

Javier Ichazo, CEO de Mibanco: «Nuestras colocaciones van por encima del nivel prepandemia»

¿Cuál es la situación de las microfinanzas en el Perú después de la pandemia y en medio de la crisis global?

La pandemia fue muy dura para las micro y pequeñas empresas (mypes), sobretodo porque cuentan con menores espaldas financieras con respecto a la mediana y gran empresa. Durante la pandemia, tanto las entidades financieras como el Gobierno, apoyaron a muchas de estas empresas. En Reactiva 1, Mibanco colocó 6.000 créditos, mientras que en Reactiva 2 colocamos 270.000 créditos para las mypes. Lo que hicieron las entidades financieras, ayudando a sus clientes, y los esfuerzos del Gobierno evitó que más empresas cayeran en default.

¿Y cuánto afectará este contexto de inflación mundial?

El año 2022 empezó bien. Los datos de colocaciones indican que el segmento está creciendo. A las microfinancieras nos toca apuntalar el desarrollo de nuevos emprendimientos. Se dice que el segmento de microfinanzas es contra cíclico, pues cuando la economía no está tan bien se potencia. En ese contexto, buscamos que más mypes vayan a un proceso de formalización y que no sientan que no son competitivas.

(En lo que va del año) no hemos visto afectados los volúmenes. De hecho, como Mibanco tenemos colocaciones por encima del nivel prepandemia. Todavía no hemos visto efectos de inflación

en el portafolio. Lo que sí hemos visto son los efectos de las olas de la pandemia (enero), que normalmente afectan hasta seis meses después. Hemos salido de los rezagos de la tercera ola y no vemos señales de deterioro por inflación. Habrá que esperar y ver si en la segunda mitad del año vemos algún efecto producto de la inflación.

¿En qué medida el aumento de las tasas de interés afectará las colocaciones del sector?

Las tasas de interés han subido globalmente y los temas de inflación tienen muy preocupados a los bancos centrales. Esto tiene un impacto porque algunos créditos pueden hacerse más caros y se podría desincentivar el uso del crédito desmedido. Sin embargo, todavía no hemos visto un efecto de la inflación en la reducción de flujos de créditos. Pero, estamos mirando muy de cerca, sobre todo mirando la capacidad de endeudamiento porque la inflación puede afectar los flujos si ese incremento de precios no se puede trasladar al consumidor final.

Entonces, tenemos que mirar si tenemos algún efecto en el segundo semestre y en qué medida se puede mermar la capacidad de endeudamiento, de inversión de nuestros clientes. Si los flujos se reducen, entonces se pensará más antes de hacer una inversión. Esto lo hemos sentido un poco. En los créditos más largos o de activo fijo, los clientes están más cautelosos.

¿Se ha incrementado la morosidad?

No hemos visto un aumento de la morosidad en el sector. Lo que sí notamos son los efectos de la tercera ola, que se queda unos seis meses en microfinanzas, luego todo es "business as usual". Esto nos generó un aumento pequeño de la mora, pero

salimos a rescatar a los clientes.

¿El alza del tipo de cambio ha tenido impacto sobre los créditos?

Donde se complica un poco más es en los importadores. Por ejemplo, en el centro de Lima, Mibanco tiene un portafolio de clientes bastante grande y el tipo de cambio sí los afecta. Por lo general, nosotros no prestamos en dólares, por tanto, los clientes tienen sus flujos de pago predecibles en la moneda que transan sus operaciones. En el caso de microfinancieras todos nuestros créditos son en soles. Ello, porque un aumento del tipo de cambio afecta la capacidad de nuestros clientes de adquirir mercadería nueva, porque suben los precios o pierden ventas.

¿Cuáles son las perspectivas de las microfinanzas para el segundo semestre?

Queremos ver el vaso medio lleno, no medio vacío. Hemos tenido momentos complicados, hoy nos toca una coyuntura local compleja, experimentamos la lentitud en la toma de decisiones por parte del sector público y tenemos una coyuntura externa complicada. Este segundo punto se da a global y vamos a ser afectados como todos.

Lo importante y lo bueno de nuestro segmento es que nuestros clientes tienen capacidad de reinversión que los lleva a pelear en la cancha. La posición del sistema de microfinanzas en Perú es sólida, el sistema financiero peruano es sólido y ha pasado estas y otras tempestades.

Creo que será un segundo semestre donde tendremos que impulsar mucho la dinámica de negocios y la campaña grande de Navidad. Tenemos que ser oportunos, poder acompañar a nuestros clientes en las inversiones que deben hacer para afrontar esta campaña que se empieza a gestar desde agosto. A esta campaña de Navidad queremos llegar como estamos, sólidos y con capacidad de respuesta para nuestros clientes.

¿Con respecto al año pasado, cuál será el crecimiento del sector microfinanciero?

Si es igual o mejor es lo ideal, pero creo que no será peor. El año pasado nos fue bien en la campaña grande, estuvimos por encima del nivel prepandemia y hoy los desembolsos van por encima del nivel prepandemia. No vemos problemas de mora en el portafolio ni ningún signo de deterioro. Soy optimista respecto a la segunda mitad del año. No hay nada que me haga pensar que vamos a frenarnos o retroceder. Nivel de mora, desembolsos, y originación de créditos vienen con default bajo. La inflación podría subir o las cosas podrían complicarse. Pero la primera mitad del año fue buena.

En prepandemia, en Mibanco desembolsamos S/ 1.050 millones al mes, y ahora estamos en S/ 1.350 millones y el mes pasado llegamos a casi S/ 1.400 millones. Mibanco representa un 25% del mercado, es decir todo el mercado llega a unos S/ 5.600 millones en desembolsos.

¿Cuánto ha avanzado el sector microfinanzas en digitalización e inclusión financiera?

Todos hemos avanzado en incorporar tecnología dentro de sus procesos y modelos de negocios. Hay muchos más clientes en las apps en microfinancieras, lo que no existía hace tres años. En Mibanco, hace dos años teníamos 8.000 clientes en el app y ahora tenemos 630.000 clientes. Las principales cajas ya bordean los 80.000 clientes en sus apps. Ese proceso de adopción digital, de tener una app en la mano e interactuar con ella ha avanzado significativamente.

Otra cosa que está avanzando en el mundo de las microfinancieras es incorporar la tecnología para mejorar los procesos, desde tener un boarding 100% digital o digitalizar parte de los procesos para reducir tiempos, papel, y mejorar experiencia de cliente. La pandemia nos ayudó a acelerar algunos proyectos que ya teníamos con el fin de incorporar la tecnología para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia de las organizaciones.

Sabemos que todavía existe una brecha entre las financieras y la banca tradicional, pero vamos por el camino correcto. Todos hemos pisado el acelerador, primero por necesidad y ahora por convicción. Todos estamos apurados en desarrollar el modelo híbrido, en tener lo mejor de los mundos, dejar a la atención física.

Todo lo que sea proceso duro donde la persona física no agrega valor se robotiza, para concentrarnos en un rol de asesoría y acompañamiento al cliente.

¿Qué resultados alcanzó Mibanco en el primer semestre?

Estamos desembolsando S/ 1.300 millones al mes, lo que significa un 25% más que en prepandemia, y con 20% a 25% menos de fuerza comercial. Nuestro modelo híbrido, que recoge lo mejor de estos dos mundos (presencial y virtual), nos permite estas eficiencias y que el cliente se sienta mejor atendido porque lo que se ha logrado en Mibanco es generar una ventaja sólida de velocidad y conveniencia. Los niveles de mora son muy bajos.

Nuestra originación de crédito a partir del uso de modelos nos está ayudando a tener un mejor perfil de riesgo de portafolio, cada día mejora más y eso origina que no tengamos que hacer tantas provisiones y en términos de utilidades hemos recuperado lo perdido en el 2020. Hicimos provisiones preventivas, pues como Credicorp hemos sido muy cautos, y el 2022 es un año normal para nosotros y vamos a cerrar como si no hubieran existido esos dos años de pandemia.

¿Cuáles son las expectativas de Mibanco para el segundo semestre?

Lo más importante es que estemos de manera oportuna y podamos cumplir las expectativas de necesidad de atención de nuestros clientes tanto en velocidad de respuesta y en la conveniencia para estar donde ellos estén y puedan servirse por nuestros canales alternos.

Estamos en una posición sólida y esto nos permite poder atender la demanda de créditos de nuestros clientes. Vamos a cerrar el 2022 con mejores cifras que el año pasado, más

clientes bancarizados, más inclusión y equidad en nuestro portafolio. Hemos lanzado la campaña “Nivelando la cancha”, con la cual estamos haciendo todos los esfuerzos para tener acciones concretas de equidad de género.

Tenemos varias cosas este año, no solo en el plano económico, sino a nivel social. Mientras podamos generar más recursos, más sociales vamos a ser. Creemos que vamos a bancarizar más de 100 mil personas este año.

¿Qué medidas adicionales podría implementar el Gobierno para dinamizar el sector microfinanciero?

Debemos buscar fórmulas en las cuales podamos apalancar esa gran capilaridad de las microfinancieras para llegar a más clientes. Por ejemplo, en Colombia, el Gobierno tiene un programa de garantías para las microfinancieras y atender a los clientes más vulnerables. El Estado les da una cobertura y eso permite bajar el riesgo y cobrar una tasa menor y llegar a poblaciones más complicadas.

En Perú tenemos unos 25.000 asesores de negocios. Mibanco tiene 5.500. Son expertos evaluando créditos, otorgándolos y haciéndoles seguimiento. Apalancarnos de esta infraestructura humana y física puede ayudarnos a llegar a las poblaciones más vulnerables. Fórmulas mixtas con una Asociación Público Privada (APP) podrían funcionar bien. Son miles de clientes los que han sido excluidos por tema de tasas. No podemos seguir repitiendo fórmulas que no han funcionado.

Hay fórmulas mucho mejores que se podrían implementar como incorporar cadenas de valor. Existe, por ejemplo, el

microcrédito agrícola. Si los microproductores están vinculados a una empresa más grande, que los ayude con acompañamiento técnico y los asista, entonces pueden estar la empresa grande, el pequeño y el financiador, y puede hacerse un círculo virtuoso. Hay muchas experiencias en el mundo que podríamos copiar.

En Perú somos 41 microfinancieras. No tenemos ningún interés como Mibanco de pretender que solos vamos a resolver los problemas de la base la pirámide. Necesitamos a las 41 microfinancieras porque el Perú nos necesita a todos. Hay que hacerle la guerra la exclusión, a la pobreza, a la falta de oportunidades. Esa es la guerra que hay que pelear, no entre nosotros. La receta no es lo importante, es el cocinero. La receta hay que compartirla porque el Perú nos necesita a todos unidos.

De hecho, nosotros como Mibanco hicimos más del 50% de créditos de Reactiva, en número de créditos, pero eso no es suficiente. El Perú tienen muchas carencias. El trabajo es enorme y no es exclusivo de uno. Si puedes colaborar con tu competencia, colabora, lo vas a ayudar a servir mejor, ayudará a que las personas de la base de la pirámide tengan más oportunidades. La receta no es el secreto, el secreto está en las manos del cocinero.