



CIENCIA CONTABLE: VISIÓN Y PERSPECTIVA

5 años de
de la PUCP



Capítulo 12

Libro homenaje
de la Facultad de Ciencias C



Óscar Alfredo Díaz Becerra
José Carlos Dextre Flores
Editores

BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ
Centro Bibliográfico Nacional

657 Ciencia contable: visión y perspectiva / Óscar Alfredo Díaz Becerra, José Carlos Dextre Flores,
C4 editores.-- 1a ed.-- Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial, 2017
(Lima: Tarea Asociación Gráfica Educativa).
405 p.: il., diagrs.; 24 cm.

«Libro homenaje por los 85 años de la Facultad de Ciencias Contables de la PUCP».
Incluye bibliografías.

D.L. 2017-15495
ISBN 978-612-317-308-1

1. Contabilidad - Ensayos, conferencias, etc. 2. Contabilidad - Normas 3. Contadores - Ética profesional 4. Auditoría - Normas 5. Finanzas públicas - Contabilidad 6. Contabilidad tributaria I. Díaz Becerra, Óscar Alfredo, 1962-, editor II. Dextre Flores, José Carlos, 1944-, editor III. Pontificia Universidad Católica del Perú

BNP: 2017-2877

Ciencia contable: visión y perspectiva

Libro homenaje por los 85 años de la Facultad de Ciencias Contables de la PUCP

Óscar Alfredo Díaz Becerra y José Carlos Dextre Flores, editores

© Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial, 2017

Av. Universitaria 1801, Lima 32, Perú

feditor@pucp.edu.pe

www.fondoeditorial.pucp.edu.pe

Diseño, diagramación, corrección de estilo
y cuidado de la edición: Fondo Editorial PUCP

Primera edición: noviembre de 2017

Tiraje: 500 ejemplares

Prohibida la reproducción de este libro por cualquier medio, total o parcialmente,
sin permiso expreso de los editores.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2017-15495

ISBN: 978-612-317-308-1

Registro del Proyecto Editorial: 31501361701192

Impreso en Tarea Asociación Gráfica Educativa
Pasaje María Auxiliadora 156, Lima 5, Perú

MICROFINANZAS EN EL PERÚ: PRINCIPALES DESAFÍOS

Emerson Jesús Toledo Concha

El financiamiento a la micro y pequeña empresa en el Perú se ha venido desarrollando en los últimos años de forma creciente y escalonada. Este mercado microfinanciero muestra un desarrollo constante en su tecnología crediticia y en la forma de atender a personas de los sectores de bajos ingresos. Sin embargo, existe un gran riesgo en este desarrollo: muchas entidades especializadas en este sector luchan entre sí, y, de este modo, saturan el mercado de créditos flexibilizando normas y procedimientos, lo cual genera en nuestro país un sobreendeudamiento. Las perspectivas de este sector avizoran algunos desafíos que se tendrán que enfrentar para poder seguir aumentando su cartera con calidad y atendiendo a nuestros miles de emprendedores.

Palabras clave: Microfinanzas, microempresas, créditos, riesgos.

El Perú está próximo a cumplir el bicentenario de su independencia, y existen motivos para estar orgullosos por nuestra gran diversidad gastronómica, riquezas naturales y marinas, diversidad cultural, monumentos arqueológicos y legado inca, que nos llevan a tener un gran sentimiento patriótico. Sin embargo, por otro lado, también se evidencian elementos que no necesariamente nos producen orgullo, como la informalidad, la delincuencia y los desórdenes sociales que lamentablemente vemos a diario; estos hechos nos demuestran que nuestro país tiene mucho por mejorar.

El caso de la informalidad es uno de los problemas que más aqueja a nuestro país. De hecho, el Perú es el sexto país más informal del planeta: el 61% de nuestro PBI se genera en la economía informal y el 90% de las empresas son informales, como demostró el economista Hernando de Soto en su libro *El otro Sendero* (1987) .

Estas empresas, en su mayoría, pertenecen a microempresarios, los cuales no suelen tener recursos de apalancamiento, pero sí bastantes ideas de negocios y ganas de salir adelante. Por ello se afirma que el Perú es un país de emprendedores.

Este emprendedor es aquella persona que tiene una idea, que la percibe como una oportunidad y hace todo bajo su alcance para llevarla a cabo. Los emprendedores tienen visión, pasión, determinación, persistencia; saben lo que quieren y van en busca de ello.

En el Perú, en los últimos veinte años, las microfinanzas han cumplido un rol fundamental en el crecimiento de la economía. Por ello no solo las entidades especializadas en ese segmento focalizan sus esfuerzos en dar servicios financieros a los empresarios de la micro y pequeña empresa, sino que la mayoría de los denominados bancos tradicionales han redireccionado su atención a este sector emergente, y, utilizando el «*know how*» de la tecnología crediticia microfinanciera, buscan la bancarización trabajando con personas de los sectores de bajos ingresos, que hasta hace poco no eran sujetos de crédito con posibilidades de desarrollar sus negocios y consecuentemente mejorar su calidad de vida.

El mercado microfinanciero en el Perú está compuesto por instituciones microfinancieras no bancarias (IMFNB), como las cajas municipales de ahorro y crédito (CMAR), cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC), entidades de desarrollo de la pequeña y micro empresa (Edpymes), y la banca múltiple. Asimismo, existen entidades no reguladas por la SBS que contribuyen a la bancarización. Al 30 de junio de 2016, se muestra la siguiente participación por parte de las entidades reguladas.

Tabla 1. Participación del mercado de la micro y pequeña empresa en el Perú

Entidad	Microempresa	Pequeña empresa
Banca múltiple (*)	33,8%	59,0%
CMAC	37,2%	27,1%
CRAC	4,5%	1,4%
Edpymes	3,8%	2,5%
Financieras	20,7%	10,0%
Total	100,0%	100,0%

(*) Atención de créditos micro y pequeña empresa al 31 de agosto 2016.
Fuente: SBS

Las entidades microfinancieras evidencian un desarrollo de su tecnología crediticia. No existen garantías ni existen estados financieros. Esta información se prepara juntamente con el analista o asesor de créditos, y la evaluación se centra en el análisis cuantitativo de la Mype y de la unidad familiar con el objetivo de determinar la factibilidad del crédito sobre la base del cálculo del excedente familiar mensual.

La evaluación de las características cualitativas y de la voluntad de pago —aspecto orientado a evaluar la moral de pago del cliente a través de la evaluación del carácter, un análisis de la gestión del negocio y de la situación familiar— son determinantes para la aprobación de un crédito. Muchas empresas ya vienen empleando y mejorando nuevos métodos de prospección de clientes, usando nuevos modelos de segmentación con la utilización del Scoring, que es un sistema de evaluación automática de solicitudes de operaciones de créditos que hace más rápida la atención de los clientes. Mediante el Scoring, las entidades financieras pueden predecir de manera inmediata y casi sin fisuras la probabilidad de morosidad.

El crecimiento del mercado microfinanciero requiere que las empresas dedicadas a este sector sean ágiles y rápidas en su atención, lo cual proporciona un mayor valor agregado a la empresa. Esta rapidez se obtiene a través de una reducción del tiempo del ciclo del proceso y de la sencillez de sus trámites.

La participación de las micro y pequeñas empresas (Mype) en el PBI durante el año 2015 fue del 40%; asimismo, del total del número de empresas del mercado nacional, el 87,8% estuvo conformado por microempresas, mientras que las pequeñas empresas representaban el 10,9% y dieron empleo al 76% de la PEA. En ese sentido, constituyen un factor importante en el crecimiento económico del Perú (CODEMYPE, s/f).

Con respecto a la evolución en el sistema financiero nacional, observamos que no ha habido un incremento en las colocaciones directas ni en la cartera microempresa (0%) ni en la de pequeña empresa (1,4%) si consideramos la información al cierre de 2015 y hasta agosto 2016.

Tabla 2. Indicadores de cartera de colocaciones y variación 2015/2016

Entidad	Microempresa			Pequeña empresa		
	dic. 15	ago. 16	Var. anual	dic. 15	ago. 16	Var. anual
Banca múltiple (*)	3165	3004	-5,1%	13 983	13 763	-1,6%
CMAC	3141	3309	5,3%	5821	6326	8,7%
CRAC	235	398	69,4%	151	327	116,6%
EDPYMES	513	340	-33,7%	719	573	-20,3%
Financieras	1841	1844	0,2%	2319	2327	0,3%
Total	8895	8895	0,0%	22 994	23 315	1,4%

(*) Atención de créditos micro y pequeña empresa al 31 de agosto 2016.

Fuente: SBS.

Con respecto a los niveles de morosidad, sí observamos un incremento, tanto en el mercado microfinanciero como en el de la pequeña empresa, como apreciamos en la siguiente tabla: existe un incremento de 8,2% y de 6,7% respectivamente.

Tabla 3. Indicadores de morosidad y su variación

Entidad	Microempresa			Pequeña empresa		
	dic. 15	ago. 16	Var. anual	dic. 15	ago. 16	Var. anual
Banca múltiple (*)	2,93%	3,28%	11,9%	8,58%	9,66%	12,6%
CMAC	6,00%	6,44%	7,3%	8,15%	8,01%	-1,7%
CRAC	9,10%	6,27%	-31,1%	11,84%	7,80%	-34,1%
EDPYMES	5,14%	5,72%	11,3%	7,68%	8,55%	11,3%
Financieras	4,67%	5,01%	7,3%	8,81%	8,73%	-0,9%
Total	4,66%	5,04%	8,2%	8,49%	9,06%	6,7%

(*) Atención de créditos micro y pequeña empresa al 31 de agosto 2016.

Fuente: SBS.

Este estancamiento en la cartera de colocaciones y el incremento en los ratios de morosidad hacen presagiar que las empresas financieras especializadas en este sector tendrán que realizar algunos cambios que les permitan seguir creciendo, mejorando su calidad de cartera y, sobre todo, su rentabilidad. Estos desafíos tienen que ser estructurados por cada entidad microfinanciera, puesto que aún queda mucho por atender.

Dichos desafíos llevan a crear nuevos modelos de negocios, es decir, nuevas formas de llegar a los clientes. No se puede afirmar que lo que funcionó en el pasado va a seguir funcionando en el futuro —cuando el cliente se vuelva el centro de operaciones del negocio—, por lo que se tiene que construir un comercio más inteligente.

Para ello, muchas entidades han mejorado sus canales de selección de clientes y su prospección utilizando métodos como el de segmentación, mediante el cual se le asigna a un cliente un nivel de riesgo basado en puntajes de *scores* y este, a su vez, es relacionado con las tasas de interés. De este modo, a mayor riesgo que tenga el cliente mayor debe ser la tasa de interés que se le debe cobrar. Esta metodología puede conducir a un tarifario zonificado y permite mayor precisión en la identificación del riesgo.

Estar alertas con el sobreendeudamiento es otro de los desafíos que las entidades deben enfrentar. Esto sucede cuando los ingresos de los microempresarios no cubren sus gastos medidos en un mismo periodo de tiempo. En microfinanzas, esto se refleja cuando un mismo cliente tiene deudas con diversas entidades. Se ha visto casos de

clientes que han llegado a tener deudas con más entidades financieras. Esta situación se debe al gran impulso de las entidades especializadas en este sector al objetivo de incrementar clientes. Hay muchas campañas de colocaciones y las metas se tienen que cumplir; en este escenario, los analistas, en su desesperación por colocar, incrementan líneas de créditos, aumentan los montos a los créditos, ofrecen créditos paralelos o de campaña, y, de esta manera, impulsan el sobreendeudamiento. Sin embargo, esta no es una práctica sana. Ante ello, se tiene que modificar políticas de créditos, puesto que la correlación entre más instituciones y más mora es casi perfecta.

Asimismo, es preciso trabajar en la protección de clientes, para lo cual es necesario que los contratos sean claros. Además, debe haber información sobre cuáles son las penalidades cuando los clientes se atrasan en el pago de sus cuotas. Por ejemplo, las tasas de intereses moratorios en muchos casos sobrepasan el 100% y, muchas veces, esto es desconocido por los clientes. Las entidades microfinancieras, como saben que los clientes tienen en promedio tres empresas a las que deben, se esfuerzan en que les paguen más rápido y para ello incrementan su tasa de interés moratoria. Sin embargo, lo único que esto genera es sobreendeudar al cliente y llevarlo a no pagar a ninguna de las entidades.

De igual modo, se recomienda mejorar el costo de fondeo. En la actualidad, muchas empresas que financian a estas entidades están incrementando sus costos de fondeo y esto, a su vez, tiene un impacto en el cliente, por el aumento de la tasa de interés. Se tienen que buscar nuevas formas de captar recursos y de mejorar las tasas de rentabilidad. Las tasas activas de las entidades microfinancieras están entre el 35% y 40%; sin embargo, muchas de ellas no logran obtener resultados positivos en su utilidad neta.

Otro aspecto a considerar es la necesidad de mejorar la cobertura de las provisiones. Los bancos manejan mejores porcentajes de cobertura de provisiones, a diferencia de las empresas financieras no bancarias.

Finalmente y sobre todo, se resalta la importancia de mantener la relación con el pequeño empresario y de crear fidelización. Hay mucha rotación de clientes, por lo cual hay que buscar la fidelidad entre el cliente y la institución creando vínculos con beneficios para cada una de las partes. Esto se logra mediante la investigación y el manejo de la información que permita conocer sus gustos individuales, sus hábitos de consumo, su frecuencia de compra. En paralelo, es preciso brindarle al cliente una educación financiera. De hecho, algunas instituciones capacitan a sus clientes y los asesoran en cómo mejorar sus negocios. Es decir, se debe utilizar todo aquello con el fin de enfocar todos los esfuerzos y estrategias de la empresa en el aseguramiento de la fidelidad del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

CODEMYPE – Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.
<http://www.produce.gob.pe/>

De Soto, Hernando (1987). *El otro Sendero*. 6ª edición. Bogotá: Printer Colombiana.
Superintendencia Nacional de Banca y Seguros. <http://www.sbs.gob.pe/>