

EL BOOM DE LOS CRÉDITOS DE CONSUMO EN EL PERÚ

THE CONSUMER CREDIT BOOM IN PERU

ESTEBAN MARINO AVELINO SÁNCHEZ *

Docente Asociado de la Facultad de Ciencias Contables

JAIME BERNABÉ TORRES RAMÍREZ **

RICHARD TIPE TORVISCO ***

Docentes Contratados de la Facultad de Ciencias Contables
Universidad Nacional Mayor de San Marcos-UNMSM / Lima-Perú

[Recepción: Abril 2016/ Conformidad: Mayo 2016]



RESUMEN

La liberalización del mercado financiero peruano a partir de 1991 facilitó en los años siguientes, 1993-1997, la operación de nuevos bancos y empresas financieras para atender principalmente la demanda de créditos de consumo y de las microempresas, los cuales se expandieron masivamente en poco tiempo a los sectores de bajos ingresos. Sin embargo, el tamaño del mercado y los costos elevados para otorgar microcréditos, incluso con altas tasas de interés, moderó las expectativas de mayor competencia. A partir de 1998 diez empresas de las recién llegadas salieron del mercado local por quiebra, retiro a su país de origen o fusión, el número de bancos quedó como antes, pero con una demanda creciente de crédito de consumo. Por el lado de la demanda los bienes dados en garantía de los prestatarios morosos fueron embargados y rematados lo que revela, en parte, que el problema de los sectores de bajos ingresos no es de liquidez sino económico. Para analizar las tendencias de los créditos de consumo, se comenta las fuentes bibliográficas citadas. Con esa base se determinó el objetivo de este artículo e identificó el ranking de los créditos de consumo de las empresas que ofrecen créditos de consumo. Los bancos concentran más del 75% del mercado créditos de consumo, con tendencia creciente; las demás empresas del sistema financiero en cifras absolutas siguen creciendo, pero en cifras relativas pierden su participación.

Palabras Clave:

Boom de los créditos de consumo en el Perú; mercado de créditos de consumo; créditos de consumo de la banca múltiple; créditos de consumo de las cajas municipales; concentración de créditos de consumo.

ABSTRACT

The Peruvian financial market liberalization starting from 1991 facilitated in the subsequent years, 1993- 1997, the operation of new banks and financial companies to mainly meet the demand for consumer loans and of micro-enterprises. These banks expanded massively in a short time in low-income sectors. However, the size of the market and high costs for micro lending, even with high interest rates, moderated the expectations of more competition. Since 1998, ten newly arrived companies left from the local market due to bankruptcy, retreated to their country of origin or merged. The number of banks remained as before, but with a growing demand for consumer loans. On the demand side, the properties given in warranty by the defaulted borrowers were embargoed and auctioned, which reveals partially that the problem of low-income sectors is not liquidity but economic. To analyze the trends of consumer loans, bibliographical references are cited and commented. On that base, the objective of this article was defined, and identified the ranking of consumer loans of the companies offering them. Banks concentrate more than 75% of the consumer credit market, with increasing trend; the others companies in the financial system continue growing in absolute terms, but in relative terms they lose their participation.

Keywords:

Consumer loans Boom in the Peru; consumer credits market; multiple banking consumer loans; municipal boxes consumer loans; consumer loans concentration.

* Magister en Contabilidad con mención en Auditoría. Contador Público y Economista Colegiado. Email: estebanavelino@gmail.com

** Lic. Investigación Operativa. Colegiado en el COMAP. Email: jbtr777@gmail.com

*** Lic. Investigación Operativa. Email: richaedtipe@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

Tanto el proyecto de investigación SIN SIN 2016: “Tasas de interés y Créditos de Consumo en el Perú 2010 – 2015”, en ejecución, como la observación a la información estadística en la página web de la SBS y consulta de las referencias bibliográficas citadas, sustentan el tema tratado en este artículo: “El boom de los créditos de consumo en el Perú”, la demanda de créditos de consumo está compuesta principalmente por personas naturales de bajos ingresos, esta, que en el último quinquenio, se mantiene alrededor del 20% del total de créditos directos otorgados por el sistema financiero formal, con alta concentración en tres bancos. Esta situación puede afectar al sistema financiero y traer mayores problemas a los clientes morosos, quienes ya vienen perdiendo los bienes dados en garantía.

El problema de las personas de bajos ingresos no sería tanto de liquidez sino económico, el que salpicado de corrupción aún persiste y tiene proyección al futuro; recuerde la quiebra de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Pisco en mayo de 2014 e igualmente pérdida de los bienes dados en garantía de los clientes morosos, también continúa. Por ello, el tema tratado es de actualidad e importante, con incidencias macroeconómicas y microeconómicas a largo plazo. El problema es complejo; su solución depende de la reorientación de las políticas de Estado, particularmente, de política económica.

Los antecedentes bibliográficos, entre otros, son: “Radiografía del costo del crédito en el Perú” del BCRP y el Diario Gestión. La publicación del BCRP dice: “El mercado de créditos presenta grupos económicos con características muy diferentes tanto en tamaño, organización, ámbito de operaciones e información financiera disponible sobre sus actividades. Ello se traduce en diferentes riesgos de los prestatarios lo que genera una marcada segmentación y una diversidad de tasas de interés activas, dado el grado diferente de capacidad de pago, garantías, uso, plazo y tamaño del crédito”. El diario Gestión dice: “si compra por 5,000 soles y paga 200 sigue comprando, paga poquito; en los meses siguientes ese pago mínimo va creciendo poco a poco, como consecuencia de una deuda mayor; llega un momento en que la deuda se vuelve impagable”.

El objetivo de este artículo es analizar las tendencias de los créditos de consumo para advertir a los deudores potenciales las implicancias perjudiciales sobre su patrimonio, en caso de incurrir en mora, así como a las autoridades estatales para moderar las tasas de interés activas. Tiene justificación para llamar la atención sobre los hábitos de consumo desmesurado en el presente con cargo a pagarlo con ingresos futuros, lo que debilita la capacidad de ahorro del Perú a largo plazo y refuerza su dependencia de los capitales del exterior. A continuación, se expone los antecedentes bibliográficos, la metodología seguida, el marco conceptual – normativo, el análisis de información cuantitativa y las conclusiones.

ANTECEDENTES BIBLIOGRÁFICOS

El proyecto de investigación SIN SIN 2016: “Tasas de interés y Créditos de Consumo en el Perú 2010 – 2015”, en ejecución, a cargo del autor de este artículo; en el cual se viene analizando la legislación, los participantes, las tasas de interés, las tendencias y la concentración de la oferta.

La publicación: “Radiografía del costo del crédito en el Perú”, del BCRP, abril 2015, dice:

El mercado de créditos presenta grupos económicos con características muy diferentes tanto en tamaño, organización, ámbito de operaciones e información financiera disponible sobre sus actividades; ello se traduce en diferentes riesgos de los prestatarios lo que genera una marcada segmentación y una diversidad de tasas de interés activas, dado el grado diferente de capacidad de pago, garantías, uso, plazo y tamaño del crédito. Estos segmentos en los que se agrupa a los deudores, son: empresarial mayorista (corporativo, gran empresa y mediana empresa), empresarial minorista (pequeñas empresas y microempresas) y hogares (consumo e hipotecario). El crédito al sector hogares sirve para atender necesidades personales y adquirir bienes de consumo duradero e inmuebles. Las personas de mayor poder de negociación son las de mayores ingresos, vinculadas al segmento empresarial mayorista, su capacidad de repago es mayor.

La tesis: “Determinantes del Crédito de Consumo por Tipo de Institución Financiera en el Perú” del 25 de noviembre de 2010, de Gustavo Adolfo Agapito Mesta. El autor dice, que a partir de 1994 los créditos personales se reorientaron a los sectores socioeconómicos C y D. Señala como testimonio la Financiera Orión en 1994, las financieras Solución

y Por Fin creadas por el Banco de Crédito del Perú e Interbank, el Banco del Trabajo, la financiera CMR creada por Saga en 1996, la Financiera Cordillera (Financor) creada por Ripley en el año 2000. La banca de consumo a partir de entonces comenzó a ofrecer masivamente productos estandarizados a elevadas tasas de interés, para atender a clientes pobres con ingresos mínimos inestables por el temor a un riesgo financiero desconocido debido a la falta de historial crediticio. Para la aprobación de un crédito bastaba asegurar el pago de las primeras cuotas mensuales. “El crédito de consumo en el Perú”, CIP -Pairazamán. Pairazamán sostiene que las empresas del sistema financiero peruano hasta 1994 se dedicaron a colocar créditos comerciales y supletoriamente los créditos personales de los sectores A y B, situación que cambió a partir de 1994, debido al aumento del poder adquisitivo de la clase media baja, e ingreso de otros bancos y financieras que arriesgaron colocar sus capitales en los sectores C y D.

En el diario Gestión, de fecha 30 de mayo de 2014 se menciona que en diciembre de 2013 las personas que tenían un crédito de consumo con la banca múltiple superaron los 3 millones, el 40% de la PEA ocupada. El mismo Diario, el 22 de enero de 2016, dice que mucha gente se endeuda porque no le alcanza sus ingresos; las deudas no son la solución, al contrario agravan su problema: si no les alcanza sus ingresos, ¿cómo van a pagar el préstamo? Al principio parece conveniente porque puede pagar el mínimo, si compra por 5,000 soles y paga 200, se motivado para seguir comprando y paga otro poquito; en los meses siguientes ese pago mínimo va creciendo poco a poco, como consecuencia de una deuda mayor; llega un momento que la deuda se vuelve impagable.

METODOLOGÍA

Se consultó las fuentes citadas en las referencias bibliográficas, así como la información estadística sobre créditos de consumo de las páginas de la SBS y BCRP. Con base en esto, se determinó como el objetivo de este trabajo identificar el ranking de los créditos de consumo de la banca múltiple, empresas financieras e instituciones de microfinanzas. Luego, se sumó y compiló la información de los créditos de consumo en la modalidad clásica y modalidad revolvente en las tablas N°s 02-04 para describir y

analizar las tendencias de los créditos de consumo del periodo 2010-2015, aplicando los métodos descriptivo e inductivo.

MARCO CONCEPTUAL – NORMATIVO

Los créditos de consumo, dice el BCRP, son aquellos que se otorgan a las personas naturales con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad empresarial. Los préstamos en la modalidad clásica se amortizan en forma periódica en cuotas iguales, las cuales incluyen los intereses devengados y una fracción del capital prestado. En cambio, los préstamos con tarjetas de crédito en la modalidad revolvente, el titular puede pagar un monto mensual cualquiera igual o superior al “pago mínimo”. Pero cuando paga sólo el monto mínimo permitido por la tarjeta, en el extremo nunca terminará de pagar la deuda y todo el tiempo pagará intereses, porque la deuda original puede aumentar, aun sin consumos adicionales, porque, generalmente, el sistema permite dejar de pagar treinta y cinco (35/36) de las treinta y seis partes de la deuda original o saldo de cada mes. El Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito, de octubre de 2013, dice: “El pago mínimo es una alternativa adicional al “pago de mes”. Esto permite amortizar solo una parte de la deuda y, como consecuencia de ello, genera una mayor carga de intereses y comisiones al cliente. Por esta razón, se recomienda no utilizarla como un método habitual de pago ya que encarece más la deuda”. Las empresas no podrán ofrecer opciones de pago al cliente menores al pago mínimo, ni una fracción inferior a la cuota del mes en el caso de los créditos en cuotas, mucho menos, la opción de “pago cero” en el periodo inicial.

ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CUANTITATIVA

Algunos expertos señalan que las cajas municipales son las pioneras de los créditos de consumo para pobladores de bajos ingresos, lo cual cambió radicalmente desde mediados de la década del noventa, cuando las empresas financieras y de la banca múltiple vieron atractivo este segmento social como potenciales prestatarios, aun con riesgo crediticio desconocido. Desde entonces, las empresas financieras, generalmente vinculadas a algún banco, y los

mismos bancos comenzaron a ofrecer masivamente productos crediticios estandarizados con elevadas tasas de interés. En poco tiempo miles de consumidores de bajos ingresos son incorporados como clientes de los bancos y empresas financieras, el boom de los créditos de consumo es una realidad, como lo revela la información estadística que a continuación se analiza.

El monto de los créditos de consumo de 9.6 millones de soles en el año 2005 aumentó a 50.6 millones de soles en 2015 y en el último quinquenio se duplicó. En los últimos 10 años representa la quinta parte del total de créditos del sistema financiero formal, supervisado por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras de Fondos de Pensiones (SBS).

Tabla N° 01:
 Créditos de consumo de las empresas del sistema financiero: 2005 - 2015
 (millones de soles)

	2005	2010	2013	2015
Banca múltiple	6,278	18,668	9,583	39,138
Empresas financieras	1,186	1,760	3,291	4,016
Cajas municipales de ahorro y C	768	1,683	2,435	2,703
Cajas rurales de ahorro y crédito	146	376	188	50
EDPYMEs	35	105	259	880
Banco de la Nación	1,246	2,655	3,189	3,867
Total	9,660	25,248	38,945	50,655

Fuente: SBS. Elaboración propia

La tabla N° 01 muestra los montos de créditos de consumo otorgados por segmentos empresariales. En cifras absolutas casi todos crecieron 3 veces o más. En cifras relativas en algunos segmentos aumenta su participación en el mercado de créditos de consumo y en otros disminuye. La banca múltiple, con tasas de interés menores en los bancos grandes, es la más beneficiada en el mercado de créditos de consumo con 65% en el año 2005, 74% en el 2010 y 77% en el 2015. Si la tendencia se mantiene dentro de 5 años, los bancos concentrarán más del 80% del total de créditos de consumo. La participación relativa de las empresas financieras disminuyó de 12% en el año 2005 a 8% en el último quinquenio. La participación relativa de las cajas municipales también disminuyó de 8% en el año 2005 a 5% en el 2015. La participación relativa de las EDPYMEs aumentó de 0.4% en el año 2005 a 1.7% en el 2015.

La banca múltiple conformada por 15 bancos en el año 2010 y 17 en 2015, en los mismos años con-

centró 2.3 y 3.4 millones de deudores por créditos de consumo así como 5.3 y 6.6 millones de tarjetas de crédito de consumo. Cabe señalar la concentración de la oferta de créditos dentro del segmento empresarial bancos. En la tabla N° 02 se ve que el Banco de Crédito del Perú disminuye su participación relativa. Sin embargo, tres bancos concentran el 67% del total de créditos de consumo otorgados por la banca múltiple.

El segmento empresas financieras conformado por 10 financieras en el año 2010 y 11 en 2015, en los mismos años concentró 884 mil y 1.3 millones de deudores por créditos de consumo así como 1.3 y 1.5 millones de tarjetas de crédito de consumo. Cabe destacar la concentración de la oferta de créditos dentro del segmento empresas financieras. En la tabla N° 03 se observa que Crediscotia Financiera disminuye su participación relativa. Sin embargo, tres financieras concentran más del 80% del total de créditos de consumo otorgados por el segmento de empresas financieras.

Tabla N° 02:
Concentración de créditos de consumo de la banca múltiple: 2010 - 2015
(millones de soles)

Banco	2010	%	2013	%	2015	%
De Crédito del Perú	6,517	35%	10,093	34%	10,276	26%
Interbank	3,386	53%	5,395	52%	8,416	48%
Tercero del ranking	2,491	66%	4,604	68%	7,431	67%
Otros bancos	6,245	100%	9,486	100%	13,015	100%
Total	18,638		29,578		39,139	

Fuente: SBS. Elaboración propia

Tabla N° 03:
Concentración de créditos de consumo de las empresas financieras: 2010 - 2015
(millones de soles)

Financiera	2010	%	2013	%	2015	%
Crediscotia Financiera	1,162	66%	1,880	57%	2,349	58%
Segunda del ranking	195	77%	304	66%	554	72%
Tercera del ranking	128	84%	292	75%	347	81%
Otras financieras	275	100%	815	100%	765	100%
Total	1,760		3,291		4,015	

Fuente: SBS. Elaboración propia

Tabla N° 04:
Concentración de créditos de consumo de las cajas municipales: 2010 - 2015
(millones de soles)

Caja	2010	%	2013	%	2015	%
CMAC Arequipa	370	22%	602	25%	647	24%
Segunda del ranking	239	36%	351	39%	503	43%
Tercera del ranking	194	48%	339	53%	384	57%
Otras CMAC	880	100%	1,143	100%	1,169	100%
Total	1,683		2,435		2,703	

Fuente: SBS. Elaboración propia

Las cajas municipales de ahorro y crédito (conformadas por 13 cajas municipales en el año 2010 y 12 en 2015) en los mismos años concentró 329 mil y 477 mil deudores por créditos de consumo. Cabe señalar la concentración de la oferta de créditos dentro del segmento cajas municipales. En la tabla

N° 04 se advierte que CMAC Arequipa disminuye su participación relativa. Sin embargo, tres cajas municipales concentran más del 50% del total de créditos de consumo otorgados por el segmento cajas municipales de ahorro y crédito, incluyendo la CMCP - Lima.

CONCLUSIONES

1. Desde 1994 las empresas financieras y los bancos comenzaron a ofrecer masivamente productos crediticios estandarizados con elevadas tasas de interés. En poco tiempo miles de consumidores de bajos ingresos fueron incorporados como clientes de los bancos y empresas financieras. De ese modo, el boom de los créditos de consumo se hizo una realidad.
2. La banca múltiple, con tasas de interés menores en los bancos grandes, es la más beneficiada en el mercado de créditos de consumo con 65% en el año 2005, 74% en el 2010 y 77% en el 2015. Si la tendencia se mantiene dentro de 5 años, los bancos concentrarán más del 80% del total de créditos de consumo.
3. Tres bancos concentran el 67% del total de créditos de consumo otorgados por la banca múltiple.
4. Tres financieras concentran más del 80% del total de créditos de consumo otorgados por las empresas financieras.
5. Tres cajas municipales concentran más del 50% del total de créditos de consumo otorgados por las cajas municipales de ahorro y crédito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. CHOY, M. (2015). “Radiografía del costo del crédito en el Perú”. BCRP Lima, Perú
2. PAIRAZAMÁN, R.(2003). “El crédito de consumo en el Perú”. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Lima, Perú.
3. BCRP. Choy, M. y otros. (2015). Radiografía del costo del crédito en el Perú, abril 2015. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Documentos-de-Trabajo/2015/documento-de-trabajo-01-2015.pdf>
4. PAIRAZAMÁN, R (2003). El crédito de consumo en el Perú. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 2003. (Documento de Trabajo: 59).
5. Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (2013). Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito, aprobado por Resolución SBS N° 6523-2013 de fecha 30 de octubre de 2013. Recuperado de: <https://intranet1.sbs.gob.pe/IDXALL/FINANCIERO/DOC/RESOLUCION/PDF/6523-2013.R.PDF>
6. Créditos Perú, Diario Gestión 30 de mayo de 2014. ASBANC dice, más de 3.1 millones de peruanos tiene un crédito de consumo en la banca. Recuperado de: <http://gestion.pe/economia/mas-31-millones-peruanos-tiene-credito-consumo-banca-2098906>
7. Diario Gestión 22 de enero de 2016. El crédito de consumo destruye tu patrimonio. Recuperado de: <http://gestion.pe/tu-dinero/credito-al-consumo-destruye-tu-patrimonio-2153104>