

¿QUÉ NOS DICEN LAS ENCUESTAS SOBRE EL CRÉDITO BANCARIO A LAS EMPRESAS EN MÉXICO?: UN ESTUDIO COMPARATIVO

Iván Ríos y Saidé Salazar

I. Introducción

Cuando hablamos de crédito bancario a las empresas en México es común pensar en escasez. La idea más frecuente es que hay muchas empresas que demandan crédito y que no lo obtienen.¹ Para proporcionarnos información sobre este tema existen varias encuestas y un censo que incluyen en sus cuestionarios al menos una pequeña sección sobre financiamiento. Cada uno de esos levantamientos tiene algo que decir sobre cierto conjunto de empresas: de cierto tamaño, de cierto lugar, de ciertos sectores económicos. No todos ellos proporcionan el mismo tipo de información porque el estilo de las preguntas es diferente y muchas veces se refieren a periodos distintos. En general, los cuestionarios están diseñados para recabar información sobre las características de los créditos bancarios que tienen las empresas (como el tipo de garantías, la tasa de interés, los plazos, entre otras cosas). Pero tanto las encuestas como el censo tienen poco que decir sobre las empresas que no utilizan ese tipo de crédito (como las razones por las que no lo necesita o los motivos por los que cree que no lo conseguiría, por ejemplo). En este capítulo mostramos una comparación entre cinco levantamientos que se han llevado a cabo en México durante los últimos años. Analizamos el tipo de empresas que están representadas en esos levantamientos y también examinamos qué preguntan y cómo lo preguntan. Así nos damos cuenta de qué tanto sabemos de las empresas que tienen crédito bancario y de las empresas que no lo tienen.

Los autores agradecen a Araceli Martínez por su colaboración para la realización del presente estudio. Su asesoría en temas de diseño muestral fue muy valiosa.

¹ Por ejemplo, El Financiero publicó una nota de Guillermo Knochenhauer diciendo que “[...] el difícil acceso al crédito y las tasas de interés al doble o triple que en otras economías reduce la competitividad de la economía mexicana” (pág. 27, mayo 11, 2012).

Los cinco levantamientos analizados son: (1) los Censos Económicos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), (2) la Encuesta Nacional de Micronegocios (ENAMIN) del INEGI y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, (3) la Encuesta de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio (que llamaremos “Encuesta de Coyuntura”) del Banco de México, (4) la Encuesta de Empresas (*Enterprise Survey*) del Banco Mundial, y (5) la Encuesta Nacional de Competitividad, Fuentes de Financiamiento y Uso de Servicios Financieros de las Empresas (ENAFIN) de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y el Banco Interamericano de Desarrollo.

En la sección II describimos cómo se diseña una encuesta y resaltamos qué características de su diseño hay que conocer para interpretar correctamente sus resultados cuando hablamos de financiamiento a empresas. Entre esas características consideramos que es fundamental conocer el tipo de empresas que cubre cada levantamiento y las preguntas que se incluyen en su cuestionario. Por ello dedicamos las secciones III y IV a analizar esos detalles: mostramos que cada una de las encuestas y el censo representan a empresas de diferentes tamaños, regiones y sectores económicos, y al analizar los cuestionarios observamos que las preguntas son distintas, a pesar de que todas se refieren al financiamiento de las empresas (*el diablo está en los detalles*).

Finalmente, en la sección V identificamos qué información nos proporcionan las encuestas y el censo sobre las empresas que tienen crédito bancario y sobre las que no lo tienen. Descubrimos que sabemos mucho del primer tipo de empresas, pero poco del segundo. Pero lo poco que sabemos es sustancioso: la mayoría de las empresas que no solicitan crédito no lo hacen porque no lo necesitan.

II. Cómo se diseña una encuesta

Lo primero que citan los periódicos, la radio y la televisión cuando se refieren a una encuesta son las cifras: la proporción de la población que piensa votar por cada candidato en las próximas elecciones, el porcentaje de jóvenes que desertan de la escuela porque prefieren trabajar, el porcentaje de la población que tiene acceso a servicios financieros, entre muchas otras. Por ejemplo, CNN Expansión publicó en su sitio de internet una entrevista a Mario Rizo, socio de la consultora Salles, Sainz Grant-Thornton, quien mencionaba: “El 70% de las pequeñas y medianas empresas carece de apoyo financiero [...] y menos de 2% de ese apoyo se emplea para investigación y desarrollo, lo que impide la perma-

nencia y crecimiento de la firma”.² Como en ese caso, muchas veces no se aclara qué empresas fueron encuestadas y cómo fueron encuestadas: de qué tamaño, de qué sectores económicos, de qué regiones geográficas, si fue entrevista telefónica, si fue cara a cara, qué preguntas incluye la encuesta, si son preguntas abiertas o de opción múltiple. Es muy común interpretar que los resultados de una encuesta representan a las empresas de todo el país, y lo que es peor, hacer inferencias que la encuesta no permite.

Si nos dicen que 70% de las empresas pequeñas y medianas carecen de apoyo financiero, podríamos deducir erróneamente que todas ellas solicitaron crédito a alguna institución financiera y fueron rechazadas. Pero muchas de ellas probablemente ni siquiera se acercaron a estas instituciones para solicitar financiamiento. Algunas de ellas porque creen que no lo conseguirían, pero muchas otras porque no lo necesitan. A ello hay que sumarle que no sabemos qué empresas están representadas por la encuesta y qué características tienen dichas empresas. Conocer con detalle el diseño de la encuesta nos permite saber a qué empresas se refiere la encuesta, es decir, *a qué empresas representa*, y distinguir la información que *nos proporciona* de la que *no nos proporciona*.

Para diseñar una encuesta lo primero que hay que decidir es qué *población* queremos estudiar. En el caso de las encuestas a empresas, hay que determinar qué empresas nos interesan: de qué tamaño, de qué actividades económicas, de qué regiones geográficas.³ Puede que no todos estemos interesados en la misma población. Por ejemplo, algunos pueden estar interesados en los micronegocios y otros en las grandes empresas.

Una vez definida la población objetivo, el siguiente paso es encontrar alguna fuente de información que nos permita identificar a esas empresas. Necesitamos saber quiénes son y dónde están para poder entrevistarlas. La lista de empresas que enumera a los miembros de la población a partir de la cual se selecciona la *muestra* se denomina *marco muestral*. Generalmente las empresas que conforman el marco muestral son muchas, y encuestar a cada una de ellas tomaría mucho tiempo y dinero. Es por ello que se selecciona un conjunto más pequeño, lo suficientemente grande y variado de tal forma que represente a toda la po-

² La nota apareció en CNNexpansión.com con fecha 6 de abril de 2012.

³ El tamaño de la empresa, la actividad económica y la región geográfica son las variables que se utilizan con mayor frecuencia para definir a la población objetivo de una encuesta de empresas. Sin embargo, estas variables no son únicas. Por ejemplo, uno podría estar interesado en las empresas de todo el país que están registradas ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

blación objeto de estudio. Ese conjunto más pequeño se denomina *muestra*.⁴

Imaginemos que nuestra población objetivo son las empresas micro y pequeñas, de los sectores comercio y servicios, de todo México. Supongamos que utilizamos la información de los Censos Económicos para definir nuestro marco muestral, es decir, para identificar a las empresas que pertenecen a nuestra población objetivo. Digamos que nuestro marco muestral está conformado por un millón de empresas, y que con la ayuda de expertos estadísticos seleccionamos una muestra de mil empresas. Si la muestra representa a las empresas micro y pequeñas, de los sectores comercio y servicios, de todo el país, entonces se dice que la muestra es representativa a nivel nacional. Si la muestra solo representa a las empresas micro y pequeñas, de los sectores comercio y servicios, del Distrito Federal, entonces la muestra no es representativa a nivel nacional; únicamente es representativa de la Ciudad de México.⁵

Una muestra *representativa a nivel nacional* nos permite inferir las características de la población nacional considerándola como un solo conjunto. Sin embargo, en muchas ocasiones también queremos conocer las características de algunas subpoblaciones, en especial de las empresas de cada tamaño y sector económico. Si la muestra nos permite inferir las características de cada una de esas subpoblaciones entonces se dice que la muestra es *representativa por tamaño de empresa y sector económico*.⁶

Además de diseñar la muestra también hay que diseñar el cuestionario. Necesitamos decidir qué temas cubrirá, qué tan largo será y cuál será su grado de detalle. El estilo también es importante: no es lo mismo

⁴ Lo ideal es disponer de un marco muestral tal que la lista de las unidades que lo componen coincida con la población objetivo. Pero en la práctica el marco contiene impurezas resultado de desactualizaciones, errores, omisiones y otras causas. Lo anterior no impide que el marco sea considerado como la contrapartida en el mundo real de la población objetivo (Pérez 2000).

⁵ Una encuesta tiene por objetivo conocer ciertos parámetros poblacionales que se denominan *valores verdaderos*. Estos valores verdaderos nunca podrán ser cuantificados de forma exacta: cualquier estimación está afectada por *errores de muestreo y errores ajenos al muestreo*, que a su vez inciden en el grado de representatividad de la muestra. Los errores de muestreo surgen al estimar las características de una población a través de una fracción de ésta (muestra) en lugar de utilizar a toda la población. Los errores ajenos al muestreo surgen durante el curso de todas las actividades que involucra la encuesta, distintas al muestreo (por ejemplo, los entrevistados pueden no comprender bien las preguntas, ser influenciados por el entrevistador, negarse a participar en la encuesta, entre otros). Para mayor detalle revisar Pérez (2000) o Statistics Canada (2011).

⁶ A menos que se indique lo contrario cada subpoblación es el conjunto de empresas de cada combinación de tamaño y sector económico.

preguntar si hoy en día la empresa tiene algún crédito de una institución financiera, que preguntar si después de iniciar el negocio ha solicitado préstamos para que éste pueda seguir operando. En el primer caso se hace referencia a los créditos de las instituciones financieras que la empresa tiene en el momento en el que se realiza la encuesta. En el segundo caso se hace referencia al financiamiento de cualquier fuente externa (instituciones financieras, crédito de proveedores, amigos o parientes, etc.), y el periodo de interés son todos los años que lleva operando el negocio.

Todos los aspectos que describimos constituyen las dimensiones que hacen distinta a cada encuesta. Podemos decir que cada una de las encuestas que aquí analizamos representa a un determinado conjunto de empresas y proporciona información muy particular sobre ellas.

III. De qué empresas estamos hablando

Ahora describiremos el tipo de empresas que cubre cada uno de los cinco levantamientos que aquí analizamos. Examinaremos con detalle de qué tamaño son, de qué sectores económicos y de qué regiones geográficas. Como veremos, cada una de las cuatro encuestas y el censo cubren a conjuntos diferentes de empresas.

Censos Económicos 2009

Si ordenamos los levantamientos de menor a mayor de acuerdo con el número de preguntas sobre financiamiento que tienen en sus cuestionarios, tendríamos que hablar primero de los Censos Económicos levantados por el INEGI en 2009. Los Censos contienen solo cinco preguntas sobre financiamiento, y cuatro de ellas se refieren al crédito bancario. De todos los levantamientos analizados, los Censos conforman el único que no es una encuesta. Es decir, no se selecciona una muestra de la población, sino más bien se entrevista a toda la población (o a casi toda).⁷

⁷ INEGI recabó información de todas las actividades económicas del país mediante *recorrido total* (i.e visitando a todas y cada una de las unidades económicas), excepto de las actividades de manufacturas, comercio y servicios no financieros, cuya información se recabó mediante *recorrido total* en las áreas geográficas económicamente más grandes y más importantes del país y por medio de una *muestra* en las áreas rurales.

Los Censos Económicos 2009 (CE 2009) cubren a todas las empresas del país de casi todas las actividades económicas.⁸ Los Censos clasifican a las empresas de acuerdo con el número de personas ocupadas en cuatro categorías: de 1 a 10, de 11 a 50, de 51 a 250, y más de 250. Las únicas razones por las que una empresa no estaría registrada en el CE 2009 es porque se trata de una actividad económica que se lleva a cabo en puestos ambulantes o con instalaciones que no están sujetas permanentemente al suelo (como los puestos de tacos que diariamente se arman y se desarman). Tampoco se consideran las casas-habitación donde se realiza alguna actividad productiva para el autoconsumo o donde se ofrecen servicios que se realizan en otro sitio (como los plomeros y pintores que ofrecen sus servicios desde su domicilio, pero llevan a cabo sus actividades en otro lugar).

Los Censos Económicos se llevaron a cabo durante 2009, y registraron un total de 5,144,056 unidades económicas. Esta cifra incluye a las unidades económicas que se encontraban en operaciones durante 2008 (4,724,892) y aquéllas que iniciaron operaciones en 2009 (419,164). Una unidad económica puede ser un establecimiento o una empresa (ya sea uni-establecimiento o multi-establecimiento), dependiendo del sector económico al que pertenece.⁹ El cuestionario de los Censos se refiere a las actividades de la unidad económica durante 2008. Las unidades económicas que iniciaron operaciones en 2009 no contestaron todo el cuestionario; solo proporcionaron información sobre su personal ocupado y número de establecimientos. Los tabulados que son públicos únicamente proporcionan información detallada sobre el crédito y las cuentas bancarias de las unidades económicas que pertenecen al

⁸ Los CE 2009 captaron información de todas las actividades económicas que se efectúan en el país, excepto las agrícolas, ganaderas y forestales, que se registran en el Censo Agropecuario. También se excluyó de los CE 2009 a las actividades realizadas en las sedes diplomáticas y otras unidades extraterritoriales. Finalmente, por su complejidad y naturaleza, tampoco se levantaron en el censo: transporte colectivo urbano y suburbano de pasajeros en automóviles de ruta fija, transporte de pasajeros en taxis de sitio y de ruleteo, fondos de aseguramiento campesino, asociaciones y organizaciones políticas, y hogares con empleados domésticos.

⁹ Para las actividades manufactureras, comerciales y de servicios se utilizó como unidad de observación el establecimiento. Para las actividades de pesca, acuicultura y minería se empleó como unidad de observación la unidad pesquera, acuícola y minera, respectivamente. En los sectores de construcción, transportes, servicios financieros y de seguros, generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, y servicios postales, la unidad de observación es la empresa (unidad económica con una o más ubicaciones físicas). Para mayor detalle revisar *Metodología de los Censos Económicos 2009* (INEGI 2009).

sector privado y paraestatal que realizaron actividades en 2008. Este último conjunto de empresas suma 3,437,645.¹⁰

Encuesta Nacional de Micronegocios 2008

La población objetivo de la ENAMIN son empresas pequeñas: micronegocios del país, de casi todos los sectores económicos, que tienen máximo seis empleados (incluidos el dueño y los trabajadores del mismo).¹¹ Solo en el sector de manufacturas se encuesta a empresas que tienen hasta 16 empleados, ya que en general se requiere de un mayor número de personas para operar esos negocios (aunque en realidad son muy pocas las empresas de más de seis empleados que reporta la ENAMIN).¹² La ENAMIN contiene once preguntas sobre financiamiento y nueve de ellas se refieren al crédito bancario. Por ello está en la segunda posición dentro de nuestro ordenamiento.

INEGI identificó a los micronegocios a través de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). La ENOE es una encuesta aplicada en hogares y con ella se puede distinguir a las personas que trabajan por cuenta propia o que son dueños de algún negocio. La ventaja de identificar a los micronegocios a partir de la ENOE es que permite incluir a las actividades económicas que se llevan a cabo sin local, y que por esa razón no se cuentan en los Censos Económicos. La ENOE permite identificar a los micronegocios que iniciaron operaciones el mismo año del levantamiento (2008), y la ENAMIN se levanta pocas semanas después de la ENOE, por lo que también incluye a empresas nuevas.

A partir de la información de la ENOE, el INEGI seleccionó una muestra lo suficientemente grande y diversa (de poco más de 30 mil micronegocios) para permitir que los resultados de la ENAMIN representen a los micronegocios del país que tienen máximo 6 empleados (o 16 si se trata del sector manufacturas), de casi todos los sectores económicos.¹³ Esos micronegocios suman cerca de ocho millones. La ENAMIN

¹⁰ No se incluyen las actividades de generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final, las financieras, las del sector público, las organizaciones religiosas y las viviendas con actividad económica en un lugar de uso compartido.

¹¹ Industrias extractiva y de la construcción, comercio, servicios, transporte y manufactura.

¹² Menos de 1% de los micronegocios que se encuestaron tienen más de seis empleados.

¹³ Véase la nota 11 para una lista de los sectores económicos que incluye.

no solo es *representativa a nivel nacional*, también es *representativa por tamaño de micronegocio y actividad económica*.¹⁴

Encuesta de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio 2010

La Encuesta de Coyuntura tiene como población objetivo a las empresas del país que tienen más de diez personas ocupadas, de casi todas las actividades económicas.¹⁵ Esta encuesta incluye 19 preguntas sobre financiamiento en su cuestionario y 15 de ellas aluden al crédito bancario. Por ello se coloca en la posición tres de nuestro ordenamiento.

Para identificar a estas empresas, el Banco de México utilizó la información de los Censos Económicos y del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI. La Encuesta de Coyuntura hereda las propiedades de los Censos: excluye a las actividades económicas que no tienen local fijo, que se llevan a cabo en casas-habitación donde se realizan actividades productivas para el autoconsumo, o donde se ofrecen servicios que se realizan en otro sitio. Como se utiliza información de años previos para identificar a las empresas de interés, la Encuesta de Coyuntura 2010 no incluye negocios de reciente creación.

Cada trimestre responden la encuesta al menos 450 empresas, y ese conjunto es lo suficientemente grande y diverso para permitir que los resultados sean representativos de las empresas del país que tienen más de diez empleados, de casi todos los sectores económicos (147 mil).¹⁶ La Encuesta de Coyuntura es *representativa a nivel nacional, por tamaño de empresa y actividad económica*. El tamaño de la empresa puede ser entre 11 y 100 personas ocupadas, o más de 100. La actividad económica puede ser manufactura o bien servicios y comercio (agrupados).¹⁷

Una característica adicional de la Encuesta de Coyuntura es que muchas de las empresas que responden el cuestionario son las mismas

¹⁴ Véase la sección II de este capítulo para una explicación más detallada del grado de representatividad de una encuesta.

¹⁵ Sector manufacturas, comercio, servicios, sector primario, industria extractiva y construcción.

¹⁶ Véase la nota 15 para una lista de los sectores económicos que incluye.

¹⁷ La Encuesta de Coyuntura captura información de otras actividades económicas, pero la muestra está diseñada de tal forma que por actividad económica solo es representativa para el sector de manufacturas, y el sector de servicios y comercio (agrupados). A diferencia del resto de las encuestas aquí analizadas, la Encuesta de Coyuntura es representativa para cada tamaño de empresa y cada sector económico *por separado* (es decir, no es representativa para cada combinación de tamaño y sector económico).

durante varios trimestres.¹⁸ Cuando se tiene información de las mismas empresas a lo largo de varios periodos, se dice que los datos son *longitudinales*, o bien, que conforman un *panel*. Como ese conjunto de empresas sufre altibajos (a veces hay empresas que no responden), se dice que los datos conforman un *panel no balanceado*.

Encuesta de Empresas 2011

La Encuesta de Empresas tiene como población objetivo a las empresas del país que tienen más de cinco empleados, de casi todas las actividades económicas.¹⁹ Las empresas encuestadas se encuentran ubicadas en cualquiera de ocho regiones geográficas del país: la Ciudad de México, el Área Metropolitana, Guadalajara, Monterrey, la ciudad de Puebla, la ciudad de Veracruz, Monclova (en Coahuila), y León (en Guanajuato). La Encuesta de Empresas incluye 19 preguntas sobre financiamiento en su cuestionario, y 13 de ellas aluden al crédito bancario. Ello la posiciona como la número cuatro en nuestro conteo.

Para identificar a las empresas antes descritas, el Banco Mundial utilizó el registro de los Censos Económicos 2009, y lo complementó con las empresas que participaron en la encuesta de 2006.²⁰ La Encuesta de Empresas hereda las propiedades de los Censos, es decir, no incluye a las actividades económicas que se realizan en instalaciones que no están sujetas permanentemente al suelo. Tampoco considera las casas-habitación donde se realizan actividades productivas para el autoconsumo o donde se ofrecen servicios que se realizan en otro sitio. Como el Banco Mundial utilizó información de años previos para identificar a las empresas de interés, la Encuesta de Empresas 2010 no incluye negocios de reciente creación.²¹

A partir de dicha información el Banco Mundial seleccionó una muestra lo suficientemente grande y diversa (1480 empresas) para permitir que los resultados de la encuesta sean representativos de las empresas del país con más de cinco empleados, localizadas en las ocho

¹⁸ La muestra de empresas se actualiza periódicamente para garantizar su representatividad a lo largo del tiempo.

¹⁹ Sector manufacturas, construcción, servicios, transporte, almacenamiento y comunicaciones.

²⁰ El primer levantamiento de la Encuesta de Empresas del Banco Mundial se llevó a cabo en 2006.

²¹ Los Censos Económicos 2009 proveen información detallada de las empresas que realizaron operaciones en 2008, y a partir de dicha información el Banco Mundial identificó al conjunto de empresas que se encuestaría en 2010. Por esa razón las empresas entrevistadas tienen al menos un año de vida.

regiones antes mencionadas, de casi todos los sectores económicos (71,661 empresas).²² La Encuesta de Empresas tiene *representatividad por región, tamaño de empresa y actividad económica*. El tamaño de la empresa puede ser de 6 a 10 personas ocupadas, de 11 a 30, de 31 a 100, o más de 100. Las actividades económicas pueden ser manufacturas, servicios o un sector “residual” donde se agrupan el resto de las actividades económicas cubiertas por la encuesta.

Encuesta Nacional de Financiamiento a Empresas 2010

La ENAFIN tiene como población objetivo a las empresas del país que tienen más de cinco personas ocupadas, de casi todas las actividades económicas, ubicadas en localidades que tienen al menos 50 mil habitantes.²³ Esta encuesta fue diseñada casi exclusivamente para recabar información sobre cómo se financian las empresas. Su cuestionario incluye 202 preguntas relativas al financiamiento y competitividad de las empresas y 68 de ellas se refieren al crédito bancario. Por ello se coloca en la posición cinco de nuestro ordenamiento.

Para identificar a las empresas objeto de estudio, el INEGI²⁴ utilizó la información de los Censos Económicos 2009, por lo que hereda todas sus propiedades: excluye a las actividades que se llevan a cabo sin un local fijo, que se realizan en casas-habitación para el autoconsumo o que se ofrecen en casas-habitación pero se realizan en otro sitio. Tampoco se incluyen empresas de reciente creación.²⁵

El conjunto de encuestas realizadas (986) es lo suficientemente grande y diverso para representar a las empresas del país que tienen más de cinco empleados, de casi todos los sectores económicos, ubicadas en localidades con al menos 50 mil habitantes (281,545 empresas).²⁶ La encuesta es *representativa a nivel nacional, por tamaño de empresa y actividad económica*. Los grupos de actividades económicas que se

²² Véase la nota 19 para una lista de los sectores económicos que incluye.

²³ Construcción, manufacturas, comercio y servicios privados no financieros, incluyendo transportes.

²⁴ La Dirección General de Estadísticas Económicas del INEGI fue la unidad encargada del diseño muestral.

²⁵ Como en el caso de la Encuesta a Empresas, las empresas que respondieron la ENAFIN tienen al menos un año de vida. Véase la nota 21.

²⁶ Véase la nota 23 para una lista de los sectores económicos que incluye.

pueden analizar son los sectores secundario y terciario.²⁷ Los tamaños de empresa son micro, pequeña, mediana y grande.²⁸

Semejanzas y diferencias

El cuadro 1 compara las principales características de cada encuesta y de los censos. Los levantamientos están ordenados de izquierda a derecha de acuerdo con el número de preguntas sobre financiamiento que tienen en sus cuestionarios (de menos a más). De los cinco levantamientos analizados, la ENAFIN tiene el mayor número de preguntas relativas al financiamiento de las empresas (202) y los Censos Económicos es el que menos tiene (5).

El primer renglón muestra a la institución responsable de cada levantamiento. Los Censos Económicos y la ENAMIN están a cargo del INEGI, aunque en ésta última también colabora la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. La Encuesta de Coyuntura es responsabilidad del Banco de México, la Encuesta de Empresas del Banco Mundial, y la ENAFIN de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

El segundo renglón ilustra la periodicidad de cada encuesta y el año del último levantamiento. Los Censos Económicos, la ENAMIN y la Encuesta de Coyuntura se llevan a cabo de manera recurrente: cada cinco años, cada dos años, y cada trimestre, respectivamente.²⁹ El último levantamiento de los Censos Económicos fue en 2009, el de la ENAMIN en 2008, y el último año para el que se tiene información de la Encuesta de Coyuntura de todos los trimestres es 2011. La Encuesta de Empresas solo lleva dos levantamientos (2006 y 2010) y la ENAFIN solo uno (2010).

La población objetivo de cada levantamiento se muestra en el tercer renglón. El tamaño de las empresas se expresa en términos del personal

²⁷ El sector secundario incluye a los sectores de la construcción, industria y manufacturas. El sector terciario incluye a los sectores de comercio, servicios y transportes.

²⁸ En la ENAFIN los tamaños de empresa se definen con base en personal ocupado, aunque existen diferencias entre sectores. Por ejemplo, una empresa del sector comercio es pequeña si tiene entre 11 y 30 personas ocupadas, pero el intervalo se amplía a 50 si la empresa es del sector servicios. Para mayor detalle revisar el reporte *Encuesta Nacional de Competitividad, Fuentes de Financiamiento y Uso de Servicios Financieros de las Empresas* (CNBV y BID 2012).

²⁹ La ENAMIN se llevó a cabo de manera bianual desde 1992 hasta 1998. La siguiente ronda fue en 2002 y la última en 2008.

Cuadro 1. Características de los levantamientos

	Censos Económicos	ENAMIN	Encuesta de Coyuntura	Encuesta de Empresas	ENAFIN
Instituciones responsables	INEGI	INEGI y STPS	Banco de México	Banco Mundial	CNBV y BID
Periodicidad y último levantamiento	Quincenal 2009	Bianual 2008	Trimestral 2011	2006 y 2010	2010
Población objetivo	Empresas de una persona ocupada en adelante	Empresas de una hasta 6 ó 16 personas ocupadas ¹	Empresas de 11 personas ocupadas en adelante	Empresas de 6 personas ocupadas en adelante	Empresas de 6 personas ocupadas en adelante
Niveles de representatividad	Nacional, sectorial y por tamaño de empresa	Nacional, sectorial y por tamaño de empresa	Nacional, sectorial y por tamaño de empresa	Regional, sectorial y por tamaño de empresa	Nacional, sectorial y por tamaño de empresa
Datos longitudinales	No	No	Sí	No	No
Incluye a empresas nuevas	Sí	Sí	No	No	No
Número de observaciones	3-4 millones	30 mil	450	1480	986
Marco muestral	No aplica	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo	Censos Económicos	Censos Económicos	Censos Económicos
Preguntas sobre financiamiento (crédito bancario)	5 (4)	11 (9)	18 (16)	19 (13)	202 (68)

¹ Se incluye a las empresas que tienen hasta 16 empleados si se trata del sector manufacturas. En el resto de los sectores las empresas tienen hasta seis personas ocupadas.

ocupado. Los Censos Económicos conforman el único levantamiento que incluye todos los tamaños de empresa: desde una hasta más de 250 personas ocupadas. Su única salvedad es que no incluye a las actividades económicas que se llevan a cabo sin local fijo o que se realizan en casas-habitación donde se realizan actividades para el autoconsumo o donde se ofrecen servicios que se realizan en otro sitio.

En el otro extremo está la ENAMIN. La ENAMIN solo cubre a empresas que tienen hasta seis empleados, o hasta 16 si se trata del sector manufacturas. La mayor parte de esos micronegocios quedan fuera de los Censos Económicos por llevarse a cabo de manera ambulante o en casas-habitación.

La Encuesta de Empresas y la ENAFIN cubren un rango de empresas más amplio que la ENAMIN: de seis empleados en adelante. Por su parte, la Encuesta de Coyuntura cubre a empresas que tienen más de diez personas ocupadas.

El cuarto renglón indica el grado de representatividad de cada levantamiento. Todos los levantamientos son representativos de su población objetivo a nivel nacional, por tamaño de empresa y sector de actividad económica, excepto la Encuesta de Empresas del Banco Mundial cuya cobertura geográfica solo se extiende a ocho regiones del país.

El quinto renglón ilustra si la encuesta conforma un panel, es decir, si se ha entrevistado a las mismas empresas a lo largo del tiempo. De todos los levantamientos, solo la Encuesta de Coyuntura del Banco de México tiene datos longitudinales (panel no balanceado).³⁰

El sexto renglón muestra si el levantamiento en cuestión incluye a empresas creadas el mismo año en el que se llevó a cabo la encuesta. Únicamente los Censos Económicos y la ENAMIN recaban información de empresas nuevas. Como el resto de los levantamientos utilizan información de años previos para identificar a las empresas que conforman su población objetivo, no incluyen a empresas de reciente creación.

El séptimo de los renglones ilustra el tamaño de la muestra de cada encuesta. Por su naturaleza los Censos Económicos tienen el número más alto de observaciones: 3.4 millones.³¹ La muestra de la ENAMIN

³⁰ En 2010 el Banco Mundial solicitó que en la medida de lo posible se entrevistara a las mismas empresas que respondieron a la Encuesta de Empresas en 2006 (siempre y cuando cumplieran los criterios de elegibilidad). Sin embargo, solo se logró entrevistar nuevamente a 210 empresas. El resto de la muestra, 1270 empresas, fueron nuevas adiciones.

³¹ Los Censos registraron 5.1 millones de unidades económicas que se encontraban en operaciones en 2009. Sin embargo, los datos sobre crédito y cuentas bancarias solo son públicos para 3.4 millones, que son las unidades económi-

también es grande: 30 mil micronegocios. De ahí en adelante, el resto de las encuestas tienen muestras más pequeñas: 1480 empresas la Encuesta de Empresas del Banco Mundial, 986 empresas la ENAFIN de la CNBV y el BID, y 450 empresas la Encuesta de Coyuntura del Banco de México.

El octavo renglón indica la base de datos que se empleó en cada encuesta para identificar a las empresas de interés. Los Censos Económicos no utilizaron fuentes de datos adicionales. Los encuestadores de INEGI recorrieron todo el territorio nacional y registraron a todas y cada una de las unidades económicas del país (solo en el caso de las actividades de manufacturas, comercio y servicios no financieros se recabó la información de las áreas rurales por medio de una muestra).

Tanto la Encuesta de Coyuntura como la Encuesta de Empresas y la ENAFIN utilizaron los registros de los CE 2009 para identificar a las empresas que conforman su población objetivo. Al utilizar información de los CE 2009, estas encuestas heredan todas sus propiedades: no incluyen a las actividades económicas que se llevan a cabo en puestos ambulantes o con instalaciones que no están sujetas permanentemente al suelo. Tampoco se consideran las casas-habitación donde se realiza alguna actividad productiva para el autoconsumo o donde se ofrecen servicios que se realizan en otro sitio.

La ENAMIN utiliza los registros de la ENOE para identificar a los micronegocios del país. La ENOE permite distinguir a las personas que trabajan por cuenta propia o que son dueñas de algún negocio, sin importar si llevan a cabo su actividad de manera ambulante o con un local fijo.

Por último, el noveno renglón muestra el número de preguntas sobre financiamiento que los censos y las encuestas incluyen en sus cuestionarios. Entre paréntesis se indica cuántas de esas preguntas se refieren al crédito bancario.

En síntesis, cada levantamiento tiene un diseño distinto. Cada uno de ellos habla de cierto tamaño de empresas, de ciertos sectores económicos, de cierto lugar, de cierta edad. El número de preguntas sobre financiamiento también difiere. Y más importante aún, cada una pregunta *cosas distintas de una manera distinta*. Así que incluso si las encuestas y el censo se aplicaran exactamente al mismo conjunto de empresas, obtendríamos información diferente de cada uno de ellos. Ese análisis es el objeto de la siguiente sección.

cas del sector privado y paraestatal que realizaron actividades en 2008 (véase la nota 10 para una lista detallada de los sectores que se excluyen).

IV. Qué preguntan las encuestas y cómo lo preguntan

Conocer cómo se financian las empresas no es una tarea sencilla. Incluso si todas las encuestas tuvieran la misma población objetivo, el mismo marco muestral y la misma muestra, los resultados serían distintos simplemente porque las preguntas son diferentes. Quienes diseñaron los cuestionarios pudieron tener como propósito conocer cómo se financian las empresas, pero tuvieron formas diferentes de aproximar el problema. Así que cada cuestionario tiene estilos y preguntas distintas. Todos ellos se refieren al financiamiento de las empresas pero desde diferentes ángulos.

Por poner ejemplo, la Encuesta de Empresas pregunta si hoy en día el establecimiento tiene algún crédito de una institución financiera, mientras que la ENAMIN pregunta si después de iniciar el negocio se han solicitado préstamos para que éste pueda seguir operando. En el primer caso se hace referencia a los créditos de las instituciones financieras que el establecimiento tiene en el momento en el que se realiza la encuesta. En el segundo caso se hace referencia al financiamiento de cualquier fuente externa (instituciones financieras, crédito de proveedores, amigos o parientes, etc.), y el periodo de interés son todos los años que lleva operando el negocio.

Poner atención en la redacción de las preguntas y conocer las diferencias entre cuestionarios es importante porque nos permite conocer qué tipo de información nos proporciona cada encuesta y hasta qué punto sus resultados son comparables con otros levantamientos. Incluso responder una pregunta tan simple como cuántas empresas tienen financiamiento bancario, requiere de un análisis cuidadoso de las preguntas de cada encuesta. Como veremos, no es una tarea trivial.

Para intentar responder a nuestra pregunta de cuántas empresas tienen financiamiento bancario, primero revisemos el cuestionario de los Censos Económicos. El cuestionario pregunta si en el año previo (2008) la empresa obtuvo préstamos o financiamiento de bancos, familiares, proveedores o del gobierno para la operación del negocio. Si el entrevistado responde que sí, entonces debe indicar de dónde provienen esos créditos. El cuestionario le permite al entrevistado elegir varias opciones de una lista que incluye bancos, cajas de ahorro popular, proveedores, familiares o amigos en México o en el extranjero, gobierno, prestamistas privados, y otros. La información de los Censos nos permite enunciar una frase como: 5% de las empresas censadas obtuvieron préstamos o financiamiento de bancos durante 2008. Por supuesto,

siempre debe tenerse en cuenta el grupo de empresas al que se refieren los Censos, que se discutió con detalle en la sección III.

¿Qué pregunta la ENAMIN? La ENAMIN pregunta de dónde provino principalmente el dinero para iniciar el negocio o la actividad. La lista de opciones incluye ahorros personales, amigos o parientes, la liquidación del empleo anterior, el crédito de proveedores, la banca comercial, entre muchas otras (14 opciones en total). También pregunta si después de iniciar el negocio se han solicitado y obtenido préstamos para que éste pueda seguir operando. Si la empresa ha obtenido préstamos, entonces el entrevistado debe indicar a quién solicitó el préstamo más reciente: a amigos o parientes, a las cajas populares, a la banca comercial, a las uniones de crédito, a prestamistas particulares, a la banca de desarrollo, al gobierno, u otros. Así, la información de la ENAMIN nos permite enunciar dos frases que intentarían responder a nuestra pregunta: (1) para iniciar actividades, 1% de los micronegocios del país obtuvieron dinero principalmente de la banca comercial; y (2) después de iniciar actividades, para seguir operando, 3% de los micronegocios del país obtuvieron su préstamo más reciente de la banca comercial.

¿Qué pregunta la Encuesta de Coyuntura? En primer lugar pregunta cuáles de las siguientes fuentes de financiamiento se utilizaron en el trimestre previo: recursos propios, bancos comerciales, bancos extranjeros, bancos de desarrollo, emisión de deuda, proveedores, arrendamiento, nuevo capital de socios, oficina matriz u otra fuente. También pregunta si la empresa tenía deuda bancaria al inicio del trimestre anterior. Por último pregunta si durante el trimestre previo la empresa recibió nuevos créditos bancarios. Por lo tanto, con la información de esta encuesta podemos enunciar tres frases para intentar responder a nuestra pregunta: (1) en promedio, durante 2011, x% de las empresas del país con 11 empleados o más utilizaron financiamiento de los bancos comerciales cada trimestre³²; (2) en promedio, durante 2011, 46% de las empresas del país con 11 empleados o más tenían deuda bancaria al inicio de cada trimestre; y (3) en promedio, durante 2011, 24% de las empresas del país con 11 empleados o más recibieron nuevos créditos bancarios cada trimestre.

La Encuesta de Empresas del Banco Mundial también hace varias preguntas que incluyen entre sus opciones al crédito bancario. La encuesta solicita que el entrevistado estime, con respecto al último año

³² Hasta el momento esta información es confidencial. Los tabulados disponibles en www.banxico.org.mx no proporcionan esta cifra.

fiscal (2009), la proporción de capital de trabajo que se financió con cada una de las siguientes fuentes: fondos internos o ganancias de la empresa, clientes o proveedores, préstamos de bancos, instituciones financieras no bancarias u otro. También se solicita ese cálculo para las compras totales de activos fijos.³³ Adicionalmente, el cuestionario pregunta si en el momento de la entrevista (2010) el establecimiento tenía algún crédito de una institución financiera, y en su caso, qué tipo de institución financiera le otorgó el préstamo más reciente: bancos comerciales, alguna institución de gobierno, alguna institución no bancaria u otro. Y con respecto al último año fiscal (2009), el cuestionario pregunta si la empresa solicitó algún crédito. Con esos datos podemos decir lo siguiente: (1) 27% de las empresas con seis empleados o más de ocho regiones del país utilizaron préstamos de bancos para financiar su capital de trabajo durante 2009; (2) 6% de las empresas con seis empleados o más de las mismas regiones utilizaron préstamos de bancos para financiar sus activos fijos durante 2009; (3) 31% de las empresas con seis empleados o más de las mismas regiones obtuvieron su préstamo más reciente de la banca comercial, vigente en 2010; (4) 25% de las empresas con seis empleados o más de estas regiones solicitaron algún crédito durante 2009 (no solo de la banca comercial, sino de cualquier otra fuente externa).

Igual que la Encuesta de Coyuntura y la Encuesta de Empresas, la ENAFIN incluye múltiples preguntas relativas al crédito bancario. En primera instancia pregunta sobre el saldo total de la deuda en los créditos revolventes de la empresa al cierre de 2009, y lo mismo pregunta para los créditos simples de corto y largo plazo. Además pregunta cuántas instituciones financieras le otorgaron créditos revolventes durante el periodo 2005-2009, y también lo hace para los créditos simples de largo plazo. Sobre los créditos otorgados durante el periodo 2005-2009, el cuestionario pregunta qué tipo de institución financiera le otorgó el de mayor monto: banco comercial, Sofol o Sofom³⁴, unión de crédito, compañía financiera, alguna institución gubernamental (incluyendo banca de desarrollo), alguna institución gubernamental a través de la banca comercial, caja de ahorro o Sociedad de Ahorro y Préstamo, u otra. La ENAFIN incluso pregunta si los dueños de la empresa utilizaron sus tarjetas de crédito personales para realizar gastos de la empresa durante

³³ Las respuestas a estas preguntas pueden ser subjetivas ya que el dinero es un bien fungible.

³⁴ Sociedad Financiera de Objeto Limitado (Sofol) y Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (Sofom).

2009. Con esta información, la ENAFIN nos permite concluir: (1) 33% de las empresas del país con seis empleados o más, ubicadas en localidades con al menos 50 mil habitantes, tenían financiamiento de algún intermediario financiero al cierre de 2009, a través de líneas de crédito o créditos simples de corto y largo plazo; (2) durante 2005-2009, 18% de las empresas del país con seis empleados o más, ubicadas en localidades con al menos 50 mil habitantes, obtuvieron su crédito de mayor monto (línea de crédito o crédito simple de largo plazo) de la banca comercial. También podemos decir algo sobre el financiamiento proveniente de las tarjetas de crédito personales de los dueños: (3) en 20% de las empresas del país con seis empleados o más, ubicadas en localidades con al menos 50 mil habitantes, los dueños utilizaron sus tarjetas de crédito personales para financiar gastos del negocio durante 2009.³⁵

Así que la pregunta que nos hicimos no tiene una respuesta sencilla. Cuando utilizamos las cifras de una encuesta es indispensable conocer con detalle qué nos dicen esos números. Omitir ese análisis podría conducir a conclusiones equivocadas.

V. Las empresas con y sin crédito bancario

Cada uno de los cinco levantamientos que aquí analizamos tiene lo que podríamos llamar un “área de especialización”. Esta área de especialización está relacionada con los objetivos de la encuesta o el censo, y esos objetivos pueden ser muy generales o muy particulares. De ello depende la longitud y grado de detalle de los cuestionarios.

Los Censos Económicos se especializan en las características generales de las unidades económicas en México, como la organización del establecimiento, las características del personal ocupado, el monto de los salarios e impuestos, los gastos e ingresos de la empresa, el tamaño de sus inventarios, entre otros aspectos. Parte de sus características generales son sus fuentes de financiamiento, por lo que el cuestionario de los Censos incluye una pequeña sección sobre ese tema: ¿obtuvo crédito?, ¿de dónde proviene?, ¿para qué lo utilizó? También podemos saber cuántas empresas no solicitaron crédito bancario y las razones por las que no lo hicieron. Los datos de los Censos indican que 95% de las empresas no obtuvieron crédito bancario en 2008: el 1% lo solicitó y no se lo otorgaron, y el 94% no lo solicitó. De todas las empresas que no

³⁵ A pesar de que 20% de las empresas se financiaron con la tarjeta de crédito del dueño, no sabemos cuáles fueron los montos o la participación de dicha fuente en el financiamiento total.

solicitaron crédito bancario, 54% no lo hizo porque no lo necesita, 32% porque el precio y los términos no le convienen, 13% piensa que no lo conseguiría, 3% no sabe cómo pedirlo, 3% dice no confiar en los bancos, 2% dice que las instituciones le quedan muy lejos, y 2% tiene una razón distinta a las anteriores.³⁶

La ENAMIN se especializa en obtener información sobre las principales características de los micronegocios y de la población involucrada en ellos, tales como el perfil del dueño del negocio, sus antecedentes laborales, el tipo de registros y contabilidad del negocio, las características del local, las características del personal ocupado, etc. A diferencia de los Censos, la ENAMIN es una encuesta dirigida a empresas pequeñas, por lo que en materia de financiamiento el interés está en los recursos que el dueño necesitó para iniciar su negocio, y en los préstamos que ha solicitado para seguir operando. El cuestionario de la ENAMIN incluye preguntas que permiten conocer algunas características de dicho financiamiento, como la institución se lo otorgó, la fecha en que le fue otorgado, el monto que ha pagado, y el plazo que le dieron. La ENAMIN también proporciona información sobre cuántas empresas no han solicitado préstamos para seguir operando y las razones por las que no lo hicieron. De acuerdo con la ENAMIN, el 83% de los micronegocios no tuvieron algún préstamo para seguir operando el negocio: 2% lo solicitó y no lo obtuvo, y 81% no lo solicitó (no solo de la banca comercial, sino de cualquier otra fuente externa). De todas las empresas que no han solicitado crédito a alguna fuente externa, 57% responde que no tiene necesidad de hacerlo, 22% dice que el precio y los términos no le convienen, 6% no sabe cómo pedirlo, 4% piensa que no lo conseguiría, 4% cree que los procedimientos para solicitarlo son muy complicados y 6% tiene razones distintas a las anteriores.

La Encuesta de Coyuntura se especializa en el financiamiento que las empresas obtienen de los bancos comerciales. A diferencia de los Censos y la ENAMIN, no es una encuesta que busque capturar muchas de las características de las empresas (como equipamiento, ingresos y gastos, etc.). Más bien es una encuesta que intenta capturar muchos detalles sobre el financiamiento formal de las empresas, principalmente la banca comercial: ¿su empresa tenía deuda bancaria?, ¿su empresa recibió nuevos créditos bancarios?, ¿qué tipo de garantía le fue solicitada?, ¿cuál fue el monto del crédito?, ¿cuál fue el destino de los recursos obtenidos? De acuerdo con la Encuesta de Coyuntura, 54% de las em-

³⁶ Las empresas podían seleccionar uno o varios motivos de una lista que ofrecía el cuestionario, por lo que la suma de los porcentajes no es 100.

presas no tuvo deudas bancarias al cierre del primer trimestre de 2011, aunque la encuesta no les pregunta si han solicitado o no crédito bancario.

La Encuesta de Empresas se especializa en obtener información relativa al ambiente de negocios en el país y a los obstáculos que afectan la productividad de las empresas. El cuestionario de la Encuesta de Empresas es similar al de los Censos y al de la ENAMIN, en cuanto a que cubre una amplia variedad de temas (equipamiento, infraestructura, ventas, etc.), pero difiere de ellos al centrarse más en los factores que pueden impactar la productividad de las empresas (innovación, trámites burocráticos, inseguridad, ambiente de negocios, costos, etc.). Uno de esos factores es el financiamiento y el cuestionario incluye una sección detallada sobre ese tema: ¿cuál es la proporción del capital de trabajo y de los activos fijos que se financió con fondos internos, bancos, proveedores, etc.?, ¿en este momento tiene algún crédito con alguna institución financiera?, ¿qué tipo de institución financiera?, ¿en qué año fue aprobado el crédito más reciente?, ¿cuál fue el monto aprobado?, ¿requirió colateral?, ¿qué tipo de colateral?, ¿cuál fue el valor del colateral?, ¿este establecimiento solicitó algún crédito en el último año fiscal? Si la empresa no solicitó algún crédito, podemos saber por qué. Los datos obtenidos indican que 72% de las empresas representadas por la encuesta no utilizaron préstamos de la banca para financiar capital de trabajo o activos fijos en 2009. En una pregunta posterior, ocho puntos porcentuales de ese conjunto de empresas respondieron haber solicitado crédito a alguna fuente externa en 2009, y 64 puntos porcentuales respondieron no haberlo solicitado.³⁷ De todas las empresas que no lo solicitaron, 70% respondió que no lo necesita, 13% dice que el precio y los términos no le convienen, 11% cree que los procedimientos para solicitarlo son muy complicados, 3% piensa que no lo conseguiría y 3% tiene una razón distinta a las anteriores.

Finalmente, cuando hablamos de la ENAFIN hay que pensar en una encuesta especializada en los términos y condiciones del financiamiento de las empresas, y en los obstáculos generales a la competitividad e inicio del negocio. La ENAFIN se parece más a la Encuesta de Coyuntura que a los Censos, a la ENAMIN o a la Encuesta de Empresas, ya que a diferencia de estas últimas, no incluye preguntas sobre múltiples temas, sino más bien se concentra en caracterizar el financiamiento que reciben las empresas, no solo de los bancos comerciales, sino de

³⁷ La pregunta de si solicitó o no crédito a alguna fuente externa no restringe el destino del crédito a capital de trabajo o activos fijos.

cualquier otra fuente (tanto interna, como externa a la empresa). El cuestionario de la ENAFIN contiene una sección para cada una de las siguientes fuentes de financiamiento: recursos propios, amigos y familiares, proveedores, tarjetas de crédito personales de los dueños, crédito revolving, crédito simple, e inversionistas privados. Cada una de estas secciones incluye varias preguntas que detallan los términos y condiciones bajo los que se obtuvo el financiamiento, y las preguntas son más exhaustivas cuando se trata del crédito proveniente de los intermediarios financieros. Por poner un ejemplo, la sección sobre crédito simple pregunta: ¿la empresa tenía créditos simples de corto o largo plazo al cierre de 2009?, ¿cuántos créditos de largo plazo tuvo la empresa durante el periodo 2005-2009?, ¿cuántas instituciones financieras le otorgaron crédito de largo plazo?, ¿en qué año le otorgaron el crédito de largo plazo de mayor monto?, ¿qué tipo de institución financiera le otorgó ese crédito?, ¿desde hace cuánto tiempo tiene relación comercial esta empresa con dicha institución?, ¿aportó alguna garantía?, ¿de qué tipo?, ¿cuál fue el valor de la garantía como proporción del monto autorizado de crédito?, ¿se ha atrasado en los pagos? De acuerdo con la ENAFIN, 92% de las empresas no tuvieron créditos simples de largo plazo de la banca comercial durante 2005-2009: 15% sí solicitó crédito de largo plazo a alguna institución financiera y 77% no lo solicitó, pero la encuesta no permite saber las razones por las que no lo hicieron.

Los cinco cuestionarios nos permiten conocer con detalle las características del financiamiento formal que utilizan las empresas, como el tipo de institución que se los otorgó, el tipo de producto financiero, los términos y condiciones del préstamo, entre otros. Sin embargo, poco sabemos sobre las empresas que no tienen crédito de los intermediarios financieros. Pero lo poco que sabemos es sustancioso: en todas las encuestas en las que se incluye la pregunta, más de 60% de las empresas no solicitaron crédito, y más de la mitad de ellas no lo hicieron porque no lo necesitan. Los cuestionarios ofrecían otras opciones: porque el precio y los términos no le convienen, porque los procedimientos para solicitarlo son muy complicados, porque piensa que no lo conseguiría, porque no confía en los bancos, porque no sabe cómo pedirlo o porque las instituciones le quedan muy lejos. Pero sobre esas alternativas las empresas respondieron que no lo necesitan.

Muchas veces escuchamos en la radio y la televisión, o leemos en el periódico, que un bajo porcentaje de empresas tienen crédito de los intermediarios financieros. En muchas ocasiones se infiere incorrectamente que el resto no ha podido acceder a dichos servicios, es decir, se

Cuadro 2. ¿Qué nos dicen las encuestas sobre las empresas que no tienen crédito bancario?

Encuesta	Si solicitó		No solicitó							
	Está en proceso de autorización	No recibió el préstamo	No tiene necesidad	El precio y los términos no le convienen	Piensa que no lo conseguirá	Los procedimientos para solicitarlo son muy complicados	No sabe cómo pedirlo	Las instituciones me quedan muy lejos	No confío en los bancos	Otro
Censos Económicos	Empresas que no obtuvieron crédito bancario en 2008 95%	Si solicitó crédito bancario 1%	51%	39%	12%	*	3%	2%	3%	2%
			No solicitó crédito bancario ¹ 94%							
ENAMIN	Empresas que no han tenido préstamos desde el inicio de sus operaciones (cualquier fuente) 83%	Si solicitó préstamos 2%	46%	18%	3%	3%	5%	*	*	5%
			No solicitó algún préstamo o línea de crédito 64%							
Encuesta de Empresas	Empresas que no utilizaron financiamiento de la banca para financiar capital de trabajo o activos fijos en 2009 72%	Si solicitó algún préstamo o línea de crédito 8%	45%	8%	2%	7%	*	*	*	3%
			No solicitó crédito de largo plazo a una institución financiera 77%							
ENAFIN	Empresas que no tuvieron créditos simples de largo plazo de la banca comercial durante 2005-2009 92%	Si solicitó crédito de largo plazo a una institución financiera 15%	8%	7%	*	*	*	*	*	*
			No solicitó crédito de largo plazo a una institución financiera 77%							

¹ Los motivos por los que no solicitó crédito bancario no son excluyentes, por lo que la suma de los porcentajes excede el total.

supone que el resto de las empresas demandan financiamiento y no lo obtienen. Las encuestas nos indican que más de la mitad de esas empresas no lo demandan porque no lo necesitan: la cifra varía de 54 a 70% de las empresas que no solicitaron crédito, dependiendo del levantamiento. Una proporción más pequeña no está dispuesta a solicitarlo al precio y los términos en los que se ofrece.

El cuadro 2 muestra con detalle las cifras que hemos mencionado. La primera columna presenta el nombre del levantamiento. La segunda columna muestra el porcentaje de empresas que no tuvieron financiamiento bancario en el año en cuestión, junto con la pregunta que utilizamos para calcularlo (solo en el caso de la ENAMIN la pregunta se refiere al financiamiento proveniente de cualquier fuente externa). El resto de las columnas desagrega dicho porcentaje en dos categorías: las empresas que sí solicitaron financiamiento y las que no. Las empresas que sí solicitaron financiamiento se clasifican en dos subcategorías: (1) aquéllas cuya solicitud está en proceso de autorización, y (2) aquéllas que no recibieron el préstamo. Las empresas que no solicitaron financiamiento se clasifican en ocho subcategorías, dependiendo del motivo que tuvieron para no solicitarlo: (1) no tuvo necesidad, (2) el precio y los términos no le convienen, (3) piensa que no lo conseguiría, (4) los procedimientos para solicitarlo son muy complicados, (5) no sabe cómo pedirlo, (6) las instituciones le quedan muy lejos, (7) no confía en los bancos, y (8) otro. La base de los porcentajes es el número total de empresas representadas por cada levantamiento. Las cifras se muestran de tal forma que la suma de los parciales da el total, excepto en el caso de las empresas que no solicitaron crédito reportadas por los Censos Económicos, ya que en ese caso los motivos para no solicitar crédito no son excluyentes (los encuestados podían seleccionar más de una opción).

¿Por qué hay muchas empresas que no necesitan crédito? ¿Tienen planes de expansión o innovación? ¿Por qué motivo iniciaron y continúan en el negocio? Para las empresas pequeñas ya tenemos una idea. En este libro se presenta un estudio sobre las razones para emprender micronegocios, sus expectativas de crecimiento y su financiamiento. De acuerdo con la ENAMIN, muchos micronegocios comienzan por motivos distintos a la mera maximización de utilidades: son opciones mientras sale un trabajo mejor, o son opciones facilitadas por la tradición familiar o por la conveniencia (por ejemplo, una madre trabajadora decide dedicarle más tiempo a sus hijos y se anima a poner un negocio de comida en su hogar). Los resultados son muy parecidos en otros países. Una encuesta en Estados Unidos encontró que entre un tercio y la mitad de las

pequeñas empresas comenzaron actividades por motivos no pecuniarios (Hurst y Pugsley, 2011). Eso significa que la flexibilidad del horario, la independencia y otros motivos distintos a la maximización de utilidades son factores que empujan a la gente a comenzar empresas.

Una vez que comenzamos a adentrarnos en la lógica de las decisiones empresariales podemos empezar a ver por qué es posible que distintas empresas tengan expectativas muy diferentes que al final pueden traducirse en demandas de financiamiento también muy diferentes.³⁸

VI. Conclusiones

Las encuestas sobre financiamiento a empresas en México son diferentes unas de otras. Cada una de ellas representa a un conjunto de empresas distinto. Algunas se enfocan solo en empresas pequeñas, otras en empresas más grandes, y también hay encuestas que cubren tanto a empresas micro como a empresas pequeñas, medianas y grandes.

Las encuestas también son diferentes porque no preguntan las mismas cosas. A pesar de que todas ellas se refieren al financiamiento de las empresas, las preguntas no capturan la misma información. Recordemos por ejemplo, que no es lo mismo preguntar si en este momento la empresa tiene financiamiento de alguna institución financiera, que preguntar si después de iniciar el negocio ha solicitado préstamos para seguir operando. En el primer caso se hace referencia al financiamiento de las instituciones financieras en el momento en el que se realiza la encuesta. En el segundo caso se hace referencia al financiamiento de cualquier fuente externa (instituciones financieras, crédito de proveedores, amigos o parientes, etc.), y el periodo de interés son todos los años que lleva operando el negocio.

Conocer con detalle el tipo de empresas que representa una encuesta y revisar cuidadosamente las preguntas de su cuestionario nos permite distinguir la información que *nos proporciona* de la que *no nos proporciona*. Las encuestas que hemos analizado aquí se refieren a distintos conjuntos de empresas, pero todas confirman que más de 70% de cada conjunto no tienen crédito bancario en los diferentes periodos de estudio.³⁹ Una interpretación equivocada de esta cifra sería afirmar que 70

³⁸ Esos puntos son explorados con mayor detalle en el capítulo “Los micro-negocios en México: razones para emprenderlos, expectativas, tamaño y financiamiento” en este mismo volumen.

³⁹ En este cálculo no se incluye a la Encuesta de Coyuntura ni a la ENAFIN debido a que no ofrecen información sobre las razones por las que la empresa no solicitó crédito. Si incluyéramos ambos levantamientos, la frase sería “más de

de cada 100 empresas demandan crédito y no lo obtienen, cuando en realidad al menos 64 no lo solicitaron y por lo menos 45 de ellas no lo hicieron porque no lo necesitan. Si supiéramos que tres de cada diez personas comen en McDonald's al menos una vez al año, sería incorrecto suponer que las otras siete no van porque no tienen acceso a ese restaurante. En efecto, hay personas a quienes les queda muy lejos el restaurante, pero hay muchas otras que por gusto o conveniencia deciden no ir.

¿Por qué las empresas no necesitan crédito? Puede ser por baja productividad o falta de planes de expansión, por ejemplo. Muchos negocios no demandan financiamiento porque no pueden o quieren crecer. Las personas pueden iniciar su propio negocio por razones que van más allá de la mera maximización de utilidades. La búsqueda de independencia, el deseo de complementar el ingreso familiar o la falta de empleo asalariado también son motivos para comenzar una empresa. El capítulo 3 de este volumen explora la posibilidad de que el motivo para iniciar un negocio importa tanto para su desempeño y sus expectativas, como para su demanda de financiamiento.

Si una empresa está dispuesta a solicitar un préstamo bajo los términos y condiciones que la banca ofrece (o incluso más), pero no lo puede obtener porque las instituciones financieras no incrementan su oferta de crédito, entonces diríamos que existe racionamiento del crédito (Stiglitz y Weiss, 1981). Pero ese escenario no es consistente con lo que observamos en las encuestas y tampoco es consistente con la tendencia del crédito comercial desde hace varios años. En la última década, el crédito comercial de la banca en México se ha duplicado como proporción del PIB (de 4% en 2001 a 8% en 2010), y las tasas de interés de esos créditos han disminuido. Bajas tasas de interés y un incremento en el crédito otorgado sugieren un incremento en la oferta de financiamiento. Los bancos no están cerrando las cortinas de su negocio y las empresas no están haciendo largas colas para solicitar crédito.

Regresando a nuestro ejemplo de comida, diríamos que McDonald's ha abierto muchas sucursales o ha ampliado las que tiene, y todo aquel que gusta de comer sus hamburguesas ha podido formarse en la caja. Pero la mayoría no ha puesto un pie en esos restaurantes. A algunos les queda lejos, pero muchos otros no lo han hecho porque prefieren otras opciones. Por supuesto, entre las personas que están formadas hay

50% de cada conjunto no tiene crédito bancario en los diferentes periodos de estudio”.

algunas que salen con su hamburguesa y hay otras que no (así como hay empresas que a pesar de solicitar crédito no lo obtienen).

Las encuestas y otros indicadores no sugieren un exceso de demanda de crédito. Tampoco sugieren un exceso de oferta. Debemos tener en mente que muchas empresas no solicitan crédito porque no lo necesitan. Los cuestionarios ofrecían otras alternativas: porque el precio y los términos no les convienen, porque los procedimientos para solicitarlo son muy complicados, porque piensan que no lo conseguirían, porque no confían en los bancos, porque no saben cómo pedirlo o porque las instituciones les quedan muy lejos. La mayor parte de las empresas no eligieron esas opciones; en su lugar respondieron que no lo necesitan.

Finalmente, sería interesante comparar el desempeño de México con el de otros países. No nos referimos a una simple confrontación de cifras: si nos quisiéramos comparar con la Unión Europea, por ejemplo, habría que estimar la probabilidad de que una empresa mexicana que necesite crédito lo obtenga con los parámetros que utilizan los bancos de la Unión Europea. Es probable que las empresas mexicanas tengan una baja probabilidad de obtener crédito aún en otros países, debido a diferencias en productividad, por citar un caso. Esos y otros temas quedan pendientes por investigar.

Referencias

- Banco de México. 2010. *Encuesta de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio*. <http://www.banxico.org.mx> (acceso enero 2012).
- CNBV y BID. 2012. *Encuesta Nacional de Competitividad Fuentes de Financiamiento y Uso de Servicios Financieros de las Empresas*. Por publicarse.
- Hurst, Erik y Benjamin Pugsley. 2011. "What Do Small Businesses Do?", NBER Working Paper 17041.
- INEGI. 2008. *Encuesta Nacional de Micronegocios*. <http://www.inegi.org.mx> (acceso enero 2012).
- . 2009. *Censos Económicos*. <http://www.inegi.org.mx> (acceso enero 2012).
- . 2009. *Metodología de los Censos Económicos 2009*. <http://www.inegi.org.mx> (acceso enero 2012).
- Knochenhauer, Guillermo. 2012. "Focos rojos de la banca". *El Financiero*, 11 de mayo: 27.
- Pérez, César. 2000. *Técnicas de muestreo estadístico*. México, D.F. Alfaomega.

- Pérez, Rigoberto y Ana Jesús López. 1997. *Análisis de datos económicos II*. Madrid. Pirámide.
- Statistics Canada. 2011. *Problems with using information*. <http://www.statcan.gc.ca/edu/power-pouvoir/ch6/5214803-eng.htm> (acceso septiembre 2012).
- Stiglitz, Joseph E. y Andrew Weiss. 1981. "Credit Rationing in Markets with Imperfect Information". *The American Economic Review* 71 (3): 393-410.
- Vargas, Ivonne. 2012. "El fracaso acecha a Pymes mexicanas". *CNN Expansión*, 6 de abril. <http://www.cnnexpansion.com> (acceso enero 2012).
- World Bank. 2010. *Enterprise Surveys*. Disponibles en <http://www.enterprise-surveys.org> (acceso enero 2012).