

Caja Rural de Ahorro y Crédito Credinka S.A. (CREDINKA), Perú

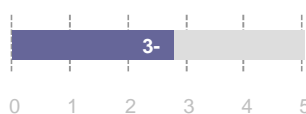
CREDINKA es una institución microfinanciera regulada, constituida en 1994 en el departamento de Cusco. Entre 2007 y 2008 se hizo efectiva la entrada de los nuevos accionistas mayoritarios, el Grupo Financiero peruano NCF. Su **misión** es “Satisfacer las necesidades del Cliente, prestando servicios y productos financieros accesibles, oportunos, competitivos y confiables, que contribuyan con el desarrollo de la sociedad y permitan el crecimiento sostenible de la organización”. Su clientela objetivo se mantiene amplia, pero desde 2008 busca enfocarse en la micro y pequeña empresa en zonas alejadas y desatendidas. Con su red de 33 puntos de atención a abr.11, sirve a 9 departamentos del país, mayormente ubicados en la macro región sur. Sus clientes únicos totalizaron 35,647, con captaciones por 62.8 M en 34,718 ahorristas y colocaciones por 69.4M USD en 21,979 deudores. De estos últimos, el 67.8% corresponde a créditos a la micro y pequeña empresa bajo la metodología individual. CREDINKA también ofrece tarjetas de débito, seguros de desgravamen y de vida, cartas fianzas, entre otros.

Rating de Desempeño Social

Junio 2011

La Calificación Global de Desempeño Social de CREDINKA es “3+”

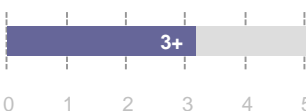
Gestión de Desempeño Social	Inclusión Financiera	Protección al Cliente y Ética Financiera	Política RH	Cambios Sociales
3-	3+	4	3	*



Indicadores	Jun.11
Intento de tener un impacto social	En Proceso
Riesgo de desviación de la Misión	Limitado

Gestión de Desempeño Social

- La misión demuestra un claro intento por alcanzar un cambio social positivo. Los procesos de decisión y planificación se orientan progresivamente hacia ella. La misión es compartida por los principales agentes decisores, mientras que se están fortaleciendo los procesos RRHH para una mayor interiorización a nivel del personal. Así, el nivel de riesgo de pérdida de misión resulta limitado.
- No se han desarrollado mayores indicadores y metas acordados con el nuevo enfoque de la institución. Sin embargo, se observan ciertos avances positivos.



Indicadores	Abr.11
% Prestatarios en zonas <6 IMF's	34.2%
% Prestatarias mujeres (dic.10)	48.6%
% Prestatarios rurales	24.5%
% Prestatarios c/garantía social	52.7%
% Retención Schreiner (2010)	79.3%

Inclusión Financiera

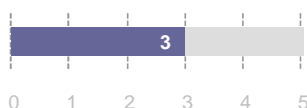
- La institución tiene un claro intento por servir una clientela excluida y viene realizando esfuerzos para incrementar los créditos y ahorros en zonas de baja competencia, aunque su alcance aún es modesto.
- Su gama de servicios es razonable y adaptada a su mercado meta, pero limitada frente a los principales actores. No se monitorea la retención, deserción, ni satisfacción de clientes, pero se tiene previsto importantes mejoras para 2011.
- El costo de los créditos se encuentra en la media del mercado. Se realizan esfuerzos para poder ofrecer sus servicios a un costo accesible con costos transaccionales reducidos.



Indicadores	Abr.11
% créditos chequeados en la central de riesgos	100%
% prestatarios c/seguro de desgravamen	100%
% prestatarios expuestos al riesgo cambiario	2.5%
Tasa Efectiva Anual institucional	27.2%
TEA microempresa	36.3%
Rendimiento de cartera (2010)	23.8%
% Clientes visitados, excepto Negocios y Operaciones (2010)	0.5%

Protección al Cliente y Ética Financiera

- Los procedimientos para prevenir el sobreendeudamiento son razonables y están en proceso de mejora. El límite cuota/excedente del producto principal es alto (hasta 70% u 85%), pero la evaluación de la capacidad de pago es minuciosa.
- Las prácticas de transparencia son adecuadas, comunicándose todos los costos. Los mecanismos vigentes aseguran razonablemente la privacidad de la información del cliente tanto en físico como en electrónico. Si bien los procedimientos de cobranza son adecuados y eficientes, no son totalmente sociabilizados. Sin embargo, se promueve el comportamiento ético del personal. Al verificar el sistema de atención y protección al usuario.
- Se ha implementado políticas adecuadas para prevenir situaciones de lavado de activos, se cuenta con un profesional especializado que realiza revisiones y capacitaciones a todos los niveles.



Indicadores	2010
Rotación del personal	33.5%
Accidentes de tránsito por Oficial de negocios	0.0x
Incremento de sueldo anual/inflación	8.4%
% Personal femenino (abr.11)	50%
% Personal femenino en Comité Gerencial (abr.11)	25%
% Personal recibiendo más de 2 días de capacitación	66.5%

Educación, Salud y Servicios Públicos Básicos	* * * * *
Igualdad de Género y Empoderamiento de la mujer	* * * * *
Lucha contra el Desempleo	* * * * *
Democracia y Derechos Humanos	* * * * *
Eliminación de la Pobreza	* * * * *
Sostenibilidad del Medioambiente	* * * * *

Política de Recursos Humanos

- Las políticas de recursos están en proceso de revisiones y cambios, orientándose hacia políticas justas y equitativas, donde se promueve el ascenso interno. La inducción y evaluación están en reciente sistematización, con capacitaciones para todos que consideran los puntos exigidos por ley. Existe una representación significativa de la mujer.
- Las compensaciones son superiores al costo de vida, pero se limitan frente a la competencia, en especial considerando el sueldo fijo. Se otorgan bonificaciones a parte importante del personal y el sueldo variable de un oficial de crédito es alto.
- El manejo de los riesgos laborales es suficiente. Existe un trato horizontal apreciado por el personal, así como, líneas de carrera. No obstante, la tasa de rotación es alta, habiéndose previsto reformular la encuesta de clima laboral

Cambio social

- La institución no brinda directamente servicios no financieros a sus clientes. Sin embargo, apoya financieramente el desarrollo del sector educativo en zonas rurales. También, tiene una política de responsabilidad social con la comunidad cusqueña, que incluye donaciones en caso de emergencias, desastres.

Perfil de la IMF (Abril 2011)

Servicios financieros

- ✓ Clientes únicos: 35,647 prestatarios y/o ahorristas
- ✓ Servicios de Crédito: 21,979 prestatarios
 - 100% Microcrédito individual: 58.4% Microempresa, 9.4% Pequeña empresa, 32.0% Consumo, 0.2% Otros.
 - Saldo promedio de crédito: 3,264 USD ó 59.0% PBI per cápita (Microempresa: 1,557 USD ó 28.1% PBI per cápita)
 - Tasa de Interés Efectiva Promedio Ponderada: 27.2% (Microempresa: 36.3%)
- ✓ Servicios de Ahorro: 34,718 ahorristas
 - Ahorros, Depósito a plazo, Órdenes de Pago, Otros
- ✓ Servicios de Seguros: 24,118 clientes asegurados
 - 91.1% Seguro de desgravamen (100% prestatarios), 8.9% Micro seguro de vida (6.2% ahorristas).
- ✓ Otros servicios: Tarjeta de débito, Carta fianza, Transferencias, Cobro de servicios, Recaudación de terceros y Cambio de moneda.

Servicios no financieros

	Sensibilización	Capacitación	Servicio
Desarrollo de negocios	✗	✗	✗
Educación, Salud y Serv. Básicos	✓	✗	✗
Empoderamiento de la mujer	✗	✗	✗
Democracia y de derechos humanos	✗	✗	✗
Medioambiente	✗	✗	✗

Perfil del País

Indicadores	Perú	LAC
Demográficos		
Población urbana (%)*	71.5%	78.9%
Salud		
Esperanza de vida al nacer*	73.5	73.6
Tasa de mortalidad (<5) por cada 1,000 nacimientos*	19.4	18.9
Educación		
Tasa de alfabetización (% de personas mayores a 15 años)*	89.6%	91.1%
Fuerza laboral con educación secundaria (%)*	31.8%	29.8%
Género		
% de asientos de parlamento ocupados por mujeres*	27.5%	23.0%
Línea de Pobreza		
Debajo de la línea nacional de pobreza 2010**	31.3%	n/a
Debajo de 1.25 USD diario*	5.9%	8.2% ¹
Debajo de 2 USD diario*	14.7%	17.1% ¹
Gini index*	48.0	52.0
IDH		
Lugar dentro de 169 países*	63	n/a
Cambio en la clasificación 2005-2010*	+ 4	n/a
Economía (2010)		
Crecimiento económico (%) **	8.8%	-2.0% ²
Inflación (%) ****	1.5%	3.5% ²

Fuentes: *Banco Mundial WDI 2007-2009, ** INEI, *** PNUD 2010 Informe sobre Desarrollo Humano, **** FMI WEO, Inflación Promedio. Nota: (1) Datos a 2005, (2) Datos a 2009

Contactos: Planet Rating: Brigitte Narciso; bnarciso@planetrating.com; t. + 51 1 2424597
 Celine Llopis; cllopis@planetrating.com; t. + 51 1 2424597
 CREDINKA: Carlos Franco; cfranco@credinka.net; + 51 54 249090

REF:[BNCL/0811]

Referirse al final del reporte para las secciones Sector de las Microfinanzas y Entorno Socio-Económico.

Presentación Institucional

Estructura legal, supervisión y auditoría

La Caja Rural de Ahorro y Crédito Credinka S.A. (CREDINKA) fue constituida en Cusco en febrero de 1994 e inició sus operaciones en noviembre del mismo año. Es una institución microfinanciera regulada y supervisada por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs y el Banco Central de Reserva. Recientemente, en marzo 2011, presentó su solicitud para transformarse en banco.

Los Estados Financieros (EEFF) son auditados anualmente. En 2010, la auditoría fue realizada por la firma peruana representante de PriceWaterhouseCoopers, quien emitió una opinión sin salvedades. En años previos, fue realizada por el estudio representante de BDO. Los EEFF son elaborados de acuerdo con las normas contables emitidas por la Superintendencia y, de manera supletoria, con las NIFF aprobadas en el Perú.

Propiedad

En sus orígenes, el accionista principal de CREDINKA era la Central de Cooperativas Agrarias Cafetaleras COCLA Ltda. Luego, en 2007, el Grupo Financiero NCF compró la mayoría de sus acciones, culminando el proceso en mayo de 2008. NCF Grupo S.A. es la holding de un grupo financiero peruano que se especializa en el mercado de capitales y que ha logrado administrar patrimonios privados de hasta 150 M USD. En tal forma, NCF Grupo invierte en empresas de diversos sectores económicos, pero sólo en CREDINKA ejerce el control.

Accionistas, may.11	Acciones	PEN	USD	%
NCF Grupo S.A.	469	24,766,014	8,832,387	80.3%
Private Equity NCF Fondo de Inversión	58	3,062,748	1,092,278	9.9%
COCLA, Central de Cooperativas Cafetaleras	10	528,060	188,324	1.7%
Otros (10 individuales)	30	1,584,180	564,971	5.1%
Acciones en cartera	17	897,702	320,150	2.9%
Total	584	30,838,704	10,998,111	100.0%

La Junta General se reúne anualmente, mientras que el Directorio sesiona por lo menos una vez al mes. En 2010, el Directorio se reunió extraordinariamente en ocho ocasiones. Desde la entrada de NCF Grupo, el Directorio se compone de cinco miembros titulares, dos de ellos independientes.

Los directores poseen amplia experiencia en el mercado de valores, financiero, legal y empresarial. El Sr. Fernando Romero, presidente de NCF Grupo, ocupa el puesto de Presidente del Directorio. El Sr. Romero es Magister en Administración de Negocios de la UPC (Perú) y Máster en Dirección y Organización de Empresas de la Universidad Politécnica de Catalunya (España). Asimismo, ostenta una experiencia de más de 15 años en el mercado de capitales.

El Directorio ha constituido tres comités en su seno: el Comité de Auditoría, el de Riesgos y el de Buen Gobierno Corporativo. Los dos primeros sesionan mensualmente y el último ocasionalmente.

Equipo Gerencial

El Equipo Gerencial comprende las Gerencias de Negocios, Ahorros y Operaciones, y Riesgos, liderados por la Gerencia General, que se apoya en la Sub-Gerencia General. En tanto, Administración y Finanzas mantiene como Gerente interino al Gerente General. También se cuenta con la Jefatura de Auditoría Interna y el Oficial de Cumplimiento¹, quienes reportan al Directorio. Por otra parte, el Comité Gerencial se complementa con las Jefaturas de Asesoría Legal, Marketing y Captaciones, Planeamiento, Tecnología de la Información y Procesos, Recuperaciones, y Tesorería. También invita a las Jefaturas de Organización y Métodos, y Recursos Humanos. La Oficial de Atención al Usuario² no participa.

Desde 2008, CREDINKA ha realizado varios ajustes en su estructura organizacional, siendo que la última fue aprobada en diciembre 2010. Los Gerentes tienen amplia experiencia en la institución o en el sistema financiero regulado. El Gerente General, el Sr. Carlos Franco, ingresó a CREDINKA en el año 2009. El Sr. Franco es economista y Máster en Finanzas de la Universidad del Pacífico (Perú); tiene más de 10 años de experiencia en el mercado de capitales; y fue fundador y gerente de “EDPYME Mi Casita”, la primera entidad financiera especializada en la industria hipotecaria, que facilita el acceso a vivienda a familias de menores ingresos.

Donaciones y Financiamiento

CREDINKA no ha recibido donaciones. A abr.11, su estructura de financiamiento se componía de 13.7% patrimonio y 86.3% pasivos. El patrimonio comprende en su mayoría capital social (90%), pues las utilidades son capitalizadas anualmente. Los pasivos corresponden en un

¹ El Oficial de Cumplimiento lidera el sistema de prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo en CREDINKA.

² El Oficial de Atención al Usuario vela por la implementación, cumplimiento de políticas y adecuado funcionamiento del sistema de atención al usuario.

76% a obligaciones con el público, donde resaltan los depósitos a plazo fijo. Le siguen los préstamos o depósitos con instituciones financieras locales y, en menor medida extranjeras, que suman 15%. En este grupo sobresalen las entidades del gobierno, que otorgan préstamos en moneda local, como la banca de segundo piso COFIDE y su programa de apoyo a la microempresa FODEMI, el Banco de la Nación, Agrobanco y recientemente el Fondo Mivivienda. En tanto, las entidades extranjeras se resumen en Cordaid, Global Microfinance Facility y Emerging Microfinance Facility. Así, se mantienen unos pocos préstamos back-to-back de la banca comercial local.

Misión

Los lineamientos estratégicos de CREDINKA se alinean con los objetivos de NCF Grupo, cuya misión declara su compromiso con el desarrollo del país basado en buena gobernanza, relaciones de confianza y alineamiento de intereses.

Su **misión** es “Satisfacer las necesidades del Cliente, prestando servicios y productos financieros accesibles, oportunos, competitivos y confiables, que contribuyan con el desarrollo de la sociedad y permitan el crecimiento sostenible de la organización” y su **visión** “Ser una Institución líder en Microfinanzas en el Perú, reconocida por su solidez y calidad de servicio”. Asimismo, ha adoptado y definido 6 valores: el compromiso, el servicio al cliente, la eficiencia y eficacia, la transparencia, la innovación y el trabajo en equipo.

El cliente objetivo de CREDINKA es diverso. Para la parte crediticia, sirve a la micro y pequeña empresa y, en menor medida, a la empresa mediana y corporativa y la población asalariada de pequeños y medianos ingresos. En tanto, para las captaciones, sirve a estos mismos mercados más a la población de ingresos altos.

Características del Alcance

Si bien no se han caracterizado a los mercados que atiende, se pueden realizar ciertas inferencias sobre la base de una combinación de la estadística nacional por distrito y la concentración de clientes de CREDINKA también por distrito. Perú se divide en 24 departamentos y 1 provincia constitucional, que a su vez se dividen en provincias y estos en distritos. Para este análisis se utilizó la estadística nacional relevante más precisa, que corresponde a la del Censo Nacional de 2007³.

³ Existe data más reciente, pero el nivel de detalle no es el suficiente.

■ Prestatarios

Dpto.	Deudores	Penetración adultos ***	Pobreza total*	Pobreza extrema*	Rural*
Ancash	474	0.67	16.7%	1.4%	4.9%
Apurímac	2,256	8.00	42.8%	12.4%	25.3%
Arequipa	440	0.57	22.3%	3.2%	5.7%
Cusco	13,346	16.59	43.1%	17.1%	30.6%
Huánuco	1,785	3.42	35.1%	8.4%	12.8%
Junín	1,031	1.26	33.2%	6.4%	7.8%
Lima	913	0.16	23.4%	1.6%	2.6%
Puno	423	0.50	61.0%	20.5%	26.5%
San Martín	1,196	2.42	33.1%	10.3%	14.9%
Otros(9)**	72	0.02	28.5%	20.9%	89.2%
No definidos	43				
CREDINKA*	21,979	1.15	39.8%	13.7%	24.5%
Perú			39.3%	13.7%	35.0%

Fuente: INEI Censo Nacional 2007 para pobreza total, extrema y rural, y proyección 2011 para la penetración. Nota: * Corresponde al promedio ponderado de las áreas de operación de CREDINKA; ** Se refiere a otros departamentos donde el número de deudores es mínimo; *** Penetración por 1,000 adultos.

■ Ahorristas

Dpto.	Ahorristas	Penetración adultos ***	Pobreza total*	Pobreza extrema*	Rural*
Ancash	329	0.5	18.2%	2.4%	8.0%
Apurímac	3,706	13.1	40.6%	11.5%	23.4%
Arequipa	342	0.4	24.3%	5.9%	17.3%
Cusco	25,325	31.5	46.1%	19.7%	35.2%
Huánuco	969	1.9	35.1%	8.4%	12.6%
Junín	533	0.6	33.0%	6.2%	7.3%
Lima	1,144	0.2	14.9%	0.9%	2.9%
Puno	308	0.4	59.3%	19.3%	23.7%
San Martín	1,347	2.7	30.7%	8.7%	10.6%
Otros (14)**	193	0.0	44.5%	18.2%	65.3%
No definidos	522				
CREDINKA*	34,718	1.81	42.3%	16.6%	30.0%
Perú			39.3%	13.7%	35.0%

Fuente: INEI Censo Nacional 2007 para pobreza total, extrema y rural, y proyección 2011 para la penetración. Nota: *Corresponde al promedio ponderado de las áreas de operación de CREDINKA; ** Se refiere a otros departamentos donde el número de deudores es mínimo;*** Penetración por 1,000 adultos.

Penetración de Servicios

A jun.11, CREDINKA cuenta con una red de 33 puntos de atención, entre su oficina principal, 27 otras agencias fijas y 5 agencias móviles. Así, sirve a zonas urbanas y rurales de 9 de los 24 departamentos del Perú. En este mismo radio de acción, cuenta con tres cajeros automáticos alquilados, una ventanilla especial con horario extendido y ningún cajero corresponsal u oficina compartida en el Banco de la Nación⁴. CREDINKA enfatiza su atención a la macro región sur del país⁵ y la consolidación de sus corredores económicos. De las 9 plazas atendidas, sobresalen Cusco y Apurímac tanto en colocaciones como en captaciones (ver cuadros previos).

⁴ Los 2 últimos corresponden a mecanismos permitidos por la SBS para atender a clientes sin necesidad de conformar una agencia como tal.

⁵ Comprende los departamentos de Apurímac, Arequipa, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno y Tacna.



El plan de expansión 2011 contempla la apertura de nuevas agencias y cajeros automáticos, con el fin de alcanzar a 12 departamentos del país a través de 38 puntos de atención y 5 cajeros automáticos alquilados. CREDINKA continuará con la consolidación de los corredores económicos de la macro región sur.

Productos financieros y servicios

Productos de crédito:

Ofrece créditos bajo la metodología individual, ya sea en PEN o en USD, pero este último es muy poco utilizado, así las condiciones aquí descritas se refieren a préstamos en PEN. Todos los créditos cobran una tasa efectiva anual sobre saldos, más impuestos bancarios mínimos (ITF de 0.05%) y un seguro de desgravamen obligatorio.

- PYME:** Crédito individual para la micro y pequeña empresa no formal de la zona urbana y rural, destinado a financiar capital de trabajo, activo fijo o compra de deuda. Representa el 62.1% de los clientes a abr.11. Los montos varían desde 300 PEN (107 USD) hasta 300,000 PEN (106,990 USD). El plazo fluctúa entre 1 y 72 meses como máximo, con un periodo de gracia de hasta 4 meses, con un plazo promedio de 15 meses. El pago depende del flujo de ingresos, puede ser a una cuota única como máximo a 12 meses, o mensual. La tasa depende del monto, subproducto, tipo de cliente, y se pueden hacer excepciones. La EIR, que incluye todos los costos, varía de 20.2% a 72.5%, con un tasa promedio ponderada de 32.8% a abr.11. La EIR puede reducirse si el crédito está garantizado con un depósito, pues estos generan un interés entre 2% y 3.5% anual. Dentro del producto PYME, destaca el **producto Crediwarmi**, que se destina a mujeres del medio rural, habitantes de ciertas zonas geográficas. Los montos van de 300 PEN (107 USD) a 5,000 PEN (1,783 USD), con una EIR, que incluye todos los costos, entre 27.8% y 72.5%, con una tasa promedio ponderada de 48.0% a

abr.11. Otro producto que resalta es el **MYPE Rural**, con condiciones similares al producto anterior, pero que sirve a hombres y mujeres.

- Consumo:** Crédito individual destinado al consumo, puede ser a dependientes externos o el mismo personal de CREDINKA. La institución ha celebrado contratos con varias empresas locales, realizándose el cobro de las cuotas por descuento en el pago de la remuneración. Representa el 32.4% de los clientes. El plazo fluctúa entre 1 y 72 meses como máximo, con un periodo de gracia de hasta 4 meses, con un plazo promedio de 44 meses. El pago de la cuota es mensual. La EIR varía entre 18.7% y 56.9%, con un promedio de 22.6%, pues la mayoría se trata de préstamos con convenios con empresas, a tasas preferenciales. La EIR puede reducirse si está garantizado con un depósito, pues estos generan un interés de acuerdo a tarifario.
- Otros con participación menor: i) **Agrario**, destinado a la micro y pequeña empresa de zonas puntuales, ii) **Hipotecario de Vivienda**, de reciente lanzamiento, destinado a los sectores de la población de menores ingresos, bajo el esquema del Fondo Mivivienda, y iii) **Empresarial**, destinado a empresas medianas y corporativas y/o formales.

Productos de ahorro

Ofrece captaciones en PEN y USD a personas naturales y jurídicas de la zona urbana y rural. Todas están sujetas a impuestos mínimos (ITF de 0.05%), salvo ciertas excepciones. Para las personas naturales, que son la gran mayoría, el monto mínimo de apertura es de 20 PEN (7.1 USD) con un saldo mínimo de 10 PEN (3.6 USD). Sólo se cobra gastos administrativos u otros, si la cuenta no registra movimientos o no cumple con los saldos mínimos.

- Ahorro corriente:** cuenta con el mayor número de ahorristas, mas del 60% a abr.11, pero no así en volumen. Genera una TEA entre 1.00% y 1.75% en PEN y entre 0.75% y 1.00% en USD.
- Ahorro Proyecto de Desarrollo:** ahorro para las mujeres participantes del Proyecto Corredor Puno Cusco. Genera una TEA preferencial de 3.5% en PEN
- Depósitos a plazo:** genera una TEA de 1.75% a 9.75% según el monto, el plazo pactado (mínimo de 30 días a un máximo de más de 720 días), la moneda y si se trata de persona natural o jurídica. A abr.11, tiene casi el 20% de los clientes, pero es el principal en volumen.
- Depósitos de CTS:** Genera una TEA de 6.75% en USD y 12.0% en PEN para el pago de este beneficio laboral.
- Otros con participación menor: i) **Ahorro Remuneraciones**, cuenta para el pago de remuneraciones de empleados dependientes, ii) **Ahorro Credinka Inversión**, cuenta de ahorro con mayor tasa pero monto mínimo más alto, y (iii) **Ordenes de pago**,

cuenta de ahorro, cuenta de ahorro con órdenes para pagos a terceros.

Microseguros:

CREDINKA ofrece el seguro de desgravamen y de vida en asociación con las compañías aseguradoras La Positiva.

- **Seguro de desgravamen:** seguro obligatorio para todos los deudores que cubre el saldo insoluto del préstamo en caso de muerte o invalidez total y permanente. Su costo es de 0.028% más IGV para el titular y 0.05% mas IGV para el titular y su conyugue.
- **Seguro de vida:** seguro para los ahorristas del producto “Ahorro Proyecto de Desarrollo”. En el primer año de introducción, CREDINKA lo financia gratuitamente. Su cobertura es de 1,000 PEN (357 USD) por muerte del titular y 600 PEN (214 USD) por muerte del conyugue y/o luto. Los beneficiarios a abr.11 son 2,139.

Otros servicios financieros

- **Tarjeta de débito:** de reciente lanzamiento, la tarjeta está afiliada a la red Visa, vía el emisor Unibanca, con 700 cajeros a nivel nacional. Permite el consumo en establecimientos afiliados y el retiro de efectivo en cajeros automáticos afiliados. Sin costo, salvo para la reposición, con 5 transacciones libres en los cajeros de la red Unibanca. Todas las tarjetas cuentan con un seguro contra clonaciones, financiado por CREDINKA. A abr.11, se tienen 330 usuarios.
- **Cartas fianzas:** carta a favor de tercero, que garantiza el cumplimiento de ciertas obligaciones, tal como la presentación a licitaciones. No hay monto mínimo y se exige un depósito en garantía por el monto y duración de la fianza (generando un interés). La comisión es trimestral de 1.0% a 2.0% en PEN o USD, según el tipo de fianza y cliente. Se cobra una comisión por emisión de 50 PEN (20 USD). A abr.11, se tienen 554 clientes.
- Otros: (i) **Transferencias**, servicio por el cual un cliente realiza a transferencia a un tercero, no necesariamente cliente de CREDINKA, (ii) **Cobro de Servicios**, luz, agua, teléfonos y cable, sin costo para el cliente de CREDINKA, y (iii) **Recaudación de Terceros**, recaudos de pensiones y matrículas.

CREDINKA no ofrece servicios no financieros.

Redes

CREDINKA pertenece a la red peruana Asociación de Microfinanzas Peruanas, ASOMIF.

Rating de Desempeño Social

▪ Gestión de desempeño social

Gestión de desempeño social recibe la calificación de “3-”

Definición de la misión

CREDINKA	
Definición	Comprometido
<i>Año de la última actualización o revisión</i>	2010
Intento por alcanzar un impacto social	En proceso

La misión de CREDINKA demuestra su intento por alcanzar un cambio social positivo. Cuando CREDINKA se constituyó en 1994, sus operaciones se orientaban hacia las microfinanzas rurales, con un énfasis en el sector agropecuario. No obstante, hasta antes de la compra por parte de NCF Grupo entre 2007 y 2008, la misión no correspondía a su realidad, pues la cartera era mayormente de tipo consumo en la zona urbana. Desde entonces, no se ha cambiado la esencia de la misión, sino que las operaciones de CREDINKA se están orientando progresivamente hacia ella, sobre todo en áreas alejadas y desatendidas⁶. Complementariamente, los agentes de decisión estratégica gozan de un conocimiento oportuno sobre la realidad socio-económica en las regiones donde se localiza la institución y en las cuales busca desarrollarse.

La misión cubre los puntos claves del desempeño social. De este modo, la clientela objetivo es definida de manera general, “el Cliente”, pues CREDINKA alcanza varios mercados y segmentos socio-económicos, pero con un nuevo enfoque en la micro y pequeña empresa de zonas retiradas y poco atendidas. CREDINKA también busca brindar servicios y productos financieros responsablemente, si bien sus calificativos no lo indican de manera exhaustiva, “prestando servicios y productos financieros accesibles, oportunos, competitivos y confiables para el desarrollo de la sociedad y la organización”. En efecto, la institución está sujeta a la norma de transparencia y protección al cliente financiero en el Perú y se ha adherido a la campaña SMART de ACCION y el CGAP.

Institucionalización de la misión

CREDINKA	
Misión Social y Toma de Decisiones	Comprometido
Misión Social y Planeamiento	En proceso
Inversión en Habilidades de Desempeño Social	En proceso
Riesgo de pérdida de la Misión	Limitado

La misión es compartida por los agentes de decisión estratégica y es considerada para la toma de decisiones; en

⁶ Se atiende a la zona rural y el sector agropecuario, pero no existen metas específicas para ellas.

especial, destaca su estrategia de negocios vigente que se basa en la entrada a mercados menos atendidos, donde la competencia es menor y donde el cliente pudiera tener una mayor solvencia moral. Sus puntos de atención buscan atender los corredores económicos del país⁷, sobre todo los de la macro región sur. El equipo gerencial, en su conjunto, se encarga de la gestión del desempeño social (GDS). En efecto, la GDS de CREDINKA está en etapa de formación, pues en primera instancia busca consolidar la atención a la micro y pequeña empresa y la disminución del producto consumo.

La planificación incluye objetivos sociales como el impulso de las microfinanzas rurales. De hecho, su red de atención está expandiéndose hacia nuevas zonas rurales y urbano marginales, inicialmente atendidas con agencias móviles. De la misma manera, se está promoviendo subproductos focalizados y adaptados al microempresario, incluso de la zona rural y/o alejada. Los planes también consideran el fortalecimiento de la cultura organizacional y del clima laboral. Ya desde fines de 2010 se tiene un puesto dedicado para el Oficial de atención al usuario y otro para la Jefatura de RRHH, sumándose al Oficial de cumplimiento desde jul.2008. Por otra parte, CREDINKA mantiene relaciones comerciales favorables con entidades del gobierno, que le otorgan líneas de financiamiento exclusivas para zonas o poblaciones de mayor vulnerabilidad. En consecuencia, el riesgo de desvío de misión es limitado, resultando en la búsqueda de un balance entre la autosostenibilidad financiera y sus objetivos sociales.

CREDINKA

Misión social incluida en la gestión de RRHH	
Reclutamiento	En proceso
Capacitación	En proceso
Evaluación	En proceso
Esquema de incentivos	No

La misión y el objeto social son en su mayoría compartidos a todo el personal. Sin embargo, CREDINKA aún no ha terminado de definir la estrategia que utilizará para comunicarla al personal y al cliente externo. Actualmente, se muestra la misión y visión en las pantallas de las PCs, pero no necesariamente se exhibe en todas las agencias.

Los procesos de RRHH se están fortaleciendo por la nueva estructura y Jefatura dedicada solamente a los RRHH, antes esta función era asumida por la Jefatura de Marketing. Sin embargo, todavía no aseguran de manera suficiente que el personal promueva la GDS, en especial por la significativa tasa de rotación (33.5% en 2010 aunque dentro de la media local) y porque los cambios son recientes o están en

⁷ Los corredores económicos sirven como canales de comercio entre ubicaciones distintas y pueden estar articulados por carreteras, hidrovías o por zonas económicas definidas. (Guerra-García 2004: 6)

proceso. Por una parte, el reclutamiento busca que el personal comparta los valores institucionales. Por otra, la inducción y las evaluaciones incorporan temas institucionales, alineados a la misión, pero los cambios todavía están siendo sistematizados. Luego, la capacitación promueve la GDS en los temas requeridos por la ley peruana, que en todo caso son sustanciales, como la atención al cliente, la transparencia de información y la prevención contra el lavado de dinero. En tanto, se está evaluando premiar al personal por iniciativas en materia de atención al usuario, pues el sistema de incentivos actual sólo promueve el alcance de metas financieras. Para el personal que comisiona, como es el caso de los oficiales de crédito, no existe un tope a su remuneración variable, lo que podría llevarlos a situaciones de conflicto de intereses de cara al cliente. En tanto, CREDINKA sostiene que ella fomenta la competitividad del personal y una mejor distribución de los ingresos de la institución con dicho personal.

Monitoreo del desempeño social

CREDINKA	
Indicadores de Desempeño Social	
Existencia	En proceso
Relevancia	Incipiente
Seguimiento	Incipiente
Confiability	En proceso

Si bien existen objetivos de corte social relevantes, no se han desarrollado mayores indicadores sociales. En todo caso, se observan avances positivos para detectar de manera general el riesgo de desvío de misión y del mercado meta. CREDINKA ha definido una meta de crecimiento para los créditos a la micro y pequeña empresa, fijándose en 61% para el cierre de 2011. La institución está muy cerca de ejecutar esta meta, pues entre dic.07 y abr.11 su participación creció de 31.6% a 56.5% del total de la cartera bruta. En contraste, a pesar de la nueva estrategia, no se ha definido una meta de alcance a la zona rural, ni se monitorea dicho índice. Tampoco se monitorea un índice de bancarización o retención, pero si se determina el ratio de exclusividad de clientes y se controlan las cancelaciones de los productos. No se ha definido un índice de satisfacción de clientes, pero está previsto un estudio detallado para 2011. Este estudio ya ha sido contratado con un tercero especializado y comprende varios puntos pertinentes.

Las herramientas de investigación de mercados aún son subutilizadas, salvo por los estudios de factibilidad para los puntos de atención. No obstante en 2008 la universidad nacional San Antonio Abad del Cusco había realizado un análisis de mercado completo. Lo mismo ocurre con la información socioeconómica sobre el cliente y su unidad familiar, más que todo por las limitaciones del actual software que no han permitido sistematizarla por completo.

Sin embargo, existen planes de envergadura en los departamentos de Riesgos y Tecnología de la Información para optimizar su uso en el corto y mediano plazo. Por el contrario, se tienen otros mecanismos para monitorear aspectos principales de la GDS, los mismos que vienen consolidándose. Los Oficiales de atención al usuario y de cumplimiento realizan revisiones y capacitaciones en agencias a todo el personal. También Auditoría Interna revisa los temas de transparencia, protección al cliente y lavado de activos, aunque sus visitas a agencias involucraron pocas entrevistas a clientes. En 2010, se entrevistó a 0.5% de los clientes únicos, todos prestatarios, habiéndose planeado un incremento para 2011. Luego, la SBS también realiza inspecciones anuales y visitas a agencias, aunque se observa que varios de los correctivos fueron tardados.

■ Inclusión financiera

Inclusión Financiera recibe la calificación “3+”

Alcance en poblaciones excluidas

CREDINKA	abr. 2011
Prestatarios activos – fin del periodo	21,979
Penetración en la población adulta	1.1
Ahorristas activos – fin del periodo	34,718
Penetración en la población adulta	1.7

Nota: Tasa de penetración por 1,000 adultos.

CREDINKA cuenta con 35,647 clientes únicos, que representan una tasa de penetración de 1.8% adultos en el país, lo que aún resulta en un alcance limitado para el mercado peruano, incluso si se le compara con su principal competencia CMAC Cusco y CMAC Arequipa⁸. En tanto, la penetración de los deudores de 1.1% adultos es menor a los ahorristas de 1.7% adultos, existiendo un importante cruce entre ambos productos.

% operaciones de crédito por sector	2009	2010	abr.11	% evolución 2010/2011
Comercio	21.1%	25.3%	25.9%	22.6%
Servicios	12.5%	13.3%	14.2%	13.6%
Consumo	45.7%	35.5%	31.2%	(31.7%)
Agropecuario	10.1%	9.4%	11.0%	8.6%
Otros	10.5%	16.5%	17.7%	67.7%

Si bien se ha aumentado la cartera a la microempresa con por lo menos 6 meses de operación⁹, los créditos de consumo aún son significativos. A abr.11, los deudores de la microempresa suman 12,858 clientes o 58.5% del total. Esta cifra a su vez representa una penetración de 0.7% adultos y 0.9% de las microempresas deudoras en el país. Además, aunque se sirve a la zona rural, los créditos

⁸ A dic.10, CMAC Cusco tiene 66,133 prestatarios y 178,340 ahorristas y CMAC Arequipa, 190,417 prestatarios y 397,128 ahorristas.

⁹ CREDINKA no financia la creación de empresas.

agropecuarios son poco significativos, pues dicho producto sólo se oferta en determinadas zonas.

CREDINKA abr.2011	Puntos de atención	Deudores	Ahorristas
Nula competencia /1	12.5%	1.9%	0.4%
Baja Competencia /2	35.5%	32.3%	15.5%
Mediana Competencia /3	12.0%	5.5%	7.0%
Alta Competencia /4	40.0%	60.3%	77.2%

Nota: 1.sólo CREDINKA, 2. 2-5 IMFs, 3. 6-9 IMFs y 4.> = 10 IMFs

En los últimos años, CREDINKA ha ampliado de forma importante sus puntos de atención, llegando a alcanzar 33 a abr.11, aunque gran parte se ubica en el departamento de Cusco¹⁰. El mercado peruano es bastante competitivo, con un ratio de saturación de 54% a 2010¹¹, sin embargo, la estrategia de negocios de CREDINKA ha permitido que el 48% de sus puntos de atención se ubiquen en zonas de baja o nula competencia. Con todo, a abr.11, sólo el 34.2% de los prestatarios se localizan en dichas zonas, frente al 15.9% de los ahorristas. Además, es importante precisar que se han desarrollado productos como Crediwarmi, Mype Rural y Ahorro Proyecto de Desarrollo¹², cuya clientela meta es el microempresario de las áreas rurales desatendidas, en particular las mujeres. No obstante, ellos representan el 3.5% de los prestatarios y el 10.8% de los ahorristas. Por otro lado, si una agencia se ubica en una zona de alta competencia, se organizan visitas semanales a zonas de menor competencia. Cuando la demanda crece pero todavía no alcanza el nivel suficiente para abrir una agencia, se desarrollan las oficinas móviles. A abr.11, CREDINKA cuenta con 5 oficinas móviles.

A abr.11, el 43.8% de los prestatarios son exclusivos de CREDINKA. Este indicador es superior a lo mostrado por algunas IMFs reguladas como Mibanco (42%) y EDPYME Nueva Visión (28%), pero inferior al mostrado por entidades no reguladas como el Movimiento Manuela Ramos (58%) y Fondesurco (69%).

Indicadores de pobreza	Perú 2007	CREDINKA abr.11	
		Deudores	Ahorristas
% debajo de la línea nacional de pobreza	39.3%	39.8%	42.3%
% debajo de la línea de pobreza extrema	13.7%	13.7%	16.6%
IDH	0.623	0.617	0.603

Fuentes: INEI Censo Nacional 2007. Nota: Ver Presentación Institucional para más detalle sobre las estimaciones de pobreza de los clientes de CREDINKA.

¹⁰ La penetración en Cusco es de 16.59% adultos en el caso de créditos y 31.50% adultos en el caso de ahorros.

¹¹ Estimado sobre la base de un modelo desarrollado por Planet Rating, que considera el mercado potencial del país.

¹² Ver Productos financieros y servicios en Presentación Institucional

La incidencia de pobreza general en las zonas donde habitan los prestatarios de CREDINKA (39.8%) está ligeramente por encima de la media peruana (39.3%). Ello puede ser consecuencia de la nueva orientación hacia poblaciones más alejadas, menos bancarizadas, como es el caso del Crediwarmi. De la misma forma, las zonas donde se localizan los ahorristas registran una mayor incidencia de pobreza que en el caso de los deudores (42.3%). Ello puede explicarse por la labor de CREDINKA para promover el ahorro en todas las zonas donde opera¹³ y porque el crédito Crediwarmi, surgió tras un producto de ahorro.

Indicadores de alcance	Perú 2007	CREDINKA abr.11
% mujeres prestatarias	50.3%	48.6%
% mujeres ahorristas	50.3%	55.4%
% prestatario rural	35.0%	24.5%
% ahorrista rural	35.0%	30.0%

Fuente: INEI Censos Nacionales 2007; Nota: Estimado de la incidencia de la población rural en las zonas donde habitan sus clientes.

Para el otorgamiento de los créditos CREDINKA no efectúa ninguna preferencia de género, otorgando igualda de oportunidades; así la representación de la mujer en su clientela es similar a la de los hombres y cercana a la media nacional (50.3%). En contraste, su alcance a poblaciones rurales de 24.5% para los prestatarios y 30.0% para los ahorristas, es menor a la media nacional¹⁴.

Finalmente, se favorece la atención a poblaciones vulnerables, por su esquema de garantías flexible. A abr.11, el 52.7% de los prestatarios no presentaron garantías y el 41.1% sólo se les requirió un fiador solidario, El cual es sometido a los mismos controles que el prestatario para limitar el riesgo crediticio.

Adaptación de los servicios

CREDINKA	2009	2010
Investigaciones de clientes respecto a:		
Desarrollo de nuevos productos	No	No
Satisfacción de clientes	No	No
Deserción de clientes	No*	No*
Frecuencia de investigación	Sin frecuencia	
% clientes únicos beneficiados con		
Servicios de ahorros	95.0%	99.2%
Servicios de remesas	0.0%	0.0%
% prestatarios beneficiados con		
Seguro de desgravamen	100%	100%
% ahorristas beneficiados con		
Microseguro de vida	8.7%	6.6%
Monto promedio desembolsado USD	2,793	3,264

¹³ El 77% de las operaciones de ahorro representan menos del 10% del PBI per capita.

¹⁴ Para calcular estos índices, se realizaron estimaciones considerando la incidencia de la población rural en las zonas donde habitan sus clientes, pues CREDINKA no realiza este seguimiento.

% del PBI per capita	61.5%	63.0%
% clientes con un crédito > 12 meses	85.4%	84.4%
Tasa de retención (Waterfield CGAP2)	62.7%	56.4%
Tasa de retención (Waterfield CGAP1)	54.1%	46.8%
Tasa de retención (Schreiner)	77.8%	71.6%
Tasa de retención (Mix Market)	67.8%	57.5%

Nota: *Sólo realiza un control diario de las cancelaciones.

CREDINKA busca adaptar sus servicios financieros a las necesidades de su clientela, y recientemente está enfocado en la consolidación del portafolio de productos ya diseñado. Sin embargo, están pendientes algunas acciones fundamentales, entre las que resaltan el cálculo y monitoreo de la retención de clientes y su nivel de satisfacción. Con la información proporcionada por CREDINKA, se ha estimado diversos índices de retención, como se indica en el cuadro anterior. Así, el indicador más preciso, el Waterfield CGAP2¹⁵, arrojó un 56.4% en 2010, es decir se registró un descenso frente al año previo de 62.7%¹⁶.

Comparada con la amplia oferta local, CREDINKA muestra algunas ventajas competitivas que radican principalmente en la oferta de productos únicos, como el producto Crediwarmi y el Ahorro Proyecto de Desarrollo, y la rapidez y el trato personalizado. Asimismo, se aprecian los esfuerzos positivos de CREDINKA para desarrollar su oferta, por ejemplo con la tarjeta de débito, aunque los beneficiarios son pocos (330 a abr.11), y el nuevo producto hipotecario, bajo el esquema de Mivivienda que atiende a los sectores de la población de bajos ingresos. Sus productos también recogen varias de las principales bondades que ya se encuentran en el mercado, tales como montos bajos para la apertura y mantenimiento de los ahorros, cero cobro de comisiones y portes también para los ahorros y montos bajos para la emisión de cartas fianzas. En contraste, sobresale la limitada oferta de microseguros, que ya está más difundida en el mercado, y de los créditos agropecuarios, a pesar de su orientación a la zona rural.

De manera más concreta, resalta la aplicación de la tasa al rebatir, que beneficia el cliente en caso de adelantos de cuotas. No obstante, si el cliente cancela el crédito por adelantado y no lo renueva, se cobra una comisión de 40 PEN (14 USD)¹⁷. En tanto, como sirve a poblaciones quechua hablantes, el 18% del personal de dichas agencias es bilingüe (entiende y habla fluido). En realidad, la mayor

¹⁵ Este ratio ajusta a los clientes que no han tenido la oportunidad de decidir si renueva o no el crédito (por el plazo del crédito), es decir los más recientes.

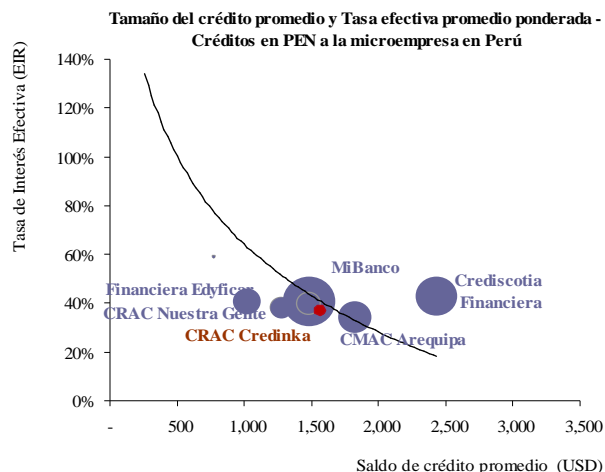
¹⁶ Si se compara el ratio Schreiner (79.3% en 2010), su nivel es favorable frente al obtenido por otras IMFs locales (72.5% de Mibanco en 2009, 70.9% de EDPYME Nueva Visión en 2009, 68.8% de EDPYME Solidaridad en 2010 y 80.9% de la ONG Fondesurco en 2010). Se realiza la comparación con el índice Schreiner, por la disponibilidad de la data.

¹⁷ Vale precisar que esto no ocurre si el cliente no renueva un crédito pagado según el cronograma original.

parte del personal de estas agencias tiene un buen entendimiento del quechua, pero su fluidez es limitada.

Costo de los servicios

Las tasas de interés de los créditos de CREDINKA se ubican en el rango del mercado, con costos más o menos competitivos dependiendo del producto, el monto del préstamo, y el competidor. Planet Rating estimó la EIR promedio ponderada de la cartera microempresa del sistema financiero peruano en 41.2% a dic.10, frente a la de CREDINKA de 36.3% a abr.11¹⁸.



Fuente: Elaborado con la información publicado por la SBS. **Nota:** La línea de tendencia considera la información disponible de todo el sistema regulado y no regulado, no sólo los datos de las IMFs resaltadas. La EIR sólo considera los intereses.

El rango de la EIR de CREDINKA para los créditos a la microempresa, que incluye intereses más los costos adicionales, oscila entre 20.6% y 72.5%. Estas comisiones comprenden el seguro de desgravamen, exigido por ley para los créditos, e impuestos mínimos, para los créditos y ahorros. Si bien, la institución ha realizado esfuerzos positivos para reducir sus costos transaccionales al cliente, siendo estos bajos; el tamaño de la red de atención de CREDINKA es pequeño en comparación con sus principales competidores. Sin embargo, al no contarse con un estudio de concentración de clientela y distancia promedio de las agencias no se podría concluir que la red de atención resulte insuficiente. La mayoría de las garantías no son registradas y los prestatarios pueden pagar las cuotas en diversas agencias, incluso de la banca comercial¹⁹, sin costo adicional y así reducir el tiempo de traslado. Los clientes también se benefician de un servicio rápido puesto que el tiempo para el desembolso puede ser de 1 día

¹⁸ Esta EIR incluye en ambos casos sólo los intereses, pues no hay data disponible que incluya los costos adicionales para todos los actores del sistema. No obstante, estos costos son limitados.

¹⁹ Se refiere a bancos donde CREDINKA mantenga una cuenta.

máximo para los créditos menores a 24,000 PEN (8,559 USD), que son su mayoría.

También se ha establecido una red de agencias con horarios flexibles adaptados al ritmo de vida de la clientela, así, el horario de cierre de determinados puntos de atención fluctúan entre las 5.30pm y 9.00pm. Por otro lado, el servicio de banca electrónica aún está en desarrollo para disminuir más los costos transaccionales.

■ Protección al cliente y ética financiera

Protección al cliente y financiamiento ético recibe la calificación de “4”

Prevención de sobreendeudamiento

CREDINKA	Abr.11
% Créditos verificados en central de riesgos	100.0%
Cuota / Ingreso disponible – micro y pequeña empresa	hasta 85%
Cuota / Ingreso disponible – consumo	hasta 60%
% Prestatarios con seguro de desgravamen	100.0%
% Prestatarios expuestos al tipo de cambio (USD)	2.5%

CREDINKA ha implementado procedimientos relevantes para prevenir el sobreendeudamiento, pero todavía puede seguir afinándose²⁰. Se verifica el historial crediticio y el nivel de endeudamiento del cliente potencial, su cónyuge y sus avales. Para todo monto de crédito, se utiliza la información de la central de riesgos de la SBS en conjunto con la central privada INFORMA Perú, que incluye información más completa²¹. De esta manera, CREDINKA acepta ser hasta la tercera institución para un cliente nuevo y la cuarta para un cliente recurrente. Los oficiales de negocios realizan el análisis de la capacidad de pago de la unidad familiar del cliente para todos los créditos, incluyendo las renovaciones y créditos paralelos. Los límites de endeudamiento se establecen de acuerdo con el producto crediticio y el tipo de cliente. Si bien los límites máximos de cuota/excedente para la micro y pequeña empresa (70% para clientes nuevos y 85% para clientes recurrentes) no son conservadores, esto se mitiga parcialmente por la prudencia en el registro de los ingresos y la exhaustividad en el análisis de la capacidad de pago. De hecho, se utilizan estándares conservadores, aunque no siempre formalizados²², pero que son revisados en Comité de Crédito por personal experimentado de las agencias.

²⁰ La calidad de cartera de CREDINKA ha sido de PNR 30 + refinanciados y reprogramados + castigos anuales de 12.4% en 2009, 6.7% en 2010 y 5.7% a abr.11 (sin castigos a la fecha)

²¹ Incluye además información de las casas comerciales, las IMFs no reguladas, etc.

²² Por ejemplo, respecto al máximo de rentabilidad que puede registrar un tipo de actividad, así se castigan los ingresos si las cifras fueran mayores.

Los oficiales de negocio brindan orientación a sus clientes sobre la prevención del sobreendeudamiento, pero no de manera formal. El área de Auditoría Interna también realiza algunas verificaciones sobre el cumplimiento de la metodología crediticia en agencias y la gestión del riesgo de sobreendeudamiento. Asimismo, el área de Riesgos evalúa el riesgo de sobreendeudamiento y su evolución, teniendo varios indicadores, como el índice de clientes exclusivos y compartidos a nivel del sistema financiero. Por ejemplo, a feb.11 la clientela exclusiva fue de 43.8%, es decir superior al índice de dic.09 de 38.3%. Mantiene un Sistema de alertas tempranas, que considera el monitoreo mensual de indicadores relevantes, como el incremento en el tiempo del nivel del endeudamiento de sus clientes activos, no obstante, puede seguir mejorándose con el análisis de cosechas y stress. En tanto, para 2011, se viene desarrollando una nueva herramienta, basado en un modelo estadístico, que busca prevenir de manera más precisa el sobreendeudamiento. Así, se estaría evaluando la reducción del ratio de cuota/excedente, el cual dependería del nivel de ingreso y el tipo de crédito.

Todos los prestatarios cuentan con un seguro de desgravamen obligatorio que cubre el saldo insoluto del préstamo en caso de muerte o invalidez total y permanente. CREDINKA trata de manejar un tiempo de respuesta menor a 30 días, pero no se mantiene ninguna estadística sobre este tema. Por otro lado, CREDINKA permite el pago anticipado parcial y total en cualquier momento en condiciones razonables. Además, sólo 2.5% de los prestatarios a abr.11 están expuestos al riesgo cambiario, y existen políticas pertinentes para la refinanciación y reprogramación de créditos.

Transparencia de los servicios

Contexto	
Ratio de alfabetización (2007)	89.6%
% clientes alfabetizados CREDINKA	n/d

CREDINKA

Informan sobre la tasa de interés	Sí
Tipo de tasa de interés	Decreciente
Gastos adicionales	Sí*

Nota: *Corresponden al costo del seguro de desgravamen de 0.028% + IGV para el prestatario soltero y de 0.05% + IVG para el prestatario y su cónyuge.

La información referente al costo de los servicios financieros es clara y precisa, en tanto, está en desarrollo el Manual de atención al Usuario que detalle las políticas vigentes. La transparencia se mantiene durante todo el proceso de venta del producto, en efecto, el cronograma de pagos incluye la TEA²³, la TCEA²⁴ y detalla los montos que

²³ La TEA y TCEA son calculadas utilizando el método del EIR, no el APR. La TCEA incluye todos los costos asociados al crédito (comisión, seguro de desgravamen, etc.).

componen la cuota: capital, intereses, seguro de desgravamen e impuestos. Lo mismo ocurre con los productos de ahorro, donde resalta la inclusión de la TREA²⁵, que muestra el rendimiento efectivo del producto. Previo a la celebración del contrato, los clientes tienen acceso a la información sobre las condiciones del préstamo o ahorro por medio de los tarifarios exhibidos en las agencias y en la página web de CREDINKA, en donde además pueden utilizar el simulador de créditos y depósitos. Asimismo, existe un área fuera de negocios, que brinda atención al cliente en todas las agencias. El Oficial de atención al usuario se encarga de la coordinación y la capacitación de este personal respecto a la transparencia y la atención de reclamos. Además, en el caso de los créditos, previo al desembolso, el cliente recibe información por parte de personal diferente a su oficial de negocios.

El contrato y los documentos del préstamo son entendibles y se entrega una copia de los contratos y los comprobantes de todas las transacciones. El personal quechua hablante, presente en cada agencia donde se requiere, ayuda a la comprensión de los documentos y en el caso de los clientes analfabetos, se sigue la normativa existente, por lo que antes de la firma del contrato de crédito se procede a dar lectura de todo el texto con la presencia del testigo a ruego quien firma el contrato junto a la huella digital del cliente.

Fijación de precios responsables

Contexto	2009	2010
Inflación	2.9%	1.5%
CREDINKA		
TEA promedio	27.6%	27.2%
TEA a la microempresa	36.6%	36.3%
Rendimiento de cartera (nominal)	24.4%	23.8%
Ratio de costos operativos	13.1%	12.8%
Ratio de costos financieros	7.1%	7.2%
Ratio de costos de provisión	0.4%	2.9%
ROA	1.1%	1.1%

CREDINKA exhibe márgenes financieros razonables y estables con tasas dentro del rango del mercado peruano, aunque no necesariamente son las menores. Para los clientes nuevos, se cobra una tasa única dependiendo del producto y su tamaño, sin embargo, en el caso de los clientes recurrente, se ofrecen tasas preferenciales y escalonadas, e incluso se pueden hacer excepciones²⁶. Asimismo, el sistema de incentivos para los oficiales de negocios considera la tasa como uno de los componentes. Los costos de transacción y las penalidades en caso de incurrir en mora (tasa moratoria y gastos vinculados) no son excesivos, y en muchos casos menores a los de la

²⁴ *Ibíd.*

²⁵ TREA corresponde a Tasa de Rendimiento Efectiva Anual.

²⁶ Las excepciones están enmarcadas en la normativa.

competencia. En tanto, todos los costos son comunicados al cliente por diversos medios (ver título anterior).

La estructura de costos de CREDINKA es razonable para el mercado local, aunque aún se observan espacios de mejora. Por un lado, los costos financieros podrían seguir reduciéndose dado que la institución planea incrementar la participación de los ahorros en la estructura de financiamiento. Los costos operacionales también pueden seguir bajando, pues existen varias agencias de reciente apertura que aún no son rentables. Lo mismo ocurre con el riesgo crediticio, pues se observan varias zonas donde el riesgo es claramente superior a la media institucional. En contraste, se espera que la inversión sea significativa para mantener la expansión y la ejecución de los planes de fortalecimiento institucional. Finalmente, en línea con el nivel razonable de las márgenes financieros, el ROA (1.1% a dic.10) no es excesivo frente a los benchmarks nacionales y regionales, aunque no se ha establecido una política forma.

Apropiadas prácticas de cobranza

CREDINKA

Procedimientos para apropiadas prácticas de cobranza	Comprometido
Incluidas en el alcance de auditoría interna	En proceso

El riesgo de prácticas inadecuadas de cobranzas trata de mitigarse por las políticas institucionales y una estructura de cobranza dedicada y centralizada. No obstante, el proceso de cobranzas se encuentra en proceso de reevaluación para hacerla más eficiente. La mayoría de las agencias cuentan con un asesor legal y/o un gestor de cobranza. Ellos complementan el equipo de oficiales de negocios para las visitas de cobranzas, que luego se refuerzan con el apoyo de los jefes de negocios, administradores y jefes zonales. Existe un manual de cobranza, pero que no ha sido totalmente sociabilizado a todo el personal participante. Asimismo, el gestor de cobranzas recibe capacitaciones sobre este tema, pero faltaría aumentar la frecuencia y extenderlas a todo el personal de agencia. El papel del personal de cobranza también es el de soportar y aconsejar a los oficiales sobre las buenas prácticas y el proceso de cobranza. Asimismo, en el caso de cobranza judicial y de tercerización de la cobranza se incorpora en el contrato cláusulas que inciden en buenas prácticas. Por otro lado, los procedimientos son verificados por el área de auditoría interna, aunque en 2010 realizó pocas visitas a clientes (0.5% de los clientes únicos, todos prestatarios).

El cliente no es informado formalmente del procedimiento de cobranza que se aplicará en caso incurra en mora pero si se le comunica los costos involucrados. No obstante, la

política de recuperaciones es flexible en caso se identifique voluntad de pago y así se permite la reestructuración de la deuda. Sin embargo, en caso de que se ejecute alguna garantía, se siguen los procesos judiciales aplicables en el país, lo cual es realizado por personal especializado. El número de créditos con garantías ejecutables es mínimo (6.2% a abr.11). No se han proporcionado información sobre las ejecuciones realizada.

Comportamiento ético del personal

CREDINKA

Código de ética aceptado por el personal	Comprometido
Capacitación sobre el código de ética	En proceso
Políticas implementados de Anti-Fraude y Corrupción	Comprometido

La cultura organizacional promueve el comportamiento ético de los empleados, que está presente en el Código de Conducta. Este código forma parte del Manual de Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo, el cual fue actualizado en dic.09. Este manual fue preparado por el Oficial de cumplimiento y revisado por la Gerencia General, para luego ser aprobado por el Directorio y sociabilizado a todo el personal. Si bien los empleados reciben inducción y capacitación sobre el tema de Prevención del lavado de activos, no se realizan mayores capacitaciones sobre el Código de conducta propiamente dicho. No obstante, se han establecido varios mecanismos de supervisión, especialmente por parte de Auditoría interna, el Oficial de cumplimiento y recientemente Riesgos. El Reglamento de trabajo incluye la definición y aplicación de las faltas y las sanciones. Asimismo, recientemente se ha implementado un Procedimiento de denuncia de prácticas cuestionables de manera confidencial, es decir de actividades ilícitas, fraudulentas, hostigamiento laboral, etc.

Existen políticas y procedimientos que establecen un trato justo a todas las solicitudes de crédito, sin ningún tipo de discriminación a los clientes.

Mecanismos para resolver reclamos de los clientes

CREDINKA

Mecanismos implementados para reclamos % clientes visitados, excepto Negocios y Operaciones (2010)	Comprometido 0.5%*
--	-----------------------

Nota: *Se refiere a las visitas de Auditoría Interna.

Los mecanismos para la resolución de quejas son diversos y objetivos, aunque aún no se ha implementado una línea telefónica dedicada que sería de más fácil uso considerando el perfil de su cliente meta. En cada agencia se encuentra un libro de reclamos y buzones, pero que son poco usados por

los clientes. También, se pueden hacer consultas vía la página web de la institución, cuyo uso tiene una frecuencia mayor de una consulta diaria en promedio. De hecho, generalmente los clientes se quejan directamente al personal de la plataforma de atención al cliente, presente en toda agencia, aunque también estas quejas llegan a ser poco frecuentes.

La cantidad de reclamos es mínima (16 reclamos en el año 2010), con un tiempo promedio de respuesta razonable de 16 días. La mayoría de las quejas se refirió a problemas con los cajeros automáticos, que se están volviendo más frecuentes. Entre enero y mayo 2011, se registró 21 quejas de las cuales 62% estaban relacionadas con los mismos problemas. Si bien aún no se aprecia el resultado, se están tomando medidas para solucionarlos. Las quejas de los clientes son reportadas al Oficial de atención al usuario para su investigación y resolución por parte del área involucrada. Este oficial se encarga de la investigación y emite una respuesta formal dentro de los 30 días dispuestos por ley. En caso el cliente no esté de acuerdo con la decisión final, puede quejarse con un tercero imparcial, como es INDECOPI²⁷. Complementariamente, el área de Auditoría Interna realiza revisiones anuales sobre estos mecanismos.

Privacidad en la información del cliente

CREDINKA

Políticas institucionales para la privacidad en la información del cliente	Comprometido
Acuerdos formales con el cliente antes de compartir información con terceros	Comprometido

Los sistemas de la institución aseguran la confidencialidad, seguridad y exactitud de la información del cliente a nivel electrónico y físico. El software considera varios candados y sistemas de seguridad, que están en proceso de mejora, junto con toda la plataforma de tecnología de CREDINKA. Además, los datos de los expedientes son revisados y firmados por el jefe del Comité de Crédito. Luego, el asistente de control y préstamo o el jefe de operaciones (dependiendo al tamaño de la agencia) verifica e ingresa los datos de los expedientes en el sistema y les guarda almacenados con clave. También registra los movimientos de entrada o salida de los expedientes en el sistema, puesto que existe un archivo especial en cada agencia.

Se comunica a los clientes cómo será utilizada su información en caso de que entre en mora de manera verbal y por escrito (reporte a la Central de Riesgos) y los clientes pueden revisar y corregir su información si fuera necesario. No obstante, no se requiere el consentimiento escrito del cliente para la búsqueda inicial en la Central de Riesgos.

²⁷ Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual

Financiamiento ético

Contexto

Ley contra lavado de dinero aplicable a microfinanzas	Sí
---	----

CREDINKA

Sistemas implementados para	
Conocer a sus clientes	Comprometido
Conocer al personal y Directorio	Comprometido
Conocer a los financiadores	Comprometido
Identificar operaciones sospechosas	Comprometido

CREDINKA cuenta con un Oficial de Cumplimiento que reporta al Directorio y que se encuentra a cargo de la detección, investigación y reporte de operaciones sospechosas, del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo. La institución ha desarrollado un sistema de señales de alerta y un Manual de Prevención del Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo para evitar su participación en el financiamiento de actividades no éticas:

- **Conoce a tus clientes:** El procedimiento de evaluación crediticia implica la verificación de la identidad de los clientes y de la naturaleza de sus negocios a través de las visitas a los negocios y/o domicilios para los préstamos nuevos y las renovaciones.
- **Conoce a tus financiadores:** El 85% de los adeudados provienen de entidades del gobierno peruano con la misma implicación social en el sector, y el resto de entidades extranjera reconocidas. Asimismo, para todo financiamiento aplican los aspectos indicados en “identifica las operaciones sospechosas”.
- **Conoce a tu personal y a los directores:** Se verifican los antecedentes personales y laborales del personal que ingresa a CREDINKA así como su calificación y nivel de deuda en el sistema financiero. Esta última evaluación se monitorea trimestralmente. Por otro lado, se dispone de mecanismos suficientes para conocer a los miembros del Directorio, los cuales no mantienen ninguna relación operativa con la institución, ni afiliaciones políticas.
- **Identifica las operaciones sospechosas:** Desde 2011, se implementó un registro de operaciones inusuales de acuerdo a los montos de las transacciones. Se analizan y si son calificadas como sospechosas son reportadas a la Unidad de Inteligencia Financiera de la SBS.

El Oficial de Cumplimiento capacita, tanto al personal de negocio como de administración, dos veces al año de manera física y virtual. En 2010, se capacitó al 80% del personal de CREDINKA y 56% recibieron ambas capacitaciones. Asimismo, en la inducción se toca este tema a través de un video informativo.

■ Política de recursos humanos

Políticas de Recursos Humanos recibe la calificación “3”

Igualdad de derechos

CREDINKA	2009	2010
% de mujeres dentro del personal profesional	49%	52%
% de mujeres del Comité gerencial	44%	62%
% de personal con discapacidades	0%	0%
% de personal que recibió al menos dos días de capacitación	100%	100%
# días de capacitación por empleado	n/d	n/d

Está en fortalecimiento la aplicación de políticas de RRHH justas y equitativas para todo el personal. Por una parte, el proceso de reclutamiento es estandarizado de acuerdo al puesto. Las condiciones contractuales son conocidas. Los contratos por lo general son a 6 meses y luego a 12 meses renovables, dependiendo de los resultados de su evaluación. Posteriormente, después de 4 años (aunque podría ser antes), el personal se beneficia de un contrato a tiempo indeterminado. En efecto, el 17% del personal a abr.11 mantiene un contrato a tiempo indeterminado. Por otro lado, la inducción considera temas pertinentes, pero todavía está en institucionalización. Lo mismo ocurre con las evaluaciones, que recién aplicarían para todos y de manera semestral a partir de 2011.

El 100% de los empleados reciben por lo menos 2 días de capacitación. Varias de estas capacitaciones son institucionales y específicas por puesto. En tanto, para 2011 se ha desarrollado un plan anual, pero que no sido bien sociabilizado en todos los departamentos. La mayor parte de los cursos son internos, por lo que no generan mayores gastos. De hecho, los gastos de capacitación representaron el 0.9% de los gastos del personal en 2010, frente al 1.4% del 2009.

Los procesos de RRHH son transparentes, pero falta reforzar la comunicación de los beneficios adicionales de ley. Las líneas de carrera para el personal de todas las áreas están claramente definidas y se privilegia la promoción interna. Además, las escalas salariales fueron actualizadas a principios del 2011 y el sistema de incentivos es comunicado a todo el personal. Por otro lado, se favorece la contratación de personal de la zona, con igual condición para la mujer. La representación femenina es adecuada (50% a abr.11) sobre todo en los cargos altos donde participa con el 62% del Comité Gerencial y el 20% del Directorio.

Política de remuneraciones

CREDINKA	2009	2010
Incremento anual del sueldo / Inflación	5.7x	8.4x
Incremento anual del sueldo del Oficial de negocios / Inflación	7.1x	10.1x
Gasto de Seguro de Salud / Gasto de Personal	4.7%	3.5%

Desde 2010, se tiene una nueva política de compensaciones para todo el personal, que norma el salario fijo, variable y extraordinario. Así, a abr.11, el 37% del personal goza de remuneración variable. El ratio entre el promedio de los 5 mayores sueldos y los 5 menores sueldos es razonable (11.4x a abr.11)²⁸. El nivel de sueldos en CREDINKA se encuentra en el rango del mercado, pero por debajo de la media de la competencia para el sueldo fijo de los puestos operativos. No obstante, el nivel de comisiones para los oficiales de negocios es ilimitado y su promedio alcanza el 122% de la media del sueldo fijo, pudiendo causar situaciones de conflicto de intereses (ver sección “Gestión del Desempeño Social”). Además, la base fija representa 3 veces el salario mínimo legal y 1.4 veces el valor de una canasta básica familiar. Sin embargo, la movilidad de 96 PEN (34 USD) por lo general no cubre los gastos involucrados, los cuales serían compensados con las comisiones. CREDINKA paga horas extras para el personal administrativo cuando las mismas son justificadas y aprobadas por el nivel requerido, para el personal de negocios las horas adicionales que implique en su labor son compensadas por la remuneración variable. Adicionalmente el personal goza de horas libres en caso se requieran.

Se provee la cobertura de la seguridad social obligatoria a todo el personal, el cual también puede optar por el seguro de salud privado si así lo desea. Además, el personal que ha trabajado por más de un año recibe la cobertura del Seguro Vida Ley. La empleabilidad del personal es promovida a través de las capacitaciones, siendo éstas más recurrentes y/o específicas para ciertos puestos o departamentos. Luego, se han dispuesto algunos convenios con casas comerciales, centros médicos, entidades financieras, así como campañas médicas, pero que pueden no alcanzar a todo el personal por igual por su cobertura geográfica.

Condiciones laborales

CREDINKA	2009	2010
Tasa de rotación del personal	30.6%	33.5%
Tasa de rotación del personal neta del periodo de prueba	n/d	n/d
Porcentaje de ocurrencia de asaltos	0.0x	0.0x
Porcentaje de accidentes de tránsito por OC	0.0x	0.0x

²⁸ Se refiere al personal profesional y a los salarios que incluyen la parte fija y variable.

Se toman medidas convenientes para asegurar que las condiciones laborales no pongan en peligro la salud y la seguridad del personal. Así, se han establecido políticas adecuadas para el manejo de efectivo, pero faltaría fortalecer el control para el manejo seguro de los vehículos. Las agencias están equipadas con elementos y personal de seguridad de acuerdo a la normatividad vigente y con las condiciones donde se ubican las agencias.

Existen canales de comunicación por medio de los cuales el personal puede transmitir sus iniciativas o sugerencias, pero falta una mejor articulación a nivel institucional. En contraste, si es consultado antes de ser transferido a una nueva agencia. Se ha realizado encuestas de clima laboral, pero su metodología de aplicación no permitió alcanzar conclusiones objetivas; por lo que se aplicará una nueva metodología en 2011. Desde el cambio en el accionariado, el personal está más satisfecho con el clima y las condiciones laborales dado el trato horizontal. Asimismo, se han implementado mecanismos adecuados para integrar al personal, como la Revista Virtual. Con todo la tasa de rotación es notable (33.5% en 2010), aunque alineado a lo observado en el mercado peruano²⁹.

■ Cambios sociales

Cambios Sociales recibe la calificación de “*”

De acuerdo con la escala de calificación social de Planet Rating, la calificación de “Cambios Sociales” es otorgada en función a la focalización de la IMF en o los sub-factores relacionados. CREDINKA está focalizada en “Educación, salud y servicios básicos”.

Educación, salud y servicios básicos ****

Si bien la institución no ofrece servicios no financieros a sus clientes, CREDINKA participa financieramente en el desarrollo de las escuelas del sector rural y en la promoción del tema de educación a través de alianzas con las asociaciones civiles ProPias y ProRural. Además, tiene una política de responsabilidad social con la comunidad a través del patrocinio de un equipo de niños de Cusco. Su participación es anual y depende de las utilidades del año, así en 2010 estos totalizaron 80,000 PEN (28,530 USD). De manera más puntual, en caso de eventos imprevistos, CREDINKA hace donaciones a los pueblos de la región para la compra de artículos de primera necesidades. Por ejemplo, en 2009 se donó 10,000 PEN (3,566 USD). Finalmente, desde 2009, CREDINKA participa en el apoyo de las festividades de la región con la promoción de las principales ruinas arqueológicas donando anualmente 60 millones PEN (21,4 millones USD) a la municipalidad del Cusco.

²⁹ Edpyme Nueva Vision 35%, Mibanco 18.5%, Edpyme Solidaridad 49.1%, FONDESURCO 29.7%, MMR 34% datos a dic.2009 Fuente Informes Planet Rating.

Igualdad de género y empoderamiento ****

CREDINKA no tiene un enfoque de género y no se realiza sesiones educativas sobre el empoderamiento de la mujer, pero si fomenta la equidad entre el hombre y la mujer. Por ejemplo, tiene los productos de Crediwarmi y Ahorro Proyecto de Desarrollo para las mujeres, y no fomenta políticas de equidad en su personal.

Lucha contra el Desempleo ****

CREDINKA no ha implementado herramientas para medir el impacto del otorgamiento de un crédito en términos de creación de puestos de trabajo. No obstante, la meta de la institución es otorgar más de 60% de su cartera bruta a la micro y pequeña empresa para fines de 2011. Esta parte de la cartera se destina principalmente al financiamiento del activo fijo o capital de trabajo necesario para el desarrollo de las microempresas y así fomentar la generación de empleo a medida que la empresa crezca.

Democracia y derechos humanos ****

CREDINKA no tiene programas específicos desarrollados para fomentar la democracia y el respeto a los derechos humanos en su clientela.

Disminución de la pobreza ****

No se han implementando sistemas para monitorear la evolución del nivel de pobreza económica de su clientela. No obstante, el objetivo último de la institución es mejorar la calidad de vida personal y familiar de sus clientes para así poder generar valor económico y reducir la pobreza en las zonas donde actúan.

Medioambiente sostenible ****

CREDINKA aún no ha desarrollado productos crediticios con condiciones favorables para actividades económicas que promuevan el cuidado del medio ambiente. Asimismo, no es política de la institución educar a los clientes a través de los oficiales de negocios sobre prácticas para el cuidado del medio ambiente en sus negocios, ni ha establecido políticas internas.

Sector de las Microfinanzas

A partir de la década de los ochenta, distintas ONGs formaron programas de microcrédito que dieron lugar más adelante a entidades especializadas en microfinanzas. Para este propósito, fue fundamental el soporte técnico y financiero de cooperantes internacionales. En paralelo, el gobierno brindó el marco legal adecuado para la creación de instituciones microfinancieras. Así, en 1980, se fomentó la creación de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMACs) que contaron además con el soporte técnico de la cooperación alemana. Posteriormente, en 1992, se constituyó el marco legal apropiado para el funcionamiento de las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRACs) dirigidas al sector agropecuario. Por último, en 1994, se crearon las Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Micro Empresa (EDPYMEs) a fin de promover la inclusión de las ONGs de microfinanzas en el sector regulado.

Luego de esta etapa inicial, el sector ha estado caracterizado por sucesivas fusiones y adquisiciones y por el ingreso progresivo de la banca tradicional al segmento del microcrédito, especialmente desde 2007, que han dinamizado el sector. Así, en la actualidad, el mercado está conformado por 57 IMF³⁰ que representan una cartera de 6,838 M USD y 1.8 millones³¹ de clientes activos a dic.10.

Tipo de Entidad*	N° Inst.	Cartera M USD	%	Cientes	%
CMACs	13	3,015	41.3%	979,362	29.2%
Financieras	5	1,452	19.9%	1,081,654	32.2%
MiBanco	1	1,302	17.8%	401,788	12.0%
CRACs	10	633	8.7%	271,017	8.1%
EDPYMEs	10	352	4.8%	200,200	6.0%
ONGs	18	84	1.2%	187,000	5.6%
Subtotal	57	6,838	93.6%	3,121,021	93.0%
Banca Múltiple**	n/a	468	6.4%	233,929	7.0%
Total	57	7,306	100%	3,354,950	100%

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros y COPEME. Información a dic. 2010. No excluye a clientes compartidos. Nota: *No incluye a instituciones cuya cartera de consumo sea mayor al 50%, salvo en el caso de la Banca Múltiple; **Cartera calificada como “microempresa” y “pequeña empresa” por la SBS sin incluir a MiBanco.

La gama de productos ofrecida es amplia y varía en gran medida de acuerdo con las limitaciones impuestas por la regulación. Así, la oferta de productos financieros de las ONGs está limitada a los créditos y seguros de vida y de desgravamen, puesto que no les está permitido captar depósitos del público. Por su parte, la gama de productos ofrecida por las Edpymes es más diversa, siendo las características de los productos crediticios más diferenciadas y los montos otorgados más altos, aunque

³⁰ Sólo considera las IMF^s reguladas y las ONGs asociadas a COPEME.

³¹ Para el cálculo de esta cifra, se agregan los clientes únicos de la microempresa y de la pequeña empresa del sector regulado y los clientes de las IMF^s no reguladas que reportan a COPEME.

cuenta con la misma restricción de no poder captar los ahorros del público. Por otro lado, las CRACs además de los productos crediticios pueden captar depósitos a plazo, más depósitos a la vista y tarjetas de débito con la debida autorización de la SBS. En contraste, las CMACs pueden ofrecer depósitos a la vista, a plazo y también tarjetas de débito. Por último, las financieras y los bancos especializados son los que cuentan con la mayor gama de productos, siendo la única restricción en el caso de las financieras no poder ofrecer sobregiros a sus clientes.

La cobertura de las sucursales de microfinanzas es suficiente pero no es uniforme a nivel de departamentos. Así, el número de sucursales de IMF^s por 100,000 adultos en 2010 es de 6.9 y se aproxima al indicador mostrado por la banca tradicional de 7.4. Sin embargo, se observa que los departamentos con menor incidencia de pobreza son aquellos que cuentan con el mayor número de sucursales de IMF^s³² por 100,000 adultos como Moquegua (16.0), Tacna (15.3), Arequipa (14.1) y Madre De Dios (14.0). Por el contrario, los departamentos con menor cobertura por parte de las instituciones microfinancieras se encuentran entre los que tienen mayores índices de pobreza como: Loreto (2.3), Pasco (3.7), Huánuco (4.0) y Huancavelica (4.1). Esta brecha ha sido cubierta parcialmente por las ONGs que se enfocan por lo general en los departamentos más pobres. No obstante, el costo de acceso y la baja densidad poblacional en estos departamentos hace difícil su cobertura.

Las tasas de interés a la microempresa han disminuido progresivamente debido a la competencia de 43.6% en dic.05 a 29.9% en dic.09 para los préstamos a corto plazo y de 39.1% en dic.05 a 26.6% en dic.09 para los préstamos a largo plazo. No se puede efectuar el mismo análisis comparativo incluyendo el año 2010 debido a los cambios en la clasificación del crédito. Aún así, se pueden extraer ciertas conclusiones como que el promedio de tasas para los créditos a la microempresa (de acuerdo con la nueva clasificación) entre los diversos tipos de instituciones reguladas es similar. Así, la tasa promedio para estas instituciones fluctúa entre 33.9% y 38.0%. En el caso de las instituciones no reguladas, la tasa efectiva global es más alta. Así, utilizando como proxy de la tasa de interés al rendimiento de cartera, se tiene que el rendimiento promedio es de 40.0%. No obstante, la tasa efectiva global pagada por el cliente es más alta debido al costo de los depósitos en garantía y del IGV³³. De esta manera, el rango de la tasa de porcentaje anual promedio va de 39.6%³⁴ hasta 108.6%, siendo el producto de banca comunal el que cuenta con tasas más altas que fluctúan de 43.7% a 118.2%.

³² Se considera datos de las IMF^s que reportan a la SBS y las IMF^s no reguladas que forman parte de COPEME.

³³ El pago de intereses está exonerado del IGV para las instituciones reguladas. Las instituciones no reguladas no disfrutaron de este beneficio.

³⁴ Fuente: Informes previos Planet Rating.

Tipo de IMF	Saldo de crédito promedio (USD)	APR*
Caja Municipal	1,700	33.9%
Banca Múltiple	1,482	34.8%
Caja Rural	1,399	34.9%
Financiera	1,595	36.2%
Edpyme	1,279	38.0%
ONG**	610	40.0%

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros y COPEME. Datos a dic.10 **Nota:** *Sólo se toma en cuenta la tasa de interés y el saldo de crédito promedio correspondiente a la microempresa. **En el caso de las ONGs se utiliza como proxy el rendimiento de cartera y los datos de las 7 ONGs más grandes que reportan a COPEME.

Las prácticas de transparencia del sector están normadas principalmente por la SBS. Así las IMFs reguladas deben incluir toda la información referente a las condiciones del crédito y ahorro en el contrato y en la hoja resumen asociada. Este documento contiene el cronograma de pagos donde se desagregan los montos que componen la cuota: amortización, intereses, primas por seguros aplicables, comisiones y gastos trasladados al cliente. Además, también contiene la tasa de interés efectiva anual TEA y la tasa de costo efectivo anual TCEA asociada que incluye todas las comisiones periódicas que se cargan al crédito, la misma que es calculada con la metodología de interés compuesto. En el caso de los ahorros, la tasa análoga a la TCEA es la TREA o tasa de rendimiento efectivo anual. Por su parte, las instituciones no reguladas no tienen esta obligación por lo que generalmente no indican la TCEA en el cronograma de pagos entregado a sus clientes, pero sí la demás información relacionada con las condiciones del crédito otorgado. La SBS realiza revisiones de los tarifarios de las IMFs reguladas y tiene discreción para eliminar comisiones que considera inapropiadas, como se ha dado. También es obligatoria la existencia de un Oficial de Atención al Usuario en las IMFs reguladas, el cual lidera este sistema, que se complementa con personal dedicado en todas las agencias. Lo mismo que un Oficial de RETASAS que apoya en el reporte de información de costo de productos, y un Oficial de cumplimiento que lidera el sistema de prevención de lavado de activos.

Las instituciones financieras reguladas, en su totalidad, están obligadas a reportar información de sus clientes deudores a la central de riesgos de la SBS que consolida la información y tiene la facultad de venderla a terceros. En el mercado hay principalmente dos centrales privadas de riesgo que compran esta información: Datacrédito y Equifax (Infocorp), habiendo esta última desarrollado un modelo de asignación de riesgo adaptado especialmente al sector de las microfinanzas. Si bien las instituciones no reguladas no tienen la obligación de reportar información a la SBS, algunas de ellas reportan información voluntariamente a Infocorp.

Entorno Socio-económico

La pobreza en el Perú durante los últimos diez años ha mostrado una tendencia decreciente. Así, la incidencia de pobreza se redujo de 54.8% en 2001 a 31.3% en 2010. De modo similar, la pobreza extrema disminuyó de 24.1% a 11.5% durante el mismo período. No obstante, los avances logrados no han sido uniformes en el ámbito urbano y en el rural. Así, la incidencia de pobreza en el área rural es de 60.3%, casi el triple de lo mostrado en el ámbito urbano que es de 21.1%. En el caso de la pobreza extrema, las diferencias son más acentuadas con una tasa de 2.8% para el ámbito urbano y 27.8% para el área rural. A nivel de departamentos, también existen grandes diferencias. De este modo, 5 de los departamentos más pobres del Perú tienen tasas de incidencia mayores al 60% y están todos ubicados en la sierra del país: Huancavelica (77.2%), Apurímac (70.3%), Huánuco (64.5%), Ayacucho (62.6%) y Puno (60.8%).

En este contexto, el plan económico del gobierno plasmado en el “Marco Macroeconómico Multianual 2010-2012” contempla metas sociales específicas. En particular, se ha planteado como objetivo disminuir la incidencia de pobreza a alrededor del 30% para 2011. Otros objetivos sociales incluidos son los siguientes:

- Reducción de la desnutrición crónica de 24.1% en 2005 a 16% hasta 2011,
- Disponibilidad de agua potable y electricidad para 90% de los ciudadanos,
- Erradicación del analfabetismo,
- Reducción del empleo informal de 53% en 2005 a 35% en 2011 y la creación de un millón y medio de empleos,

En cuanto a los objetivos de desarrollo del milenio en el ámbito de salud, el Perú ha logrado reducir sostenidamente la tasa de mortalidad infantil. Mientras que esta tasa fue de 43 (por mil) como promedio nacional durante el quinquenio 1995 – 2000, disminuyó a 30 (por mil) en 2002 y continuó cayendo con un índice de 20 (por mil) en 2008. Estos avances se deben a las inmunizaciones masivas (programas de vacunación), la rehidratación oral, el control del crecimiento, el incremento de partos atendidos por personal capacitado y, en los últimos años, al Seguro Integral de Salud que cubre principalmente a los niños menores de cinco años.

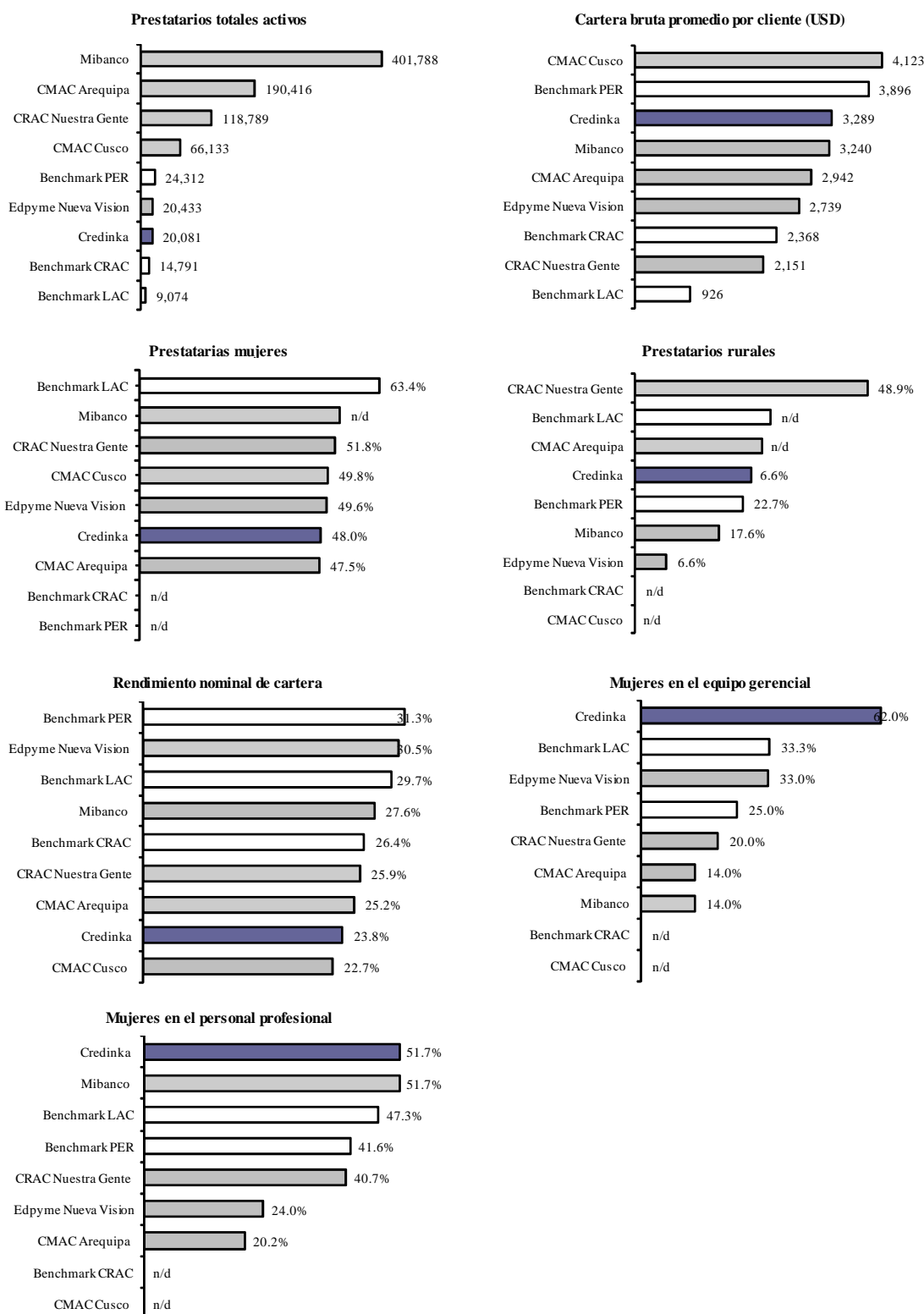
Por otro lado, la cobertura casi total de la educación primaria universal ha sido lograda en el Perú con una tasa de 96.4% en 2008; sin embargo, subsisten problemas tales como la calidad de la educación, deserción escolar e infraestructura de los colegios. El analfabetismo sigue presente en la sociedad peruana. Si bien, afecta sólo al 2.4% de los varones en el área urbana, llega al 7.4% de las

mujeres dentro de la misma área. Por otro lado, el problema es mucho mayor en el área rural donde llega al 10.9% en el caso de los varones y al 33.4% en el caso de las mujeres.

Por otro lado, es importante recalcar algunas cifras acerca del empleo en el Perú, la microempresa representa el 97.9% de las empresas en el país, seguido de la pequeña empresa con 1.6%. Ambas a su vez registran un índice de informalidad legal y tributaria de más del 70%. Esta característica incide directamente en el tipo de empleo de los peruanos, limitando el empleo en planilla de sueldos ya sea con contrato a plazo fijo, estacional o a tiempo indeterminado.

Las opiniones emitidas en este informe son válidas por una duración de un año máximo. Más allá de ese límite o si un evento mayor tuviera lugar en la vida de la IMF o en su entorno próximo durante ese período, Planet Rating ya no garantiza la vigencia de sus opiniones y recomienda una nueva calificación. Planet Rating no podrá ser considerada responsable de las consecuencias de una inversión y/o financiamiento realizado sobre la base de este informe.

Benchmarking



Fuentes: MiX, SBS, Reportes de Estándares de Desempeño Social, CREDINKA; datos a dic.10, excepto Benchmark PER (menos prestatarios activos, cartera bruta promedio por cliente y rendimiento nominal de cartera) y Benchmark LAC a dic.09.

■ Fórmulas

Rendimiento de Cartera: Ingresos de cartera / Cartera bruta vigente promedio de 13 meses.

Rotación del personal: personal que dejó la institución en el periodo / personal promedio en el periodo

Tasa de penetración: clientes activos / número de hogares

Tasas de Retención:

- Fórmula 1 de Waterfield/CGAP: créditos repetidos / créditos pagados.
- Fórmula de Schreiner: prestatarios al final del período / (prestatarios al inicio período + prestatarios nuevos).
- Fórmula 2 de Waterfield/CGAP: (prestatarios al final del período - prestatarios con el mismo crédito durante todo el período) / (prestatarios al principio del período + prestatarios nuevos - prestatarios con el mismo crédito durante todo el período).
- Fórmula del MixMarket: (prestatarios al inicio del periodo + nuevos prestatarios – prestatarios al final del periodo) / ((prestatarios al inicio + prestatarios al final del periodo)/2)

■ Escala de Calificación

Rating	Definición
5+ 5 5-	Avanzado: Compromiso de largo plazo con metas sociales; manejo eficiente de desempeño social y riesgos de responsabilidad social; muy probable que la institución genere un impacto social claro.
4+ 4 4-	Comprometido: Compromiso claro con metas sociales; manejo razonable del desempeño social y riesgos de responsabilidad social; probable que la institución genere un impacto social positivo.
3+ 3 3-	En proceso: Intento claro para lograr metas sociales; sistemas de gestión de desempeño social en proceso de implementación
2+ 2 2-	Incipiente: Intento claro para lograr metas sociales; baja capacidad de gestionar desempeño social
1+ 1 1-	Imperceptible: Intención de lograr metas sociales no es tangible; bajo nivel de gestión de desempeño social
0+ 0	Negativo: No se ha identificado la intención de alcanzar objetivos sociales; la deficiente gestión ha llevado a un desempeño social negativo.