

# Estudio: análisis de la oferta y la demanda de servicios y productos financieros para las mipymes en Perú

Mayo de 2024

Andreas Diel y Giovanni Roca

Edición y revisión: Claudia Centeno

Edición: Raquel Hoyos

Diseño editorial: Dulce Escobar

D.R. © Este material fue desarrollado por la Sparkassenstiftung Alemana Latinoamérica y el Caribe (DSIK) en el marco del “Proyecto regional por mejorar el acceso sostenible a los servicios financieros mediante el fortalecimiento de las estructuras educativas y asociativas”, fondeado por el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania.

Foto: Jean Vella (@jean\_vella) en Unsplash.com

## Tabla de contenido

|                                                                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Lista de abreviaturas.....</b>                                                                                          | <b>5</b>  |
| <b>1. Presentación.....</b>                                                                                                | <b>6</b>  |
| 1.1 Objetivo.....                                                                                                          | 6         |
| 1.2 Justificación .....                                                                                                    | 6         |
| <b>2. Antecedentes.....</b>                                                                                                | <b>6</b>  |
| 2.1 Situación económica del país.....                                                                                      | 8         |
| 2.2 Entorno internacional .....                                                                                            | 9         |
| 2.3 Importancia de las mipymes en el país .....                                                                            | 10        |
| <b>3. Contexto: situación actual en el país .....</b>                                                                      | <b>18</b> |
| 3.1 Marco regulatorio .....                                                                                                | 18        |
| 3.2 Universo de la demanda .....                                                                                           | 19        |
| 3.3 Universo de la oferta.....                                                                                             | 25        |
| 3.4 Otros puntos relevantes del contexto nacional .....                                                                    | 27        |
| <b>4. Metodología del estudio mipyme.....</b>                                                                              | <b>29</b> |
| <b>5. Demanda.....</b>                                                                                                     | <b>30</b> |
| 5.1 Demanda de servicios y productos financieros por parte de las<br>mipymes .....                                         | 30        |
| 5.2 Acceso, uso y calidad .....                                                                                            | 32        |
| 5.3 Demanda especial de mipymes lideradas por mujeres y otros<br>grupos de población en condiciones de vulnerabilidad..... | 36        |
| 5.4 Necesidades de capacitación .....                                                                                      | 38        |
| <b>6. Oferta.....</b>                                                                                                      | <b>39</b> |
| 6.1 Descripción de los productos y servicios financieros existentes<br>para las mipymes .....                              | 39        |
| 6.2 Necesidades de la oferta.....                                                                                          | 40        |

|                                                                                                                                      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 6.3 Oferta especial disponible para mipymes lideradas por mujeres y otros grupos de población en condiciones de vulnerabilidad ..... | 41        |
| <b>7. Hallazgos y conclusiones.....</b>                                                                                              | <b>42</b> |
| 7.1 Brechas.....                                                                                                                     | 42        |
| 7.2 Recomendaciones .....                                                                                                            | 51        |
| <b>Referencias .....</b>                                                                                                             | <b>55</b> |

## Lista de abreviaturas

|                  |                                                            |
|------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>AFP</b>       | Administradora de Fondos de Pensiones                      |
| <b>APP</b>       | Aplicaciones digitales                                     |
| <b>BMZ</b>       | Ministerio Federal de Cooperación y Desarrollo             |
| <b>CCI</b>       | Código de Cuenta Interbancaria                             |
| <b>CMAC</b>      | Caja Municipal de Ahorro y Crédito                         |
| <b>COFIDE</b>    | Corporación Financiera de Desarrollo                       |
| <b>CRAC</b>      | Caja Rural de Ahorro y Crédito                             |
| <b>CREDICORP</b> | Grupo Financiero Credicorp                                 |
| <b>DSIK</b>      | Deutsche Sparkassenstiftung für Internationale Kooperation |
| <b>EDPYMES</b>   | Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa       |
| <b>ENAHO</b>     | Encuesta Nacional de Hogares                               |
| <b>IIF</b>       | Índice de Inclusión Financiera                             |
| <b>INEI</b>      | Instituto Nacional de Estadística e Informática-Perú       |
| <b>MEF</b>       | Ministerio de Economía y Finanzas                          |
| <b>MIMP</b>      | Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables           |
| <b>MINAM</b>     | Ministerio del Ambiente (MINAM) de Perú                    |
| <b>mipymes</b>   | Micro, Pequeña y Mediana Empresa                           |
| <b>PEA</b>       | Población Económicamente Activa                            |
| <b>PEAO</b>      | Población Económicamente Activa Ocupada                    |
| <b>PBI</b>       | Producto Bruto Interno                                     |
| <b>PENIF</b>     | Política Nacional de Inclusión Financiera                  |
| <b>PRODUCE</b>   | Ministerio de la Producción                                |
| <b>SBS</b>       | Superintendencia de Banca, Seguros y AFP                   |

# 1. Presentación

## 1.1 Objetivo

Generar un estudio mediante la descripción de las necesidades de los productos y servicios financieros de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), así como de la descripción de la oferta existente sobre los productos y servicios financieros enfocada en este sector. Esto para formular acciones concretas que permitan mejorar la oferta de los servicios y productos financieros y cerrar las brechas entre la oferta y la demanda.

## 1.2 Justificación

En el marco del proyecto “Transformación sostenible del sector financiero para fortalecer a las mipymes”, uno de los principales objetivos es mejorar la oferta de los productos y servicios financieros adecuados a sus necesidades. Para ello, es importante conocer las necesidades y las características de la oferta actual en cada país.

Por este motivo, se elabora un estudio descriptivo de la oferta y la demanda de los productos y servicios financieros enfocados al sector de las micro, pequeñas y medianas empresas, que se basa en la recopilación de fuentes primarias y secundarias de información para obtener conclusiones y deducciones que permitan formular proyectos y actividades de alto impacto para el sector financiero que atiende a las mipymes.

# 2. Antecedentes

Las mipymes han desempeñado un papel crucial en el desarrollo económico y social del Perú durante las últimas décadas. Las pequeñas y medianas empresas representan una parte significativa de la actividad económica nacional, generando empleo para millones de peruanos y peruanas. Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), las mipymes representan el 99.4 % del total de las empresas peruanas; entre éstas, el predominio está dado por las micro y pequeñas empresas. Cabe señalar que las mipymes aportan aproximadamente el 21.6 % del Producto Bruto Interno (PBI) del país y generan alrededor del 60 % de los empleos

a nivel nacional, donde el 50.5 % de las empresas tiene a mujeres al frente de los negocios, lo cual demuestra su creciente protagonismo en el entorno empresarial peruano.

Según el Ministerio de la Producción (PRODUCE), hasta el año 2022 las mipymes representaron el 99.4 % del total de las empresas peruanas formales, donde las microempresas formales tuvieron una participación del 94.2 %. Asimismo, estas empresas aportaron al 31.4 % del Producto Bruto Interno (PBI) del país y emplearon al 90.6 % de la Población Económicamente Activa Ocupada (PEAO) a nivel nacional. Sin embargo, el 83.1 % del empleo generado por las mipymes es informal, en el que 8 de cada 10 trabajadores y trabajadoras laboran en una de estas empresa en condiciones informales que perjudican a las personas trabajadoras (derechos laborales) y al Estado (ingresos tributarios). Estos datos demuestran el creciente dinamismo y protagonismo de las mipymes en el entorno empresarial peruano, pero también el gran reto aún latente de la informalidad (Ministerio de la Producción, 2024).

La falta de capital y liquidez, asociada a la falta de acceso a financiamiento, es una de las principales necesidades que afrontan las mipymes al no tener una certeza del flujo y liquidez para la operación de sus negocios. Estos retos impiden que las mipymes aprovechen plenamente las oportunidades que ofrece el mercado y alcancen un crecimiento sostenible.

Los microcréditos y los créditos dirigidos al sector de las mipymes tienen sus raíces en las iniciativas de desarrollo y promoción de la inclusión financiera. En los últimos años ha retomado preponderancia por múltiples motivos; entre ellos, la situación de resiliencia del mercado en un escenario pos-COVID y la pérdida de un sinnúmero de empleos experimentada entre el 2022 y el 2023. Prueba de lo anterior es que al cierre del 2023 se reportaron 3.2 millones de mipymes (INEI, 2023). Si bien el segmento es considerado por los intermediarios financieros como atractivo, el cual sigue siendo rentable, ha creado un entorno más competitivo y, por ende, reducido su margen de contribución en las ganancias. Un factor importante que afecta el éxito financiero es la gestión eficiente de los procesos administrativos y operativos, especialmente en el manejo de las relaciones con la clientela.

Las personas asesoras evalúan y aprueban las operaciones, manteniendo comunicación directa con los clientes y clientas durante todo el proceso del préstamo, con el objetivo de construir relaciones de largo plazo; aunque la realidad nos indica que la fidelidad de la persona usuaria de servicios financieros está con quien le brinde mejores condiciones y mayor flexibilidad, siendo un punto muy relevante para la toma de decisión de adquisición la variable celeridad o inmediatez.

Este estudio tiene como objetivo, por un lado, enfatizar la importancia para las instituciones financieras que atienden el segmento de las microfinanzas, el cómo pueden satisfacer las necesidades específicas que tienen mayor valor para los usuarios y usuarias, así como identificar las brechas existentes en la provisión de servicios financieros en la evolución del mercado financiero peruano, las microfinanzas y en un contexto de resiliencia pos-COVID-19. Circunstancia que afectó no solo a las micro y pequeñas empresas, sino que trajo como consecuencia despidos masivos y surgimiento de nuevos emprendimientos como un paliativo para enfrentar la situación económica de miles de familias en situación vulnerable.

Los desafíos incluyen acceso limitado a financiamiento, productos financieros no alineados con las necesidades del sector y metodologías ineficaces para evaluar riesgos. La adopción de tecnologías innovadoras dentro del sector de las microfinanzas se presenta como un desafío importante para los intermediarios financieros que buscan incrementar su participación de mercado, siendo más eficientes y apostando por mejorar su rentabilidad; otras organizaciones destacan el papel de las tecnologías financieras (fintech) en la expansión de los servicios financieros rurales. Esto representa una oportunidad significativa para apoyar a las y los agricultores familiares.

Utilizamos un enfoque cualitativo y descriptivo para analizar los retos financieros y la oferta de productos y servicios financieros en el sector agropecuario peruano. Se enfoca en cómo la implementación de servicios financieros adecuados y adaptados puede impulsar el desarrollo y crecimiento, especialmente en el subsector de la agricultura familiar.

## **2.1 Situación económica del país**

Si bien en las últimas décadas Perú ha demostrado un crecimiento sostenido, la pandemia ocasionó una contracción del 11 % en el PBI durante el 2020, con una recuperación económica gradual para los dos años sucesivos. Al cierre del 2023 se experimentó una contracción del -0.6, producto de los eventos climáticos experimentados en el año, sumados los eventos y convulsiones sociales provocados por evidencia de actos de corrupción, involucramiento de familiares en temas de nepotismo, mala administración, desvío de fondos y un sinnúmero de eventos que no contribuyeron a la mejora de la percepción pública, lo cual generó desconfianza de los inversionistas del sector empresarial. Prueba de ello fue la evolución del dólar en dicho periodo, el cual tuvo fluctuaciones entre S/3.73 y S/3.95, provocando incluso una contracción del mercado de las inversiones, que cerró en negativo.

La recuperación fue gradual, con un crecimiento moderado proyectado para los próximos años. La inflación ha sido baja en términos históricos; sin embargo, recientes presiones inflacionarias han afectado la canasta familiar, incrementando los costos de alimentos y energía. Se vislumbra un mejor panorama para el 2024, con una recuperación esperada del 2.7 % sobre el PBI (Diario la República, 2023).

Si bien las mipymes generan más del 80 % de los empleos formales del sector empresarial, han afrontado importantes retos para impulsar su desarrollo, siendo uno de los más importantes el acceso a servicios financieros especializados y acordes con sus necesidades; así como condiciones de formalización, situación fiscal, acceso a capacitación y formación; acceso e incorporación de tecnología que les permitan ser más eficientes; una política de apoyo del gobierno que no termina de ser percibida como favorable y haber afrontado como pudieron la pandemia. Muchas de éstas buscaron tratar de adaptarse a las nuevas condiciones, favoreciendo en muchos casos la digitalización y comercio electrónico; y las que no, sucumbieron frente a los embates de la nueva realidad que afrontaron, y se vieron en la necesidad de cerrar, temporal o permanentemente.

Hoy en día, consideramos que las mipymes fueron de los sectores más resilientes, aunque el sector aún no ha terminado de recuperarse.

## **2.2 Entorno internacional**

La economía peruana es abierta y altamente dependiente del exterior, particularmente de la exportación de productos mineros y agrícolas y del turismo extranjero. Por lo anterior, durante los últimos años, el Perú ha enfrentado importantes desafíos económicos debido a eventos internacionales que han repercutido en el desarrollo y cimentación del segmento de las mipymes.

La caída de la demanda mundial, por la guerra entre Rusia y Ucrania, desestabilizó las cadenas de suministro globales, elevando los precios de alimentos, fertilizantes y energía (García Del Barrio Zafra, 2024). Este incremento en los costos, junto con la inflación global, ha afectado significativamente a las mipymes, aumentando sus costos operativos y reduciendo sus márgenes de ganancia.

La pandemia de COVID-19 ya había debilitado a muchas mipymes, obligándolas a cerrar temporal o permanentemente, incrementando los niveles de desempleo y pobreza (Cárdenas & Hernández, 2022) y obligando a los que pudieran subsistir a adaptarse rápidamente a la

digitalización, en muchos casos. Adicionalmente, las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, así como la desaceleración económica en este último país –un importante socio comercial de Perú–, han creado incertidumbre y han reducido la demanda de exportaciones peruanas.

Estos factores han limitado la recuperación económica y exacerbado las dificultades financieras de las mipymes. Esto ha afectado su capacidad de crecimiento y sostenibilidad en un entorno económico volátil.

Un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo en 2023 indicó que las pymes sufrieron considerablemente tras los bloqueos, aunque podrían recuperar niveles prepandemia gracias a la digitalización acelerada que experimenta el sector. Las transacciones bancarias en línea aumentaron significativamente y parecen haberse mantenido estables después de la pandemia, ya que la proporción de transacciones en línea con respecto a las transacciones en persona se han mantenido estables un año y medio después de la implementación del primer bloqueo (Cerdeira, et al., 2023); evidenciando una transición permanente hacia lo digital para las mipymes.

En Perú, instituciones como las financieras, Edpymes, cajas municipales, cajas rurales y MiBanco han impulsado particularmente el sector de microfinanzas, favoreciendo la inclusión financiera y convirtiendo al país en un referente en América Latina. COFIDE, a través de su programa PRIDE, ha extendido su alcance a zonas rurales desatendidas por otras instituciones financieras.

## **2.3 Importancia de las mipymes en el país**

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en el Perú cumplen un rol esencial en el crecimiento económico y el desarrollo social inclusivo del país, porque representan el 99.2 % de las empresas peruanas, aportan al PBI con el 25 %, emplean al 61.4 % de la PEA y aportan el 7 % del valor total de las exportaciones en 2022. (Ministerio de la Producción, 2024).

Bajo esta perspectiva es clave impulsar iniciativas que favorezcan o impulsen la reactivación, la diversificación, el desarrollo productivo, el crecimiento y la sostenibilidad de la micro, pequeña y mediana empresa.

En el Perú existen 2,2 millones de mipymes formales, de las cuales el 94.2 % son microempresas, el 5 % pequeñas y 0.2 % medianas empresas. La alta presencia de microempresas en el tejido empresarial suele responder a necesidades individuales de autoempleo y que a menudo se encuentran en una situación de informalidad, que incluye

bajos niveles de capital humano, dificultad para acceder a recursos financieros externos, escasa internacionalización y realización de actividades con bajos requerimientos técnicos (Dini & Stumpo, 2020).

### Aporte de las mipymes al empleo

Las mipymes habrían generado 10,9 millones de puestos de trabajo en 2022, cifra superior en 2.1 % al año precedente; de los cuales, más del 80 % cede su fuerza laboral en condiciones de informalidad; es decir, de cada 10 empleos generados por las mipymes, 8 son informales. Asimismo, el 28.4 % (642,669) de mipymes formales contaron con algún tipo de operación crediticia en el sistema financiero al cierre de diciembre del 2022; dicho porcentaje ha sido levemente más alto al 2021 (+0,6 puntos porcentuales) (Ministerio de la Producción, 2024).

Por otro lado, la dinámica de las mipymes formales contribuye a las arcas fiscales, pues ha permitido recaudar a la administración tributaria alrededor de 3 mil 996 millones de soles por impuesto a la renta de tercera categoría en el 2022, equivalente al 12.2 % de la recaudación nacional por dicho concepto; y más de 10 mil 272 millones de soles por IGV, contribuyendo con el 22.6 % a la recaudación nacional del IGV.

**Tabla 1.** Estimación del número de personas empleadas en el sector privado según el tamaño empresarial, 2022

| Tamaño empresarial                           | Empleos en el sector privado |                    | Part. % en la PEA ocupada nacional | PEAO en el sector privado |              |                     |              |
|----------------------------------------------|------------------------------|--------------------|------------------------------------|---------------------------|--------------|---------------------|--------------|
|                                              | N° de Personas               | % de Participación |                                    | Formal                    | Part.%       | Informal            | Part.%       |
| Microempresa                                 | 8,990,832.00                 | 74.80              | 50.60                              | 778,140                   | 8.70         | 8,212,691.00        | 91.30        |
| Pequeña empresa                              | 1,619,374.00                 | 13.50              | 9.10                               | 836,727                   | 51.70        | 782,647.00          | 48.30        |
| Mediana empresa                              | 283,415.00                   | 2.40               | 1.60                               | 220,898                   | 77.90        | 62,517.00           | 22.10        |
| Mipyme                                       | <b>10,893,620.00</b>         | <b>90.60</b>       | <b>61.40</b>                       | <b>1,835,766</b>          | <b>16.90</b> | <b>9,057,855.00</b> | <b>83.10</b> |
| Gran empresa                                 | 1,128,289.00                 | 9.40               | 6.40                               | 958,343                   | 84.90        | 169,946.00          | 15.10        |
| <b>Total del empleo en el sector privado</b> | <b>12,021,909.00</b>         | <b>100.00</b>      | <b>67.70</b>                       | <b>2,794,108</b>          | <b>23.20</b> | <b>9,227,801.00</b> | <b>76.80</b> |

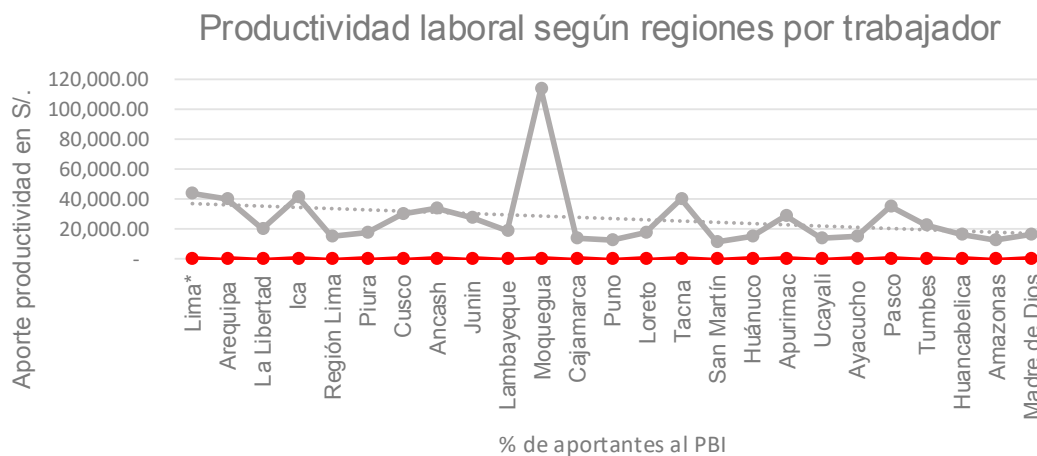
Nota: El estrato empresarial es determinado con base en el rango de las personas trabajadoras: microempresa hasta 10 personas; pequeña empresa de 11 a 100; mediana empresa de 101 a 250; y gran empresa más de 251 personas trabajadoras. Asimismo, el sector privado incluye practicantes, trabajadores familiares no remunerados e independientes que utilizan trabajadores familiares no remunerados.

Fuente: Elaborado por PRODUCE con información de la ENAHO 2022.

## Aporte al valor agregado

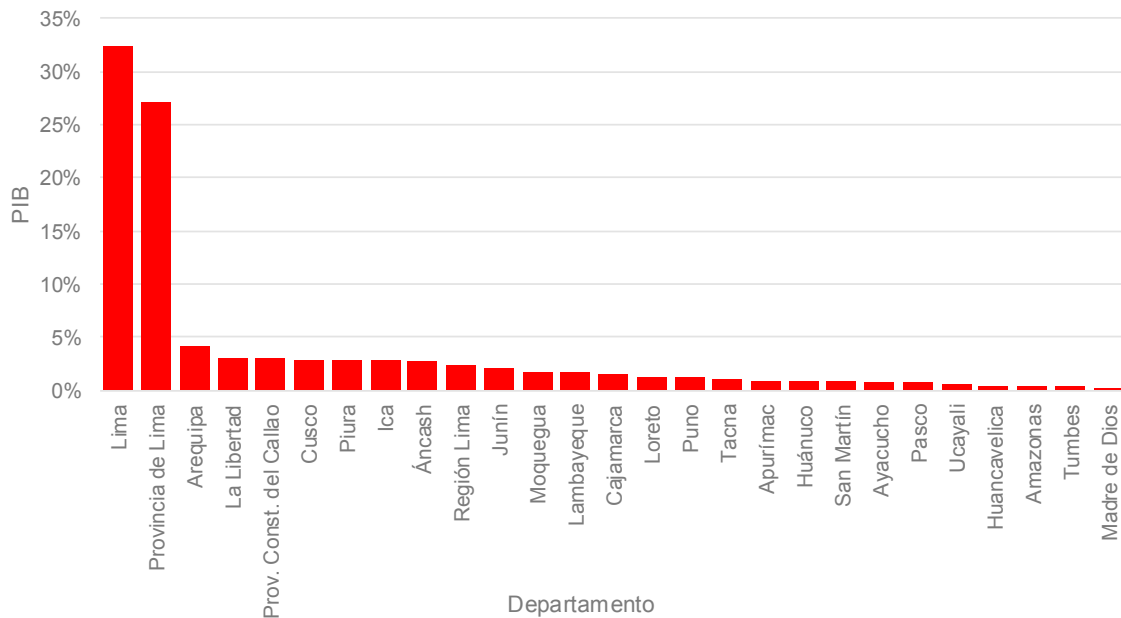
De manera desagregada, se estima que las microempresas contribuyen con solo el 5.6 % al valor agregado nacional, según datos de 2022. Esta situación podría explicarse por la baja productividad de este segmento empresarial, la incapacidad de aprovechar economías de escala, las dificultades para acceder a crédito o inversiones, la falta de mano de obra especializada, entre otros factores que inciden de manera significativa. El crecimiento de población ocupada en empresas de 1–10 trabajadores/as, aumentó un 3 % entre 2019 y 2022, siendo más de 900 mil personas las que se integraron laboralmente en mipymes –75 % están empleadas por mipymes (INEI, 2022)–; y casi el 60 % de la productividad laboral, según la región donde se encuentran las empresas, registran índices menores a la productividad laboral media del Perú. Cabe señalar que para este parámetro se consideró Lima y Callao, que elevan el indicador estando muy por sobre la media y representan el 40 % de la economía del país, lo cual distorsiona la medición favoreciendo o elevando el promedio nacional.

**Ilustración 1.** Estimación del número de personas empleadas en el sector privado según el tamaño empresarial, 2022



\*/ Lima Metropolitana y Callao

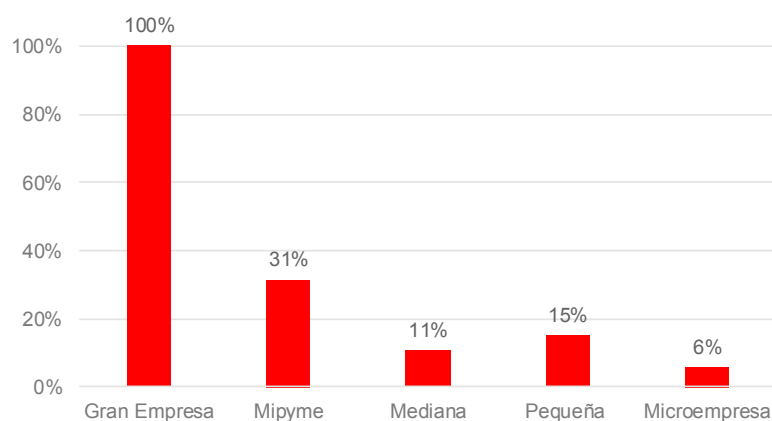
Fuente: BCRP; INEI–IPE.

**Ilustración 2. Contribución al PIB por departamento**

Nota: Producto Bruto Interno por años, según departamentos 2007-2023.

Fuente: Elaboración propia con información de INEI-Perú.

Por su parte, las pequeñas y medianas empresas contribuyeron con el 15.1 % y el 10.7 % (ver gráfico 1).

**Gráfico 1. Estimación del aporte de las empresas privadas al valor agregado del sector privado según tamaño empresarial, 2022\***

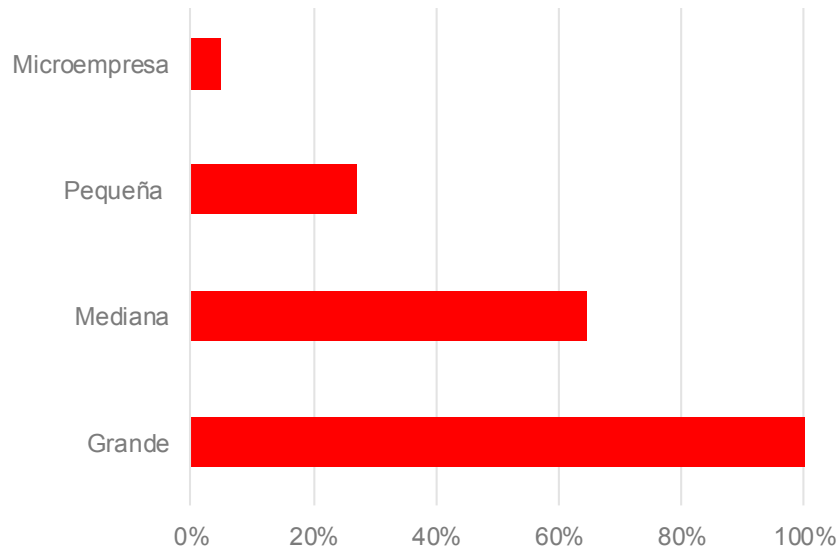
Nota: (\*) No se incluye a la administración pública y defensa, actividades de los hogares en calidad de empleadores, actividades indiferenciadas de producción de bienes y servicios de los hogares, organizaciones y órganos extraterritoriales, entidades financieras y aseguradoras.

Para la estimación se utilizó un pool de datos de las ENE 2015-2016, esto con el objetivo de obtener una estimación más consistente. (\*\*) Estimaciones asumiendo la estructura de las ventas totales y desempeño de la actividad económica.

Fuente: ENE, SUNAT. Elaboración: PRODUCE–OGEIEE–Oficina de Estudios Económicos.

En el Perú, la productividad de las empresas medianas representa el 64.6 % de las grandes; en el caso de las pequeñas empresas, esta cifra se reduce al 27.1 % y en la microempresa al 4.6 %.

**Gráfico 2. Productividad laboral relativa por tamaño de empresa**



Nota: El estándar es obtenido de la producción del sector empresarial grande.

**Fuente: INEI–Encuesta Nacional de Empresas 2019.**

**Extraído de PRODUCE–OGEIEE–Oficina de Estudios Económicos.**

## **Aporte de las mipymes a la Inclusión financiera**

Definamos primero el alcance del concepto de inclusión financiera, desde la perspectiva del regulador, según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), quien la define como el acceso y uso de servicios financieros de calidad, el cual comprende las siguientes dimensiones:

- **Acceso:** las principales barreras incluyen la limitada productividad, dificultades para acceder a créditos, falta de mano de obra especializada y alta informalidad. Esto ha generado que la banca/proveedores de servicios financieros formales no hayan terminado de adaptarse a las condiciones del sector de las mipymes; pese a ello, se hacen denodados esfuerzos para poder lograr mayor presencialidad en el entorno donde se desenvuelven. Aunque la cobertura puede variar significativamente entre zonas urbanas y rurales, las zonas urbanas tienen mayor concentración de servicios

financieros, mientras que en las rurales dependen más de los agentes bancarios, cooperativas y las cajas de ahorro (CRAC y CMAC).

Producto de la pandemia en 2019, el proceso de adaptación a ambientes, canales y servicios digitales, tales como: *home banking*, apps, *wallets*, cajeros, sin dejar de lado los canales tradicionales de atención, donde se concentra la mayor cantidad de puntos de contacto y servicio.

**El fenómeno de Plin, Yape y otras wallets.** En los últimos años, el crecimiento del comercio electrónico y la transaccionalidad virtual dieron lugar a la aparición de las billeteras electrónicas, las cuales surgen como respuesta a la necesidad de hacer pagos más rápidos y sencillos en un entorno donde cada vez más personas usaban sus teléfonos móviles para transaccionar.

Yape (BCP) surge como una solución simple y gratuita para enviar y recibir dinero entre personas sin necesidad de conocer o registrar el número de cuenta o el CCI, requiriendo únicamente el número telefónico o un QR para poder transaccionar. Por otro lado, Plin (BBVA) surge con un enfoque más ambicioso y con un espíritu de colaboración entre varios bancos, permitiendo hacer transferencias y pagos de dinero entre ellos y sin costo.

Hoy en día, ambas plataformas permiten incluso hacer transferencias entre destinatarios de distinto proveedor, permitiendo así enviar y recibir dinero de manera rápida y segura desde un teléfono, usando solo el número de celular de la otra persona. Sin necesidad de conocer la cuenta bancaria del destinatario, únicamente eligen a quien enviar el dinero, introducen el monto y confirman la transacción. Cabe señalar que, si bien se cuenta con topes operativos por medidas de seguridad, estas operaciones no tienen costo adicional y se adecuan a las necesidades de usuarias y usuarios particulares, como a pequeños negocios que han encontrado en estas apps una solución al manejo de efectivo.

**Tabla 2.** Estimación de canales de atención disponibles para el segmento

| Mipymes<br>acceso a<br>financiamiento | Agencias<br>Bancos | Cajeros | Agentes | OF.<br>CRAC | OF.<br>CMAC | Adultos<br>con Ctas |
|---------------------------------------|--------------------|---------|---------|-------------|-------------|---------------------|
| 30 %                                  | +4,500             | +9,500  | 50,000  | +500        | +700        | 43 %                |

Fuente: Inclusión financiera en el Perú–CREDICORP 2023.

- **Uso**

En los últimos años, dada la ola de migración a ambientes y soluciones digitales, más obligados que por motivación propia, se han desarrollado diversas aplicaciones móviles y billeteras digitales, como Plin, Yape y otras, haciéndose cada vez más populares por su facilidad de uso, inmediatez y seguridad al realizar pagos y transferencias. Mientras que otros mecanismos se utilizan más por costumbre o conveniencia, como el uso de efectivo o tarjetas de crédito; estas billeteras ofrecen una alternativa donde las personas usuarias pueden realizar transacciones sin tener que llevar efectivo o llevar una tarjeta física. En Perú, la popularidad de aplicaciones móviles como Yape y Plin ha impulsado la adopción de tecnología de pago o billeteras electrónicas tipo NFC (comunicaciones de campo cercano). Si bien algunas instituciones financieras han presentado iniciativas aisladas, el alcance que ofrecen es principalmente informativo más que transaccional. Encontrando en estas billeteras las herramientas útiles para brindar servicios a su clientela, evidenciándose una mayor adopción en zonas urbanas, incluso en espacios urbanos ubicados en zonas rurales. En Plin, pese a lo antes mencionado, aún es escaso el acceso a servicios financieros, tales como créditos de capital de trabajo, financiamiento para inversiones, desarrollo o adquisición de activos fijos, portafolio adecuado a las necesidades de seguros e incluso programas de inversión o planificación de previsión social para empresarios del sector.

- **Calidad**

Si bien el segmento se ha especializado, las metodologías utilizadas han partido de un modelo base que data de hace más de 15 o 20 años, en el que la consideración de la informalidad es uno de sus puntos críticos, es el alto costo operativo que tiene que atender el sector, pues basan su análisis en evaluaciones individuales a cargo de ejecutivos y analistas de campo, sin utilizar todo el potencial de minería de datos, análisis proyectivos basados en perfiles y segmentos provistos por sus propias bases de datos que les permitan modelar el comportamiento segmentando por perfiles. Es una realidad que después de la pandemia, los perfiles y comportamientos de pago se hayan modificado, pero podría existir una gran oportunidad que se desprenda de modelar.

- **Impacto colateral: servicios adicionales generados/contraídos**

Desde esta dimensión, podremos considerar todos los esfuerzos o condiciones que se generan o en los que se desenvuelven las mipymes para acercarse al sistema financiero, y también el acercamiento de personas colaboradoras, empleadas o vinculadas a su entorno; entre las más frecuentes están las cuentas de las mismas empresas o empresarios, cuentas de ahorro para pagos de haberes, cuentas para pago a proveedores de créditos contraídos para negocio, seguros, micro seguros de vida o prevención de fraude cibernético, entre otros.

De acuerdo con el índice de inclusión financiera desarrollado por Credicorp, al 2023, la tendencia fue positiva en el nivel de inclusión financiera. En general, para toda la región de Latinoamérica, se mantiene en un rango medio bajo en una escala promedio, con una puntuación de 45.5 % (Credicorp, 2023b, pág. 16); siendo Perú el que ocupa la sexta posición en el ranking de Sudamérica. El año pasado se tuvo un alcance de 43.3 % de inclusión financiera.

**Tabla 3.** Ranking de inclusión financiera en países latinoamericanos

|   |                                                                                               | Total 2023<br>45.5 | Total 2022<br>44.2 | Total 2021<br>38.3 | Ranking<br>2023 | Cambios en las<br>posiciones<br>(2023 vs 2022) |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-----------------|------------------------------------------------|
| 1 |  Argentina | 53.0 ▲             | 49.0               | -                  | 1               | +2                                             |
| 2 |  Chile     | 52.5               | 52.3               | 52.7               | 2               | =                                              |
| 3 |  Panamá    | 52.0 ▼             | 54.6               | 52.6               | 3               | -2                                             |
| 4 |  Ecuador   | 49.6               | 48.9               | 46.4               | 4               | =                                              |
| 5 |  Colombia  | 45.6               | 44.7               | 38.0               | 5               | =                                              |
| 6 |  Perú      | 43.3 ▲             | 39.8               | 37.9               | 6               | +1                                             |
| 7 |  México    | 41.7               | 41.5               | 34.9               | 7               | -1                                             |
| 8 |  Bolivia   | 40.4 ▲             | 38.3               | 39.1               | 8               | =                                              |

Las flechas indican diferencias significativas en comparación al año anterior.  
Elaboración: Ipsos Perú.

Debido a la geografía del Perú, una de las principales barreras que expresan los intermediarios financieros es brindar una experiencia o servicio financiero más próximo y de fácil acceso, considerando que la mayor parte de la población se concentra en zonas rurales; por ello, aún se tiene un largo camino por cubrir. Una de las herramientas que puede facilitar este proceso es la digitalización y provisión de servicios y productos digitales.

## 3. Contexto: situación actual en el país

### 3.1 Marco regulatorio

En el Perú, el marco regulatorio y legal para las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) está estructurado para fomentar su creación, operación y desarrollo. Esto es crucial para el desarrollo económico del país, en el que participan diversos actores.

Las mipymes cuentan con una regulación especial (Ley N° 28015), que es fundamental en este contexto, ya que establece medidas específicas para la promoción, formalización y desarrollo de las organizaciones. Entre sus disposiciones, se encuentran beneficios tributarios, la simplificación de trámites administrativos y el acceso preferencial a servicios financieros. Este marco legal está diseñado para reducir las barreras que enfrentan estas empresas en su operación diaria.

Las mipymes deben primero registrarse en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP). Este proceso incluye la inscripción de la empresa y la obtención de la partida electrónica, entre otros documentos necesarios para su formalización.

Además, el Ministerio de la Producción gestiona el registro nacional de mipymes, en el que las empresas pueden inscribirse para acceder a una variedad de beneficios, como programas de capacitación, asesoría técnica y oportunidades de financiamiento. Esta inscripción es crucial para que las mipymes puedan aprovechar los recursos y programas de apoyo disponibles.

La Ley de Contrataciones del Estado (Ley N° 30225) también desempeña un papel importante al ofrecer a las mipymes oportunidades preferenciales en los procesos de contratación pública. Esta medida busca fomentar la participación de las mipymes en proyectos gubernamentales, incrementando así su capacidad de negocio y desarrollo.

Para facilitar el entorno operativo, el Estado peruano ha implementado diversas medidas para simplificar los trámites administrativos. Esto incluye la agilización de procesos para la obtención de licencias, permisos y otros requisitos regulatorios. Estas acciones están orientadas a reducir el tiempo y los costos asociados con la conformación legal, permitiendo que las mipymes se concentren en sus actividades productivas.

La regulación tributaria clasifica a las empresas en función del volumen de ventas que estas reporten, según el número de unidades impositivas tributarias (UIT). Según la ley No. 30056,

las mipymes se encuentran dentro del rango de ventas de hasta 2,300 UIT como máximo (S/. 11,845,000 o 2,961,250 EUR en 2024).

Por otra parte, la ENIF y el Plan Nacional de Desarrollo al 2050 de PERU tienen como lineamientos de política, prioridades, objetivos, metas y acciones de orden estratégico, alineados con nuestros objetivos institucionales, brindando una gran oportunidad de cooperación con los proyectos de la Sparkassenstiftung Alemana (DSIK, por sus siglas en alemán) en materia de sostenibilidad, inclusión financiera, incentivar la productividad y competitividad en los sectores donde se tiene participación, entre otros.

## **3.2 Universo de la demanda**

### **Clasificación oficial**

La clasificación de las empresas en micro, pequeñas y medianas empresas se basa en las unidades impositivas tributarias (UIT). Según la ley No. 30056, una microempresa tiene ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT (equivalente a S/. 772,500 o 193,125 EUR en 2024), una pequeña empresa tiene ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 UIT (S/. 8,755,000 o 2,188,750 EUR en 2024) y las medianas empresas tienen ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT (S/. 11,845,000 o 2,961,250 EUR en 2024).

Para el sector financiero, la segmentación de las mipymes para efectos de reporte al regulador, está determinada por la definición de créditos y la clasificación de las empresas, la cual establece lineamientos para la segmentación respecto de la posición deudora en el sistema financiero en los últimos seis meses previos a la contratación del nuevo crédito, con exclusión de saldos deudores por créditos hipotecarios. La microempresa tiene una posición deudora máxima de S/.20,000, pequeñas empresas con saldo deudor superior a S/.20,000 pero no mayor a S/.300,000 y medianas empresas las que tienen endeudamiento superior a S/.300,000 y no cumplen con las características para ser clasificadas como corporativos o grandes empresas (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2015), siendo el límite superior de endeudamiento los S/. 20 millones.

Una variable que se considera para determinar si pertenece al segmento de las mipyme, es el número de personas que trabaja dentro de las empresas; por cuanto la clasificación de éstas en el Perú es clara: las microempresas se caracterizan por tener entre 1 y 10 empleados y empleadas, las pequeñas empresas emplean entre 11 y 50 personas y las medianas empresas

soportan una fuerza laboral de 51 a 250. Esta delimitación ayuda a comprender las diferentes escalas en las que operan las mipymes, dándonos luz sobre el impacto que tienen sobre el sector empresarial peruano.

Para efectos del estudio, consideraremos como parámetro de segmentación **el nivel de ventas anuales**.

### Sector económico

Según el último reporte al 2022, el 85.3 % de las micro, pequeñas y medianas empresas se encontraba concentrado en los sectores de comercio (44.6 %) y servicios (40.7 %). Estos sectores, a su vez, representaron el 53.9 % del producto bruto interno nacional, lo que los posiciona como los sectores más significativos de la economía. En menor proporción, las mipyme se distribuyeron en los sectores de manufactura (8.6 %), construcción (3.8 %), agropecuario (1.3 %), minería (0.9 %) y pesca (0.2 %). Todos estos sectores registraron un aumento en el número de mipymes formales operativas en el año 2022 con respecto al año anterior, con la excepción del sector minero (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 42).

**Tabla 4.** Mipymes según sector económico, 2019-2022

| Tamaño empresarial | 2019      | 2020      | 2021      | 2022      | Part. % 2022 | Var % 2022/2021 | Var.% 2022/2019 |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|-----------------|-----------------|
| Comercio           | 1,087,329 | 798,450   | 948,287   | 1,000,651 | 44.6%        | 5.5%            | -8.0%           |
| Servicios          | 978,791   | 78,269    | 856,893   | 914,903   | 40.7%        | 6.8%            | -6.5%           |
| Manufactura        | 196,202   | 153,048   | 180,519   | 192,618   | 8.6%         | 6.7%            | -1.8%           |
| Construcción       | 66,151    | 64,940    | 79,293    | 84,323    | 3.8%         | 6.3%            | 27.5%           |
| Agropecuario       | 29,775    | 23,778    | 27,728    | 28,817    | 1.3%         | 3.9%            | -3.2%           |
| Minería            | 15,104    | 18,387    | 21,433    | 20,185    | 0.9%         | 5.8%            | 33.6%           |
| Pesca              | 3,892     | 3,245     | 4,140     | 4,298     | 0.2%         | 3.8%            | 10.4%           |
| Total              | 2,377,244 | 1,780,117 | 2,118,293 | 2,245,795 | 100.0%       | 6.0%            | -5.5%           |

Fuente: Ministerio de la Producción (2024, p. 43).

Respecto de las exportaciones, la contribución de las mipymes fue del 7 % del valor total reportado en 2022 (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 16).

**Tabla 5.** Número de empresas y valor de exportaciones en regiones consideradas

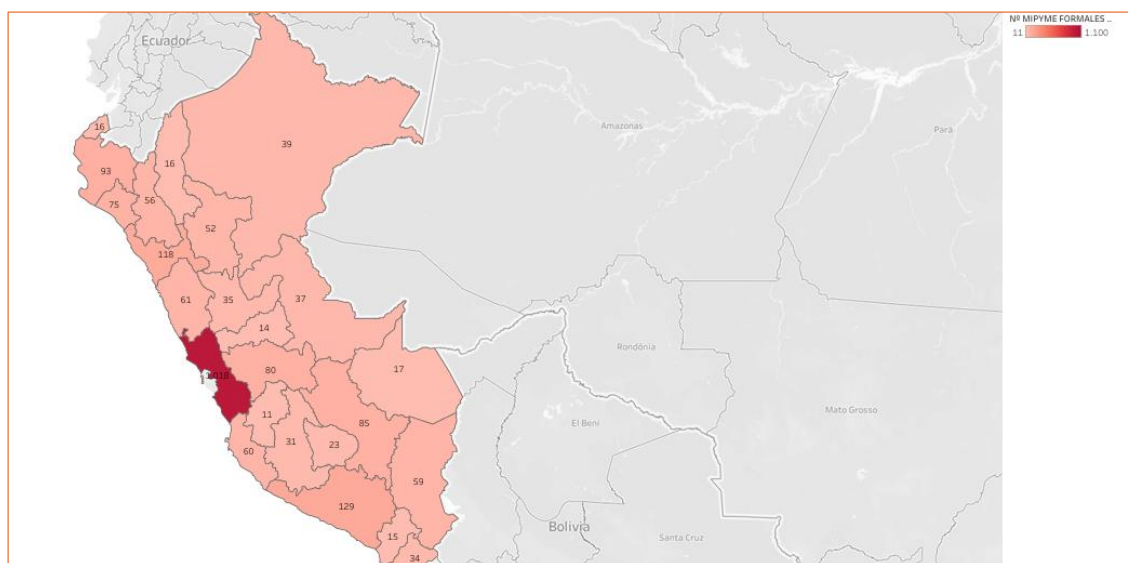
| Regiones    | Número de empresas |               | Valor en millones US\$ FOB |             |
|-------------|--------------------|---------------|----------------------------|-------------|
|             | 2021               | Var.% 2022/21 | 2022                       | Part.% 2022 |
| Arequipa    | 301                | 1.0           | 187                        | 4.7         |
| Ayacucho    | 57                 | 18.8          | 30                         | 0.7         |
| Cajamarca   | 96                 | 7.9           | 90                         | 2.2         |
| Ica         | 220                | 0.9           | 233                        | 5.8         |
| Junín       | 227                | 8.1           | 134                        | 3.3         |
| La Libertad | 175                | 0.0           | 253                        | 6.3         |
| Lima        | 4338               | 4.5           | 1265                       | 31.5        |
| Piura       | 434                | -0.2          | 238                        | 5.9         |
| Puno        | 497                | 9.5           | 1058                       | 26.4        |
| San Martín  | 72                 | 0.0           | 41                         | 1.0         |

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Ministerio de la Producción (2024, p. 98).

Podemos apreciar que Lima es donde se concentran las mipymes exportadoras, seguido de Puno y La Libertad. Desde la década de 1990, Perú ha implementado políticas como la liberalización del comercio y la promoción de la competitividad del sector exportador (Álvarez, Huamaní, & Palomino, 2022, pág. 31).

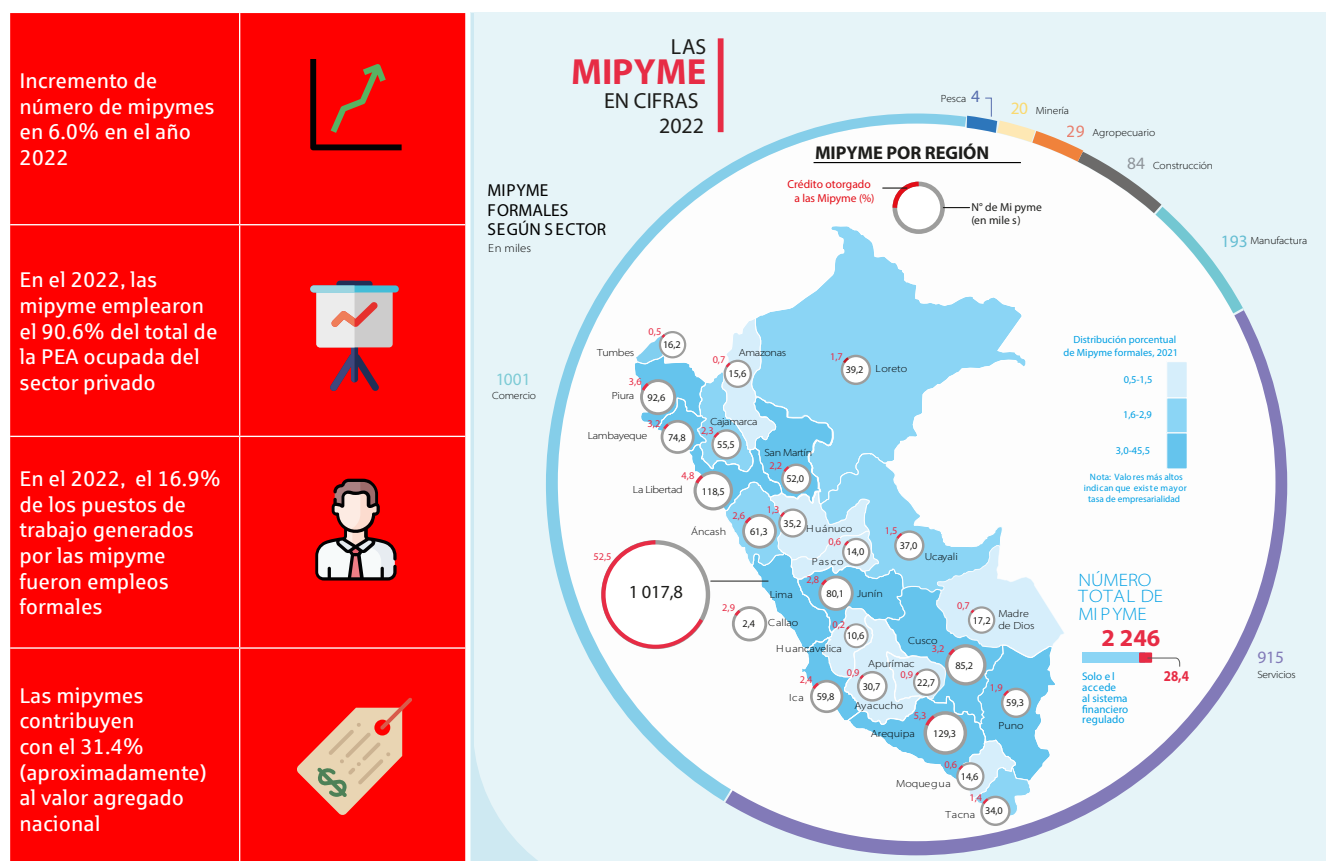
### Número de mipymes y distribución geográfica

Según reportes, el Perú albergó 2,245,795 mipymes en 2022. Casi la mitad de éstas se concentran en Lima, seguido de Arequipa (129,274), La Libertad (118,450), Piura (92,569), Cusco (85,175) y Junín (80,135).

**Ilustración 3.** Número de mipymes formales en 2022 (en miles)

Fuente: Elaboración propia con base en información del Ministerio de la Producción.

### Ilustración 4. Distribución de las mipymes por región en 2022 (en miles)



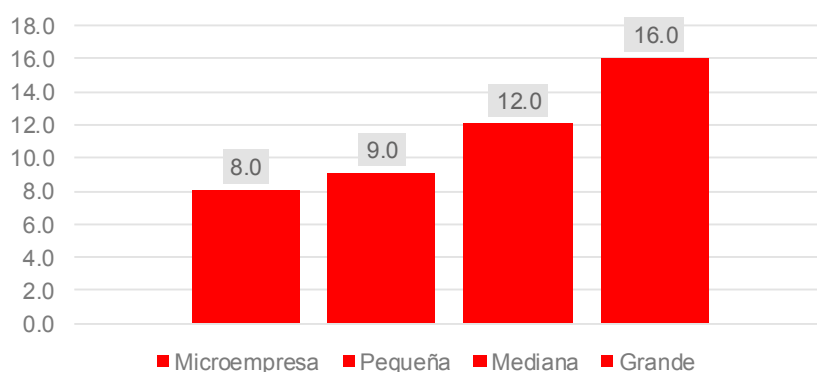
Fuente: Tomado del libro *Las Mipyme en cifras 2022* (Produce, p. 18).

### Mortalidad y permanencia en el mercado

La mortalidad empresarial ha estado sujeta al nivel de especialización productiva de las personas emprendedoras en actividades de acceso más fácil, menores requerimientos para hacer escalables los negocios, menor complejidad y necesidad de capital para su operación. Muchas microempresas y pequeñas empresas encuentran oportunidades en el comercio minorista y algunos servicios de bajo valor agregado, como actividades manufactureras de bajo contenido tecnológico. Un estudio de 60 gestores de microempresas en Perú identifica los principales factores de mortalidad: *“La falta de publicidad, la situación económica del país, la alta cantidad de competencia ubicada cerca al negocio, la falta de plan de negocio, la falta de mecanismos de control de efectivo y la dificultad para conseguir trabajadores. Entre otros factores relevantes destacan la alta carga laboral, la falta de manejo de información contable, la falta de experiencia en el sector, la falta de clientes, la alta carga tributaria y la necesidad de tomar préstamos”* (Álvarez, Huamaní, & Palomino, 2022, págs. 13-15).

Generalmente, existe una correlación directa entre el tamaño de las empresas y su duración en el mercado; esto significa que a medida que aumenta el tamaño empresarial, también aumenta la permanencia en el mercado a lo largo de los años (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 52).

**Gráfico 3.** Permanencia en el mercado de las empresas formales, según tamaño empresarial, 2022 (promedio de años)

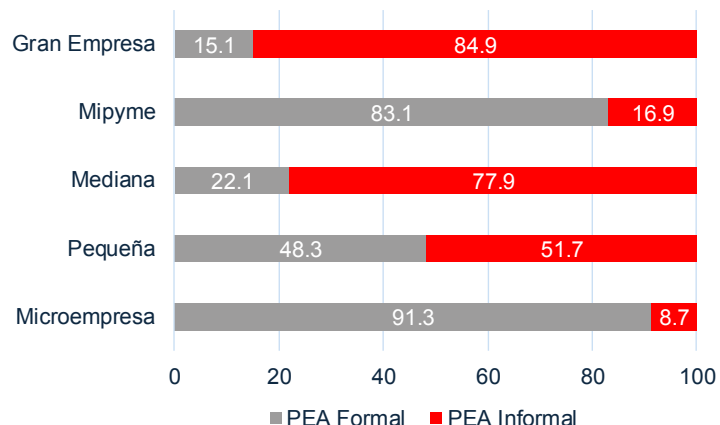


**Fuente:** Ministerio de la Producción (2024, p. 53).

## Formalidad

Dentro del sector de las micro, pequeñas y medianas empresas, el 83.1 % del empleo generado se encuentra en la informalidad, siendo aún más alta la incidencia de informalidad entre las microempresas, con un 91.3 %. Esto demuestra que aproximadamente 8 de cada 10 personas que laboran en una mipyme lo hacen en condiciones informales (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 35).

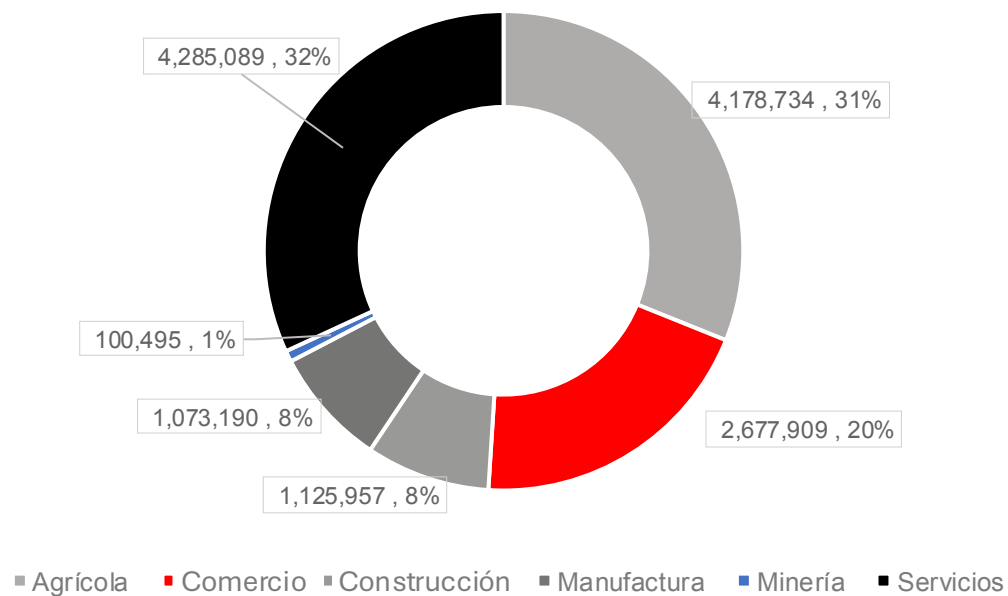
**Gráfico 4.** Población económicamente activa ocupada (PEAO) en el sector privado según tamaño empresarial y tipo de empleo, 2022 (porcentajes)



**Fuente:** Ministerio de la Producción (2024, p. 37).

Las regiones peruanas con mayor cantidad de empleo informal fueron Lima Metropolitana (3.08M), Piura (824,507), La Libertad (773,299), Cajamarca (760,434) y Puno (756,539). Sin embargo, con la excepción de Cajamarca, estas regiones no tienen la mayor tasa de empleo informal. En Huancavelica, 92 % del empleo fue informal, seguido de Puno y Huánaco con 90 %, Ayacucho con 89 % y Cajamarca, Amazonas y Apurímac con 88 % (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2022).

**Gráfico 5. Empleo informal por actividad económica, 2022**



Nota: El sector más afectado por la informalidad es el sector agrícola, seguido de los servicios y el comercio.

**Fuente: MTPE (2022).**

## Personas mipymes

De acuerdo con el informe de la Cámara de Comercio Exterior del Perú, la mayoría de las y los empresarios encuestados (52 %) son jefes o jefas de familia y afirman que una parte significativa (quizá el 100 %) de los ingresos de su hogar depende directamente de las ventas y el desempeño de su negocio. Un poco más de la mitad de las personas que son dueñas de pequeñas empresas en Perú son mujeres. En promedio, los y las empleadas en las pymes en 2022 tenían 32 años y contaban con un nivel educativo equivalente a secundaria incompleta (COMEX, 2022).

En lo que respecta a la estructura legal de las empresas, es posible clasificarlas en persona natural y persona jurídica. En cuanto a la primera, el 69.5 % de las microempresas se encuentran constituidas bajo esa clasificación, al igual que el 12.7 % de las pequeñas empresas y el 5.6 % de las medianas empresas. En términos de estructura legal, el 30.5 % de las microempresas pertenecen a esta clasificación, junto con el 87.3 % de las pequeñas empresas y el 94.4 % de las medianas empresas (CAF, 2023).

### **Nivel de ventas**

En el 2022, el 75.4 % de las empresas formales reportaron ventas entre 0 y 13 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), es decir, entre 0 y 59,800 soles. Estas empresas representan el 48.8 % del total, con un 2.4 % menos que en el 2021 y un 13.5 % menos que en el 2019. Solo el 1.7 % de las mipymes tuvieron ventas entre más de 500 UIT y 2,300 UIT, es decir, entre S/ 2,300,000 y S/ 10,580,000. Las grandes empresas formales habrían generado alrededor del 77.6 % de las ventas totales en el 2022, mientras que las mipyme contribuyeron con el 22.4 %, donde las microempresas representaron el 6.4 %, las pequeñas el 13.8 % y las medianas el 2.2 % (Ministerio de la Producción, 2024, págs. 48-49). El entorno de las mipymes sigue siendo frágil, con bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial. Cuatro factores clave influyen en el desempeño de las y los empresarios de estas microempresas: desarrollo, motivación para el crecimiento, habilidades gerenciales y acceso a recursos y demanda del mercado (Avolio, Mesones, & Roca, 2011).

### **3.3 Universo de la oferta**

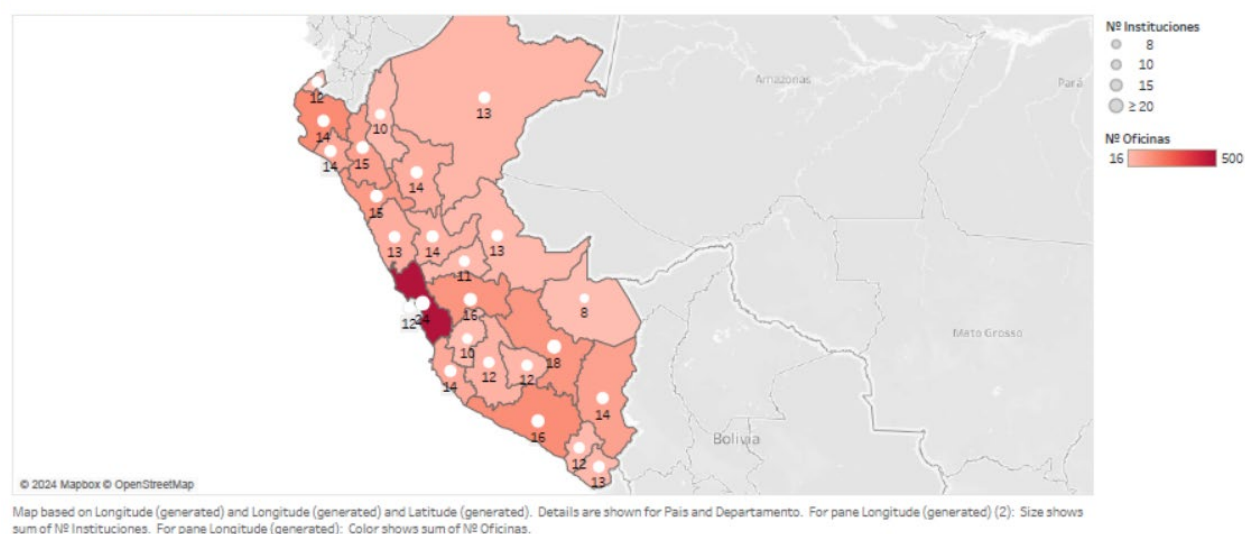
El universo de la oferta está representado tanto por la banca comercial/múltiple, como por la especializada en microfinanzas; entre estas destaca Mi Banco como referente en el sector, y a menor escala Banco de Crédito del Perú, el cual oferta a las empresas corporativas, gran empresa y agroexportadoras. La banca múltiple participa con el 77.4 % (17 IF BM) del total de los montos colocados (saldo de crédito), comparado con el resto del sistema financiero. La banca de microfinanzas constituida por 11 CMAC representa el 12.3 % de empresas financieras, 4.3 % las demás CRAC y Edpymes con esfuerzo llega al 0.5 % (17 en conjunto) y el 60 % constituido por 70 cooperativas a lo largo del territorio nacional.

Se cuenta con presencialidad a nivel nacional, destacando las regiones de: Lima (490), Piura (155) y La Libertad (115), donde se denota la mayor concentración de agencias u oficinas en la zona Costa Central y el norte del Perú, con 155 y 115, respectivamente. En la zona nororiente

lideran las regiones de Cajamarca con 96 agencias y San Martín con 61 agencias. En la zona centro, Junín cuentan con 130 agencias. Finalmente, en la zona sur del país lideran Arequipa, Cusco y Puno, con 150, 122 y 95 agencias, respectivamente.

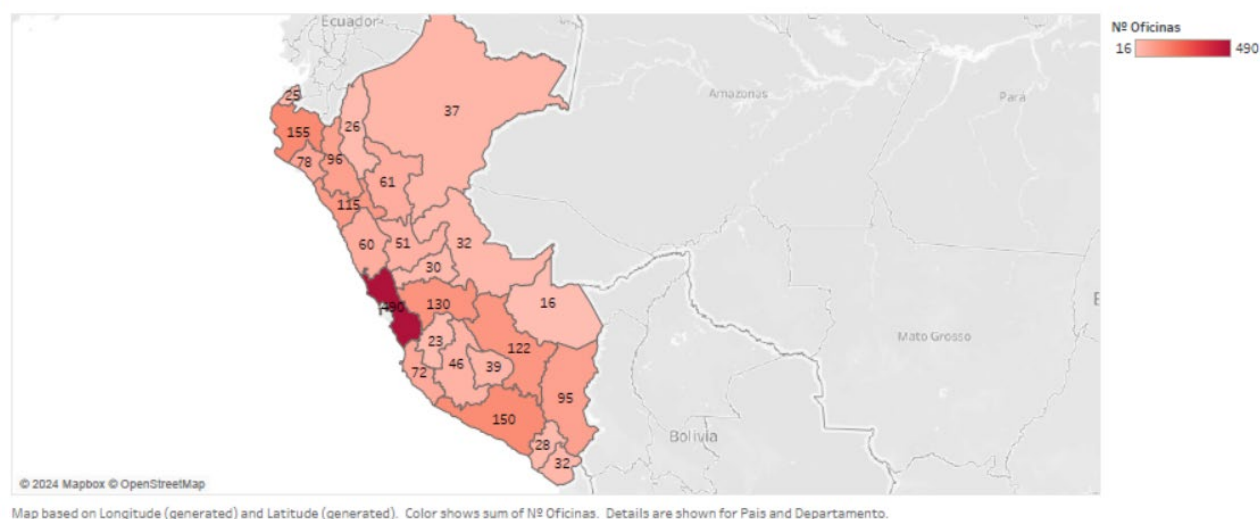
### Ilustración 5. Instituciones financieras por departamento en el sector mipyme

No. de instituciones financieras en el sector mipymes (2024)



### Ilustración 6. Oficinas de instituciones financieras en el sector mipyme

No. de oficinas de instituciones financieras en el sector mipymes (2024)



**Fuente:** Elaboración propia con base en información de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.

En las entrevistas a CMAC (CMAC Cusco y Trujillo) nos mencionaron que encontraron como alternativa para financiar a emprendimientos el otorgamiento de créditos de consumo con montos bajos; de esta manera, les permite a las mipymes establecer un historial crediticio, demostrar su capacidad de pago y, sobre todo, establecer su voluntad de pago. Esto es fundamental para la aprobación de un microcrédito, dado los riesgos que conlleva. De esta forma, comienza el ciclo del crédito con los créditos de consumo y, con el tiempo, estos van evolucionando a créditos para microempresas, pequeñas y medianas empresas, con tasas de interés más favorables y montos de capital más altos, en función del historial crediticio, el buen uso y la gestión de éste, así como el progreso del negocio.

En este proceso se explica la razón por la cual las CMAC evalúan inicialmente la persona emprendedora informal y desconocida de forma cualitativa más que cuantitativa, al no poder ajustar las condiciones a los requerimientos formales de un crédito para negocio.

Producto de ello, al ser la información cualitativa de la clientela más difícil e implicar un costo operativo más alto en la obtención y validación de datos domiciliarios, lugar de trabajo o zona de ventas, así como la validación del comportamiento de pago de sus obligaciones por parte del potencial acreditado, experiencia con proveedores, incluso el cruce de referencias, hace que la gestión de este tipo de operaciones inicialmente no sea tan rentable para las personas usuarias financieras; sin embargo, le permiten desarrollar un historial de comportamiento crediticio que a futuro le posibilita acceder a mejores condiciones y productos diferentes, que sean más adecuados y acorde con sus necesidades.

### **3.4 Otros puntos relevantes del contexto nacional**

Como podemos apreciar, en Perú, las mipymes enfrentan una serie de desafíos, entre ellos el acceso a financiamiento formal. Según la legislación vigente, las mipymes están obligadas a registrarse ante la SUNARP y pueden beneficiarse de las condiciones estipuladas por la Ley MYPE (Ley N° 28015), la cual tiene alcance en ámbitos tributarios, constitución empresarial, acceso a mercados estables, promoción del empleo y locación de servicios, como proveedores del estado, beneficios fiscales, trámites simplificados y acceso prioritario a servicios financieros. Además, el Ministerio de la Producción gestiona el Registro Nacional de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas y facilita el acceso a esquemas de capacitación y financiamiento. Sin embargo, la realidad muestra que siempre han existido condiciones de informalidad, incluso en el proceso de otorgamiento de créditos a empresas del segmento.

De forma reciente, se han publicado noticias sobre la reducción de los préstamos a mipymes, las cuales sugieren que enfrentan dificultades para acceder a financiamiento formal. La Federación de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Perú (FEPCMAC) cuestionó el intento de la SBS de flexibilizar las regulaciones para empresas abocadas al otorgamiento de préstamos y casas de empeño; lo cual, podría limitar aún más el acceso al crédito y generar un escenario de canibalización y sobreendeudamientos, a los que se expondrían las personas solicitantes de financiamiento, que, por defecto, podría inferir en ajustar más la política de crédito de las instituciones y endurecer las condiciones para el acceso a financiamientos.

Otra condición que impacta de forma no tan positiva es el lineamiento de control de tasas de interés, con lo que los proveedores de servicios financieros se ven limitados por ser parte del sector formal, incidiendo estos límites en el nivel de exposición al riesgo que las instituciones financieras pudieran estar dispuestas a asumir. Esto, sin lugar a duda, genera un desborde de la oferta, impulsando indirectamente los mecanismos de financiamiento informales, los cuales según información estarían permitiendo impulsar de forma indirecta préstamos con condiciones menos favorables para las personas usuarias, que son la población objetivo, y dando pie al desarrollo de condiciones como el acceso a los préstamos del “gota a gota”, como se ha visto en otros países de la región.

Durante las entrevistas a las y los intermediarios financieros, una constante ha sido la necesidad de ser más rentables, pues el costo de fondeo les viene resultando cada vez más caro, lo cual reduce su margen de rentabilidad sobre las operaciones de crédito al segmento.

## 4. Metodología del estudio mipyme

En principio se plantearon las siguientes hipótesis relacionadas con los objetivos específicos de la investigación:

### **Investigación de gabinete**

La metodología del estudio se sustenta en un análisis estadístico descriptivo sobre la información cuantitativa y cualitativa, recabada de fuentes secundarias y fuentes primarias; esto para contrastar la información y obtener hallazgos y conclusiones.

Se diseñaron entrevistas de profundidad para recabar información de diversos perfiles dentro de las personas intermediarias, que permitan entender las estrategias y acciones que ejecutan para desarrollar los agronegocios financieros; así también se entrevistaron a otras personas que participan en la provisión de servicios, entre ellos COFIDE, Asociación de Empresarios Bodegueros, SBS, FEPCMAC, COPEME, entre otros. Y a fin de comprender las necesidades insatisfechas y requerimientos de la demanda, se entrevistó a empresarios mipymes de las regiones de Lima, Ica, Ayacucho, Huancayo, Piura, Moyobamba, San Martín, Tarapoto, entrevistas que nos permiten realizar un análisis de la oferta y demanda de servicios y productos financieros en el sector de las mipymes.

El presente estudio tiene el fin de realizar cruces de la información cualitativa y cuantitativa que nos permitan:

- Cruzar información para obtener conclusiones y hallazgos que permitan planificar y diseñar intervenciones, programas y actividades para la siguiente fase.
- Detectar áreas de oportunidad en la provisión de productos y servicios financieros al sector de las mipymes, haciendo énfasis en las necesidades de los grupos de población vulnerables que administran las micro, pequeñas y medianas empresas. Uno de los grupos en los que se deberá poner énfasis es en el de mujeres empresarias.

Se analizaron estadísticas de la SBS, datos del INEI, revistas económicas del BCRP, informes sectoriales del BID, Credicorp y otros análisis del sector para obtener datos del sector agropecuario. Además, se realizaron entrevistas a personas que son funcionarias, representantes, asesoras y clientas de instituciones públicas y privadas y empresas financieras, para comprender los esfuerzos por incluir financieramente a las mipymes.

## 5. Demanda

En esta sección describimos con mayor detalle la situación de la demanda, centrándonos en las problemáticas existentes en los departamentos de Piura, Arequipa, San Martín, Ica, Lima, Junín, La Libertad, Cajamarca, Ayacucho, como representativos a nivel nacional.

Como se ha mencionado previamente, las micro, pequeñas y medianas empresas en Perú representan más del 99 % de la estructura empresarial del país, desempeñando un papel fundamental en la economía y generando un gran porcentaje del empleo. Estas empresas son vitales para el crecimiento y desarrollo económico de la nación.

### 5.1 Demanda de servicios y productos financieros por parte de las mipymes

Los puntos que se mencionan a continuación incluyen tanto la perspectiva de las mipymes con las que se tuvo contacto como los aspectos que se han documentado en diversas fuentes secundarias de donde se desprenden las necesidades de la demanda:

- Financiamientos con costos acordes a sus necesidades.
- Las mipymes requieren tecnología para automatizar procesos contables y operativos, que les permita gestionar y documentar la operación del negocio (impacta en cómo evidenciar su nivel comercial). Solo el 3.6 % lleva libros contables o tiene un sistema completo de contabilidad instalado (COMEX, 2022, págs. 9-10).
- Fortalecimiento de las capacidades empresariales y financieras de las personas que dirigen a las mipymes.
- Simplicidad en los requerimientos y proceso de calificación.
- Comparador de ofertas financieras para la toma de decisiones de acuerdo con la zona geográfica: las personas emprendedoras con un mayor nivel educativo tienden a buscar más préstamos formales para mipymes, en comparación con aquellos con menor educación.
- Garantía que respalde los créditos, para acceder a mejores condiciones en el mercado.
- Ser atendidos con productos adecuados a las condiciones mipymes. Existe un problema

de rechazo de préstamos (ante el rechazo terminan siendo atendidos por informales), esto refleja un racionamiento crediticio, generando barreras financieras que dificultan el crecimiento y desarrollo de estas empresas.

- Las microempresas de servicios enfrentan volatilidad de los ingresos, situación que reduce las posibilidades de acceder a financiamiento externo, al no contar con una estructura de pagos de cuota variable acorde con la capacidad y frecuencia de pago.
- Acceso a programas de garantías. Las personas propietarias de las mipymes enfrentan desafíos relacionados con la falta de garantías o historial crediticio, lo que dificulta la obtención de préstamos adecuados.
- Fortalecer capacidades de educación financiera y contable en las personas emprendedoras y propietarias de las mipymes.
- Tasas de interés son elevadas, vinculadas a la condición de riesgo que tienen estas empresas.
- Sobreexigencia de requerimientos para acreditarse. En la mayoría de los casos, la exigencia de tener más de 12 meses para ser acreditable.
- La corrupción.
- La informalidad, ya que generan una competencia desleal al permitir que ciertos empresarios operen sin cumplir con los requisitos fiscales, afectando de esta manera a aquellos que sí se encuentran formalmente registrados.
- Esta situación plantea un desafío significativo para el crecimiento y desarrollo de las mipymes.
- Falta de actuación proactiva por parte del Estado, en lo que respecta al apoyo y promoción de las mipymes constituye una preocupación importante para las y los empresarios.
- Falta de capacitación y apoyo limitados del Estado para la formalización de estas empresas, lo cual no es del todo cierto, pero, al parecer, los esfuerzos y difusión no están llegando a las y los empresarios. Esto dificulta el acceso a recursos y oportunidades de crecimiento y desarrollo empresarial para las mipymes.
- Asimismo, el acceso limitado a la tecnología representa un desafío de gran relevancia para las mipymes, ya que restringe su eficiencia y competitividad en el mercado.

- Desarrollar capacidad y hábitos de ahorro. La imposibilidad de ahorrar de forma tradicional, la alta variabilidad de las ventas y la incertidumbre respecto al desempeño comercial de las mipymes, no permite que destinen parte de los ingresos para el ahorro o, en su defecto, es solo provisional; en su reemplazo efectúan un incremento sobre su inversión, ya sea para aumentar productos de catálogo o inversiones que puedan hacerlas líquido rápidamente para obtener un crédito y efectivo.
- El flujo de efectivo de las mipymes es muy variable, lo cual no les permite planificar sus necesidades a mediano y largo plazo, no haciéndolas no visibles o imperceptibles en el escenario presente. Para ellos, escenarios futuros los entienden como una constante del presente; no tienen una previsión futura ni una proyección de necesidades de previsión social para las personas empresarias y no es así así para los trabajadores y trabajadoras bajo el régimen laboral formal.
- La baja productividad e inestabilidad de ingresos genera preocupación por encontrar nuevos medios para generar ingresos. Ante una realidad de vivir al día, esta no permite tener un pensamiento previsional desde temprana edad.

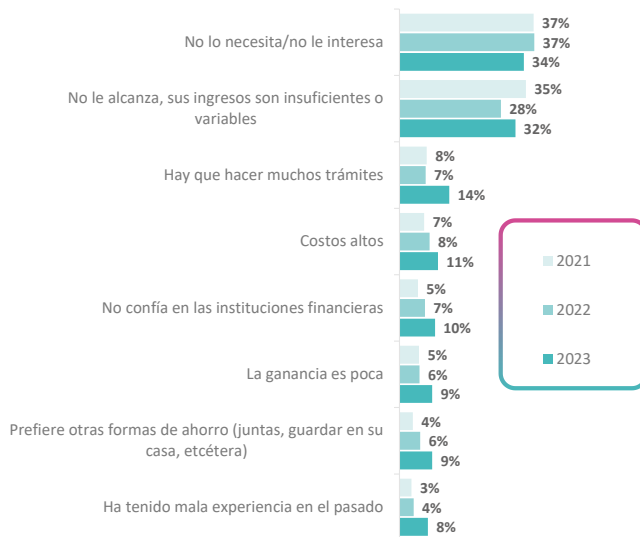
## 5.2 Acceso, uso y calidad

Es importante destacar que, en el año 2022, el Sistema Financiero estaba presente en un total de 1,706 distritos; esto representaba más del 90 % de todos los distritos a nivel nacional, lo cual indica un notorio aumento en comparación con años precedentes. Esta expansión demuestra el compromiso por parte de las entidades financieras por brindar sus servicios a un mayor número de regiones, facilitando así el desarrollo económico y empresarial en todo el país.

La dimensión “acceso” analiza la infraestructura financiera, el conocimiento y la tenencia de productos financieros. La dimensión “uso” aborda las transacciones básicas, ingresos y ahorros. La dimensión “calidad percibida” evalúa la confianza en el sistema financiero y su calidad, incluyendo la seguridad en las transacciones digitales (Credicorp, 2023a, págs. 5-7).

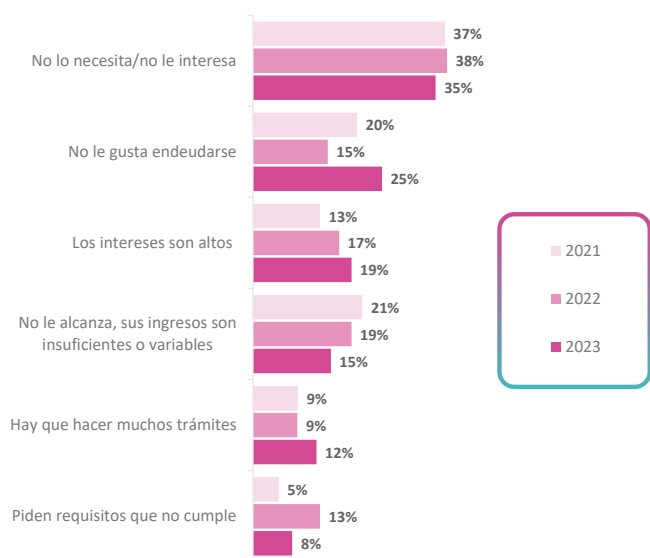
Una encuesta efectuada en Latinoamérica del Grupo Credicorp identifica barreras para tener productos financieros, que se muestran en los siguientes gráficos.

**Gráfico 6. Barreras para tener productos para el ahorro y productos transaccionales en Latinoamérica**



Fuente: Credicorp (2023a, pág. 20).

**Gráfico 7. Barreras para tener productos de crédito en Latinoamérica**



Fuente: Credicorp (2023a, pág. 22).

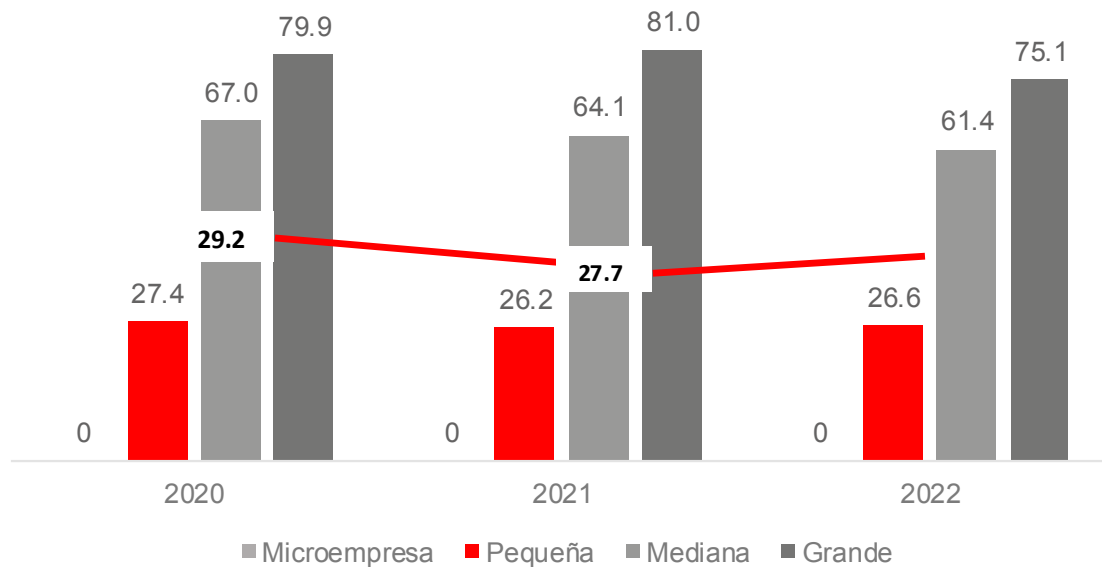
Según esta encuesta, un alto porcentaje de las personas cree que no necesita productos de ahorro o crédito, o no tiene suficientes ingresos para acceder a estos productos.

En Perú, el nivel de la inclusión financiera con respecto a la dimensión de “acceso” fue 46.5 (siendo 100 la inclusión financiera máxima), con respecto al uso (25.9 de 100) y por calidad percibida (57.6 de 100) en 2023 (Credicorp, 2023a, pág. 10). Por tanto, en materia referida al uso, hay mucho potencial de mejora. En 2021, solo el 16 % de los habitantes de América Latina logró un nivel de inclusión financiera clasificado como “alcanzado”. En el 2022, este indicador mostró una mejora, elevándose a un cuarto de la población, y se mantuvo estable en el 2023. En Perú, el 40 % de personas ciudadanas tiene un nivel bajo de inclusión financiera (Credicorp, 2023a, págs. 12-13).

**Acceso:** el acceso al financiamiento es esencial para el crecimiento de las empresas. Aunque los bancos ofrecen créditos, no apoyan el crecimiento empresarial. Esto empeora cuando se necesitan cantidades más grandes y productos financieros más complejos, lo que limita el

acceso al financiamiento y aumenta las tasas de interés. En 2022, solo el 28.5 % de las mipyme formales tuvo acceso al crédito formal (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 21).<sup>1</sup>

**Gráfico 8.** Mipymes con acceso al crédito en el sistema financiero formal, 2020-2022



**Fuente:** Ministerio de la Producción (2024, p. 76).

## Uso

El uso de servicios financieros ha mostrado una leve disminución, posiblemente debido al surgimiento de nuevas mipymes en el mercado formal sin acceder al crédito durante el período (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 75). En cuanto a los créditos otorgados, a diciembre de 2022, ascendieron a S/75,053 millones, representando el 34.0 % de los créditos totales, pero mostrando una disminución del 20.4 % en comparación con diciembre de 2021 (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 76).

En América Latina, el efectivo sigue siendo el principal medio de pago para la mayoría de las personas para realizar compras y pagar servicios, seguido por las tarjetas de débito, utilizadas por aproximadamente una de cada tres personas. Respecto a las billeteras digitales, son la opción más popular en el ámbito digital, especialmente en países como Argentina (37 %),

<sup>1</sup> El acceso al financiamiento es esencial para su supervivencia y expansión, permitiendo la ejecución de nuevos proyectos, fortaleciendo la economía y enfrentando adversidades económicas y financieras (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 72). Aunque los bancos les brindan acceso a créditos, a menudo no los apoyan en su crecimiento posterior. Este problema se agudiza a medida que las empresas necesitan montos mayores y productos financieros más complejos, lo que lleva a limitaciones en el financiamiento y tasas altas que obstaculizan el crecimiento (Avolio, Mesones, & Roca, 2011, pág. 77). En el 2022, el acceso al crédito formal por parte de las mipymes formales fue del 28.5 %, y estas empresas representaron el 34.0 % del total de créditos directos otorgados (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 21).

Panamá (25 %) y Perú (24 %) (Credicorp, 2023a, p. 24). El uso de billeteras y aplicaciones móviles ha experimentado el mayor crecimiento, mostrando una tendencia ascendente constante a lo largo de los años (Credicorp, 2023a, p. 19).

El siguiente gráfico muestra los medios de pago para Perú: transaccionalidad.

### Gráfico 9. Transaccionalidad por medios de pago

#### Medios de pago que utilizan para productos y servicios (%)

|                                     | Total Perú | Lima Metropolitana | Ancash | Arequipa | Cajamarca | Cusco | Junín | La Libertad | Lambayeque | Piura | Puno |
|-------------------------------------|------------|--------------------|--------|----------|-----------|-------|-------|-------------|------------|-------|------|
| Efectivo                            | 98%        | 96% ▼              | 100%   | 98%      | 100%      | 100%  | 100%  | 100%        | 100%       | 99%   | 98%  |
| Billeteras móviles/Apps para pagos* | 24%        | 38%                | 26%    | 28%      | 8% ▼      | 17%   | 9% ▼  | 20%         | 24%        | 19%   | 8% ▼ |
| Tarjeta de débito                   | 17%        | 29% ▲              | 15% ▲  | 17% ▲    | 5%        | 9%    | 9%    | 8%          | 20% ▲      | 10%   | 3%   |
| App de entidades financieras        | 7%         | 11% ▲              | 7%     | 7%       | 2%        | 7%    | 4%    | 7%          | 6%         | 4%    | 7%   |
| Banca por internet                  | 7%         | 11% ▲              | 6%     | 8%       | 3%        | 5%    | 3%    | 4%          | 6%         | 3%    | 6%   |
| Tarjeta de crédito                  | 5%         | 10% ▲              | 4%     | 3%       | 3%        | 5%    | 2%    | 3%          | 3%         | 1%    | 0%   |

Fuente: Credicorp, Inclusión financiera en el Perú 2023.

Además, según un reporte de COMEX Perú, durante 2022, solo un 48 % de las personas emprendedoras mype en Perú contaba con al menos un producto financiero formal y un 24 % empleaba métodos de ahorro informal. Entre los productos formales, el 47 % tenía una cuenta de ahorros, el 7 % contaba con un producto de crédito, el 2 % tenía cuentas corrientes y tan solo el 0.4 % poseía cuentas a plazo fijo (COMEX, 2022, pág. 8).

### Calidad

Las mipymes tienen dificultades para acceder a préstamos formales en Perú debido a la Ley de Topes de las Tasas de Interés. Esto perjudica a las y los empresarios informales, quienes no pueden cumplir con los requisitos de las instituciones financieras. Como resultado, recurren a préstamos informales con costos más altos y riesgos. Ejemplo: préstamo "gota a gota".

Las mipymes en Perú son cruciales para el crecimiento económico y el empleo, pero enfrentan desafíos como falta de registros contables, dificultades de financiamiento e inestabilidad de ingresos. Se deben implementar medidas que fomenten la educación financiera, formalización

y acceso a financiamiento. Así se promoverá su crecimiento sostenible y un impacto positivo en la economía del país (Álvarez, Huamaní, & Palomino, 2022, pág. 27).

Según un estudio reciente, la educación financiera no influye significativamente en la probabilidad de que toda la población abra una cuenta de ahorro, pero sí tiene un impacto positivo en aquellos con bajos niveles iniciales de educación financiera. Es importante promover programas educativos para adquirir conocimientos financieros.

El Banco Mundial ha identificado barreras para la inclusión financiera y el desarrollo de servicios financieros digitales desde la perspectiva de la demanda. Es fundamental promover la inclusión financiera de las mipymes, implementando políticas y programas que fomenten la formalización de estas empresas y que brinden apoyo en temas de capacitación, acceso a recursos financieros y tecnología. Por otro lado, también es necesario mejorar las estrategias de educación financiera y superar las barreras de acceso a servicios financieros, dando como resultado prosperidad económica y empresarial para todos los ciudadanos y ciudadanas.

Además de lo anteriormente expuesto, y en cuanto a las dimensiones de acceso, uso y calidad, la investigación nos evidencia:

### **5.3 Demanda especial de mipymes lideradas por mujeres y otros grupos de población en condiciones de vulnerabilidad**

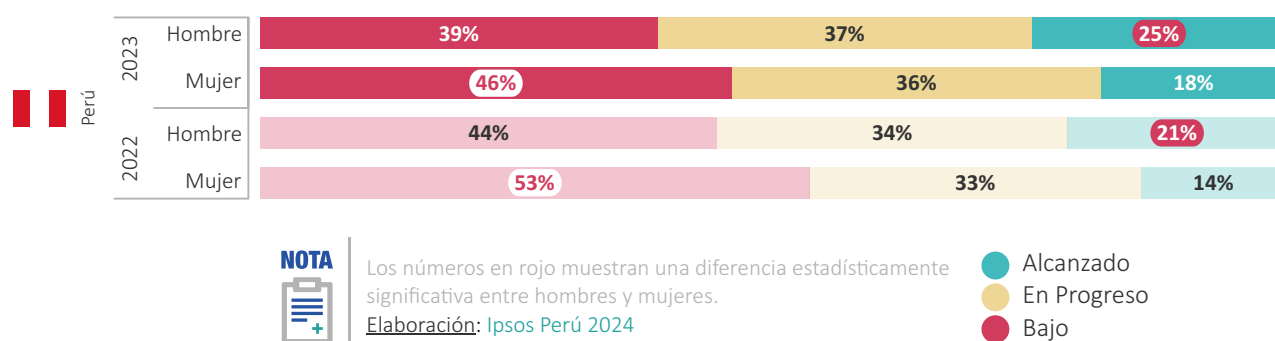
Más de la mitad de las personas empleadoras dueñas de mipymes en el Perú son mujeres (COMEX, 2022, pág. 8); para el año 2020, el 10.4 % era representado por mujeres emprendedoras, quienes se encontraban en situación de pobreza, aumentando el porcentaje de mujeres en dicha situación en Perú a 15.6 % en 2022. El porcentaje de emprendedoras en situación de pobreza extrema también aumentó del 1.0 % en 2020 al 30 % en 2022. Estos cambios son resultado de los impactos negativos de la pandemia de COVID-19, la inflación constante acaecida los últimos 3 años y la crisis política en los ingresos económicos de las mujeres (Ministerio de la Producción, 2024, pág. 143).

De acuerdo con el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), las mujeres tienden a ahorrar menos que los hombres en Perú, con una brecha de género de 9 %. Esto se debe a la menor participación de las mujeres en el mercado laboral y las diferencias salariales entre géneros, lo que limita los ingresos disponibles para el ahorro. Además, la baja propensión al ahorro en América Latina se debe a la desconfianza en el sistema financiero, los elevados costos de transacción, la falta de información, las disparidades en la educación financiera y los sesgos

de comportamiento (CAF, 2022, pág. 8). En términos de inclusión financiera, los hombres están más incluidos financieramente que las mujeres, y a pesar de mejoras en la brecha de género entre 2021 y 2022, la situación persiste en 2023 en los países de Latinoamérica (Credicorp, 2023a, pág. 14).

Algunos de los principales obstáculos son el acceso a teléfonos móviles, la distancia a sucursales bancarias y la necesidad de apoyo para el uso eficiente de cuentas financieras. Sumado a ello, las mujeres tienden a tener menos productos financieros y a utilizarlos con menor frecuencia que los hombres (Credicorp, 2023b, pág. 2).

**Gráfico 10.** Índice de inclusión financiera de Credicorp en Perú  
por género-evolución por años

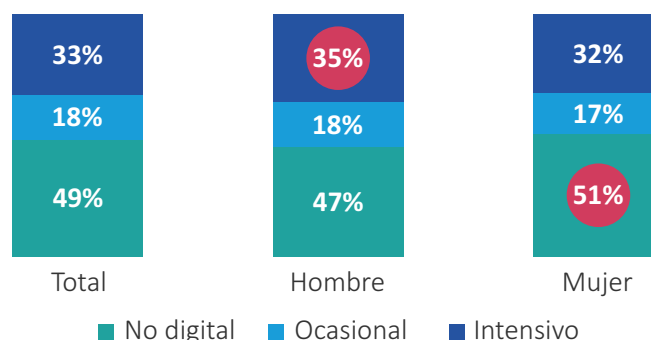


Nota: Por ciento de la población, según niveles de logro.

**Fuente: Credicorp (2023b, pág. 4).**

En 2023, solo el 18 % de mujeres en Perú logró niveles de inclusión financiera. Las desigualdades de género en la inclusión financiera han persistido sin cambios significativos. Las mujeres enfrentan obstáculos para acceder a productos financieros, especialmente en países como Colombia, México, Panamá y Perú (Credicorp, 2023b, pág. 7). Las mujeres tienen más probabilidades de buscar crédito en el sector de servicios, pero las tasas de aprobación son más bajas. El género se cruza con otras variables, como nivel socioeconómico, edad y ubicación geográfica, creando diferentes experiencias en términos de inclusión financiera. Mientras que el 24 % de las mujeres de zonas urbanas se encuentra en un nivel alcanzado de inclusión financiera, solo el 11 % de mujeres rurales llega a este nivel. Los pagos digitales pueden reducir la brecha de género en el acceso a servicios financieros, ofreciendo mayor seguridad y control sobre las finanzas de las mujeres. La digitalización puede abrir oportunidades para mejorar la inclusión financiera de grupos tradicionalmente excluidos, como las mujeres.

## Análisis de la oferta de servicios financieros para las mipymes.

**Gráfico 11. Niveles de digitalización por género 2023**

Nota: Las marcas en rojo representan que la muestra es significativamente representativa.

Fuente: (CREDICORP, 2024).

Elaborado por Ipsos Perú 2024.

También con respecto al tema de digitalización, existe una leve diferencia a favor de los hombres: el 51 % de las mujeres aún no son usuarias de productos digitales, mientras que este porcentaje es menor entre los hombres (47 %). Aunque ambos porcentajes se consideran elevados. Además, la adopción de la tecnología digital no es uniforme entre todas las mujeres: aquellas de bajos ingresos, mayores de 60 años y afrodescendientes tienen menos acceso a billeteras digitales. Por otro lado, las mujeres mayores, jubiladas, de bajos ingresos y que viven en zonas rurales son las que menos utilizan este tipo de medios digitales para realizar sus transacciones (Credicorp, 2023b, pág. 17).

## 5.4 Necesidades de capacitación

Respecto de los aspectos financieros y contables, gestión efectiva de las finanzas sigue siendo un desafío importante para muchas mipymes. Cabe señalar que el BCR ofrece una solución digital que facilita el proceso de formalización de una mipyme; pese a ello, la falta de preparación en estas áreas, así como la naturaleza informal de las operaciones, tiene como resultado un escaso acceso a servicios financieros. Las prácticas contables se enfocan en cumplir con las obligaciones fiscales; mantienen registros de ingresos y gastos de manera informal en cuadernos o de forma mental, y los cálculos aproximados se consideran aceptables. Su enfoque operativo se basa en gran medida en el método de prueba y error que, si bien en algunos casos funciona, es poco eficiente. En términos de gestión de inventarios, la

mayoría de las y los empresarios entrevistados tienen conocimientos básicos y manejan los inventarios de manera manual, lo que resulta en mayores costos debido al tiempo dedicado a registrar las entradas y salidas. Parece ser que un factor crítico para el desarrollo de las pequeñas empresas es mejorar sus capacidades en la gestión de operaciones y logística. Además, muchas personas propietarias de negocios operan sin tener una visión, misión u objetivos a largo plazo establecidos (Avolio, Mesones, & Roca, 2011, págs. 76-77).

## 6. Oferta

Son múltiples intermediarios los que participan en el segmento, pero sí se encuentra la oferta diferenciada entre la banca múltiple y las provistas por oferentes para microfinanzas.

- Alineado con lo mencionado anteriormente, las actividades de seguimiento de la cartera y de los negocios acreditados, son insuficientes, justificado por el alto costo operativo que pudiera tener el conjunto de actividades relacionadas; por cuanto, encontrar un mecanismo o solución para la ejecución del seguimiento, sería de vital importancia para incentivar el desarrollo de los negocios y financiamientos destinados al sector mipymes.

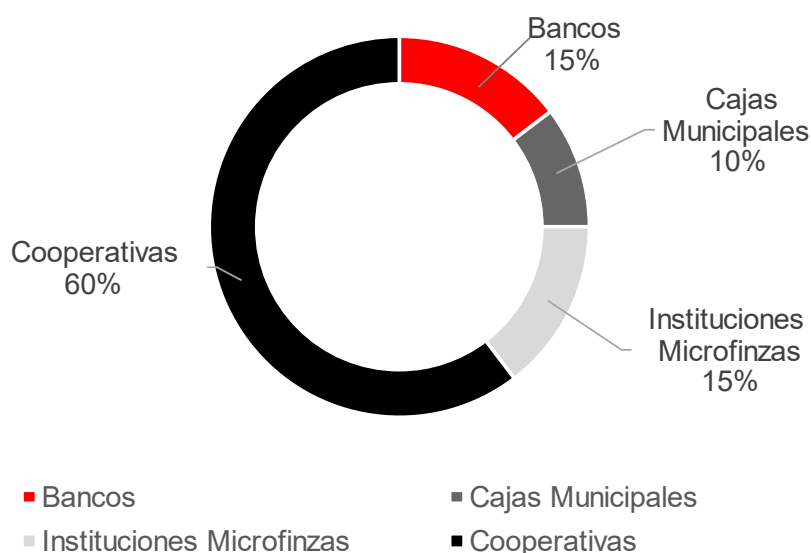
### 6.1 Descripción de los productos y servicios financieros existentes para las mipymes

En este sentido, es fundamental analizar las diferencias en la oferta de servicios financieros para las mipymes en el Perú, en comparación entre los distintos proveedores de servicios financieros para estas empresas. Para efectos del estudio hemos considerado a las principales instituciones financieras y efectuado una distribución de las tres regiones del Perú (costa, sierra y selva) de norte a sur.

Los productos con que se atienden en el sector de mipymes, principalmente, son ahorros, cuenta corriente, crédito comunal/crédito grupal, capital de trabajo, activo fijo, créditos de campaña (oportunidad o temporada), *leasing*, línea de crédito y, en menor cantidad, seguros y factoraje, donde los plazos y frecuencia de pago están definidos por el volumen comercial (ventas), nivel de inventarios, experiencia con importes y capacidad de pago de la empresa.

En comparación con otros países de la región, la oferta de servicios financieros para las mipymes en el Perú se caracteriza por su diversidad y accesibilidad; sin embargo, aún existen importantes brechas que limitan su pleno desarrollo y crecimiento, como son seguros y sistemas de ahorro.

**Gráfico 12.** Participantes por tipo de instituciones financieras en el Perú



Fuente: SBS.

Si bien una de las características de la mayoría de las mipymes se refiere a la experiencia en el ramo en que se desenvuelven, se basa en heredar prácticas y costumbres como tal; no existen en la actualidad productos financieros dirigidos a la previsión social de jubilación, muy relacionado directamente con la idiosincrasia de la región, donde son los hijos quienes heredan los negocios de sus padres, y con ello también la responsabilidad sobre su cuidado y su vejez.

## 6.2 Necesidades de la oferta

Si bien se atienden las necesidades de financiamiento, el bajo conocimiento del empresariado no ve más allá de cubrir su necesidad puntual, dejando de considerar tasas adecuadas, plazos y los mecanismos de recuperación que tienen estos servicios informales, que pueden resultar más que ortodoxos y, en ocasiones, abusivos en contra del empresario o empresaria.



**La capacidad de pago y de endeudamiento de las personas se ha reducido** porque sus ingresos son menores a causa de la inflación acumulada en los últimos tres años.

**Martín Naranjo**

*Presidente de la Asociación de Banco de Perú (ASBANC).*



Entrevistas realizadas nos muestran que la falta de innovación y desarrollo de tecnología o incorporar la tecnología al proceso del crédito para reducir los costos operativos y la predicción de riesgos al evaluar un crédito, es lo que encarece el crédito a las mipymes, y complica el hacer más escalable la inclusión financiera de manera formal por parte de quienes participan en el sistema financiero.

La opción de convertirse o evaluar esa transición o diversificación del negocio bajo una figura de Neo Bancos, soportado en estrategias de desarrollo del mercado digital, resulta de gran interés para algunas instituciones que se encuentran no solo mejor posicionadas, sino que su nivel de desarrollo comercial y apetito de riesgo están vinculados tanto a nuevas usuarias y usuarios financieros dentro de la demanda, como a ser más competitivos dentro del mercado. Buscan, además, posicionarse como innovadores, pero con la confianza que les da a las personas usuarias el trabajar y desarrollar el mercado de las microfinanzas.

### **6.3 Oferta especial disponible para mipymes lideradas por mujeres y otros grupos de población en condiciones de vulnerabilidad**

Producto de la investigación realizada, encontramos que en el sector existe una oferta diferenciada para empresas lideradas por mujeres “más allá de lo que a nomenclatura se refiere”, aunque de fondo los productos mantienen las características tradicionales.

Existen esfuerzos por parte de las CMAC, Mi Banco, Financiera Confianza, entre otras que han desarrollado productos con beneficios adicionales como apoyo técnico, financiero y programas de capacitación para impulsar el desarrollo y crecimiento de los negocios dirigidos por mujeres y poblaciones vulnerables e incentivar emprendimientos.

El prescindir de la firma del conyugue o concubino era un obstáculo en el proceso de solicitud de créditos al segmento microempresa, principalmente, el cual ya ha sido superado.

Las ofertas “especializadas” cuentan con condiciones particulares, más flexibles, sin que ello impacte en su metodología de medir el riesgo.

## 7. Hallazgos y conclusiones

Habiéndose desarrollado y entendido la situación de la oferta y la demanda, en este apartado enunciaremos las principales brechas y conclusiones como aportes para el planteamiento de posibles intervenciones que permitan desarrollar el segmento de las mipymes, y con ello mejorar las condiciones de atención del segmento.

A partir de las entrevistas desarrolladas a intermediarios financieros pudimos identificar:

### 7.1 Brechas

| Brechas                |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relación / dependencia |  | Temas:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Nivel de Prioridad     |  | Política Crediticia / Metodología / Producto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                        |  | <p>Tecnología de evaluación crediticia tradicional, no actualizada.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A excepción de Mi Banco y Confianza, no utilizan predictibilidad, modelados econométricos para perfilar el comportamiento y generar perfiles por arquetipos.</b></li> <li>• <b>Actualización y estandarización de metodología y tecnología crediticia.</b></li> <li>• <b>Uso de herramientas digitales para evaluación.</b></li> <li>• <b>APPS o SAS provistos para evaluar créditos.</b></li> <li>• <b>No existen alertas tempranas – funciones no asignadas y no definidas, el core no cuenta con esta funcionalidad. El proceso a veces es manual y no se ejecuta de forma eficiente.</b></li> </ul> |
|                        |  | <p>Existen barreras en la atención por ingresos volátiles.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mejor la metodología de evaluación.</b></li> <li>• <b>Ajustar condiciones del producto a las características del negocio, frecuencia de pagos e importes de amortización.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                        |  | <p>Existen barreras geográficas y limitaciones tecnológicas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Incorporar soluciones digitales para atender estas poblaciones.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                        |  | <p>Procesos operativos manuales generan dispersión de las actividades operativas. El recurso humano y no centrarse en asesorar, brindar servicio y generar ventas, incrementando las posibilidades de riesgo operativo y reprocesos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Digitalización de procesos: hacerlos simples y eficientes.</b></li> <li>• <b>Digitalización y sistematización permiten reducir la carga subjetiva de la evaluación crediticia y reducir el riesgo operativo de evaluación.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                              |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>Producto de atención principal es crédito tradicional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Capacitar y hacer venta cruzada; que otros tipos de financiamiento, productos o servicio que puedan requerir las mipymes, partir de una asesoría integral - puede apoyarse en el concepto financiero SPK.</b></li> </ul>                                                                                                         |
|  |  | <p>La informalidad es una característica del segmento.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Actualizar o revisar periódicamente el cálculo e impacto en el Score – Revisar.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                      |
|  |  | <p>Si bien el PDC está estandarizado, no todos lo aplican de la misma manera.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estandarización del proceso de crédito – restar la subjetividad al proceso, utilizar modelos de comportamiento, testear perfiles y arquetipos.</b></li> </ul>                                                                                                                                                |
|  |  | <p>Atención con productos inadecuados, supeditados al interés del colocador: son atendidos productos diferentes al mipymes, al no cumplir con algún requisito o por no tener experiencia. Se atienden con crédito grupal o producto crédito de consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Revisión y actualización de políticas, normas y procedimientos.</b></li> </ul>                                                     |
|  |  | <p>No se evalúa como proyecto y medir el impacto sobre el negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluar como proyecto de inversión para montos mayores, considerando más allá de la liquidez del negocio y su flujo de efectivo.</b></li> <li>• <b>Digitalizar el proceso de créditos menores para restarle subjetividad a la evaluación - utilizar modelos y perfiles de clientes y clientas.</b></li> </ul>           |
|  |  | <p>No se evalúan todos los ingresos generados por la persona adquiriente (complemento).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Las mipymes construyen sus ingresos en conjunto del total de sus actividades.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                       |
|  |  | <p>Acompañamiento en el crédito.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Asesoría: las personas ejecutivas fungen como vendedoras más que como gestoras de la cartera.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                              |
|  |  | <p>No se tiene un enfoque de rentabilidad del cliente o clienta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Asignación de cartera al ejecutivo para buscar rentabilidad del cliente(a) con todo su potencial de negocio. Alineado con formación del recurso humano.</b></li> </ul>                                                                                                                                                    |
|  |  | <p>Atención de la clientela fuera de rango de zona geográfica, genera tiempos muertos de traslados en colocación y sobreesfuerzos en los procesos de recuperación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Definir límites y normarlos, para incrementar eficiencia y eficacia de la gestión de la cartera.</b></li> <li>• <b>Utilizar otros canales: digitales, apps y home banking para gestionar estos mercados.</b></li> </ul> |

|  |  | <b>Comercialización</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>Las personas ejecutivas se centran en la micro y pequeña empresa con montos pequeños.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estrategia y metodología de gestión comercial y gestión de portafolio/cartera:</b></li> <li>• <b>Asignación y presupuesto de ventas: montos altos proveen saldos sostenibles y de lento desgaste sobre la cartera, y los montos pequeños contribuyen con unidades y número de clientes y clientas/ créditos nuevos.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                 |
|  |  | <p>No se utiliza el perfil transaccional como herramienta de segmentación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Uso de perfil transaccional e información del cliente o clienta para hacer ofertas, campañas, construir perfiles y LEADS.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|  |  | <p>Se sigue utilizando el criterio de medir el ahorro como variable de riesgo para crédito.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluar y revisar la vigencia de este criterio o qué otros criterios incorporar como variable para medir el comportamiento del acreditado.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|  |  | <p>Tiempos de atención y resolución del proceso de crédito.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Hacer una revisión del proceso de crédito para optimizarlo y digitalizarlo en la medida de lo posible.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|  |  | <b>Competencias del personal, RRHH y formación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|  |  | <p>Los procesos de formación no son homogéneos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Desarrollar competencias en el personal para contar con personas capacitadoras certificadas o debidamente formadas bajo un estándar de competencia como facilitadoras y del aprendiz.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|  |  | <p>No se tiene claro desde la perspectiva del ejecutivo cuál es su plan de carrera.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Elaborar un DNC (Diagnóstico de Necesidades de Capacitación por Perfil). Responsabilidad de cada jefe el desarrollar el talento humano.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|  |  | <p>Alta rotación del personal en puestos operativos: es caro el proceso de formación para la institución.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Revisar el criterio de compromiso y sentido de pertenencia en las evaluaciones de entrada y salida al personal.</b></li> <li>• <b>Revisar si los perfiles que se están incorporando cuentan con la capacidad de resiliencia necesaria y tolerancia.</b></li> <li>• <b>Revisar estrategias de retención y desarrollo del talento humano.</b></li> <li>• <b>Incorporar a los KPI un indicador para las jefaturas por concepto de rotación.</b></li> <li>• <b>Incorporar un KPI, un indicador de vacantes, no cubiertas con impacto en las jefaturas.</b></li> </ul> |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>No se tiene una definición y asignación de funciones para personas instructoras en el proceso de formación de ejecutivos(as)/asesores(as)/otros(as)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Capacitar en TOT o formación de facilitadores al personal que lleve a cabo esta actividad; acreditar la competencia, ser evaluado y aprobar el proceso.</b></li> <li>• <b>Incorporar a su MOF y ROF las funciones.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                          |
|  |  | <p>No se tiene una definición de funciones y asignación de éstas para puestos de educación financiera y actividades de gestión de cartera.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Incorporar ambas actividades al MOF/ROF.</b></li> <li>• <b>Subsanarlo con una carta de asignación de funciones donde se detalle la actividad, los procesos que infiere y la consigna de responsabilidad del personal que la ejecutará.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                  |
|  |  | <p>El proceso de capacitación para personas ejecutivas y/o asesoras es muy débil.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Hacer una revisión de las funciones y actividades de cada puesto comercial y de atención a la clientela.</b></li> <li>• <b>Implementar un modelo de efectividad para cada canal de atención a la clientela, definiendo sus KPI y la evaluación de desempeño.</b></li> <li>• <b>Gestión comercial.</b></li> <li>• <b>Implementar gestión de portafolio.</b></li> <li>• <b>Incorporar un criterio de medición de calidad.</b></li> </ul>                                                                                                                          |
|  |  | <p>Existen áreas de oportunidad en puestos de dirección: mandos medios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Formación de mandos medios / desarrollar un programa estandarizado que contemple temas de:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestión de portafolio</li> <li>▪ Habilidades gerenciales: blandas y duras.</li> <li>▪ Gestión de recursos humanos (por ser puestos de dirección).</li> <li>▪ Dirección comercial</li> <li>▪ Planeación estratégica</li> <li>▪ Efectividad operativa</li> <li>▪ Gestión de sucursales</li> <li>▪ Eficiencia, rentabilidad / presupuestos y centros de costo</li> <li>▪ Fidelización y retención de personal</li> </ul> </li> </ul> |
|  |  | <p>Las personas que son ejecutivas y asesoras actúan como promotoras y tramitadoras de crédito; no cumplen necesariamente con la función de administrar la cartera, riesgos, ni de asesorar al cliente o clienta respecto del negocio o de su potencial y el interés de la institución.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Capacitación técnica: productos, gestión de cartera y riesgos ( DNC).</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|  |  | <p>Incrementar personal técnico para negocios especializados.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Incorporación de personal técnico para negocios especializados como agronegocios y pecuario: acuicultura y zootecnia.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>Brecha formativa en adquisición de conocimientos en formato digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Aprendizaje <i>E-Learning</i> y otros.</b></li> <li>• <b>Desarrollo de habilidades de aprendizaje digital.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                   |
|  |  | <p>Brechas en metodología de impartición en formato digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Revisión de capacitaciones y talleres que puedan volcarse a un formato de <i>E-learning</i> – o capacitaciones adecuadas a formato digital sincrónico y asíncrono.</b></li> </ul>                                                                                                                      |
|  |  | <p>Brecha digital de la clientela en el uso de recursos y herramientas digitales provistas por la IF para procesos de aprendizaje; no se utilizan los recursos, o no los conocen en su total dimensión.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Hacer una revisión y diseñar una ruta de aprendizaje para la adquisición de conocimientos que se adapte a las necesidades de los aprendices.</b></li> </ul> |
|  |  | <b>Tecnología interna</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|  |  | <p>Los core bancarios están desactualizados y hacerles modificaciones o incorporar funcionalidades resulta muy tedioso y costoso.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluar viabilidad de adquisición de nuevo CORE (economía de escala).</b></li> <li>• <b>Evaluar incorporación de SAS para solventar necesidades.</b></li> </ul>                                                                   |
|  |  | <p>Las apps y <i>home banking</i> están iniciando a ser transaccionales, pero las personas usuarias no las utilizan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Efectuar validaciones de UX y UI, para identificar las áreas de oportunidad o mecanismos para acercar las tecnologías a la clientela.</b></li> </ul>                                                                                           |
|  |  | <p>Los agentes no son utilizados como recurso comercial ni transaccional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluar viabilidad del proceso y condiciones de operación.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                 |
|  |  | <b>Tecnología externa</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|  |  | <p>No se tiene un directorio de proveedores de tecnología actualizado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Elaborar los TDR para la búsqueda de un proveedor de tecnología que solvante las necesidades comunes de los intermediarios en el caso de las CMAC y en el caso de las cooperativas de crédito que atienden al sector de las mipymes.</b></li> </ul>                                           |
|  |  | <p>No se sabe cuáles son las fintech que están operando en el mercado ni sus alcances.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Elaborar y/o actualizar el directorio de las fintechs en Perú y foráneas que puedan ser de interés para las personas intermediarias para el desarrollo de alianzas estratégicas.</b></li> </ul>                                                                              |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Yape y Plin están generando una base de datos muy importante para identificar el perfil transaccional y hábitos de consumo, pero dicha data por temas de privacidad de la información no puede ser compartida.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluar al interior de las instituciones cómo poder capitalizar el registro de esos datos, o los generados por sus sistemas actuales (core bancario).</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|  | <p>Al buscar trabajar con soluciones de <i>home banking</i> se pueden ver más expuestos a eventos de ciberataques.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fortalecimiento de ciberseguridad.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|  | <b>Estrategia institucional</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|  | <p>Las CMAC han expresado la necesidad de buscar fondeo a menor costo, pues el actual puede estar impactando y reduciendo la rentabilidad de sus operaciones, COFIDE tiene costos altos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Implementar mecanismos de adquisición de recursos de capital.</b></li> <li>• <b>Mejorar los costos de adquisición de dinero.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|  | <p>Las CMAC no cuentan con una estrategia comercial agresiva: cuentan con productos financieros tradicionales no diferenciados. No están utilizando los puntos de contacto para impulsar la venta de los servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Implementar una estrategia y modelo de gestión comercial.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|  | <p>Los niveles salariales del personal que atiende el segmento en la banca comercial tienen indicadores de cumplimiento que se convierten en beneficios económicos o reconocimientos: variable, bono de productividad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluar viabilidad.</b></li> <li>• <b>Esquemas remunerativos competitivos y acorde a funciones.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|  | <p>Falta de integración de esfuerzos combinados con programas de gobierno local y nacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluar sinergias.</b></li> <li>• <b>Trabajar con grupos organizados.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|  | <p>Existen motivaciones al interior de las personas intermediarias por incorporar criterios de sostenibilidad, aunque queda pendiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Incorporar al plan estratégico de las instituciones financieras el compromiso de estas con la sostenibilidad.</b></li> <li>• <b>Desarrollar una hoja de ruta dentro de los intermediarios.</b></li> <li>• <b>Diagnosticar y establecer la brecha para implementar SARAS a las características y dimensiones de las IFS, para cumplir con sus objetivos estratégicos y que este sea el punto de partida para incrementar su nivel de cumplimiento.</b></li> <li>• <b>Incorporación de criterios de sostenibilidad a los parámetros de riesgos (relacionado con SARAS), alineados y aterrizados a las necesidades y características de cada institución.</b></li> </ul> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Existe conciencia de las personas intermediarias por tener prácticas más amigables con el medio ambiente, pero no se tiene una taxonomía verde incorporada de manera estandarizada.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Definir los criterios de la taxonomía verde para generar negocios relacionados con este objetivo.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                     |
|  | <p>Gran parte de la cartera está concentrada en créditos de consumo que son evaluados con metodología de consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluar los requerimientos de consumo, bajo una metodología de crédito mipymes.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                            |
|  | <p>Los neobancos son una tendencia que aún no se ha ajustado a las condiciones del mercado peruano.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Bancos digitales y fintechs como herramienta o nuevos modelos de negocio para atender el segmento de mipymes.</b></li> <li>• <b>Utilizar estrategias de desarrollo de portafolio mediante efectividad y eficiencia para llegar a mercados alejados y ampliar su cobertura de atención. Requieren un nivel de seguimiento y gestión de negocio diferente.</b></li> </ul> |
|  | <b>Apetito de riesgo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|  | <p>No se tiene definido el porcentaje de riesgo sobre la necesidad de capital de trabajo ni sobre los créditos de financiamiento de inversiones. De existir, reforzar el criterio en los ejecutivos y asesores de crédito por desconocimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>AIR debe definir el porcentaje máximo de financiamiento sobre la inversión para su registro dentro de la política de crédito.</b></li> </ul>                                                                                 |
|  | <p>No se tiene un perfil actualizado de la persona acreditada: parámetros del nuevo escenario pos-COVID.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Redefinición de perfil de riesgo de clientes y clientas: nuevos arquetipos pos-COVID.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                               |
|  | <p>Exigencia de 1 o 2 años de operación del negocio, sin considerar experiencia cuando fungía como dependiente o empleado del mismo rubro o similar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>REVISAR: condiciones para el otorgamiento de créditos bajo condiciones de informalidad.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                 |
|  | <p>No se han establecidos modelos de comportamiento basado en BD y hábitos de pago.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Digitalizar el proceso, evaluar proveedores existentes, implementar desarrollos internos.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|  | <b>Usuario de servicio financiero</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|  | <p>Autoexclusión de servicios financieros por informalidad aplican a montos menores o mínimos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Inclusión financiera.</b></li> <li>• <b>Alianzas estratégicas para formalización: COFIDE, SUNAT y FONCODES. Impulsar programas con beneficios para los formales.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                              |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>Falta de conocimiento por parte de la persona usuaria financiera sobre los productos y servicios que sean más beneficiosos y resuelvan su necesidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Educación financiera.</b></li> <li>• <b>Comparador de tasas impulsado por el regulador SBS/PRODUCE, defensor de la clientela financiera.</b></li> <li>• <b>Impulsar su uso, validar características alineadas con el segmento.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                           |
|  |  | <p>Percepción de altos costos de los productos financieros para las mipymes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Educación financiera, aprender el uso del crédito.</b></li> <li>• <b>Educación empresarial.</b></li> <li>• <b>Mejorar la segmentación al interior de las IFs.</b></li> <li>• <b>Perfilar a la clientela de acuerdo con el nivel de riesgo para mejorar condiciones.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                 |
|  |  | <p>Las personas usuarias de servicios requieren de educación financiera y empresarial básica para mejorar sus habilidades de gestión del negocio y crédito.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sumar esfuerzos a la estrategia nacional de inclusión y educación financiera.</b></li> <li>• <b>Validar los programas de educación financiera.</b></li> <li>• <b>Incorporar y desarrollar contenidos relacionados con el negocio.</b></li> <li>• <b>Incorporar contenidos de educación empresarial.</b></li> <li>• <b>Impulsar y promover los programas ya existentes.</b></li> </ul>                               |
|  |  | <p>La población mipyme demanda acompañamiento y seguimiento con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Incorporar programas de formación y asistencia técnicas para mejorar la gestión del negocio.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|  |  | <p>Existe una brecha digital, aversión al uso de aplicaciones (APPs) por temas de seguridad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Campañas de comunicación y difusión del uso de soluciones y canales de atención digitales.</b></li> <li>• <b>Promoción de los esfuerzos e inversiones en seguridad de las personas usuarias.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|  |  | <p>Escasa tecnificación en la gestión del negocio: contabilidad, logística, inventarios y administración de recursos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Impulsar la tecnificación y digitalización de procesos de la clientela.</b></li> <li>• <b>Hacer campañas puntuales para aquellos que cuenten con recursos digitales, sea para medios de pago o control y gestión del negocio.</b></li> <li>• <b>Pilotar o impulsar una alianza estratégica con algún proveedor de soluciones para beneficiar a la clientela con precios más accesibles, por economía de escala para la persona proveedora.</b></li> </ul> |
|  |  | <b>Mercado</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|  |  | <p>Bajo uso de las garantías y aseguramientos estatales: los programas de garantías y respaldos para cubrir productos financieros no tienen la difusión necesaria.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Revisar: los intermediarios no utilizan los fondos de garantías y/o programas de cobertura de riesgos para el segmento; indican que hace más caro el crédito.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                 |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Mercado de “<i>millennials</i>” emprendedores y “<i>centennials</i>” no está siendo atendido.</p> <p>Nómadas digitales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nuevos productos con enfoques a nuevos mercados.</b></li> <li>• <b>Productos que respondan a las condiciones de los nuevos modelos de negocio existentes.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|  | <p>Existen seguros dirigidos a las mipymes, pero su nivel de uso es muy bajo; tienen la percepción de ser costosos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Hacer un estudio de la oferta de seguros para el segmento y validar si está respondiendo a la necesidad del segmento de mipymes.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|  | <p>El segmento se encuentra sobreendeudado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Educación financiera.</b></li> <li>• <b>Evaluar la creación de un producto de rescate o corrección del comportamiento.</b></li> <li>• <b>Brindar asesoría adecuada respecto del orden y gestión financiera del negocio.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|  | <p>Crecimiento del crédito informal: “gota a gota” es más presente cada día, incrementa los índices de inseguridad, delincuencia y extorsión.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Uno de los argumentos es el acceso, porque no son sujetos de crédito por la banca formal: revisar condiciones y flexibilizar el acceso.</b></li> <li>• <b>Otro argumento es la rapidez, simplicidad y agilidad del trámite.</b></li> <li>• <b>Mejorar la oferta de productos financieros.</b></li> <li>• <b>Cabildear para impulsar política que restrinja estas prácticas abusivas que van en contra de las mipymes.</b></li> </ul> |
|  | <b>Regulación</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|  | <p>Existencia de una ley de tope de tasas, que impide competir o asumir mayores riesgos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Digitalizar al máximo los procesos para ser más competitivos.</b></li> <li>• <b>Sincerar las tasas: hacer análisis del costo del producto para evaluar ajustes o mejoras en las condiciones y costos para la persona usuaria.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                              |
|  | <b>Oferta con enfoque de género en poblaciones vulnerables</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|  | <p>Existen productos con enfoque de género, que aún tienen poca participación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Impulsar una campaña con enfoque puntual de producto para las mujeres.</b></li> <li>• <b>Revisar si la oferta es acorde con las necesidades de la demanda.</b></li> <li>• <b>Tomar en consideración las recomendaciones expuestas en el apartado posterior.</b></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                          |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>Inexistencia de productos financieros con fines previsionales y gestión de inversión.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Producto financiero que permita reducir la carga del presupuesto gubernamental con un enfoque previsional (componente de sistema previsional que se integre a la oferta integral de servicios).</b></li> </ul> |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 7.2 Recomendaciones

A continuación, compartimos algunas consideraciones de buenas prácticas en gestión de créditos especializados en mujeres y en poblaciones vulnerables a considerar para lograr una mayor participación de estos sectores:

| A | CONSIDERACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Flexibilización de requisitos y garantías. Se pueden considerar como tales: ahorros, inventarios, garantías grupales o fianzas cruzadas.                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 2 | Tasas preferenciales: tasas que incentiven el sostén de los emprendimientos, siendo asumibles por el negocio, incluso considerando emprendimientos.                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 3 | Plazos y condiciones flexibles: acuerdos con las variaciones de los ingresos; considerar periodos de gracia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 4 | Educación financiera y empresarial: contar con programas de acompañamiento empresarial o recursos digitales de formación empresarial (hablando de poblaciones vulnerables), mentorías o acceso a redes de apoyo empresarial y divulgar su existencia para impulsar su acceso y uso.                                                                                                                                 |
|   | Educación financiera: incorporar recursos digitales de IA y nuevas tecnologías, (desarrollo <i>in-house</i> o por proveedores-fintechs) para explorar estrategias con otros recursos y medios disruptivos para atender necesidades de poblaciones rurales alejadas – Apps, programas, <i>business game</i> ; simuladores, juegos de ahorro u otros, como recursos de formación adaptados a las condiciones locales. |
| 5 | Servicios complementarios: programas de asistencia en <i>marketing</i> , administración, gestión y desarrollo de productos; facilitar espacios de <i>networking</i> , colaborativo e incluso acceso a mercados.                                                                                                                                                                                                     |

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6        | Simplificación en procesos y documentación, buscando incrementar la accesibilidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 7        | Seguros y protección: seguros de crédito o acceso a programas de garantías que permitan cubrir al acreditado como al intermediario financiero. Seguros de coberturas básicas (enfermedad, maternidad o desastres naturales y vandálicos que son cada vez más frecuentes).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 8        | Diseñar programas de incentivos por cumplimiento: que bonifiquen, rembolsen o premien la puntualidad a manera de recompensa por constancia y consistencia de responsabilidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 9        | Sensibilización, <i>marketing</i> y comunicación inclusiva: campañas de comunicación que aborden las preocupaciones y aspiraciones de las poblaciones vulnerables y exposición de casos de éxito en el uso de servicios financieros; contar historias vivas que den “visibilidad”.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 10       | Análisis de género y equidad de género: buscando que estas consideraciones promuevan la equidad de género y no incentiven las desigualdades existentes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>B</b> | <b>PRODUCTO FINANCIERO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 1        | Diseño de un plan previsional para mipymes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 2        | <p>Desarrollar un producto financiero que funcione como fondo de garantía de primeras pérdidas para el intermediario financiero. Fondo de cobertura riesgo de impago: que sea revolvente para respaldar operaciones con observación de falta de experiencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ante recuperación exitosa del crédito: sirva para gestionar experiencia.</li> <li>• Ante mora o vencimiento: se active el fondo para aplicar al capital y se continúe con la recuperación y proceso de cobranza. Al lograr la recuperación del saldo vencido, el capital se devuelva al fondo de cobertura para poder volver a ser utilizado por otros acreditados.</li> <li>• Los intereses cobrados serán para el intermediario financiero que gestiona la recuperación.</li> </ul> |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | <p>Un préstamo especializado destinado a mujeres debe abarcar más allá del simple acceso al financiamiento. Debe ser concebido para abordar las barreras sistémicas y ofrecer un respaldo integral que fortalezca a las mujeres en su transición hacia la independencia financiera y el éxito en los negocios. Esto no solo beneficia a las mujeres que obtienen el préstamo, sino que también contribuye al desarrollo económico en general y a la igualdad social.</p> <p>Lo anteriormente expuesto puede demandar un esfuerzo adicional por parte de las instituciones microfinancieras, pues pueden necesitar adaptar sus productos y servicios a las necesidades específicas de las mipymes, lo cual requiere un análisis detallado de sus operaciones y una mayor flexibilidad en su enfoque comercial.</p> |
| 4 | <p>Diseñar un producto financiero de índole previsional que permita asegurar una jubilación y vejez digna para las personas que son productoras agropecuarias.</p> <p>Debe de integrarse por los componentes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan previsional</li> <li>• Servicios de salud de jubilación, cesantía</li> <li>• Seguro y coberturas conexas</li> <li>• Educación financiera previsional</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

**Fortalecer la educación financiera**, promover la formalización operativa y facilitar el acceso a canales de financiamiento son acciones fundamentales para impulsar el crecimiento y desarrollo sostenible de las mipymes en Perú.

- Incorporar actividades de seguimiento de evolución del negocio de sus clientes y clientas, permitirá tomar medidas correctivas a tiempo.
- Hacer una revisión de las frecuencias de pago de los negocios, permitirá identificar efectivamente la necesidad.
- Hacer *cross-selling*, medir la capacidad de endeudamiento máximo. Si bien en un escenario como el que se vive, respecto de incertidumbre del volumen del negocio que pueda generar cada cliente(a) puede sonar arriesgado; resulta una decisión más prudente el poderlo atender con los requerimientos totales, antes de que se desvíe o arriesgue a contraer financiamientos con otros proveedores no necesariamente formales, ni alineados con las mecánicas y de medición de riesgo que tiene cada institución.

No dejar de lado las tendencia e innovación para lograr llegar a nuevos mercados. La pandemia nos obligó a abrir más rápido los ojos frente a los desafíos de nuevas coyunturas, así como a utilizar recursos digitales para seguir manteniendo presencialidad, aunque fuera virtual. Del mismo modo, se deben seguir explorando alternativas que ayuden a eficientar los esfuerzos comerciales y de provisión de servicio de manera virtual, así como utilizar estos recursos para brindar experiencias satisfactorias para las personas usuarias de servicios financieros; para brindar así, la posibilidad de desarrollar el mercado de las mipymes, explorar nuevos mercados e impulsar no solo su sostenibilidad, sino también la mejora de su efectividad, eficiencia y calidad; adaptándose para atender las necesidades actuales, oportunidades de emprendimientos y modelos de negocios que están surgiendo como nuevos en el segmento de las mipymes e ir explorándolos a la par con la banca tradicional.

El desarrollo de sinergias con *fintechs* y el uso o desarrollo de nuevas tecnologías, se constituye como una oportunidad para atender a las mipymes en regiones y zonas más alejadas, impulsando su productividad, eficiencia y mejorando su rentabilidad.

## Referencias

- Álvarez, L., Huamaní, E. & Palomino, J. (2022). *Mipymes y Emprendimiento*. Consorcio de Investigación Económica y Social.
- Avolio, B., Mesones, A. & Roca, E. (2011). Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú. *PUCP*, 70-80.
- Banco de Desarrollo de América Latina y El Caribe [CAF]. (2023). *Las pymes en Perú*. Serie Las pymes en América Latina y el Caribe.
- Cárdenas, M. & Hernández, A. (2022). *The Economic Impact of the War in Ukraine on Latin America and the Caribbean*. United Nations Development Programme.
- Cerda, M., Cervantes, D., Gertler, P., Higgins, S., Montoya, A. M., Parrado, E., Serrano, C., Undurraga, R. & Yañez-Pagans, P. (2023). *Covid-19 Pandemic and SMEs' Performance in Latin America*. Inter-American Development Bank.
- COMEX. (2022). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú. Resultados en 2022*. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2022.pdf>
- Credicorp. (2023a). *Índice de Inclusión Financiera de Credicorp 2023. Brechas de género: un enfoque interseccional*. [https://grupocredicorp.com/indice-inclusion-financiera/IIF/IIF-2023-White-Paper-Brechas-de-Genero\\_01Mar24.pdf](https://grupocredicorp.com/indice-inclusion-financiera/IIF/IIF-2023-White-Paper-Brechas-de-Genero_01Mar24.pdf)
- Credicorp. (2023b). *Índice de Inclusión Financiera en Latinoamérica*. [https://grupocredicorp.com/indice-inclusion-financiera/IIF/Credicorp\\_IIF\\_2023.pdf](https://grupocredicorp.com/indice-inclusion-financiera/IIF/Credicorp_IIF_2023.pdf)
- Diario La República. (2023). *Inversión privada crecerá 2% en 2024, según el MEF*. [https://larepublica.pe/economia/2023/12/31/inversion-privada-crecera-2-en-2024-segun-el-mef-2817745#google\\_vignette](https://larepublica.pe/economia/2023/12/31/inversion-privada-crecera-2-en-2024-segun-el-mef-2817745#google_vignette)
- Dini, M. & Stumpo, G. (2020). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. CEPAL.
- García Del Barrio Zafra, A. (2024). *Perspectivas de la economía mundial 2024*. IEB.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2023). *Encuesta Nacional de Hogares 2023*. <https://proyectos.inei.gob.pe/iinei/srienaho/Descarga/FichaTecnica/842-Ficha.pdf>
- Ministerio de la Producción. (2024). *Las mipyme en cifras 2022*. Gobierno del Perú.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo Informal. (2022). *Tablero Interactivo del Empleo Informal*. Observatorio de la formalización laboral 2011-2022.

PRODUCE. (2024). *Las mipyme en Cifras 2022*. Ministerio de la Producción.

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2015). *Glosario de términos e indicadores financieros*. [https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2015/Setiembre/SF-0002-se2015.PDF#:~:text=Créditos%20por%20Tipo:%20Los%20créditos,SF\)%20y%20destino%20del%20crédito.](https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2015/Setiembre/SF-0002-se2015.PDF#:~:text=Créditos%20por%20Tipo:%20Los%20créditos,SF)%20y%20destino%20del%20crédito.)

## Fuentes consultadas

Acción Internacional-Perú: <https://www.accion.org/>

Banco Central de Reserva del Perú (BCRP): <https://www.bcrp.gob.pe/>

Castro, C., Cano, S., Hernández, J., Vargas, S. & Ríos, L. (2022). *Panorama anual de inclusión financiera 2022*. CNBV.

Consultative Group to Assist the Poor (CGAP)-Perú: <https://www.cgap.org/>

FAO. (2021). *The impact of disasters and crises on agriculture and food security*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Gonzales Tinoco, F. (2022). *Boletín de discusión. Perú: determinantes de las brechas de productividad laboral según regiones en 2012-2022*. Instituto Peruano de Economía. [https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2023/11/Boletin-IPE-Peru\\_determinantes-de-las-brechas-de-productividad-laboral-segun-regiones-en-2012-2022.pdf](https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2023/11/Boletin-IPE-Peru_determinantes-de-las-brechas-de-productividad-laboral-segun-regiones-en-2012-2022.pdf)

Jiménez, G. (2021). *Estudio sobre la demografía de los negocios 2021. Síntesis metodológica*. INEGI.

Ministerio de la Producción. (2022). *Las Mipyme en Cifras 2022*. Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos OGEIEE-PRODUCE.

Monasterolo, I. (2020). Climate Change and the Financial System. *Annual Review of Resource Economics*, 299-320.

Moreno Fera, S. J. & Rodríguez Morales, K. L. (2024). *Oportunidades de Financiación para las mipymes en la ciudad de Girardot a través de una Plataforma Colaborativa de Inversión*. [unipiloto.edu.co](http://unipiloto.edu.co)

Ricalde Chahua, M. F. (2021). *El impacto de la capacidad de absorción en la innovación de las mipymes peruanas*. [up.edu.pe](http://up.edu.pe)

Risco Vásquez, K. P. (2023). *Análisis de la resiliencia en empresas peruanas: Una revisión sistemática*. [ucv.edu.pe](http://ucv.edu.pe)

WEF, W. E. (2024). *The Global Risks Report 2024*. World Economic Forum.



*implementada por:*

