

Características del acceso al crédito para microempresarios de Trujillo y Cajamarca - Perú

Features access to credit for microentrepreneurs of Trujillo and Cajamarca - Peru

Carlos León De La Cruz ¹

Resumen

Este trabajo busca determinar las características del acceso al crédito de los microempresarios de Trujillo y Cajamarca. Para ello se hicieron 567 encuestas en las dos ciudades con variables relacionadas al crédito. Los resultados indican que el acceso al crédito no responde al género o al nivel educativo básico. El acceso es mayor en los microempresarios con estudios superiores y depende de la dotación de activos, la gestión de procesos del negocio, las ventas existentes y el volumen operativo medido con el número de trabajadores, estas dos variables finales también definen el tamaño del crédito. La mayor parte de microempresarios se autoracionan, por ello el tamaño de la demanda insatisfecha ajustada es de 6.6% en Cajamarca y 18% en Trujillo.

Palabras Clave: Microempresarios, crédito, microfinanzas.

Abstract

In this paper, we search features of lending access of Microentrepreneurs in Trujillo and Cajamarca (Peru northern). The methodology included 567 surveys in urban market. The results show that lending access is based in higher education, asset dotation; process management of small business, sales, business size (measured as workers numbers). The access lending is not based in sex or basic education level. The size lending it's based in sales and workers numbers. The Microentrepreneurs generally are auto rationed, because are risk adverse, high credit cost or prefer use own funds. The results show a no cover demand of 6.6% in Cajamarca and 18% in Trujillo.

Keywords: Microentrepreneurs, lending, microfinance

Introducción

El crecimiento del microcrédito en el Perú, se ha dado aún en condiciones económicas adversas, toda vez que el PBI nacional tuvo retrocesos en el año 2001 con sólo 0.2% de crecimiento, mientras que la expansión del microcrédito en ese año llegó a 35%. Actualmente se espera que el PBI crezca apenas un 1.2% en el 2009, mientras que el sector lleva acumulados más de 25% de crecimiento anual.

A diferencia de África o la India, con créditos a hogares pobres (Morduch, 1999 y Yunus, 2006); el sistema de microfinanzas en el Perú, sobre todo en el ámbito urbano, no está directamente vinculado a la lucha por reducir la pobreza extrema, esa puede ser una consecuencia de su expansión. El sector más bien, se orienta a tomar mercados desatendidos por el sistema bancario comercial, es decir el criterio es desarrollar nuevos mercados en donde rentabilizar sus operaciones, por ende es vital conocer la capacidad de expansión en los mercados regionales de microfinanzas, en este caso del norte del Perú. Esta pregunta pasa por conocer las características del acceso al microcrédito de los actuales clientes del sector, en los mercados urbanos de Trujillo y Cajamarca.

Bolivia y Perú han sido los países con mayor desarrollo en el ámbito de las microfinanzas latinoamericanas, no obstante ello, en nuestro país el sector cuenta con altas tasas de interés, las mismas que pueden diferir según los segmentos del mercado. Portocarrero y Byrne (2003) mencionan que este mercado es fragmentado con algún líder y una gran masa de pequeñas entidades financieras, muchas de ellas imposibilitadas de ejercer todas las funciones típicas de la intermediación (las Edpymes no captan depósitos, por ejemplo). Esta fragmentación relacionada a un modelo de líder de precios, genera altas tasas de interés y poca innovación en el desarrollo de productos. Conclusión similar obtienen Rebolledo y Soto (2005) quienes señalan que el mercado de microcréditos dista de ser un mercado de alta competencia y es más bien un mercado de alta

concentración, por lo cual se sostienen las altas tasas de interés.

A este análisis de oferta, se puede unir un estudio del mercado de microcréditos en Huancayo (Galarza y Alvarado, 2003b) el cual revela la existencia de rigideces en la expansión del sector, algunos factores para ello son: La disputa de clientes, la salida de entidades de microcréditos hacia nuevas regiones, la falta de eficiencia para atender mercados de menor tamaño de crédito, la falta de innovación en productos financieros nuevos o adaptables al microempresario y el bajo liderazgo en materia de fondos de ahorros que encarecen el crédito por el fondeo externo. No obstante dicho estudio sigue la óptica del ofertante, estando ausente las motivaciones del cliente.

Desde la perspectiva del cliente, Venero y Yancari (2003) encuentran para la misma ciudad de Huancayo un importante mercado potencial, sin embargo el crédito en la zona urbana no se concreta, principalmente por un autoracionamiento del cliente. El estudio se enfoca hacia hogares y mide la capacidad de pago del hogar, de modo que un hogar con capacidad de pago pero sin crédito, es un demandante potencial. Pero el cliente al autoracionarse, no solicita el crédito (adverso al riesgo) o simplemente no lo desea, de modo que la demanda potencial se reduce en más de la mitad.

La expansión del sector no está exenta de riesgos por sobre endeudamiento, Vogelgesan (2003) señala, para el mercado boliviano, que la competencia tiene un efecto positivo en los clientes con capacidad de pago continua y sin múltiples deudas a la vez, comportamiento relacionado a la necesidad de contar con más fuentes de crédito. No obstante, en condiciones de crisis, el sector se vería fuertemente afectado por la capacidad de pago de los clientes sobre endeudados. A esto hay que añadir la vulnerabilidad financiera de los microempresarios ante crisis económicas que deprimen el ingreso real y por ende la demanda, dado que son sectores que por lo general se ubican en bienes de consumo

masivo, tal como evidencia la experiencia en Indonesia, por la crisis asiática. (Patten, 2001)

Existen diversos estudios desde el lado de la oferta de microfinanzas en el Perú, en este línea Jaramillo (2005) estima que el mercado potencial de microempresas formales ya esta siendo atendido por la oferta actual de créditos, debido a que existen 650 mil acreedores en el segmento de microcréditos y existen alrededor de 648 mil empresas formales, de manera que se está inclusive financiado a pequeños empresarios informales; asimismo el financiamiento al ser costoso se dirige básicamente hacia el sector comercial, en donde la rotación de existencias permite generar fondos para el repago, no sucede lo mismo con la pequeña industria, deficitaria en recursos.

Cifras del banco estatal de segundo piso COFIDE, estimaron para el año 2003, una demanda de microfinanzas de US\$ 1,885 millones, de los cuales 850 millones son atendidos por el sistema financiero; 418 millones son atendidos por proveedores,

ONGs o prestamistas diversos y el saldo de 617 millones de fondos corresponde a la demanda insatisfecha, que equivale a un 60% de microempresas.

Las cifras nacionales siguen criterios variados, aún cuando la definición de microempresa puede haber sido regulada por el estado, las estadísticas son variables, por ejemplo análisis efectuados por López (2004) como parte de un estudio de la Central de Riesgos CERTICOM, encuentra registros de 728 mil microempresas peruanas, de las cuales sólo el 38% tiene acceso al crédito, un 50% de microempresarios se financian mediante crédito informal y el resto no tiene acceso. Otra tendencia es el uso masivo de soles, lo cual se evidencia en la menor dolarización de la economía peruana. Sin embargo hay que señalar que en las centrales de riesgo sólo se encuentran los negocios formales o por lo menos bancarizados, de modo que el mercado insatisfecho real puede ser aún mayor.

Este trabajo es una versión parcial del Informe presentado para obtener el DEA en Administración (Universidad de Málaga-España-2009)

Marco Teórico

Las microfinanzas no son un suceso reciente, estas experiencias se dan desde el siglo XVIII en Europa y luego son trasladadas por los inmigrantes a Norteamérica. La presencia de estas cajas en Europa es amplia, superan las 90 entidades en Suecia, número similar al de Dinamarca, cuenta con más de 134 entidades en Noruega, 41 entidades en Finlandia y más de 100 en Austria, el modelo también tiene amplio desarrollo en España y Alemania, que finalmente es el modelo que se trae a Latinoamérica con la colonia y que a principios del siglo XX se expande como entidades cooperativas de crédito, otro aporte amplio lo hace la iglesia que genera estas entidades en sus distintos puntos de congregación a lo largo de Bolivia, Perú y otros países como México (Ramos, 2000).

Los fines primordiales de estas entidades, así como de las entidades financieras en general, es el otorgamiento de crédito y la movilización del ahorro. En el caso del crédito, este puede ser definido como un proceso que permite el uso o control presente de dinero, bienes o servicios; a cambio de una promesa futura de pago con intereses o cargos por esta disposición (Amao y Ogbowa, 2005), dicho crédito puede incrementar la capacidad de compra de los individuos u organizaciones que usan el dinero en sus procesos empresariales. Cuando el crédito es de pequeña escala, puede ser conocido como microcrédito o microfinanzas, dependiendo de los fines del dinero.

Una definición específica de microcrédito, es que este dinero ayuda a reforzar la

capacidad de compra individual, porque se dirige a salvaguardar el consumo del hogar o de la persona. Siguiendo a Armendáriz y Morduch (2005), se define al microcrédito como aquella disposición de recursos presentes, que se dirige al alivio de la pobreza; una realidad particularmente presente en el ámbito rural o las zonas urbanas periféricas.

Asimismo, los autores definen microfinanzas como la disposición de recursos que permite generar un portafolio de servicios financieros para los hogares empresarios; realidad que se orienta más a los centros urbanos, puesto que el mayor mercado existente permitiría una mayor expansión empresarial.

Microfinanzas urbanas en evolución

En el caso urbano, las microfinanzas han tenido un impacto diferente, el mayor logro quizás sea la penetración del mercado financiero en sectores tradicionalmente no atendidos. Esta penetración ha traído como consecuencia el sostenimiento y crecimiento del empleo en las pequeñas y microempresas abundantes en nuestros países; si bien este empleo es generalmente precario, permite sostener en modo importante las economías urbanas regionales. Estos efectos positivos son generados aún en situaciones de crisis macroeconómica, sobre todo en los países latinoamericanos con una frecuente volatilidad en su crecimiento, puesto que las entidades de microcrédito han venido creciendo paulatinamente inclusive a mayor ritmo que la banca comercial tradicional, generando un impacto importante en el desarrollo financiero local o regional (Jansson, 2001).

En el Perú, como en otros países, la oferta de microcrédito con fines de lucha contra pobreza, se ubica generalmente dentro de la estructura de organizaciones no gubernamentales (ONG); otras modalidades de financiamiento son de aquellas entidades que sostienen el autoempleo de sus miembros y se denomina generalmente Cooperativas de

Ahorro y Crédito, un paso más adelante y ya en la esfera de las microfinanzas; se encuentran aquellas orientadas al crédito a microempresas como las EDPYME y en una escala de mayor desarrollo con créditos hacia la micro y pequeña empresa, además de cumplir diversas funciones de la banca comercial se encuentran las Cajas Rurales y Cajas Municipales (Jansson, 2001).

Dado que el mercado crediticio no es restringido al accionar de una entidad específica, es posible encontrar compitiendo en el mismo mercado a las cooperativas de crédito, Edpymes, cajas rurales, cajas municipales, bancos especializados en pequeña empresa y banca comercial, de modo que todas estas entidades encajan en la idea de microfinanzas. Esto supone una oferta de crédito orientada a las necesidades empresariales antes que personales, cuyo fin es básicamente la expansión de las operaciones de la empresa mediante el financiamiento especializado (Jansson, 2003).

Copa *et al* (1995) señalan además que la oferta de financiamiento hacia la pequeña empresa peruana, también ha pasado por alianzas entre bancos tradicionales y ONGs, estableciendo una tecnología crediticia externa al banco, es decir el seguimiento y selección lo hacen las ONG y el banco comercial actúa como financiador (similar a la banca de segundo piso) en este caso el riesgo se comparte entre ambas entidades y el repago es mayor dado la vigilancia permanente de las ONG; que además despliegan en la zona múltiples actividades no sólo de crédito, sino ayuda social en general.

En el caso de las entidades de microfinanzas, su impacto contra la pobreza es indirecto, tal como se ha señalado antes, el impacto se relaciona con el desarrollo financiero de los mercados locales y el sostenimiento de la actividad económica, mediante el empleo en la pequeña empresa (Bicciato *et al*, 2002).

El sistema de microfinanzas tiene algunas diferencias con la banca comercial, una de ellas es que las entidades de microfinanzas no cumplen todas las funciones que la banca realiza, esto debido a criterios regulatorios. Otra diferencia notoria son las tasas de interés cobradas, las mismas que superan en gran medida el interés cobrado por la banca. *Copa et al* (1995) manifiestan que este podría ser un aspecto positivo, ya que la pequeña empresa peruana al financiarse a altas tasas de prestamistas informales, en realidad no tienen mucha sensibilidad al precio y ello ayudaría a la entrada de entidades de microfinanzas a tasas relativamente altas pero menores a los créditos informales; permitiendo de ese modo cubrir los altos costos de monitoreo o vigilancia del repago, dado que el seguimiento efectuado por las entidades de microfinanzas al crédito, es personal y continuo.

En otros casos la vigilancia del repago, se ayuda de créditos solidarios o grupales, aspecto aún presente en las realidades rurales; pero en los ámbitos de la microempresa urbana, el crédito es una actividad personal y por ende costosa de seguir, sobre todo cuando los montos son pequeños; en ese caso la única forma de rentabilizar a los ofertantes, es sostener altas tasas de interés (*Banerjee, 2002*).

En el mercado de microfinanzas hay características que permiten su separación de los mercados bancarios tradicionales, *Chong y Schroht* (1998) señalan que los clientes de microfinanzas por lo general carecen de colateral, que la información respecto del historial crediticio es limitada; que existen problemas de selección adversa por información asimétrica. Es decir que la probabilidad de prestarle dinero a un cliente con problemas de repago, con riesgos elevados o conducta dudosa; es alta ante ausencias de información pasada del cliente, riesgos que actualmente se han reducido ante la expansión de las centrales de riesgo y la mayor penetración del mercado, cambios que se han dado continuamente desde finales de los años 90.

Otros factores que diferencian el mercado microfinanciero se relacionan con el seguimiento más costoso, ventajas que dispone la banca comercial al contar con clientes más grandes o mejor conectados al mercado financiero. El mercado microfinanciero también tiene aspectos culturalmente aceptados, como la permanencia de crédito subsidiado del estado o de ONGs (aspecto muy reducido en los mercados urbanos) y la falta de ahorro de los hogares pobres. Sin embargo este último argumento de los autores es un tema debatible toda vez que el ahorro en las microfinanzas tiende a ser creciente en los últimos años.

Investigaciones relacionadas a las microfinanzas tienden a especificar el financiamiento a partir del género, en este sentido *Yunus* (2006) señala el abierto énfasis de brindar crédito a mujeres, considerando que ello permite una elevación de ingresos en la familia y la generación de ahorros (producto que también ofrece el *Grameen Bank*) que puede hacer sostenible el proceso de intermediación.

Una muestra del ciclo de vida y de la evolución continua de las entidades de microfinanzas en el caso peruano; se da cuando la entidad no gubernamental (ONG) que otorga microcrédito, luego se convierte en una entidad especializada en crédito (En el Perú se trataría de una *Edpyme* regulada por la Superintendencia de Banca y Seguros). El paso siguiente es constituir una entidad financiera diversificando su oferta crediticia y luego poder ser parte del sistema de Cajas o bancos de la pequeña empresa, este camino ha sido seguido por diversas entidades en el caso peruano.

Un fenómeno adicional en la evolución de los mercados de crédito dirigidos a la pequeña empresa, es la presencia de la banca comercial en este sector, que ha sido atraída por la rentabilidad aún elevada de las microfinanzas. El ingreso de la banca propicia una mayor competencia. No obstante, la presencia de la banca comercial

en el entorno microfinanciero o su especialización en el mismo requiere algunas consideraciones previas, primero que los líderes de la entidad tengan visión de largo plazo en desarrollar este sector, segundo que se trata de generar un negocio financiero lucrativo, el aspecto social es un impacto indirecto; tercero, se requiere una amplia red que acerque al banco con los clientes, haciendo mucha inversión en tecnología que posibilite el menor costo posible en la concesión del crédito. Cuarto, debe definirse bien la estructura previa de entrar a este mercado, sea divisionaria o separada de la organización matriz y quinto, enfocarse en la eficiencia operativa y el control de la morosidad. (Werner y Campos, 2000)

Otro fenómeno presente en la evolución de los mercados de crédito orientados a la pequeña empresa, es la existencia de una oferta dual, por un lado la oferta formal de crédito y por otro la oferta informal, la coexistencia de ambas fuentes supone algún grado de riesgo en la posibilidad de repago, debido principalmente a la toma de varias fuentes de financiamiento que pueden exceder la capacidad de pago del empresario. Este aspecto puede ser mejor controlado por los prestamistas informales al estar cerca del demandante y esos costos de control se incorporan en sus tasas de interés, por ello tienden a ser más altas que el crédito formal.

Las entidades de microfinanzas despliegan el mismo esfuerzo en pos de reducir el riesgo moral que supone un endeudamiento conocido por parte del empresario pero desconocido por la entidad financiera formal, por ende el prestamista informal tiene más ventajas en este sentido, su riesgo se reduce al aspecto operativo del negocio antes que al sobre endeudamiento; cuando las entidades financieras encarecen su crédito por este monitoreo, sucede una elevación del endeudamiento informal que es más atractivo para el empresario, ello hace que el seguimiento costoso que hacen las entidades de microfinanzas; no puede ser asumido, en muchos casos, por la banca

tradicional con menores tasas de interés y estilos diferentes de control del cliente. (Bloise y Reichlin, 2005).

Racionamiento de clientes en las microfinanzas

El hecho de tener mercados con información diferenciada entre clientes y proveedores financieros, ha sido abordado por Stiglitz y Weiss (1981), señalando que en mercados con información imperfecta no existe un equilibrio entre ofertantes y demandantes, tal como señalaría la teoría económica. Puede suceder que en los mercados microfinancieros existan clientes con posibilidad de pagar tasas de interés alta pero que no acceden al crédito, es decir están racionados, lo cual puede originarse por factores diversos poco relacionados con la tasa de interés a pagar, entre estos factores se tiene las garantías o colaterales que puede ofrecer el cliente, entonces proyectos con buenos rendimientos no serían aceptados si los colaterales no existen. En algunos casos los autores plantean que los créditos pueden ser solidarios o que exista un cofirmante lo cual reduce el riesgo de pago al tener un aval que puede asumir el crédito; en este caso los bancos pueden aumentar el crédito al tener mayor seguridad de retorno e inclusive se puede reducir la tasa para hacer más atractivo para el avalista asumir los riesgos del cliente bancario. Bajo esta modalidad solidaria, el racionamiento se reduce y es básicamente la forma como comenzaron y aún se da en muchos casos, la oferta de microcréditos en las últimas décadas.

Escobal (2006) precisa que el racionamiento crediticio es una condición basada generalmente en el acceso posible o limitado al crédito, ello puede inferirse del éxito de los clientes en ser calificados para la entrega de crédito, pero más importante aún, es conocer el nivel de restricción en materia de requerimientos de recursos financieros, a ello le denomina "límite de la línea de crédito" que viene a ser la capacidad de endeudamiento del agente,

sea de fuentes formales e informales, esta capacidad se genera aún cuando se necesite la deuda o no. La importancia de este indicador, es que no sólo señala la existencia de restricción crediticia, sino que valoriza para cada agente, la dimensión de sus necesidades financieras y el real tamaño del mercado, aún cuando las entidades microfinancieras hayan racionado al cliente.

Stiglitz y Weiss (1981) señalan también, que subir la tasa de interés, eleva la probabilidad de que los clientes asuman proyectos más riesgosos y por ende generan problemas de pago, este aspecto conocido como riesgo moral, es algo que los mercados en competencia generalmente no tienen, por ello en estas condiciones, la oferta se raciona o restringe y se equilibra en contextos de exceso de demanda, discriminando a los demandantes.

De acuerdo a lo anterior, Tenjo (2002) hace algunas relaciones con el mercado crediticio colombiano, encontrando que el comportamiento de la banca comercial sigue el esquema de racionamiento a tasas diferenciadas entre clientes, es decir la decisión bancaria no es por el proyecto en cuestión rentable, sino por evaluaciones hechas a la empresa. De ese modo las tasas más altas o las que corresponden a mayores riesgos del cliente (no el proyecto) no acceden al crédito.

No obstante esta premisa debe ajustarse, dado que las entidades de microfinanzas entran con éxito en mercados tradicionalmente racionados. Para ello Chong y Schroth (1998) añaden el aspecto de la reputación, algo similar a la incidencia cultural del pago ya señalada antes. Un cliente deudor que paga sus créditos a tiempo, genera una reputación buena y en la siguiente oportunidad incrementa su crédito.

Dicha reputación puede ser extensiva hacia otros agentes, ya sea mediante la cofirma (el aval), lo cual impulsa al segundo a optar por proyectos seguros y poder conseguir su propia reputación, ya que en primera mano

sólo accede a créditos pequeños; esto tiene efectos positivos no sólo para el cliente, sino que la entidad de microfinanzas reduce el costo de monitoreo (dos clientes en lugar de uno) y eleva el tamaño de crédito lo cual la hace más eficiente y viable. Esta iteración en varios períodos es eficiente (similar a un juego con equilibrio de Nash), porque ambos deudores querrán cooperar en pos de un mayor tamaño de crédito.

La efectividad de la estrategia de la reputación del cliente es evidenciada en la evolución del mercado microfinanciero en Bolivia, el proceso pasó de créditos solidarios a individuales, en un primer contexto se basó en garantías reales, más tarde en prendas o avales y finalmente en la confianza que desarrollan tanto el ofertante como el cliente, este proceso ha sido posible mediante una continua adaptación de los ofertantes hacia el cliente, posibilitada por asistencia técnica externa para la adaptación de tecnologías crediticias exitosas en otros medios (MacLean, 2005).

La persistencia de los riesgos de repago en los clientes de microfinanzas, han sido analizadas por De Morais (2005). El autor manifiesta la múltiple segmentación que recibe el pequeño empresario, ya que recibe financiamiento de acuerdo al tamaño que posee, las garantías que puede exhibir o las relaciones que logre entablar con la banca. En todos los casos aún cuando pueda ser segmentado en el tamaño del crédito, el pequeño empresario siempre asume altas tasas de interés, producto de la elevada percepción de riesgo y las malas condiciones de acceso a la información de la empresa en el contexto brasileño. El autor señala también, que las principales limitantes para el acceso al crédito en el caso brasileño, se relacionan con la ausencia de registros contables fiables, con la escasa información relacionada a las prácticas gerenciales de los pequeños empresarios, la alta mortalidad de las micro y pequeñas empresas, lo cual limita el crédito hacia el muy corto plazo o se raciona el crédito ante poca garantía de desempeño futuro. Otros factores son la informalidad de

los pequeños negocios, los altos costos en la recuperación de activos brindados como garantías (costos judiciales o administrativos) y finalmente, el acceso se ve limitado por la exigencia de garantías reales o bienes que sustenten la posibilidad de repago.

En la experiencia del Grameen Bank, la base de la recuperación de créditos o el repago es la reputación del cliente, el crédito inicial puede ser muy pequeño pero va incrementándose conforme el cliente cumple con sus pagos, como un mecanismo de incentivo y relación a largo plazo. Por ello dicha entidad exhibe un 98% de repago, aún sin exigir garantías reales a sus clientes (Morduch, 1999).

Un estudio del BID (DFC, 2002) hace una precisión a lo anterior, se encuentra evidencia en Latinoamérica que los obstáculos a las microfinanzas en materia de costo de información y de la operación financiera, son más bien secundarios. Una razón de peso para la menor oferta de créditos a la pequeña empresa, es el costo asociado al fondo contingente del crédito o provisiones, estas son altas comparadas a créditos con mayores garantías de repago o créditos corporativos, dichas provisiones se incrementan por el mayor riesgo percibido por las entidades financieras, otro obstáculo importante se refiere al costo asociado a la recuperación de las garantías del crédito, un aspecto ya más vinculado al grado de desarrollo institucional de los países latinoamericanos.

Considerando las características del microempresario como factores de racionamiento crediticio, Dutta y Magableh (2006) encuentran que por lo general las entidades de microfinanzas tienen más probabilidad de conceder un crédito cuando se da la existencia de colaterales en los clientes, cuando el demandante tiene empleo formal y cuando el negocio es relativamente antiguo. De igual modo favorecen el crédito, la presencia de algún grado de ahorro (mostrado en la evaluación de ingresos de los clientes) y el grado de

relaciones sociales de los clientes (conexiones con otros clientes de microfinanzas). Los criterios de racionamiento más comunes se relacionan con la información histórica de pagos del cliente, su calidad crediticia medida por rechazos anteriores, el número de dependientes en el hogar, los que tienen un alto indicador de apalancamiento financiero, aquellos de mayor edad también tienen alta probabilidad de ser racionados, de igual modo son racionados los créditos agrícolas favoreciendo a los créditos comerciales o de consumo, un aspecto relacionado al mayor riesgo del sector agrario.

En consonancia a la discriminación crediticia sectorial, Jaramillo y Valdivia (2005) encuentran que el sector comercio peruano está claramente sobre financiado, mientras que el sector industria tiene un subutilización del crédito, de modo que en el mercado potencial peruano, un 40% de pequeños negocios, aún está insatisfecho. No obstante este mercado sería mayoritariamente informal, ese mercado no cubierto se basa en razones de demanda antes que restricciones de oferta, primero porque la oferta de fondos hacia las entidades de microfinanzas se han venido expandiendo y segundo, porque la banca comercial en lugar de desarrollar el mercado, está captando a clientes de las entidades de microfinanzas, al no ampliarse el mercado, los clientes, principalmente comerciales, tenderán a escasear.

Un análisis sobre las restricciones crediticias en el mercado argentino extrae algunas conclusiones que complementan lo mencionado antes. Filippo *et al* (2004) encuentran que el racionamiento crediticio en este país se relaciona con el bajo tamaño de la empresa; con el historial de cese de pagos, es decir si alguna vez cesó los pagos, la empresa es racionada aún cuando ello haya sucedido en el pasado; finalmente otro factor clave es la ausencia de información sobre todo en las pequeñas empresas. Al respecto del tamaño de la organización, Jaramillo (2008) analiza que el éxito financiero de las pequeñas

empresas, tiene mucho que ver en las dimensiones del negocio y el volumen operativo que manejan, ello garantiza que los demás recursos involucrados puedan ser optimizados y además se genere un repago de deudas sin que esto afecte la caja destinada a los accionistas o la caja requerida para las inversiones necesarias para el crecimiento. Este criterio sigue los hallazgos de Orlando y Pollack (2000), quienes encuentran que las pequeñas empresas con dos empleados o de autoempleo, son las que tienen menos ingresos y ganancias, afectando con ello su capacidad de pago y por ende son racionados.

Gomero (2003) en un análisis relacionado a las pequeñas empresas textiles en Lima, evidencia la existencia de un racionamiento por ausencia de garantías, por encima del efecto de la tasa de interés, esa percepción vista desde el lado de la demanda, considera además un autoracionamiento por el exceso de trámites o requerimientos para solicitar un crédito, dichas restricciones pueden haberse visto reducidas si consideramos que las entidades de microfinanzas entraron recientemente a operar en el mercado limeño.

En el caso del mercado microfinanciero en diversas ciudades peruanas, Galarza y Alvarado (2003b) encuentran que en la ciudad de Huancayo, el crédito informal sigue siendo una de las principales formas de financiamiento de los pequeños empresarios, que existe un sesgo de las entidades de microfinanzas hacia el crédito comercial y personal, ante que al crédito productivo generalmente rural, ya que las pequeñas industrias locales, son a su vez puntos de venta comercial. Esta forma de racionamiento es inherente al mercado peruano y sucede en otros ámbitos urbanos. El estudio señala además que existe un efecto sustitución entre crédito formal e informal, a ello ha abogado la continua simplificación de las entidades financieras para el otorgamiento del crédito, es notorio además el hecho de que no todas las colocaciones se hacen con colateral, lo cual

traslada el racionamiento no en la discriminación de los posibles clientes sino en el monto que recibe, que será mucho menor a si se contará con garantías reales o avales. Otro hallazgo interesante se relaciona con la tasa de interés, su elevada proporción no discrimina a los clientes sino más bien la aversión al riesgo o la ausencia de cumplimiento de los requisitos formales del crédito.

Los autores señalan además, que si bien se expande el crédito a la pequeña empresa, no se hace un crecimiento similar de los demás servicios financieros, típicamente el ahorro, algo que ha podido variar en los años recientes por la agresiva captación de depósitos de ahorro que reciben las entidades de microfinanzas.

En otro análisis, Galarza y Alvarado (2003) evidencian que el crédito grupal tiene tendencia a desaparecer o a quedarse relacionado a labores de las ONG, el crédito individual es la tendencia en el ámbito microfinanciero, además apuntan que los niveles de maduración del mercado microfinanciero se evalúan a partir de la presencia de la banca comercial y de la competencia por los mismos clientes, una realidad que empieza a observarse en las principales ciudades, sobre todo por la fuerte competencia en el mercado no sólo de pequeños empresarios (la mayoría de empresas en el país) sino del mercado financiero en general. Reafirmando lo anterior, Woolcock (1999) expresa ya, ciertas fallas en los créditos grupales y analiza los aspectos que priman para su desplazamiento por el crédito individual. En este proceso una falla principal es el grado de conexión entre los individuos y hogares que participan del grupo, dada la heterogeneidad de estas realidades, el grado de conexión tiende a ser bajo y con ello se dificulta la capacidad de repago. Otro aspecto es la relación con los oficiales de créditos y las redes institucionales que se tejen alrededor del sistema de crédito grupal, que podrían proteger el sistema en casos de choques externos o no previsible.

La paulatina reducción del crédito grupal se debe también a problemas de repago o la posibilidad de riesgo moral que se da entre algunos miembros del grupo, que apelan a obtener el financiamiento en el grupo, invirtiendo en proyectos riesgosos y no cumplen con sus pagos del crédito, aún cuando ello deje sin crédito a los demás miembros, este aspecto negativo se refuerza cuando los grupos ya no contienen elementos homogéneos o unidos por algún criterio social, sino cuando los grupos son formados por pequeños negocios muy heterogéneos entre sí, sea por el sector donde trabajan o por los tamaños en sus operaciones. (Hietalahti y Linden, 2006)

Se debe considerar también, aspectos como la educación formal del empresario, la tecnología empleada, la innovación en los procesos, el capital social que genera el empresario (medido como el grado de asistencia o pertenencia a otras instituciones e inclusive su estado civil), el conjunto de estos factores permiten diferenciar el crecimiento de las empresas y el éxito en rentabilidad que estas alcanzan. Es decir no sólo bastan los recursos financieros, sino la forma como estos se interrelacionan al capital social o humano para generar rentabilidad. (Honig, 1998).

El calce entre la oferta financiera y las características del pequeño empresario, son una base adicional en la expansión del sector; en este sentido las experiencias sobre el desempeño de las pequeñas empresas en Latinoamérica, conducen a señalar que una característica fundamental de las mismas, es su heterogeneidad. Su diversidad en tamaños, en capacidades técnicas, relaciones con el medio, su dotación de capital diferenciado, su infraestructura y las características personales del empresario; hacen que los pequeños negocios sean muy variados, por ende las políticas de financiamiento e inclusive las políticas de desarrollo del sector, deben adaptarse a la diversidad, atendiendo de manera diferenciada a los distintos segmentos de negocios. En este sentido, las entidades de microfinanzas han

ido cumpliendo y generando una oferta adaptada a esta realidad. En este proceso el Estado con sus políticas homogéneas aún tiene un trecho por recorrer en materia de apoyo a los pequeños negocios. (Zevallos, 2006)

Un aspecto fundamental en las tendencias de crecimiento futuras del sector microfinanciero, son las motivaciones del pequeño empresario. Si bien, a primera vista podía señalarse que las pequeñas empresas en Latinoamérica surgen como respuestas a la situación de desempleo existente; estudios de Kantis (2002) para Latinoamérica y Asia, encuentran que la autorrealización es el principal motivo para convertirse en empresario, le sigue el hecho de mejorar los ingresos, eso va unido a que en ambos lugares, la principal fuente de financiamiento para empezar el negocio son los ahorros personales, le siguen los créditos de proveedores, los amigos y en cuarta línea los bancos. El estudio además encuentra que el problema principal en el desarrollo del negocio, es administrar la liquidez, si bien las entidades de microfinanzas no intervienen generalmente en financiar negocios nuevos, si intervienen en la liquidez cuando el negocio ya tiene un tiempo en el mercado, de modo que las oportunidades existentes son altas, sobre todo porque la pequeña empresa cuenta cada vez con más conductores capacitados. El estudio señala una mayor incidencia de formación de nivel superior en los empresarios, no obstante a diferencia de Asia, en Latinoamérica las empresas tienden a ser muy pequeñas ya que en promedio tienen dos socios, contra los 4 o más de las empresas asiáticas, esto implica la existencia de limitantes en el tamaño del crédito en el mediano plazo.

El conocimiento de los clientes de las entidades de microfinanzas en el Perú, es un aspecto abordado por Portocarrero *et al* (2002), a partir de estudios realizados para clientes de Mibanco (antes la ONG Acción Comunitaria). Se encuentra un impacto amplio en aquellos hogares que recibieron crédito y aquellos no clientes, en el primer

caso los ingresos fueron 50% más que en el segundo; similar a los análisis en otras partes del mundo. Los estudios con Mibanco concluyen que los pobres generalmente tienen menos acceso al crédito, ya que 41% de hogares no clientes eran pobres contra 28% de hogares pobres clientes; los hogares clientes además, presentan un 79% de activos fijos como viviendas u otros, lo cual explicaría su mayor acceso al crédito. Un resultado saltante es que alrededor del 47% de negocios contaban con registro tributario, en buena cuenta se atiende tanto a mercados formales como informales.

A partir de la Encuesta Nacional de Hogares 2000 del Perú; Trivelli (2003) comenta diferencias saltantes entre hogares dirigidos por mujeres con y sin acceso al crédito, entre ellas destacan el mayor nivel educativo de los hogares con empresarias que han accedido al crédito y en todos los casos los hogares con empresarias que tienen acceso al crédito formal tienen ampliamente un mayor tamaño de crédito que los hogares con crédito informal.

Venero y Yancari (2003) analizan la demanda crediticia en Huancayo, las conclusiones pueden resumirse en que el racionamiento de los clientes se produce principalmente por los niveles de aversión al riesgo y de procedimientos crediticios en el caso urbano, mientras que en el caso rural se debe al elevado costo del financiamiento. El ámbito rural es particularmente desfavorecido debido a la presencia de altos costos de transacción y riesgos (reflejados en las tasas cobradas). En el caso urbano el mercado es principalmente liderado por la banca comercial, los autores señalan que el peso de la banca comercial puede generar restricciones crediticias al imponer sus procedimientos (como líder del mercado) en los demás ofertantes y con ello se raciona a los clientes. Lo saltante es que la demanda potencial estimada en 38% de hogares (bajo

el criterio de capacidad de pago o excedente de caja del hogar) se orienta al sector microfinanciero y que los clientes se autoracionan hasta en un 50% de ellos, es decir se excluyen de solicitar créditos por la ausencia de una adaptación de la oferta; los procedimientos, costos y demás aspectos formales del crédito no son ajustables a los requerimientos de los clientes, otro grupo de ellos se autoraciona por aversión al riesgo y prefiere los fondos propios. Los autores encuentran algunas características saltantes que diferencian a hogares con capacidad de pago y aquellos que no, entre ellas resaltan la educación del jefe de familia, el acceso a seguros de salud, y el ingreso por hogar, ello en el caso urbano. En el aspecto rural un factor diferenciador es el grado de dependencia que soporta el jefe de familia. Los autores señalan que el factor de mayor impacto en la demanda, sería la oferta crediticia de planes de pago o cuotas que se sujeten a las características del cliente; por otro lado la tasa de interés o el plazo de pago, no parecen ser obstáculos en la demanda del cliente.

Alvarado *et al* (2001) encuentran también, evidencias de que los no pobres acceden al crédito formal y poseen mayores niveles de garantías que en el caso de aquellos con crédito informal. En el caso de la restricción crediticia en el ámbito microfinanciero rural peruano, los hallazgos de Portocarrero y Tarazona (2003) evidencian que la cartera agraria manejada por las Cajas Rurales tiene retornos negativos, igual sucede con los créditos a pequeños negocios en estos ámbitos, entre los factores está el elevado riesgo que exige mayores provisiones y mayores tasas de morosidad. Las diferencias con los créditos de consumo y créditos comerciales urbanos es notoria, estas entidades generan 10 veces más rentabilidad en estas operaciones que en aquellas destinadas al ámbito rural.

Metodología

Se ha trabajado con una muestra específica para cada ciudad en estudio. En **Trujillo**, se procedió a estimar la población de referencia, la cual está constituida por comerciantes ubicados en los principales mercados de la zona. El estimado total de población, fue la cantidad de 8,225 puestos en actividad o establecimientos comerciales. Para estimar la muestra de estudio, se consideró un error de 5.7%, una población de interés de 50% y un nivel de confianza de 95%. Con ello se estimó una muestra de **287** entrevistas. La muestra se repartió usando la información referente a la estructura poblacional de los comerciantes y quedó del siguiente modo: Los mercados Unión y Mayorista representan el 30% del total, la Hermelinda el 35% (siendo el de mayor operatividad diaria según visitas efectuadas previas al estudio), Las Malvinas 10% y Zona Franca el 24%.

En **Cajamarca** se procedió a considerar la población constituida por comerciantes ubicados en los principales mercados de la ciudad, estimándose en 5,526 puestos en actividad o establecimientos comerciales. Con esta información y considerando un error de 5.7% (grupo de interés y Confianza similares al caso anterior). Se estimó una muestra en **280** entrevistas, que se repartió en los mercados seleccionados como Santa Rosa (7%), Mercado Central (21%), San Antonio (25%), San Sebastián (29%) y los

Jrs. Arcángel y Del Batán (18%), en ellos se concentra gran parte de los comercios y servicios de la ciudad de Cajamarca.

Levantamiento de información y procesamiento

Para la toma de información se hizo previamente el diseño de una encuesta, para ello se hicieron visitas a los mercados de alta concentración de pequeños empresarios, en donde se hizo una muestra piloto de 15 entrevistas rápidas que nos indiquen las principales dimensiones de los clientes de micro finanzas, las mismas que también forman parte de la literatura revisada, estas dimensiones principalmente fueron: Aspectos educativos y de género, estructura o tipo de Construcción del puesto comercial, tipo de actividad comercial, número de trabajadores, ingresos, formalidad y procesos de conducción del puesto, tipos de financiamiento, necesidades de crédito y sus motivaciones en torno a los requerimientos crediticios y entidades crediticias con las que tiene relación y su grado de satisfacción.

La encuesta se aplicó durante los días viernes a domingo en simultáneo para los diversos mercados que existen en cada ciudad. El levantamiento de información tuvo una duración de 2 meses (verano de 2008). Los datos se procesaron en SPSS v15.

Resultados y Discusión

A partir de las características generales del empresario, se evidencia el mayor valor de activos que poseen los pequeños empresarios trujillanos comparados con Cajamarca. Esta dotación inicial, permitiría diferenciar el acceso al crédito, sin embargo observando la tabla 3, encontramos que en

Trujillo a pesar de tener el mayor número de empresarios con un activo de mayor valor comercial, poseen el menor acceso al crédito, una explicación válida se relaciona a un mayor nivel de racionamiento propio o de parte de los ofertantes, aspecto que es mayor a los otros mercados.

Tabla 1. Crédito y ventas promedio según características del empresario

| El empresario | Trujillo | | | Cajamarca | | |
|--------------------------|----------|-------|--------|-----------|-------|--------|
| | Ventas | Deuda | Acceso | Ventas | Deuda | Acceso |
| Puesto de material noble | 4,124 | 3,025 | 31% | 4,856 | 5,933 | 43% |
| Puestos otros materiales | 1,752 | 2,944 | 12% | 2,223 | 2,927 | 48% |
| Mujeres | 3,486 | 2,880 | 33% | 3,714 | 4,342 | 42% |
| Hombres | 3,707 | 3,275 | 22% | 4,899 | 5,642 | 48% |
| Educación superior | 5,813 | 3,750 | 30% | 4,044 | 4,267 | 53% |
| Secundaria | 3,752 | 3,003 | 24% | 3,881 | 5,343 | 42% |
| Primaria | 3,514 | 3,421 | 27% | 4,198 | 4,643 | 40% |
| Edad menor a 40 | 3,600 | 3,500 | 29% | 4,112 | 4,375 | 44% |
| Edad de 40 a + | 3,006 | 2,670 | 28% | 5,028 | 7,255 | 45% |

De acuerdo a lo revisado en otras experiencias de estudios microfinancieros, aquellos empresarios con un activo de mayor valor, son los que acceden en mayor proporción al crédito, este criterio se cumple al menos en Trujillo, en donde los negocios con activos de menor valor acceden menos al crédito. Es curioso que en Cajamarca no exista esta distinción, priman entonces otros aspectos a la hora de aprobar el crédito. El tamaño de la deuda, si se relaciona mucho con el activo, en las tres ciudades en estudio; se encontró que el crédito es menor si no se posee un establecimiento de concreto o material noble, el volumen de crédito por lo general, depende de los activos que posee el empresario.

En lo que respecta al género del empresario, Cajamarca cuenta con mayor número de empresarias. El análisis comparado comprueba que la posibilidad de sesgo hacia las mujeres es relativa, en Trujillo al crédito acceden más mujeres que hombres, superior a la relación en Cajamarca, a pesar del mayor tamaño de la presencia femenina. Visto desde el tamaño del financiamiento, si encontramos evidencia de un mayor crédito por parte de los hombres, sin embargo en Trujillo las distancias no son muy amplias, cosa que si sucede en Cajamarca. No obstante, esto tendría que ver con las ventas, puesto que los negocios conducidos por hombres tienen más ingresos y ello explicaría las diferencias, es decir no existe evidencia de un sesgo hacia uno u otro género.

En todo caso una evidencia más profunda puede hallarse respondiendo a porque los negocios conducidos por mujeres tienden a tener menos ingresos, las evidencias en Trujillo no encuentran más informalidad interna o externa en las mujeres, en Cajamarca las evidencias señalan que los negocios de mujeres tienden a ser más informales, tanto en sus procesos como en el aspecto tributario.

En cuanto a la educación, los resultados señalan que Cajamarca cuenta con el mayor número de empresarios que han seguido estudios superiores, en buena cuenta los negocios se expanden desde el fundador hacia sus hijos, que tienen mayor nivel educativo que sus padres. Trujillo y Cajamarca cuentan con similar nivel de empresarios con estudios básicos completos. La educación tiene incidencia en la gestión medida por las ventas en Trujillo, a medida que los estudios se incrementan, los negocios tienden a mejorar sus resultados, Cajamarca muestra una evidencia parcial, los negocios con empresarios con estudios superiores venden más que aquellos con estudios básicos de secundaria, no obstante resalta que aquellos que tienen estudios primarios venden mucho más, aquí hay que señalar que prima la antigüedad del negocio como factor de experiencia. El acceso al crédito, también se relaciona con la educación, aquellos con estudios superiores tienen generalmente más oportunidades de conseguir un crédito, en cuanto al tamaño del crédito, la evidencia

señala que esto no tiene que ver con el nivel educativo, si no con un conjunto de variables que explican la dinámica del negocio.

En cuanto a la edad, esta variable no tiene diferencias en promedio entre las dos ciudades, el acceso al crédito tampoco parece depender de la edad, tampoco se

relaciona la edad con el tamaño del crédito o las ventas del negocio. En Trujillo los menores de 40 años parecen tener más preferencias en tamaño de crédito, pero esto se relaciona más con las ventas conseguidas, igual realidad se cumple en Cajamarca.

Tabla 2. Crédito y ventas promedio según características del negocio

| El negocio | Trujillo | | | Cajamarca | | |
|-------------------------|----------|-------|--------|-----------|-------|--------|
| | Ventas | Deuda | Acceso | Ventas | Deuda | Acceso |
| Antigüedad hasta 6 años | 2,700 | 2,426 | 23% | 3,227 | 4,406 | 37% |
| Antigüedad + de 6 años | 4,154 | 3,412 | 30% | 5,026 | 6,511 | 48% |
| Con Registro tributario | 3,788 | 3,032 | 34% | 5,091 | 5,795 | 53% |
| Sin Registro tributario | 1,563 | 3,250 | 9% | 3,474 | 3,736 | 37% |
| Registra operaciones | 3,685 | 3,064 | 32% | 5,065 | 6,847 | 49% |
| No registra operaciones | 2,544 | 3,000 | 11% | 3,629 | 3,412 | 42% |
| Persona natural | 3,439 | 3,481 | 31% | 4,611 | 5,871 | 49% |
| Persona jurídica | 5,130 | 2,900 | 33% | 4,445 | 3,545 | 54% |
| Dos trabajadores | 3,583 | 3,300 | 29% | 5,233 | 4,977 | 43% |
| Más de dos trabajadores | 8,750 | 5,500 | 20% | 9,000 | 9,500 | 63% |

Cajamarca cuenta con los negocios más antiguos, la evidencia valida que los negocios más antiguos logran mayores ventas y por ende mayores niveles de deuda, por otro lado estos negocios más antiguos tienen mejor acceso al crédito. El tamaño del crédito en Cajamarca supera las demás ciudades, un factor es que en promedio sus negocios superan ampliamente el promedio de 6 años que tiene Trujillo. Podemos decir que la menor competencia empresarial por un mercado más reducido (Cajamarca), ha permitido que los negocios existentes puedan vender más y por ello encontramos más tamaño de deuda y a la vez una vida más larga de la empresa.

Respecto de la formalidad tributaria o la legalidad para el estado, Cajamarca es la ciudad más informal. En cuanto a la formalidad de las operaciones internas,

Cajamarca sigue siendo la zona con mayor número de negocios con una gestión deficiente de sus procesos. La evidencia en cuanto al acceso al crédito se relaciona fuertemente con la formalidad tributaria, sin registro tributario es más complicado obtener un crédito.

En cuanto a los tamaños del crédito, los negocios informales en términos tributarios de Cajamarca, tienen un menor nivel de deuda, en Trujillo los promedios de deuda entre negocios formales e informales no parece darse, en todo caso la evidencia de que la formalidad es básica para el tamaño de deuda, es algo relativa, pero sí se cumple en el caso del acceso al crédito.

En cuanto al registro interno, o gestión de los procesos del negocio, se cumple que aquellos negocios con mejor gestión tienen más acceso al crédito, en este caso se cumple además que la formalidad interna

permite mayores niveles de endeudamiento. Esto es relacionado con el hecho de que los pequeños negocios no presentan mayormente estados financieros, de modo que un negocio con buenos registros, reduce el costo de evaluación y seguimiento, teniendo mayores ventajas para el logro del crédito.

Los resultados señalan que Cajamarca tiene más incidencia de negocios con personas naturales, es decir que responden con el patrimonio personal o familiar por el negocio, los negocios formados bajo figuras jurídicas son mayores en Trujillo que en Cajamarca, estos negocios responden sólo con el patrimonio legalmente constituido.

Lo anterior tiene relación con la deuda, las personas jurídicas tienen mayor acceso al crédito, esto se debe a que su nivel de solvencia es mayor, en la medida que el negocio responde por el crédito, las garantías que pueden constituirse tienen validez jurídica y ello les da más capacidad de acceder al sistema crediticio.

No obstante lo anterior, no se evidencia de manera categórica, que tener un patrimonio legalmente independiente genere mayores niveles o tamaño de deuda, aún cuando la persona jurídica tiende a mayores ventas, no tiende a mayores deudas que la persona natural, esto es porque el mercado de personas jurídicas es pequeño, las entidades de microfinanzas no se limitan a eso, si bien este grupo tiene más posibilidad de deuda, el objetivo del mercado no es selectivo sino masivo, tiende a captar a la mayor parte de clientes posibles, y estos son generalmente personas naturales.

Las evidencias señalan que los negocios tienen en promedio el mismo número de trabajadores, además señalan que mayor cantidad de trabajadores, implica un mayor volumen operativo o de ingresos y por ende un mayor nivel de deuda. Cajamarca lidera

el volumen de deuda para negocios con más de dos trabajadores e inclusive para los más pequeños, Trujillo es la ciudad con mayores restricciones en el monto crediticio, generando por ello menor morosidad. Cajamarca es la ciudad con menor cantidad de empresarios que prefieren usar el capital propio, esto sostiene la evidencia del mayor endeudamiento promedio en esta ciudad. Las preferencias por deudas financieras en Cajamarca superan a Trujillo, en buena cuenta el nivel de racionamiento es mayor en esta última ciudad.

En cuanto a la penetración financiera de los mercados de microempresarios, el de mayor desarrollo es Cajamarca, la misma relación predomina en el tamaño de deuda. Otros datos indican que los plazos de pago son inversos, por un lado en Trujillo es más largo, mientras que en Cajamarca el crédito es el más corto en vencimientos (12 meses), lo cual se relaciona con las tasas de interés. Cajamarca presenta la menor tasa efectiva mínima (20%), esto indica un mayor nivel de competencia, producto de la mayor profundidad del mercado, en Trujillo persisten clientes con tasas altas, aunque sus tasas de interés son menores, evidenciando que la competencia es desigual en los segmentos de microempresarios. Lo cual valida la idea de que los microempresarios no son similares, sino que reciben tratamientos diferentes, en tasas, acceso y tamaño al crédito.

Tabla 3. Características del racionamiento crediticio

| Racionamiento | Trujillo | Cajamarca |
|--------------------------|-----------------|------------------|
| No necesitan crédito | 48% | 32% |
| Tasa de interés alta | 25% | 12% |
| No son sujeto de crédito | 11% | 4% |
| No hay facilidades | 8% | 47% |
| No tienen garantías | 8% | 4% |
| Total sin crédito | 73% | 55% |

Es notorio señalar que las entidades de microfinanzas por lo general muestran niveles altos de tasas de interés máxima, excepto en Trujillo. En este caso las tasas son menores debido a que los competidores fuertes no son las entidades de microfinanzas sino los bancos comerciales y ello obliga a tasas menores.

Hay que señalar además, que en Trujillo persiste la imposibilidad de apertura de cajas municipales por cuestiones regulatorias (ya existe una), algo que no pasa en Cajamarca. Aun así, en todos los casos las tasas de interés halladas en el estudio son mayores a las de la banca comercial, que en promedio está en un 12%.

Al verificar los niveles de autoracionamiento por el lado del cliente, Trujillo cuenta con la mayor parte de autoracionados por no requerir el crédito. Por el lado de las entidades financieras, podemos señalar que en factores de selección tenemos las tasas y las facilidades. En cuanto a tasas, lidera Trujillo, sus entidades ponen la tasa como barrera de acceso a los clientes cuyo atractivo es menor y en cuanto a los requerimientos necesarios para el crédito, la zona con mayor barrera es Cajamarca, curiosamente el mercado de más expansión, en este caso notamos un esfuerzo de las entidades para no expandir más su nivel de morosidad.

En cuanto al racionamiento estricto de los clientes por la variable de repago, Trujillo es la zona en donde se rechaza un mayor

número de clientes por garantías o por la dificultad de repago, eso evidencia sus éxitos en menor tasa de morosidad.

La tabla anterior, muestra también las posibilidades del mercado insatisfecho, si consideramos el nivel de racionamiento por tasas de interés, que sería la barrera que caería a mediano plazo, las dimensiones del mercado insatisfecho no son muy amplias, se estima de este modo un mercado insatisfecho potencial de 18.3% en Trujillo y un 6.6% del mercado en Cajamarca. En buena cuenta los estimados anteriores concluyen, que Cajamarca es el mercado más cercano a la saturación si consideramos que la variable de segregación, la tasa de interés, tenderá a la baja.

La relajación de los requerimientos crediticios, no es una tendencia relevante, hay que considerar que en la última década estos procesos en las entidades líderes del mercado (Caja Trujillo en Trujillo, CMAC Piura en Cajamarca) son bastante flexibles y han ido siendo cada vez más simples, de modo que si no se cumplen con los criterios, esto está más relacionado con otros riesgos, como la informalidad interna principalmente, y en menor medida con la informalidad tributaria y la antigüedad de los negocios. Es decir que las posibilidades de expansión del mercado pasan por reducciones de la tasa de interés y la mejora de las condiciones de gestión, aspecto en donde se debe invertir mucho en los próximos años.

Conclusiones

Existen diferencias saltantes entre los tipos de negocios en las ciudades analizadas, entre estas diferencias importantes encontramos el grado de formalidad y gestión o manejo de procesos internos, que tiende a ser más alta en los mercados de mayor profundidad financiera. Se encuentra evidencia de que el acceso al crédito no responde de manera categórica al género del empresario o al nivel educativo básico, aunque es concluyente en el mayor acceso

de los empresarios de estudios superiores.

El acceso al crédito, finalmente responde a criterios como el valor de la dotación de activos, la gestión de procesos del negocio, las ventas existentes y el volumen operativo medido a partir del número de trabajadores. La edad no es un factor concluyente, ser más joven o de mayor edad no es un aspecto que discrimina fuertemente el mayor acceso al crédito, la evidencia relativa señala una tendencia a tener mayor

crédito cuando se es mayor o más experimentado.

El tamaño del crédito no responde de manera absoluta al grado de formalidad tributaria de los negocios, la evidencia no respalda este aspecto en todos los casos, de modo que los créditos bien pueden llegar a ambos sectores, de igual modo la legalidad medida por patrimonios jurídicos tampoco es totalmente relevante como factor de tamaño crediticio. El tamaño si esta relacionado al mayor volumen de trabajadores, es decir el tamaño del crédito responde al tamaño del negocio.

Las evidencias señalan que los negocios con mayor nivel de formalidad tributaria, con formalidad de procesos internos, con patrimonios jurídicos, con mayor valor de activos fijos, los de mayor antigüedad; tiene por lo general un mayor acceso al crédito.

Las preferencias de los pequeños empresarios se orientan hacia las entidades de microfinanzas, en este sentido la expansión bancaria aún no logra una penetración fuerte en las preferencias de los clientes, de modo que los mercados aún no enfrentan este ritmo de competencia, lo cual permite señalar una posibilidad de crecimiento futuro y menores tasas de interés.

En Trujillo, las entidades de microfinanzas, tienen los mayores niveles de racionamiento por parte de la oferta, principalmente en materia de capacidad de repago y garantías. En cuanto a las demandas crediticias, el estudio encuentra que la mayor parte de empresarios se autoraciona, es decir no desean un crédito. Sin embargo hay un interesante volumen de empresarios que necesita crédito y puede cubrir los criterios financieros, en base a ello la demanda insatisfecha se estimó en 6.6% para Cajamarca y 18% para Trujillo.

Un aspecto adicional es el mayor apalancamiento de los negocios cajamarquinos, esto se debe a que su mayor volumen operativo los faculta a niveles de deuda relativamente más altos que los pequeños empresarios de Trujillo, que presentan un comportamiento de menor exposición al endeudamiento. Finalmente, se comprueba que las mejoras de gestión interna de los empresarios, potencian su acceso al crédito, de modo que una acción de fomento en las microfinanzas, radica en la mejora de la calidad de gestión de los pequeños empresarios en las ciudades mencionadas.

Referencias Bibliográficas

- Alvarado, J.; Portocarrero, F.; Trivelli, C. y otros. (2001) *El financiamiento informal en el Perú: Lecciones desde tres sectores*. IEP. Lima. Perú.
- Amao, J.; Ogbowa, O. y Oni, O. (2005). *Determinants of credit demand among rural farming household in OSE local government area: Ondo State of Nigeria*. Journal of Financial Managerial and Analysis. Vol. 18. N° 2. Nigeria.
- Armendáriz, B. y Morduch, J. (2005). *The economics of microfinance*. MIT Press. Cambridge. USA
- Banerjee, A. (2002). *The uses of economic theory: Against a purely positive interpretation of theoretical results*. Mimeo. MIT. USA.
- Bloise, G. y Reichlin, P. (2005). *Risk and intermediation in a dual financial market economy*. Research in Economics. Vol. 59.
- Chong, A. y Schroth. (1998). *Cajas municipales, microcrédito y pobreza en el Perú*. CIES. Lima. Perú.
- Copa, T.; Gonzáles de Otoyá, G. y Linares, C. (1995). *Atractivo del financiamiento a las pequeñas y microempresas para la banca comercial privada*. ESAN. Lima. Perú.
- De Morais, J. (2005). *Crédito bancário no Brasil: Participação das pequenas empresas e condições de acesso*. CEPAL. Chile.
- DFC Group. (2002). *Acceso de las pequeñas y medianas empresas al financiamiento*. IADB. USA.

- Dutta, D. y Magableh, I. (2006). *A socioeconomic study of the borrowing process: The case of microentrepreneurs in Jordan*. Applied Economics. Vol. 38. USA.
- Escobal, J. (2006). *Desarrollando mercados rurales: El rol de la incertidumbre y la restricción crediticia*. CIES - GRADE. Lima Perú.
- Galarza, F. y Alvarado, J. (2003). *Análisis del crédito formal y no formal en el mercado de Huancayo*. CIES. Lima. Perú.
- Galarza, F. y Alvarado, J. (2003b). *Estudio del mercado microfinanciero de Huancayo*. CIES. Lima. Perú.
- Gomero, N. (2003). *Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las Pymes textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000*. Tesis. UNMSM. EPG. Lima Perú.
- Hietalahti, J. y Linden, M. (2006). *Socio-economic impacts of microfinance and repayment performance: A case study of the Small Enterprise Foundation, South Africa*. Progress in Development Studies. Vol. 6. N° 3.
- Hollis, A. y Sweetman, A. (1998). *Microcredit: What can we learn from the past*. World Development. Vol. 26. N° 10. UK.
- Honig B. (1998). *What determines success? Examining the human, financial and social capital of Jamaican microentrepreneurs*. Journal of Business Venturing. Vol. 13. USA.
- Jansson, T. (2003). *Financing microfinance. Exploring the funding side of microfinance institutions*. Sustainable Development Department. IADB. USA.
- Jansson, T. (2001). *Microfinance: From village to Wall Street*. Sustainable Development Department. IADB. USA.
- Jaramillo, M. y Valdivia, N. (2005). *Las políticas para el financiamiento de las Pymes en el Perú*. GRADE. Lima. Perú.
- Jaramillo, C. (2006). *Las finanzas de los negocios familiares: El tamaño sí importa*. Revista Debates IESA. Vol. 11. N° 2. Venezuela.
- Kantis, H. ; Ishida, M. y Komori, M. (2002). *Entrepreneurship in emerging economies: The creation and development of new firms in Latin America and East Asia*. Sustainable Development Department. IADB. USA.
- López, C. (2004). *¡Ojo con las microempresas!*. Económika. Suplemento del Diario El Peruano. Lima. Perú.
- MacLean, J. (2005). *Microfinanzas en Bolivia: Aportes y perspectivas*. CEPAL. Chile.
- Morduch, J. (1999). *The role of subsidies in microfinance: Evidence from the Grameen Bank*. Journal of Development Economics. Vol. 60.
- Orlando, M. y Pollack, M. (2000). *Microenterprises and poverty. Evidence from Latin America*. Sustainable Development Department. IADB. USA.
- Patten, R.; Rosengard, K. y Johnston, D. (2001). *Microfinance success amidst macroeconomic failure: The experience of Bank Rakyat Indonesia during the East Asia crisis*. World Development. Vol. 29. N° 6.
- Portocarrero, F.; Trivelli, C. y Alvarado, J. (2002). *Microcrédito en el Perú: Quienes piden, quienes dan*. CIES. Lima. Perú.
- Portocarrero, F.; Tarazona, A. (2003). *Determinantes de la rentabilidad en las cajas rurales de ahorro y crédito*. CIES. Lima. Perú.
- Portocarrero, F. (2001). *Las cajas municipales de ahorro y crédito: Su experiencia en el microcrédito en el Perú*. DT-I33JP. INDES. Chile.
- Ramos, L. (2000). *Las Microfinanzas estudio de caso: Caja de Ahorros de la ciudad de Oaxaca de Juárez*. U. A. Benito Juárez. México.
- Rebollo, P. y Soto, R. (2005). *Estructura del mercado de créditos y tasas de interés: Una aproximación al segmento de las microfinanzas*. Estudios Económicos. BCRP. Lima. Perú.
- Stiglitz, J. y Weiss, A. (1981). *Credit rationing in markets with imperfect information*. The American Economic Review. Vol. 71 N° 3.

- Tenjo, F. (2002). *Stiglitz, sus aportes y la economía colombiana*. Carta Financiera. ANIF Colombia.
- Trivelli, C. y otros (2003). *Visión de conjunto: A manera de introducción. Mercado y gestión del microcrédito en el Perú*. CIES. Lima. Perú.
- Venero, H. y Yancari, J. (2003). *La demanda potencial de microcrédito en Huancayo*. CIES. Lima. Perú.
- Vogelgesan, U. (2003). *Microfinance in times of crisis: the effects of competition, rising indebtedness, and economic crisis on repayment behavior*. World Development. Vol. 31. N° 12.
- Woolcock, M. (1999). *Learning from failures in microfinance. What unsuccessful cases tell us about how group-based programs work*. American Journal of Economics and Sociology. Vol. 58 N° 1.
- Yunus, M. (2006). *Lectures in the Nobel Peace Prize 2006*. Nobel Lecture. Oslo. Noruega.
- Zevallos, E. (2006). *Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en América Latina*. ESAN. Lima. Perú.