

LA BANCARIZACIÓN COMO INDICADOR DE LA INCLUSIÓN SOCIAL



Jorge Melo Vega Castro*

En nuestro país se está reconociendo cada vez más la idea que asocia responsabilidad social con el desarrollo de programas en favor de la inclusión social. Y es que de poco nos sirve que las instituciones, asuman una relación armoniosa con sus distintos grupos de interés, sin tener en cuenta que sus actividades las realizan en un entorno donde el 40% de nuestra población no tiene posibilidades de ejercitar una ciudadanía con dignidad.

Para gestionar con responsabilidad social en nuestra realidad, resulta obligado innovar algunos procesos para incorporar a más peruanos a la actividad económica. No se trata necesariamente de darles empleo, sino de mirarlos como posibles proveedores o clientes, a pesar de sus actuales carencias.

Ser ciudadano en el Perú tiene muchas más implicancias que tener un DNI. Significa también tener derecho a ejercer el derecho de propiedad sobre los escasos bienes, titular y registrar su terreno o vivienda, o poder ser sujeto de confianza para obtener un crédito. De allí que insistimos en que la responsabilidad social pasa por reflexionar y ofrecer temas básicos que a una gran mayoría de peruanos aún les resultan distantes, pero que de accederse a ellos les puede cambiar la

vida. Un ejemplo de ello es el acceso al crédito.

El sistema financiero en nuestro país ha crecido de manera significativa en los últimos años y con ese crecimiento el nivel de bancarización, entendido como el nivel de depósitos respecto al PBI; hoy se estima que es del 22%. Pero, ¿en cuánto se ha incrementado el número de peruanos que acceden al sistema financiero y por tanto son sujetos de confianza? Probablemente hay crecimiento, pero muy poco.

La buena noticia es que se ha desarrollado un exitoso programa de microcréditos que es considerado internacionalmente como una de las mejores prácticas de inclusión, pero en este caso se trata de iniciativas impulsadas por organizaciones que no forman parte del tradicional sistema financiero, como son las Edpymes, cajas rurales y cajas municipales. Estos productos han ayudado a que ahora los bancos identifiquen un nuevo nicho de clientes. Cabe resaltar que la exitosa experiencia local en microcréditos ha sido anterior al reconocimiento a Muhammad Yunus con el Premio Nobel en el 2006.

La potencialidad que tienen los bancos para acceder a nuevos clientes es muy grande y debemos reconocer que poco a poco están identificando ese mercado. En esa línea, resulta meritorio mencionar la consolidación de la expansión de puntos de atención en provincias o zonas periurbanas mediante el uso de cajeros correspondientes. La fórmula consiste en crear alianzas con Mypes para que sirvan como pequeñas agencias bancarias, acercándose de ese modo a los clientes, ofreciendo mayor capilaridad (indispensable para hacer negocios con la base de la pirámide), ayudando a los pequeños negocios a formalizarse y obtener una fuente adicional de ingresos sobre la base de un nuevo producto: el bancario. Ya existen más

de 3,200 de estos puntos de contacto bancario en todo el país.

Experiencias como las de Multired Móvil, que la empresa Hermes y el Banco de la Nación están ejecutando con el uso de unidades móviles blindadas, sirven como agencias itinerantes y así promueven la bancarización mediante la apertura de cuentas, envío de giros, remesas e incluso, como canal para la asignación de recursos del Programa Juntos de lucha contra la pobreza. Estas originales prácticas del sector financiero ayudan a la inclusión social.

Lo que toca ahora en este proceso para acercar el crédito a los más pobres, es que las tasas de interés se vayan reduciendo en la medida que se profundice en los nuevos sectores; pero también en el proceso de innovación es importante que los menores costos asociados a estos canales se vean reflejados en los intereses a pagar. La Edpyme Solidaridad que gestiona Cáritas intenta que los microcréditos también tengan tasas razonables; el Banco de la Nación comparte infraestructura en provincias con la banca privada, en 150 ventanillas, con el compromiso que los intereses sean entre el 25% y 30%.

Finalmente, el hecho que precisamente tres de los bancos privados enfocados en los segmentos bajos concentren -liderando el mercado- el 50% de sus créditos en provincias, también es otra señal de ese gran potencial que se debe profundizar.

I+i=D. Inclusión e innovación para el desarrollo, puede ser la nueva ecuación que puede utilizar el sistema financiero que se compromete con la responsabilidad social en el Perú.

* RESPONDE, consultora en Responsabilidad Social.