

Bancarización de las Mipymes creció 8% de 2010 a la fecha (El Financiero 07/02/13)

Bancarización de las Mipymes creció 8% de 2010 a la fecha (El Financiero 07/02/13) Adriana Rodríguez Canales Jueves, 7 de febrero de 2013 7 de cada 10, con acceso a servicios financieros. Hacer más asequible el crédito, el mayor reto: estudio de Visa .Debe aumentar el uso de los medios de pago electrónicos, sugieren. La bancarización en las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) se incrementó 8 por ciento de 2010 a la fecha, por lo que hoy en día 72 por ciento de las cinco mil unidades productivas que entran en esta clasificación tiene acceso a servicios bancarios. Sin embargo, el mayor reto para la industria sigue estando en hacer más accesible el financiamiento para las Mipymes, ya que sólo 13 por ciento de ellas cuenta con crédito bancario. Así lo reveló la cuarta edición del estudio Perspectivas: Mipymes en México, elaborado por Visa, en donde se entrevistaron a 500 Mipymes mexicanas. De acuerdo con José María Ayuso, vicepresidente ejecutivo de Productos de Visa para América Latina y el Caribe, de mantenerse la tendencia actual, se esperaría que el sector esté bancarizado al 100 por ciento en tres años. Sobre todo, se prevé una mayor profesionalización en materia de finanzas personales, ya que alrededor de 89 por ciento de los encuestados consideró prioritario separar los gastos personales de los de la empresa. Hoy en día 53 por ciento de las Mipymes se maneja con una cuenta personal, mientras que 28 por ciento lo hace vía una cuenta empresarial. Además, los principales esfuerzos de la industria en los próximos años deberán enfocarse en combatir los mitos que aún rodean al crédito bancario, como por ejemplo que es muy costoso, que es muy difícil tener acceso a él, o que sólo es necesario cuando la empresa tiene alguna emergencia o problemas financieros. "El estudio reveló que cada Mipyme tiene en promedio 12 proveedores, y 60 por ciento de ellas recibe financiamiento por parte de éstos. El lapso del crédito promedio es de 27 días y sólo reciben 9 por ciento de beneficio en caso de pronto pago. "Si comparamos este beneficio con el interés promedio de un crédito empresarial, este último resulta mucho más barato", afirmó Eduardo Viniegra, representante de Soluciones para Empresas de Visa México. Visa aceptó que aún es necesario seguir trabajando en la correcta evaluación del riesgo crédito de cada Mipyme. "Los bancos tienen hoy en día una correcta evaluación del riesgo crediticio, tanto en grandes corporativos como en individuos, pero aún falta profesionalizar la parte de evaluación de las Mipymes, que aunque son empresas, se comportan más como personas", explicó Mauricio Braverman, director ejecutivo de Productos para Visa México. Comercio electrónico Además, la industria debe enfocarse en seguir reduciendo el uso de efectivo en las transacciones de las Mipymes, que hoy en día representa 60 por ciento de sus operaciones -mientras que en América Latina, 46 por ciento de las transacciones se hace con efectivo-, y para que siga creciendo el uso de medios electrónicos de pago, que tiene una penetración de 21 por ciento. También se requiere una labor más intensa para que este segmento empresarial tenga mayor confianza en las terminales punto de venta (TPV), que pueden contribuir a la rapidez, seguridad y efectividad de sus operaciones. Hoy en día se han colocado alrededor de 580 mil TPV en el territorio nacional, aunque se desconoce la penetración que tiene en este segmento específico. Sobre el comercio electrónico, Visa citó los datos de la Asociación Mexicana de Internet (Amipci), que afirma que este mercado ya representa seis mil millones de dólares, y ha crecido 50 por ciento en los últimos dos años. Para seguir contribuyendo a este crecimiento, el sector bancario ha empezado a gestionar para que próximamente también puedan hacerse compras con tarjeta de débito, y permitir que más Mipymes compren y vendan vía Internet. El estudio también determinó que 90 por ciento del universo de este sector son microempresas, mientras que 7 por ciento son pequeñas y 3 por ciento grandes. Se estima que 60 por ciento son comercios, 34 por ciento están en el giro de los servicios y el resto son empresas manufactureras. También se determinó que 14 por ciento de los encuestados tiene de 16 a 20 años trabajando, lo que indica que si una empresa logra rebasar el fatídico periodo de los dos años, se vuelve exitosa y longeva.