

Por último, presentamos un cuadro con la tasa de morosidad sectorial (cuadro 11). Este cuadro ofrece dos lecturas diferentes: una respecto a la cartera de un sector económico determinado —la misma que muestra la tasa de mora total— y la otra respecto a la cartera total en mora. En el primer caso, se aprecia que en el sector pecuario, los créditos personales y los dirigidos al turismo fueron los que más atrasos registraron respecto al monto total de sus respectivas carteras —a los que debe agregarse el sector industrial en el caso del número de créditos atrasados—, lo que implica que dichos sectores son los que más han provocado los atrasos en el sector comercial. Por otro lado, puede verse que, dada la mayor importancia del sector comercial en la cartera total, éste explica 45% del monto total de cartera atrasada y en cobranza judicial. Resulta importante resaltar que la mora del sector agrícola es significativamente inferior que la de otros sectores usualmente considerados menos riesgosos.

Cuadro 11
Distribución de la morosidad según sector económico
(2001, porcentajes)

Sector	Saldo A ^a	Saldo B ^b	N.º créd. A ^a	N.º créd. B ^b
Agrícola	2,1	14,4	2,5	11,2
Pecuario	11,4	8,1	11,8	3,9
Industrial	6,8	18,5	9,1	15,5
Comercio y servicios	4,3	45,3	5,8	45,3
Administrativo	0,0	0,0	0,0	0,0
Turismo	7,9	3,8	8,5	3,4
Personal (consumo)	9,9	9,9	12,0	20,7
Total	4,48	100,0	6,06	100,0

^a El porcentaje se refiere a la cartera en mora del respectivo sector entre su cartera total.

^b El porcentaje se refiere a la cartera en mora del sector entre la cartera total en mora.

Fuente: EDPYME Confianza.

b. La CMAC Huancayo

Esta caja municipal inició sus operaciones en agosto de 1988. El 31 de diciembre de 2001, su participación en el conjunto de CMAC era la siguiente: representaba 7,5% de las colocaciones brutas totales —quinto lugar—, 7,1% de los depósitos totales —quinto lugar— y 6,9% del patrimonio agrega-

do —sexto lugar—. En mayo de 2002 tenía agencias en Huancayo (principal), La Oroya, Tarma, La Merced y Cerro de Pasco.²⁶

La CMAC Huancayo ha registrado un importante crecimiento en los últimos tres años: en 81,6% promedio anual en el caso de los activos, 69,3% en las colocaciones brutas, 111,4% en los depósitos y 38,5% en su patrimonio. De esta manera, a fines de 2001, el tamaño de esta caja está reflejado en sus activos por 29,1 millones de dólares, una cartera bruta por 17,9 millones y un patrimonio de 3,8 millones de dólares (cuadro 12).

Cuadro 12
Balance general de la CMAC Huancayo
(miles de dólares)

Partida	1999	2000	2001
Activo	9.928	16.582	29.074
Disponible	1.281	2.859	5.298
Inversiones	555	722	877
Colocaciones netas	6.497	10.927	20.514
Colocaciones brutas	6.743	11.501	17.911
Provisión para colocaciones	-245	-573	-1.064
Bienes realizables y adjudicados	12	7	6
Activo fijo	793	971	1.065
Otros activos	790	1.096	1.315
Pasivo	8.045	13.948	21.595
Depósitos	3.364	8.558	16.178
Adeudados y otras obligaciones financieras	4.022	4.638	4.326
Otros pasivos	314	250	1.091
Provisiones	345	503	0
Patrimonio	1.883	2.634	3.798
Capital social	1.236	1.269	1.741
Reservas	116	118	171
Resultados acumulados	0	546	721
Resultado neto del ejercicio	531	701	1.165

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros.

Elaboración propia.

²⁶ Esta última agencia representaba 4,23% de sus colocaciones y apenas 0,73% de los depósitos de la caja según cifras del 31 de diciembre de 2001.

Como se aprecia en los cuadros 13 y 5, las utilidades netas de la caja fueron crecientes en los dos últimos años, gracias al incremento de su cartera de crédito y de depósitos. Además, estas utilidades netas aumentaron en mayor proporción que los activos y el patrimonio, de manera tal que el ROA y el ROE crecieron de forma importante.

Cuadro 13
Estado de ganancias y pérdidas de la CMAC Huancayo
(miles de dólares)

Partida	1999	2000	2001
Ingresos financieros	2.872	4.579	6.389
Gastos financieros	695	1.352	1.884
Margen financiero	2.178	3.227	4.504
Total otros ingresos	17	34	28
Provisiones y depreciación	230	603	820
Otros gastos	1.134	1.582	1.928
Personal	624	778	900
Generales	436	714	783
Directorio	23	21	40
Varios	51	68	206
Utilidad antes del Impuesto a la Renta	830	1.076	1.783
Resultado por exposición a la inflación	-43	-27	-58
Impuesto a la Renta	257	348	560
Utilidad neta	531	701	1.166

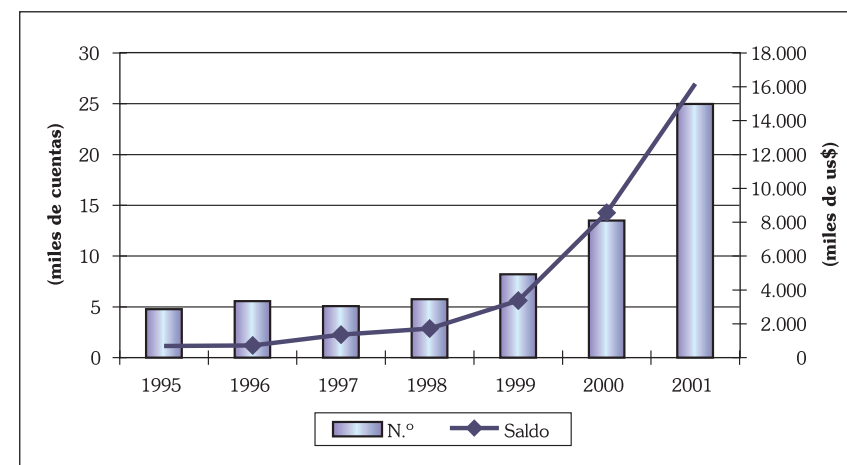
Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros.
Elaboración propia.

El fondeo. Al igual que las demás CMAC, la de Huancayo obtiene los recursos para financiar su cartera principalmente de los depósitos captados del público. De esta manera, el 31 de diciembre de 2001, una proporción de 79% de su cartera estaba financiada con obligaciones con el público. A su vez, éstas constituían 66% de los pasivos totales. Por otro lado, los adeudados y las obligaciones financieras —que representaban 20% de los pasivos— estaban constituidos principalmente por adeudados con COFIDE. No se cuenta con la información de 2001, pero el 31 de diciembre de 2000, una proporción de 54,4% de los adeudados fueron contraídos con COFIDE, en su mayor parte a largo plazo. El BID era otra de las fuentes importantes, con 7,1% de los adeudados. El porcentaje restante estaba constituido por recursos obtenidos de los bancos comerciales: Continental, Wiese e Interbank.

De esta manera, la captación de depósitos de la CMAC le ha permitido tener más independencia de fondos externos que en el caso de la EDPYME Confianza, entidad que está impedida de captar depósitos del público de acuerdo con la Ley de Bancos.

Características de la cartera de créditos y depósitos. Desde el punto de vista de los depósitos, como se desprende del gráfico 2, hubo un crecimiento más significativo en el caso de los saldos que en el de los números de cuentas. De esta manera, mientras los primeros se incrementaron a una tasa promedio anual de 83% entre 1995 y 2001, los segundos aumentaron en 38%. Como resultado de ello, los montos promedio de los depósitos se incrementaron de 145 dólares en 1995 a 647 dólares en el año 2001.

Gráfico 2
CMAC Huancayo: Evolución de los depósitos



Fuente: CMAC Huancayo.

El desagregado de los depósitos según modalidad —ahorro o a plazo fijo— tiene en los primeros a sus más importantes productos, aun cuando su significación se ha reducido sustancialmente, en especial en términos de números de cuentas —de 92,4% en 1994 a 69,2% en 2001 (cuadro 14)—. La mayor importancia de los depósitos a plazo fijo es consistente con el crecimiento de los saldos de depósitos promedio señalado en el párrafo previo.

Cuadro 14
Evolución de los depósitos según modalidad
(porcentajes)

Año	Ahorro		Plazo fijo	
	N.º	Saldo (US\$)	N.º	Saldo (US\$)
1994	92,4	49,1	7,6	50,9
1995	92,9	51,3	7,1	48,7
1996	92,4	48,9	7,6	51,1
1997	85,0	40,1	15,0	59,9
1998	83,1	40,0	16,9	60,0
1999	84,0	36,2	16,0	63,8
2000	75,8	36,4	24,2	63,6
2001	69,2	31,9	30,8	68,1

Fuente: CMAC Huancayo.

Según datos del 31 de diciembre de 2001, las agencias de Tarma y La Merced son las más importantes desde el punto de vista de las colocaciones, después de la sede principal (Huancayo), con participaciones cercanas a 10%. Sin embargo, La Oroya adquiere más importancia que las mencionadas agencias respecto a los depósitos (8% del total). Cerro de Pasco tiene una participación reducida en las colocaciones y marginal en los depósitos (véase el cuadro 15), debido a su reciente inicio de operaciones.

Cuadro 15
Distribución de las colocaciones y depósitos según provincia
(2001, porcentajes)

Servicio	Huancayo	Tarma	La Merced	La Oroya	C. de Pasco
Colocaciones	71,7	9,2	9,4	5,5	4,2
Depósitos	84,7	4,4	1,9	7,9	1,1
Ahorros	85,9	6,2	4,8	2,7	0,4
Plazo fijo	83,5	4,5	2,3	8,9	0,9

Fuente: CMAC Huancayo.

En términos de la distribución de las colocaciones según producto, los créditos PYME mantienen su preponderancia en la cartera de la CMAC, seguidos de cerca por los créditos personales (de consumo). Esta última modalidad

ha aumentado notablemente su participación dentro de la cartera en los últimos cuatro años, lo cual ha reducido la importancia de los créditos PYME (cuadro 16). La cartera PYME agrupaba 45% de los créditos y 87,5% del saldo en 1994; la participación restante estaba prácticamente en los créditos pignoraticios, modalidad a través de la cual originalmente las CMAC iniciaron sus operaciones crediticias. El crédito agrícola empieza a otorgarse a partir de 1998 y hacia 2001 había adquirido una importancia relativa (9% del saldo y 6% del número de créditos). En este último año los créditos personales representaron 38,5% de los créditos y 28,3% del saldo total, y los créditos PYME, 45,6% y 61,9%, respectivamente. Dentro de la cartera PYME, el comercio es el sector económico más importante, seguido de la industria. Al respecto, el crecimiento de los créditos personales y la casi desaparición de los créditos pignoraticios evidencia cambios en las políticas de crédito de la institución.

Cuadro 16
Evolución de las colocaciones según producto
(porcentajes)

Año	PYME		Agrícola ^a		Pignoraticio		Personal	
	N.º	Saldo	N.º	Saldo	N.º	Saldo	N.º	Saldo
1994	45,2	87,5	0,0	0,0	54,4	12,3	0,4	0,2
1995	72,9	93,1	0,0	0,0	26,7	6,5	0,5	0,4
1996	68,4	92,4	0,0	0,0	30,9	7,0	0,7	0,6
1997	68,7	89,1	0,0	0,0	28,7	6,1	2,6	4,8
1998	64,4	82,3	3,2	3,8	21,0	4,5	11,4	9,4
1999	62,0	75,8	7,9	11,7	15,8	2,3	14,3	10,2
2000	56,1	69,8	7,8	11,9	13,0	1,4	23,1	16,9
2001	45,6	61,9	6,0	8,9	9,9	0,9	38,5	28,3

^a Incluye el sector pecuario.

Fuente: CMAC Huancayo.

Finalmente, los montos promedio globales de los créditos otorgados por la CMAC han estado por debajo de los 600 dólares entre 1995 —año en el que tuvo poco más de 4.000 clientes— y 2000 —año en el que los clientes sumaron casi 20.000— y fue de poco más de 640 dólares a fines de 2001 —año en el cual los clientes ascendieron a 27.828—. Este resultado es una regularidad entre las CMAC y confirma, en alguna medida, su orientación hacia el segmento de la microempresa. Como es usual, en la modalidad de crédito agrícola los montos promedio otorgados son mayores: alrededor de 1.000 dólares a fines de 2001.

c. Las IMF de escala nacional²⁷

Según información agregada de las tres IMF que no tienen su sede principal en Huancayo, del 31 de diciembre de 2001, el Banco del Trabajo es la que cuenta con una mayor cartera bruta (120,2 millones de dólares), mientras que la Financiera Solución y Mibanco tienen 67,7 y 61,4 millones de dólares americanos, respectivamente. Por otro lado, Financiera Solución tiene el más grande patrimonio, debido a sus mayores utilidades netas del ejercicio respecto a las otras dos entidades financieras (cuadro 17).

Cuadro 17
Balance general de Financiera Solución, Banco del Trabajo y Mibanco, 2001
(miles de dólares)

Partida	F. Solución	B. Trabajo	Mibanco
Activo	104.725	157.255	73.801
Disponible	2.240	30.059	2.703
Fondos interbancarios	871	3.339	726
Inversiones	29.769	385	4.510
Colocaciones netas de provisiones, intereses y comisiones devengadas	65.757	108.369	58.798
Colocaciones brutas	67.728	120.252	61.427
Provisión para colocaciones	-1.971	-7.312	-2.529
Intereses/comisiones no devengados	0	-4.571	-99
Activo fijo (neto de depreciación)	509	7.314	3.602
Otros activos	5.578	7.789	3.461
Pasivo	81.583	139.675	55.548
Depósitos	72.560	102.427	25.806
Fondos interbancarios	0	0	3.337
Adeudados y otras obligaciones financieras	1.766	28.606	21.768
Otros pasivos	7.257	8.642	4.637
Provisiones	0	0	1
Patrimonio	23.142	17.579	18.252
Capital social	15.639	13.992	14.605
Reservas	1.339	2.028	469
Resultados acumulados	16	145	0
Resultado neto del ejercicio	6.148	1.414	3.179

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros.
Elaboración propia.

27 En esta categoría se incluye a Mibanco, pese a que sus operaciones están fuertemente concentradas en Lima, donde tiene 23 de sus 26 agencias (hasta mayo de 2002).

En cuanto al estado de resultados, en el caso del Banco del Trabajo, los elevados costos operativos pusieron en peligro las utilidades netas —un margen operativo neto de apenas 47.000 dólares—, debido en parte a la ya conocida existencia de un gran contingente de vendedores —promotores— que encarecen los costos. Estos costos apenas pudieron ser cubiertos por los ingresos generados por las colocaciones en 2001. En un contexto de creciente competencia, este banco tendrá que reducir sus costos —y tasas de interés— para poder disputar clientes a las demás IMF en el segmento PYME. En el caso concreto de Huancayo, de aplicarse la misma estructura de costos que a nivel nacional, este banco tiene pocas posibilidades de competir seriamente con la CMAC, que posee un mayor conocimiento del mercado, y una presencia más consolidada en él, además de mayor rentabilidad y eficiencia en sus operaciones, como ya se señaló.

En los casos de la Financiera Solución y Mibanco, la situación financiera es mucho mejor (véanse los cuadros 18 y 5), aun cuando ambas entidades adolecen también de elevados costos operativos, que son compensados también con las altas tasas de interés activas. No nos detendremos a analizar los estados financieros de estas tres entidades debido a que no son representativas de lo que ocurre en el mercado financiero de Huancayo.

A continuación se presentan algunos datos de las agencias de Huancayo de las tres entidades financieras analizadas.

Financiera Solución. La agencia de Huancayo está operando desde hace cuatro años y medio. El personal de crédito está integrado por 34 miembros del equipo de ventas, 6 de cobranzas y 3 encargados de la evaluación, quienes proponen la aprobación del crédito. En cuanto a las colocaciones, esta agencia tiene una fuerte concentración en el segmento PYME: entre 65% y 70%. Desde la agencia de Huancayo se atiende hasta Jauja (por ambos márgenes del río Mantaro). La financiera no presta al sector transportes ni a la agricultura. Todos los productos se entregan bajo la forma de líneas de crédito. Es necesario abrir una cuenta de ahorros en la cual se hace el desembolso. No se conoce la proporción exacta, pero el comercio es la actividad económica más importante en los créditos a las PYME. No se dispone de mayor información.

Mibanco. Como ya se indicó, la agencia de Huancayo tiene poco más de un año de operación. Hasta el 14 de mayo de 2002, esta agencia tenía 1.897 prestatarios con una cartera de créditos total de 4,5 millones de nuevos soles (alrededor de 1,3 millones de dólares americanos). De esta manera, el préstamo promedio es 678 dólares americanos. Mibanco no

Cuadro 18
Estado de ganancias y pérdidas de Financiera Solución, Banco del Trabajo y Mibanco (2001, miles de dólares americanos)

Partida	F. Solución	B. Trabajo	Mibanco
Ingresos financieros	34.589	57.859	23.122
Gastos financieros	8.063	14.949	3.821
Margen financiero bruto	26.526	42.910	19.301
Provisiones desvalorización de inversiones y créditos incobrables	2.238	15.251	2.110
Margen financiero neto	24.289	27.659	17.191
Ingresos por servicios financieros	1.433	1.389	208
Gastos por servicios financieros	202	500	25
Margen operativo bruto	25.520	28.548	17.374
Gastos administrativos	17.081	28.501	11.657
Personal	9.952	19.797	7.465
Directorio	40	71	103
Generales	6.771	8.393	3.961
Varios	318	240	128
Margen operativo neto	8.439	47	5.718
Provisión para cuentas por cobrar, depreciación y amortización	298	1.791	1.022
Ingresos extraordinarios	366	3.622	72
Utilidad antes del Impuesto a la Renta	8.508	1.878	4.767
Participación de trabajadores	344	147	247
Resultado por exposición a la inflación	449	169	69
Impuesto a la Renta	2.465	487	1.411
Utilidad neta	6.148	1.414	3.179

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros.
Elaboración propia.

presta para actividades de transporte ni para la agricultura. La modalidad de crédito más importante es Micapital (capital de trabajo), con 80% de la cartera total. Desde la agencia de Huancayo se atiende a las provincias de Jauja y Concepción.

Por otro lado, según el sector económico atendido, el comercio es típicamente la actividad más importante dentro de la cartera de Mibanco en Huancayo, ya que concentra 70% de la cartera; 20% está en actividades de servicios y 10% en actividades productivas. Asimismo, la mayoría de clientes han estado excluidos de la banca comercial y 70% de ellos son mujeres. La tasa de mora es de cero por ciento.

Banco del Trabajo. La agencia de Huancayo está operando desde hace seis años. Tiene 80 empleados, 35 (40%) de los cuales forman parte de la fuerza de ventas. La cartera PYME representa alrededor de 70% de la cartera de Huancayo; el resto son créditos de consumo. La mora hasta mayo de 2002 era de alrededor de 5%.

2.2.4 Los productos financieros ofrecidos: una síntesis

En general, en el caso del crédito, los productos ofrecidos son básicamente de dos tipos: créditos PYME y créditos de consumo (personal), con variantes en modalidades dentro de un mismo producto (véase el cuadro 19). Cabe señalar que sólo la CMAC y la EDPYME Confianza otorgan créditos para financiar actividades agropecuarias, aun cuando sólo en el caso de la EDPYME dichas actividades representan una proporción relativamente elevada, como ya se mencionó en la sección 2.2.3 (véanse los cuadros 10 y 16). Por otro lado, aún no se aprecia una incursión decidida en los créditos hipotecarios, que podría darse con el uso de la línea Mivivienda —administrada por COFIDE—, que ya está siendo implementada por las cinco entidades financieras consideradas.

Una anotación importante referida a Financiera Solución y a los bancos del Trabajo y Mibanco es que todos los productos se ofrecen de manera estandarizada en todas las agencias; asimismo, las condiciones para cada uno de ellos son las mismas en todo el país. En el caso de Mibanco, resalta la variedad de productos crediticios ofrecidos según la actividad que se pretende financiar.

Resulta relevante indicar que salvo los créditos hipotecarios, no se aprecian productos específicos de mediano o largo plazo destinados al financiamiento de activos fijos, aun cuando éstos existen en los casos de la CMAC —dentro de la cartera agropecuaria y PYME no agropecuaria—, la EDPYME Confianza —dentro de los productos PYME y Crediempresa—, y Mibanco (Miequipo). Solución tiene un producto denominado Equipa, pero está circunscrito a las casas comerciales que tienen convenio con la financiera.

Cuadro 19

Productos crediticios ofrecidos por las entidades formales

CMAC Huancayo	Financiera Solución	Mibanco	Banco del Trabajo	Edpyme Confianza
<ul style="list-style-type: none"> •PYME (no agropecuaria) •Agropecuario •Personal •Automático •Libre amortización •Administrativo •Prendario •Mivivienda 	<ul style="list-style-type: none"> •PYME Independientes (formal e informal, Equipa) •Dependientes (descuento por planilla, Mivivienda) 	<ul style="list-style-type: none"> •PYME (Micapital, Milocal, Miequipo, Micasa, Mimercado, Mifacilidad) •Personal •Mivivienda 	<ul style="list-style-type: none"> •PYME (Régimen Simplificado, General y Especial) •Personal (trabajadores dependientes) •Mivivienda 	<ul style="list-style-type: none"> •PYME no agropecuaria (Comercial, Paralelo, Crediempresa) •Agropecuario •Personal (personal y administrativo) •Mivivienda (Hábitat Productivo)

En el caso de los depósitos, con algunas variantes en cada IMF, se trata de depósitos de ahorro, seguidos de depósitos a plazo. En estos últimos se aprecia cierta variedad, en especial en el caso de la CMAC. Los depósitos a la vista no están difundidos en el mercado de Huancayo (cuadro 20).

Cuadro 20

Productos de depósitos ofrecidos por las entidades formales

CMAC Huancayo	Financiera Solución	Mibanco	Banco del Trabajo
<ul style="list-style-type: none"> •Ahorro (Simple, Cuenta Futuro) •A plazo fijo (Plus Ahorro, Ahorro Cash, Rendimax, CTS) 	<ul style="list-style-type: none"> •A plazo fijo (en la práctica, no capta depósitos) 	<ul style="list-style-type: none"> •Ahorro (Miahorro, Mijunta Ahorro) •A plazo fijo (Miganancia) 	<ul style="list-style-type: none"> •Ahorro •A plazo fijo (CTS, etcétera)

Nota: según información agregada publicada por la Superintendencia de Banca y Seguros, el total de depósitos está referido a la modalidad de depósitos a plazo.

La información presentada en esta sección será complementada en las secciones 3 y 4, referidas a las tecnologías crediticias y de captación de depósitos, respectivamente.

2.3 Las entidades no formales en Huancayo: breve reseña de sus características

Una indicación necesaria en el caso de las entidades semiformales es que la información estadística disponible resulta insuficiente para un análisis más completo. La información disponible analizada es mucho menor que en el caso de las entidades formales. Las entidades no formales estudiadas incluyen los casos de tres ONG crediticias, una cooperativa de ahorro y crédito y dos casas comerciales.²⁸

2.3.1 Las ONG

Actualmente, son pocas las ONG que trabajan otorgando créditos en la provincia de Huancayo. Las ONG más reconocidas son el Instituto de Desarrollo del Sector Informal (IDESI) Huancayo, la Asociación Benéfica Prisma (agencia Huancayo), el Grupo Consultivo para el Desarrollo (GCOD) y el Centro de Asesoría Laboral (CEDAL) —que atiende básicamente a las esposas de los trabajadores mineros—. IDESI tiene una cartera básicamente urbana, mientras que el GCOD y PRISMA cuentan también con participaciones en el sector rural. Estas tres ONG han iniciado operaciones en tiempos relativamente recientes en Huancayo.

Tradicionalmente, se ha considerado que los clientes de las ONG poseen menores recursos que los de las entidades financieras formales; además, que sus clientes normalmente no están vinculados al sistema financiero formal, al menos como prestatarios. Como veremos posteriormente, éste también parece ser el caso de las ONG estudiadas, aunque es difícil saber qué proporción de sus carteras de crédito tiene acceso a otros créditos formales. Parece existir, en consecuencia, una especie de segmentación de mercados, en la que las entidades microfinancieras formales captan clientes del segmento menos desfavorecido entre los microempresarios y microproductores de Huancayo. La mayor flexibilidad de las condiciones para acceder al crédito en las ONG y sus distintos nichos de mercado objetivo contribuyen a esta segmentación.

²⁸ Dada la importancia de la agricultura en Huancayo, se intentó entrevistar a una casa comercial agropecuaria (Casa Agropecuaria Virgen de Yauca SRL), pero la entrevista no pudo concretarse debido a que —por la creciente competencia de otras casas de insumos agrícolas, según se nos indicó— existe temor de revelar información sobre los procedimientos empleados y más aún sobre la cartera.

A continuación, se verán con algún detalle las características centrales de las tres ONG estudiadas, así como de sus respectivas carteras. La cartera bruta de las mismas en Huancayo fue de 1.124.769 dólares americanos con 5.460 clientes el 31 de diciembre de 2001. Así, la cartera de estas ONG representa apenas 6,5% de las colocaciones de las IMF especializadas en el sector de las PYME, 4,6% de las IMF en su conjunto y sólo 2,2% de las colocaciones brutas totales del sistema financiero formal.

a. El Grupo Consultivo para el Desarrollo (GCOD)

El GCOD nace en marzo de 1993 como una ONG orientada a otorgar préstamos. Cuatro meses más tarde, firma un convenio con la ONG Instituto de Promoción del Desarrollo Solidario (INPET) para abrir una oficina en Huancayo, donde colaboraría con la calificación y promoción del crédito para dicha ONG —a cambio de una comisión—;²⁹ INPET se encargaba de la recuperación. Mediante este convenio, ambas ONG trabajaron hasta 1996, año en que la EDPYME CREDINPET —constituida por INPET— empezó a operar. Al formalizarse INPET, la Superintendencia de Banca y Seguros observa el convenio que tenía con GCOD (y que se había trasladado a la naciente EDPYME). GCOD no podía seguir operando como “agente” de CREDINPET sin formar parte de su personal. Así, tras ocho meses de firmado el convenio con la EDPYME, ésta absorbe la cartera de GCOD, de alrededor de un millón de dólares y 1.000 clientes.

De esta manera, desde mayo de 1997, GCOD empieza a trabajar por su cuenta, primero con crédito agrario en Huancavelica —con fondos del Fondo Contravalor Perú-Canadá—, y a partir de 1998 con la modalidad de los bancos vecinales. En Huancayo, GCOD opera desde 1998.

Inicialmente, los fondos provinieron del Fondo Perú-Canadá, luego de USAID, el consorcio Promoción de la Mujer y la Comunidad (PROMUC), Cooperative for Assistance and Relief Everywhere (CARE), Intermediate Technology Development Group (ITDG) y Ecumenical Church Loan Fund (ECLOF). GCOD no cuenta con recursos donados de la cooperación internacional. Los fondos para los bancos vecinales provienen básicamente de PROMUC y ECLOF, pero son insuficientes para expandir la cartera.

Respecto a sus productos financieros, GCOD ofrece tres modalidades de crédito: (i) rural —agrícola—, (ii) PYME —urbana— y (iii) bancos vecina-

²⁹ Los créditos otorgados bajo el convenio con INPET eran principalmente individuales. Nunca se otorgaron créditos con responsabilidad solidaria en el pago, y los desembolsos siempre fueron individuales.

les, estos dos últimos dirigidos a mujeres del ámbito urbano de Huancayo y Huancavelica. Además del crédito, GCOD brinda servicios de asesoría en capacitación empresarial, a través de su Centro de Promoción Empresarial (CEPROEM), constituido en 1998 con apoyo de la Cooperación Suiza. Estos servicios están ligados al crédito otorgado en cualquiera de sus modalidades.

Según información del balance, los activos totales de GCOD sumaron 463.910 dólares americanos a finales del periodo 2001, cifra que representa un decrecimiento de 24% respecto a 2000, debido al cierre de algunos proyectos. Por otro lado, el patrimonio ha aumentado de 60.353 dólares americanos en 2000 a 71.924 dólares americanos en 2001 —esto es, en 19,2%—. Asimismo, las utilidades netas han decrecido de 12.418 dólares americanos en 2000 a 6.823 dólares americanos en 2001 —esto es, en 45%—, principalmente como resultado de la caída de los ingresos financieros (véase el cuadro 21). De esta manera, usando cifras de fines del periodo 2001 —y no los promedios—, resulta en 2001 un ROA de 1,5% y un ROE de 9,5% (versus un ROA de 2% y un ROE de 20,6%, en 2000).

Cuadro 21
Estado de ganancias y pérdidas del GCOD
(Huancayo, en dólares)

Descripción	2000	2001
Ingresos financieros	88.119	73.391
Gastos financieros	25.102	24.922
Resultado financiero	63.017	48.470
Total otros ingresos	8.335	14.634
Recuperación de créditos castigados	6.193	11.963
Varios	2.142	2.671
Provisiones y depreciación	28.083	23.269
Otros gastos	29.822	32.776
Personal	25.426	26.481
Generales	2.798	4.750
Varios	1.598	1.545
Utilidad antes del Impuesto a la Renta	13.447	7.059
Resultado por exposición a la inflación	-1.029	-236
Impuesto a la Renta	0	0
Utilidad neta	12.418	6.823
ROA (%)	2,0	1,5
ROE (%)	20,6	9,5

Fuente: GCOD.

Como se muestra en el cuadro 22, la cartera de créditos de GCOD en Huancayo sumaba 465.525 dólares a fines de 2001 (60% de los cuales pertenece a la modalidad de los bancos vecinales) y 1.974 clientes, lo que implica una cartera promedio de 236 dólares por cliente. La escasez de recursos financieros ha obligado a la institución a reducir su cartera en 2001 (en 11,4%). Esto, a su vez, ha determinando la existencia de un exceso de demanda por servicios crediticios de GCOD, que le ha permitido a esta ONG ser más exigente en la selección de clientes.

Estadísticas acerca de los desembolsos indican que del total de 1.126 créditos desembolsados durante 2001, 72% se dieron bajo la modalidad de bancos vecinales, 67,3% se destinó a actividades productivas, 73,3% fueron asignados a mujeres, 53% sumaron montos menores a 300 dólares, la productividad —cartera vigente— por analista fue relativamente baja, apenas de 93.000 dólares,³⁰ la tasa de morosidad (si se considera sólo el capital vencido) mayor de un día fue de 14,9%, y la mora mayor de 30 días fue de 7,6%. En el período 2001 la cartera refinanciada ascendió a 12,8% de la cartera vigente. La modalidad que será analizada en la sección de tecnologías crediticias de este estudio (sección 3) es la de los bancos vecinales.

b. Instituto de Desarrollo del Sector Informal (IDESI) Huancayo

IDESI Huancayo, integrante de la red nacional IDESI, se constituyó en marzo de 1998, con personería jurídica propia. Desde 1987 hasta esa fecha había trabajado como una oficina de IDESI Lima. Hasta 1991, IDESI Huancayo trabajaba con créditos solidarios (grupos de cuatro o cinco miembros). A partir del siguiente año empezó a trabajar constituyendo garantías con prendas industriales, garantías de cartas fianza, del Fondo de Garantía para Préstamos de la Pequeña Empresa (FOGAPI) y garantías personales. De esta manera, el principal cambio en la tecnología fue el otorgamiento de créditos individuales y la mejora en la evaluación del negocio o actividad del solicitante (no se otorgan créditos personales), necesaria para elaborar los estados financieros de los solicitantes de crédito.

La constitución de la EDPYME Proempresa —iniciada en 1996—, que empezó a operar en enero de 1998, se gestó teniendo planeado trabajar en las localidades de las siete IDESI más consolidadas hasta ese momento, entre las cuales no estaba Huancayo. En abril de 2002, Proempresa estaba operan-

³⁰ Esto se explica por la cartera de bancos comunales. De ahí que cada analista maneje, en promedio, 395 créditos.

Cuadro 22
Datos de la cartera de GCOD en Huancayo, 2001

Datos de cartera	N.º clientes	Monto	
		Dólares	%
Cartera vigente	1.974	465.525	
Refinanciaciones	226	59.698	
Productividad			
Cartera vigente por analista	395	93.105	
Desembolsos según tipo de crédito	1.126	213.850	100,0
Individual	234	59.408	27,8
Bancos vecinales	892	154.443	72,2
Desembolsos según destino	1.126	213.850	100,0
Producción	267	70.035	32,7
Comercio	468	88.734	41,5
Servicios	391	55.081	25,8
Desembolsos según sexo	1.126	213.850	100,0
Masculino	184	57.201	26,7
Femenino	942	156.649	73,3
Desembolsos según monto (US\$)	1.126	213.850	100,0
Hasta 300	906	112.863	52,8
301 a 1.000	182	64.170	30,0
De 1.001 a 3.000	38	36.818	17,2
Mora (capital vencido) > 30 días		35.308	7,6
Mora (capital vencido) > 1 día		69.541	14,9

Fuente: GCOD.

do sólo en tres ciudades —Lima, Arequipa y Ayacucho— debido a que las exigencias de la Superintendencia de Banca y Seguros impedían que otras IDESI locales se integraran a Proempresa. El gerente de IDESI Huancayo reconoce que con la creación de Proempresa, los IDESI regionales han tenido dificultades para seguir operando, dado que el crédito constituye el pilar de sus operaciones. IDESI Huancayo debe prepararse para este cambio.

Como lo refleja su reducida cartera (véase más abajo), IDESI Huancayo tiene recursos limitados para prestar. La estructura de fondos de la cartera es la siguiente: capital propio (menos de 10%), NOVIB (préstamo a 7 años, gestionado por IDESI nacional), el Banco Continental (crédito directo con aval de IDESI nacional). No se tiene información acerca de las proporciones de los préstamos según fuente.

Características de la cartera. Todos los ámbitos atendidos por IDESI Huancayo son urbanos: Huancayo, Chupaca y Concepción, provincias a las que se brinda servicios desde una sola oficina en Huancayo. Sólo se otorgan créditos individuales.

La cartera de IDESI Huancayo en las tres provincias en las que trabaja es bastante reducida. El monto, en diciembre de 2001, no llegaba a los 200.000 dólares y el número de créditos apenas sumaba 366. Como consecuencia, el préstamo promedio es 546 dólares, monto igual al registrado en 2000.

La cartera de la provincia de Huancayo representa 51% de la cartera total y 64,4% de los clientes, según datos de diciembre de 2001. El restante 49% está asignado en las provincias de Concepción y Chupaca. Por otro lado, según la clasificación por productos de crédito, 80% de la cartera de Huancayo está constituido por créditos a la microempresa, y el porcentaje restante por créditos comerciales, modalidad que incluye el financiamiento de tiendas y bodegas. Según el sector económico, 46% de la cartera de Huancayo está colocado en el sector comercial; 26% financia actividades de servicios y el restante 28,6%, actividades productivas (véase el cuadro 23).

No existe una preferencia por las mujeres en el otorgamiento del crédito, pero el hecho de que éstas sean las que mayoritariamente conduzcan los negocios comerciales hace que tengan una gran participación en la cartera (45% del saldo de cartera en las tres provincias).³¹ En el cuadro 23 se aprecia en la provincia de Huancayo un menor tamaño de los créditos promedio —452 dólares americanos— respecto del agregado.

La tasa de mora en Huancayo, según datos de diciembre de 2001, es de 14%, a lo que tendría que sumarse 4,3% para obtener la cartera en riesgo (la cartera refinanciada más la atrasada más la cartera en cobranza judicial entre la cartera bruta).

IDESI Huancayo ha tenido una participación relativamente reducida dentro de la cartera total de los IDESI regionales. Así, entre febrero de 1986 y diciembre de 2000, las colocaciones totales de los IDESI ascendieron a 81,2 millones de dólares americanos, con un total de 354.246 préstamos otorgados en favor de 151.636 PYME. De estos totales, 6,8% de préstamos colocados se asignaron en Huancayo.³² No hay datos sobre la participación de Huancayo en el monto total colocado por las IDESI regionales.

31 En mayo de 2002 alrededor de 75% de la cartera financiaba actividades comerciales (mercados). Tres años atrás, 75% de los clientes eran productores.

32 En Lima y Callao se ha entregado 45,9% del total de créditos otorgados y 40% de las colocaciones totales.

Cuadro 23
Características de la cartera de IDESI Huancayo
(valores en dólares)

Partida	2000	%	2001	%
N.º de créditos	278		366	
Cartera bruta	151.800		199.814	
<i>Crédito promedio</i>	546		546	
Provincia				
Huancayo	64.878	42,7	102.115	51,1
N.º de clientes	146 ^a	52,5 ^a	226 ^b	64,4
<i>Crédito promedio</i>	444		452	
Tipo (Huancayo)				
Comercial	18.977	29,3	20.530	20,1
Microempresa	45.901	70,7	81.585	79,9
Sector (Huancayo)				
Producción	22.405	34,5	29.214	28,6
Comercio	35.173	54,2	46.564	45,6
Servicio	7.301	11,3	26.337	25,8
Mora Huancayo	15.114	23,3	14.159	13,9

^a Nótese que la proporción se establece sobre el número de clientes, no de créditos.

^b Sólo 10 clientes tienen 2 créditos; es decir, el número de créditos es 236.

Fuente: IDESI Huancayo

Los productos ofrecidos. IDESI ofrece tres productos básicos, dirigidos a la microempresa urbana, pero que se diferencian porque financian distintos estratos: (i) mercados de abastos, (ii) comerciales —dirigidos a bodegas y tiendas de abarrotes— y (iii) de desarrollo —destinados a financiar actividades productivas— con montos y plazos mayores que en los dos casos anteriores.³³ De esta manera, puede afirmarse que existe un interés especial por atender al sector comercio, aun cuando ello no excluye la posibilidad de financiar otras actividades —no agrícolas— que sean rentables.

Además, IDESI Huancayo ofrece servicios de capacitación empresarial, los cuales no están vinculados necesariamente al crédito.

33 Ese año también se otorgaron créditos “paralelos” para la campaña escolar a sus mejores clientes (automático). Además, sólo tiene un crédito agrícola (por 800 nuevos soles, para cebada) y dos créditos pecuarios para ganado lechero, y cinco clientes para animales menores.

c. Asociación Benéfica Prisma-Huancayo

La Asociación Benéfica Prisma es una ONG multipropósito que opera en 11 departamentos del Perú. Entre sus acciones, el programa de crédito es uno de los más importantes —además de programas de salud y nutrición—. A fines de 2001 su cartera activa a nivel nacional era de 7,6 millones de dólares y más de 35.000 clientes; es decir, un préstamo promedio de poco más de 200 dólares. A diferencia de las dos ONG anteriormente analizadas, Prisma tiene el respaldo de fondos sin costos financieros provenientes de USAID.

La intervención de la Asociación Benéfica Prisma en Huancayo nació con el componente de salud desarrollado por esta ONG. Así, en 1995-1996 se inició el Programa de Apoyo a la Seguridad Alimentaria (PASA),³⁴ dirigido a mujeres, que, entre varias áreas —comercialización, liderazgo, género, etcétera—, contaba con un fondo de crédito. Este fondo fue consumido y no hubo retorno. Asociado directamente a la salud y nutrición infantil, surge el programa Kusiayllu ('comunidad contenta'),³⁵ dirigido a mujeres con hijos menores de 3 años en estado de desnutrición. A ellas se les daban alimentos durante seis meses, como período de rehabilitación, además de 50 a 100 soles como préstamos a grupos de mujeres. Esta experiencia resultó prometedora y por ello se planteó usar la metodología de los bancos comunales. Pero ante la limitación del tamaño del mercado, en Lima se decidió la ampliación de los ámbitos. De esta manera, en 1997 el PASA se convierte en un programa de microcrédito, con la tecnología de los bancos comunales. Este programa se centraliza en el casco urbano de Huancayo. Ya en 1999 y en 2000, el programa se expande hacia el área rural.

Actualmente, la Asociación Benéfica Prisma tiene tres agencias en Junín: (i) Chilca —cuyo ámbito es todo el sur de Huancayo, incluyendo Pazos y Acostambo—, (ii) Huancayo —la principal, que opera en el norte de Huancayo, hasta Concepción y Chupaca— y (iii) Jauja —que atiende hasta Concepción—. El personal total de las tres agencias en mayo de 2002 era de 20 personas, 17 de ellos analistas. En el caso de la agencia de Huancayo, trabajan siete analistas de crédito —cinco para grupos solidarios y dos para bancos comunales—,³⁶ que manejan un promedio de 380 clientes en los bancos comunales.

34 El objetivo de PASA es "mejorar los ingresos de familias en extrema pobreza de zonas rurales y urbano-marginales".

35 El objetivo de Kusiayllu es "mejorar el estado nutricional y de salud de las madres y sus niños y niñas menores de 3 años de zonas urbano-marginales y rurales del país".

36 Los bancos se llaman Asociaciones Comunales Pro Desarrollo.

Características de la cartera de créditos. La cartera bruta de la Asociación Benéfica Prisma en Huancayo, según datos del 31 de diciembre de 2001, era de 459.430 dólares americanos, con 3.120 clientes, lo que implica un préstamo promedio de 147 dólares americanos, monto afectado por la "masividad" de la modalidad de bancos comunales. Una proporción de 55% de los 3.120 clientes vigentes eran mujeres. Esta cartera reúne las de las oficinas en Huancayo, Chilca y Jauja. La sucursal de Huancayo era la quinta más importante de las 15 que operaban el 31 de diciembre de 2001, con una participación de 6,1%.³⁷

La tasa de mora —desde un día después de vencida la cuota— fue de 13,5%, mientras que la cartera atrasada —sólo capital— mayor de 30 fue de 11,1%.³⁸ A la vez, la cartera castigada representó 10,8% de la cartera bruta. Por otro lado, el monto del préstamo acumulado hasta diciembre de 2001 en la oficina de Huancayo suma 11.039.697 dólares americanos con un total de 3.716 clientes, 65,1% de los cuales son mujeres. El monto acumulado promedio es de 478 dólares.

Los productos crediticios. Prisma ofrece dos productos: (i) créditos "comerciales" —focalizados en el ámbito urbano— y créditos "productivos" —asignados principalmente en el área rural—. En el primer caso, prima la modalidad de grupos solidarios —que tiene una tendencia hacia la "individualización" de los préstamos— mientras que en el segundo, la de los bancos comunales (llamados Asociaciones Comunales pro Desarrollo [ACPD]). Respecto a los clientes, éstos son preferentemente mujeres, en ambos casos.

2.3.2 Las cooperativas de ahorro y crédito "cerradas"

La Cooperativa de Servicios Múltiples del Centro (CENTROCOOP SRL). CENTROCOOP fue fundada el 20 de octubre de 1963 con el nombre de Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Trabajadores de la Cerro de Pasco Cooper Corporation Ltda. 299. Luego de dos cambios más de razón social, en marzo de 2002 pasó a ser Cooperativa de Servicios Múltiples 016. La sede principal de esta entidad está en la ciudad de La Oroya, provincia de Yauli. Tiene sucursales en Huancayo y Pasco, además de agencias en Mahr Túnel, Casapalca y San Cristóbal.

Esta cooperativa opera bajo la modalidad de "cooperativa cerrada" —es decir, que sólo capta depósitos de sus socios, quienes son, a la vez, sus

37 La más importante era la de Cajamarca, con una participación de 38,6%.

38 La cartera en mora —desde un día después de vencida la cuota— es de 12,6%.

únicos prestatarios— y cuenta con la supervisión de la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (FENACREP). Todos sus servicios financieros se ofrecen mediante convenios con instituciones —públicas o privadas—, lo cual le permite ofrecer créditos bajo la modalidad de descuento por planilla. Además, brinda servicios de crédito en medicinas a sus socios y según convenios —básicamente en La Oroya y en beneficio de los trabajadores mineros—. Las modalidades de depósitos ofrecidos a sus asociados son a plazo y de ahorros.

En cuanto a la cartera de créditos y los depósitos, se calcula un estimado de 650 socios —la mayoría de los cuales tiene créditos— y aportes totales por 300.000 nuevos soles, alrededor de 87.000 dólares americanos.³⁹ Cerca de 80% de los socios en Huancayo son varones. Los aportes obligatorios mensuales son de 20 nuevos soles y un socio puede solicitar un crédito recién luego del tercer aporte. La cantidad máxima de los créditos es equivalente a tres veces los aportes acumulados. No se dispone de mayor información de la sucursal de Huancayo.

Como referencia de la importancia de CENTROCOOP SRL, incluidas todas sus sucursales y agencias, se resumen a continuación cifras de su balance y su estado de resultados, del 31 de diciembre de 2000. En dicha fecha, CENTROCOOP tenía activos totales por 1,6 millones de dólares americanos y una cartera bruta de 1,06 millones de dólares americanos. De acuerdo con información del balance, la tasa de mora es de 5,7%. En cuanto a las operaciones pasivas, los depósitos representaban una muy reducida proporción de las colocaciones —alrededor de 8%—, pues apenas sumaron 87.377 dólares americanos. Una proporción de 82% de los depósitos eran depósitos a plazo. Asimismo, su patrimonio neto ascendió a 1,32 millones de dólares americanos y el capital social era 1,09 millones; y las utilidades netas, 18.352 dólares americanos.

En cuanto al estado de resultados, la modesta utilidad neta se explica por los elevados gastos administrativos —409.000 dólares—, lo cual, sumado a su resultado financiero neto —410.600 dólares americanos— da una utilidad antes de impuestos de apenas 1.212 dólares americanos. De esta manera, el monto de las utilidades netas generadas se explica por el resultado por exposición a la inflación (REI). Las cooperativas de ahorro y crédito no están afectas al Impuesto a la Renta.

39 Se considera un aporte promedio de 1.500 nuevos soles y 200 socios con crédito.

2.3.3 Las casas comerciales

Existe un gran número de casas comerciales que operan en la provincia de Huancayo. Las consideradas para el estudio son dos: Almacén Mantaro SRL (insumos para calzado) e Inversiones Comerciales Río Grande SRL (bicicletas, electrodomésticos).⁴⁰ Las casas comerciales más grandes en este último rubro son tiendas EFE, Carsa, La Curacao, Representaciones Generales Huancayo, IVCOR SRL, Importaciones Electra y Comercial Arauco.

a. Inversiones Río Grande SRL

Inversiones Río Grande es una empresa familiar que incursionó en el negocio de la venta de artefactos eléctricos a inicios de los noventa, tras haber iniciado su actividad comercial en la venta de ollas entre 1973 y 1974 con capital propio. Actualmente, tiene dos puntos de venta: uno en la calle Real —la avenida más importante de Huancayo— y otro en el jirón Mantaro, el local principal. Este último, adquirido en 1985, es un edificio de varios pisos en el que la familia Quispe tiene también un hotel. En los años noventa, la empresa —entonces llamada Comercial Mantaro— amplió su negocio de venta de electrodomésticos e inició la construcción del local principal. Luego, tras algunos años de haber iniciado una relación comercial con la empresa Philips en la línea de televisores, tuvo problemas para pagar algunas letras y pagarés con los cuales dicha empresa les entregaba ventas al crédito. Ante el incumplimiento, Philips protestó las letras y esto deterioró la imagen de Comercial Mantaro frente a otros proveedores y al sistema financiero.

Dado este contexto adverso, en 1999 se decide el cambio de razón social a Inversiones Río Grande, modificación respaldada por una mejor situación financiera y el reemplazo en la conducción del negocio, que pasó a estar bajo la responsabilidad de uno de los hijos, graduado en Economía en la Universidad del Pacífico. De esta manera, el año 2002 Inversiones Río Grande tiene todas sus cuentas saneadas y va rumbo a fortalecer su presencia en el mercado de Huancayo.

Según datos del 5 abril de 2002, Inversiones Río Grande tiene ocho empleados para la línea de electrodomésticos, cinco de los cuales son ven-

40 Inicialmente se había considerado también explorar la experiencia de la Casa Agropecuaria Virgen de Yauca SRL (insumos agrícolas), pero no fue posible concertar una cita con sus representantes, quienes nos habían adelantado que no nos darían información debido al temor de que ésta pudiera ser aprovechada por los competidores, ávidos de ampliar su participación en el mercado.

dedores. Su saldo de cuentas por cobrar asciende a 35.713 dólares americanos. De estos pagos se consideran “normales” 26.809 y “atrasados” los 8.904 dólares americanos restantes. La cartera con atrasos mayores de 90 días es de 2.000 dólares americanos. De esta manera, se estaría hablando de una “tasa de morosidad” de alrededor de 25%. A la vez, las ventas al crédito fueron de 29.158 dólares americanos, por un total de 121 préstamos —esto es, una venta promedio por cliente de 241 dólares americanos—. Dicho monto de ventas representa 30% de las ventas totales, 97.000 dólares americanos. Las ventas al crédito en 2001 fueron de 88.395 dólares americanos, de un total de ventas de 310.000 dólares americanos (28,5%).

Los clientes de Inversiones Río Grande residen principalmente en las zonas rurales de Huancayo —y, en general, del Valle del Mantaro—: alrededor de 75% de la cartera —al crédito y al contado— proviene del sector rural. Las ventas de artículos son preferentemente al contado; de hecho, incluso la publicidad realizada no se refiere a las ventas al crédito. Los créditos otorgados son individuales.

b. Almacén Mantaro SRL

En el caso de Almacén Mantaro, el dueño, Sr. Hilario Julcarima, se inició en el negocio de fabricación del calzado desde los 9 años en el distrito de Ricrán (Jauja). A los 12 años vendía zapatos. Ya en su juventud, abrió una pequeña fábrica de calzado, actividad en la que su principal proveedor era Almacén El Águila. En ese entonces otorgaba ventas al crédito por 4 meses y recibía créditos de El Águila por 6 meses. Tras formar dos empresas más de calzado y cerrar las anteriores, el Sr. Julcarima se dedicó a la fabricación de zapatos hasta 1990. El *shock* aplicado ese año lo sorprendió en su mejor momento, cuando había llegado a ser uno de los principales contribuyentes de la SUNAT en Huancayo. Las ventas cayeron abruptamente. Pero su esposa ya había iniciado su negocio actual —venta de artículos e insumos para el calzado— y, tras la caída de las ventas de la fábrica, el Sr. Julcarima reorientó su negocio a la venta de insumos para el calzado, actividad que sigue realizando en su única tienda —ubicada en el Jr. Pachitea, Huancayo—. El personal está compuesto por tres trabajadores estables.

La creciente competencia de establecimientos informales, ubicados en locales aledaños, lo ha obligado a reducir sus márgenes hasta menos del 10%, que es el límite establecido para lograr resultados rentables. Sus proveedores están ubicados en Trujillo, Lima, Arequipa, y le venden calzados y suelas al contado —una mayor proporción— y al crédito.

Sus ventas mensuales promedio ascienden a alrededor de 70.000 dólares, casi todo al contado. Sus clientes suman 500, lo que implica una venta promedio por cliente de 140 dólares americanos (véase el cuadro 24). En muy pocas excepciones las ventas son al crédito (un máximo de 15 días, sin recargo en el precio, y a clientes bastante conocidos). No se quiso especificar qué monto del total mencionado estaba representado por ventas al crédito. En los últimos meses la empresa ha decidido no otorgar ventas al crédito, debido a las dificultades en las cobranzas.

Cuadro 24
Indicadores de cartera de las entidades semiformales: resumen
(31 de diciembre de 2001)

Entidad	Cartera bruta (US\$)	Clientes	Modalidad	Documento firmado	Ámbitos de influencia
Inversiones Río Grande SRL ^a	29.158 ^b	121	Individual	Letra	Valle del Mantaro
Almacén Mantaro SRL ^a	70.000 ^c	500	Individual	Ninguno	Huancayo

^a Información de abril de 2002.

^b Acumulado de ventas al crédito entre enero y el 5 de abril de 2002.

^c Se refiere a las ventas mensuales promedio. La mayoría de éstas se realiza al contado.

Cabe indicar que las casas comerciales están muy integradas al sistema bancario formal y son clientes de la banca corporativa, de donde obtienen parte de los recursos que luego otorgan a sus propios clientes. Este tipo de relaciones “indirectas” entre el sector formal y el no formal en el uso de los recursos ha sido analizado en Alvarado et al. (2001).

Dada la naturaleza de las casas comerciales estudiadas, resulta evidente la simplicidad de sus “productos” crediticios y de los procedimientos empleados, como se examinará en la siguiente sección (sección 3).

3. LAS TECNOLOGÍAS CREDITICIAS: UN RESUMEN

A continuación se examinan las principales características de las tecnologías crediticias aplicadas tanto en el sector formal como en el semiformal. Primero, se analizan las características de los clientes meta de cada una de las

IMF estudiadas (sección 3.1). En segundo lugar, se revisan las principales condiciones exigidas en la etapa de selección de clientes según el tipo de producto, así como los procedimientos realizados en las demás etapas del ciclo crediticio (secciones 3.2 y 3.3). Estas dos secciones describen las características de los productos ofrecidos.

3.1 El mercado meta de las entidades financieras formales y semiformales

Al igual que en el caso de los productos crediticios, el mercado objetivo de las diferentes organizaciones financieras formales es bastante similar, aunque es natural que haya diferencias específicas dentro de cada sector genérico, que está definido, a final de cuentas, por los requisitos exigidos para la selección de clientes. En el caso de las ONG, IDESI y Prisma —esta última más explícitamente— dejan abierta la posibilidad de financiar a pobladores de menores recursos; además, financian usualmente a microproductores no formales. La menor exigencia de requisitos en el caso de las ONG y el uso de garantías solidarias —en los casos de GCOD y Prisma— también apuntan hacia los clientes de menores ingresos. Como resultado, los préstamos promedio de las entidades formales locales son mayores que los correspondientes a las ONG.⁴¹

En el siguiente cuadro se resumen las características genéricas de la población objetivo de las entidades estudiadas, tal cual son percibidas por ellas mismas. Llama la atención el hecho de que algunas entidades no señalen explícitamente que su población objetivo son las PYME sino que tienen un público mucho más amplio; sin embargo, como vimos en la sección anterior, estas entidades prestan básicamente a las PYME. En el caso del Banco del Trabajo, existe una explícita orientación hacia las PYME formalmente constituidas.

3.2 Las tecnologías de las IMF formales

En el caso formal, existe una clara orientación hacia los créditos con responsabilidad individual para el pago, así como a la reducción en el plazo de aprobación del crédito. Varias entidades insisten en que la calidad de sus servicios —trato al cliente, rapidez de la evaluación, entre otros factores— es

41 Los préstamos promedio fueron 644 dólares en la CMAC, 695 en la EDPYME, 546 en IDESI Huancayo, 236 en GCOD y 147 en Prisma.

Cuadro 25
Mercado objetivo de las entidades estudiadas

CMAC Huancayo	EDPYME Confianza	Financiera Solución	Mibanco	Banco del Trabajo	IDESI	GCOD	Prisma
Personas naturales y jurídicas que realicen actividades económicas, cualquiera sea su forma empresarial.	Pequeños y microempresarios con potencial de desarrollo del ámbito rural y urbano (industria, comercio y servicios, agrícola, pecuario, turismo).	Microempresarios que se dedican al comercio, industria y servicios.	Persona natural o jurídica, formal e informal (producción, comercio, servicios).	Comerciantes independientes que tributan bajo el RUS, REIR y el Régimen General y aquellas personas dependientes o que perciben un ingreso fijo mensual.	Personas que se encuentren trabajando de manera formal o informal, dedicadas al comercio, industria y servicios.	Es una institución de mercado cerrado, financia solo un tipo de actividad.	Personas que no tienen mucho capital de trabajo y, sobre todo, que son de condición económica deficiente.

parte importante de su “diferenciación” del resto de IMF. Podría decirse que casi todas señalan lo mismo. Y es que, motivadas u obligadas por la creciente competencia, las entidades muestran una tendencia a la simplificación de requisitos formales —como, por ejemplo, en la reducción en la exigencia del aval para montos menores a 1.000 soles— y han acelerado sus procedimientos de evaluación crediticia. De esta manera, se nota una tendencia hacia la homogeneización de las tecnologías de selección, principalmente en cuanto a los requisitos. Todo esto ha contribuido a la mayor expansión de la cartera crediticia en el último año.

3.2.1 La publicidad

Todas las instituciones formales recurren a la publicidad en medios como una forma de atraer a nuevos clientes, más que para generar señales que lleven a una autoselección o a mostrar firmeza en las recuperaciones. Esto se explica principalmente por la competencia existente, que lleva a priorizar la expansión en el mercado.

Con variantes específicas, la publicidad es local, excepto en el caso de las entidades nacionales, que difunden la misma propaganda que emiten a nivel nacional. La agencia de Huancayo de Mibanco sí está autorizada a realizar su propia publicidad. La mayor rigidez de la publicidad del Banco del Trabajo y de la Financiera Solución les quita la flexibilidad necesaria para contrarrestar las campañas publicitarias de la CMAC y también de la EDPYME.

3.2.2 La selección

En la etapa de selección, el Banco del Trabajo y Financiera Solución cuentan con un equipo —una “fuerza”— de ventas, que capta a los potenciales clientes, y ahí termina su trabajo.⁴² En contraste, en los demás casos, los analistas de crédito o asesores de negocios se encargan desde la promoción hasta la recuperación de los créditos. Es importante señalar que el Banco del Trabajo tiene una extendida división del trabajo en la selección, procedimiento que es realizado por un total de hasta seis personas;⁴³ esto, si bien

42 La EDPYME Confianza también contrata promotores por campañas, pero éstos no forman parte de su personal.

43 Los promotores reciben la documentación para pasar al canal A, donde se verifica la documentación y, si ésta es conforme, pasa al canal B. Éste realiza la verificación del deudor en las centrales de riesgos (Superintendencia e INFOCORP) y, si no existen problemas, la documentación se traslada al canal C, donde se piden referencias por teléfono, principalmente para

agilizar los procesos, aumenta sustancialmente los costos operativos. Respecto al uso de centrales de riesgos, todas las entidades financieras consultan las de la Superintendencia de Banca y Seguros y la central privada INFOCORP, aunque no en todos los casos los reportes de situación del solicitante son decisivos para descalificar a un cliente.

Por otro lado, en los casos de la EDPYME y la CMAC existe una “sectorización” geográfica de las actividades de los analistas, de tal manera que uno de ellos no puede atender a clientes que no están en su zona. Así se evitan los conflictos que podría generar el tratar de atender a la mayor cantidad de clientes sin importar la zona de donde provengan, sobre todo teniendo en cuenta que existen bonos por productividad que incentivan un mayor interés en la captación de clientes. Ésta es una saludable disposición que ordena mejor la administración de la cartera de los analistas. En el resto de IMF no se observa esta distribución espacial de las actividades de los analistas de crédito.

3.2.3 La visita

En todos los casos de créditos no personales se visita al cliente y su negocio para confirmar la información contenida en la solicitud. Estas visitas sirven para terminar de construir los estados financieros relevantes sobre la capacidad de pago del solicitante —balance general, estado de resultados, flujo de caja—⁴⁴ y, de ser el caso, para verificar la existencia y el estado de las garantías. Las visitas normalmente buscan información de la unidad económica familiar en conjunto.⁴⁵ En la visita al negocio, se solicita información de respaldo de compras y ventas —boletas o facturas de pago, de compras, etcétera—. Las referencias comerciales y personales también suelen ser importantes, sobre todo en la evaluación de la voluntad de pago.

evaluar la voluntad de pago. Luego de pasar por estos filtros, si el cliente aún califica, se pasa al canal D, en el que se procede a la visita del negocio y se verifica la capacidad de pago. Posteriormente, otra persona verifica el domicilio del cliente para, por último, proceder a la aprobación del crédito y al desembolso del dinero.

44 El flujo de caja es un instrumento crucial en la evaluación de los créditos agrícolas de la CMAC.

45 El Banco del Trabajo es la única excepción, ya que los datos de la unidad familiar sólo se usan de manera referencial.

3.2.4 Las condiciones de los créditos

En cuanto a los requisitos exigidos para los créditos no personales dirigidos a la *microempresa*,⁴⁶ son más o menos los mismos: documentos de identidad del titular y cónyuge, recibos de pago de servicios públicos, documentos que acrediten la propiedad de la vivienda, funcionamiento del negocio de por lo menos seis meses —en ningún caso se financia para iniciar un negocio— y, para el caso de empresas formales, la copia de licencia de funcionamiento o del RUC, pagos a la SUNAT, entre otros, como se muestra en el cuadro 26. Por otra parte, en los casos de montos grandes —15.000 nuevos soles en Solución, 7.000 dólares en la CMAC y 5.000 dólares en la EDPYME Confianza—, se exige la inscripción de hipotecas en Registros Públicos. De esta manera, podría decirse que pasado cierto monto del crédito, los procedimientos crediticios aplicados se parecen a los de la banca comercial, al menos en los casos señalados y en el tema de las garantías.

Una anotación resulta necesaria. Aun cuando en todos los casos los *microcréditos* tienen requisitos relativamente sencillos de cumplir, en el caso del Banco del Trabajo éstos son aún más sencillos. Así, por ejemplo, normalmente no se requiere ni aval ni mucho menos hipoteca. Y hasta el monto de 5.000 nuevos soles no se requiere ni el autoavalúo de la vivienda. Se piden las declaraciones anuales del Impuesto a la Renta o los últimos pagos del RUS.

Respecto a las garantías, tanto la CMAC Huancayo como la EDPYME Confianza tienen toda su cartera con algún tipo de garantía; la mayor proporción de éstas son garantías “no preferidas”:⁴⁷ 93% y 98%, respectivamente, según datos de diciembre de 2001. Mibanco tiene 80% de sus créditos otorgados sin garantías, según información de marzo de 2002; el resto tiene garantías no preferidas. En el Banco del Trabajo, la proporción de créditos con garantías no preferidas en marzo de 2002 era 92,2%. Como se puede apreciar, un bajo porcentaje de las carteras de las IMF que operan en Huancayo está respaldado por garantías reales —una de las garantías “preferidas”, de acuerdo con la clasificación de la Superintendencia de Banca y Seguros—. En todos los casos, los clientes firman un pagaré.

En cuanto a los plazos del crédito, en los créditos PYME los plazos máximos son usualmente hasta 24 meses —hasta 12 meses en la CMAC para

46 Debe advertirse que la definición de microempresa implícita aquí no está necesariamente relacionada con la que se considera para fines de clasificación de la Superintendencia de Banca y Seguros.

47 Desde copias de títulos de propiedad hasta prenda simple (no inscrita en Registros Públicos) y declaraciones juradas de bienes.

capital de trabajo y hasta 24 meses en Financiera Solución, Mibanco y el Banco del Trabajo—, excepto en los créditos dirigidos a financiar actividades agrícolas —CMAC y EDPYME Confianza—, que tienen plazos promedio de 7 a 8 meses —o lo que dura el ciclo de siembra y cosecha de un producto más un período para su comercialización—. En el caso de los créditos para vivienda,⁴⁸ naturalmente los plazos son mayores y pueden ir hasta 15 años en el caso de Solución, 10 años en el de Mibanco —producto Micasa— y 7 años en el de la EDPYME Confianza; véanse los cuadros 26-30.

Una de las características distintivas de Solución y el Banco del Trabajo es que los créditos se ofrecen bajo la modalidad de “línea de crédito”, de tal manera que los nuevos préstamos pueden aprobarse sin una nueva evaluación, hasta el monto de la línea. En Solución, no obstante, se señaló que toda ampliación de la línea de crédito implica una visita y una nueva evaluación. La línea de crédito en el Banco del Trabajo —llamada Giromática— se aplica sólo a los clientes puntuales en el pago. Además, dichas entidades aplican la metodología de *credit scoring* en sus evaluaciones de la capacidad de pago. En los demás casos —por ejemplo, CMAC, Mibanco, Confianza— no existen parámetros estrictos en cuanto a la evaluación misma; es decir, no hay indicadores mínimos establecidos que deben satisfacer los solicitantes de crédito.

Por otra parte, son ventajas para los *prestatarios* de Solución y de Mibanco el hecho de que los retiros del crédito se pueden realizar en cualquier agencia. En el caso de Solución, esto es más conveniente aún, dada su escala nacional, y sobre todo por el hecho de que los retiros se pueden realizar en cualquier agencia o cajero del Banco de Crédito.

3.2.5 Los pagos

En la mayoría de los créditos ofrecidos por todas las IMF que operan en Huancayo, las cuotas de pago son mensuales. En marzo de 2002 Mibanco-Huancayo tenía 80% de sus créditos con pagos mensuales, pero se observa la tendencia a que todos los productos tengan este tipo de pagos. En los créditos agrícolas de la CMAC y la EDPYME, el pago se realiza al final de la cosecha.

48 A inicios de 2002, EDPYME Confianza no estaba ofreciendo créditos para vivienda, pero ya tenía aprobados recursos de Mivivienda. El 31 de marzo de 2002 el Banco del Trabajo y Mibanco tenían 7,6% y 2,4% de sus respectivas carteras en créditos hipotecarios para vivienda. Solución tiene también una línea de Mivivienda.