempo y dinero en la ejecución de sus operaciones, haciéndolas incluso más seguras.

Y segundo, es importante cuidar que esta inversión no se vea afectada con medidas que pueden generar un impacto adverso, como sería el desincentivo de inversión en nuevas tecnologías en sus canales de servicios orientadas a mejorar la calidad y seguridad de los servicios financieros, más aún en un contexto en el que se promueve la banca digital de acuerdo con las últimas modificaciones introducidas en la Ley de Bancos.

En el segundo tema, la nueva regulación para los casos de operaciones no reconocidas en los “micropagos” con tarjetas de crédito, el proyecto hace precisiones en torno a la

responsabilidad legal que asumen las empresas por “operaciones no reconocidas” de los consumidores, así como en el resto de supuestos taxativos previstos en la regulación (tales como, el funcionamiento defectuoso de canales, suplantación del usuarios en oficinas, entre otros), que la empresa no estará obligada a asumir las pérdidas asociadas a las operaciones no reconocidas “cuando se acredite la responsabilidad del usuario”, es decir, si no la acredita, deberá asumir la responsabilidad.

Como sabemos, en el caso de micropagos la regulación no exige el uso de mecanismos de autenticación debido a los montos involucrados; por ello, esa situación hace sumamente difícil que las empresas puedan acreditar responsabilidad “objetiva” con la finalidad de no asumir pérdidas que en principio no le corresponderían en determinados supuestos, tales como los casos de “autofraude”.

En este contexto, resultaría útil que la regulación admita el uso de patrones de fraude en el monitoreo de operaciones a efectos de la acreditación de responsabilidad del usuario sobre la base de presunciones que resulten razonables y debidamente fundamentadas. Hasta hoy la necesidad de identificar patrones de fraude y el análisis de información histórica de las operaciones en el monitoreo de estas, sólo se reconocen a favor de los usuarios en operaciones con tarjetas, más no en situaciones donde resultaría necesario romper con presunciones legales de responsabilidad de las empresas que les permitan desincentivar malas prácticas.

“En el caso de micropagos la regulación no exige el uso de mecanismos de autenticación debido a los montos involucrados; por ello, esa situación hace sumamente difícil que las empresas puedan acreditar responsabilidad ‘objetiva’ con la finalidad de no asumir pérdidas”.

Conclusión

Si bien la protección al consumidor es un objetivo regulatorio principalmente como responsabilidad de la autoridad de consumo (Indecopi), el supervisor financiero, por su especialización en el conocimiento del funcionamiento de la industria y de las operaciones financieras, debe procurar que la normativa en materia de conducta de mercado y de ciberseguridad, juegue un doble rol: tutele a los consumidores y, a la vez, genere incentivos en el cumplimiento de objetivos regulatorios que son claves de cara al desarrollo de los servicios financieros, como es la promoción de la digitalización de los servicios, bajo un enfoque de regulación basada en riesgos.

Caja Arequipa busca potenciar en el resto del país el posicionamiento que tiene en el sur

Caja Arequipa ha realizado una serie de innovaciones en sus productos pasivos y tiene previsto ampliar su red de atención con la finalidad de ser un actor importante en dicho sector.

Caja Arequipa, la octava entidad de mayor cuota de mercado de captaciones del público en el sistema financiero regulado, busca replicar en el resto del país el liderazgo que mantiene como entidad de microfinanzas en la mayoría de las regiones del sur.

Para dicho propósito, ha desarrollado un conjunto de estrategias que le permitan retener y captar nuevos saldos de ahorros y depósitos, en un mercado en el que se ha desatado una guerra de precios, sin fin próximo.

“Estimábamos que, a raíz de la desaceleración de la inflación, las tasas de interés empezarían a ceder a partir del segundo semestre de este año. Sin embargo, van a tardar un poco más, lo que implica que, las tasas de los depósitos se mantendrán aún en los niveles actuales o que, incluso, puedan subir un poco más”, declaró Isabel Castillo Lúcar, gerente de Productos Pasivos de Caja Arequipa.

Sobre la situación del negocio de captaciones del sistema financiero en el que participa Caja Arequipa, Manuel Chacaltana Cortez, gerente central de Finanzas, precisó que antes de la pandemia, cuando la tasa de política monetaria se ubicaba en 2,5%, las tasas de los depósitos a plazo en el sistema de microfinanzas eran, en promedio, 300 puntos básicos mayores (5,5%) que la tasa del Banco Central de Reserva (BCR).

No obstante, indicó que, en la actualidad, producto de la inflación, la tasa de política monetaria se ubica en 7,75% y la de depósitos a plazo del sistema financiero en general en 8,25%, en promedio, es decir, solo 50 puntos básicos por encima. Por lo que todavía existe margen para que las tasas puedan subir, en un mercado en el que la competencia es muy dura, en particular por los segmentos de depósitos minoristas.

“En las microfinanzas, en el segmento de pasivos competíamos por precios entre los mismos jugadores, pero ahora todas las entidades financieras: bancos grandes y medianos, financieras, cajas municipales y en general todo el sistema financiero, estamos jugando en la misma liga por precios”, subrayó Castillo.

Chacaltana recordó que hace 2 años, debido a la incertidumbre generada por la última elección presidencial, la gente retiró su dinero de las entidades financieras; sin embargo, este dinero está regresando, así como los ahorros que la gente mantenía en cuentas o “debajo del colchón” sin rentabilizar, porque ahora buscan mitigar el impacto negativo sobre su capacidad adquisitiva producto de la inflación.

Estrategias

Frente a este escenario, y la meta de Caja Arequipa de ampliar su liderazgo, Castillo precisó que acaban de lanzar un nuevo producto de depósito a plazo que, además de ofrecer una buena retribución, se adapta a la coyuntura de incertidumbre del país, en el que inesperadamente puede haber cambios o inestabilidad que afecte a la economía.

Recordó que, a diferencia de los depósitos a plazo tradicionales, el producto permite disponer de hasta el 30% del capital de apertura, sin penalidades, en el caso de eventualidades o alguna emergencia que conlleven al cliente a hacer uso de sus ahorros.

En cambio, durante coyunturas favorables que permitan a los clientes generar nuevos excedentes, el producto admite nuevos aportes ilimitados en monto y número de veces a la cuenta a la misma tasa de interés pactada. Además, el nuevo depósito a plazo ofrece una rentabilidad de 8,5% anual.

“Buscamos mejorar nuestro posicionamiento. Una de nuestras fortalezas es que somos líderes en el sur y queremos tener el mismo potencial a escala nacional. Por ello, hemos arrancado julio con una campaña que cae como anillo al dedo, en términos de lo que está atravesando el país. Dada esta situación cambiante y a los vaivenes del Perú, el ahorro es vital. Es decir, ‘ahora, ahorra’, porque es lo único que te va a dejar dormir tranquilo”, comentó Castillo.

Pero este es solo el comienzo, Chacaltana adelantó que la Caja tiene en revisión su depósito a plazo fijo “Edad de Oro” para dotarlo de nuevos atributos competitivos. Dicho producto está dirigido a un público rentista dispuesto a confiar sus ahorros por largo plazo desde 4 a 7 años y que está acostumbrado a acceder a un flujo constante de intereses.

A esta evaluación, se suma la oferta de nuevos productos como las cuentas digitales, que ofrecen mucha transaccionalidad sin costo, a una tasa de interés de 7,25%, de las más atractivas de mercado.



Caja Arequipa tiene previsto abrir agencias en el distrito limeño de San Borja y otra en el de Surco (en Chacarilla). Mientras que en Arequipa se alistan las agencias en Umacollo y Mercaderes.

Nuevas agencias

Por su parte, Castillo aseguró que Caja Arequipa es una organización conformada por personas sirviendo a personas, cuya cercanía es otra fortaleza de la institución, han alistado un plan de apertura de agencias ‘premium’, ‘eco friendly’ y ‘pet friendly’, bien ubicadas para la atención preferencial del segmento premium.

Así, a la reciente apertura en Lima de la agencia Larco, ubicada en el distrito de Miraflores, se viene una en el distrito de San Borja y otra en el de Surco (en Chacarilla). Mientras que en Arequipa se alistan las agencias en Umacollo y Mercaderes.

“Se nos conoce mucho por el tema de colocaciones y ahora también queremos que nos reconozcan por los productos de depósitos con transparencia y calidad de servicio”, indicó Chacaltana.

Castillo detalló que la estrategia de diferenciación de la Caja apunta a brindarle una buena experiencia de usuario a sus clientes en productos, cercanía y solidez. Recordó que Caja Arequipa cuenta con una calificación

A-, debido a su buen gobierno corporativo y fortaleza financiera, nota a la que antes no podían acceder entidades como las microfinancieras.

“Queremos diferenciarnos y, para ello, contamos con clasificación A-, con lo cual además de ser los líderes, somos más que una Caja. Estamos compitiendo en otras ligas”, manifestó.

Hasta el momento, de acuerdo con Castillo, la estrategia de la Caja le viene dando resultados. En los 6 primeros meses del año, han duplicado el crecimiento de captaciones de productos pasivos (ahorros, depósitos a plazo fijo y Compensación por Tiempo de Servicios - CTS) respecto a sus niveles prepandemia, en dicho lapso.

Apetito por las empresas

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), de las 9 regiones que conforman el sur del país, Caja Arequipa, en promedio, ostenta el 44% de los ahorros (no considera las cuentas corrientes) y el 42% de los depósitos a plazo.

En el sistema microfinanciero, Caja Arequipa ha sido la entidad con mayor crecimiento acumulado al cierre de mayo, según información de la SBS, con una variación nominal positiva de S/485 millones, casi el doble que algunos de sus principales competidores de este rubro.

Para Castillo, este liderazgo obedece a la importante cobertura física y digital de la organización. Y debido a este éxito, buscan replicarlo y potenciarlo para ganar mercado en el segmento de personas jurídicas en el resto del país.

Reveló que, durante este mes, la Caja iniciará su mesa de trabajo, bajo la metodología ‘agile’, para desarrollar un ‘homebanking’ empresarial que les permita ampliar su oferta de valor para dicho segmento de clientes.

Finalmente, Chacaltana no descartó que, posteriormente y cumpliendo con la regulación, la Caja pueda ofrecer otras cuentas corrientes a empresas o con fines previsionales, como actualmente lo hacen sus pares en Europa. Así, Caja Arequipa se prepara para enfrentar la competencia y cumplir con su meta de aumentar su cuota de mercado en el país.



“En el segmento de pasivos al público, las microfinancieras competíamos por precio entre los mismos jugadores; pero ahora todas las entidades financieras: bancos grandes, medianos, financieras, Cajas Municipales y, en general, todas las entidades estamos jugando en la misma competencia de precios”.

Isabel Castillo Lúcar
Gerente de Productos Pasivos



“La Caja tiene en revisión uno de nuestros productos bandera, nuestro depósito a plazo fijo ‘Edad de Oro’ para dotarlo de nuevos atributos y mejores tasas para nuestros clientes. Dicho producto está dirigido a un público rentista dispuesto a apostar sus depósitos a largo plazo, desde 4 a 7 años”.

Manuel Chacaltana Cortez
Gerente central de Finanzas

IPE

El 36% de los que acudieron a prestamistas informales ahora optarían por el sistema financiero formal

Se estima que, en promedio, los topes a las tasas de interés aprobadas por el Congreso de la República, han excluido al 25% de las personas que antes accedían a créditos formales de consumo, así como al mismo porcentaje de microempresas, señala el informe “El mercado de créditos informales en el Perú” del IPE.

Aproximadamente el 36% de las personas que recurrieron a prestamistas informales en el último año, ahora estarían dispuestas a acudir al sistema financiero formal si necesitaran un nuevo préstamo, mientras que el 44% volvería a financiarse a través de un prestamista informal, muestra un estudio del Instituto Peruano de Economía (IPE). De acuerdo con el estudio “El mercado de créditos informales en el Perú”, el principal motivo por el que las personas optan por créditos informales es la rapidez del trámite, ya que consideran que los préstamos formales exigen demasiados requisitos.

Al menos 580 mil familias en el país obtuvieron un crédito de prestamistas o casas de empeño durante el último año. Estos préstamos informales son más comunes en el oriente y entre los hogares de bajos recursos, representando alrededor del 14% de los hogares encuestados. En la zona oriente, la proporción de hogares que acudieron a este tipo de préstamos alcanza el 22%, mientras que en la zona sur y en Lima Metropolitana, la cifra se sitúa en 9% y 5%, respectivamente.

Los créditos informales se destinan principalmente al pago de deudas, inversión en negocios y cubrir necesidades básicas. En los últimos 10 años, se ha observado una reducción en su uso para la compra de viviendas y un aumento en su utilización para gastos relacionados con la salud, especialmente debido a la pandemia de la COVID-19.

El estudio, elaborado con el apoyo de la Asociación de Bancos (Asbanc), revela que los créditos informales suman al menos S/1.000 millones, lo que representa aproximadamente el 79% de los créditos de microempresas y consumo otorgados por todas las Cajas Rurales. El monto promedio de un crédito informal es de S/1.722.

Características

Entre sus características principales está que el 22% de los créditos informales son otorgados bajo la modalidad “gota a gota” con pagos diarios, siendo esta modalidad predominante en Iquitos. Además, el 28% de los préstamos tienen un plazo de un mes con una sola cuota, y la tasa de interés más común al finalizar cada plazo es de 20%. En Iquitos, la modalidad “gota a gota” es dominante en el 69% de los casos.

El 49% de los prestatarios informales pagan tasas de interés compuestas anualizadas superiores a 500%. A pesar del alto costo, casi la mitad de los encuestados considera que las condiciones de estos préstamos son favorables o muy favorables para ellos.

El 86% de las familias que recibieron un crédito informal en el último año ya lo han devuelto, mientras que el 8% tuvo dificultades con la devolución. Sin embargo, más de la mitad de este último grupo estaría al día con sus pagos.

El estudio evidencia que el 35% de aquellos que tuvieron problemas para pagar sus préstamos informales recibieron amenazas o presiones. Estas amenazas podrían influir en el cumplimiento de los plazos pactados por el resto de los prestatarios.

En este sentido, una trabajadora dependiente en Arequipa relató el caso de una amiga que experimentó problemas con el pago de su deuda y fue visitada en su casa por personas que amenazaron a su hija, a su esposo y a su familia.

Servicios formales

El IPE hace un llamado a mejorar los servicios financieros formales para hacerlos más atractivos, evitar medidas que

perjudiquen a los consumidores y fortalecer la confianza de la ciudadanía en las instituciones financieras.

Asimismo, insta a aprovechar nuevas herramientas tecnológicas y eliminar los topes a las tasas de interés establecidas por el Congreso de la República, los cuales restringen el acceso al crédito formal. Según el informe, el 79% de los préstamos informales tiene una tasa de interés superior al tope legal actual. Se estima que, en promedio, estas restricciones han excluido al 25% de las personas que antes accedían a créditos formales de consumo y microempresas.

El IPE enfatiza la importancia de facilitar el acceso a servicios financieros formales y fortalecer la confianza de los hogares más vulnerables en estas instituciones. La verdadera inclusión financiera requiere aprovechar nuevas herramientas, como las billeteras electrónicas, para promover el uso de servicios financieros formales y explorar modalidades de pago más flexibles, indicó.

El informe del IPE se basó en dos encuestas realizadas a nivel nacional y en 5 ciudades, con un total de 1.045 y 1.205 encuestados, respectivamente. Además, se llevaron a cabo entrevistas y se realizó un análisis de fuentes secundarias. El estudio se llevó a cabo entre los meses de setiembre y noviembre del año pasado.



Asbanc: Los hogares están atrapados en una espiral de créditos “gota a gota”

De acuerdo con el estudio “El mercado de créditos informales en el Perú” del IPE, un 39% de las personas que acudieron al mercado informal de créditos lo hizo para pagar deudas, una peligrosa situación que advirtió Ricardo Montero, jefe de Estudios Económicos de Asbanc.

“Si las deudas que están pagando son otros créditos informales que arrastran de antes, lo que está pasando es que los hogares están atrapados en una espiral de crédito “gota a gota” que los van a dejar en una situación sumamente precaria y peligrosa”, señaló durante la presentación del informe del IPE. Dijo que tal situación es un gran problema, ya que afecta particularmente a una población vulnerable, a la que va a dejar en una situación aún más vulnerable.

Destacó que el informe del IPE permite dimensionar la magnitud del problema del mercado de créditos informales, pero que en virtud de la información que se ve en los noticieros, diera la impresión de que este fenómeno se está haciendo cada vez más recurrente.

Para enfrentar el problema, Montero se sumó al pedido para derogar la ley que establece los límites a las tasas de interés activas. “Por más que uno crea que así se ayuda a algunas personas, el hecho de que se haya realizado de manera poco técnica y en contra de las opiniones de los entes públicos especializados, termina siendo una medida contraproducente”.

Añadió que el límite a las tasas de interés impide que las instituciones financieras formales puedan ofrecer crédito a las poblaciones vulnerables, las

que quedan a merced del sector informal como única alternativa de financiamiento. Indicó que Asbanc puede promover y apostar por la educación financiera. “Nuestro diagnóstico es que la mayoría de las personas de todos los niveles socioeconómicos cometen errores al comparar opciones, incluso cuando se necesita realizar cálculos muy básicos”.

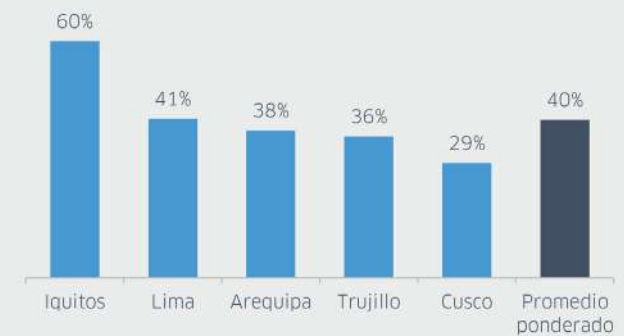
Finalmente, consideró que el informe del IPE plantea una reflexión al sector bancario: “Debemos tomar lecciones de este estudio y hacer que la comunicación de nuestros servicios sea más clara, más directa y fácil de entender, y así las personas van a poder vernos no como entes distantes a los que hay que tenerles miedo, sino como socios que usan el mismo lenguaje que ellos tienen”.

Crédito informal según nivel socioeconómico, 2022
(% de hogares urbanos)



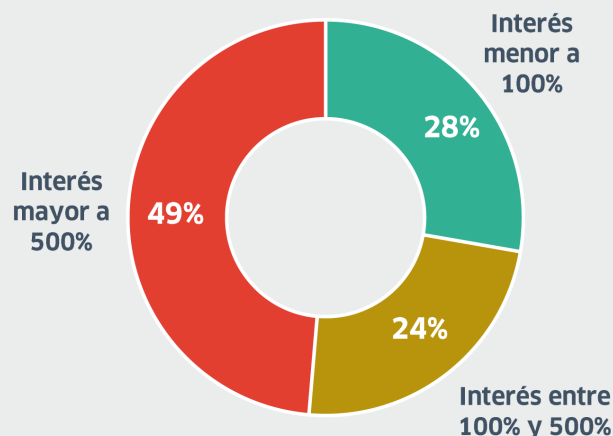
Nota: Niveles socioeconómicos definidos según condiciones de vida de los hogares.
Fuente: Encuesta de IPSOS a nivel nacional.

Hogares que ya habían recibido un crédito informal previo al último año, 2022
(% de hogares urbanos que recibió crédito informal)



Fuente: IPE (2022). El mercado de créditos informales en el Perú.

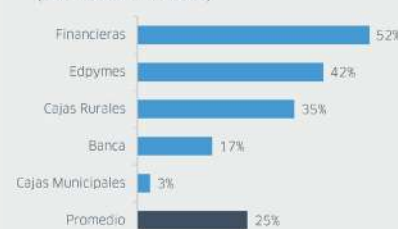
Tasa de interés compuesta anualizada de los créditos de prestamistas o casas de empeño, 2022
(% de préstamos informales)



Fuente: IPE (2022). El mercado de créditos informales en el Perú.



Créditos de consumo y MYPE excluidos por el tope de tasas de interés, 2021 ^{1/}
(% de créditos de consumo)



^{1/} Cálculo realizado con datos de octubre del 2020 a marzo del 2021.
Fuente: BCRP.

Créditos informales con una tasa mayor que el tope del BCRP, 2022 ^{1/}
(% de créditos informales)



^{1/} Se utiliza el tope de tasa de interés de 87.91%, válido desde noviembre del 2022.
Fuente: SBS, IPE (2022). El mercado de créditos informales en el Perú.

SBS: Hace falta educar y desarrollar los canales virtuales

Narda Sotomayor, jefa del Departamento de Análisis de Microfinanzas de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), enfatizó la necesidad de educar a la población y desarrollar los canales virtuales en el sector financiero, con el fin de abordar la creciente demanda de créditos informales en el país.

Dijo que los préstamos informales suelen ser utilizados para pagar deudas, emprender negocios o cubrir necesidades básicas, lo que indica que son considerados como un medio de emergencia.

Estos esquemas, caracterizados por condiciones de crédito desfavorables, montos y plazos muy pequeños, así como altísimos intereses, parecen estar cumpliendo una función social al cubrir emergencias y atender la brecha no abordada por el sector formal. Su existencia se debe a que son necesarios para aquellos que los utilizan.

Recordó que algunas instituciones financieras, especialmente las no bancarias, habían desarrollado productos similares en el pasado, como préstamos

de corto plazo e, incluso, préstamos diarios. Sin embargo, la ley de límite de tasas de interés (Ley de Usura), afectó la viabilidad de estos productos, dejando una demanda insatisfecha que se ve obligada a recurrir al crédito informal.

Sotomayor dijo que el estudio del IPE confirma dos resultados comunes a otras investigaciones sobre los mercados del crédito. En primer lugar, la necesidad de educar, informar, sobre todo a la población de bajos recursos, y hacerlo de manera muy clara sobre los productos y servicios financieros formales, destacando las ventajas de los productos, las características, procedimientos, condiciones de acceso y las fortalezas de participar en el sistema financiero.

Según el estudio del IPE, los prestatarios informales basan sus decisiones en percepciones y no necesariamente en conocimientos sobre el mercado formal, lo que subraya la importancia de la educación.

En segundo lugar, los encuestados también

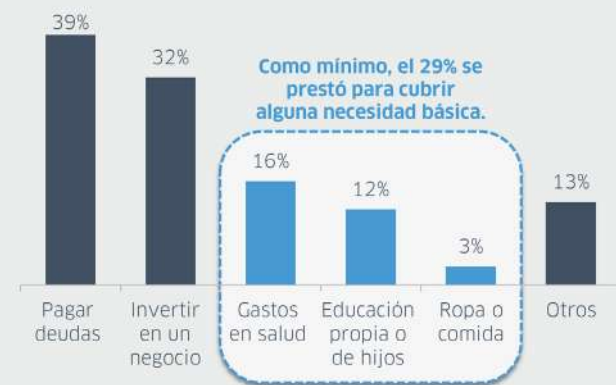
valoraron la adecuación y conveniencia de los productos crediticios a sus necesidades y urgencias, incluso por encima del precio.

Destacó la necesidad de mejorar este aspecto por parte de los proveedores formales. Además, se enfatizó en la importancia de mejorar el entorno legal para el desarrollo de los mercados formales, eliminando barreras que dificulten la viabilidad de productos específicos dirigidos a poblaciones de bajos recursos, como los topes a la tasa de interés.

Respecto a los canales de distribución de este tipo de créditos, mencionó la posibilidad de aprovechar de manera más efectiva los canales virtuales.

Si bien la pandemia ha impulsado la reducción de oficinas y el énfasis en cajeros corresponsales, el inicio de los créditos todavía se realiza principalmente en oficinas. Para productos pequeños y simples como estos, donde la agilidad en los pagos y el mantenimiento de cuentas son prioritarios, Sotomayor sugirió que las aplicaciones virtuales resultan funcionales.

Motivo principal para solicitar un crédito informal, 2022
(% de hogares urbanos que recibió crédito informal)



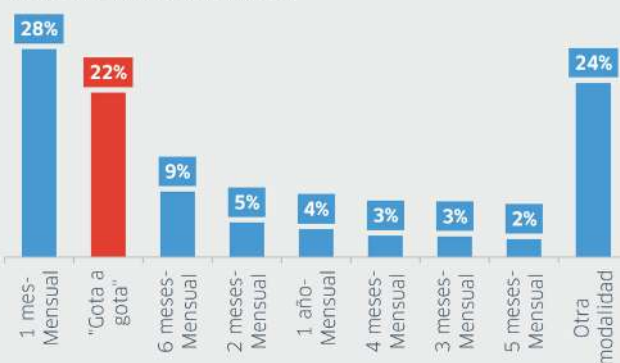
Fuente: IPE (2022). El mercado de créditos informales en el Perú.

Monto recibido por el crédito informal, 2022*
(\$/ por préstamo informal)



Fuente: IPE (2022). El mercado de créditos informales en el Perú.

Modalidades más frecuentes de devolución del préstamo*, 2022
(% de préstamos informales)



*/ Duración del préstamo - Frecuencia de pago.
Nota: Préstamos "Gota a gota" consideran una frecuencia de pago diario.
Fuente: IPE (2022). El mercado de créditos informales en el Perú.

Acciones tomadas por el prestamista ante el incumplimiento del pago, 2022*
(% con algún problema en el pago)



*/ Pregunta de opción múltiple.
Fuente: IPE (2022). El mercado de créditos informales en el Perú.

Informe de Desempeño Social 2022 de Financiera Confianza

Emprendedores en situación de pobreza disminuyen en 24% en el segundo año de relación crediticia

En el caso de haber tenido dos ciclos de crédito, los emprendedores clasificados como pobres logran superar la pobreza, mientras que aquellos en la categoría de extremadamente pobres requieren al menos tres ciclos de crédito para salir de esa situación, muestra el estudio de Financiera Confianza sobre sus clientes.

El 24% de los emprendedores en situación de pobreza a los que Financiera Confianza les otorgó un crédito, salieron de esta situación en el segundo año de relación crediticia, señala el Informe de Desempeño Social 2022 elaborado por la financiera.

El dato confirma una tendencia positiva en el crecimiento de los negocios de los clientes de Financiera Confianza, una entidad de la Fundación Microfinanzas BBVA, y refuerza la importancia de una relación financiera a largo plazo para acompañar el desarrollo empresarial.

El informe revela además que, después de dos ciclos de crédito, los emprendedores clasificados como pobres han logrado superar la pobreza, mientras que aquellos en la categoría de extremadamente pobres requieren al menos tres ciclos de crédito para salir de esa situación. Sin embargo, se observa un retraso de un ciclo de crédito en comparación con el desempeño previo a la pandemia, lo que indica una recuperación más lenta.

El informe pone en evidencia las dificultades que enfrentan los clientes. Una pérdida de ingresos o un aumento en el tamaño del hogar puede llevarlos a una posición menos favorable. En este sentido, el 18% de los emprendedores con más de 5 créditos ha experimentado cambios en sus ingresos y ha caído por debajo de la línea de pobreza en algún momento, aunque un 12% ha logrado superarla.

En tanto, una mayor proporción de los emprendedores que cayeron en la pobreza en el 2022 se han quedado estancados en ella en comparación con el 2019. Sin embargo, la tasa de salida de la pobreza se mantiene estable, lo que indica que solo un pequeño porcentaje de emprendedores se ha visto más afectado por la pandemia.

Rol fundamental

El informe destaca la importancia de las microempresas en el crecimiento, el empleo y la mejora de las condiciones de vida de las personas en situación de vulnerabilidad.

“Financiera Confianza ha demostrado su compromiso con el desarrollo de los emprendedores vulnerables, y

este compromiso se ha materializado en un crecimiento de 14% en el número de nuevos clientes de crédito atendidos en comparación con el año anterior”, precisa. La financiera también ha enfocado sus esfuerzos en brindar productos especializados para las mujeres emprendedoras, con el objetivo de reducir la brecha de inclusión financiera.

Aunque la brecha ha disminuido en los últimos 10 años, todavía existe un porcentaje considerable de mujeres (49%) que no tienen acceso al sistema financiero formal, en comparación con el 38% de los hombres. Productos especializados de Financiera Confianza, como Palabra de Mujer y Emprendiendo Mujer, buscan abordar esta desigualdad y han beneficiado al 15% y 5% del total de clientes, respectivamente.

Emprendedores

Según el informe, Financiera Confianza atiende a un perfil diverso de emprendedores, siendo el sector de comercio el más destacado, tanto al por menor como al por mayor, representando el 50% del total.

El sector agropecuario también es de gran relevancia, representando el 22% del total de clientes. Este sector incluye actividades mixtas (ganaderas y agropecuarias) lideradas principalmente por hombres de mediana edad, seguido de cultivos y ganadería.

Sin embargo, el sector de servicios, a pesar de presentar los mejores márgenes y los más altos niveles de activos, se vio fuertemente afectado por las medidas gubernamentales durante la pandemia.

Esto se refleja en una menor entrada de emprendedores a este sector, que pasó de ocupar la posición más representativa de clientes nuevos en el 2019 a la tercera posición en el 2022, con un 18% de vinculaciones. Curiosamente, la mayoría de los emprendedores de este sector son mujeres en entornos urbanos.

En cuanto a la vulnerabilidad económica de los emprendedores atendidos por Financiera Confianza, se observa que en el 2022 se incorporaron más de

114.000 nuevos clientes de crédito, de los cuales el 74% se encontraba en situación de vulnerabilidad (vulnerables, pobres y extremadamente pobres), y el 23% tenía una renta por debajo de la línea de pobreza. Estos datos se mantienen consistentes con lo observado en los últimos 4 años.

El informe revela que el 55% de los emprendedores considera que su empresa es la principal fuente de ingresos del hogar, mientras que el 27% afirma que aporta a los ingresos del hogar en la misma medida que otras fuentes de ingresos. Solo 23 de cada 10 emprendedores tienen otra fuente de ingresos distinta a su negocio.

Progreso

El informe revela que los emprendedores peruanos han mostrado una notable resiliencia y han experimentado un crecimiento significativo en sus negocios tras la pandemia. El 58% de los negocios encuestados ha mantenido o mejorado sus ventas en comparación con la situación prepandemia, y un 15% incluso ha salido reforzado. Los emprendedores de mayor edad, especialmente aquellos de 40 años o más, presentaron un mejor comportamiento, con 6 de cada 10 logrando mantener o mejorar sus ventas.

La reactivación de la economía también ha llevado a ajustes en los negocios, con un 64% de los emprendedores realizando cambios. La opción más elegida ha sido la diversificación, seguida de la adaptación de los locales o instalaciones, mientras que solo un 7% ha cambiado de actividad.

En términos de crecimiento, el informe destaca que, durante el 2022, en promedio, las ventas de los negocios de los emprendedores han crecido 34% y los excedentes un 35%. Sin embargo, hacia finales de año se observaron ligeras caídas debido a la coyuntura política y económica del país.

Este crecimiento ha llevado a una mayor renta disponible para los hogares, especialmente para las mujeres, cuyos excedentes han crecido a tasas de 34% en comparación con el 36% de los hombres. En promedio,

la mitad de los emprendedores ha logrado mejorar la renta de sus hogares, y estos niveles de ingresos han presentado variaciones a lo largo del tiempo.

Salud financiera

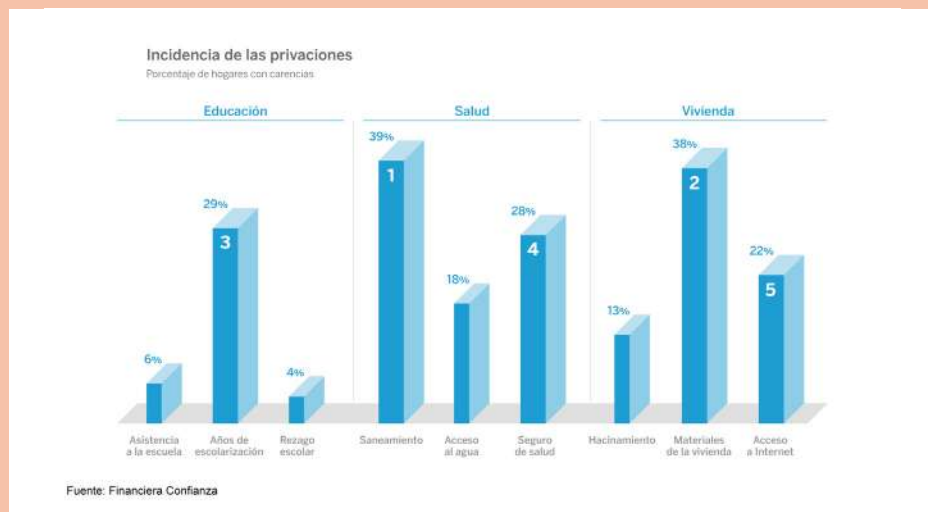
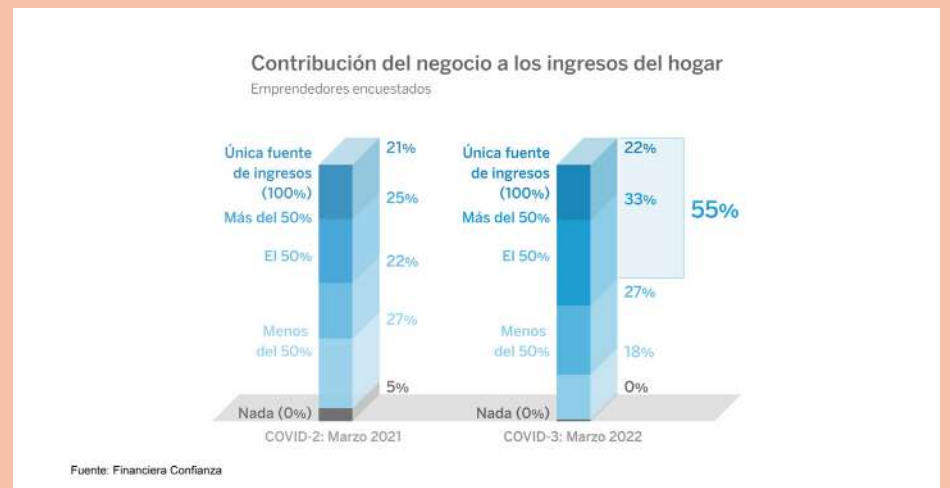
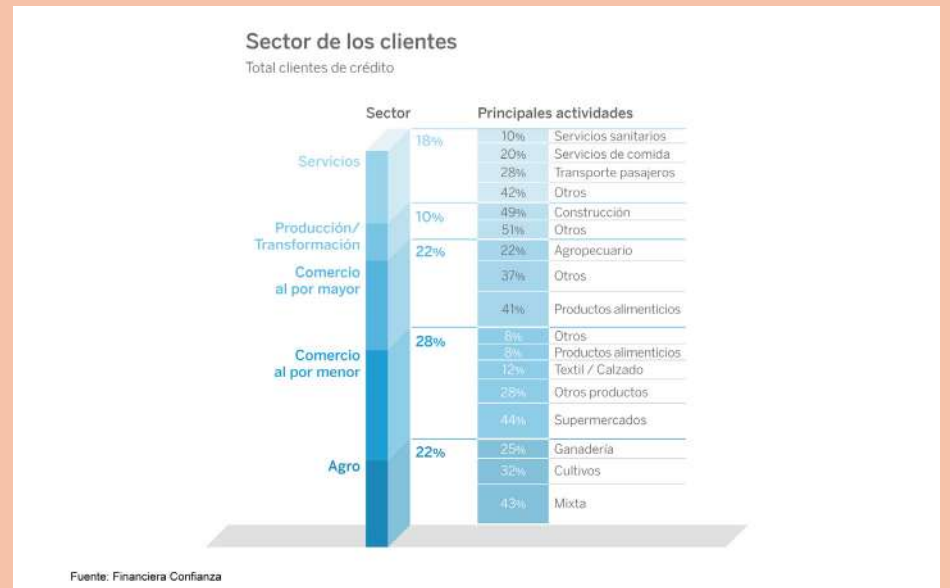
En cuanto a la salud financiera, el 63% de los emprendedores tiene capacidad de planificación en los próximos 12 meses, lo cual resulta clave para brindarles el apoyo adecuado en términos de herramientas

financieras. Además, el 27.9% de los clientes ha contratado un seguro voluntario, y la vinculación a través de seguros es mayor en los hombres que en las mujeres.

En relación con el crédito, el informe muestra que a medida que los emprendedores se estabilizan y hacen crecer sus negocios, sus necesidades financieras aumentan. El desembolso medio de los clientes nuevos es de US\$1.274, y cada vez más el crédito se utiliza para

capital de trabajo. Antes de la pandemia, se realizaban más inversiones en activos fijos.

Finalmente, en el 2022 disminuyó el porcentaje de hogares con ahorros y depósitos. Aproximadamente el 35% de los hogares peruanos ahorra, y solo el 15% lo hace en una institución formal. Sin embargo, el 90% de los emprendedores de Financiera Confianza declara ser ahorrador, aunque la pandemia ha afectado la capacidad de ahorro de 1 de cada 5 hogares.



El 69% de los emprendedores en pobreza atendidos por FMBBVA son mujeres en situación precaria

La perseverancia, el esfuerzo y la capacidad de adaptación de los emprendedores han sido fundamentales para que 6 de cada 10 logren superar la pobreza en un plazo de 5 años, muestra el Informe de Desempeño Social del 2022 de la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA).

Sin embargo, el informe destaca que el 69% de los emprendedores atendidos por la FMBBVA y que se encuentran en situación de pobreza son mujeres en condiciones precarias. Estas mujeres enfrentan dificultades como la falta de ahorros, apoyo familiar, vivir en zonas rurales y tener múltiples bocas que alimentar.

La FMBBVA es la primera entidad privada en utilizar el Índice de Pobreza Multidimensional de la Universidad de Oxford para medir las carencias a las que se enfrentan los hogares de los clientes atendidos por sus instituciones microfinancieras en diferentes países de América Latina, incluyendo

Bancamía en Colombia, Financiera Confianza en Perú, Banco Adopem en República Dominicana, Fondo Esperanza en Chile y Microserfin en Panamá.

El informe revela que, en el 2022, el número de emprendedores con algún tipo de cobertura de seguros aumentó en 62%. Asimismo, destaca que el 53% de los emprendedores atendidos por la FMBBVA en 5 países de América Latina han logrado recuperar o mejorar sus ventas en comparación con el año 2020.

Además, resalta la importancia de las redes sociales como aliadas para los emprendedores de la Fundación. Antes de la pandemia, solo el 19% de los clientes utilizaba estas plataformas para vender, mientras que actualmente ese porcentaje se eleva a 28%.

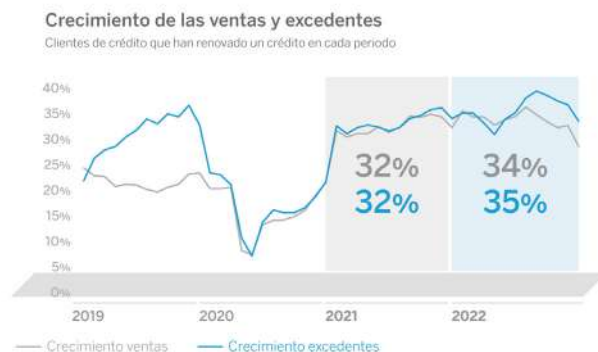
En el año 2022, la Fundación avanzó en la

implementación de la biometría facial y la firma electrónica entre los emprendedores. Más de 14.000 personas utilizaron la biometría facial para registrarse por primera vez, y 265.000 firmaron digitalmente sus documentos.

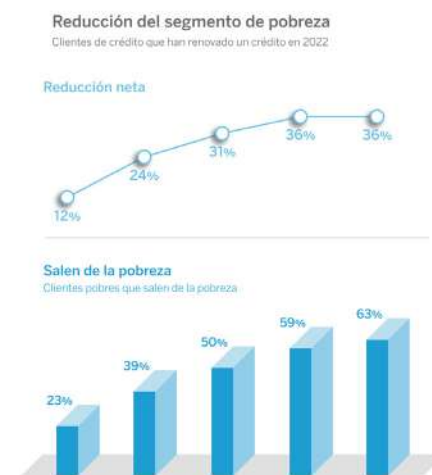
Además, ha establecido el compromiso público de desembolsar más de 7.000 millones de euros en financiación a 4,5 millones de emprendedores de bajos ingresos durante el período 2021-2025.

A través de soluciones digitales y programas de desarrollo en competencias financieras y digitales, así como acceso a internet y servicios transaccionales, la FMBBVA prevé impactar a 14 millones de personas en América Latina.

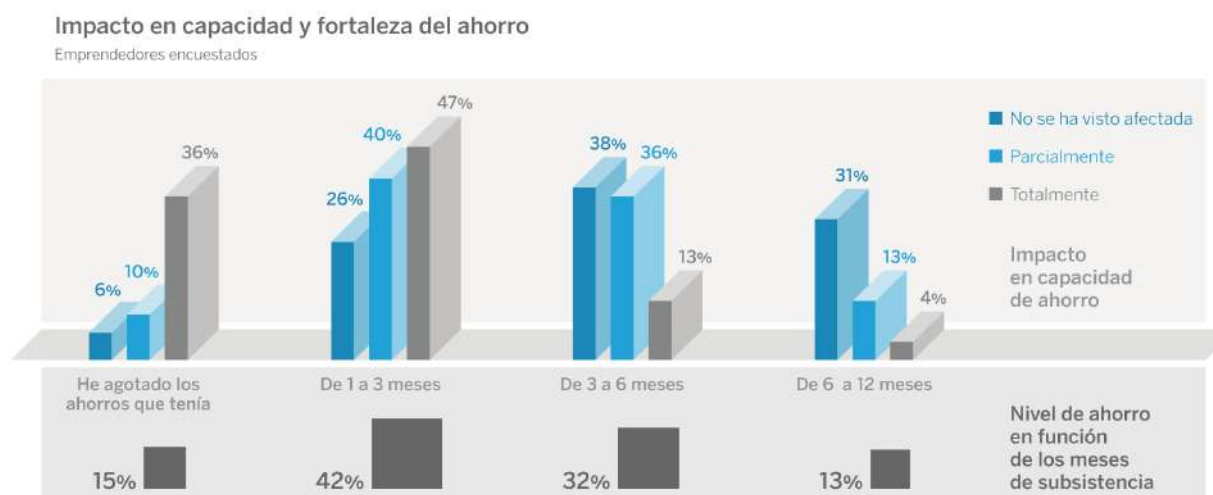
Desde su creación, la FMBBVA y sus entidades han apoyado a más de 6 millones de personas y han otorgado más de US\$18.000 millones en créditos a emprendedores de bajos recursos.



Fuente: Financiera Confianza



Fuente: Financiera Confianza



Fuente: Financiera Confianza

Se siguen reduciendo las proyecciones de crecimiento de la economía peruana para el presente año

Para el 2024, el Scotiabank incrementó marginalmente su proyección de crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI), de 2,2% a 2,3%, mientras que el BBVA Research redujo su previsión de 3% a 2,6%. Credicorp Capital Research estima un 2,2%.

El Banco Central de Reserva (BCR), Credicorp Capital Research, Scotiabank y BBVA Research revisaron a la baja sus proyecciones de crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) del país en el año 2023. Estas correcciones se deben a diversos factores, como las condiciones climáticas adversas y los efectos persistentes de las violentas manifestaciones de fines del 2022 e inicios del presente año.

El BCR ajustó su proyección a 2,2%, cifra inferior al pronóstico anterior de 2,6% estimado en marzo, pero mayor a las previstas por el Scotiabank, BBVA Research y Credicorp Capital Research. El BCR indicó que la revisión a la baja responde a diversos elementos que han impactado la dinámica económica, como la veda pesquera de anchoveta, el menor dinamismo de la demanda interna, así como los conflictos sociales y los efectos climáticos adversos.

En su Reporte de Inflación de junio 2023, estima que la recuperación económica se encuentra en un entorno de estabilidad sociopolítica, y se espera que la confianza empresarial mejore gradualmente. Las expectativas empresariales cayeron significativamente en enero y se han ido recuperando, aunque a un ritmo más lento de lo esperado.

Encuanto a la inversión privada, proyecta una contracción de 2,5% en el 2023, con una posible recuperación en el segundo semestre, en línea con la mejora de la confianza empresarial. Además, espera que la inversión pública del Gobierno nacional supere la caída de la inversión de los gobiernos subnacionales y las empresas públicas.

Cabe precisar que, en mayo pasado, según información del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la producción nacional disminuyó 1,43% debido al desempeño contractivo de sectores como Manufactura, Construcción, Pesca y Agropecuario. La entidad precisó además que, en los cinco primeros meses del año, la actividad productiva del país se redujo en 0,49%. En tanto, el crecimiento anualizado a mayo llegó a 1,04%.

Scotiabank

El Departamento de Estudios Económicos de Scotiabank Perú ajustó su proyección del PBI para el 2023 de 1,9% a 1,4%. Este recorte refleja la débil tendencia de crecimiento registrada entre enero y abril, y el impacto de los fenómenos climáticos que afectan a diferentes regiones del país y a diversas actividades económicas.

De manera desagregada, reajustó sus proyecciones

para Agricultura de 1,5% a -1,3%, Pesca de 6,9% a -14,7% y Manufactura No Primaria de 1,5% a -2%; mientras que el subsector Minería Metálica cumpliría con las expectativas previstas.

“Nos preocupa que un panorama de enfriamiento de la economía esté perdurando más tiempo de lo que esperábamos. En el 2024 el arribo del Fenómeno del Niño (FEN) global al país podría generar alguna complicación”, dijo Guillermo Arbe, gerente principal del Departamento de Estudios Económicos de Scotiabank Perú.

Para el 2024, el banco incrementó marginalmente su proyección de crecimiento del PBI, de 2,2% a 2,3%, en gran medida por una menor base de comparación frente al 2023. La previsión considera efectos moderados de un posible FEN. Sin embargo, admite que aún es prematuro tener seguridad y precisión respecto al 2024 dado que no se conoce completamente la magnitud, duración y zona geográfica de influencia de un FEN global.

BBVA Research

El BBVA Research redujo sus proyecciones de crecimiento de la economía peruana para los años 2023 y 2024, debido al impacto del FEN y otros factores adversos que afectan la coyuntura nacional.

Estima que la economía peruana crecerá 1,6% este año, tres décimas de punto porcentual menos con respecto a la estimación anterior. A diferencia del Scotiabank, el BBVA Research redujo también su previsión de crecimiento para el 2024, pasando de 3% a 2,6%.

Indicó que, a diferencia de lo previsto inicialmente, se espera que El Niño Costero tenga una mayor intensidad y se prolongue hasta el tercer trimestre del 2023, disminuyendo su magnitud, pero persistiendo hasta principios del 2024. Esto implicará la presencia de lluvias de moderada a fuerte intensidad en la costa y sierra norte del país.

De otro lado, espera que la tasa de inflación siga retrocediendo, aunque lentamente, y cierre el 2023 en un nivel cercano a 4%. Sin embargo, esta proyección tiene un sesgo alcista debido al continuo deterioro en los pronósticos climatológicos. Para fines del 2024, proyecta una inflación de 2,5%, cuando los impactos de El Niño se hayan disipado.

El BCR recordó que los precios de los alimentos se elevaron debido a factores como las sequías, el alto costo de los fertilizantes, los bloqueos de carreteras, la gripe

aviar y el fenómeno del Niño Costero. A pesar de esto, el BBVA Research resalta que se ha observado indicios de una moderación en las presiones inflacionarias, según los diferentes indicadores.

Cabe señalar que el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de Lima Metropolitana disminuyó 0,15% en junio, con lo que la tasa anualizada, en los últimos 12 meses se redujo a 6,46%.

Credicorp Capital Research

Credicorp Capital Research redujo también sus previsiones de crecimiento para la economía peruana de 1,8% a 1,3% para este año debido a que “en el Perú se han juntado muchas cosas negativas”.

Daniel Velandia, su managing director research, dijo que los factores climáticos ya han mostrado sus primeros impactos en las fuertes caídas de los sectores pesca y agricultura, mientras que los problemas en la compra de fertilizantes en el 2022 se están reflejando en las cosechas de este año.

Indicó que son tres los shocks que sufrió la economía peruana en el primer semestre: el ciclón Yaku, las protestas violentas y el Niño Costero. “La economía ya no va a crecer 2% en el segundo trimestre como preveíamos antes, sino tal vez alrededor de 0,8%”, advirtió. Con esa tasa, en los primeros 6 meses del año el PBI apenas se habría expandido 0,2%.

Previó que en el segundo semestre habrá una mejora en la actividad económica, y se espera que el PBI crezca cerca de 2%, para así cumplir con la previsión de 1,3% para todo el 2023. Destacó también un repunte de la confianza empresarial, señalando que los mercados perciben ahora que el gobierno de Dina Boluarte y el actual Congreso se mantendrán hasta el 2026.

Pese al optimismo respecto al segundo semestre, Velandia dijo que existen riesgos a la baja para su proyección de crecimiento en el 2023; un deterioro del entorno internacional que implique una caída del precio del cobre, y los riesgos por factores climáticos ante los posibles impactos del Niño Costero y del FEN global. “El tema social es algo que también hay que monitorear” acotó.

Respecto al nivel de precios, Credicorp Capital Research estima que la inflación cerrará el año en 4,8%, pero que incluso esa tasa puede ser menor. “Es algo posible si el comportamiento que vimos de la inflación en junio se repite en los próximos meses”, sostuvo.

Política monetaria

El BCR mantiene la tasa de interés de referencia en 7,75% desde enero pasado, sin embargo, el BBVA Research estima que la posibilidad de retomar alzas en el corto plazo es reducida debido a varios factores que inciden en el panorama económico local.

En primer lugar, se observa una disminución gradual pero constante de la inflación, la inflación subyacente y las expectativas inflacionarias. Aunque este descenso es lento, el BCR considera que es un indicio positivo.

Además, la actividad económica muestra un avance débil, lo que indica que la posición monetaria actual es la más restrictiva de los últimos 20 años.

El BBVA Research no prevé un proceso de normalización de la posición monetaria en el corto

plazo. Sin embargo, indica que es probable que, antes de que ello ocurra, se retire la posibilidad de retomar alzas en la tasa de política de los comunicados oficiales del BCR.

Proyecta que la tasa de política monetaria llegue a 7,25% al finalizar el 2023 y finalice el 2024 en 5%, es decir, en el cuarto trimestre del año, el BCR reduciría dos veces su tasa de interés de referencia, y en cada oportunidad el recorte sería de 25 puntos básicos.

El directorio del BCR ha mantenido sin cambios su tasa de referencia desde febrero. Sin embargo, según su último Reporte de Inflación, ello no implica necesariamente el fin del ciclo de incremento de la tasa de interés, ya que esa decisión se basa en condiciones macroeconómicas específicas.

Por su parte, Credicorp Capital Research estima que, ante una menor inflación como la prevista, el BCR va a tener espacio para recortar su tasa de referencia en unos 100 puntos básicos hasta diciembre, es decir, de 7,75% a 6,75%.

“Podríamos empezar a ver un ciclo de recortes tan pronto como en septiembre, y hasta diciembre se realizarían recortes de 25 puntos básicos” en cada reunión del BCR, señaló Velandia.

Finalmente, indicó que se produjo una sorpresiva caída del tipo de cambio en lo que va del año, por lo que ahora proyectan que el dólar cierre el 2023 en S/3,75. Dicho pronóstico asume que el BCR baja 100 puntos básicos su tasa de referencia y la Reserva Federal (Fed) de Estados Unidos no modifica su tasa de interés.

2023: PROYECCIÓN DEL PBI POR EL LADO DEL GASTO (VAR. % ANUAL)



2024: PROYECCIÓN DEL PBI POR EL LADO DEL GASTO (VAR. % ANUAL)



2023: PROYECCIÓN DEL PBI SECTORIAL (VAR. % ANUAL)



2024: PROYECCIÓN DEL PBI SECTORIAL (VAR. % ANUAL)



PBI POR SECTORES ECONÓMICOS (Var. % real)

	2022	2023*		2024*		
		I Trim.	RI Mar.23	RI Jun.23	RI Mar.23	RI Jun.23
PBI primario	0,8	4,7	5,1	4,0	3,0	2,9
Agropecuario	4,4	-0,2	2,2	0,4	2,7	2,7
Pesca	-13,7	22,4	5,0	-15,0	3,5	10,5
Minería metálica	-0,1	3,2	7,0	8,3	3,1	2,4
Hidrocarburos	4,0	-1,1	4,7	4,7	4,9	4,9
Manufactura	-2,6	20,8	5,3	0,0	2,0	3,3
PBI no primario	3,2	-1,7	1,9	1,7	3,1	3,1
Manufactura	2,1	-6,6	1,0	0,0	3,0	3,0
Electricidad y agua	3,9	4,6	4,6	4,3	3,9	3,9
Construcción	3,0	-11,5	1,0	0,0	3,2	3,2
Comercio	3,3	2,2	2,2	2,5	3,5	3,5
Servicios	3,4	-0,7	2,1	1,9	2,9	2,9
Producto Bruto Interno	2,7	-0,4	2,6	2,2	3,0	3,0

RI: Reporte de Inflación
*Proyección.
Fuente: BCRP.

INVERSIÓN PRIVADA (Var. % real)



Fuente: BBVA Research

Informe Empleo, Ingresos y Pobreza de Macroconsult

Si la economía se estanca al nivel actual, tomará 15 años reducir la pobreza a la tasa prepandemia

Aun con inflación, la pobreza estuvo bajando en los 3 primeros trimestres del 2022, sin embargo, esta tendencia se revirtió tras las violentas protestas en diciembre, mes cuando las actividades económicas son más dinámicas, y que afectaron los ingresos de los hogares, señala la consultora Macroconsult.

En el 2022, la pobreza monetaria lejos de retomar los niveles previos a la pandemia, como ha sucedido con la producción nacional, empeoró su situación. Esta evolución de la pobreza es opuesta a la que, normalmente, adopta cuando crece el Producto Bruto Interno (PBI).

Diversos estudios coinciden en que existe una relación de causalidad entre el crecimiento económico y la reducción de la pobreza, es decir, a medida que crece la economía, la pobreza se reduce.

Sin embargo, en el 2022 ocurrió algo atípico. La pobreza aumentó en 1,6 puntos porcentuales, aun cuando el PBI creció 2,7%. De los últimos 15 años, solo un comportamiento así aconteció en el 2017, debido a los embates de El Niño costero.

“Si bien 2,7% no es un crecimiento grande, tampoco es un crecimiento despreciable. Históricamente, un crecimiento de la economía de esa magnitud, e incluso menor, estuvo acompañado de una reducción de la pobreza”, comentó Yohnny Campana, economista asociado de Macroconsult.

Para saber las causas detrás del deterioro de la pobreza, así como estimar el tiempo que puede tardar para regresar a niveles del 2019, la consultora Macroconsult elaboró el informe Empleo, Ingresos y Pobreza.

De acuerdo con Campana, quien a su vez es uno de los autores del estudio, existen 4 factores que explican sobre todo el crecimiento de la pobreza del último año y que golpeó a las pequeñas y medianas empresas (Pymes), impidiendo que recuperen sus finanzas a niveles previos de la pandemia.

Inflación

A decir de Campana, la aceleración que experimentó la inflación el año pasado fue la principal causa del avance de la pobreza. Explicó que los hogares más pobres destinan alrededor del 50% de su gasto a la compra de alimentos y, al haber sido este el grupo de consumo con

más incremento de precios (15,2%), impactó de manera sobredimensionada en dicho segmento de la población.

“Estimamos que, debido a las diferencias en la composición del gasto en alimentos de las familias, un hogar del quintil 1, que es el 20% más pobre, experimentó una tasa de inflación de alrededor de 2,5 puntos porcentuales mayor a la que tuvo un hogar del quintil 5, el 20% más rico, que dedica un porcentaje menor de sus ingresos a la compra de alimentos (20%)”, declaró a **Microfinanzas**.

Agregó que, de hecho, lo más probable es que, como en este primer semestre del 2023 los precios se han mantenido altos, en este año también, por lo menos en el primer semestre, haya un crecimiento de la pobreza.

Protestas violentas

El segundo factor identificado por Macroconsult para el aumento de la pobreza el año pasado es la “conflictividad social”, es decir, las protestas violentas que se registraron en el último trimestre del año pasado.

Campana argumentó que, aún con inflación alta y en un entorno de guerra en el ámbito internacional, durante los 3 primeros trimestres del 2022, la pobreza tuvo una tendencia a la baja. Sin embargo, debido a que estas se concentraron en diciembre, mes en el que las actividades económicas se desarrollan de manera dinámica, afectaron los ingresos de los hogares, aumentando la pobreza.

Mercado laboral

El tercer factor mencionado por el estudio de Macroconsult está relacionado con la evolución del mercado laboral. De acuerdo con Campana, a diferencia del PBI que alcanzó el nivel casi prepandemia en el 2021, el mercado laboral se recuperó recién en el 2022. Mencionó, por ejemplo, que el empleo urbano informal está 8% por encima del registrado en el 2019. El empleo urbano formal está 9 puntos porcentuales por debajo

que el del 2019, mientras que el empleo rural también está 3 puntos por debajo.

“El empleo formal todavía está rezagado, pero está mucho más cerca de sus niveles prepandemia frente a lo que se tenía registrado en el 2021”, indicó.

Así, Campana señaló que, si bien los niveles de empleo ya están muy cerca de recuperarse completamente, el problema son los ingresos de los trabajadores que se han venido recuperando a un ritmo muy lento.

Por ejemplo, citó que el ingreso real del segmento urbano formal está a 10 puntos porcentuales de sus niveles prepandemia y en el sector urbano informal está a 6 puntos.

“Aun cuando el empleo se ha recuperado y crecido de manera importante, los salarios siguen estancados y, al seguir estancados en términos reales, no permiten financiar la canasta de consumo de los hogares”, precisó.

Por último, como cuarto factor, Campana mencionó el hecho de que la política social durante el año 2022 (en el gobierno de Pedro Castillo) no acompañó el deterioro de la pobreza, debido a que se enfocó en el área rural cuando el 70% de la pobreza está concentrada en el área urbana.

Escenarios

El estudio de Macroconsult prevé que la pobreza, en su escenario base, crecería alrededor de un punto porcentual en este año y disminuiría casi un punto en el 2024 para ubicarse en 27,6%, es decir, 7,4 puntos porcentuales por encima de los niveles prepandemia.

En tanto, en un escenario optimista, la pobreza se estancaría en los niveles del año pasado y bajaría en medio punto porcentual en el 2024. Mientras que, en un escenario pesimista, la pobreza crecería 2 puntos en este año y se estancaría en ese nivel en el 2024 (29,4%).

¿En cuánto tiempo la pobreza podría retornar a su nivel prepandemia? A decir de Campana, si se prevé que la inflación regresará al rango meta del Banco Central de Reserva (BCR) a partir del 2024, con un crecimiento promedio anual del PBI de 2,6% a partir del 2025, la pobreza regresaría a su nivel del 2019 en el 2036.

Mejor aún si la economía creciera, en promedio, 5% a partir del 2025, la pobreza convergería a su nivel prepandemia en el 2028. Mientras que, si la economía se estanca, la pobreza no regresaría a sus niveles previos al año 2020 en los próximos 15 años.

Por dichas razones, advirtió que el ritmo de crecimiento de la economía es fundamental en el proceso de convergencia de la pobreza a su nivel prepandemia. “Se

requiere una suerte de shock que acelere el crecimiento para conseguir que la pobreza se reduzca”, subrayó.

Pymes

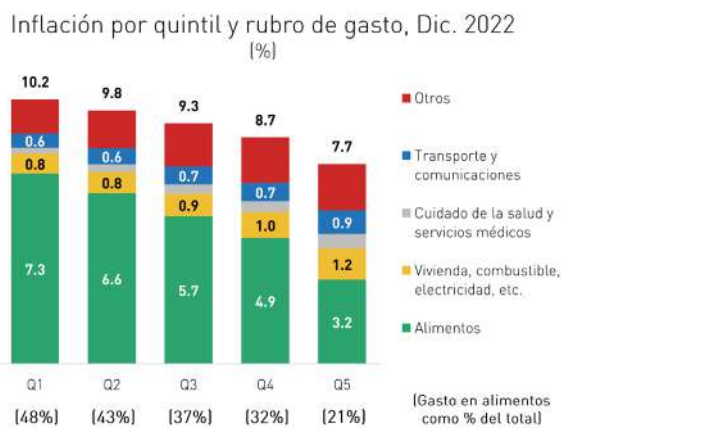
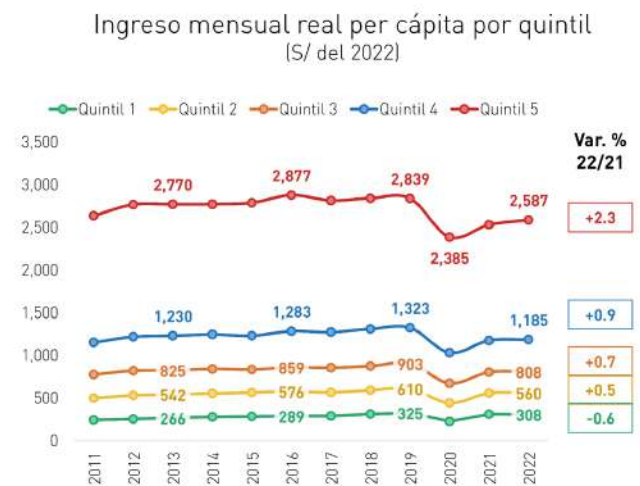
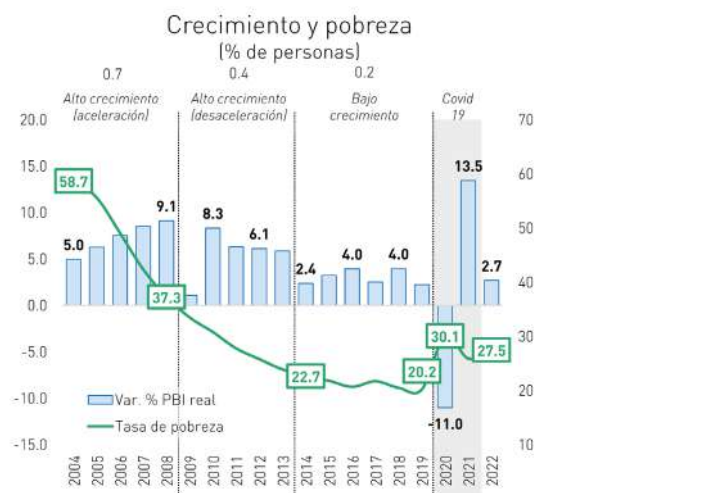
De otro lado, Campana explicó que, debido al impacto de la inflación, la demora en la recuperación de los salarios, las protestas violentas y la ausencia de programas sociales para atacar la pobreza en las zonas urbanas, las personas de menores ingresos son las que más lento se han recuperado frente a la pandemia, de ahí que la pobreza no cayó.

Con lo cual, indicó que es razonable entender que los clientes de las entidades de microfinanzas no hayan recuperado sus actividades a niveles anteriores.

“La PYME es un segmento que ha sido bastante golpeado en la pandemia. Si bien se ha venido recuperando, esta recuperación no es equivalente a la que ha tenido el segmento corporativo”, manifestó.

Argumentó que las Pymes se caracterizan por tener volúmenes de producción más pequeños frente al resto de las empresas, los cuales se comercializan localmente, por ello, dependen mucho de la coyuntura económica interna. Así, debido a que la expansión del consumo fue muy lenta el año pasado, impidió que las ventas de las Pymes se expandan.

Lo anterior se reflejó en el crecimiento de la mora real, que incluye los castigos, y en la demora de la recuperación de las utilidades de las entidades de microfinanzas.



Impulso a la inclusión financiera

Caja Cusco atiende a los quechua hablantes con el programa Embajadores Runasimi

La inclusión financiera y el respeto a la identidad cultural se posicionan como pilares fundamentales en la estrategia de Caja Cusco, que lanza el programa Embajadores Runasimi para atender a sus clientes quechua hablantes.

El Perú, con una rica diversidad cultural y lingüística, alberga a una importante cantidad de hablantes de quechua, siendo esta lengua originaria una parte fundamental de la identidad de millones de peruanos. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), se estima que 3,8 millones de habitantes del país tienen al quechua como su primera lengua, lo que representa alrededor del 13,6% de la población total.

Es en este contexto que Caja Cusco, una institución financiera con más de 35 años de trayectoria en el servicio a emprendedores en diversas regiones del Perú, ha lanzado un programa innovador que busca fortalecer la atención y comunicación con sus clientes quechua hablantes.

Bajo el nombre de Embajadores Runasimi, esta iniciativa tiene como objetivo mejorar la experiencia de los usuarios de Caja Cusco que se comunican en quechua, brindándoles un servicio de calidad en su propio idioma.

La región de Cusco, conocida por su riqueza histórica y cultural, alberga a una gran cantidad de quechua hablantes. En sus 13 provincias, como Acomayo, Anta, Calca, Canas, Canchis, Chumbivilcas, Cusco, Espinar, La Convención, Paruro, Paucartambo, Quispicanchi y Urubamba, se encuentran comunidades que valoran y preservan esta ancestral lengua.

El programa ha seleccionado a un grupo de 70 colaboradores de Caja Cusco que cuentan con conocimientos básicos e intermedios de quechua. Estos colaboradores recibirán capacitaciones virtuales especializadas en comunicación oral y escrita, enfocadas en la atención al cliente y en las actividades comerciales y financieras. Posteriormente, podrán replicar y poner en práctica lo aprendido junto a sus respectivos equipos.

Inclusión

Raúl Velazco Huayhua, presidente del Directorio de Caja Cusco, resaltó la importancia de esta iniciativa al afirmar: “Hace 35 años que estamos en comunidades altoandinas y hemos hablado siempre en quechua, hoy estamos reconociendo a los trabajadores que mejor lo hablan y, con ello, queremos motivar su aprendizaje a mayor escala, pues nos permite mejorar la experiencia de nuestros clientes, nos acerca a una verdadera

inclusión financiera y contribuye al fortalecimiento de nuestra identidad y nuestra cultura”.

A partir de ahora, los clientes de Caja Cusco que necesiten atención y orientación en quechua podrán encontrar a un Embajador Runasimi en cada una de las 38 agencias de la institución en la región de Cusco. Esto demuestra el compromiso de la entidad financiera cusqueña con la inclusión y la atención personalizada.

Soporte

Gustavo Villaverde Martínez, gerente central de Administración de Caja Cusco, destacó la importancia de comunicarse con las personas en su idioma materno para lograr una verdadera inclusión financiera.

“Como parte de nuestros pilares culturales y políticas de inclusión, las comunidades quechua hablantes en el país podrán encontrar en nuestros Embajadores

Runasimi un soporte para la atención y resolución de sus consultas financieras”, afirmó.

Agregó que están convencidos de que hablarle a la gente en su idioma materno es muy importante para una verdadera inclusión financiera. “Por ello, reforzaremos la capacitación de nuestros colaboradores para brindar una mejor atención, más cercana y humana, a nuestros clientes y usuarios quechua hablantes”, afirmó.

Con el programa Embajadores Runasimi, Caja Cusco no solo fortalece su compromiso con la comunidad quechua hablante, sino que también demuestra su vocación de servicio y su interés en adaptarse a las necesidades de sus clientes.

Con esta iniciativa, la institución financiera cusqueña se consolida como una entidad inclusiva y humana, tejiendo historias de superación junto a los emprendedores del Perú.



Caja Cusco está hace 35 años en las comunidades altoandinas y siempre han hablado en quechua, afirmó Raúl Velazco Huayhua.



En el lanzamiento del programa Embajadores Runasimi de Caja Cusco participaron de Walter Rojas Echevarría, gerente central de Negocios; Sandra Bustamante Yabar, gerente central de Operaciones y Finanzas; Raúl Velazco Huayhua, presidente del Directorio; y Gustavo Villaverde Martínez, gerente central de Administración.



Los clientes de Caja Cusco que necesiten atención y orientación en quechua podrán encontrar a un Embajador Runasimi en cada una de las 38 agencias de la institución en la región de Cusco.

MICROFINANZAS TV

Neisy Zegarra Jara Conducción



Wilber Dongo Díaz, gerente central de Negocios de Caja Arequipa.



Javier Ichazo Bardales, gerente general de Mibanco.



Rosa Higa Yshii, gerente central de Operaciones y Finanzas de Caja Ica.



Maria Pía Palacios, presidenta del Directorio de Caja Arequipa.



John Sarmiento Tupayachi, gerente de Servicios Corporativos de la FEPCMAC.



Raúl Velazco Huayhua, presidente de Directorio de Caja Cusco.

Síguenos en: microfinanzas.pe



Encuesta de Expectativas Macroeconómicas del BCR

La mayoría de los indicadores de expectativas empresariales se deterioraron en junio

En la encuesta de percepción regional del BCR, se aprecia una recuperación, respecto a la encuesta de mayo, en la mayoría de los indicadores de situación actual en la zona norte, y un deterioro de estos en las zonas centro y sur.

La mayoría de los indicadores de expectativas empresariales se deterioraron en junio en comparación con el mes anterior. De los 18 indicadores del mes, 6 se encuentran en el tramo optimista, mientras que dicha cifra fue de 8 en el mes previo, informó el Banco Central de Reserva (BCR).

Las mayores contracciones se registraron en la expectativa de la economía a 12 meses, así como en la situación del sector y la empresa a 3 y 12 meses, según la Encuesta de Expectativas Macroeconómicas del BCR.

Las expectativas a 3 meses sobre la situación de las empresas volvieron a terreno negativo mientras que las expectativas a 3 meses de los empresarios sobre la economía volvieron al nivel al que se hundieron en marzo pasado.

El indicador de expectativas de precios de insumos a 3

meses se elevó ligeramente, mientras que el de precios de venta a 3 meses se redujo. Las expectativas empresariales a 3 meses sobre el nivel de inversión registraron un incremento marginal con respecto a mayo.

En cuanto a la situación actual, los indicadores se deterioraron, con excepción de órdenes de compra. En particular, registraron los mayores deterioros los días de inventarios no deseados; demanda respecto a lo esperado, que se deterioró tras no haber registrado cambios desde abril pasado; y, el nivel de producción.

Percepción regional

En junio también se realizó la encuesta de percepción regional con una cobertura de 322 empresas que operan en las diferentes regiones del país.

Respecto a la encuesta de mayo, se aprecia una

recuperación en la mayoría de los indicadores de situación actual en la zona norte, y un deterioro de estos en las zonas centro y sur.

Por otro lado, la mayoría de los indicadores de expectativas registra una recuperación en la zona sur, pero presenta resultados mixtos en el norte y centro.

En ambas zonas se registra un deterioro en los indicadores del sector, empresa, contratación e inversión a 3 meses, a la vez que una recuperación de los indicadores de la economía, situación de la empresa y demanda a 12 meses.

La expectativa de precios de insumos a 3 meses disminuye en las 3 zonas referidas, mientras que la expectativa del precio de venta a 3 meses aumenta en el centro y sur. La zona norte registra 15 indicadores de un total de 18 en el tramo optimista; la zona centro, 7; y la zona sur, 14 indicadores.

Resultados de la Encuesta de Expectativas Macroeconómicas

	Diciembre 2019	Marzo 2020	Abril 2023	Mayo 2023		Junio 2023		Correlación con PBI ^{3/}
SITUACIÓN ACTUAL								
DEL NEGOCIO	53,4	41,1	46,9	46,9	↔ <	45,2	↓ <	0,56
NIVEL DE VENTAS	54,2	30,3	47,2	46,6	↓ <	46,2	↓ <	0,49
NIVEL DE PRODUCCIÓN	50,0	23,5	46,9	47,2	↑ <	44,9	↓ <	0,44
NIVEL DE DEMANDA CON RESPECTO A LO ESPERADO	40,0	23,0	36,5	37,1	↑ <	34,5	↓ <	0,68
ÓRDENES DE COMPRA RESPECTO AL MES ANTERIOR	51,2	27,5	46,5	44,9	↓ <	45,2	↑ <	0,52
DÍAS DE INVENTARIOS NO DESEADOS ^{2/}	8,9	5,9	10,8	8,4	↓ <	11,5	↑ <	-0,36
EXPECTATIVA DE:								
LA ECONOMÍA A 3 MESES	50,8	21,8	43,9	44,5	↑ <	42,8	↓ <	0,63
LA ECONOMÍA A 12 MESES	61,5	41,5	53,7	56,3	↑ >	51,2	↓ >	0,42
EL SECTOR A 3 MESES	51,5	28,5	46,2	47,5	↑ <	44,7	↓ <	0,67
EL SECTOR A 12 MESES	61,5	43,4	54,3	58,0	↑ >	54,5	↓ >	0,33
LA SITUACIÓN DE SU EMPRESA A 3 MESES	56,1	28,3	49,4	51,1	↑ >	46,3	↓ <	0,66
LA SITUACIÓN DE SU EMPRESA A 12 MESES	66,6	46,4	58,0	61,6	↑ >	57,1	↓ >	0,66
DEMANDA DE SUS PRODUCTOS A 3 MESES	55,1	30,7	50,6	50,8	↔ >	49,6	↓ <	0,66
DEMANDA DE SUS PRODUCTOS A 12 MESES	68,0	47,4	59,6	62,5	↑ >	60,1	↓ >	0,66
CONTRATACIÓN DE PERSONAL A 3 MESES	48,6	35,9	46,5	46,7	↔ >	46,5	↔ >	0,66
CONTRATACIÓN DE PERSONAL A 12 MESES	54,0	39,6	53,9	54,4	↑ >	51,6	↓ >	0,58
INVERSIÓN DE SU EMPRESA A 3 MESES ^{3/}	51,3	29,9	45,5	47,4	↑ <	45,4	↓ <	0,65
INVERSIÓN DE SU EMPRESA A 12 MESES ^{3/}	59,3	40,0	55,0	54,1	↓ >	54,5	↑ >	0,65
EXPECTATIVA DEL PRECIO PROMEDIO DE:								
INSUMOS A 3 MESES	51,5	52,9	54,9	51,9	↓ >	52,2	↑ >	0,63
VENTA A 3 MESES	56,4	49,7	57,0	55,0	↓ >	54,2	↓ >	0,59

> : mayor a 50
 < : menor a 50
 " : Indica que la diferencia mensual de cada índice de difusión no es mayor, en valor absoluto, que 0,2. Las flechas hacia arriba o hacia abajo indican que se superó este umbral, mientras que el signo "↔" implica que el índice no varió.
 1/ Correlaciones halladas a partir de diciembre de 2007 hasta diciembre de 2019 respectivamente. Para los indicadores de situación actual se muestra la correlación contemporánea, y para el resto de expectativas se presenta la correlación con el PBI adelantado tres periodos.
 2/ Los días de inventarios no deseados muestran la diferencia entre los días de inventarios correspondientes a cada mes menos los días de inventarios deseados según las empresas.
 3/ Correlación con Inversión Privada desde setiembre 2017 hasta diciembre 2019, considerando rezago óptimo (t=-3 para inversión a 3 meses y t=-6 para inversión a 12 meses)

Cuadro Resumen

	Zona Norte		Zona Centro		Zona Sur	
	May. 23	Jun. 23	May. 23	Jun. 23	May. 23	Jun. 23
SITUACIÓN ACTUAL						
SITUACIÓN ACTUAL DEL NEGOCIO	49,2	51,3	44,0	48,6	50,4	49,2
NIVEL DE VENTAS	50,8	51,7	45,1	41,7	51,6	50,8
NIVEL DE PRODUCCIÓN	42,7	49,0	40,0	25,0	52,6	57,9
NIVEL DE DEMANDA CON RESPECTO A LO ESPERADO	43,0	40,2	52,4	40,5	35,5	40,8
ÓRDENES DE COMPRA RESPECTO AL MES ANTERIOR	50,4	52,7	48,5	37,9	51,8	51,3
DÍAS DE INVENTARIOS NO DESEADOS ^{1/}	-0,9	2,1	-4,2	2,0	0,9	2,9
EXPECTATIVAS DE:						
LA ECONOMÍA A 3 MESES	56,0	51,0	45,2	47,3	49,2	48,4
LA ECONOMÍA A 12 MESES	62,2	65,5	52,6	58,3	55,8	55,8
EL SECTOR A 3 MESES	53,6	53,3	46,3	41,9	53,3	54,1
EL SECTOR A 12 MESES	62,7	66,4	54,3	54,2	62,0	63,0
LA SITUACIÓN DE SU EMPRESA A 3 MESES	55,9	54,3	48,8	47,3	57,0	58,6
LA SITUACIÓN DE SU EMPRESA A 12 MESES	66,4	69,7	57,9	58,3	65,7	67,5
DEMANDA DE SUS PRODUCTOS A 3 MESES	58,3	60,4	56,6	50,0	56,3	60,4
DEMANDA DE SUS PRODUCTOS A 12 MESES	66,8	70,1	62,9	65,2	70,6	72,8
CONTRATACIÓN DE PERSONAL A 3 MESES	53,5	52,9	48,8	45,9	52,5	52,0
CONTRATACIÓN DE PERSONAL A 12 MESES	61,2	62,8	60,3	58,3	60,4	61,1
INVERSIÓN DE SU EMPRESA A 3 MESES	61,9	56,0	53,8	51,4	52,9	54,5
INVERSIÓN DE SU EMPRESA A 12 MESES	65,5	64,9	58,3	61,8	62,2	67,9
PRECIOS:						
INSUMOS A 3 MESES	57,1	48,3	54,3	47,4	58,9	55,6
VENTA A 3 MESES	59,8	59,9	58,5	61,4	60,0	61,5
NÚMERO DE RESPUESTAS	129	157	42	37	125	128

^{1/} > : mayor a 50 puntos (tramo optimista), < : menor a 50 puntos (tramo pesimista) y "↔" igual a 50 puntos (neutral).
 " : Indica que la diferencia mensual de cada índice de difusión no es mayor, en valor absoluto, que 0,2. Las flechas hacia arriba o hacia abajo indican que se superó este umbral, mientras que el signo "↔" implica que el índice no varió.
^{2/} Los días de inventarios no deseados muestran la diferencia entre los días de inventarios correspondientes a cada mes menos los días de inventarios deseados según las empresas.

SIM: Promoviendo el crecimiento sostenible a través de la innovación y tecnología

Bajo el lema “Innovación, tecnología y sostenibilidad - Pilares para un crecimiento estratégico”, se realizó del 7 al 9 de junio el Seminario Internacional de Microfinanzas (SIM) 2023, en la ciudad del Cusco. En el evento se analizó el entorno de ciberseguridad, las acciones más convenientes para garantizar la protección de la información y se identificaron los errores más comunes para evitarlos.

Es señal de cautela el crecimiento de créditos en CMAC de 13% cuando el PBI se contrae

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) expresó su cautela por el fuerte crecimiento de la cartera de créditos de las Cajas Municipales de 13% en el primer trimestre, frente a un escenario en el que la cartera total de créditos del sistema financiero solo lo hizo en 3%, mientras que el Producto Bruto Interno (PBI) cayó 0,4%.

Si bien son giros distintos, el superintendente adjunto de Banca y Microfinanzas de la SBS, Jorge Mogrovejo González, advirtió que una alta tasa de crecimiento de los créditos cuando la economía se encoge es una señal de, por lo menos, cautela.

Añadió que ese nivel de crecimiento de la cartera de créditos genera 2 efectos: uno es el consumo del capital y, el otro, es que la cartera de alto riesgo se suele generar en momentos de gran crecimiento del crédito.

Sostuvo que todo crecimiento de la cartera de créditos debe ir acompañado de sólidos fundamentos de gestión de riesgos, un buen control interno y un buen gobierno corporativo. “No se trata de crecer por crecer”, sentenció.



FEPCMAC exhorta al Congreso a derogar la ley que fija topes a las tasas de interés

El presidente de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC), Jorge Solís, exhortó al Congreso de la República a derogar la ley que fija topes a las tasas de interés (Ley de Usura) en los créditos para las micro y pequeñas empresas (Mypes), debido a que ha dejado fuera del acceso al crédito a muchas de estas unidades económicas que hoy están cayendo en el mercado negro del financiamiento informal.

“Los que podemos pelear contra estas mafias somos las Cajas Municipales. Pero ¡ayúdennos! Necesitamos un programa de fortalecimiento para luchar contra la situación de pobreza que es la peor secuela de la crisis que estamos viviendo. No podemos dejar de poner el dedo en la llaga”, subrayó.

Además, exhortó a las autoridades a que pongan en la agenda la inclusión financiera con la finalidad de que los emprendedores puedan trabajar y salir de la pobreza.

Detalló que la problemática que están experimentando los empresarios de las Mypes a causa de la pandemia, la crisis política, los fenómenos climatológicos y la ausencia del Estado, llevaron a que, en parte, la pobreza se acelere en el último año hasta alcanzar niveles del 27% de la población del Perú.

Gremios de entidades financieras firman compromiso para promover la inclusión financiera

Los gremios de la FEPCMAC, la Asociación de Bancos (Asbanc), la Asociación de Instituciones de Microfinanzas del Perú (Asomif) y la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (Fenacrep) firmaron la Declaración de Cusco, que tiene el firme compromiso de promover la inclusión financiera, así como la educación financiera.

“Declaramos nuestro firme compromiso de promover, desarrollar y escalar programas de inclusión y educación financiera y toda iniciativa en bien del ciudadano para fortalecer su emprendimiento y así sostener la economía del país”, indica el documento.

Miguel Vargas Ascenzo, gerente general de Asbanc, dijo que el acuerdo tiene por objetivo trabajar en forma conjunta en acciones que fomenten la inclusión financiera, temas que sean transversales a todos los sectores como, por ejemplo, educación financiera y seguridad, entre otros desafíos que enfrenta el sector.

El gerente general de Asomif, Jorge Arias, manifestó que el punto en común de las entidades del sistema financiero es la inclusión y la educación financiera, combatir la pobreza y fomentar el emprendimiento que permita brindar trabajo a los peruanos.



Caja Ica será el organizador del SIM 2024

En el marco de celebración de sus 35 años de vida institucional, Caja Ica será el organizador del Seminario Internacional de Microfinanzas (SIM) 2024, que se realizará en abril del próximo año, y que tendría como eje temático el desarrollo de las personas.

Rosa Higa, gerente central de Administración de Caja Ica, recordó que en el año 2019 fueron anfitriones del Congreso Internacional de Microfinanzas (CIM).

“Es un gran reto y tomamos con responsabilidad la organización del SIM. Estos eventos son importantes para visibilizar la situación del sector microfinanciero”, dijo.

“Así como en este Seminario se han abordado temas de innovación, tecnología y sostenibilidad, consideramos que la base fundamental para todos estos aspectos es las personas”, comentó.

Agregó que es importante trabajar en el desarrollo de las personas, en las competencias que deben tener hoy en día todos los que participan en el gran rol que cumplen las Cajas Municipales en la inclusión financiera y, sobre todo, hacer sostenible el trabajo que desarrollan a nivel nacional.



Solo 80.000 migrantes contaban con créditos en el sistema financiero al cierre del 2022

El Perú alberga a 1,6 millones de migrantes, de los cuales aproximadamente el 75% (1,2 millones) son venezolanos. Pese a la importante presencia de migrantes, apenas entre el 5% y 10% acceden al sistema financiero, afirmó Jorge Herrera, representante del World Council of Credit Unions (WOCCU).

“Pese a que la situación del 45% de los migrantes es regular y cumplen con los requerimientos legales para estar en el país, a diciembre del año pasado solo 80.000 contaban con créditos en el sistema financiero, es decir, apenas el 5% del total de migrantes”, comentó.

Desde el lado de los proveedores de servicios financieros, existen ciertas barreras vinculadas al desconocimiento de los documentos válidos que acreditan y regularizan la situación de esta población en el país, así como sus mecanismos de validación.

Dijo que las entidades financieras deben conocer los documentos emitidos por el Estado peruano, como el Carné de Extranjería o Carné de Permiso Temporal de Permanencia (CPP), que identifican a los ciudadanos extranjeros y les permite acceder a los servicios financieros y bancarios.

También resaltó la labor de inclusión financiera de los migrantes que realizan las Cajas Municipales Arequipa y Huancayo, así como Financiera Confianza.



Perú desciende una posición en el Ranking de Competitividad Mundial 2023 al caer al puesto 55

Por el lado del desempeño económico, Perú tuvo un retroceso significativo, bajando del puesto 40 al 53, lo cual implica una caída de 13 posiciones en comparación con el año anterior. Pese a ello, se mantiene como el segundo país más competitivo de la región, detrás de Chile.

Perú descendió del puesto 54 al 55 de 64 países en el Ranking de Competitividad Mundial 2023, bajando una posición en el ranking general en comparación al año 2022, pero se mantiene como el segundo país más competitivo de la región.

Los resultados fueron presentados por Centrum PUCP, la escuela de negocios de la Pontificia Universidad del Perú (PUCP), y el Institute of Management Development (IMD) de Suiza.

El Ranking de Competitividad Mundial es una herramienta que evalúa la competitividad de 64 países mediante la medición de 4 pilares: desempeño económico, eficiencia del Gobierno, eficiencia comercial e infraestructura.

Por pilares

Según apunta el ranking, el capítulo peruano muestra de manera evidente los efectos de la crisis económica, sanitaria y política. Según el último reporte, Perú obtuvo un puntaje general de 48,1, es decir que, con respecto al año pasado, Perú cae 1,5 puntos y retrocede una posición.

Respecto a la eficiencia del Gobierno, Perú mejoró su posición del 2022 y ascendió del puesto 52 al 50 en el ranking. A pesar de mostrar mejoras en la posición, se revela un retroceso en los factores de finanzas públicas y marco social, lo cual implicaría la necesidad del país de tener un enfoque más amplio y sostenido para fortalecer la competitividad nacional.

Del lado del pilar de eficiencia de los negocios, el puntaje registrado es de 28,6 y la posición relativa es de 53 dentro de 64 economías. Este impacto refleja la necesidad de abordar los factores que influyen en este aspecto para promover un entorno empresarial más eficiente y competitivo.

Atraer inversiones

Por el lado del desempeño económico, Perú ha registrado un retroceso significativo, bajando del puesto 40 al 53, lo cual implica una caída de 13 posiciones en comparación con el año anterior. Esta calificación se debe a los escasos avances en los ámbitos del comercio internacional y empleo.

Estos resultados subrayan la importancia de continuar fortaleciendo la atracción de inversiones y mantener una estabilidad de precios adecuada. Estas acciones

contribuirán a mejorar la posición competitiva de Perú en el escenario global y a fomentar un crecimiento económico sostenible y equitativo en el país, tan necesario.

Por último, el pilar de infraestructura tampoco ha experimentado mejoras y, por el contrario, se observa una tendencia negativa con un retroceso al puesto 60 de 64 países, solo alcanzando un puntaje de 18,3. Lo cual demuestra una tarea pendiente en el desarrollo y mejora de la infraestructura física, como carreteras, transporte, energía y telecomunicaciones, para impulsar la competitividad del país.

“Los desafíos que el ranking revela en cada pilar requieren una planificación estratégica a largo plazo y una coordinación efectiva entre los distintos niveles de Gobierno y los sectores involucrados. Solo a través de acciones concretas y sostenidas podremos mejorar la posición de Perú para la competitividad y el desarrollo del país”, indicó Luis Del Carpio, director de la oficina de Transferencia de la Información (OTRI) de Centrum PUCP.

Latinoamérica

Chile sigue liderando el ranking en el puesto 44, detrás está, Perú en el puesto 55 y le sigue México que también retrocedió una posición, situándose ahora en el puesto 56. Colombia se sitúa en el puesto 58 del ranking a pesar de haber registrado mejoras en el puntaje y, por último, Brasil, Argentina y Venezuela en la cola de la lista.

“Los países a la cabeza del ranking demuestran gran habilidad para navegar en entornos impredecibles, lo cual requiere agilidad y adaptabilidad. Por nuestro lado, debemos seguir trabajando en fortalecer nuestro marco institucional y tener un consistente desempeño económico que genere confianza empresarial a nivel internacional”, comentó Del Carpio.

Resultados generales

La primera posición la tiene Dinamarca con el puntaje máximo y manteniendo el liderazgo en los factores eficiencia empresarial e infraestructura.

La segunda posición la obtiene Irlanda con un fuerte ascenso desde el séptimo lugar debido a sus sólidos logros en el desempeño económico.

Suiza sigue siendo el primero en eficiencia e infraestructura del gobierno, sin embargo, para este 2023 descendió al tercer puesto.

Según el estudio, los países con los mejores puntajes en el 2022 fueron en gran medida los primeros en abrir sus economías después de la pandemia mundial y son los mismos que han caído para este 2023, teniendo a Suecia y Finlandia como ejemplos.

Sin embargo, a pesar de la compleja interacción de la inflación, el riesgo geopolítico y la fragmentación política, el escenario de la competitividad mundial sigue siendo dinámico, especialmente en Europa.

País LA	Ranking General		Desempeño Económico		Eficiencia del Gobierno		Eficiencia de Negocios		Infraestructura	
	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición
Chile	60.3	(44)	46.5	(52)	57.5	(32)	37.7	(45)	39.7	(46)
Perú	48.1	(55)	45.2	(53)	40.8	(50)	28.6	(53)	18.3	(60)
México	47.7	(56)	57.2	(30)	25.2	(60)	29.9	(51)	18.9	(59)
Colombia	46.3	(58)	54.5	(37)	25.2	(61)	20.5	(59)	25.3	(57)
Brasil	42.1	(60)	52.3	(41)	10.1	(62)	19.3	(61)	27.0	(55)
Argentina	34.0	(63)	38.6	(59)	0.2	(64)	12.1	(63)	25.7	(56)
Venezuela	26.2	(64)	17.1	(64)	8.7	(63)	19.4	(60)	0.0	(64)

Economía	2023		Variación en posición 2023-2022	Variación en puntos 2023-2022	Economía	2023		Variación en posición 2023-2022	Variación en puntos 2023-2022
	Posición	Puntaje				Posición	Puntaje		
Dinamarca	1	100.0	0	0.0	Francia	33	71.1	-5	-3.3
Irlanda	2	99.7	9	10.2	Indonesia	34	70.8	10	7.5
Suiza	3	99.1	-1	0.2	Japón	35	67.8	-1	1.2
Singapur	4	97.4	-1	-0.7	España	36	67.2	0	1.0
Países Bajos	5	95.6	1	1.3	Kazajistán	37	66.1	6	1.9
Taiwán	6	93.1	1	0.0	Kuwait	38	65.6		
Hong Kong	7	92.1	-2	-2.8	Portugal	39	65.5	3	1.0
Suecia	8	91.9	-4	-5.8	India	40	64.6	-3	-1.4
Estados Unidos	9	91.1	1	1.3	Italia	41	63.3	0	-1.7
Emiratos Árabes Unidos	10	90.5	2	1.9	Eslovenia	42	62.8	-4	-3.1
Finlandia	11	89.7	-3	-3.3	Polonia	43	60.5	7	7.1
Catar	12	89.7	6	5.9	Chile	44	60.3	1	-1.2
Bélgica	13	89.7	8	9.8	Chipre	45	60.2	-5	-5.1
Noruega	14	88.4	-5	-4.5	Hungría	46	59.9	-7	-6.0
Canadá	15	88.2	-1	1.0	Turquía	47	55.6	5	4.2
Islandia	16	86.7	0	1.4	Rumanía	48	55.3	3	2.1
Arabia Saudita	17	86.1	7	9.2	Grecia	49	55.1	-2	-2.1
República Checa	18	83.5	8	7.7	Croacia	50	54.9	-4	-2.4
Australia	19	83.0	0	0.5	Letonia	51	54.7	-16	-11.7
Luxemburgo	20	82.5	-7	-5.3	Filipinas	52	54.1	-4	-0.5
China	21	82.1	-4	-1.8	Eslovaquia	53	53.8	-4	0.3
Alemania	22	80.5	-7	-5.2	Jordania	54	52.8	2	6.1
Israel	23	78.8	2	2.2	Perú	55	48.1	-1	-1.5
Austria	24	78.2	-4	-2.3	México	56	47.7	-1	-1.3
Baréin	25	77.8	5	4.5	Bulgaria	57	46.8	-4	-4.5
Estonia	26	76.8	-4	-2.2	Colombia	58	46.3	-1	0.4
Malasia	27	75.8	5	7.0	Botsuana	59	45.4	-1	0.1
Corea del Sur	28	75.7	-1	0.2	Brasil	60	42.1	-1	-2.7
Reino Unido	29	75.5	-6	-3.0	Sudáfrica	61	40.2	-1	-4.1
Thailand	30	74.5	3	5.9	Mongolia	62	35.6	-1	-0.6
Nueva Zelanda	31	73.3	0	1.2	Argentina	63	34.0	-1	-0.2
Lituania	32	71.7	-3	-1.8	Venezuela	64	26.2	-1	4.2

Donde:

- Retrocede en posición
- Avanza en posición
- Mantiene la posición anterior
- ▼ Retrocede en puntos
- ▲ Aumenta en puntos

Informe de Competitividad 2023-2024

Consejo Privado de Competitividad presenta propuestas de política pública para ayudar a la reactivación económica

Si no se hubiese perdido la brújula de la competitividad, y se hubiera mantenido la alta senda de crecimiento de una década atrás, hoy el Perú tendría un PBI per cápita que sería 20% superior al actual; una tasa de pobreza no de 27,5% sino de 15% y una tasa de informalidad no de 75% sino de 55%, afirmó David Tuesta Cárdenas, presidente del CPC.

El Consejo Privado de Competitividad (CPC) presentó el Informe de Competitividad 2023-2024 que plantea 11 nuevas propuestas de política pública sobre las que el CPC cree que se puede avanzar con mayor rapidez en las condiciones actuales y que pueden ayudar a la necesaria reactivación.

El Informe de Competitividad, que se publica desde hace 4 años, ofrece un conjunto de políticas públicas debidamente priorizadas por su impacto competitivo y centrado en 11 factores: Sistema de Justicia, Eficiencia del Sector Público, Infraestructura, Desarrollo Digital, Estabilidad Macroeconómica, Capital Humano y Competencias, Salud, Mercado Laboral, Logística, Ambiente de Negocios y Ciencia, Tecnología e Innovación, debidamente priorizados por su impacto en la productividad del país.

En este lapso, el CPC ha desarrollado 130 propuestas en 4 informes, de las cuales 73 han sido consideradas como parte de diferentes políticas públicas desplegadas por el Estado.

“En el CPC no nos cansamos de insistir, en base al cúmulo de conocimiento y evidencia, que el país requiere con urgencia retomar la senda virtuosa del crecimiento sostenible”, manifestó su presidente, David Tuesta Cárdenas.

Para que la economía pueda aspirar a mejores niveles de crecimiento dependerá, por un lado, de que se pueda propiciar un escenario de mayor mejora y persistencia de las expectativas empresariales y, por el otro, de que se puedan gestionar convenientemente varios de los riesgos a la vista, indicó.

Las propuestas contenidas en el Informe de Competitividad 2023-2024 apuntan a mejorar la productividad en los 11 factores priorizados, así como en otros ámbitos clave.

Por tanto, el CPC también llamó la atención sobre el estado de las propuestas de otros factores determinantes de la competitividad, como el Factor Salud, en el que los esfuerzos continúan siendo escasos

a pesar de haber sufrido recientemente el país una de las peores gestiones de la pandemia de la COVID-19, habiendo fallecido más de 200 mil peruanos.

“Avanzar en todos estos temas postergados es urgente

para reconstruir las bases de un país productivo y competitivo que sostenga el crecimiento económico, promueva un mayor bienestar y contribuya a la construcción de un mayor equilibrio político y social”, comentó.



Sólo la implementación de políticas que enciendan los motores de la productividad permitirá emitir las señales necesarias en el corto plazo para animar las expectativas de la inversión privada, señaló David Tuesta Cárdenas.

Contexto

Tuesta afirmó que estamos viviendo en el ámbito global una dinámica de desaceleración junto con una inflación global que, aunque menguando, se mantiene todavía en niveles persistentemente altos. Y, en el plano doméstico, tenemos claramente anunciada la llegada próxima del Fenómeno del Niño, sobre el que las dudas se ciernen sólo en el grado de intensidad del evento.

Agregó que no se puede perder de vista la delicada situación de equilibrios políticos que configuran la probabilidad de permanencia de Dina Boluarte hasta el 2026, periodo en el cual el desempeño económico y su impacto sobre el bienestar será vital. En ese sentido, consideró que, esto último, nos lleva a reflexionar sobre el grado de estabilidad política que puede tener un Gobierno que continúe creciendo a niveles malos.

“Cuando vemos la situación actual en retrospectiva, nos preguntamos cómo hemos llegado acá. Lo

sucedido desde el 2021 con el arribo de Pedro Castillo a la Presidencia de la República ha sido simplemente el colofón de un largo proceso de deterioro en las políticas procompetitividad, en el que la principal víctima han sido los peruanos más vulnerables”, lamentó.

De acuerdo con el Índice de Complejidad de la Universidad de Harvard, el Perú ha perdido 20 puestos en su ranking mundial, lo que competitivamente coloca al país como una economía en franco proceso de precarización. Así, el país que hasta antes del 2013 venía creciendo con una pendiente de dinamismo productivo en torno a 5% en promedio, cambió drásticamente su pendiente de expansión hacia niveles promedio en torno a 3%.

“Si no hubiésemos perdido la brújula de la competitividad, y hubiéramos mantenido la alta senda de crecimiento de una década atrás, hoy el país tendría un Producto Bruto Interno (PBI) per cápita que sería 20% superior al actual; una tasa de pobreza no de 27,5%

sino de 15% y una tasa de informalidad no de 75% sino de 55%”, subrayó Tuesta.

Punto de reflexión

Señaló que espera que el Informe de Competitividad 2023-2024, realizado por el equipo del CPC y retroalimentado con los aportes de más de 30 profesionales del sector público, privado y la academia, contribuya al impulso que necesita el país, continúe siendo un punto de reflexión sobre el cual se puedan inspirar las futuras políticas públicas que coadyuve a que el Perú salga de la parálisis que actualmente experimenta.

“Sólo la implementación de políticas que enciendan los motores de la productividad permitirá emitir las señales necesarias en el corto plazo para animar las expectativas de la inversión privada y, por fin, empezar a mirar con mayor optimismo cambios hacia el mediano y largo plazo. Creemos que empezar con algunas de nuestras propuestas puede ser un buen camino”, agregó.

Las propuestas

El Informe de Competitividad 2023-2024 plantea 11 nuevas propuestas de política pública sobre las que el CPC cree que se puede avanzar con mayor rapidez en las condiciones actuales y que pueden ayudar a la necesaria reactivación.

En el Factor de Infraestructura

- Agregar proyectos de alto impacto para aprovechar las economías de escala a partir de gatilladores de gestión y el uso de las mejores prácticas internacionales. Así, estos proyectos deberán ser encargados a unidades ejecutoras especializadas —a nivel regional o nacional— que cuenten con las mejores prácticas internacionales y con facilidades para la ejecución de los proyectos. Esto debido a que cada año existen nuevos proyectos adicionales a los previstos en el presupuesto inicial, lo que dificulta la capacidad de gestión de las entidades.

En el 2022, el 44% del total de proyectos con presupuesto eran nuevos (28.828 de 65.022) y contaban con un monto de Presupuesto Institucional Modificado (PIM) promedio de S/0,5 millones. Por ello, es importante reducir esta elevada participación de proyectos atomizados que limitan seriamente la eficiencia del Estado peruano para la ejecución y avance de la inversión.

- Acreditar a evaluadores y empresas de ingeniería con el objeto de contar con expedientes técnicos de calidad, así como permitir el uso de esquemas de adjudicación ágiles. Con esta medida se podrían solucionar varios de los problemas que surgen desde la concepción de los proyectos.

Por ejemplo, a partir del análisis de 30 proyectos culminados en el 2022, de un total de 140, de las principales unidades ejecutoras en los tres niveles de gobierno, con un monto actualizado mayor a S/25 millones por proyecto, se observaron desviaciones de hasta 37% en promedio respecto a los costos del Expediente Técnico (ET).

Asimismo, del total de proyectos con PIM 2022 se observó, en más de la cuarta parte de estos, retrasos en su ejecución por encima de los 100 días y respecto a los costos sobre viabilidad en más de la mitad se observaron desviaciones del 46%.

En el Factor de Eficiencia del Sector Público

- Implementar una estrategia integral de intervenciones tempranas para el cierre de brechas de condiciones mínimas y con responsabilidades asignadas en su seguimiento. La falta de una intervención temprana de las autoridades del Gobierno ha limitado su capacidad para gestionar de forma efectiva los conflictos sociales.

Al respecto, la Defensoría del Pueblo (2021), analizó 4.258 acuerdos correspondientes a 29 procesos de diálogo desarrollados durante el periodo 2012-2019, y encontró que: (i) en el 57,7% de acuerdos no se precisó un plazo de cumplimiento, dejando abierta la posibilidad de gestionar su cumplimiento posteriormente; (ii) en el 10% de acuerdos no se identificó al responsable de cumplimiento, limitando la posibilidad de exigir su cumplimiento; y, (iii) en el 87% de acuerdos no se encargó a una entidad o comisión la responsabilidad de hacer el seguimiento.

En el Factor de Estabilidad Macroeconómica

- Priorizar la reducción del incumplimiento tributario mediante la implementación de herramientas de big data y analítica avanzada. El objetivo de la propuesta es reducir el incumplimiento tributario en aras de ampliar la base tributaria.

El sustento radica en las elevadas tasas de incumplimiento del Impuesto General a las Ventas (IGV) y del Impuesto a la Renta (IR) empresarial, las cuales ascendieron a 28% y 33,1%, respectivamente en el 2021.

En el Factor de Desarrollo Digital

- Reformular la ley que garantiza la velocidad mínima de conexión a internet y monitoreo de la prestación del servicio de internet a favor de los usuarios. La Ley N° 31207 elevó el estándar mínimo de velocidad de internet de 40% a 70% de la velocidad ofrecida, lo que generaría impactos negativos en la expansión y calidad del servicio de internet.

Esto se debe a la mayor inversión en infraestructura, de modo que esta logre soportar el cumplimiento de la velocidad mínima establecida, lo que generaría desincentivos, principalmente, en zonas rurales en donde la inversión para la expansión se desviaría hacia el fortalecimiento de infraestructura en zonas en las que ya se cuenta con servicio.

En el Factor de Logística

- Diseñar e implementar una Política Nacional Multisectorial de Logística, que articule los objetivos planteados por cada sector y que busque solucionar los problemas que presenta el sistema logístico nacional, apoyando la generación de alto valor agregado de los bienes producidos en el país.

Esta política debe diseñarse y formularse de manera conjunta con los ministerios intervinientes, asignar la conducción al Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), que es el más relevante, mediante decreto supremo sin que cada ministerio pierda su rectoría.

Esta propuesta surge debido a que, en la década anterior, se observó un escaso avance del subsector logístico, principalmente, por la falta de institucionalización de la gobernanza logística colaborativa en el Perú. De hecho, Perú bajó de posiciones en el Índice de Competitividad Global (de 60 al 65) y de Desempeño Logístico, entre el 2012 y 2023, de 60 a 61 en comparación de Colombia, que cuenta con una Política Nacional, y que ascendió 6 posiciones entre el 2010 (puesto 72) y 2023 (puesto 66).

Agente Wayki

La estrategia de Caja Cusco para otorgar microcréditos 100% digitales

Tarjeta de crédito de Caja Cusco ya está disponible en su red de agencias a nivel nacional. Clientes cuentan con un 70% de la línea para capital de trabajo y el 30% restante para consumo, afirmó su gerente central de Administración, Gustavo Villaverde.

A raíz de la pandemia, se crearon muchas plataformas y billeteras digitales que hoy operan con éxito en Perú y reportan un crecimiento exponencial. En el 2022, el número de operaciones per cápita fue 5 veces superior al del 2015, lo que significa que ascendió a 174 transacciones por persona en promedio desde las 29 registradas hace 7 años.

“En este contexto, nosotros también nos enfocamos en un proyecto para la inclusión financiera de más peruanos y estamos trabajando con el equipo de transformación digital y el área comercial en un producto crediticio 100% digital, a la medida de la necesidad de cada cliente”, adelantó el gerente central de Administración de Caja Cusco, Gustavo Villaverde Martínez.

El proyecto se denomina “Agente Wayki” y su objetivo es masificar los préstamos, llegar a zonas donde generalmente no atienden los bancos ni las financieras, impulsando la inclusión financiera en las áreas más alejadas del país, detalló.

En la medida de las necesidades de los clientes, Caja Cusco otorgará montos pequeños, pueden ser créditos desde S/300 o S/500, no necesariamente grandes desembolsos pues la intención es poder cubrir un poco más a quienes tienen una necesidad financiera y se encuentran muy lejos de una agencia, o les cuesta mucho movilizarse en busca de recursos, explicó.

Precisó que aún está en evaluación, junto con el área comercial, la definición de los montos y del proceso de evaluación crediticia, ya que tampoco se quiere tener un default significativo en la cartera; al contrario, lo que se busca es manejar bien el producto.

Así, se prevé que entre agosto y setiembre este producto debe estar saliendo al mercado y permitiría duplicar, triplicar o, incluso, cuadruplicar la fuerza de ventas sin generar costos de planilla adicionales para la empresa.

Plazos

Además, comentó que los créditos tendrían plazos de pago de entre 3 y 6 meses, con tasas competitivas, y los clientes podrían cumplir con sus cuotas en cualquier

agente KasNet o agente corresponsal de la Caja, en las agencias y también desde su Wayki App.

“Queremos tener un impulso mayor, diferente de la red de analistas que manejamos, queremos desarrollar un concepto nuevo”, manifestó a **Microfinanzas**.

Caja Cusco cuenta con 129 agencias a nivel nacional y está próxima a abrir una nueva oficina en la ciudad de Ica, además de una red de más de 560 cajeros corresponsales.

De acuerdo con Villaverde, las personas que necesiten un crédito podrán solicitarlo y se les va a hacer una evaluación rápida utilizando un “score” (puntaje), luego recibirán la confirmación del préstamo y, tras aceptar las condiciones mostradas, se hará el desembolso en su cuenta, en un proceso 100% digital.

La propuesta hasta diciembre es trabajar en un piloto en Cusco, a fin de hacer algunos ajustes antes de salir de forma masiva, con lo cual el próximo año se desplegaría a nivel nacional, anunció.

“Como lo hicimos con la tarjeta de crédito, empezáramos a crecer en regiones como Arequipa, Lima o Puno, donde tenemos la mayor concentración en número de clientes, pero una vez empezamos a expandirnos lo haremos en toda la red del país”, complementó.

Enfatizó que el motivo de este cambio es precisamente atender a clientes y no clientes de Caja Cusco, es decir, no necesariamente deben tener una cuenta con la entidad pues pueden solicitar el crédito en sus agentes corresponsales (inicialmente 10 forman parte del piloto en Cusco). Con la aceptación del crédito, a estos usuarios se les abre una cuenta y, de forma automática, se procede con el desembolso, agregó.

Tarjeta de crédito

Villaverde manifestó además que la tarjeta de crédito de Caja Cusco se ha desplegado a nivel nacional y está disponible en toda la red de agencias.

La tarjeta de Caja Cusco tiene una particularidad, pues es 70% para capital de trabajo y 30% para consumo, por

tanto, son muchos los microempresarios que solicitan una tarjeta de crédito para financiar las operaciones de sus negocios, comentó.

“La intención del producto es otorgar una experiencia diferente a nuestros clientes, y a aquellos que aún no forman parte de nuestra cartera, pero quieren serlo, en el sistema de las Cajas Municipales somos la única institución en ofrecerla”, resaltó.

Empero, recordó que hay clientes que tienen sus tarjetas de débito con las Cajas, pero tienen tarjetas de crédito que les ofrecen los bancos porque las Cajas Municipales no las han podido ofrecer. Caja Cusco tiene cerca del 50% de clientes que son exclusivos, esto quiere decir que no tienen cuentas ni piden financiamiento en otra entidad.

“Es un número importante de clientes que solo tienen la camiseta de Caja Cusco, pero cuando empiezan a pedir tarjetas de crédito en los bancos, generalmente, estos les ofrecen otros productos y servicios y podrían migrar a la competencia”, lamentó Villaverde.

En ese sentido, calificó su tarjeta de crédito como vital en el portafolio de productos que tienen, por ello, ofrecen tasas de interés competitivas y por debajo de las brindadas por las entidades bancarias. Mientras que los bancos cobran alrededor de 80% de interés anual, la Caja está cobrando tasas mucho más bajas, indicó.

Mencionó que, de acuerdo con la evaluación crediticia, las líneas aprobadas en las tarjetas de crédito son por montos de hasta S/50.000; y la mayoría de los clientes lo utilizan para capital de trabajo, compra de activos, disposición de efectivo o consumo.

Interoperabilidad

Villaverde también se refirió a la segunda fase de la interoperabilidad de las billeteras electrónicas afirmando que Wayki es la única billetera que tiene una Caja Municipal operando con la autorización del Banco Central de Reserva (BCR).

En octubre del año pasado, el BCR otorgó a Caja Cusco la autorización como proveedor de código QR

y como billetera digital, lo que ha permitido a sus clientes realizar transferencias inmediatas a cualquier aplicativo financiero y hacer pagos con QR o número de celular, expresó.

El Reglamento de Interoperabilidad de los servicios de pago plantea una integración por fases. La primera etapa incluyó a Yape y Plin, que desde abril deben

interoperar. En el segundo semestre del presente año se prevé la unión de los bancos restantes, Cajas Municipales, financieras y demás entidades.

comentó que la implementación de su aplicación móvil con miras a la interoperabilidad con las demás billeteras debe estar disponible de acuerdo con los cambios en la circular donde se indica que los servicios de pago

interoperables deberán estar disponibles en producción como máximo el 13 de setiembre del 2023.

Más del 60% de operaciones en Caja Cusco se hacen a través de canales electrónicos, y no en agencias, lo que les ha permitido mitigar las inversiones en infraestructura o remodelación de oficinas, así como tener costos más bajos en comparación con su competencia.



“Agente Wayki” tiene como objetivo masificar los préstamos y llegar a zonas donde generalmente no atienden los bancos ni las financieras, manifestó Gustavo Villaverde Martínez.

Crédito al sector privado se desaceleró en mayo al registrar un crecimiento interanual de 1,8%

El crecimiento interanual del crédito a las personas se desaceleró a 11,1% en mayo, frente a una desaceleración de 12,1% en el mes previo. El crédito a las empresas cayó 3,5% en términos interanuales en mayo, una mayor caída frente a la de abril (-2,6%), informó el Banco Central de Reserva (BCR).

El crédito al sector privado –que incluye préstamos otorgados por bancos, financieras, Cajas Municipales y rurales y cooperativas– tuvo un crecimiento interanual de 1,8% en mayo, cifra que representa una desaceleración en comparación con el crecimiento de abril, que fue 2,7%, reportó el Banco Central de Reserva (BCR).

Si se excluye el saldo de las colocaciones del Programa Reactiva Perú, el crédito al sector privado habría registrado un crecimiento de 8,2% en términos interanuales en el mes. Este incremento interanual correspondió a una variación mensual de -0,1%.

El crecimiento interanual del crédito destinado a las personas se desaceleró a 11,1% en mayo, frente a una desaceleración de 12,1% en el mes previo.

Por su parte, el crédito a las empresas cayó en 3,5% en términos interanuales, mostrando una mayor caída frente a la de abril (-2,6%).

Por monedas, la tasa de crecimiento interanual del crédito al sector privado en soles fue 0,1% en mayo, que se explica por el aumento del crédito a las personas (11,9%) y cuyo efecto fue atenuado parcialmente por la reducción del crédito a las empresas (9%).

Créditos a empresas

La magnitud de la caída interanual del crédito a las empresas se elevó de 2,6% en abril a 3,5% en mayo, lo que corresponde a una leve caída en el mes de 0,8%. Si se excluyese el saldo de las colocaciones del Programa Reactiva Perú, el crédito a las empresas habría registrado en mayo un crecimiento de 6,4% en términos interanuales.

El saldo del crédito del segmento de corporativo y gran empresa disminuyó 2,5% interanual, una reducción mensual de 1,3%. Esta categoría representa el 52,1% del saldo de crédito total de las Sociedades Creadoras de Depósitos otorgado a las empresas.

Por su parte, el crédito a medianas empresas tuvo una caída interanual de 13,7%, que corresponde a una tasa de variación mensual negativa de 1,2%, explicada por el menor crédito en soles (-1,9% mensual), que contrarrestó el mayor crédito en dólares (0,6% mensual).

Por su parte, el crédito a las micro y pequeñas empresas (Mypes) registró un crecimiento interanual de 5,4% y una tasa de crecimiento mensual de 0,6%.

Crédito a personas

El crédito a personas reportó una tasa de crecimiento interanual de 11,1%, mientras que su tasa de crecimiento mensual fue 0,9%.

En este segmento, el crédito de consumo tuvo una tasa de crecimiento interanual de 14,9% (1,1% mensual). La tasa de crecimiento interanual del crédito hipotecario fue 5,6% en mayo.

Dentro del segmento de consumo, el crédito vehicular presentó un crecimiento interanual de 18,7% en mayo, frente al 19,3% de abril, y una ratio de dolarización de 10,6%. Los créditos de tarjetas aumentaron en 1,9% mensual y registraron una ratio de dolarización de 12%.

La tasa de crecimiento interanual del resto de créditos de consumo se redujo de 14,3% en abril a 13,1% en mayo. La tasa de crecimiento interanual del crédito hipotecario fue de 5,6% en mayo. El coeficiente de dolarización de estos créditos se mantuvo en 8,6% en mayo.

Con información al 21 de junio, la evolución de las tasas de interés nominales en soles refleja la transmisión del aumento de la tasa de interés de referencia a dichas tasas.

Así, las tasas de los créditos a empresas y créditos de consumo aumentaron con relación a diciembre del 2022. Por su parte, en lo que va del segundo trimestre del 2023, las tasas de interés por segmento han tenido comportamientos mixtos.

CRÉDITO AL SECTOR PRIVADO TOTAL, POR TIPO DE COLOCACIÓN ^{1/}

	Millones de S/ May-23	Tasas de crecimiento (%)					
		Dic-22/ Dic-21		Abr-23/ Abr-22	May-23/ May-22		May-23/ Abr-23
		Sin Reactiva Perú	Con Reactiva Perú		Sin Reactiva Perú	Con Reactiva Perú	
Crédito a empresas	252 259	8,4	-1,4	-2,6	6,4	-3,5	-0,8
Corporativo y gran empresa	131 485	6,9	1,2	-1,2	2,6	-2,5	-1,3
Medianas empresas	56 851	3,3	-13,7	-12,7	6,1	-13,7	-1,2
Pequeña y microempresa	63 923	17,0	7,7	5,4	15,6	5,4	0,6
Crédito a personas	165 341	15,9	15,9	12,1	11,1	11,1	0,9
Consumo	100 583	21,8	21,8	16,3	14,9	14,9	1,1
Vehiculares	3 110	15,9	15,9	19,3	18,7	18,7	1,1
Tarjetas de crédito	18 224	32,6	32,6	25,5	22,7	22,7	1,9
Resto	79 249	19,8	19,8	14,3	13,1	13,1	0,9
Hipotecario	64 758	8,0	8,0	6,1	5,6	5,6	0,5
Mivivienda	10 488	12,2	12,2	15,9	15,6	15,6	1,2
TOTAL	417 600	11,3	4,6	2,7	8,2	1,8	-0,1

^{1/} Los saldos en dólares se valúan a tipo de cambio constante (S/ 3,81 por US\$).

Fuente: BCR

Liquidez

La liquidez del sector privado aumentó 0,3% en mayo y, con ello, su tasa de crecimiento interanual subió a 1,9%, frente al 1,4% en abril.

La liquidez creció 0,3% en el mes debido al aumento de los depósitos a la vista (0,7%), los depósitos a plazo (2,8%) y los depósitos de Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) en 16,2%.

Por un lado, la liquidez en soles disminuyó ligeramente en 0,01%. El aumento del saldo de depósitos en soles (0,8%) registrado en mayo se reflejó en un incremento de depósitos a la vista (1,5%), depósitos a plazo (2,1%) y depósitos CTS (18,3%), mientras que, por el contrario, se registró un menor saldo de depósitos de ahorro (2,1%).

La liquidez en moneda extranjera aumentó en 1,1% en el mismo mes, lo cual se reflejó en un alza del saldo de depósitos de ahorro (0,9%), depósitos a plazo (4,2%) y depósitos CTS (9,4%), mientras que, por el contrario, los depósitos a la vista disminuyeron en 0,2%.

Pasivos externos

En mayo, los pasivos externos de la banca aumentaron en US\$288 millones. Por componentes de plazo, los pasivos de corto plazo se incrementaron en US\$245 millones, mientras que los de mediano y largo plazo en US\$43 millones.

Para las empresas bancarias, la ratio de pasivos externos sobre crédito total al sector privado fue de 13,2% en mayo. Dicho indicador se ha reducido en los últimos años a medida que los bancos han disminuido sus colocaciones en dólares y amortizado sus pasivos externos, lo que refleja un menor apalancamiento de la banca con el exterior y una mayor proporción de fondeo más estable, tal como depósitos.

Sin embargo, durante el 2022 y en el primer trimestre del presente año, la ratio ha aumentado por el mayor incremento relativo de los pasivos externos en moneda extranjera. Esta definición incluye tanto los pasivos externos en moneda extranjera como los emitidos en moneda nacional por entidades financieras en el exterior. Los pasivos externos en soles ascienden a S/5.483 millones; mientras que los pasivos externos en dólares a US\$10.527 millones.

Ahorro

El saldo de ahorro en el sistema financiero aumentó 0,7% en mayo, con lo que se registra una contracción interanual de 0,3%. Este incremento mensual se explica por el aumento de los depósitos (1,1%), el incremento del patrimonio de los fondos mutuos (1,8%) y de los fondos privados de pensiones (0,1%).

En mayo, la participación de las inversiones externas dentro del portafolio de inversiones de las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) se elevó ligeramente a 38,9% y la participación de las inversiones domésticas se redujo a 61,1%.

La participación de los depósitos en entidades financieras locales se incrementó a 4,2% en mayo. Por otro lado, la contribución de los valores de renta fija locales aumentó a 33,3%, mientras que la de los valores de renta variable bajó a 23,8%. El coeficiente de dolarización total de la cartera de inversiones se redujo de 53,9% a 53,7%.

CRÉDITO AL SEGMENTO DE EMPRESAS, SEGÚN MONEDA Y TAMAÑO DE EMPRESA

	Millones de S/ May-23	Tasas de crecimiento (%)			
		mar-23/ mar-22	abr-23/ abr-22	may-23/ may-22	may-23/ abr-23
Corporativo y gran empresa	131 485	-2,2	-1,2	-2,5	-1,3
M.N.	60 191	-16,1	-14,1	-14,1	-2,5
M.E. (US\$ Millones)	18 712	14,4	13,6	10,1	-0,3
Dolarización (%)	54,2	53,5	53,7	54,2	54,2
Medianas empresas	56 851	-13,1	-12,7	-13,7	-1,2
M.N.	40 757	-18,3	-17,6	-19,0	-1,9
M.E. (US\$ Millones)	4 224	4,5	2,9	3,7	0,6
Dolarización (%)	28,3	27,6	27,8	28,3	28,3
Pequeña y micro empresa	63 923	5,7	5,4	5,4	0,6
M.N.	62 258	6,0	5,7	5,6	0,6
M.E. (US\$ Millones)	437	-3,7	-1,9	-2,0	1,2
Dolarización (%)	2,6	2,6	2,6	2,6	2,6
TOTAL	252 259	-3,1	-2,6	-3,5	-0,8
M.N.	163 207	-9,7	-8,7	-9,0	-1,2
M.E. (US\$ Millones)	23 373	12,0	11,2	8,6	-0,1
Dolarización (%)	35,3	34,9	35,1	35,3	35,3

Nota: Los criterios para clasificar los créditos a empresas por segmento de crédito se realiza de acuerdo a la SBS:

Corporativo: Ventas anuales superiores a S/ 200 millones

Grandes empresas: Ventas anuales entre S/ 20 millones y S/ 200 millones; o mantener emisiones en el mercado de capitales el último año

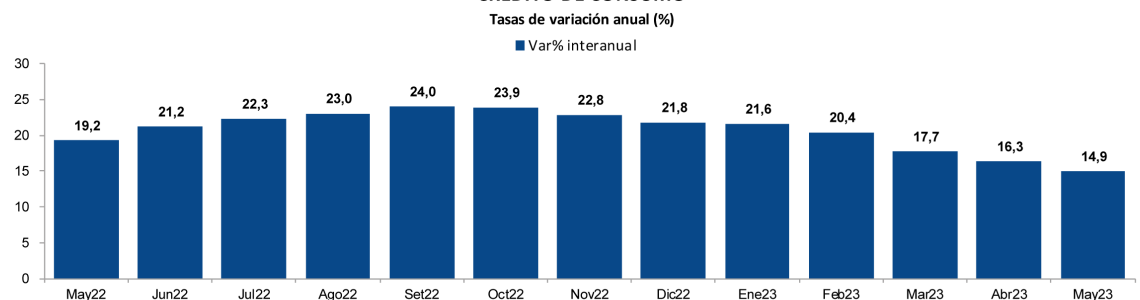
Medianas empresas: Endeudamiento total superior a S/ 300 mil o ventas anuales no mayores a S/ 20 millones

Pequeñas empresas: Endeudamiento total entre S/ 20 mil y S/ 300 mil

Microempresas: Endeudamiento total no mayor a S/ 20 mil

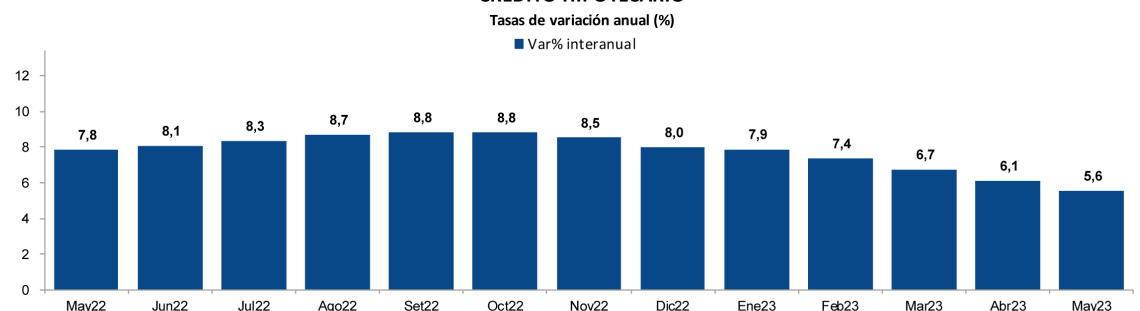
Fuente: BCR

CRÉDITO DE CONSUMO



Fuente: BCR

CRÉDITO HIPOTECARIO



Fuente: BCR

Índice de Inclusión Financiera y Digitalización de Credicorp

Uno de cada 3 peruanos cuenta con una billetera móvil y la usa de manera habitual

El uso de aplicativos de entidades financieras se reduce frente al uso de billeteras móviles. Estas se posicionan como el segundo medio digital más utilizado al momento de realizar transacciones, muestra el estudio de Credicorp elaborado por Ipsos.

A lo largo de los últimos años, el consumidor ha experimentado una serie de cambios en la manera en la que interactúa con productos y servicios financieros. El uso de canales digitales permitió que las personas y negocios operen de manera sencilla e inmediata, constituyéndose como un medio fundamental para la promoción y aceleración de la inclusión financiera en el Perú.

De acuerdo con el Estudio de Inclusión Financiera y Digitalización de Credicorp, elaborado por Ipsos en 8 países de la región (Perú, Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México y Panamá), un 26% de ciudadanos reportan contar con una billetera en comparación al 11% registrado durante el 2021.

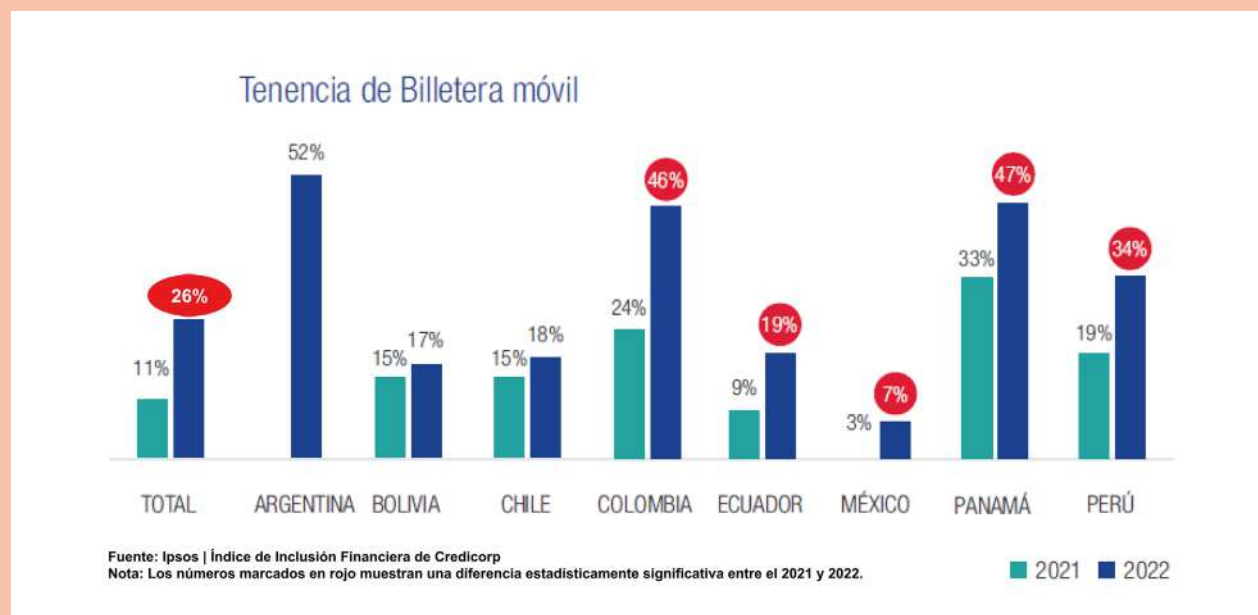
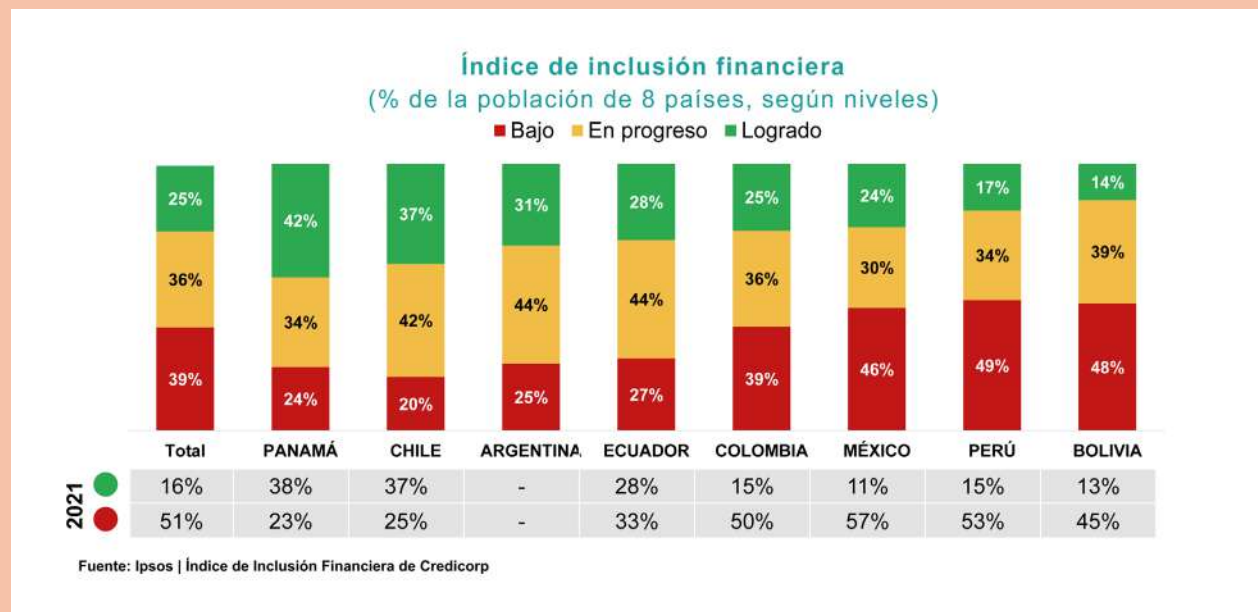
Según el informe, hoy 1 de cada 3 peruanos cuenta con una billetera, cifra que casi dobla la reportada el año pasado. El Perú figura, junto a Colombia y Panamá, como los países donde más aumentó el uso de este canal, reemplazando a otros medios como la banca por internet o aplicativos de entidades bancarias.

Niveles

El análisis define 3 niveles de digitalización financiera determinados sobre la base de la frecuencia de uso de plataformas financieras digitales (billeteras móviles, apps bancarias y banca por internet) y el empleo de estas, tanto en el pago de productos y servicios, como en la realización de transferencias financieras.

Mientras el usuario no digital es aquel que todavía no hace uso de las plataformas digitales para realizar transacciones, el usuario ocasional es aquel que las utiliza menos de una vez al mes y el usuario intensivo es aquel que las emplea una o más veces al mes para concretar sus transacciones.

Así, si bien el Perú registra un alto nivel de usuarios aún por digitalizar, a la vez muestra un relevante porcentaje de usuarios intensivos (30%, lo que es mayor al promedio global) y un reducido grupo de usuarios ocasionales (9%).



“Es clave entender que la digitalización permite que las personas puedan mejorar la forma en la que se manejan dentro del sistema financiero, ya sea para recibir sus salarios, enviar dinero, pagar bienes y servicios, y demás trámites de forma más fácil y segura”, indicó Enrique Pasquel, gerente de la División de Asuntos Corporativos de Credicorp.

Si bien hay un evidente cambio en el comportamiento del consumidor, aún existe una oportunidad de seguir impulsando la inclusión financiera en todo el país, explicó.

“Por ello, desde Credicorp reiteramos la relevancia de potenciar los esfuerzos de democratización de los productos financieros de tal forma que sean más accesibles mediante herramientas digitales”, agregó.

Hallazgos regionales

El estudio de Credicorp e Ipsos además refleja que, en la región, el uso de aplicativos de entidades financieras se reduce frente al uso de billeteras móviles. Estas se posicionan como el segundo medio digital más utilizado al momento de realizar transacciones.

Además, se ve que el uso de productos o servicios digitales aumenta entre emprendedores y que son las personas entre los 18 y 42 años las que poseen más billeteras móviles en la región.

Del mismo modo, los trabajadores dependientes representan al grupo con la mayor proporción de usuarios intensivos (43%), seguidos por los estudiantes (38%) y los trabajadores independientes (28%).

En esa línea, solo el 16% de los participantes utiliza algún aplicativo de entidades financieras (banca móvil) para realizar el pago de productos y servicios. Chile (29%) es el país con la mayor proporción de usuarios de este canal, mientras que Perú (12%) y Bolivia (10%) reportan el menor nivel de uso.

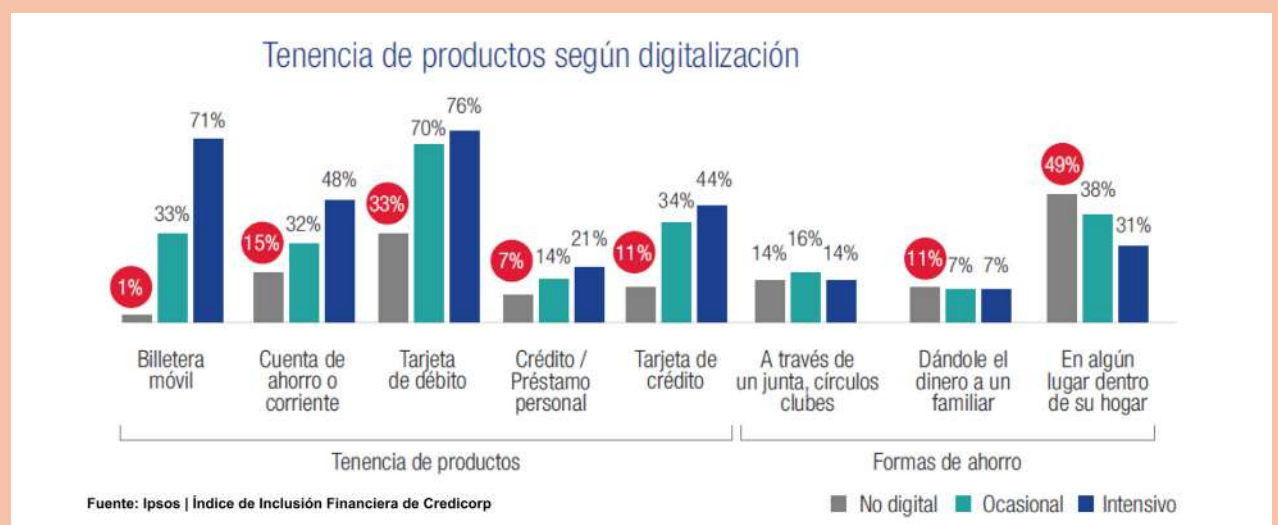
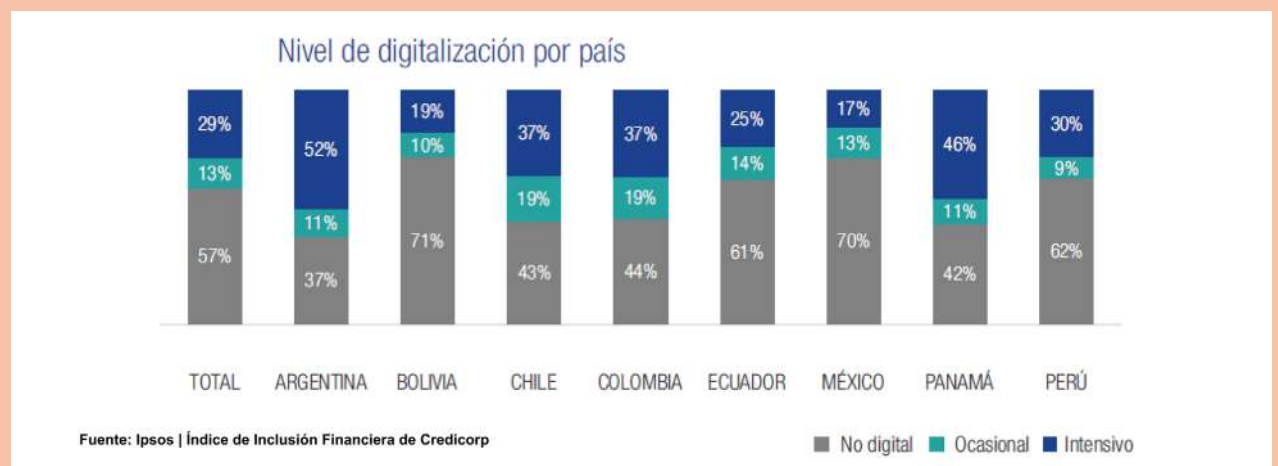
A comparación con el año pasado, se aprecia que el uso de aplicativos celulares se ha reducido en todos los países. Del mismo modo, la banca por internet es utilizada por un 11%, con la mayor proporción presente en Panamá (21%) y la menor en México (6%). Al igual que con la banca móvil, el uso de este servicio se ha visto reducido en comparación con el año pasado.

Servicio indispensable

Otra de las diferencias más marcadas se da en relación con el acceso a internet, pues se configura como un servicio indispensable para lograr la inclusión financiera a través de la digitalización.

Mientras que las personas con acceso a internet, a través de un módem o smartphone, presentan una proporción de tenencia de billetera móvil de 30%, esta cifra solo llega a 3% entre aquellos sin este servicio.

“El acceso a internet, la educación financiera y el desarrollo de productos y servicios digitales que respondan a las necesidades de los usuarios son metas importantes que debemos lograr para poder seguir impulsando economías más inclusivas y sostenibles. Es a través de este documento que buscamos aportar información valiosa y útil con el objetivo de fomentar una mayor inclusión financiera en la región”, concluyó Pasquel.



Geopagos prevé que, en algún momento, las billeteras digitales empezarán a monetizar

Arturo Ramos Caballero, business head de Región Andina de Geopagos, afirmó que una forma de monetizarlas es agregar la aceptación de pagos con tarjetas. Yape o Plin hoy son cuentas detrás del usuario, pero dentro de poco, quizá acepten pagos con tarjetas, tipo ‘tap to phone’ donde el celular se vuelve un POS, explicó.

El panorama de pagos de Perú refleja un país en transición. Así lo muestra Global Payments Report (GPR), cuyo informe (ver nota aparte) destaca la rápida digitalización del mercado de pagos de Perú que es predominantemente la historia de dos aplicaciones: Yape (del Banco de Crédito del Perú, o BCP) y Plin (un esfuerzo de colaboración de BBVA, Interbank y Scotiabank).

En octubre del 2022, el Banco Central de Reserva (BCR) estableció nuevas regulaciones que exigen la interoperabilidad entre los proveedores de servicios de pago. Ya en modo de alto crecimiento, los pagos digitales serán aún más fáciles para los consumidores y comerciantes peruanos. Según GPR, las reglamentaciones ayudarán a garantizar que los consumidores puedan utilizar la aplicación de pago digital y el mecanismo de financiación de su elección para emitir y recibir pagos, independientemente de la aplicación utilizada por el destinatario.

En esta línea, Arturo Ramos Caballero, business head de Región Andina de Geopagos, comentó que las billeteras han dado un salto gigante a nivel de usuarios desde la pandemia, lo cual ha impulsado los pagos digitales y deriva también en que la gente siga perdiendo el miedo. Hoy una sola billetera tiene casi la tercera parte de la población peruana, la cantidad de personas y transacciones que soporta al día, por pequeños montos, son un claro ejemplo de cómo la necesidad impulsó estos pagos e hizo que la gente se acostumbre a operar de esta forma, enfatizó.

La gente antes tenía un celular, pero no necesariamente contaba con una aplicación de billetera, sino que la tuvo que descargar, registrarse, recargar saldo y empezar a pagar, dijo.

Gran avance

“Eso es un gran avance, antes no se hubiera logrado así nada más, sin mucha inversión en marketing o educación, pero la necesidad hizo que empiecen a transar por aquí, lo cual da pie a que el peruano use otros mecanismos después”, acotó.

Ramos resaltó que este proceso es muy bueno para el mercado y un gran avance para el país porque ayuda mucho a la población en las operaciones del día a día entre personas y negocios. Asimismo, GPR menciona que el volumen de pagos en tiempo real está aumentando rápidamente en Perú, impulsado tanto por las circunstancias extraordinarias de la pandemia como por la competencia de las populares aplicaciones de pago cuenta a cuenta con Yape y Plin.

De acuerdo con Ramos, esto no es nuevo en el mundo y Perú va en buen camino, pues ese tipo de interconexiones ayuda a todos a tener unos pagos mucho más rápidos y fáciles, y lo bueno es que hoy no cobran comisiones y el dinero llega en el momento. Los comerciantes aceptan transferencias con la billetera y eso ayuda en la adopción de los pagos digitales, complementó.

Monetizar servicios

Ramos refirió que muchos usuarios han perdido el miedo a los pagos digitales, son más educados en cuanto a que realizan compras por internet, usan las billeteras para pagarle a personas o negocios, algunos bancarizados tienen una tarjeta de débito o crédito para operar por internet o mediante un POS.

La persona común está teniendo mayor recepción y adopción de estos pagos digitales y eso nos lleva a una cultura de mayor uso de tecnología, a dejar de usar el efectivo que es donde varios actores compiten porque es más caro y riesgoso, señaló.

A nivel Perú, se ha reducido el uso del cash lo que responde a la adopción de billeteras y pagos en venta presente, con POS o por e-commerce. Es un muy buen indicador versus otros países que también han reducido sus niveles de cash, pero el país tomó la ventaja, dijo.

“Es muy difícil que el efectivo desaparezca totalmente, no solo en Perú sino en la región, pero las soluciones que van saliendo al mercado ayudarán mucho a reducir su uso”, agregó. En Colombia, por ejemplo, no hay todavía una interoperabilidad, tienen pocas billeteras, pero en poco tiempo estarán lanzando esta interconexión, no gestionado por el Gobierno como en el caso peruano, aunque sí con el respaldo de uno de los grandes jugadores.

Con otros productos

En tanto, Ramos prevé que la evolución de las billeteras llegará con otros productos. Hoy son pagos persona a persona, sin embargo, en algún momento tendrán que monetizar pues hay una inversión grande de parte de los bancos que las respaldan.

Una forma de monetizarlas es agregar la aceptación de pagos con tarjetas. En Yape o Plin, hoy son cuentas detrás del usuario, pero dentro de poco, quizá las billeteras acepten pagos con tarjetas, puede ser ‘tap to phone’ donde el celular se vuelve un POS.

Además, los bancos detrás de la billetera podrán monetizar con esas soluciones porque entra un nuevo tipo de negocio para el comercio, se le cobraría una comisión, pero ya no perdería la venta si la persona que compra no tiene billetera, expresó.



Muchos usuarios han perdido el miedo a los pagos digitales, son más educados en cuanto a que realizan compras por internet, usan las billeteras para pagarle a personas o negocios, algunos bancarizados tienen una tarjeta de débito o crédito para operar por internet o mediante un POS.

Indicó que, en otros países, estas tecnologías nacen como billeteras y luego se van complementando con agregadores de pago para aceptar tarjetas y tener el ecosistema completo. “Alguna de las billeteras más grandes seguramente irá por este camino este año”, estimó.

Usuario preparado

Para Ramos, el usuario estará tan acostumbrado a su billetera que cuando le ofrezcan otros productos para que pague no tendrá esa fricción, sino que estará más encaminado y con menos miedo a probar nuevas soluciones.

Dependiendo de las nuevas tecnologías, el usuario

peruano podría estar preparado. Hace unos años no era posible el pago contactless. En otros países de la región existía, pero en Perú no, sin embargo, luego de 5 años, más de la mitad de las operaciones se hacen con este mecanismo sin contacto.

Si hoy viene una tecnología similar, el peruano estará preparado, solo debe ir perdiendo más el miedo frente a las soluciones, hace falta mucha educación de los dueños detrás de las billeteras y la compañía del mismo Estado mediante la regulación, añadió.

Entonces, sostuvo, dependerá de la tecnología que llegue al país y la necesidad del usuario. El peruano está preparado para las soluciones que ya existen hoy en el mercado, y las que derivan de ellas, pues un producto

dentro de estas soluciones le será más fácil de usar. “Si viene algo súper innovador como pagos con el rostro, que en otros lugares se hacen, pero aquí aún no llegamos a ese nivel, será muy difícil que el peruano esté abierto a adoptarlo con facilidad”, alertó.

Perú ha avanzado mucho en soluciones de pago y eso lo sitúa en un buen lugar comparado con otros países de la región, acotó Ramos. Las soluciones de pago han crecido en el último año tanto en e-commerce como en venta presente y han aportado en la reducción del efectivo.

“Perú está encaminado, pero aún le falta mucho por recorrer. Hay una evolución de las billeteras, nuevos servicios por venir que van a ayudar a que más personas quieran utilizar soluciones digitales”, estimó.



Es muy difícil que el efectivo desaparezca totalmente, no solo en Perú sino en la región, pero las soluciones que van saliendo al mercado ayudarán mucho a reducir su uso, consideró Arturo Ramos Caballero.

Perú lidera crecimiento de e-commerce por equipos móviles en la región

El Global Payments Report (GPR) señala que la disminución de la participación del efectivo en los mecanismos actuales de pago se debe al creciente uso de las billeteras digitales y tarjetas sin contacto.

El comercio electrónico a través de dispositivos móviles se ha consolidado como un motor fundamental en el crecimiento del e-commerce peruano y del mercado de pagos digitales en Latinoamérica.

Según el Global Payments Report (GPR), el mercado regional de comercio electrónico de América Latina creció 19% en el 2022 y se proyecta que crezca a una tasa anual de 13% hasta el 2026. Pese a que este crecimiento es menor al registrado entre el 2018-2021, se espera que el valor de las transacciones de e-commerce en la región se dupliquen entre el 2021 y 2026, y alcancen los US\$256 millones.

Así, el principal método de pago usado en estas compras es la tarjeta de crédito con el 35% de participación, seguido de la billetera digital con 21% y, en tercer lugar, la tarjeta de débito (18%).

En tanto, el efectivo sigue liderando la participación en los mecanismos de pago en POS en América Latina con 31%, seguido por la tarjeta de crédito y débito con 30% y 24%, respectivamente.

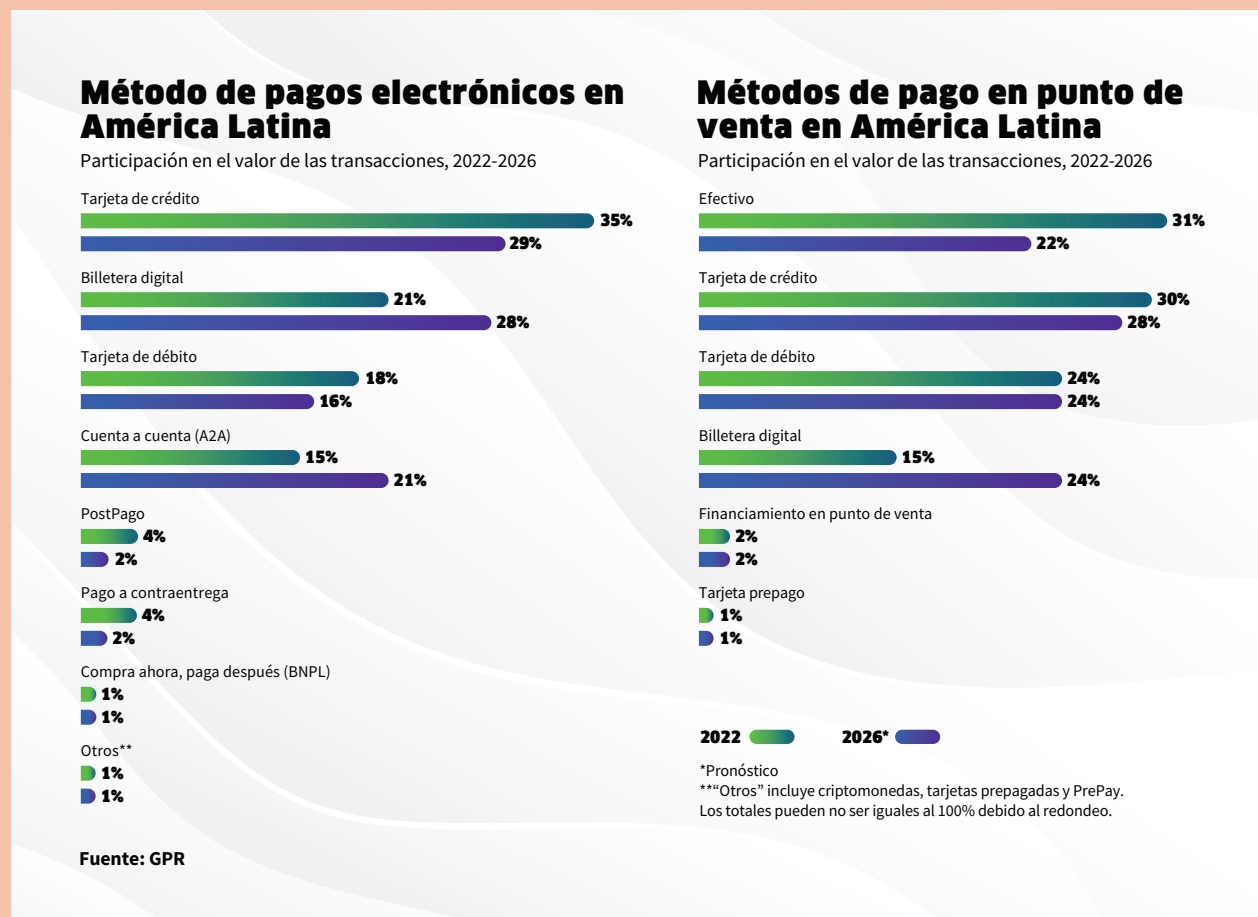
En los pagos de e-commerce y POS, el uso de “Buy now, pay later” o de tarjetas prepago no superan el 1%, en cada caso.

Comercio móvil

GPR enfatizó que el verdadero combustible de este crecimiento es el comercio móvil, el cual representó el 56% del valor de las transacciones de e-commerce en el 2022. Se prevé que este crezca 16%, el doble de la tasa del comercio electrónico de escritorio (8%) hasta el 2026. Con ello, el comercio móvil participará del 63% de todo el valor de e-commerce.

El informe muestra que la sólida trayectoria de crecimiento de América Latina y su demografía joven y ascendente la convierten en una región atractiva para que los actores de comercio electrónico descubran nuevos clientes e impulsen nuevos negocios.

La pandemia, la popularidad de las plataformas locales de comercio electrónico como Mercado Libre y Americanas Empresas y la expansión de comerciantes



internacionales en la región, incluyendo Amazon, Shopify, Disney y AliExpress, también contribuyen de manera importante al crecimiento del comercio electrónico en América Latina.

Perú

En este contexto, el Perú lideró el ranking de operaciones a través del comercio con dispositivos móviles respecto del total de transacciones en e-commerce al cierre del 2022, con una participación de 61%, seguido de Argentina con 60%, Brasil 57%, Colombia y México, ambos con 56%, y Chile al final con 46%.

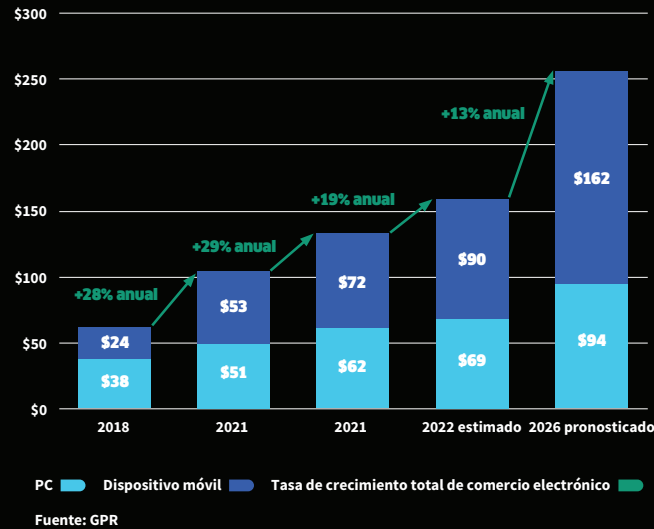
Además, GPR estima un crecimiento robusto del comercio electrónico en Latinoamérica, todos los mercados reportarían una expansión anual de doble dígito hasta el 2026. En Argentina, este crecimiento sería de 21% a US\$41.000 millones; en Chile sería de 16% a US\$27.000 millones y en Perú, de 15% a US\$21.000 millones.

México y Brasil registrarían las menores tasas de crecimiento, de 10% y 11%, respectivamente, aunque continuarían siendo los mercados más grandes de la región, alcanzando niveles de US\$70.000 millones y US\$ 78.000 millones, en cada caso. En Colombia, el incremento sería de 12% a US\$19.000 millones.

EL COMERCIO MÓVIL IMPULSA EL CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Se proyecta que el comercio móvil en A.L. crezca a una tasa anual de 16% hasta 2026

Valor de las transacciones de comercio electrónico en A.L. entre el 2018 y 2026, en miles de millones de dólares



EL CRECIMIENTO ROBUSTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN A.L.

Todos los mercados de A.L. en el "GPR 2023" proyectan un crecimiento anual de dos dígitos hasta 2026 (en miles de millones de US\$)



Efectivo

Desde el 2018, la participación del efectivo en el valor de las transacciones de POS se ha reducido casi a la mitad, de una participación de 58% a 31% en el 2022. Al mismo tiempo, la participación de las billeteras digitales se ha cuadruplicado.

La disminución de la participación del efectivo y el uso cada vez mayor de billeteras digitales y tarjetas sin contacto pueden atribuirse a restricciones relacionadas con la pandemia. Según una investigación de Mastercard, más de 1 de cada 3 pagos en persona en América Latina y el Caribe ahora son sin contacto.

Sin embargo, aunque el uso de efectivo seguirá disminuyendo, se prevé que aún represente más de una quinta parte de todo el valor de transacción de POS regional para el 2026.

Pagos cuenta a cuenta

El informe de GPR destaca que la rápida digitalización del mercado de pagos peruano proviene de aplicaciones como Yape (del Banco de Crédito del Perú) y Plin (BBVA, Interbank y Scotiabank), cuya rápida adopción de estas aplicaciones ha contribuido al crecimiento masivo de pagos digitales de cuenta a cuenta en Perú.

De hecho, los pagos digitales de cuenta a cuenta realizados a través de las aplicaciones casi se duplicaron en solo un año, del 9% del valor de las transacciones de comercio electrónico en el 2021 al 17% en el 2022.

Además, la tasa de uso de tarjetas de débito en POS en el mercado peruano se multiplicó más de dos veces, de 9% en el 2019 a 20% en el 2022, y el porcentaje de

adultos peruanos con una cuenta bancaria en el 2021 alcanzó el 57%, superando en casi 3 veces el porcentaje en el 2011 (20%). Por el contrario, el uso de efectivo como valor de transacción de POS bajó de un nivel de 60% en el 2019 a una participación de 37% en el 2022.

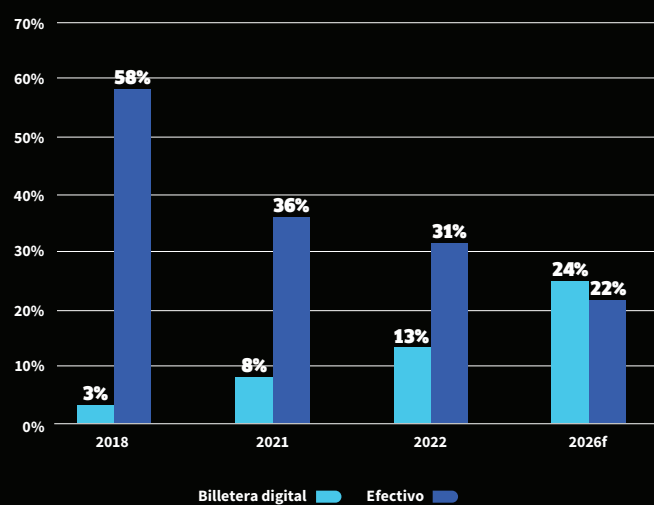
GPR señala que la disminución de la participación del efectivo en los mecanismos actuales de pago se debe al creciente uso de las billeteras digitales y tarjetas sin contacto, que en ambos casos pueden atribuirse a las restricciones relacionadas con la pandemia.

Arturo Ramos, business head de Geopagos Región Andina, indicó que los pagos digitales serán cada vez más fáciles para los consumidores y comerciantes peruanos, gracias a la interoperabilidad, que ya se empezó a implementar en el país y que permite emitir o recibir pagos independientemente de la aplicación utilizada por el usuario.

LOS PAGOS MÓVILES ESTÁN EN AUGE A MEDIDA QUE EL USO DE EFECTIVO DISMINUYE

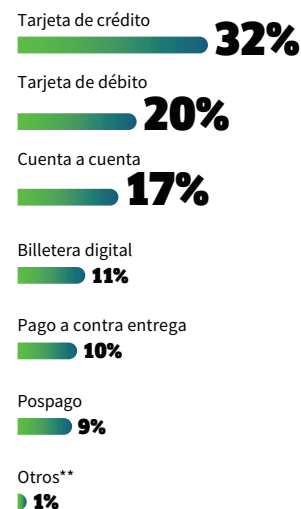
Desde 2018, la participación del efectivo ha caído casi la mitad, mientras que las billeteras digitales se han cuadruplicado

Participación % de POS en el valor de las transacciones de A.L., de 2018 a 2026 proyectado



Métodos de pago de comercio electrónico en 2022

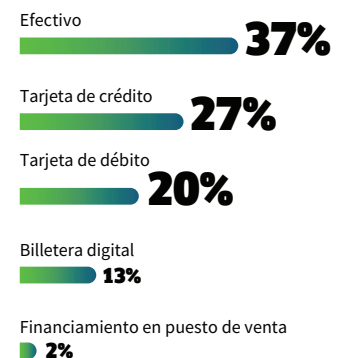
% del valor total de las transacciones por método de pago*



Fuente: GPR

Métodos de pago POS en 2022

% Estimado del valor total de las transacciones por tipo de pago*



Cerca del 0,5% de los autos seminuevos se comercializa a través de financiamiento

La empresa de fondos colectivos Pandero afirma que representa una oportunidad para ofrecer mayores facilidades y beneficios mediante este sistema de financiamiento. Con el lanzamiento de Pandero Auto Seminuevo proyecta ventas por US\$7,5 millones con este producto este año.

Pandero, empresa líder del sector de fondos colectivos, lanzó una nueva línea de negocios denominada Pandero Auto Seminuevo, que durante el 2023 proyecta superar las 500 ventas en este segmento, generando ingresos superiores a US\$7,5 millones. Para ello, estima formar entre 2 o 3 grupos exclusivos para Auto Seminuevo durante este segundo semestre del año.

Robert Adrianzén Bustamante, gerente comercial de Pandero Auto, afirmó que la idea de incursionar en la venta de autos seminuevos surgió debido al crecimiento exponencial en la demanda de vehículos seminuevos en los últimos años, con un aumento de 17% en el 2022 y un sorprendente 34% en el 2021.

“Calculamos que, actualmente, por cada auto nuevo se comercializan 3,5 seminuevos. Ello muestra un potencial interesante por lo que, en la medida que nuestro producto sea atractivo para los clientes puede, por qué no, llegar a superar al mercado de autos nuevos en fondos colectivos”, declaró.

Pandero identificó un segmento de mercado poco atendido, considerando que aproximadamente el 0,5% de autos seminuevos se comercializa a través de financiamiento, y representa una oportunidad para ofrecer mayores facilidades y beneficios a nuestros asociados mediante el sistema de fondo colectivo que administra Pandero, indicó.

Cabe señalar que Pandero es la segunda empresa de fondos colectivos en lanzar un producto para autos seminuevos, la primera lo hizo 2 meses previos a este lanzamiento.

“Con el lanzamiento de Pandero Auto Seminuevo, buscamos atender las necesidades de un mercado no satisfecho en el segmento de vehículos usados, sin descuidar las ventas de autos nuevos que realizamos a través de Pandero Autos. Existe demanda para ambos productos”, subrayó.

Precisó que en este 2023, apuntan a que la venta en fondos colectivos del producto seminuevo equivalga al 5% del total de ventas, y que en los próximos 5 años llegue a niveles de entre el 20% y 25% del total.

La estrategia

El lanzamiento oficial del nuevo producto, denominado

Pandero Auto Seminuevo, se realizó a inicios de junio a través de un canal especializado de ventas de seminuevos, que contará con una nueva fuerza de ventas exclusiva compuesta por alrededor de 40 personas.

La venta de este producto financiero se inició con dos puntos físicos en Lima, el primero en el Jockey Plaza Shopping Center y, el segundo, en el centro comercial Plaza San Miguel, además de los canales digitales.

“El objetivo principal de este lanzamiento es ampliar nuestro portafolio de productos, ofreciendo cada vez más beneficios y acercándonos aún más a nuestros clientes actuales y potenciales. Nuestra intención es escuchar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes en un mercado automotriz en constante crecimiento”, precisó Adrianzén.

Aseguró que este nuevo producto destaca porque brinda los beneficios del sistema de fondos colectivos que administra Pandero hace más de 50 años. Su estructura de financiamiento a 60 meses (5 años), permite ofrecer las cuotas más bajas del mercado, así como un mayor monto de financiamiento con un plazo adecuado que se ajusta a las necesidades de sus clientes.

“La mecánica es que el cliente selecciona de manera independiente el vehículo que desea comprar, sea a un amigo, a un familiar, concesionario, etc., y adquiere un certificado de Pandero para poder comprar ese auto”, resaltó.

Etapas

Para garantizar la calidad y el respaldo en cada transacción, Pandero establece restricciones en cuanto a la marca, modelo y año de los autos seminuevos que se pueden adquirir. En una primera etapa, se financiarán vehículos con no más de 5 años y 70.000 kilómetros de recorrido y de marcas reconocidas en el mercado automotriz.

Entre las marcas disponibles se encuentran Audi, BMW, Chevrolet, Citroen, Haval, Honda, Hyundai, Jaguar, Jeep, Kia, Land Rover, Mazda, Mini, Mitsubishi, Nissan, Peugeot, Porsche, Renault, Suzuki, Toyota, Volkswagen, Volvo, Mercedes Benz, Subaru y Ford.

“Pandero no comercializa directamente los vehículos seminuevos, sino que brinda el financiamiento

necesario para que sus asociados puedan adquirirlos. La elección del auto seminuevo recae en el cliente, quien podrá seleccionar el vehículo que mejor se adapte a sus necesidades y preferencias”, precisó Adrianzén.

Los trámites legales y de transferencia de propiedad son gestionados por Pandero, brindando asesoramiento y orientación sin costo adicional.

Pandero Semi Nuevo estará inicialmente disponible en Lima, sin embargo, se continuará evaluando la posibilidad de expandirlo a otras provincias. Asimismo, se encuentra disponible para cualquier persona que desee cambiar de auto o comprar su primer vehículo usado, y que esté buscando un medio de financiamiento que lo ayude y acompañe a alcanzar el auto propio.

Beneficios

Entre los principales beneficios que Pandero Auto Seminuevo otorga a los nuevos clientes están: cuotas accesibles, mayor plazo de financiamiento, no afecta la línea de crédito bancaria del cliente, asesoría especializada para la adquisición del auto seminuevo, así como también la primera tasación sin costo y de cortesía el trámite de inscripción de garantía.

Adicionalmente de los beneficios generales que tiene una persona que ingresa a Pandero, podría ganar US\$260 por referir a un amigo o familiar que ingrese a Pandero, descuentos en Repsol para consumo de combustible, tipo de cambio preferencial con Cuenta Suelto BCP y Western Union, sorteos por pago puntual, entre otros beneficios.

Acerca de Pandero

Pandero facilita el acceso al auto o inmueble propio, formando y administrando grupos de personas para que a través de pagos programados alcancen su meta de forma más fácil. Tiene más de 50 años de operaciones ininterrumpidas en el Perú.

De acuerdo con el reglamento de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) por el cual se rige Pandero, los fondos colectivos son una modalidad bajo la cual se adquieren bienes y/o servicios a través de los aportes mensuales de un número determinado de personas naturales o jurídicas asociadas en un grupo, quienes autofinancian sus compras.

Mayor disponibilidad de vehículos nuevos afectó venta de seminuevos livianos

La venta de vehículos seminuevos livianos retrocedió en los primeros 5 meses del año como resultado de una mayor disponibilidad de vehículos nuevos, señaló Alberto Morisaki, gerente de Estudios Económicos y Estadísticas de la Asociación Automotriz del Perú (AAP).

Explicó que esto se debe a la mejora en la cadena global de suministros, luego de la fuerte demanda de bienes postpandemia y que se encontró con limitaciones del lado de la oferta sumada a las complicaciones derivadas de la guerra entre Rusia y Ucrania.

De esta manera, en los primeros 5 meses del 2023 la comercialización de vehículos seminuevos livianos cayó 18% respecto a igual periodo del 2022, al haberse vendido 222.580 unidades.

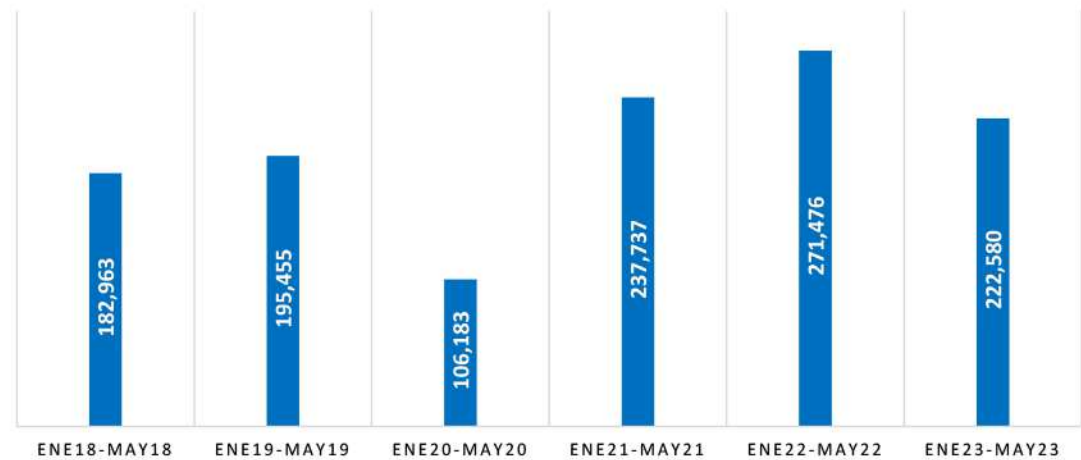
Sin embargo, Morisaki dijo que, si se compara el resultado de los 5 primeros meses de este año con el mismo período del 2019, se observa que la venta en el 2023 fue casi 14% superior a lo registrado en el 2019, un año prepandemia.

Adicionalmente, subrayó que la elevada inflación que se reportó en los últimos meses, en torno a 8%, restó capacidad adquisitiva a las familias; una situación que reduce la compra de bienes duraderos como los vehículos.

Señaló que, si bien se ha observado un aumento en la formalización de este mercado a través de la mayor participación de concesionarios automotrices y plataformas digitales, lo que a su vez permite un crecimiento en la penetración del financiamiento, las ventas de vehículos seminuevos terminarán el presente año en negativo.

Aseguró que ello se deberá a las desfavorables perspectivas que tiene el mercado sobre las variables claves de la economía para el 2023, como en inversión y consumo privado, además de una inflación que cerraría el año en niveles por encima del rango meta del Banco Central de Reserva (BCR).

TRANSFERENCIAS DE VEHÍCULOS LIVIANOS SEMINUEVOS



Fuente: SUNARP
Elaboración: GEE - AAP



Pandero busca atender las necesidades de financiamiento en el segmento de vehículos usados, sin descuidar las ventas de autos nuevos que realiza a través de Pandero Autos, afirmó Robert Adrianzén Bustamante.

Toyota lanza servicio de leasing para las necesidades de transporte y logística de las Pymes

Toyota del Perú apuesta por este nuevo servicio de movilidad enfocado en el segmento de las Pymes, las que hasta ahora no contaban con una oferta de leasing todo incluido de este tipo, afirmó su gerente de Marketing y Asuntos Corporativos, David Caro.

Toyota del Perú anunció el lanzamiento de Kinto One, un servicio de leasing todo incluido diseñado específicamente para impulsar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el país. Esta iniciativa se alinea con los objetivos de movilidad sostenible promovidos por la marca a nivel global.

Kinto One ofrece una solución integral que aborda las necesidades de transporte y logística de los negocios de manera diferenciada. No solo ayuda a las Pymes a optimizar su flujo de caja, sino que también fomenta la renovación de vehículos y la adopción de tecnologías más eficientes y respetuosas con el medioambiente.

“Kinto One permitirá a las empresas acceder a una solución de movilidad todo incluido, brindándoles la oportunidad de contar con vehículos Toyota y Lexus nuevos mediante contratos de 2 a 4 años, con el respaldo y acompañamiento de Kinto durante todo ese periodo”, indicó David Caro, gerente de Marketing y Asuntos Corporativos de Toyota.

Beneficios operativos

El servicio todo incluido de Kinto One proporciona beneficios operativos, como mantenimiento preventivo, seguro Toyota y gestión de trámites administrativos (placa, SOAT, tarjeta de propiedad, SAT), así como 7 días de vehículo adicional a través de Kinto Share.

Además, ofrece beneficios financieros, como una cuota inicial desde 0% y una última cuota (cuota balón) que cubriría hasta el 60% del valor del vehículo, con la opción de renovar un nuevo contrato de Kinto One. También cuenta con beneficios tributarios, como la depreciación acelerada, lo que conlleva una menor carga tributaria para las empresas.

“Nuestro objetivo con este nuevo servicio de movilidad es que nuestros clientes puedan adquirir uno o más vehículos con beneficios financieros, tributarios y operativos, con todo el respaldo de Kinto. De esta manera, podrán enfocar sus inversiones de manera más estratégica, centrándose en la actividad principal de sus negocios”, explicó Aldo Kobayashi, gerente de Desarrollo de Concesionarios y Kinto.

Versiones especiales

Con el objetivo de enriquecer el portafolio de vehículos de Kinto One y proporcionar opciones que se adapten a

las necesidades de los clientes, Toyota ofrecerá versiones especiales exclusivamente disponibles a través de este servicio.

En la primera etapa, se ha desarrollado una versión especial del modelo Hilux que incluye un furgón diseñado específicamente para potenciar los negocios.

Toyota apuesta por este nuevo servicio de movilidad enfocado en el segmento de las Pymes, las que hasta ahora no contaban con una oferta de leasing todo incluido de este tipo. La meta de Kinto One es tener más de 2.000 unidades en operación en un plazo de 5 años.

“En una primera etapa estará disponible en las ciudades de Lima, Arequipa y Trujillo. Con nuestros concesionarios Mitsui Automotriz, Grupo Pana, Autoespar, Conauto, Autonort y Mannucci”, señaló Vladimir Centuriao, vicepresidente comercial de Toyota del Perú.

Kinto fue lanzado a nivel global en el 2020 como una propuesta de servicio de movilidad, presente en más de 33 países. En diciembre del 2021, llegó al Perú con el servicio Kinto Share, una plataforma de alquiler de autos gestionada a través de una aplicación móvil, con una amplia oferta de modelos, principalmente híbridos eléctricos.



Toyota tiene como objetivo que sus clientes puedan adquirir uno o más vehículos con beneficios financieros, tributarios y operativos, afirmó David Caro.

Opinión

El síndrome del impostor financiero Siento que no me merezco ser exitoso



Mauricio Bock
Managing director, Institute of Neurocoaching

Si en alguna ocasión ha experimentado la sensación de no merecer progresar a pesar de sus logros, o si se ha sentido como un fraude, sepa que no está solo. Según un estudio publicado por el International Journal of Behavioural Science, más del 70% de la población atraviesa al menos una vez en su vida el síndrome del impostor en diferentes áreas de su existencia.

Este patrón psicológico se caracteriza por pensamientos negativos sobre el merecimiento y puede distorsionar nuestra capacidad de tomar decisiones de manera objetiva.

En el ámbito de las microfinanzas, es crucial analizar el síndrome del impostor financiero y cómo afecta a los microempresarios. A pesar de tener todas las capacidades necesarias, aquellos que padecen este síndrome pierden la confianza en sus habilidades, capacidad de futuros logros y padecen de ansiedad, lo que les imposibilita tomar decisiones productivas. La falta de confianza puede ser paralizante y limitar su capacidad para invertir en futuros negocios o aprovechar oportunidades de crecimiento.

Para las empresas de microfinanzas, es fundamental reconocer este síndrome y brindar apoyo a los empresarios que lo padecen. Aún son muy pocas las empresas de microfinanzas que reconocen las condiciones emocionales de los emprendedores. Sin embargo, al entender cómo las personas toman decisiones y dar soporte a la población sobre estas temáticas, podría ampliar su mercado, logrando un cambio en mentalidades e impulsando cambios a través de la educación.

Neuro-tips para las empresas de microfinanzas para ayudar a los emprendedores con síndrome del impostor:

1. Educación y sensibilización: Brinde capacitación a su personal sobre el síndrome del impostor financiero y sus posibles efectos en los microempresarios. Asegúrese de que su equipo comprenda cómo identificar los signos y síntomas de este síndrome para poder brindar el apoyo adecuado.

2. Crear un entorno de apoyo: Fomente un ambiente de confianza y apoyo a través de conferencias o encuentros presenciales. Anime a los microempresarios a compartir sus preocupaciones y dudas, proporcionando un espacio seguro donde puedan expresar sus sentimientos de forma abierta y recibir retroalimentación constructiva.

3. Mentoría: Desarrolle un programa certificado de mentores empresarios. Busque aquellas personas que han pasado por esta situación y la hayan superado con éxito. Los mentores son modelos de desarrollo para los demás, pero tienen que pasar por una formación sobre ello y ser certificados.

4. Coaching: Establezca programas de coaching para los microempresarios enfocados en los auxilios emocionales. Construya una red en la cual los microempresarios puedan recurrir para que “no tiren la toalla” sobre sus sueños.

5. Comunicación positiva: Desarrolle un plan de comunicación orientado al reconocimiento del impacto del estado anímico en la vida. Las campañas publicitarias deben estar enfocadas en generar una conexión emocional con los insight*.

Superar el síndrome del impostor financiero requiere tiempo, apoyo y trabajo personal. Las empresas de microfinanzas deben pasar de tener relaciones transaccionales a relaciones de confianza, desempeñando un papel crucial al proporcionar el entorno adecuado y las herramientas necesarias para que los microempresarios superen este desafío y puedan invertir en futuros negocios con confianza. Al

hacerlo, se promueve la inclusión financiera y se impulsa el desarrollo económico en las comunidades desfavorecidas, generando un impacto positivo en la sociedad en su conjunto.

(*) Un insight es una comprensión profunda de las necesidades, deseos, comportamientos o motivaciones ocultas y desconocidas de las personas, que permite desarrollar estrategias y mensajes efectivos para conectar con ellos.

“Aún son muy pocas las empresas de microfinanzas que reconocen las condiciones emocionales de los emprendedores. Sin embargo, al entender cómo las personas toman decisiones y dar soporte a la población sobre estas temáticas, podría ampliar su mercado”.

Informe de la Fundación Microfinanzas BBVA y el Boston Consulting Group

Entre el 20% y 30% de mujeres de la región emprenden frente al 11% de las mujeres del resto del mundo

Un 24% de los adultos en el mundo no están bancarizados y, de ellos, un 60% considera insuficiente el dinero que tienen para abrir una cuenta. El informe también dice que, a pesar de las altas tasas de emprendimiento femenino en Latinoamérica, muchas de estas empresas no logran prosperar o generar suficientes ingresos y empleo.

Un informe presentado por la Fundación Microfinanzas BBVA (FMBBVA) y el Boston Consulting Group (BCG) revela que entre el 20% y 30% de las mujeres en Latinoamérica realizan un emprendimiento, una cifra significativamente mayor que el 11% de las mujeres emprendedoras en el resto del mundo.

El informe titulado “La inclusión financiera a través del emprendimiento en América Latina” destaca que el emprendimiento femenino puede desempeñar un papel clave en el cierre de la brecha de género económica y

contribuir al crecimiento global. Según estimaciones del Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés), cerrar un 25% de la brecha de género económica para el 2025 podría aumentar el Producto Bruto Interno (PBI) global en US\$5,3 billones.

Las mujeres emprendedoras no solo generan ingresos para sus propias familias, sino que también contribuyen a la prosperidad de la sociedad en general.

A pesar de las altas tasas de emprendimiento femenino

en Latinoamérica, el informe revela que muchas de estas empresas no logran prosperar o generar suficientes ingresos y empleo. Esto se debe en parte a la falta de oportunidades laborales para las mujeres y a la distribución desigual de roles sociales.

Muchas mujeres se ven obligadas a emprender como una forma de escapar de la falta de oportunidades de empleo, pero se enfrentan a obstáculos como la falta de recursos económicos y el desconocimiento de las dinámicas del mercado.

Principales razones para la exclusión financiera



La falta de dinero



El alto coste de los servicios financieros



La lejanía física de dichos servicios

Edad de emprendimiento

El informe de la FMBBVA también destaca que las mujeres emprendedoras en la región suelen iniciar sus negocios entre las edades de 30 y 50 años, después de pasar años dedicadas a labores domésticas. Esto contribuye a un menor conocimiento del mercado y dificulta su capacidad para establecer y expandir negocios exitosos. Para cerrar esta brecha, es crucial que las organizaciones brinden apoyo y oportunidades a las mujeres emprendedoras, equiparándolas con el resto de la sociedad.

Con US\$100 de presupuesto, señala el documento, una mujer gasta US\$90 en su familia mientras que un hombre solo US\$35. Asimismo, se destaca que, según

la Comisión Económica para América Latina y Caribe (Cepal), una de las principales causas de la brecha de género es la ausencia de políticas públicas relacionadas con labores de cuidado a terceros.

Esto contribuye a que la mujer siga estando, por norma general, en un segundo plano socioeconómico frente al hombre.

Inclusión financiera

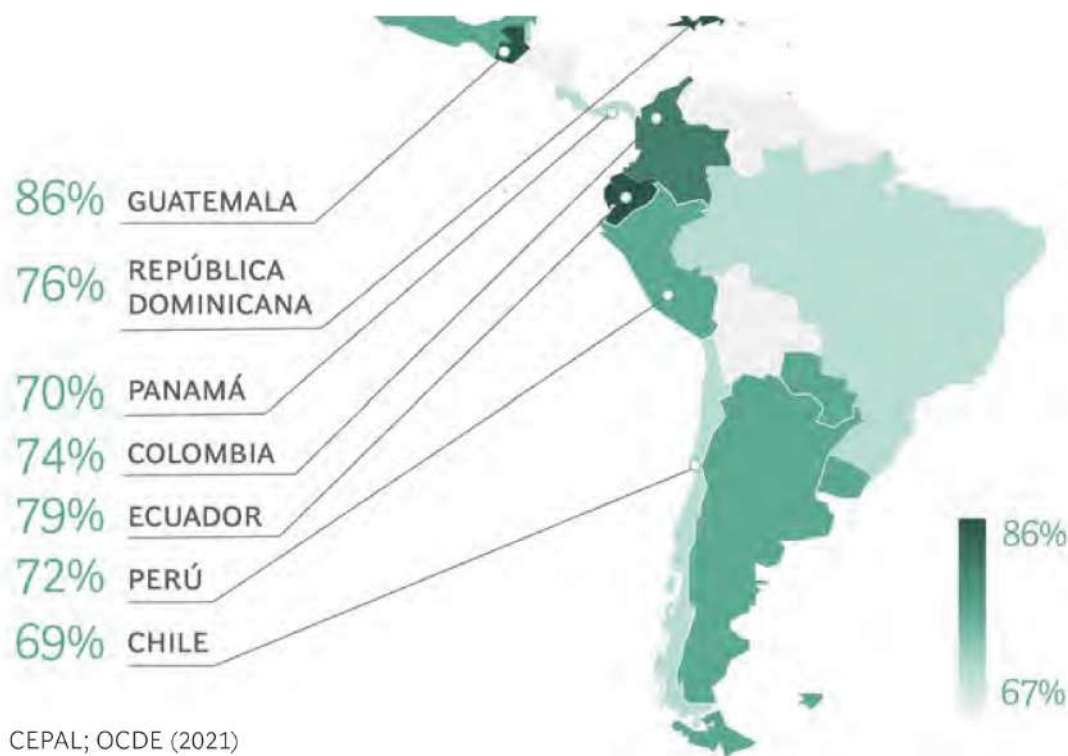
En el documento presentado recientemente en Madrid (España) y que se centra en América Latina, la FMBBVA y el BCG resaltan la desigualdad que existe en el acceso a productos y servicios financieros de calidad, también conocido como inclusión financiera.

“La inclusión financiera permite el emprendimiento de las personas, clave para el desarrollo de un país, dotando a quienes desean emprender de los recursos económico-financieros para hacerlo”, sostiene el informe.

En ese sentido, se indica que actualmente, un 24% de los adultos en el mundo no están bancarizados, y que un 60% de esas personas consideran insuficiente el dinero que tienen para abrir una cuenta.

“La inclusión financiera dota a quienes desean emprender de los recursos financieros para hacerlo, especialmente, a aquellos colectivos más vulnerables sin posibilidades de autofinanciación, haciéndolo en condiciones apropiadas, de manera responsable y sostenible”, sostiene el reporte.

Porcentaje del tiempo de trabajo no remunerado de los hogares que está a cargo de las mujeres



Emprendimiento en América Latina

El informe revela además que la tasa de emprendimiento en la mayoría de los países latinoamericanos es muy superior a la de países más ricos, como Estados Unidos o España.

Sin embargo, se advierte que el principal motivo para realizar un emprendimiento es solo la voluntad de “ganarse la vida ante la falta de trabajo”. En ese contexto, son pocos los emprendedores latinoamericanos que lograr madurar sus proyectos. “La diferencia entre el número de negocios que se inician y los que perduran en el tiempo es abismal”.

Agrega que el éxito del emprendimiento está muy influenciado por factores que afectan a un área

geográfica en general y otros que impactan solo en algunos segmentos de la población.

Entre ellos destacan: el acceso a los recursos económicos necesarios para empezar un negocio, los conocimientos y habilidades, el entorno, factores culturales y el nivel de digitalización e innovación.

Desafíos del emprendimiento

El informe también aborda otros desafíos que afectan al emprendimiento en la región, como la falta de acceso a financiamiento, la brecha educativa y los desafíos que enfrentan los migrantes.

Las personas con menores niveles educativos tienen menos oportunidades de acceder al mercado laboral

formal y se enfrentan a una mayor probabilidad de desempleo.

Además, la migración en América Latina y el Caribe ha aumentado en los últimos años debido a diversos factores, y los migrantes se enfrentan a dificultades legales, económicas y sociales para su integración.

El informe destaca la importancia de abordar estos desafíos y promover la inclusión financiera y el emprendimiento en todos los segmentos de la población. Tanto los organismos públicos como los privados tienen la responsabilidad de trabajar en conjunto para reducir las barreras y fomentar un entorno favorable para el emprendimiento en la región. Al hacerlo, se abrirán nuevas oportunidades económicas y se impulsará el desarrollo social y económico en Latinoamérica.

Fintech fundadas por mujeres son más rentables que las fundadas por hombres

La diversidad de género en el sector fintech aportaría perspectivas y soluciones innovadoras que actualmente no están siendo consideradas. Por cada dólar de financiamiento recibido, las fintech fundadas por mujeres generan US\$0,78, mientras que las fundadas por hombres solo US\$0,31.

En los últimos años, el sector fintech en Perú ha experimentado un notable avance en términos de participación femenina. Según datos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el 2018, el 45% de las fintech contaban con al menos una mujer en su equipo fundador; sin embargo, para el año 2021, esta cifra se elevó al 52%.

Aunque estos avances son alentadores, aún persisten desafíos significativos para fomentar una mayor diversidad de género en la industria.

Retos y obstáculos

Para las mujeres, el acceso a cuentas bancarias, tarjetas de crédito y otros medios de pago había sido históricamente relegado. La carga de las tareas domésticas y de cuidado, además de la brecha salarial y demás desigualdades de género tenían también esa consecuencia.

“Las fintech ayudaron a transformar ese panorama y se convirtieron en una herramienta clave para la autonomía financiera. Actualmente, las fintech potencian la inclusión financiera, y en ese sentido, contribuyen al desarrollo de las personas. En el caso de las mujeres, también hacen su aporte a la igualdad de género”, dijo Mariana Sigal, chief of Staff de Geopagos.

Al respecto, María Luisa Mori, vicepresidenta de la Asociación Fintech del Perú, destacó que ingresar y destacar en el ecosistema fintech representa un desafío para las mujeres peruanas. Además de enfrentar las mismas barreras que los hombres, las mujeres deben superar obstáculos adicionales.

Precisó que una de las principales dificultades es el acceso al financiamiento, ya que las emprendedoras en general enfrentan problemas en comparación con sus contrapartes masculinas. Otras barreras incluyen las percepciones culturales arraigadas y la brecha de habilidades, ya que las mujeres tienen menos oportunidades para desarrollar conocimientos técnicos y financieros.

Además, las mujeres pueden encontrarse con dificultades para acceder a redes y mentorías en el sector fintech. Dado que la mayoría de los inversores y líderes en esta industria son hombres, las mujeres tienen

menos oportunidades de conectarse con personas que puedan ayudarles a desarrollar sus negocios.

Ante este panorama, la Asociación Fintech del Perú se ha comprometido a promover el desarrollo de capacidades, el acompañamiento y el empoderamiento de las mujeres en la industria fintech.

Avances

En América Latina, los avances, relacionados a la equidad de género, de la última década fueron muy importantes. Pero aún queda mucho por recorrer.

“Hoy, en la región, alrededor del 30% de las personas que trabajan en el sector son mujeres y solo el 11% de estas empresas tienen más del 50% de empleadas mujeres. Pero más allá de los asuntos pendientes, algunos datos son alentadores. Según el BID, las fintech latinoamericanas con mujeres en posiciones directivas están por encima del promedio global en un 35%”, sostuvo Sigal.

Por su parte, Mori aseguró que desde la Asociación están trabajando arduamente para atraer y retener a más mujeres en el sector. “Aprovechando su valioso conocimiento y experiencia, las mujeres fundadoras y ejecutivas de las fintech asociadas están brindando apoyo a las nuevas emprendedoras que incursionan en la industria”, indicó.

Además, la Asociación ha establecido alianzas estratégicas con instituciones internacionales como Mujer Fintech Colombia, con el objetivo de visibilizar y fortalecer el trabajo de las mujeres en fintech. Estas acciones buscan generar un ecosistema propicio para el crecimiento y la participación de las mujeres.

Impacto

Una mayor participación de las mujeres en el sector fintech de Perú puede generar importantes beneficios económicos, sociales y culturales. Por un lado, la inclusión de más mujeres en este campo podría impulsar el crecimiento económico, revela un estudio de Findex. Por cada dólar de financiamiento recibido, las fintech fundadas por mujeres generan US\$0,78 en ingresos, mientras que las fintech fundadas por hombres generan solo US\$0,31.

Además, la diversidad de género en el sector fintech aportaría perspectivas y soluciones innovadoras que actualmente no están siendo consideradas.

“Las mujeres pueden ofrecer una visión única y enriquecedora, lo que contribuiría a la creación de productos y servicios más inclusivos y adaptados a las necesidades de la sociedad en general”, resaltó Mori.

Según Sigal, las fintech no solo emplean a más mujeres que la industria financiera tradicional, sino que esa característica impulsa su potencial innovador y disruptivo.

“Con equipos más diversos se desarrollan soluciones y productos más creativos y sofisticados, la organización puede adaptarse más rápidamente a los cambios y a las necesidades del cliente, y las nuevas ideas aparecen con mayor frecuencia”, afirmó.

Y aquello se traduce en beneficios económicos. Según la Organización Europea de Cooperación Económica (OECE), si se alcanzara la paridad de género en puestos jerárquicos durante los próximos 20 años, el Producto Bruto Interno (PBI) de los países más desarrollados aumentaría en US\$12 billones.

Propuestas

A fin de cerrar la brecha de género y fomentar la diversidad en las fintech de Perú, se deben implementar medidas y políticas concretas.

En primer lugar, las empresas fintech pueden mejorar sus políticas de contratación, compensación y beneficios, adoptando enfoques más ágiles y flexibles que las industrias tradicionales. Esto ayudaría a atraer a más mujeres y garantizar igualdad de oportunidades.

Además, añadió Mori, es necesario ampliar los espacios de capacitación específicos para la industria fintech y promover eventos que fomenten la interacción y el intercambio de conocimientos entre mujeres.

Asimismo, es fundamental mostrar historias de éxito de mujeres en la industria para inspirar y motivar a más mujeres a fortalecer su rol como agentes de cambio e inclusión en el sector fintech.

Opinión

En proceso de transición ¿Emprendedor o trabajador dependiente?



Fernando Miranda
Consultor asociado, LHH DBM Perú

En el primer trimestre del 2023, el 71% de los candidatos que participaron de los programas de outplacement de LHH DBM Perú, se recolocaron en un trabajo dependiente, y el 25% en un trabajo independiente, es decir, iniciaron un negocio propio u optaron por dedicarse a brindar consultoría.

Algunos candidatos que están en transición laboral frecuentemente se preguntan ¿qué es mejor? ¿ser un trabajador dependiente (empleado) o independiente (iniciar un emprendimiento)? Lo primero que hago cuando un candidato llega con ideas de emprendimiento, es cuestionarlo, a fin de que pueda evaluar bien las ventajas y desventajas de ser independiente, no todos nacimos para emprender, y eso no es algo bueno o malo.

Si bien, un negocio propio, trae muchas satisfacciones, es importante que la persona entienda que, como emprendedor, tendrá que enfrentarse a una serie de retos.

- Una de las ventajas y/o desventajas -según como quiera analizarse- es la seguridad económica y financiera. Cuando estamos en un trabajo dependiente se tiene la seguridad y manejo de los ingresos. Tenemos cierta predictibilidad en comparación a los ingresos de una actividad independiente. Sin embargo, también es bueno considerar que cuando eres independiente, podrías tener mayores posibilidades de desarrollarte económicamente, los límites de crecimiento dependerán más del esfuerzo y capacidades que se tengan.

- Otro aspecto es el manejo de los tiempos, la flexibilidad en los horarios. Hoy, para muchas personas la calidad de vida es lo más relevante. El poder dedicarle más tiempo a la familia, organizarte para ir a esa actividad de tus hijos y poder trabajar a la vez, es muy importante y tiene un gran valor para muchas personas. Pero, para que funcione, es necesario ser disciplinado con el manejo de los tiempos, porque cuando eres independiente estás más propenso a actividades distractoras.

- Uno de los cambios que más podemos notar al pasar de una actividad dependiente a una independiente, es que ya no tenemos propiamente un horario de trabajo, lo recomendable es establecer objetivos específicos a cumplir más que horarios que atender.

- Cuando emprendes también muchas veces estás lleno de multitareas, al menos al inicio tendrás que realizar muchas labores que antes hacían otras personas. Entonces, la carga laboral puede ser muy diversa, y muchas cosas son nuevas.

- Otro aspecto a considerar, es que ya no estaremos bajo el paraguas de alguna empresa importante detrás de nosotros, y eso para algunas personas representa un gran cambio, y en algunos casos pérdida de identidad. Por supuesto se compensa con la satisfacción de saber que estamos creando algo propio.

Cuando llega un candidato que no ha emprendido antes, una de las primeras preguntas es, ¿por dónde empiezo? En LHH tenemos preparado un programa para que los candidatos puedan desarrollar sus ideas y acompañarlos en la implementación, con la utilización de diversas herramientas.

Si en el camino para iniciar un emprendimiento, el candidato recibe una invitación para recolocarse en un trabajo dependiente, les recomiendo que asistan a la entrevista y si les hacen una buena oferta, la evalúen.

Siento que esa es una buena prueba de fuego respecto de su verdadera convicción para mantenerse por el camino independiente.

Para finalizar, a las personas que están en un proceso de transición, les recomiendo enfocar siempre su energía en un solo objetivo, que puede ser encontrar un trabajo dependiente o desarrollar su emprendimiento, hacer las dos cosas a la vez, les restará enfoque y energía.

“A las personas que están en un proceso de transición, les recomiendo enfocar siempre su energía en un solo objetivo, que puede ser encontrar un trabajo dependiente o desarrollar su emprendimiento, hacer las dos cosas a la vez, les restará enfoque y energía”.

¡Que tus ahorros trabajen por ti!

Aprovecha nuestra campaña de **Depósito a Plazo Fijo**

Hasta

8.75%

TREA*

Coberturado por:



 **Caja Huancayo**

Aplican términos y condiciones

*La tasa de 8.75% se considera para periodos de 391 días hasta 540 días por cualquier monto desde S/500.00, aplica únicamente a Ahorro Clásico, Plus Ahorro y DPF con abonos, no incluyen renovaciones automáticas. Para mayor información revisar el tarifario publicado en www.cajahuancayo.com.pe.