

30

Banca Comercial e Inflación (*)

(Diario "Correo"; Lima, jueves 19 de mayo de 1983)

Los bancos comerciales son instituciones financieras que operan básicamente en el corto plazo, es decir, en transacciones menores a un año.

La tarea de intermediación que realizan estos bancos consiste en captar depósitos de los agentes económicos que tienen ciertos excedentes y canalizarlos hacia aquéllos que requieren financiamiento para sus proyectos, siempre en el corto plazo.

El negocio bancario consiste, entonces, en realizar préstamos con dinero de los ahorristas, cobrando por dichas operaciones una tasa de interés (tasa activa) que debe tener un nivel tal que permita cubrir lo que se debe pagar a los ahorristas por sus depósitos (tasas pasivas), cubrir gastos administrativos y mantener cierto margen de rentabilidad.

En la determinación del “mejor sujeto de crédito” (es decir, de aquél que –a juicio del banco- cumple los requisitos para ser considerado un buen cliente) se incluyen una serie de factores tales como la rentabilidad y la consistencia del proyecto; los estados financieros, planes de inversión y, en general, las perspectivas del sector en el que se ubica el proyecto; las garantías presentadas (hipotecarias, financieras, etc.); la capacidad de endeudamiento de la empresa (que incluye récord de pagos anteriores préstamos y saldos adeudados), el período de maduración del proyecto, entre otros.

Sin embargo, dada la característica altamente concentrada que presenta la banca comercial en el país, muchas veces todos los factores antes mencionados pasan a un segundo plano, en la medida en que prima fundamentalmente en las decisiones de los comités de crédito de los bancos, el criterio de si es o no conocido el cliente (se entiende la empresa o los accionistas) que ha presentado la solicitud de crédito.

Así, no solamente los recursos de crédito ofrecidos son insuficientes frente a la creciente demanda de los potenciales inversionistas, sino que –además- ese escaso crédito está dirigido, fundamentalmente, a ciertos clientes o grupos de clientes vinculados a empresas cuyos principales accionistas son también accionistas de los bancos comerciales.

En épocas de inflación, esta selectividad del crédito se hace aún más aguda, pues el dinero se hace más escaso y caro y los bancos prefieren operaciones de rápido retorno.

En los últimos cuatro años el proceso inflacionario se ha acelerado y complejizado y, en este marco, las políticas operativas de los bancos comerciales se han ido adaptando a las nuevas circunstancias, aunque no sin problemas.

Mientras algunos bancos comerciales han consolidado su posición en el sistema, otros han llegado a situaciones críticas e incluso han sido intervenidos o han quebrado (los recientes casos del BIC, Banco de los Andes, Bancoper, Surmeban, Bancoop, son casos ilustrativos).

En líneas generales, los bancos grandes se han reafirmado frente a los bancos chicos y los bancos extranjeros han ganado cierto terreno frente a los bancos nacionales. Pero lo que sí es claro es que la inflación, en sí misma, no produce la quiebra de los bancos. Es más, como quiera que para los bancos comerciales el negocio consiste precisamente en prestar el recurso escaso en épocas de inflación, esto es, el dinero, entonces la situación les favorece.

Lo que sucede es que, la falta de una actualizada y adecuada legislación bancaria; el riesgoso y, en algunos casos, poco responsable manejo de la cartera de créditos que se ha realizado; la vinculación de los bancos a ciertos “grupos económicos”, y la difícil situación económica y financiera que tienen muchas empresas que tienen deudas pendientes con los bancos, han afectado al sistema bancario en general, y muy especialmente a los bancos chicos.

Lo anteriormente expresado puede constatarse al analizar las estadísticas que publica la Superintendencia General de Banca y Seguros. Entre 1979 y 1982, los activos del total del sistema bancario comercial aumentaron en términos nominales, en cerca del 700%, los fondos disponibles aumentaron en 712%, y las colocaciones crecieron en cerca del 800 por ciento.

Estos indicadores muestran que los bancos comerciales han desarrollado en los últimos años de fuerte inflación, una política de crecimiento por extensión, sin una adecuada diversificación de sus operaciones y con el peligro de quedar –muchos de ellos– sobreexposados, en el marco de una creciente inestabilidad financiera y del predominio de la especulación.

No obstante, estos problemas que definitivamente implican que el sistema bancario comercial no es tan sólido como puede haberse pensado, causan preocupación y deben afrontarse de manera integral y no con meros paliativos.

Lo curioso, como se ha dicho, es que a pesar de la falta de solidez y de la sobreexposición de los bancos comerciales, muchos de ellos han obtenido altas tasas de rentabilidad.

Así, en 1982, tomando el ratio utilidad neta con respecto al capital y reservas, los bancos comerciales más rentables fueron, el de Tokio (88.7%), Extebandes (80.5%), Citibank (77.9%), Regional del Norte (77.8%), Londres (76.9%), Nor Perú (57.3%), Banpeco (57.2%) y Crédito (47.1%).

Este indicador de rentabilidad es solamente referencial, pues no nos muestra los importantes problemas que antes hemos mencionado, pero de hecho indica que las sucursales de los bancos comerciales extranjeros son las que más rentabilidad han logrado en el contexto de una creciente inflación.

(*) Artículo publicado en el Diario "Correo"; Lima, jueves 19 de mayo de 1983; S/p.