

El Sector Financiero con las Cuentas en Azul

En 2011, se ha superado la cifra del millón de nuevos depositarios, entre personas y empresas, lo que marca todo un récord.

Una rápida mirada al sector financiero nos permite entender mejor la dinámica alcanzada por nuestra economía y el optimismo para encarar el futuro. Y es que resulta evidente que los avances logrados en el ámbito financiero han marcado la pauta del crecimiento en el país. El balance solo arroja cifras en azul, por lo que las perspectivas son promisorias pese a la incertidumbre externa.

Según Javier Balbín, gerente del BBVA Continental, la demanda crediticia en Lima y sobre todo en provincias ha adquirido una aceleración inusitada, al menos desde agosto último. Si bien

el crecimiento es regular desde hace siquiera un quinquenio atrás, en los meses de junio y julio 2011, el sector sufrió una desaceleración producto de la coyuntura, principalmente de la noticia de la agudización de la crisis mundial. Luego del breve desconcierto, nuestra economía respondió bien, y fue fuertemente impulsada por la demanda interna. Desde entonces, el sector financiero crece a ritmos significativos, tanto en Lima y los conos como en provincias, pues la gente no deja de comprar productos crediticios o financiar sus viviendas y autos. Así, la cautela inicial ha cedido ante el impulso de la población de seguir mejorando su calidad de vida.

Tal expansión se hace notoria, por ejemplo, en los distritos populares, donde una misma entidad puede contar hasta con 10 oficinas actualmente. Solo en el caso del BBVA Continental, el último año abrió 18 oficinas en distintos lugares del país, y prevé inaugurar 10 más próximamente. Esta situación se replica en el caso de bancos como el BCP o financieras como la Caja Municipal de Sullana. En lo que respecta específicamente a provincias, el despegue de la actividad crediticia es notorio. La inserción de nuevos segmentos en el sistema financiero a través de préstamos y tarjetas de crédito es un fenómeno que se da en el norte desde 2006, con intensa

La Importancia de la CTS Para el Sistema Financiero

La competencia por ser la entidad con mayor captación de depósitos por CTS se ha vuelto un objetivo central en las estrategias que despliegan bancos y financieras. ¿Por qué es tan relevante? La compensación por tiempo de servicios (CTS) es el monto que las empresas están obligadas a depositar a favor de sus trabajadores en los meses de mayo y noviembre, y según una norma que rige hace un año, no se puede disponer de él, hasta que este supere las seis remuneraciones mensuales. Ello lo vuelve un fondo semiintangible o a largo plazo, que puede ser muy bien aprovechado por las entidades financieras como fuente de liquidez para sus operaciones, lo que genera una guerra de ofertas para captar estos depósitos. Las entidades ofrecen desde créditos y sorteos, hasta regalos como iPad, iPod y cámaras. Sin embargo, los expertos saben que la mayor ventaja se encuentra en brindar tasas de interés elevadas por los depósitos y no regalos. De hecho, existen entidades como las cajas municipales y rurales que otorgan tasas hasta de 14.25% anual, lo cual ha complicado el panorama de la banca tradicional, que ofrecía un interés menor a cambio de accesorios. Por eso, durante 2011, aproximadamente 30,000 clientes se retiraron de ellas para migrar a las cajas, las cuales vieron incrementar sus depósitos sobre el 5%.

Todo ello obliga a los bancos a replantear su oferta en relación con la CTS, pues son muchos millones en juego. Así, a mayo de 2011, los depósitos de CTS alcanzaron un total de S/. 8,250 millones: S/. 7,152 millones en bancos, S/. 841 millones en cajas municipales, S/. 193 millones en cajas rurales y S/. 64 millones en financieras. Para noviembre de 2011, se estimaba captar nuevos depósitos por el monto de S/. 1,300 millones.

actividad en ciudades como Trujillo o Piura. A este ritmo se ha sumado también el sur desde 2009, con Arequipa y Cusco como sus principales plazas.

Pero el sector financiero se expande no solo por la mayor liquidez o consumo. Ocurre igual con la actividad financiera relacionada con los créditos para viviendas. Hace unos años, el financiamiento de productos inmobiliarios estaba dirigido exclusivamente a Lima. Hoy la situación ha cambiado, pues se observan grandes proyectos de viviendas en provincias, con una demanda notable de créditos. Otro gran avance se da en relación con las cuentas de ahorro. Si bien aún cuatro de cada 10 peruanos ahorra de forma casera o, como se dice, "bajo el colchón", el resto ya forma parte del sistema financiero, lo que supone una progresiva bancarización de la sociedad. Solo durante 2011, se ha superado la cifra del millón de nuevos depositarios, entre personas y empresas, todo un récord. Si bien son bancos como el BCP, BBVA o Scotiabank quienes lideran la captación de clientes, también las cooperativas y cajas compiten muy bien en este nicho.

Pero hay más cifras que demuestran el permanente auge del sector financiero.

Hoy existen nada menos que 7.9 millones de tarjetas en el país, de las cuales se cuentan alrededor de 400,000 tarjetas *premium*, es decir, un 5% del total dirigido a segmentos altos. También se estima que la riqueza financiera de los peruanos asciende a US\$ 20,000 millones repartidos en distintas participaciones a nivel nacional e internacional. Asimismo, el menor riesgo de morosidad y sobreendeudamiento de la banca genera el abaratamiento de los créditos y de las tarjetas, lo cual ha permitido reducir hasta 4% las tasas de interés. De otro lado, el sistema financiero estima que al menos un millón de familias califican para brindarles créditos de viviendas, aunque solo hayan colocado 150,000 hipotecas debido a un déficit de oferta. Finalmente, es importante anotar que la expansión del financiamiento de empresas y personas crece en el país a un ritmo superior al 20% anual.

Novedades y Nuevas Estrategias de Expansión

Otro tanto se puede decir respecto de la oferta financiera, que, como es lógico, se viene ampliando a la par de la demanda, diversificada tanto en número de entidades como en productos o servicios financieros a brindar. Así

por ejemplo, tenemos nuevos bancos en escena, como el voceado banco chileno Cencosud, o el renovado BIF —en adelante Banbif—, ahora enfocado en pymes. Por otro lado, este 2012 se alista el ingreso de dos poderosos bancos chinos: el Bank of China y el ICBC. Junto con ello, el posicionamiento logrado por los bancos peruanos significa una palanca para consolidar la expansión del sector. Así, la agencia Standard Poor's elevó la calificación del BCP, BBVA Continental, Scotiabank y Cofide.

Con este panorama favorable aún quedan cosas por hacer. Dado que es un hecho que durante este tiempo ha crecido más la actividad financiera de las personas individuales antes que de las empresas, existe aún una brecha por cubrir. Así, por ejemplo, aunque las microfinancieras —cajas y cooperativas— se enfocan en el sector emprendedor con buenos resultados, estos son todavía insuficientes, pues existen 2.8 millones de negocios por bancarizar. Por eso, la banca tradicional viene enfocando algunas líneas de créditos especializadas en mypes, para superar el moderado 12% de participación que tienen ellas en sus créditos. La propuesta del Banbif es por eso una alternativa interesante.

Al mismo tiempo, existe una tarea pendiente con parte de la población de bajos recursos o proveniente del mundo informal que no ha tenido mayor posibilidad de acceso al sistema financiero. En ese sentido, hay tres instituciones bancarias que ofrecerán tarjetas a personas con ingresos menores a S/. 500: Interbank, el Banco Financiero y CrediScotia. Igualmente, el BCP ya lanzó una tarjeta de crédito enfocada en trabajadores independientes. La llamada *tarjeta naranja* está basada en un modelo argentino dirigido a personas que no facturan. "Se ampliará así la oferta a personas que la banca no suele ofrecer los plásticos", dice Gianfranco Ferrari, del BCP. Su único requisito es acreditar ingresos por S/. 400.

Finalmente, el sistema debe aprovechar la tecnología para amplificar sus redes y disminuir sus costos de transacción según la SBS. Es por ello que

el *boom* de la banca por celular es el objetivo a implementar masivamente. De hecho, existen varios proyectos pilotos para aprovechar la fuerte penetración de la telefonía móvil en operaciones bancarias. Por lo pronto, entidades como el BCP ya la ofrecen.

Queda por mencionar que la expansión de la actividad crediticia ha generado una nueva cultura financiera en las personas, que cada vez son más exigentes en su relación con las distintas entidades. "Hemos notado que en los últimos tiempos los clientes se han vuelto más exigentes, sobre todo al solicitar créditos hipotecarios y vehiculares", reconoce Javier Balbín. Si antes el poder estaba en manos de los promotores, es ahora el cliente quien discrimina y descarta las ofertas de acuerdo al tipo de interés, promoción, descuento o trato que más le conviene. ■



No Solo Casas, También Autos

La capacidad de gasto y consumo es tan óptimo para el sistema financiero, que recientemente algunas entidades están presentando nuevas propuestas, esta vez relacionadas con el financiamiento de autos. Así por ejemplo, el BCP, siempre a la vanguardia en nuevos productos, ha lanzado Compra Inteligente, una modalidad de financiamiento sui generis en el país, que permite cambiar un auto por uno nuevo cada dos o tres años, algo frecuente en EE. UU. o Chile. "Es una alternativa que ahora ofrece la banca local, orientada a personas que buscan manejar siempre un auto nuevo, renovándolo", dice Gianfranco Ferrari, del BCP. Por lo pronto, esta entidad busca colocar US\$ 100 millones en créditos vehiculares este nuevo año. No es el único caso. La financiera chilena Amicar, entidad especializada en vender autos de marcas como Hyundai, Suzuki, Ford o Samsung, está próxima a entrar en el país. Amicar es una financiera lanzada en 2007 líder en su rubro. Pertenece a un *holding* chileno poderoso y además posee el 70% de Bramont en Brasil.

El Reino de los Cajeros y las Tarjetas

Sin duda, nuestro sistema financiero tiene características peculiares: por un lado, genera un modelo que prioritariamente utiliza cajeros y, de otro, destierra el uso de chequeras. Respecto a los cajeros, es claro que su uso desplaza a las ventanillas de banco como el principal canal de atención a clientes. En 2006, el 32% de las operaciones se hacía a través de ventanillas y el 15% en cajeros, mientras hoy la cifra prácticamente se ha invertido. El uso y expansión de cajeros automáticos y corresponsales en los sitios más alejados del país muestran su preferencia. Igual viene ocurriendo de a pocos con la banca por Internet, que ya representa el 23% de operaciones. Finalmente, el uso del cheque por parte de las personas casi desapareció en nuestro país, a diferencia de lo que sucede en Chile o EE. UU., pues en el Perú se prefiere de lejos la tarjeta de débito.

