

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA**

DISERTACIÓN DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE ECONOMISTA

**EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS DE LOS
MICROCRÉDITOS: CASO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS DE CREDIFE
A CLIENTES DEL SECTOR COMERCIAL
(2006 – 2009)**

JUAN CARLOS GAVILANES TORRES

QUITO, 2011

RESUMEN

La presente investigación es una evaluación de impacto de los servicios financieros de CREDIFE, durante el periodo 2006 – 2009. Según los diversos enfoques de estudios de evaluación de impacto, se utiliza la visión que considera que la evaluación es el proceso mediante el cual se determina hasta qué punto se alcanzaron las metas propuestas por el programa social. El objetivo principal fue determinar si los programas de financiamiento que ofrece CREDIFE son una herramienta efectiva que permite el desarrollo de las actividades comerciales de sus clientes; dado que CREDIFE sostiene como estrategia institucional el crecimiento conjunto de sus clientes en un modelo de beneficio de doble vía. Se analizan los productos que se ofrecen, las características de cada uno y las condiciones que guardan para conocer la oferta crediticia de la institución. Gracias a la técnica econométrica empleada, se puede establecer que en el tipo de clientes analizados, las características socioeconómicas de los clientes y del negocio no contribuyen finalmente al incremento en ventas. Son los efectos o variables no observables en la muestra que contribuyen a un incremento en el nivel de ventas contabilizando una contribución del 14% como efecto para incrementar las ventas atribuibles a los servicios financieros de la institución. Este resultado sugiere que a las destrezas propias del cliente y ventajas competitivas de su microempresa como destrezas gerenciales, niveles de emprendimiento y ubicación geográfica de los negocios, se le puede sumar la contribución de CREDIFE, que actúa como una ventaja plausible y de mucha utilidad para mejorar la situación económica de los clientes beneficiarios.

DEDICATORIA

A Dios, fuente incansable de gracia y bendiciones para mí y para mi familia,

A mis padres Remberto y Ximena,
por ser mi mayor ejemplo de dedicación, lucha y amor.

A mis hermanos María Lorena y Luis Eduardo y a mi abuelita Rosita
porque para ellos este logro es motivo de alegría y orgullo.

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la vida por permitirme vivir este sueño
A mi familia, porque con su apoyo diario ha sido posible alcanzar esta meta
y porque darles esta alegría me motivó a cada momento.

Al Econ. Edwin Buenaño,
por su guía, dirección y dedicación a esta investigación.

A los Economistas Eduardo Vaca y Carlos Reinoso
por sus valiosos aportes para el perfeccionamiento de la investigación.

A las diferentes personas en CREDIFE,
quienes brindaron su ayuda con información vital para el desarrollo de la investigación.

A todos mis amigos y amigas que fueron parte de este gran sueño
y han estado conmigo en todo momento.

Y a todas las personas que de una manera u otra
contribuyeron a que este sueño se realice.

PRÓLOGO

La presente investigación es una evaluación del impacto de los servicios financieros de CREDIFE, durante el periodo 2006 – 2009. De acuerdo a los diversos enfoques de estudios de evaluación de impacto, que se amplían en el marco teórico, se utiliza la visión de Tyler, quien considera que la evaluación es el proceso mediante el cual se determina hasta qué punto se alcanzaron las metas propuestas por programa social.¹ En el modelo de evaluación que propone este autor, se consideran las intenciones del programa, las metas y objetivos de comportamiento y los procedimientos necesarios para poner en práctica y realizarlo con éxito.

De conformidad con lo expuesto, el trabajo se ha dividido en cinco capítulos. En el primer capítulo se realiza una descripción de lo que han significado las microfinanzas, tanto en Ecuador como en América Latina. Se amplía con su evolución en la economía ecuatoriana, se las diferencia de los demás segmentos de crédito y se analiza su crecimiento, destacando la situación del mercado financiero. Además de ello se plantearon las hipótesis, preguntas de investigación y objetivos orientados a determinar la bondad de los créditos en pequeña escala, y su utilidad para el desarrollo económico de las microempresas, las familias dependientes de una microempresa y del país.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico en el que se sustenta la investigación, dentro del cual se abordan temas como el microcrédito y microfinanzas, así como la microempresa y el microahorro. Se analizan los modelos de pensamiento con respecto a la temática y también se diferencian los tipos de instituciones dedicadas a la colocación de microcréditos en el Ecuador. Se toman en consideración las diferentes metodologías para la concesión de microcréditos que se conocen. Por último, se analizan las diferentes formas de desarrollar estudios de evaluaciones de impacto social para aterrizar en la que se mencionó en el principio. La última parte del capítulo recoge algunos estudios de evaluación de impacto de programas de microcréditos en el mundo con una metodología similar a la propuesta, con los resultados que se obtuvieron para cada uno.

En el capítulo tres se inicia con el marco empírico, se hace una aproximación institucional de CREDIFE y se analiza el mapa estratégico que la institución diseñó para su funcionamiento, con la finalidad de conocer los objetivos que se persiguen y poder hacer una confrontación respecto a los resultados que arroja la investigación, con lo cual el presente trabajo pueda ser considerado como una evaluación de impacto. Se explica el modelo del negocio bajo el que CREDIFE funciona, se pone en consideración algunas de las políticas de riesgo que la institución ha definido para definir el perfil de clientes que pueden aplicar para un microcrédito y saber el modelo de cliente que CREDIFE busca

¹ STUFFLEBEAM Daniel y SHINKFIED Anthony, *Evaluación Sistemática: Guía teórica y práctica*, Paidós, Barcelona, 1993.

atender. Por último, se analizan los productos que se ofrecen, las características de cada uno y las condiciones que guardan para saber la oferta crediticia de la institución, siendo los mismos el objeto de este estudio.

El capítulo cuatro contempla el modelo econométrico que se diseñó para contrastar las hipótesis y cumplir con los objetivos propuestos en la investigación. Está estructurado de manera tal que se pueda ir analizando modelos que no funcionan porque contienen problemas de sesgo de selección o heterogeneidad, avanzando hacia un modelo más robusto en el cual se eliminen los problemas anteriores y que refleje los resultados que persigue la investigación.

Finalmente, en el capítulo cinco se exponen los resultados obtenidos por la aplicación de la metodología, las conclusiones más importantes y recomendaciones con las que se aporta para una mayor sofisticación y estudio del tema.

ÍNDICE GENERAL

Págs.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2.1. <i>Definición del problema.....</i>	<i>3</i>
1.2.2. <i>Microfinanzas en la economía ecuatoriana.....</i>	<i>6</i>
1.2.3. <i>Análisis situacional y de diagnostico de las microfinanzas en el Ecuador.....</i>	<i>8</i>
1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.3.1 <i>Pregunta general</i>	<i>18</i>
1.3.2 <i>Preguntas específicas.....</i>	<i>18</i>
1.4 DELIMITACIÓN.....	18
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	19
1.6 HIPÓTESIS DE TRABAJO	21
1.7 VARIABLES E INDICADORES.....	21
1.8 OBJETIVOS	22
1.8.1 <i>General</i>	<i>22</i>
1.8.2 <i>Específicos</i>	<i>22</i>
1.9 METODOLOGÍA.....	22
1.9.1 <i>Tipo de investigación</i>	<i>22</i>
1.9.2 <i>Método de investigación</i>	<i>22</i>
1.9.3 <i>Fuentes de información.....</i>	<i>22</i>
1.9.4 <i>Procedimiento metodológico</i>	<i>23</i>

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	24
2.1.1. <i>Microcrédito y microfinanzas</i>	<i>24</i>
2.1.2. <i>Microempresa</i>	<i>25</i>
2.1.3. <i>Microahorro.....</i>	<i>27</i>
2.2. MODELOS DE PENSAMIENTO.....	27
2.2.1. <i>Enfoque del sistema financiero</i>	<i>27</i>
2.2.2. <i>Enfoque de prestamos para aliviar la pobreza.....</i>	<i>28</i>
2.3. INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS.....	30
2.3.1. <i>Instituciones microfinancieras convencionales</i>	<i>31</i>
2.3.2. <i>Instituciones microfinancieras especializadas.....</i>	<i>31</i>
2.4. METODOLOGÍAS CREDITICIAS DEL MICROCRÉDITO	31
2.4.1. <i>Grupo asociativo.....</i>	<i>31</i>
2.4.2. <i>Bancos comunales.....</i>	<i>32</i>
2.4.3. <i>Grupo solidario.....</i>	<i>32</i>
2.4.4. <i>Crédito individual</i>	<i>33</i>
2.5. EVALUACIÓN DE IMPACTO	33
2.6. ESTUDIOS SIMILARES AL PROPUESTO.....	38

CAPÍTULO III: ANÁLISIS INSTITUCIONAL DE CREDIFE

3.1. DESCRIPCIÓN INSTITUCIONAL	40
3.2. MAPA ESTRATÉGICO	41
3.2.1. <i>Misión</i>	41
3.2.2. <i>Visión</i>	41
3.2.3. <i>Valores</i>	41
3.2.4. <i>Estrategia global</i>	42
3.3. MODELO DEL NEGOCIO	42
3.3.1. <i>Fuerza de Ventas</i>	44
3.3.2. <i>Modelo de Atención</i>	45
3.4. POLÍTICAS BÁSICAS DE RIESGO DE CRÉDITO	45
3.4.1. <i>Perfil del negocio</i>	45
3.4.2. <i>Clasificación de clientes</i>	46
3.4.3. <i>Perfil de riesgo de deudores y garantes</i>	46
3.4.4. <i>Prestatarios excluidos y actividades que no se financian</i>	49
3.4.5. <i>Documentación requerida para la gestión de crédito</i>	51
3.4.6. <i>Verificación de la información de crédito</i>	53
3.4.7. <i>De las garantías</i>	54
3.4.8. <i>De los seguros</i>	55
3.4.9. <i>Del modelo de gestión de riesgos</i>	55
3.4.10. <i>De la forma de pago</i>	56
3.4.11. <i>De los préstamos</i>	56
3.4.12. <i>De los créditos paralelos</i>	57
3.4.13. <i>Del seguimiento de clientes</i>	57
3.4.14. <i>Del análisis y aprobación de las solicitudes de crédito</i>	58
3.4.15. <i>Causas de negación de un crédito</i>	59
3.4.16. <i>Del monitoreo y comprobación del destino de los recursos</i>	59
3.5. PRODUCTOS Y SERVICIOS	59
3.5.1. <i>Crédito para activos fijos</i>	59
3.5.2. <i>Crédito de consumo</i>	62
3.5.3. <i>Crédito para mejoramiento de vivienda</i>	63
3.5.4. <i>Crédito para capital de trabajo</i>	65

CAPÍTULO IV: EVALUACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS DE CREDIFE

4.1. LOS DATOS	67
4.2. CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA MUESTRA	69
4.3. VARIABLES DEL MODELO	73
4.3.1. <i>Estadísticas descriptivas</i>	73
4.4. MODELOS Y RESULTADOS	79
4.4.1. <i>Análisis de datos de panel</i>	79

CAPÍTULO V: RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA	99
ANEXO 1. Solicitud de crédito. Formulario de evaluación crediticia	101
ANEXO 2. Anexo al formulario de evaluación crediticia	103
ANEXO 3. Ficha única de datos. Información del cliente y deudor	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Págs.
GRÁFICO 1 Evolución de la cartera de créditos vigente total en el Ecuador (miles de dólares).....	10
GRÁFICO 2 Evolución de la cartera de créditos del sistema financiero nacional, crédito comercial, consumo, vivienda y microempresa.....	11
GRÁFICO 3 Participación de cada segmento de crédito sobre el total de la cartera de créditos.....	12
GRÁFICO 4 Participación de cada tipo de institución en el segmento de microfinanzas.....	15
GRÁFICO 5 Evolución de la cartera de microcréditos de bancos y cooperativas.....	16
GRÁFICO 6 Estadísticas descriptivas, edad.....	73
GRÁFICO 7 Estadísticas descriptivas, gastos familiares.....	74
GRÁFICO 8 Estadísticas descriptivas, experiencia en el negocio.....	75
GRÁFICO 9 Estadísticas descriptivas, ventas mensuales.....	76
GRÁFICO 10 Estadísticas descriptivas, activos.....	76
GRÁFICO 11 Estadísticas descriptivas, utilidad neta.....	77
GRÁFICO 12 Estadísticas descriptivas, monto financiado.....	78
GRÁFICO 13 Regresión MCOVD sin efectos individuales.....	84
GRÁFICO 14 Regresión datos en panel con efectos individuales.....	88
GRÁFICO 15 Regresión datos en panel con monto financiado.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

	Págs.
TABLA 1	Tasas de interés activas efectivas vigentes 2
TABLA 2	Evolución de la cartera de créditos por vencer total del sistema financiero nacional (en miles de usd)..... 8
TABLA 3	Miembros de la red financiera rural..... 14
TABLA 4	Principales instituciones financieras especializadas en la colocación de microcréditos (en miles de usd)..... 17
TABLA 5	Variables e indicadores..... 21
TABLA 6	Diferencias entre crédito de consumo y microcréditos..... 25
TABLA 7	Rasgos distintivos de las microfinanzas..... 30
TABLA 8	Revisión de estudios similares de evaluación de impacto de programas de microcréditos..... 39
TABLA 9	Productos y servicios financieros de CREDIFE..... 45
TABLA 10	Resumen perfil básico de riesgo del cliente..... 49
TABLA 11	Políticas de crédito para clientes con registros negativos en central de riesgos..... 51
TABLA 12	Tipo de garantías y porcentaje de cobertura del crédito..... 54
TABLA 13	Crédito para activo fijos..... 61
TABLA 14	Crédito de consumo para microempresarios..... 62
TABLA 15	Crédito de consumo para mejoramiento de vivienda..... 64
TABLA 16	Crédito para capital de trabajo..... 66
TABLA 17	Porcentaje de clientes de la muestra por agencia..... 70
TABLA 18	Tipo de negocios de la muestra analizada..... 72

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

Las microfinanzas han aparecido como una solución frente al problema del racionamiento del crédito de los mercados financieros convencionales y como un mecanismo que coadyuva al desarrollo económico y social de los países y pretenden ser aporte para la reducción de la pobreza. El microcrédito se sustenta sobre una idea sencilla, pero eficaz: otorgar pequeños préstamos a los pobres; es decir a personas excluidas de los canales o sistemas financieros tradicionales.²

Las microfinanzas en el Ecuador no son en realidad tema nuevo, ya que hace más de 10 años bancos, cooperativas y sociedades financieras han puesto su interés en competir en el mercado de colocación, desarrollarlo y obtener beneficios como es el objetivo de la intermediación financiera y la colocación de cartera de rendimiento alto. Las instituciones financieras se han esmerado en dotar a la sociedad de diversas ofertas de financiamiento y en tecnificar y formalizar a sus clientes en prácticas bancarias.

Existen dos actores en el ámbito del problema como se mencionó al inicio: Instituciones financieras nacionales y clientes (microempresarios).

El mayor interés de las instituciones financieras es garantizar su sustentabilidad operacional; en primera instancia cubriendo costos y financiando su crecimiento, para luego determinar la rentabilidad por concepto de intereses que debería estar produciendo en teoría su cartera de créditos, simplificando lo que persigue inicialmente una institución financiera.

El problema surge al momento de describir las características del segundo actor en nuestro escenario; es decir, los clientes. No se ha podido determinar en qué medida les ha sido beneficioso un crédito para lograr el efectivo desarrollo de sus negocios.

La manera tradicional del funcionamiento de un microcrédito es el otorgamiento inicial de un monto pequeño determinado por la capacidad de pago a una persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios, con garantía solidaria, destinados a financiar actividades productivas (producción, comercialización o servicios) en pequeña escala. Una vez pagado el primer préstamo, el prestatario puede optar por un segundo préstamo mayor, porque ha aprendido a gerenciar sus inversiones y ha demostrado ser buen pagador. Si el beneficiario continúa pagando puntualmente puede optar por préstamos mayores.

² JORDAN Fausto, *La Situación, tendencias y posibilidades de las microfinanzas*, Abya Yala, Quito, 2005, p. 14.

Los microcréditos en el Ecuador cuentan con tasas de interés altas en relación a los otros tres segmentos de crédito (productivo, consumo y vivienda), lo que puede parecer en primera instancia que no existen incentivos para la contratación de un crédito por el costo del mismo.

TABLA 1
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES
A Septiembre del 2010

Tasas referenciales		Tasas máximas	
Tasa activa efectiva referencial	% Anual	Tasa activa efectiva máxima	% Anual
Productivo corporativo	9.04	Productivo corporativo	9.33
Productivo empresarial	9.78	Productivo empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.27	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.86	Consumo	16.3
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito acumulación ampliada	22.75	Microcrédito acumulación ampliada	25.5
Microcrédito acumulación simple	24.99	Microcrédito acumulación simple	27.5
Microcrédito minorista	28.45	Microcrédito minorista	30.5

Fuente: Banco Central del Ecuador, *Boletín de tasas de interés*.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

Será un aporte significativo determinar en qué nivel los microempresarios pueden desarrollar sus negocios y aumentar sus niveles de ingresos cubriendo de manera normal sus obligaciones financieras. Por una parte queda claro el beneficio económico y los rendimientos que obtienen las instituciones financieras dedicadas a este segmento de mercado, pero el impacto económico real que pueden estar causando en sus clientes no está bien cuantificado.

Hay también factores que se deben tomar en consideración para entender la razón de cómo un tipo de clientes tienen mejores resultados al momento de utilizar el apoyo que brindan las instituciones financieras dedicadas al segmento de microfinanzas. Variables socioeconómicas de los clientes de CREDIFE como la edad, género, nivel de educación y otras propias de sus negocios como la actividad económica y el entorno del negocio, pueden llegar a ser factores clave para un máximo aprovechamiento de los beneficios del financiamiento, tomando en cuenta también variables financieras como el comportamiento de pago y montos de crédito.

De las instituciones financieras que operan en Ecuador dedicadas al microcrédito, CREDIFE, filial del Banco Pichincha es la que mayor cartera coloca, y dado que el mercado es muy dinámico y de mucha competencia, a la institución le interesa proyectar los logros que ha obtenido, pero desde el lado de los

agentes beneficiados por el crédito, de tal manera que pueda contar con una herramienta de demostración de la efectividad del apoyo que brinda; es decir, una carta de presentación hacia posibles nuevos clientes y a instituciones internacionales que miden y publican las mejores prácticas de microcrédito en la región.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Definición del problema

1.2.1.1. Microfinanzas en América Latina³

Durante las últimas dos décadas se produjo en Latinoamérica un cambio fundamental en la concepción acerca del modelo que facilita el acceso a servicios financieros de la población de muy bajos recursos. El acceso a los servicios financieros integrales permite amortiguar los excesos y faltantes en el flujo de caja de los hogares, así como mejorar el potencial de generación de recursos de sus negocios, típicamente de carácter informal y caracterizados normalmente bajo el nombre de microempresa. Inicialmente las entidades sin fines de lucro, ante los problemas de información imperfecta y la inadecuación o insuficiencia de garantías que caracterizan a este tipo de clientes, desarrollaron tecnologías basadas en el uso de información privada y seguimiento directo, permitiendo brindar crédito de manera sostenible y con posibilidad de expansión.

De este modo se desarrollaron a principios de la década de los noventa las tecnologías de microcrédito, las cuales fueron implementadas en diversas organizaciones de la región, a través del aprendizaje de las “mejores prácticas” que iban surgiendo de las diferentes experiencias nacionales. Los dos objetivos primordiales que compartían estas iniciativas eran llegar a una escala masiva de microempresarios de bajos ingresos y lograr la sostenibilidad de la organización. Para el final de la década de los noventa, un creciente número de países contaba con por lo menos una entidad que demostraba capacidad para alcanzar volúmenes significativos de crédito y que además había logrado la viabilidad financiera especializándose en el segmento de la microempresa.

El crecimiento de las entidades y la expansión de los servicios de crédito, rápidamente encontró un limitante en cuanto a las fuentes de recursos disponibles para financiar el microcrédito, pues se agotaron los recursos concesionales y las entidades, al tiempo que las fuentes alternas de financiamiento a las cuales tenían acceso se volvieron insuficientes para atender toda la demanda potencial de este mercado. Estas circunstancias contribuyeron a crear conciencia de la importancia de la formalización de estas entidades en términos de su ingreso al sector financiero formal, siendo

³ MARULANDA Beatriz y OTERO María, *Perfil de las microfinanzas en Latinoamérica: Visión y característica*, ACCION Internacional, Boston, 2005.

pioneros en este esfuerzo entidades como BancoSol, el primer banco creado en 1992, seguido por Finansol (hoy Finamérica) en Colombia, la Caja Los Andes en Bolivia, y la Financiera Carpía en El Salvador.

Los esfuerzos dirigidos a promover este fenómeno denominado “upgrading” predominaron en la década de los ochenta. Entidades hoy en día consideradas entre las mejores de la región, además de las ya mencionadas (Compartamos en México, Mibanco en Perú, FIE y PRODEM en Bolivia y Procredit en Nicaragua), compartían sus raíces con ONG y se habían convertido en entidades financieras del sistema financiero formal.

Este modelo, que se propagó por toda la región y explica el proceso de transformación y consolidación de la industria de las microfinanzas en América Latina, al final de la década de los noventa ya había logrado demostrar que las microfinancieras eran entidades rentables, auto sostenibles y que la canalización de recursos del sector financiero al sector microempresarial era posible. Se unen a estas entidades formales, aquellas que mantienen su característica de ONG y aún así logran un alto grado de sostenibilidad financiera y escala en su alcance. A finales de la década de los noventa y principios del nuevo siglo, el panorama institucional de la región se termina de enriquecer con la incursión de varios bancos comerciales, los cuales se ven atraídos a este mercado ante la evidencia del éxito logrado por las microfinancieras formalizadas.

1.2.1.2. Características de los modelos de microfinanzas en la región

La industria de microfinanzas en Latinoamérica está compuesta por un conjunto de instituciones que se agrupan en tres grandes categorías.

El primer grupo lo conforman las ONG que otorgan financiación a microempresarios, ya sea que estén especializadas en la actividad financiera o que ofrezcan también servicios de desarrollo empresarial, capacitación o asesoría. Es claramente el grupo que representa el mayor número de instituciones.

El segundo grupo incluye aquellas instituciones que tuvieron su origen en ONG, o que desde un principio tuvieron como filosofía atender este nicho de mercado, las cuales cuentan hoy con supervisión bancaria y por ende han pasado a formar parte del grupo de las denominadas instituciones reguladas.

Finalmente, en estos últimos años han venido incursionados en este campo los bancos comerciales que vienen incorporando a sectores de menores ingresos dentro de su clientela objetivo. Para ello algunos han venido utilizando el modelo de una división especial dentro del banco así como el de una filial

especializada que realiza el contacto y el manejo del microempresario. En algunos otros casos se crean bancos especializados en microfinanzas impulsados por inversionistas nacionales e internacionales (BanGente de Venezuela, Banco Solidario en Ecuador). En otros casos (Brasil, Chile y Colombia) los bancos públicos entraron con una misión social y política.

Estos dos últimos grupos representan la institucionalidad de lo que en los últimos años se ha llamado el fenómeno de la comercialización de las microfinanzas en Latinoamérica.

1.2.1.3. Casos similares a CREDIFE en la región

Para varios bancos comerciales ha sido muy útil utilizar el modelo de la compañía de servicios; como es el caso del Banco Pichincha con su filial CREDIFE, Banco Microempresa del Banco del Estado en Chile ó SogeSol del Banco Sogebank en Haití.

En otros casos se ha establecido dentro del banco secciones especializadas de atención a la microempresa, algunas como resultados de la absorción de una filial de crédito de consumo la cual transformaron hacia el microcrédito. En el primer grupo se puede mencionar el Banco Caja Social y el Bancolombia en Colombia, los cuales desde el año 2007 están profundizando su atención al segmento microempresarial implementando tecnologías microcrediticias, como también lo ha venido haciendo el Banco del Trabajo del Perú desde el 2000, el cual incursionó en este nicho a partir de su experiencia en crédito de consumo. Esta situación es similar a la ocurrida en el caso de Banco Santander con su división Banefe en Chile, ó el Banco de Crédito del Perú, el cual absorbió a su Financiera Solución en 2004, la cual originalmente había sido la encargada de atender el mercado microempresarial.

La mayoría de ellos ha reconocido que se requiere un modelo especial de atención a esta clientela como principal instrumento para controlar los costos y mantener la mora bajo control. Para ello han utilizado los servicios de asesoría de entidades especializadas en tecnologías microcrediticias como es el caso de ACCION International. Esta organización ha acompañado a ABN/AMRO y Banco do Nordeste en Brasil, Banco Pichincha en Ecuador (CREDIFE), Sogebank en Haití, y al Banco Caja Social en Colombia, en la implementación de tecnologías microcrediticias.

Sin embargo otras instituciones implementaron su modelo de atención autónomamente, aunque han adoptado un modelo de atención especializado que incorpora las mejores prácticas de las tecnologías microcrediticias, como el contacto directo con el cliente a través de asesores, el crédito escalonado y de bajo monto inicial, así como los plazos crecientes, y hoy en día se reconocen como unas de las instituciones innovadoras en este campo como es el caso de Banco del Estado en Chile con su filial de Microempresa. El acercamiento de varias entidades como es el caso de Banco Estado en Chile ó

Banco Nordeste en Brasil contó con el apoyo de CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) del Banco Mundial.

Menos comunes son instituciones que no surgen ni de una transformación de una ONG ni de la decisión de un banco de incursionar en nuevos nichos, sino que nacen como entidades especializadas. Es el caso del Banco Solidario de Ecuador y Sociedad Financiera Ecuatorial (hoy Banco Procredit Ecuador) el primero promovido por inversionistas locales con apoyo de algunos inversionistas internacionales y el segundo como filial del Grupo IMI de Alemania; hoy en día denominado Procredit Holding.

1.2.2. Microfinanzas en la economía ecuatoriana

El Ecuador tiene una larga trayectoria de instituciones microfinancieras vinculadas, fundamentalmente al sistema de cooperativismo. Las instituciones gremiales y cooperativas datan de 1879, cuando se conformo la primera institución con estas características en la ciudad de Guayaquil, la sociedad de Artesanos Amantes del Progreso⁴, de ahí en adelante el desarrollo del sistema cooperativo ha sido sumamente dinámico.

Asimismo, varias ONG, Bancos y Sociedades Financieras han estado vinculados a actividades de microfinanzas en el país. La Red Financiera Rural, creada en el año 2000, agrupa varias de estas instituciones identificadas plenamente con estas actividades. Algunas de ellas, sin considerar las cooperativas que datan desde años anteriores, empezaron su actividad desde los años setenta y con mayor presencia desde los años noventa, cuando se registra la creación de un mayor número de instituciones con este enfoque.

Por otro lado el gobierno ha desempeñado su papel de promotor del microcrédito con varios programas para el fomento y sostenimiento de microempresas, cofinanciadas por organismos internacionales, algunos de los cuales han involucrado a instituciones como el Banco Central, Corporación Financiera Nacional y el Banco Nacional de Fomento; así como programas del Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Esta situación permite señalar que en el Ecuador existen entidades que contribuyen al desarrollo de las microfinanzas, especialmente instituciones tradicionales como las cooperativas de ahorro y crédito. De todas maneras, el reto de los actuales programas de microfinanzas que se desarrollen en el país por instituciones públicas, ONG, bancos y cooperativas radica en contar con la capacidad de medir el

⁴ JACOME Hugo, *Microfinanzas en la economía ecuatoriana: una alternativa para el desarrollo*, FLACSO Sede Ecuador, Quito, 2004, p.29.

impacto social y económico de sus actividades y programas en términos de alivio a la pobreza y desarrollo económico.

1.2.2.1. Red financiera rural

Desde 1999 el Grupo Sistema Financiero Alternativo GSFA, conformado por algunas instituciones que realizaban actividades de microfinanzas en el país, inicio discusiones periódicas sobre temas que englobaban los mecanismos de financiamiento al sector rural. Durante los años 1999 y 2000 se incremento el número de instituciones que tenían interés por integrar el grupo, así como en participar en los temas de discusión que cubrían aspectos de regulación financiera, metodologías crediticias y capacitación sobre microfinanzas.

En septiembre del 2000, dado el número de instituciones interesadas en participar y la importancia de los temas abordados, el GSFA obtuvo personería jurídica y adopta el nombre “Red Financiera Rural”.

La red financiera rural es una corporación civil de derecho privado sin fines de lucro, constituida el 16 de junio de 2000. La aprobación de su personería jurídica se obtuvo el 29 de septiembre del mismo año, mediante acuerdo ministerial No. 2000505 del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca.

Es una organización que agrupa instituciones de microfinanzas (cooperativas, ONG, bancos). Su trabajo se enfoca en facilitar y potencializar el acceso a servicios microfinancieros con el fin de trabajar por el objetivo de expandir servicios financieros a la población rural y urbana como una alternativa sostenible de lucha contra la pobreza.

Actualmente, la Red Financiera Rural tiene 40 instituciones miembros, que suman 1.180'667.776,88 usd, colocados en cartera de crédito, atendiendo a 666.269 clientes microempresarios, lo que representa cerca del 45% del total de microempresarios existentes en el Ecuador.⁵

Las instituciones miembros de la RFR incrementan año tras año al igual los clientes atendidos y su cobertura a nivel nacional, siendo una verdadera opción para el financiamiento y apoyo a las iniciativas microempresariales.

La RFR busca contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los ecuatorianos al facilitar acceso a servicios financieros a sectores vulnerables, a través de: cooperativas de ahorro y crédito no

⁵ RED FINANCIERA RURAL, ¿Quiénes somos?, <http://www.rfr.org.ec/>, Acceso: 12, Septiembre, 2010, 01:28 GMT

reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, cooperativas de ahorro y crédito reguladas por la SBS, ONG especializadas en microfinanzas y de asistencia técnica, Instituciones Financieras (bancos especializados) y redes locales.

1.2.3. Análisis situacional y de diagnóstico de las microfinanzas en el Ecuador

Para realizar una aproximación general a la situación y a la evolución de las microfinanzas en el Ecuador, se presenta en primera instancia la evolución de la cartera de créditos vigente total de los segmentos: comercial, consumo, vivienda y microcrédito del Sistema Financiero Nacional (bancos, mutualistas, sociedades financieras y cooperativas) de los trimestres de los años 2005 - 2009, y el primer trimestre del año 2010. Del mismo modo el porcentaje de variación de un trimestre con otro con el cual se conoce el comportamiento y evolución de los créditos totales.

TABLA 2
EVOLUCIÓN DE LA CARTERA DE CRÉDITOS POR VENCER TOTAL DEL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
(En miles de usd)

FECHA	CARTERA DE CRÉDITOS	% Variación
31-mar-05	5,107,197	-
30-jun-05	5,494,536	7.6%
30-sep-05	5,877,686	7.0%
31-dic-05	6,296,024	7.1%
31-mar-06	6,504,100	3.3%
30-jun-06	6,841,657	5.2%
30-sep-06	7,391,677	8.0%
31-dic-06	7,896,360	6.8%
31-mar-07	8,190,225	3.7%
30-jun-07	8,477,003	3.5%
30-sep-07	8,687,354	2.5%
31-dic-07	8,967,239	3.2%
31-mar-08	9,305,109	3.8%
30-jun-08	9,930,140	6.7%
30-sep-08	10,792,548	8.7%
31-dic-08	11,269,605	4.4%
31-mar-09	10,797,774	-4.2%
30-jun-09	10,331,586	-4.3%
30-sep-09	10,545,827	2.1%
31-dic-09	11,092,388	5.2%
31-mar-10	11,125,317	0.3%

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros, *Boletines financieros*, varios meses

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

La tabla anterior describe la evolución de la cartera de créditos por vencer totales del Sistema Financiero Nacional, con el objeto de hacer un breve análisis de lo que se ha suscitado con respecto a la colocación en todo el sistema financiero privado, teniendo en cuenta los 4 segmentos de crédito. Para el mes de marzo del 2010 la suma de los 4 segmentos llega a 11.125 millones de dólares, la misma que con respecto al último trimestre del 2009 crece en un 0.3%; un crecimiento bajo, considerando los crecimientos que se experimentaron en todo el año 2005 y 2006.

Para los trimestres que le siguieron al último del 2006, el crecimiento se desacelera, en todo caso permanece en niveles del 3% promedio de variación.

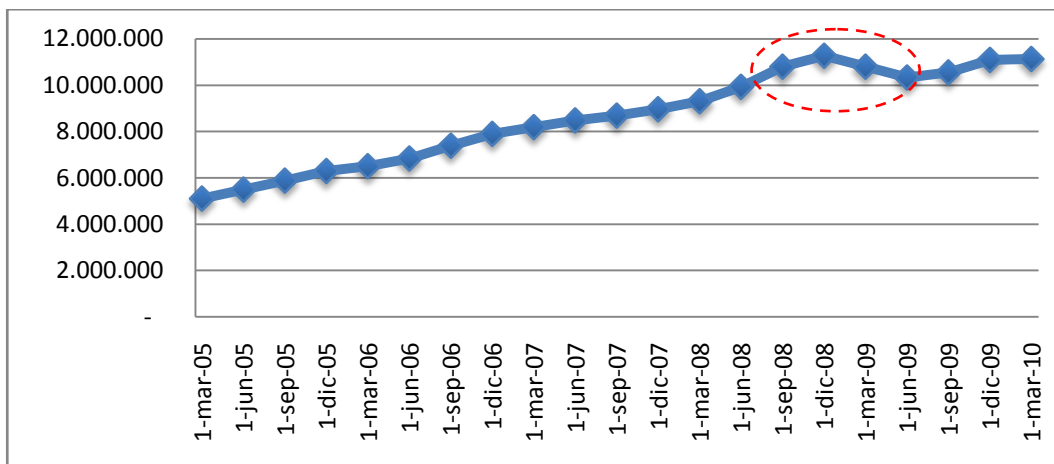
A partir del último trimestre del año 2008 (septiembre 2008), el mundo experimentó una de las más profundas crisis financieras y económicas desde la de los años 30, originada en los Estados Unidos. Entre los principales factores causantes de la crisis estarían los altos precios de las materias primas, la sobrevalorización del producto, una crisis alimentaria mundial, una elevada inflación planetaria y la amenaza de una recesión en todo el mundo, así como una crisis crediticia, hipotecaria y de confianza en los mercados.

El efecto de todo lo que esta crisis llega a significar en los mercados financieros del mundo, afectó la economía doméstica desde tres frentes: La baja del precio del petróleo, la disminución de las remesas de los migrantes y la balanza comercial negativa. Del mismo modo todo esto se tornó en la mentalidad del ciudadano en incertidumbre.

Este comportamiento tuvo repercusiones en la banca privada con corridas de depósitos que restaron la liquidez y creaban expectativas negativas con respecto a la salud del sistema financiero en general. La consecuencia se dio en la reducción del otorgamiento del crédito que claramente se evidencia en el grafico 1, a partir del mes de diciembre del 2008. El nivel de desembolsos que se tenían a diciembre del 2008, es decir 11.269 millones, no se ha recuperado para el primer trimestre del año 2010 en el que el total de cartera de créditos llega a 11.125 millones de dólares.

De acuerdo a como se muestra en la tabla 1, para el primer y segundo trimestre del 2009 la caída general de los desembolsos fue del 4.2%, en promedio y el segmento que más sufrió una contracción fue la del segmento comercial.

GRÁFICO 1
EVOLUCIÓN DE LA CARTERA DE CRÉDITOS VIGENTES TOTAL EN EL ECUADOR
(En miles de usd)



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros, *Boletines financieros, varios meses*

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

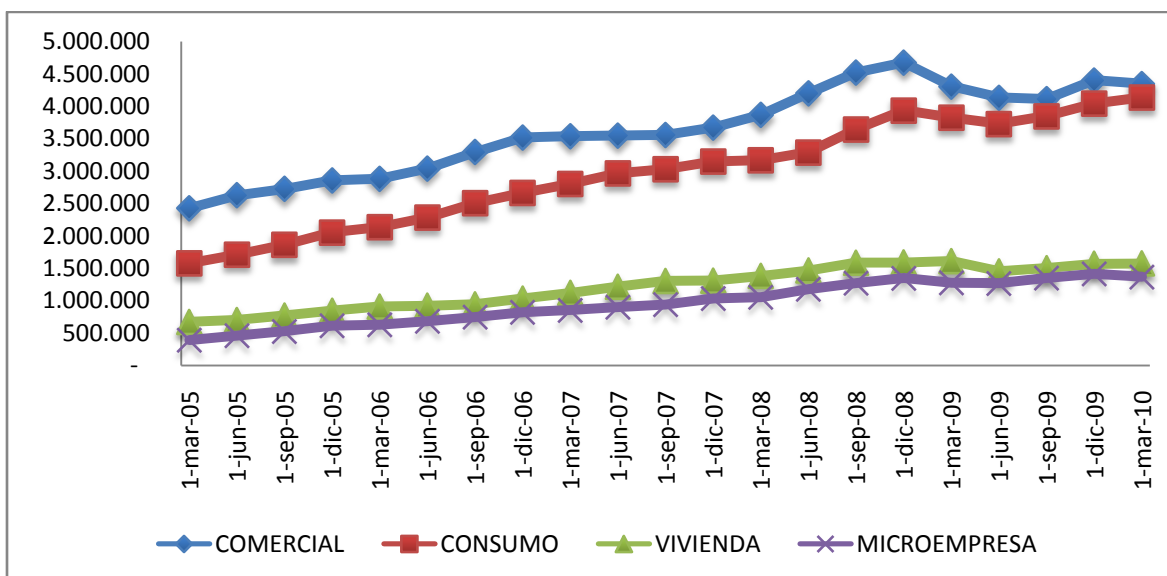
Para analizar el gráfico 1, en primera instancia, se hace una diferenciación entre los cuatro segmentos de crédito, del total del sistema financiero privado, y se tiene que la mayor contracción se dio en la cartera de crédito comercial. La cartera comercial pasó de 4.672 millones en diciembre del 2008 a 4.112 millones a septiembre del 2009, una reducción del 12%. Para el mes de marzo del 2010, la cartera de créditos comercial o productiva no ha recuperado su nivel y se desembolsaron 4.334 millones; 327 millones menos que en diciembre del 2008.

El crédito destinado al consumo cae un 5% entre diciembre del 2008 y junio del 2009; pero se recupera para el mes de marzo del 2010, totalizando 4.133 millones de dólares; 198 millones más que en diciembre del 2008.

Tomando en cuenta el segmento de vivienda, se produjeron operaciones de titularización de cartera de vivienda, en donde el principal comprador fue el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IEISS, razón por la cual la cartera total baja y no ha recupera su nivel con respecto al mes de diciembre del 2008.

Para el caso de la cartera microempresarial, los porcentajes de variación se contrajeron más profundamente entre marzo del 2009 y diciembre del 2008 en un 5%. Para junio del 2009 no se recupera y vuelve a caer en un 0.7%. Ya para el siguiente trimestre del 2009 (septiembre) la cartera crece en un 6%. Para el mes de marzo del 2010, se alcanza a desembolsar 19 millones de dólares más que en diciembre del 2008.

GRÁFICO 2
EVOLUCIÓN DE LA CARTERA DE CRÉDITOS DEL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL
Cartera comercial, consumo, vivienda y microempresa
(En miles de usd)



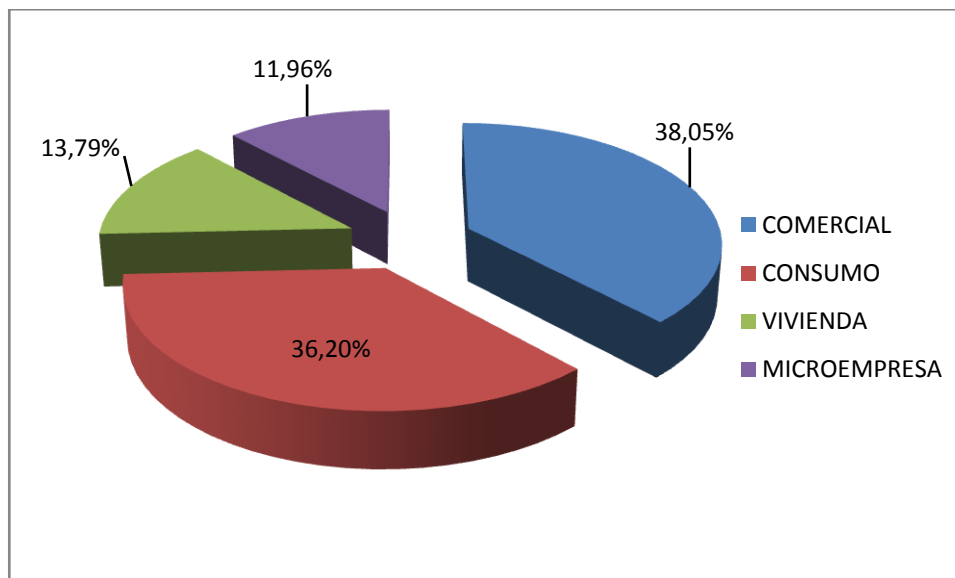
Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros, *Boletines financieros*, varios meses

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

Tomando en consideración los criterios generales descritos anteriormente, el gráfico 3 muestra la participación de cada segmento de crédito sobre el total de créditos vigentes al mes de marzo del 2010. Es necesario recalcar que esta participación ha tenido su evolución, y significativamente el segmento con mayor crecimiento y expansión ha sido el de microcrédito.

Se conoce que el segmento de crédito que mayor participación tiene en el mercado es el destinado a actividades comerciales o productivas, un 38%, le sigue el crédito de consumo muy cerca con un 36%. El crédito de vivienda significa un 14% del total desembolsado y el destinado a la microempresa un 12%.

GRÁFICO 3
PARTICIPACIÓN DE CADA SEGMENTO DE CRÉDITO SOBRE EL TOTAL DE LA CARTERA DE CRÉDITOS



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros, *Boletín financiero*, marzo del 2010. Total Sistema Financiero Nacional.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

El porcentaje de créditos destinados a la microempresa (12%), unos 1.365 millones de dólares a marzo del 2010 se distribuyen del mismo modo como se presenta en el gráfico 4. Se tiene que los bancos regulados tienen una participación del 55%, las cooperativas en un 43% y un porcentaje mínimo que es lo que desembolsan mutualistas y sociedades financieras. Cabe recalcar que estos datos pertenecen a las instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador; es decir 25 bancos privados, 38 cooperativas, 4 mutualistas y 10 sociedades financieras.

Es importante acotar esto porque como se menciona en uno de los puntos anteriores, la Red Financiera Rural tiene entre sus miembros algunas de las instituciones financieras reguladas de las cuales se han presentado cifras, pero en cambio existen otras IFIS como ONG o Cooperativas no reguladas de las cuales no se han considerado datos. En todo caso, las entidades reguladas son la que más cartera microempresarial colocan y son significativas para el diagnóstico del mercado.

TABLA 3
MIEMBROS DE LA RED FINANCIERA RURAL
(En miles de usd)

TIPO DE INSTITUCIÓN	TIPO DE RED	INSTITUCIÓN	CIUDAD	TOTAL CARTERA
BANCOS	RFR	FINCA	QUITO	22.356,92
		PROCREDIT	QUITO	236.034,99
		SOLIDARIO	QUITO	220.509,68
COAC'S	RFR	FONDVIDA	QUITO	3.421,77
		KULLKI WASI	AMBATO	10.892,17
		LA BENEFICA	EL CARMEN	6.752,19
		LUZ DEL VALLE	SANGOLQUI	10.763,22
		MAQUITA CUSHUNCHIC	QUITO	9.136,08
		SAC	AMBATO	8.175,71
	RFR - UCACCENTRO	ACCION RURAL	RIOBAMBA	-
	RFR - UCACNOR	MUJERES UNIDAS	IBARRA	2.264,05
	UCACCENTRO	4 DE OCTUBRE	PENIPE	5.296,55
		AMBATO	AMBATO	14.605,07
		FERNANDO DAQUILEMA	RIOBAMBA	3.970,96
		MINGA	RIOBAMBA	2.172,93
		SAN MIGUEL DE PALLATANGA	PALLATANGA	3.203,43
	UCACNOR	ARTESANOS	IBARRA	3.260,85
		PADRE VICENTE PONCE RUBIO	IBARRA	926,63
		SAN ANTONIO	SAN ANTONIO	2.015,23
		SAN GABRIEL	SAN GABRIEL	2.879,74
SANTA ANITA		COTACACHI	2.346,23	
COAC'S REGULADAS	RFR	CHONE	CHONE	17.126,55
		CODESARROLLO	QUITO	40.098,09
		FINANCOOP	QUITO	6.484,85
		JARDIN AZUAYO	CUENCA	133.231,06
		MUSHUC RUNA	AMBATO	62.842,90
		NACIONAL	GUAYAQUIL	24.549,38
		PROGRESO LTDA.	QUITO	79.681,39
	RFR - UCACCENTRO	SAN JOSE	CHIMBO	24.082,69
EMPRESA DE SERVICIOS AUXILIARES	RFR	CREDIFE (Banco Pichincha)	QUITO	239.298,63
ONG DE SEGUNDO PISO	RFR	ECLOF	QUITO	1.707,39
		FEPP	QUITO	1.342,54
		FUNDACION AYUDA EN ACCION	QUITO	-
		FUNDACION ESQUEL	QUITO	301,97

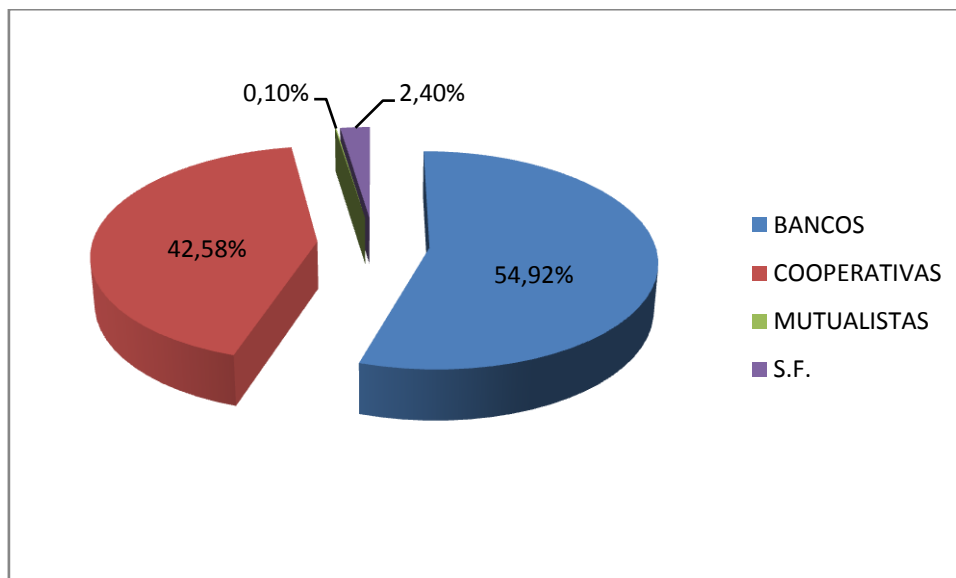
ONG	RFR	ASOCIACIÓN CRISTIANA DE JOVENES	QUITO	963,07
		CASA CAMPESINA CAYAMBE	CAYAMBE	2.262,28
		CEPESIU	QUITO	1.107,29
		ESPOIR	QUITO	19.220,40
		FACES	LOJA	3.248,15
		FODEMI	IBARRA	12.511,95
		FUNDACION ALTERNATIVA	QUITO	3.769,16
		FUNDACION D MIRO MISION ALIANZA	GUAYAQUIL	20.443,58
		FUNDAMIC	QUITO	1.336,94
		INSOTEC	QUITO	5.229,74
	UCADE FILIAL ONG	UCADE DIOCESIS DE AMBATO	AMBATO	-
		UCADE DIOCESIS LATACUNGA	LATACUNGA	1.241,56
		UCADE FASCA - SANTO DOMINGO	SANTO DOMINGO	1.582,57
		UCADE DIOCESIS DE GUARANDA	GUARANDA	858,55
ONG DE APOYO	RFR	CATHOLIC RELIEF SERVICES	QUITO	-
		PLAN INTERNACIONAL	QUITO	-
		SWISSCONTACT	QUITO	-
			TOTAL	1.275.507,08

Fuente: Red Financiera Rural, Reporte financiero y de mercado. Marzo 2010.

En www.rfr.org.ec/members

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

GRÁFICO 4
PARTICIPACION DE CADA TIPO DE INSTITUCION SOBRE EL SEGMENTO DE MICROFINANZAS

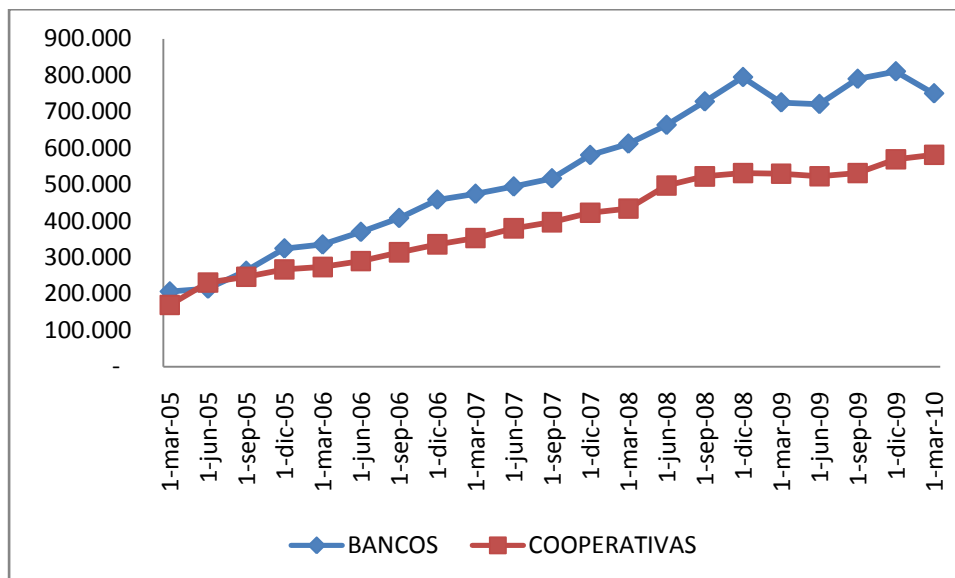


Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros, *Boletín financiero*.
Marzo del 2010. Total sistema financiero nacional.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

El gráfico 4 tiene el propósito de ilustrar la evolución individual de la cartera microempresarial por tipo de institución, y se han considerado los dos tipos de institución financiera que más colocan en el segmento microempresarial (Bancos y Cooperativas). Para el período que empezó en el mes de diciembre del 2008, como efecto de la crisis internacional, son los bancos los que contrajeron sus desembolsos en mayor medida que las cooperativas de ahorro y crédito. Los bancos pasaron de una cartera microempresarial por vencer total de 794 millones en diciembre del 2008 a 720 millones para junio del 2009; en cambio para las cooperativas, la cartera por vencer total entre los mismos periodos pasó de 531 millones a 522 millones. Finalmente, para describir la situación actual de los desembolsos totales, para el mes de marzo, primer trimestre del año en curso, los bancos privados tienen en total una cartera microempresarial vigente de 749 millones y las cooperativas de 581 millones, de un gran total 1.365 millones.

GRÁFICO 5
EVOLUCIÓN DE LA CARTERA DE MICROCRÉDITOS DE BANCOS Y COOPERATIVAS
(En miles de usd)



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros, *Boletines financieros*, varios meses. Total sistema de bancos y cooperativas.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

Finalmente se presenta, en la Tabla 4, las 16 instituciones financieras que tienen mayor participación en el mercado financiero microempresarial ordenadas de mayor a menor. CREDIFE del Banco Pichincha es la primera en el mercado ecuatoriano con 348 millones de dólares, seguido por el Banco Procredit con 145 millones y el Solidario con 100 millones de dólares. La cooperativa Juventud Ecuatoriana Progresista, que opera en Azuay, coloca 66 millones de dólares, y se considera una colocación y participación significativa.

TABLA 4
PRINCIPALES INSTITUCIONES FINANCIERAS ESPECIALIZADAS EN LA
COLOCACIÓN DE MICROCRÉDITOS
(En miles de usd)

INSTITUCIÓN	TIPO DE INSTITUCIÓN	CARTERA DE CRÉDITOS PARA LA MICROEMPRESA POR VENCER
CREDIFE	BANCO	239,298
PROCREDIT	BANCO	236.034
SOLIDARIO	BANCO	220.509
JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA	COOPERATIVA	66,108
UNIBANCO	BANCO	52,547
OSCUS	COOPERATIVA	39,844
RIOBAMBA	COOPERATIVA	37,804
PROGRESO	COOPERATIVA	33,844
CACPECO	COOPERATIVA	32,781
SAN FRANCISCO	COOPERATIVA	28,926
29 DE OCTUBRE	COOPERATIVA	27,199
JARDIN AZUAYO	COOPERATIVA	26,717
NACIONAL	COOPERATIVA	21,873
ATUNTAQUI	COOPERATIVA	21,134
FINCA	BANCO	19,787
MEGO	COOPERATIVA	15,414

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros, *Boletines financieros*, marzo del 2010. Total sistema de bancos y cooperativas.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

Estas 16 instituciones suman a marzo del 2010 1.049 millones de dólares de un total de 1.365 millones que colocan las instituciones reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros. Se tiene que del total desembolsado del Sistema Financiero Nacional, CREDIFE del Banco Pichincha participa en un 19%, seguido del Banco Procredit con un 10.7%. El Banco Solidario en un 7.4%; los cuales son sus principales competidores de entre los bancos, y algunas cooperativas como la Jardín Azuayo que participa en un 4.8%, la Cooperativa Oscus en un 2.9% y la Riobamba en 2.8%.

1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Pregunta general

¿Se constituyen los Servicios Financieros de CREDIFE en una herramienta efectiva que permite el desarrollo de las actividades comerciales de sus clientes?

1.3.2 Preguntas específicas

¿Cuáles y de que magnitud son los impactos económicos que han generado los Servicios Financieros otorgados por CREDIFE a clientes dedicados a actividades comerciales?

1.4 DELIMITACIÓN

El estudio se enfoca en la evaluación de los impactos económicos que propician los servicios financieros brindados por CREDIFE Desarrollo Microempresarial, unidad estratégica de microfinanzas del Banco Pichincha, sobre clientes que se dedican al sector comercial, empleando información de corte transversal para varios periodos del tiempo.

La investigación tomó lugar en la ciudad de Quito y se enfoca en analizar inicialmente las características socioeconómicas de los clientes dedicados al comercio de todas las zonas de las delimitadas por CREDIFE ancladas a agencias del Banco Pichincha. Fueron clientes que empezaron su actividad en el 2006, es decir, que accedieron a contratar una operación de crédito con CREDIFE, clasificándolos según sus características que se encuentran en el reporte de perfil del cliente que levanta la institución a través de sus ejecutivos de crédito. Se analizó el efecto de las características socioeconómicas y el efecto que ha tenido el microcrédito en las ventas de las microempresas en cada periodo.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Las microempresas generalmente son el resultado del emprendimiento. Una de las principales características de este tipo de negocios es que fueron creadas por una persona de bajos ingresos; para la cual constituye una importante, sino la más importante fuente de ingresos. Con el microcrédito no solo se obtienen servicios financieros, sino que también se adquieren destrezas en el manejo de dinero y se enfatiza en aspectos como técnicas gerenciales y de liderazgo.

Las microfinanzas promueven el desarrollo de las microempresas y de esa forma procuran contribuir a la generación de mayores ingresos o mayores fuentes de empleo y volver más dinámico al sector informal, así contribuyen al desarrollo económico de los países.

Existen datos por los cuales se confirma la importancia que tienen las microempresas en el Ecuador, para las cuales tienen que trabajar las Instituciones Financieras. El Proyecto SALTO de USAID⁶ realizó un trabajo en el país en el 2006 bajo el tema: “Encuesta Nacional de la Microempresa en Ecuador”.

Del estudio anterior se desprenden datos como:

- Un tercio (33.5%) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa.
- Las microempresas ecuatorianas proporcionaron trabajo para un estimado de 1'018.135 personas.
- Existen alrededor de 646.084 microempresarios en Ecuador en áreas Urbanas.

En el mismo estudio se toca un tema importante y que es común denominador entre microempresarios: la informalidad. Se concluye que alrededor del 20% de las microempresas posee RUC, apenas el 20% tenía licencias municipales de funcionamiento y menos del 15% de sus propietarios o empleados estaban inscritos en el IESS. Tan solo el 20% de los microempresarios llevaba registros financieros formales. Son cifras que hablan por sí solas y demuestran que el problema para los microempresarios no solo pasa por el financiamiento sino por temas estructurales más profundos y de mucha importancia para determinar de qué manera las personas involucradas en microempresas pueden salir de una situación de pobreza a través del desarrollo y crecimiento de sus negocios.

⁶ MAGIL John y MEYER Richard, *Encuesta nacional de la microempresa en Ecuador*, Proyecto SALTO USAID, Quito, 2006, p.75.

Es de mucha importancia para una empresa grande y significativa, como CREDIFE del Grupo Financiero Pichincha, determinar el impacto positivo que logra obtener a través de su actividad. Los resultados financieros institucionales están a la vista mes a mes, razón por la cual resulta más interesante conocer el valor agregado que generaron los servicios financieros ofertados para sus clientes, saber la medida del impacto que propiciaron los mismos y el apoyo que se brindó a través de un crédito para un negocio pequeño. Saber también cómo sirvió el impulso y efectivamente posibilitó el desarrollo del negocio microempresarial, con la contribución al incremento de sus ventas.

Vale la pena establecer cómo los microcréditos efectivamente sirvieron de apoyo cierto a sus destinatarios, aunque con tasas relativamente altas por el mayor riesgo inmiscuido en dicha cartera, y con esquemas de pago algo rígidos. Es por eso que el estudio se centra en determinar los casos de clientes para los cuales sí les resulto beneficioso un crédito de acuerdo a variables demográficas, como edad o género y saber también a qué tipo de clientes no les resulto tan beneficioso; es decir, que variables potencian el beneficio.

El estudio también sirve como referencia para las demás instituciones del sector financiero, ya que los resultados pueden ser de mucho interés para la elaboración de políticas más flexibles de crédito, mejores procedimientos en el levantamiento de la información de los clientes y una mejor determinación de los montos de crédito que se brinden, para asegurar que toda la gama de clientes que abren operaciones de microcrédito se beneficien y aprovechen la ayuda efectiva que las Instituciones Financieras brindan.

1.6 HIPÓTESIS DE TRABAJO

El acceso de los clientes a los programas de financiamiento de CREDIFE mejora la situación económica y comercial de sus negocios y permite un desarrollo de las actividades económicas en el país.

Los impactos económicos de los servicios financieros proporcionados por CREDIFE giran alrededor del crecimiento de los ingresos de la microempresa y de sus activos, así como de la generación de nuevas fuentes de empleo.

1.7 VARIABLES E INDICADORES

TABLA 5
VARIABLES E INDICADORES

VARIABLES	INDICADORES
Ingresos de la microempresa	Variación de las ventas mensuales
	Variación: <ul style="list-style-type: none">• Separación Porcentual del Ingreso Familiar con el de la Empresa (otros ingresos familiares(sueldos)/ingresos generados por la microempresa)
Activos de la microempresa	Variación del valor de los activos
	Distribución temporal entre activos fijos y corrientes <ul style="list-style-type: none">• (% activos fijos/activos totales)• (% activos corrientes/activos totales)
Empleo	Generación de empleo (tasa de generación de empleo)
	Número de empleados (variación anual)
	Remuneración promedio (variación anual)
Variables socioeconómicas	Nivel de educación (años de escolaridad o nivel instrucción del jefe de hogar o microempresario)
	Edad del jefe de hogar o microempresario
	Sexo del jefe de hogar o microempresario
	Numero de cargas familiares (variación)
	Tipo de vivienda (materiales, tamaño, propia o alquilada)

1.8 OBJETIVOS

1.8.1 General

Determinar si los programas de financiamiento que ofrece CREDIFE son una herramienta efectiva que permite el desarrollo de las actividades comerciales de sus clientes.

1.8.2 Específicos

Determinar si el acceso a los programas de financiamiento de CREDIFE mejora la situación económica y comercial de clientes dedicados a actividades comerciales.

Establecer si los servicios financieros proporcionados por CREDIFE generan un crecimiento de los ingresos y activos de la microempresa y además promueven la generación de empleo.

1.9 METODOLOGÍA

1.9.1 Tipo de investigación

La investigación es de tipo descriptivo y explicativo, pues inicialmente se busca describir la situación general de evolución económica de casos homogéneos, para clientes dedicados al comercio, diferenciando la situación de acuerdo a su actividad comercial.

Con esta investigación se puede conocer el comportamiento y aporte de variables significativas para una microempresa, que permiten alcanzar un mayor éxito económico y comercial, resultando en un modelo de doble vía claro, en el cual CREDIFE y sus clientes pueden reflejar beneficios mutuos.

1.9.2 Método de investigación

La investigación utiliza el método inductivo, pues parte del análisis individual de cada una de las características socioeconómicas y el desempeño económico de las empresas de casos de clientes homogéneos. Se analizaron, mediante técnicas econométricas, modelos a través de los cuales se pudo determinar cuáles son las variables que más contribuyen a la obtención de mejores resultados, con la utilización de los servicios financieros que ofrece CREDIFE.

1.9.3 Fuentes de Información

La información que se utiliza para realizar la presente investigación se encuentra en los datos de cada cliente que el ejecutivo de crédito levanta cuando se realiza el primer acercamiento para una operación de crédito, mismo que se conforma con una visita inicial y levantamiento de información socioeconómica, un reporte básico de información que se estructura con la información cruzada de la ficha única de datos y el formulario de evaluación crediticia. Esta última corresponde a una especie de balance y estado de resultados. La base de datos se denomina perfil del cliente, propiedad de

CREDIFE, razón por la cual existe un acuerdo único de utilización de datos para fines exclusivos de esta investigación.

Esta información fue proporcionada en medio magnético; es la que se utiliza para la evaluación crediticia en los departamentos de crédito y riesgo, y sirve para estructurar una base elaborada que se adecúa de manera que se alcancen los objetivos que persigue esta investigación.

1.9.4 Procedimiento metodológico

Para la realización de esta investigación se realizaron las siguientes actividades:

- Recopilación de información secundaria para conocer el estado del arte de la temática a partir de la lectura y evaluación bibliográfica de consulta y de referencia, con lo cual se organizaron datos, transcripción y análisis de material.
- Elaboración de una base de datos con la información que se dispone de CREDIFE, identificando primero una metodología econométrica que permite demostrar los planteamientos de la investigación.
- Se estructuró la información para la investigación, puntualizando indicadores tanto económicos como institucionales para el manejo apropiado y posterior análisis y comprobación del modelo con sus respectivos resultados.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

2.1.1. Microcrédito y microfinanzas

Las microfinanzas o microfinanciamientos, denominados como microcréditos, radican en la provisión de una variedad de servicios financieros como depósitos, préstamos y seguros para familias de ingresos bajos y que no tienen acceso a los recursos de las instituciones financieras formales. Las operaciones se utilizan para invertir en consumo, salud, educación, mejoramiento de vivienda o para hacer frente a emergencias familiares y también para invertir en microempresas. Para la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, la definición de créditos de consumo es:

Los otorgados por las instituciones controladas a personas naturales que tengan por destino la adquisición de bienes de consumo o pagos de servicios, que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de repago es el ingreso del deudor en cuyo caso el endeudamiento deberá ser menor a 20.000 usd.

En los Créditos de consumo deberá darse especial importancia a la política que la institución del sistema financiero aplique para la selección de los sujetos de crédito; a la determinación de la capacidad de pago del deudor; y, a la estabilidad de la fuente de sus recursos, provenientes de salarios, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero prestante.⁷

Para la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, la definición de microcrédito es:

Todo Crédito concedido a un prestatario, persona natural o legal, o grupo de personas con una garantía solidaria, destinada para financiar las actividades en pequeña escala en la producción, comercio o servicios cuya fuente principal de repago es el producto de las ventas o ingresos generados por tales actividades, como se verifica por la institución prestataria [...] Los balances y los estados de pérdidas y ganancias no son requerimiento para los microempresarios [...] a menos que el monto original del préstamo exceda los 20.000 usd.⁸

La experiencia de los bancos muestra la importancia de diferenciar el microcrédito del crédito de consumo. Solo aplicar la tecnología de consumo al sector microcrediticio sin hacer los ajustes necesarios llevaría al fracaso a cualquier programa. Las diferencias claves entre estos dos productos son las siguientes:

⁷ SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS DEL ECUADOR, *Codificación de resoluciones*, <http://www.superban.gov.ec/medios/PORTALDOCS/normativa/nuevacodificacion.pdf>, Acceso: 03, Junio, 2010, 17:03 GMT

⁸ Ibidem

TABLA 6
DIFERENCIAS ENTRE CRÉDITO DE CONSUMO Y MICROCRÉDITOS

	PRESTAMO DE CONSUMO	MICROREDITO
Origen del préstamo	En base al salario	En base a la evolución de negocio y el entorno
Destino del préstamo	Endeudamiento para gasto	Inversión para crear activos e ingreso
Gestión	De escritorio	En campo con visita al negocio - hogar
Perfil del solicitante	Asalariado	Auto-empleado
Administración de crédito	Estandarizado	Flexible y personalizado
Objeto del préstamo	Consumo	Empresa familiar
Garantías	Podría tener	No tradicionales
Plazo	Mediano y Largo	Corto y mediano
Escalonamiento	No	Si

Fuente: (comp) Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN)
Bancarización para la Mayoría: Microfinanzas Rentables y Responsables, 2005.
Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

2.1.2. Microempresa

Una microempresa es aquella que está representada por un negocio personal o familiar enfocada en el comercio, la producción o los servicios. Estas empresas son usualmente administradas por una persona o familia y cuentan con 10 empleados como máximo. Una de las características principales de este tipo de negocios es que son de personas de bajos ingresos y éste constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar.⁹

Las microempresas son verdaderas pequeñas iniciativas de trabajo autónomo, muchas veces económicamente viables, pero que enfrentan fuertes obstáculos; entre ellos la barrera financiera. Algunas características de estas realidades informales son:¹⁰

⁹ MAGIL John y MEYER Richard, *Microempresas y microfinanzas en el Ecuador: Resultados de la línea base*, Proyecto SALTO USAID, Quito, 2004.

¹⁰ JORDAN Fausto. *La Situación, tendencias y posibilidades de las microfinanzas*. Abya Yala, Quito, 2005, pp. 12, 13.

- *Escalas económicas y ocupacionales pequeñas*; la mayoría de analistas está de acuerdo en definir a la microempresa como una unidad productiva de no más de 10 empleados. Esta conceptualización no considera la heterogeneidad de la fuerza de trabajo empleada, la que puede incluir empleados temporales mal pagados o mano de obra familiar sin sueldo. El trabajo asalariado es poco común y la división del trabajo, la contabilidad y la capacidad de capitalización están limitadamente desarrolladas.
- *Diversidad y flexibilidad* (capacidad de cambiar el enfoque del negocio); existen diferentes formas y tipos de empresas. Junto con el modelo familiar coexisten diversos modelos empresariales, algunos avanzados, que se refieren a la microempresa formal, y unidades productivas orientadas a grupos específicos, sobre todo mujeres. El elemento de diferenciación está en la presencia de trabajadores asalariados y no tanto en la intensidad del capital y en especialización del trabajo.
- *Escasa utilización de la tecnología*; la maquinaria puede ser anticuada y el número de personas con capacidad de utilizarlas es pequeño. Son intensivas en mano de obra.
- *Exclusión de los circuitos tradicionales de crédito*; todos los tipos de microempresas recurren, para cubrir sus necesidades de financiamiento, a organizaciones o personas especializadas en el crédito informal, utilizando mecanismos basados en el conocimiento y confianza recíproca entre prestamista o prestatario.
- *Legalidad difusa*; estas empresas se caracterizan por el incumplimiento de las normas fiscales, de previsión social y de seguridad del trabajo.

En el caso ecuatoriano, se estimaría la existencia de alrededor de 1.3 millones de microempresas; que el 40% de la PEA esta en este sector; que el 65% de los empleos y entre el 10 y 15% del PIB se genera en el sector microempresarial.¹¹

¹¹ Ibidem

2.1.3. Microahorro

Los flujos de efectivo de los microempresarios son variables. Durante épocas de exceso de efectivo, los clientes necesitan contar con una forma segura conveniente de ahorrar, y por el contrario cuando su flujo de efectivo es limitado, estos mismos clientes necesitan tener acceso a sus ahorros. Los microempresarios necesitan de una forma líquida de ahorro.

Sin acceso a servicios de ahorro, muchas veces los clientes ahorran manteniendo efectivo en el hogar o invirtiéndolo en insumos, animales, tierras y otros activos indivisibles y muchas veces depreciables. El dinero en efectivo en el hogar no es seguro desde una perspectiva cultural, especialmente para mujeres; y, por el riesgo o destrucción del dinero. Por otro lado, los ahorros en forma de bienes materiales también pueden resultar inseguros ya que no son líquidos y no son indivisibles y su mantenimiento puede implicar un costo adicional.

2.2. MODELOS DE PENSAMIENTO

Los desarrollos teóricos y empíricos de los últimos años en referencia al tema, se han centrado en la búsqueda de una correlación directa entre microfinanzas y reducción de la pobreza, incremento del empleo, desarrollo económico, bancarización, entre otros. Pese a la variedad de temas que abordan las microfinanzas, existen dos tendencias bien marcadas sobre su evolución en estos últimos años. Las dos posturas principales que han surgido con respecto a las microfinanzas y a la reducción de la pobreza son: el enfoque del Sistema Financiero y el enfoque de Préstamos para aliviar la Pobreza.

2.2.1. Enfoque del sistema financiero¹²

El enfoque del sistema financiero se basa en un modelo de instituciones apegadas a las reglas de mercado, es decir, que buscan auto sostenimiento financiero y rentabilidad. Tienen identificado su segmento de mercado, que no necesariamente son los más pobres, no existen subsidios y están dispuestas a competir con otras instituciones.

Para el enfoque del sistema financiero, la meta global de las microfinanzas es proporcionar servicios financieros sostenibles a personas de bajos ingresos, pero no necesariamente a las más pobres. Si se piden préstamos y se reembolsan puntualmente, el mercado ha demostrado que los servicios prestados son útiles. Los servicios no deben dirigirse exclusivamente a los más pobres, sino a focos subatendidos

¹² GULLI Hege. *Microfinanzas y Pobreza: ¿Son validas las ideas preconcebidas?*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C, 1996, p. 2.

del mercado en general. No hay ninguna justificación para los subsidios, y se considera que las ONG desempeñan solamente un papel secundario en el mercado de las microfinanzas.

Se hace hincapié en la sostenibilidad financiera porque la existencia de instituciones de microfinanzas sostenibles implica la posibilidad de extender las operaciones en el futuro. La falta de capacidad institucional se considera como una limitación mayor del alcance de las microfinanzas que la disponibilidad de fondos.

Para muchos de los proponentes del enfoque de sistemas financieros, el crédito no es el instrumento más importante para reducir la pobreza. Tal como señalan los economistas Adams y Von Pischke.¹³, “en nuestra opinión, el endeudamiento no es un instrumento eficaz para ayudar a la mayoría de la gente a mejorar su situación económica, sean operadores de fincas pequeñas o de microempresas, o mujeres pobres. En la mayoría de los casos, la falta de préstamos formales no es el problema más apremiante de estas personas”.

2.2.2. Enfoque de préstamos para aliviar la pobreza¹⁴

Este enfoque se fundamenta en la tesis de que las microfinanzas, si bien son necesarias para aliviar los problemas de pobreza, no son suficientes. A diferencia de la tendencia anterior, aquí se interpreta las microfinanzas como un objetivo mucho más social y engloba al microcrédito en un conjunto de actividades que deben ser promovidas por los gobiernos centrales y seccionales, las organizaciones comunitarias, los donantes y la sociedad en su conjunto, para combatir la pobreza.

En esta línea toma en consideración la existencia de personas que viven en situación de pobreza y extrema pobreza, a las cuales las mismas leyes del mercado las han excluido a través del racionamiento del crédito. En este sentido toman un papel muy importante las políticas gubernamentales como subsidios, fondos de donantes, infraestructura paralela que se incorpore en términos de salud y educación, programas de nutrición infantil, cadenas productivas y de comercialización integral que permitan dar viabilidad a programas de fomento de microempresas y autoempleo y los servicios microfinancieros paralelos como ahorro y seguros.

Según el enfoque de préstamos para aliviar la pobreza, las metas generales de las microfinanzas deben ser reducir la pobreza y facilitar la realización plena del potencial de la gente¹⁵. De nada sirve hablar

¹³ VON PISCHKE James y MATTHAUS Maier, *Microfinance investment funds: Leveraging private capital for economic growth and poverty reduction*, Westview Press, Miami, 1984, p. 312.

¹⁴ Ibidem

¹⁵ ADAMS Dale y VON PISCHKE James, *Undermining Rural Development With Cheap Credit*, Westview Press, Miami, 1987, p. 105.

de sostenibilidad financiera si los servicios proporcionados no influyen en el nivel de pobreza de los clientes. Como la meta global es reducir la pobreza, a menudo se necesitan servicios complementarios, y comúnmente se adoptan enfoques integrales. Podrían necesitarse fondos de donantes y subsidios porque la disponibilidad de fondos es la principal limitación que obstaculiza la extensión de servicios financieros a los más pobres. Mientras que el enfoque de sistemas financieros considera que los servicios financieros son el objetivo principal de las operaciones de las instituciones de microfinanzas, el enfoque de préstamos para aliviar la pobreza considera dichos servicios como un medio para alcanzar el objetivo principal de reducir la pobreza. El crédito se considera como un instrumento importante y eficaz para reducir la pobreza.

El director del Grameen Bank, Muhammad Yunus, expresa esta opinión enfáticamente: “el crédito es más que un negocio. El crédito es un derecho humano, igual que los alimentos”. “si tuviéramos que escoger una sola medida que permita a los pobres salir de la pobreza, optaría por el crédito”.¹⁶

Igual que Rutherford (1998), este estudio considera que los servicios financieros para los pobres son principalmente una cuestión de mecanismos que les permitan convertir ahorros en sumas suficientemente grandes como para que les sean útiles; es decir, que los servicios financieros para los pobres estén para ayudar a los microempresarios a conseguir sumas de efectivo suficientemente grandes en virtud de que les resulte útiles en momentos que necesiten el efectivo y tenga una buena oportunidad de inversión.

¹⁶ YUNUS Muhammad, *Does the Capital System Have to be the handmaiden of the rich?*, 85th Rotary International Convention, Taipei, 1994.

2.3. INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS

Las instituciones microfinancieras se refieren en particular a los organismos que conceden créditos y prestan otros servicios financieros a clientes con bajos ingresos. En la actualidad hay una amplia variedad de tipos y combinaciones de clientes, de sistemas de concesión de créditos y de estructuras institucionales. En el cuadro a continuación se sintetizan algunos de los rasgos distintivos de las metodologías crediticias utilizadas por las Instituciones de Microfinanzas en comparación con las finanzas tradicionales, así como también se resumen las características de las carteras de créditos, los costos operativos involucrados y la estructura de gobierno de ambos tipos de entidades, entre otros aspectos relevantes.

TABLA 7
RASGOS DISTINTIVOS DE LAS MICROFINANZAS

ÁREA	FINANZAS TRADICIONALES	MICROFINANZAS
Metodología crediticia	Basada en una garantía Requiere documentación formal	Basada en las características personales Escasa o nula documentación
Cartera de créditos	Prestamos por montos variables Garantías físicas Cartera diversificada Atrasos en la cartera comparativamente estable	Cartera compuesta por montos pequeños A falta de garantías físicas se emplean técnicas Cartera con baja diversificación Cartera con atrasos volátiles
Costos operativos	Relativamente bajos Gastos operativos variados: personal, infraestructura, servicios, publicidad, etc.	Altos Principalmente gastos en personal
Estructura del capital	Accionistas institucionales e individuales con fines de lucro Institución privada autorizada por el órgano regulador existente Organización centralizada con sucursales en las ciudades	Fundamentalmente accionistas institucionales Pueden surgir por la conversión de una ONG. Serie descentralizada de pequeñas unidades en aéreas
Fondeo	Depósitos del público, líneas externas, obligaciones negociables, etc.	Principalmente subsidios o prestamos con facilidades
Clientela	Empresas formales e individuos asalariados con niveles de ingreso y educación medio – altos	Empresarios e individuos de bajos ingresos, firmas familiares, sin documentación formal

Fuente: Miguel Delfiner

Microfinanzas: Un análisis de experiencias y alternativas de regulación, 2005.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

2.3.1. Instituciones microfinancieras convencionales

Son los establecimientos financieros, sociedades por acciones y cooperativas de ahorro y crédito, que decidieron incursionar en el mercado microfinanciero. Una de sus características principales está en su enfoque hacia varios segmentos de mercado. Generalmente este tipo de instituciones no concentran su cartera en el microcrédito, por ser este un caso relativamente nuevo en ellas.

2.3.2. Instituciones microfinancieras especializadas

Son aquellas instituciones reguladas, por lo general sociedades anónimas, cuyo objetivo es atender a la micro y pequeña empresa a través de captaciones y colocaciones.

ONG crediticias

Son todas aquellas que, manteniendo su personalidad jurídica, ofrecen principalmente financiamiento a la microempresa y prestan servicios de capacitación y asesoría técnica a sus clientes

ONG generalistas

Son aquellas que a más de otorgar créditos, prestan servicios de desarrollo empresarial y apoyo social

2.4. METODOLOGÍAS CREDITICIAS DEL MICROCRÉDITO

Las microfinanzas tienen características propias que las diferencian sensiblemente de las finanzas tradicionales, quizá el uso de metodologías crediticias intensivas en información, que no descansan en la existencia de garantías tangibles, es la característica más importante, a partir de la cual se construye toda lógica del negocio microfinanciero. Es así que las instituciones microfinancieras han desarrollado diversas metodologías de otorgamiento de préstamos, su implementación difiere entre instituciones y países; sin embargo todas comparten un conjunto de características generales.

2.4.1. Grupo asociativo

El desarrollo de esta metodología está basado en la existencia de una organización ya establecida (asociación o cooperativa), cuya función es la intermediación de los fondos otorgados por la institución financiera hacia sus miembros. En muchos casos estos recursos se utilizan para lograr mejoras en las actividades realizadas por los asociados, mayormente productores, constituyéndose generalmente en capital de inversión.

2.4.2. Bancos comunales

Un banco comunal es una agrupación de personas, quienes son responsables del manejo y de la devolución de los recursos otorgados por la institución promotora de estos servicios, generalmente denominada Institución Ejecutora, la cual organiza la asociación comunal o banco comunal y realiza el primer desembolso del crédito, contando con una garantía mancomunada.

Los interesados en los servicios promocionados por la institución ejecutora forman una asociación comunal, la misma que a su vez nombra a una mesa directiva para solicitar y garantizar el crédito formalmente a la institución ejecutora. Una vez constituida la asociación, se imparte un curso de capacitación previo al desembolso de los recursos, donde además de recibir información sobre la mecánica del crédito y lo que significa la garantía mancomunada, se identifica la actividad a la cual se van a dedicar cada uno de los prestatarios. Una particularidad de este programa es que se financian iniciativas de pequeños negocios y no se exige experiencia previa para solicitar el crédito.

Cada banco comunal nombra un comité de crédito para el manejo de la cuenta externa, conformada por los recursos otorgados por la institución ejecutora y de la cuenta interna, constituida con los fondos que provienen de los ahorros de los miembros integrantes del banco comunal, requisito indispensable para acceder al crédito, mismos que son depositados en una cuenta bancaria en el sistema financiero a nombre del banco comunal. La segunda fuente de la cuenta interna son los intereses que genera la cuenta externa durante todo el ciclo del préstamo, aproximadamente de 4 meses.

Los recursos de la institución ejecutora circulan permanentemente entre los prestatarios del banco comunal, mismos que se cancelan semanalmente cuotas de capital e intereses, de esta manera tales recursos son prestados nuevamente a los clientes.

2.4.3. Grupo solidario

El sujeto de crédito es el grupo solidario como un todo, su característica principal es el uso de una garantía intangible, denominada garantía mancomunada que se basa en el compromiso de todos los componentes del grupo de responder ante una eventual falta de pago de uno de sus miembros

Para facilitar el seguimiento y repago del crédito, cada grupo nombra un coordinador y un secretario, quienes en forma rotativa se hacen cargo de distribuir el monto total desembolsado al grupo, así como también de la recuperación y posterior repago del préstamo de la institución. En un inicio el grupo recibe montos de dinero pequeños que van creciendo en función al cumplimiento de sus obligaciones.

Para proceder a la aprobación de la solicitud de un crédito, los asesores encargados realizan una visita a cada uno de los integrantes del grupo, para verificar la existencia y funcionamiento del negocio al cual se dedica cada prestatario. Si la solicitud es aprobada se efectúa el desembolso al grupo.

2.4.4. Crédito individual

La característica principal de esta metodología es el empleo de la garantía real personal, que permite al cliente crear su propio plan de negocios acorde con la actividad que realiza. En instituciones que ofrecen otros servicios financieros además del crédito individual, esta metodología es aplicable a aquellos clientes que inicialmente conformaron un grupo solidario, demostrando ser buenos sujetos de crédito a lo largo de su trayectoria crediticia y que debido al crecimiento de su actividad microempresarial requieren montos y plazos mayores. El agente encargado de procesar las solicitudes realiza una visita a cada cliente potencial para realizar el análisis de la fuente de repago, prepara un flujo de fondos y luego plantea la solicitud y la propuesta crediticia al comité de crédito de la institución, que en última instancia aprueba la solicitud.

2.5. EVALUACIÓN DE IMPACTO

Actualmente, el concepto de impacto social incluye no sólo los resultados previstos sino también aquellos que no se previeron. Igualmente, contempla los efectos, tanto positivos como negativos que se pudieran presentar luego de la implementación de un determinado programa o proyecto en un grupo social o una comunidad.

Refiriéndose a la evaluación, varios autores están de acuerdo en manifestar que es un proceso que posibilita el conocimiento de los efectos de un proyecto o programa en relación con las metas propuestas y los recursos movilizados. Tyler considera que la evaluación es el proceso mediante el cual se determina hasta qué punto se alcanzaron las metas propuestas.¹⁷ En el modelo de evaluación que propone este autor, se consideran las intenciones del programa, las metas y objetivos de comportamiento y los procedimientos que son necesarios poner en práctica para realizarlo con éxito.

Por su parte, Suchman define la evaluación como el proceso para juzgar el mérito de alguna actividad y de esa manera, conocer los procesos aplicados y las estrategias, que permiten su comprensión y redefinición, en el caso de que ésta última sea necesaria.¹⁸

¹⁷ STUFFLEBEAM Daniel y SHINKFIED Anthony, *Evaluación Sistemática: Guía teórica y práctica*, Paidós, Barcelona, 1993.

¹⁸ Ibid

De acuerdo con Suchman, el objetivo principal de la evaluación es descubrir la efectividad de un programa y para esto, se toma como base de comparación sus objetivos, a la luz de la relación entre los objetivos y sus presuposiciones.

Stufflebeam define la evaluación como “... el proceso de identificar, obtener y proporcionar información útil y descriptiva sobre el valor y el mérito de las metas; la planificación, la realización y el impacto de un objeto determinado, con el fin de servir de guía para la toma de decisiones; solucionar los problemas de responsabilidad y promover la comprensión de los fenómenos implicados. Así, los aspectos claves del objeto que deben valorarse incluyen sus metas, su planificación, su realización y su impacto”.

De manera que, según Stufflebeam, el propósito fundamental de la evaluación no es demostrar sino perfeccionar.

La definición realizada por la ONU en 1984, expresa que la evaluación constituye el proceso en que se determina, de manera sistemática y objetiva, la pertinencia, eficiencia, eficacia e impacto de las actividades en relación con los objetivos planteados para la realización de estas (Urrutia Barroso L. El sistema de monitoreo y evaluación en el contexto de los Proyectos APPL/PDL/UNIFEM. 2004. Observaciones no publicadas). La finalidad de la evaluación, de acuerdo con esta definición, es la mejora de las actividades en su desarrollo, para contribuir en la planificación, programación y la toma de decisiones.

El Comité de Ayuda al Desarrollo (OCDE) expresa que la evaluación es una función que consiste en hacer una apreciación tan sistemática y objetiva como sea posible sobre un proyecto en curso o acabado, un programa o un conjunto de líneas de acción, su concepción, su realización y sus resultados.¹⁹ La evaluación trata de determinar la pertinencia de los objetivos y su grado de realización, la eficiencia en cuanto al desarrollo, la eficacia, el impacto y la viabilidad.

Menou afirma que la evaluación del impacto de la información debe tender a establecer los criterios tangibles que posibiliten la medición de la relevancia que puede tener la información en función del desarrollo. Y opina que para efectuar una evaluación de este tipo se debe partir del análisis del equilibrio entre información y desarrollo, a fin de decidir el o los métodos idóneos para realizar el proceso, crear el marco inicial para la investigación en el terreno y proyectar la continuidad del

¹⁹ GONZÁLEZ María, *La Evaluación ex - post o de Impacto: Un reto para la gestión de proyectos de cooperación internacional al desarrollo*, En http://www.imacmexico.org/filedownload.php?location=S_U&filename=11562706871Evaluaci%F3n_de_impacto.pdf, Acceso: 10, Mayo, 2010, 02:03 GMT

proceso a largo plazo. Para Menou, el proceso de evaluación del impacto de la información en el desarrollo parte de varias premisas, entre las que se encuentran:²⁰

- Debe encontrarse incorporado en la formulación del proyecto.
- Las audiencias a las que se dirigirán sus resultados deben definirse desde su concepción.
- Debe ser continuo.
- Debe tener un final abierto.
- Debe inducirse por el beneficiario/usuario.

Asimismo, Menou enfatiza en que se deben adecuar los indicadores de medición al tipo de situación o acción que se determine evaluar.

Existen varios términos que se utilizan para distinguir los distintos tipos de evaluación. Una clasificación muy interesante es la que ubica la evaluación como integrante del ciclo de vida del proyecto, que se revela en las distintas etapas o fases de la intervención del proyecto. Según Abdala²¹, en la etapa ex ante, que se cumple antes del inicio de la ejecución de determinado programa, se evalúan: el contexto socioeconómico e institucional, los problemas identificados, las necesidades detectadas, la población objetivo, los insumos y las estrategias de acción. En el caso de la evaluación intra, el autor explica que esta se desarrolla durante la ejecución del programa y se evalúan las actividades e identificando los aciertos, errores y dificultades.

La evaluación ex post, se corresponde con la finalización inmediata de la ejecución del proyecto, donde se detectan, registran y analizan los resultados. Con la evaluación ex post, que se realiza tiempo después (meses o años) de concluida la ejecución, se valoran los resultados mediatos y alejados, consolidados en el tiempo.²²

De acuerdo con González, la evaluación ex post entraña un análisis de efectos y resultados de un proyecto una vez ejecutado y finalizado. La autora expresa que los elementos de la evaluación ex post son: eficacia, eficiencia, pertinencia, viabilidad e impacto. Como puede observarse, sitúa la evaluación de impacto dentro de la evaluación ex post. Sin embargo, enfatiza en que la evaluación de impacto es más amplia que las evaluaciones de eficacia y efectividad por cuanto incluye todos los efectos posibles, tanto positivos como negativos, previstos o no previstos, locales, regionales o nacionales y

²⁰ MENO Michael, *Measuring the impact of information on development*, International Development Research Centre, Ottawa, 1993.

²¹ ABDALA Ernesto, *Manual para la evaluación de impacto en programas de formación para jóvenes*, CINTERFOR, Montevideo, 2004.

²² Ibid

mide las consecuencias que determinada acción tuvo sobre el medio, consecuencias que pueden ser económicas, técnicas, sociales, culturales, políticas ecológicas u otras.

En el terreno específico de la evaluación de impacto, Cohen y Franco exponen que esta evaluación “...trata de determinar...si hubo cambios...la magnitud que tuvieron...a qué segmentos de la población objetivo afectaron y en qué medida (y) qué contribución realizaron los distintos componentes del proyecto al logro de sus objetivos”.²³

Camacho define la evaluación de impacto como sigue: “...es la valoración de los cambios producidos en un grupo social debido a la inserción de un nuevo componente”.²⁴ En este caso, el autor se refiere a la adopción de Internet como nueva tecnología de información y amplía el concepto al decir que este impacto puede observarse en el desempeño de una organización, tanto en su funcionamiento interno como en el cumplimiento de su misión en la sociedad.

Baker entiende por evaluación de impacto, el análisis que tiene como objetivo determinar de manera más general si un programa produjo los efectos deseados en las personas, hogares e instituciones y si esos efectos son atribuibles a la intervención del programa.²⁵ La autora expone que este tipo de evaluación permite además, examinar las consecuencias no previstas en los beneficiarios, sean éstas positivas o negativas, en lo cual coincide con otros autores anteriormente citados.

Sandoval opina que la evaluación de impacto mide los cambios en el bienestar de los individuos que pueden atribuirse a un programa o a una política específica y establece que los objetivos de este tipo de evaluación son proveer información y ayudar a mejorar su eficacia.²⁶

Abdala amplía esta definición y afirma que la denominación de evaluación de impacto contempla el proceso evaluatorio, orientado a medir los resultados de las intervenciones, en cantidad, calidad y extensión según las reglas preestablecidas. Así, la medida de los resultados, que constituye la característica principal de la evaluación de impacto, permite comparar el grado de realización alcanzado con el grado de realización deseado y, a su vez, compara la planeación con el resultado de la ejecución”. Más adelante, el mismo autor explica que “...la evaluación de impacto abarca todos los efectos secundarios a la planeación y a la ejecución: específicos y globales; buscados -según los

²³ COHEN Ernesto y FRANCO Rolando, *Gestión Social. Cómo lograr eficiencia e impacto en las políticas sociales*, Siglo XX Editores, México DF, 1992.

²⁴ CAMACHO Kleber, *Retos para evaluar el impacto de Internet: el caso de las organizaciones de la sociedad civil centroamericana*, En <http://www.um.es/fccd/anales/ad07/ad0703.pdf>, Acceso: 15, Mayo, 2010, 01:17 GMT

²⁵ BAKER Judy, *Evaluación del impacto de los proyectos de desarrollo en la pobreza: manual para profesionales*, Banco Mundial, Washington, 2000.

²⁶ SANDOVAL DE ESCURDIA Jose y MUÑOZ Richard, *Los indicadores en la evaluación del impacto de programas*, Sistema integral de Información y Documentación. Banco Mundial, 2003.

objetivos o no-; positivos, negativos o neutros; directos o indirectos -la sola puesta en marcha del programa puede generar efectos sobre los directamente involucrados hasta la sociedad toda”.

Las definiciones expuestas anteriormente tienen muchos puntos de contacto, entre ellos:

- La evaluación de los cambios ocurridos en la población beneficiaria producto de una acción.
- La evaluación de los cambios efectuados no sólo en la población beneficiaria sino en otros grupos poblacionales.
- La evaluación de todos los efectos de una acción, sean positivos o negativos, buscados o no y directos o indirectos.
- La Asociación Internacional de Evaluación de Impacto ofrece, en los *Principios internacionales de la evaluación del impacto*, una definición que engloba los conceptos antes citados, en la que se consigna que “...La evaluación del impacto social (EIS) comprende los procesos de análisis, seguimiento y gestión de las consecuencias sociales, voluntarias e involuntarias, tanto positivas como negativas, de las intervenciones planeadas (políticas, programas, planes, proyectos), así como cualquier proceso de cambio social, invocado por dichas intervenciones...” (Abreu Pérez Y, Plasencia Molina M. La lectura en reclusos del Centro Penitenciario Provincial de Sancti Spíritus. 2004. Observaciones no publicadas). Esta definición es más abarcadora por cuanto refleja todos los cambios que puede producir una acción en un determinado grupo social.

Puede concluirse entonces que, de una forma u otra, todos los conceptos coinciden en contemplar la evaluación de impacto como la valoración de los resultados de la aplicación de una acción en un grupo, que indaga en todo tipo de efectos, tanto los buscados, de acuerdo con los objetivos de la acción, como otros no planificados.

2.6. ESTUDIOS SIMILARES AL PROPUESTO

TABLA 8
REVISIÓN DE ESTUDIOS SIMILARES DE EVALUACIÓN DE IMPACTO DE PROGRAMAS DE MICROCRÉDITOS

AUTOR	AÑO	TÍTULO DEL ESTUDIO	PROGRAMA EVALUADO (PAÍS)	DISEÑO	RESULTADOS	HIPOTESIS / VARIABLES DE ESTUDIO
Mahabub Hossain	1988	Credit for the alleviation of rural poverty: The Grameen Bank in Bangladesh	Banco Grameen (Bangladesh)	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de corte o transversal Encuesta distribuida a 5 aldeas con clientes del programa (grupo de intervención) y 2 aldeas sin beneficiarios (grupo control) 	<ul style="list-style-type: none"> Mejora en la renta familiar y consumo Disminución de la dependencia de fuentes de crédito no formales Redistribución de la renta Creación de empleo Reducción de la extrema pobreza 	<ul style="list-style-type: none"> Renta y consumo Empleo Reducción de la pobreza
David Hulme y Richard Montgomery	1996	Mutual finance and the poor: A study of the federation of thrift and credit cooperatives in Sri Lanka (SANASA)	SANASA (Sri Lanka)	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de corte o transversal, sin grupo control 151 entrevistas con preguntas recordatorio 	<ul style="list-style-type: none"> Impacto limitado en los activos del negocio o en la contratación de mano de obra externa Aumento de la contratación de mano de obra dentro del hogar Diversificación de las fuentes de ingreso del negocio Menor dependencia del crédito de proveedores Aumento de la renta y los activos del hogar (aunque depende del contexto económico donde se ubica el programa) Fortalecimiento de la mujer en la toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción de la pobreza Hogar y microempresa Impacto en la mujer
Graeme Buckley	1996	Financing the Jua Kali sector in Kenya: the K-REP Juhudi scheme and Kenya industrial estates informal sector program	Juhudi-Kibera e ISP (Kenia)	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de corte o transversal. Encuesta administrada aleatoriamente a clientes y a grupo control formado por no clientes (empresarios o solicitantes del microcrédito) Uso de numerosas fuentes complementarias para la obtención de datos, principalmente entrevistas a distintos agentes. 	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento de las ventas de los negocios. Impacto limitado en el empleo. Poco impacto en los activos o beneficios de los negocios. Aumento del consumo familiar. 	<ul style="list-style-type: none"> Microempresa.

Mustafa et al.	1996	Beacon of hope: An impact assessment study of BRAC's rural development programme	BRAC (Bangladesh)	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de cohortes (longitudinal). • Métodos cualitativos (estudios de caso) y cuantitativos. • Encuesta en dos rondas para capturar estacionalidad (1993 y 1994). • 2.250 encuestas: 1.500 a clientes pertenecientes al programa (grupo de intervención) y 750 a personas socioeconómicamente comparables (grupo control). • Problemas de comparabilidad entre grupos (intervención y control) por diferencias en las características socioeconómicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor riqueza y gasto a mayor tamaño del préstamo y tiempo de participación en el programa. • Mayor impacto entre los más pobres. • Las mujeres utilizan el crédito más eficientemente. • La creación de instituciones en las aldeas fue el impacto menos notable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Renta y gasto.
Pitt y Khandker	1996	Household and intrahousehold impact of the Grameen Bank and similar targeted credit programs in Bangladesh	Banco Grameen, BRAC y RD-12 de BRDB (Bangladesh)	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de corte o transversal. • Basado en la encuesta realizada por el Banco Mundial y BIDS entre los años 1991 y 1993 a 1.798 hogares en 72 aldeas que participaban en uno de los tres programas evaluados (grupo de intervención) y en 15 aldeas en las que no existía ningún programa de microcréditos (grupo control). • Utiliza un modelo econométrico específico para corregir el sesgo de selección. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor impacto del microcrédito cuando se concede a las mujeres frente a los hombres. • Impacto positivo en la generación de riqueza para el hogar. • Fortalecimiento y mayor independencia de la mujer. Más escolarización de los hijos. • Aumento de la oferta de trabajo para las mujeres. • Incremento del gasto del hogar. • Mejora en la planificación familiar. • Extensión de los efectos positivos del microcrédito entre los otros habitantes de las aldeas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de la pobreza (multidimensional).
Todd (AIMS)	2000	Poverty reduced through microfinance: The impact of ASHI in the Philippines	ASHI (Filipinas)	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de corte o transversal con grupo control. • El estudio responde a una cuestión específica: ¿cuál es el impacto de los clientes que permanecen en ASHI durante cuatro años? 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora del nivel de pobreza de los que permanecen en el programa. • Mejora de la vivienda. • Mayor número de activos productivos. • Menor dependencia de fuentes informales de crédito (usureros). 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de la pobreza. • Vivienda. • Inclusión financiera.

Fuente: Silvia Rico Garrido, Anexo I – Revision de los principales estudios de evaluacion de impacto de programas de microcredito. *Microcredito Social, Una evaluacion de impacto*, 2009. Fundacion Caixa Catalunya.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS INSTITUCIONAL DE CREDIFE

3.1. DESCRIPCIÓN INSTITUCIONAL

CREDIFE es la unidad estratégica de negocios del Banco Pichincha, especializada en la concesión y administración de créditos para la Microempresa. En 1998 se realizó una investigación de mercado y se define crear CREDIFE en Mayo de 1999. En medio de la crisis económica que atravesaba el Ecuador en dicho año, las oportunidades de los microempresarios para acceder a fuentes de financiamiento eran limitadas.

Banco Pichincha desarrolló grandes esfuerzos para ingresar en el campo de las microfinanzas y es así como el 9 de abril de 1999 inicia operaciones CREDIFE Desarrollo Microempresarial S.A., subsidiaria del Banco Pichincha, con el fin de prestar servicios financieros integrales, orientados al desarrollo del sector microempresarial ecuatoriano.

En julio de 1999 se otorga la primera operación de crédito. En una primera fase, se trasladó la experiencia que el Banco Pichincha C.A. tenía en clientes del segmento personal (mezcladores) al segmento de microcrédito. En el tiempo se han ido particularizando y adecuando las políticas a la realidad de este segmento, lo cual ha permitido generar nuevos clientes.

CREDIFE cuenta con el nivel de independencia necesario para asegurar respuestas a los cambios dinámicos que presenta el mercado de las microfinanzas. CREDIFE está en capacidad de proporcionar servicios financieros al segmento microempresarial, ubicado en la base de la pirámide socioeconómica, con el propósito de contribuir al mejoramiento del nivel de vida de este sector y facilitar su acceso al sistema financiero ecuatoriano.

Compañías de servicios financieros son aquellas que forman parte de un grupo financiero, pueden ser sociedades anónimas o limitadas. La Superintendencia de Compañías autoriza su constitución y las controla, sin perjuicio de que la Superintendencia de Bancos las vigile y dicte las normas de carácter general aplicables a este tipo de instituciones como parte del grupo financiero.

Dado que CREDIFE está constituida como tal se somete a las normas de prudencia y solvencia financiera previstas en la Ley y control de la Superintendencia de Bancos, dentro del marco legal que la regula.

3.2. MAPA ESTRATÉGICO

Se precisa establecer los lineamientos básicos institucionales, así como la misión y visión que se tiene con el objeto de estar alineados a los objetivos de esta investigación y justificar un estudio de evaluación de impacto, el cual, como vimos en líneas anteriores, busca establecer los efectos de un proyecto o programa en relación con las metas propuestas y los recursos movilizados.

Una evaluación es un proceso mediante el cual se determina hasta qué punto se alcanzaron las metas propuestas de un programa. En este modelo de evaluación se consideran las intenciones del programa, las metas y objetivos de comportamiento y los procedimientos que son necesarios poner en práctica para realizarlo con éxito.

3.2.1. Misión

Somos una empresa del Grupo Pichincha que brinda servicios financieros integrales a personas emprendedoras y microempresarios. Cuenta para ello, con un equipo humano responsable, ético y altamente calificado, tecnologías innovadoras y sustentables para el crecimiento y desarrollo de nuestra población objeto, nuestra institución y nuestro país.

3.2.2. Visión

CREDIFE será la Organización número uno en cobertura de servicios microfinancieros integrales y de mayor contribución al desarrollo de las microfinanzas en el Ecuador, reconocida y referente a nivel internacional por su compromiso con la excelencia y la responsabilidad social.

3.2.3. Valores

Integridad: Actuar dentro de los más rigurosos principios éticos y sociales de manera clara, consistente y oportuna.

Trabajo en equipo: Actuar fomentando y reconociendo el aporte de las personas para lograr objetivos comunes.

Servicio: Actuar con amabilidad, alegría, oportunidad, calidad y eficacia valorando nuestros clientes internos y externos, que son nuestra razón de ser.

Excelencia: Superarnos continuamente y optimizar la gestión de recursos, para crear valor.

Responsabilidad: Actuar con principios, eficaz y eficientemente, asumiendo las consecuencias de nuestros actos.

Innovación: Compromiso con el continuo mejoramiento individual fomentando la creatividad y el desarrollo global.

Liderazgo: Potenciar las capacidades necesarias para lograr objetivos individuales, grupales y organizacionales.

3.2.4. Estrategia global

Consolidarnos en el Ecuador como la primera institución de microfinanzas, rentable, con crecimiento sostenido mediante la ampliación de cobertura e innovación del portafolio; con talento humano y procesos dinámicos y efectivos, que garanticen oportunidad y calidad en la prestación de servicios financieros integrales para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes generando impacto social.

3.3. MODELO DEL NEGOCIO

CREDIFE al ser una empresa de servicios financieros Auxiliares, tiene un contrato de Administración sobre la cartera vigente de microcréditos; es decir genera y administra la misma, la cual en su totalidad le pertenece al Banco Pichincha.

CREDIFE se encarga de la prospección, promoción y comercialización del financiamiento (créditos) para sus clientes, siguiendo con la evaluación, aprobación, seguimiento y recuperación de cartera. En este caso el Banco Pichincha tiene con cliente un Contrato de Préstamo, mientras que CREDIFE tiene un contrato de asesoría financiera.

CREDIFE se apalanca o recibe fondos del Banco Pichincha, y CREDIFE como empresa autónoma con sus ingresos por la administración de la cartera, le retorna al Banco Pichincha el reconocimiento de sus costos operativos, tecnológicos y de soporte. Bajo este modelo de financiamiento de la empresa, se tiene fondos disponibles que se entregan a los clientes desde la cuenta de obligaciones financieras que como se dijo, provienen del Banco Pichincha por comisiones de administración de cartera.

CREDIFE es totalmente autosustentable ya que los ingresos financieros por la cartera son para el Banco Pichincha, en tanto que las comisiones u honorarios de asesoría financiera (HAF) son para

CREDIFE, los cuales son fijados bajo una tarifa de acuerdo a metas que le propone el Banco. Las comisiones HAF representan el 80% de los ingresos de CREDIFE, el 20% restante son comisiones por administración de cartera (crecimiento y calidad) que paga el banco. Existe un convenio el cual penaliza estas últimas comisiones por el deterioro de la cartera.

CREDIFE le paga al Banco Pichincha del mismo modo por la utilización de su infraestructura (arriendos, utilización de voz y datos, servicios públicos, guardianía, etc.), así como la transaccionalidad de sus clientes.

Existen productos cruzados entre CREDIFE y el Banco Pichincha para beneficio de sus clientes:

- Se otorgan productos y servicios financieros que permitan dar un seguimiento a la evolución económica financiera de los microempresarios. (evaluación de ventas e ingresos del negocio, se tecnifican las cuentas y estados financieros y se lleva un mejor control de inventarios en las microempresas de sus clientes)
- Se procura la mejor combinación de productos (bancarios como cuentas de ahorros) y se relacionan con el acceso a créditos productivos y ahorro en productos adecuados (tasas pasivas adecuadas), seguimiento controlado del consumo y seguro de vida y accidentes. (análisis del manejo de una cuenta bancarias, bancarización de personas de escasos recursos, seguros de vida)

Los anteriores son mecanismos eficientes de control para la institución; y, además, logran tanto la fidelidad del cliente como mejorar su nivel de vida.

Debido a la informalidad de los clientes, el reto principal para ellos ha sido reunir los requisitos básicos que exigen las instituciones microfinancieras, más allá que estos son los mínimos indispensables para perfeccionar un crédito. Los retos desde el punto de vista de la institución ha sido obtener productos financieros vendibles a los clientes y que se ajusten a sus necesidades de financiamiento, así como también que sean de fácil acceso para los clientes y que operativamente se pueda aprobar en el menor tiempo posible.

Lo importante en la generación de productos financieros es la adecuación a las necesidades de los clientes, su entorno y las características que registra la competencia. Existen productos fáciles de adaptar, tales como créditos para capital de trabajo o capital de inversión, en los cuales, más allá de la metodología para levantar información, principalmente se adaptan montos, plazos y garantías.

Existen productos financieros en donde la adaptación es mucho más profunda, tales como productos de ahorro cuyas características son distintas a los esquemas tradicionales; mientras que, en otros productos se deben adaptar incluso los requisitos documentarios, tales como los créditos de vivienda con garantía hipotecaria.

3.3.1. Fuerza de ventas

Parte de la gestión misma de CREDIFE, parte de su funcionamiento, es la manera en como genera su cartera de créditos. Para este fin, el canal de distribución más eficiente constituye el equipo de asesores de microfinanzas que gestiona en campo a sus clientes. En consecuencia, el éxito es la elección del funcionario que cumpla un perfil adecuado:

- Capacidad profesional y técnica
- Sentido de pertenencia a la comunidad, y
- Empatía con su cliente y sus necesidades.

El ejecutivo de crédito es el profesional encargado del mantenimiento integral de una cartera de préstamos microempresariales. Su responsabilidad básica es establecer y mantener una relación personalizada y duradera con cada uno de sus clientes. La labor del ejecutivo comienza con el mercadeo o captación del cliente, continúa con la evaluación crediticia “in situ”, el seguimiento y control del repago, y termina con las gestiones de cobranza en el caso de las operaciones que caen en mora.

La gestión en campo facilita el acceso a los servicios y permite realizar una adecuada valoración de necesidades y capacidad de repago (ventas, ingresos, rotación de inventarios, costos fijos, etc.). Este esquema de gestión se complementa con una atención reactiva a través de la red de agencias del Banco Pichincha a nivel nacional la cual es la más extensa del sistema financiero nacional.

Con esto la gestión y la escala de alcance que tiene la empresa es amplio, ya que el Banco Pichincha tiene oficinas distribuidas en todo el país.

3.3.2. Modelo de atención

TABLA 9
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS DE CREDIFE

Productos financieros	Servicios financieros
<ul style="list-style-type: none">•Financiamiento de capital de trabajo•Adquisición de activos fijos•Remodelación, ampliación y compra de locales comerciales•Consumo•Remodelación y/o ampliación de vivienda•Compra de vivienda•Tarjeta de crédito•Microseguros•Cuenta de ahorros	<ul style="list-style-type: none">•Asistencia técnica•Generación de valor en el negocio.•Asesoramiento económico – financiero.•Organización del negocio•Seguimiento al ciclo del negocio.•Educación financiera

Fuente: *Presentación institucional CREDIFE*. Directorio marzo 2010.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

3.4. POLÍTICAS BÁSICAS DE RIESGO DE CRÉDITO

3.4.1. Perfil del negocio

Las microempresas son unidades económicas dedicadas a actividades de producción, comercio o servicios. Las que atiende CREDIFE contarán con las siguientes características:

- Negocios unipersonales, generalmente de tipo familiar o estructura de "cliente mezclador".

Para determinar si un cliente mezclador tiene o no perfil de cliente microempresarial, debe evaluarse su principal fuente de ingreso. Únicamente si su principal fuente de ingreso (más del 50%) proviene de los ingresos netos que le genera su microempresa, entonces se considerará al cliente del segmento microempresarial y será atendido con la metodología de evaluación de microempresa descrita en la política crediticia. Si por el contrario, más del 50% de sus ingresos provienen de su salario o de los honorarios que recibe como profesional independiente, se considerará al cliente asalariado o profesional independiente, según sea el caso.

- Falta de información financiera formal en la mayoría de los casos.
- Bajo nivel de tecnificación o sistematización.
- Poca o nula experiencia en el manejo de cuentas en el banco y en el sistema financiero.
- Ventas anuales declaradas inferiores a 100.000 usd.

3.4.2. Clasificación de clientes

Clientes nuevos: Son aquellos que se evalúan para un crédito microempresarial por primera vez y/o que han dejado de operar con CREDIFE en los últimos seis meses.

Clientes renovados: Son aquellos clientes que tienen un crédito vigente o que, habiendo operado antes con CREDIFE, solicita una nueva operación activa.

3.4.3. Perfil de riesgo de deudores y garantes

- **Persona natural**, propietario de una microempresa, la misma que constituye su principal fuente generadora de ingresos.
- **Edad.** Aplica para deudor principal:
 - Mínimo 21 años para créditos de hasta 5.000 usd.
 - Mínimo 25 años para créditos superiores a 5.000 usd.
 - La edad máxima está limitada por el seguro de desgravamen y el plazo del crédito. Durante la vigencia del crédito, el cliente debe tener menos de 70 años para que el crédito esté cubierto por el seguro de desgravamen. Si la edad del deudor principal es mayor o igual a 70 años, su codeudor deberá tener menos de 70 años de edad.
 - Para el cónyuge del deudor principal la edad mínima aceptada será 18 años.
- **Nacionalidad:**
 - Ecuatoriana
 - Extranjero residente con mínimo 5 años y con vivienda propia en el Ecuador
- **Experiencia en el Negocio** actual, en calidad de propietario:
 - Ecuatorianos: mayor o igual a 1 año. Para créditos mayores a 5000 usd se requieren mínimo 24 meses.
 - Extranjeros: mínima estabilidad de 2 años en su negocio. Para créditos mayores a 5000 usd se requieren mínimo 36 meses.
 - Para clientes con exposición total mayor o igual a 20.000 usd, ya sean estos ecuatorianos o extranjeros, se requiere una experiencia mínima de 5 años
- **Ubicación:** Negocio ubicado en zona urbana o urbano marginal, según la definición de CREDIFE. El negocio debe tener una ubicación fija, caso contrario se considera al cliente semiambulante. Se aceptan clientes semiambulantes únicamente en el sector comercio,

como vendedores de ropa, de joyas y de cosméticos por catálogo, vendedores de suplementos nutricionales, vendedores puerta a puerta de electrodomésticos y/o artículos del hogar, y servicios de venta de comidas. Para clientes con exposición total mayor o igual a 20.000 usd sólo se aceptan clientes con ubicación fija.

- **Tiempo en el local:**
 - Ecuatorianos: Primer ciclo al menos 6 meses y en otros ciclos al menos 3 meses.
 - Extranjeros: Primer ciclo al menos 1 año y para los siguientes ciclos de mínimo 6 meses.
 - Clientes con exposición total mayor o igual a 5.000 usd se requiere que tengan al menos 12 meses de permanencia en el local
 - Para clientes con exposición total mayor o igual a 20.000 usd sólo se aceptan clientes con al menos 24 meses de permanencia en el local.

- **Patrimonio:** Los clientes deben tener el patrimonio mínimo requerido para cumplir con lo establecido en el Artículo 72 de la Ley de Instituciones Financieras, de tal forma que los pasivos del cliente, incluyendo el nuevo crédito, no superen el 200% de su patrimonio.

Se requiere que deudor tenga casa o local propio para los siguientes casos:

- Para montos de crédito mayor a 5.000 usd. Si no se cumple este requisito obligatoriamente se requiere que el garante tenga casa o local propio.
- Para montos de crédito mayor a 14.000 usd, es obligatorio que el deudor acredite vivienda o local propio debidamente legalizado.
- Para clientes semiambulantes. Si no se cumple este requisito obligatoriamente se requiere que el garante tenga casa propia. (Se aceptan clientes semiambulantes únicamente en el sector comercio, como vendedores de ropa, de joyas y de cosméticos por catálogo, vendedores de suplementos nutricionales, vendedores puerta a puerta de electrodomésticos y/o artículos del hogar, y servicios de venta de comidas).
- Para clientes con actividades dentro del domicilio, sin infraestructura específica de negocio. Si no se cumple este requisito obligatoriamente se requiere que el garante tenga casa propia.

- **Teléfono:** Deben tener teléfono convencional en el domicilio o lugar de trabajo o al menos teléfono celular. Clientes con exposición total mayor o igual a 20.000 usd deben tener obligatoriamente teléfono convencional en el domicilio o lugar de trabajo y teléfono celular.
- **Experiencia crediticia:** Los clientes que soliciten créditos cuyo monto de exposición total sea mayor o igual a 20.000 usd requieren acreditar una experiencia crediticia mínima de tres años, ya sea en CREDIFE, en Banco Pichincha o en el sector financiero formal.
- **Información financiera:** No es requerida para clientes cuya exposición total sea menor a 20.000 usd. Para calificar para un monto de exposición total mayor o igual a 20.000 usd el cliente debe presentar cierta formalización en su manejo financiero que se reflejará en el pago de impuestos, por lo tanto para optar por estos montos los clientes deberán presentar la siguiente información:
 - Declaración del pago anual de impuesto a la renta (copia) y/o
 - Declaraciones de pago del impuesto al valor agregado (copias) de los 6 últimos meses.

Se debe tomar en cuenta que de conformidad con la legislación tributaria están obligados a llevar contabilidad y declarar impuesto a la renta las personas naturales cuyos ingresos anuales por ventas o servicios sean superiores a 40.000 usd. La contabilidad deberá ser llevada bajo la responsabilidad y con la firma de un contador autorizado. Por lo tanto el que un cliente lleve contabilidad es un indicio de mayor formalidad financiera. Lo indicado en la legislación tributaria se resume de la siguiente forma:

- Venta anual declarada al SRI mayor a 40.000 usd: Balance General y Estado de Resultados firmados por Contador.
- Venta anual declarada menor o igual a 40.000 usd: cuenta de Ingresos y Egresos, no firmado por Contador.

TABLA 10
RESUMEN PERFIL BÁSICO DE RIESGO DE CLIENTE

Monto del endeudamiento total	Hasta \$ 5.000	Desde \$5.001 hasta \$ 19.999	Desde \$20.000 hasta \$40.000
Edad mínima	21 años	25 años	25 años
Edad máxima	Menor de 70 años, la edad máxima depende de la cobertura del seguro de desgravamen		
Nacionalidad	Ecuatoriana y extranjero residente		
Experiencia en el negocio mínima ecuatorianos: extranjeros:	12 meses 24 meses	24 meses 36 meses	5 años
Tiempo en el local mínimo:	6 meses	12 meses	24 meses
Requisitos patrimoniales adicionales al Art. 72:	No requerido	- Hasta \$14.000: Casa o local propio Deudor o Gte. - Desde \$14.001: Casa o local propio Deudor	Casa o local propio deudor
Teléfono:	Convencional o celular		Convencional en domicilio o trabajo y celular
Experiencia crediticia mínima:	No requerida, depende del producto		Más de 36 meses
Venta anual verificada (no declarada formalmente)	Menor a 200.000 usd		Desde 100.000 usd y menor a 200.000 usd
Información financiera (*)	No requerida		Pago de impuesto a la Renta y/ o Pago de IVA. (*) Balance General y Estado de Resultados según sea el caso

Fuente: *Manual de Políticas de riesgo de credito*, CREDIFE. Marzo 2010.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

3.4.4. Prestatarios excluidos y actividades que no se financian

3.4.4.1. Prestatarios excluidos (deudores y garantes)

No se otorgará créditos a clientes que consten en Listas de Observados de Banco Pichincha y CREDIFE. Para los casos de excepción, la Unidad de Riesgos de CREDIFE, dentro de la política general de excepciones definida por el banco y particular de CREDIFE, será la encargada de determinar las motivaciones y las excepciones para dar cumplimiento a esta disposición.

No se consideran sujetos de crédito a las siguientes personas:

- Personas naturales que han sido procesadas penalmente y que hayan recibido sentencia condenatoria; así como aquellas que se encuentren enjuiciadas por infracciones penales mientras no tengan un sobreseimiento definitivo.

- Clientes que consten en la lista de observados del Banco del Pichincha.
- Otros que en previsión de eventos de riesgo lo determinara la Unidad de Riesgos de CREDIFE.
- No se concederán operaciones de crédito para familiares de hasta segundo grado de consanguinidad y afinidad del personal que forma parte de los procesos de negocios, crédito, recuperaciones, riesgos y auditoría

3.4.4.2. Actividades que no se financian

- Venta de electrodomésticos, mercadería y/o demás productos de dudosa procedencia.
- Siembra y cultivo de productos agrícolas de ciclo largo. Cabe indicar que mantenimiento, ampliación y reposición de cultivos de ciclo largo y actividades agrícolas de ciclo corto si se pueden financiar.²⁷
- Microempresas para subsistencia.
- Necesidades productivas, de consumo o vivienda de Profesionales Independientes con ingreso anual declarado mayor o igual a 40.000 usd, pues según las regulaciones del Banco Central los créditos para estos clientes se catalogan con destino comercial Pymes.

3.4.4.3. De los registros negativos de CREDIFE

No se permitirá la participación en una operación de crédito a clientes que se encuentren en listas de observados de CREDIFE. Esto aplica para deudores, codeudores y garantes con el siguiente perfil:

- Índice de comportamiento superior al 15%, en el último crédito otorgado hasta con dos años de antigüedad desde la fecha de cancelación del último dividendo. Presentar sobregiros en mora y/o más de tres cheques protestados al momento de conceder el crédito.
- Presentar deudas vencidas o en mora en Banco Pichincha en operaciones de crédito directas, indirectas o contingentes.
- Presentar deudas reestructuradas vigentes en el sistema financiero. Registrar calificaciones distintas a "A" en la Central de Riesgos, en cuyo caso se procederá de la siguiente manera:

²⁷ Ejemplo de actividades de ciclo corto: Frutillas, Cebollas, Tomate de árbol, Planteles avícolas, Criaderos porcinos, Criadero de cuyes, Criaderos de guantas, Criadero de codornices, financiamiento de producción lechera, etc.

TABLA 11
POLÍTICAS DE CRÉDITO PARA CLIENTES CON REGISTROS NEGATIVOS EN
CENTRAL DE RIESGOS

POLÍTICA	CENTRAL DE RIESGOS	PRÉSTAMOS NUEVOS Y REPRÉSTAMOS
RIESGOS DIRECTOS La calificación es individual a todos los deudores y garantes del crédito.	A	Independientemente del saldo, el proceso continúa.
	B	Independientemente del saldo debe presentar un certificado de estar al día en los pagos.
	C, D, E	De 0 a 50 usd de riesgo total, con certificación de cancelación total de la deuda, en cualquier institución.
RIESGOS INDIRECTOS	No será considerada el monto de cualquiera de los participantes siempre y cuando sea de riesgo indirecto. Pero en calificaciones B, C, D y E. debe adjuntarse un certificado de estar al día o cancelada la operación.	

Fuente: *Manual de Políticas de riesgo de credito*, CREDIFE. Marzo 2010.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

La Unidad de Riesgos de CREDIFE, con el fin de salvaguardar el incremento del riesgo crediticio, podrá incorporar otros criterios bajo los cuales se ingresarán clientes a la lista de observados y será la encargada de establecer el procedimiento para su implementación y cumplimiento. Esta disposición deberá ser revisada antes de su aprobación y de su cumplimiento deberá encargarse el proceso de visado.

3.4.5. Documentación requerida para la gestión de crédito

La validez de la documentación para análisis será máximo 60 días a partir de la fecha de presentación, excepto la ficha única de datos y el pago de impuestos prediales cuya vigencia es de un año.

La responsabilidad de presentar la información correcta y completa es del ejecutivo de crédito. Previo al envío de la documentación, es responsabilidad del front operativo verificar el cumplimiento de la documentación requerida para cada producto.

- **Formulario de evaluación crediticia FEC del deudor** (Anexo 1).- (en caso de requerir de acuerdo al producto) Debidamente llenado por el ejecutivo de crédito. Este no debe presentar tachones ni enmendaduras. La ficha debe estar firmada por el cliente y el ejecutivo de crédito.
- **Anexo al formulario de evaluación crediticia** (Anexo 2): Este aplica únicamente para los clientes cuya exposición con el Banco (excluido vivienda) sea mayor o igual a 20.000 usd.

- **Ficha única de datos FUD** (Anexo 3): Deudores, codeudores y de garantes. Debidamente llenadas y firmadas por los clientes y el ejecutivo de crédito. La vigencia máxima de este documento es de un año, pero será actualizado cuando se registren cambios en los datos básicos de los clientes, especialmente relacionados con direcciones o teléfonos.
- **Cédulas de identidad.** Copias legibles y actualizadas de las cédulas de todos los participantes en la operación de crédito. El ejecutivo de negocios deberá recibir las copias de las cédulas de identidad confrontándolas con el original que debe presentar el cliente. Para extranjeros que no cuenten con cédula de identidad, se solicitará el certificado de permanencia legal, o el documento del censo actualizado. Para el caso de cónyuges ausentes por situaciones extraordinarias, se solicitará poder en copia certificada o información sumaria en original para el primer ciclo de crédito. A partir del segundo ciclo se podrá aceptar la copia simple de estos documentos en tanto la fecha de vigencia sea menor o igual a dos años.
- **Papeleta de votación.** Copias de las papeletas de votación de todos los participantes.
- **Copia del RUC vigente:** Documento que certifique la existencia del Negocio.
- **Soportes de ingresos.** Aplica para el cónyuge o garante del deudor microempresario. Esta documentación es específica dependiendo de la actividad económica de los sujetos mencionados.
- Los empleados de empresas privadas o públicas deben entregar el **Certificado de ingresos** original actualizado con detalle de ingresos y egresos mensuales, si el certificado no contiene este detalle se requiere presentar adicionalmente el **rol de pagos** del último mes en original o copia certificada. Los justificativos de ingresos deben tener sello de RRHH, Contador o Gerente de la empresa respectiva, sean originales o copias certificadas. La máxima antigüedad de estos documentos es de 60 días.
- Jubilados deben presentar último soporte de pago de jubilación.
- Rentistas. Si el cliente posee ingresos por arriendo de bienes inmuebles de su propiedad, como soporte de estos ingresos deberá presentar copia de contratos de arrendamientos debidamente registrados en el Inquilinato o notariados
- **Soportes patrimoniales.** Copia del pago de impuesto predial del último año o certificado original de propiedad otorgado por cooperativa de vivienda firmado por el Gerente o Presidente de la directiva, con validez máxima de 60 días. Para validar el certificado se debe presentar copia del acuerdo ministerial que certifica la existencia legal de la cooperativa y la vigencia de los nombramientos de la directiva.
- **Planillas de servicios básicos.** Copia del recibo de agua, luz o teléfono, emitido hasta dos meses atrás de la fecha de pago y con sello de cancelado. En caso de no contar con

planilla de servicios básicos de la vivienda o del local propio o arrendado podrá adjuntar una declaración juramentada de que carece de los mismos.

3.4.6. Verificación de la información de crédito

El Área de Riesgos en coordinación con las Áreas de Negocios y Crédito determinará campañas de verificación de la información y proceso de las operaciones de crédito ex - ante y ex - post. Las campañas deberán ejecutarse al menos dos veces al año y los resultados serán presentados a las áreas antes referidas a fin de implementar los ajustes metodológicos necesarios.

3.4.6.1. Verificación telefónica

La verificación telefónica deberá ser orientada hacia la validación de la veracidad y consistencia de la información, no es una simple confirmación de los datos presentados en la solicitud, por lo tanto se requiere que el verificador determine la consistencia de los datos de la solicitud mediante verificación cruzada de la información, por ejemplo entre deudor y garante, entre deudor y su referencia personal.

3.4.6.2. Verificación física

Es obligación del ejecutivo de crédito realizar la visita al negocio del cliente (deudor) para verificar su existencia y levantar la información que requiere el Formulario de evaluación crediticia (FEC). En solicitudes superiores a 5.000 usd, esta verificación se aplicará también al garante si éste es empresario de la microempresa.

El administrador de agencia visitará, previo desembolso, los negocios de clientes considerando una muestra basada en la composición de los niveles de colocación por agencia según lo determine y actualice el Área de Riesgos de manera trimestral.

Adicionalmente, cuando el riesgo consolidado de los clientes con CREDIFE, incluida la nueva operación solicitada, sea mayor a 14.000 usd, se requiere que el ejecutivo de crédito y administrador de agencia realicen una visita domiciliaria a la casa del deudor, dado que para este monto es necesario que el deudor tenga casa propia.

La verificación física se registrará en el campo asignado en la FEC.

3.4.7. De las garantías

Los créditos podrán tener garantía personal solidaria o hipotecaria (propias o de terceros) o prendaria, según el producto o el nivel de riesgo consolidado del cliente. Se podrá procesar operaciones de crédito sin garantía a sujetos con buen comportamiento crediticio. Para el efecto, la Unidad Riesgo de CREDIFE definirá el perfil que el cliente deberá cumplir, así como las características del producto.

Se podrá aceptar garantías hipotecarias o prendarias, de acuerdo con lo establecido en la siguiente matriz:

TABLA 12
TIPOS DE GARANTÍAS Y PORCENTAJES DE COBERTURA PARA EL CRÉDITO

TIPO DE GARANTÍA REAL	COBERTURA MÍNIMA
Hipoteca de vivienda, y/o local comercial	140%
Hipoteca (cobertura $\geq 100\%$) y prenda industrial	150%
Hipoteca de terrenos agrícolas	200%
Certificado de depósito en garantía	100% (K+I)

Fuente: *Manual de políticas de riesgo de crédito*, CREDIFE. Marzo 2010.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

De no completar la cobertura mínima de 140% con hipotecas, se podrá aceptar como complemento prenda industrial abierta, de tal forma que en conjunto ambas garantías tengan una cobertura mínima del 150%, en este caso la cobertura mínima de las hipotecas no podrá ser inferior al 100%.

Se acepta también como garantía certificados de depósito de Banco Pichincha, debidamente pignorados a favor del Banco. La cobertura mínima requerida será el 100% del capital más los intereses del crédito.

Para un nivel de endeudamiento mayor o igual a 20.000 usd se requiere obligatoriamente que el cliente presente una garantía real, ya sea esta hipotecaria de su vivienda o de su local comercial, prenda industrial abierta o certificado de depósito en garantía, con la cobertura mínima antes referida.

3.4.7.1. De las garantías personales

- El garante o su cónyuge no pueden ser garantes de otro cliente de CREDIFE al momento de conceder la nueva operación.
- Una misma persona puede garantizar hasta tres operaciones vigentes, siempre y cuando correspondan al mismo cliente.
- El garante no podrá registrar un índice de comportamiento superior al 15% en su última operación en CREDIFE.
- El garante o su cónyuge no pueden ser socios ni trabajar en relación de dependencia con el deudor o con el cónyuge del deudor, ni tampoco tener ingresos vinculados al negocio del deudor como proveedor o distribuidor.
- La fuente de repago del garante debe proceder de un negocio con una infraestructura diferente y separada a la del deudor.
- No se aceptan garantías cruzadas.
- No se aceptará garantes de la misma actividad y que vivan en la misma casa (hogar).
- No se aceptará garantes que vivan en una provincia diferente a la provincia de residencia del deudor de la operación, salvo el caso de cantones fronterizos.
- No se aceptará como garante personal al cónyuge del deudor así se cuente con la disolución de la sociedad conyugal.
- El garante no debe constar en listas de observados de CREDIFE ni del Banco del Pichincha.
- El garante no puede tener créditos vencidos o en mora en Banco Pichincha
- El garante no debe tener calificaciones de riesgo C, D o E en Banco Pichincha o sistema financiero.

3.4.8. De los seguros

Toda operación de crédito, sin importar su monto, deberá estar cubierta con un seguro de desgravamen que cubra al deudor y codeudor. Las garantías hipotecarias y prendarías deben estar cubiertas por póliza de seguro contra todo riesgo.

3.4.9. Del modelo de gestión de riesgos

El modelo de gestión de riesgo es el conjunto de políticas, acciones y procedimientos utilizado por los funcionarios de crédito de CREDIFE, cuyo objetivo es obtener información que respalde el análisis de

la(s) microempresa(s) que se va(n) a financiar y de esta manera predecir y minimizar el riesgo de la operación y asegurar el repago del crédito. Este modelo contempla lo siguiente:

- Visita a los clientes en sus negocios y levantamiento de información necesaria para el proceso de análisis.
- Seguimiento personalizado "uno a uno" de cada cliente y en forma global de toda su exposición en el Banco.
- Discusión y aprobación crediticia en forma individualizada de cada cliente a través de comités de crédito.
- Revisión periódica de los clientes.
- Prestar mayor atención a la voluntad moral de pago y a la capacidad de pago del cliente que a la situación patrimonial.
- A través de la capacidad de pago excedente determinada en el formulario de evaluación crediticia se podrá determinar la capacidad de pago para todos los créditos.
- Se otorgarán créditos para financiar necesidades productivas del negocio, necesidades personales de consumo duradero y no duradero y necesidades de vivienda.
- Clientes empresarios de la microempresa que presenten solicitudes de crédito de productos parametrizados, como son Habitar y Autoseguro, que no se han gestionado a través de los ejecutivos de crédito de CREDIFE, serán analizados preliminarmente en la Unidad de Análisis de Crédito de Personas. El proceso de aprobación definitiva deberá contar con el análisis y visto bueno del área de Crédito de CREDIFE.

3.4.10. De la forma de pago

Todo crédito se pagará mediante dividendos con periodicidad semanal, quincenal, mensual, bimestral, trimestral, semestral o al vencimiento de un plazo fijo determinado, el mismo será negociado entre el cliente y el ejecutivo de crédito.

El cobro de cuotas se realizará mediante débito automático a la cuenta que el cliente debe mantener en Banco Pichincha. El cliente tendrá la opción de escoger su fecha fija de pago, para créditos con periodicidad mensual.

3.4.11. De los représtamos

Para conceder nuevas operaciones de crédito a clientes que ya han sido beneficiarios de su primera operación de crédito, se tomará en cuenta las siguientes reglas:

- Se considerará re-préstamo cuando el tiempo máximo transcurrido entre la última operación y la nueva no supere los seis meses.
- Se concederá un re-préstamo cuando el indicador de comportamiento de pago de la última operación no sea superior al 15%.

El Área de Riesgos podrá realizar ajustes dentro de los límites máximos cuando la estrategia lo requiera e inclusive podrá plantear diferenciarlos por zonas u oficinas.

3.4.12. De los créditos paralelos

Un cliente podrá tener hasta tres operaciones de crédito en la entidad. La Unidad de Riesgos determinará la posibilidad de normar por zonas u oficinas la variación a esta política tanto en número cuando en condiciones, siempre que ello permita mejorar las condiciones de riesgos de la cartera. Dentro de esta restricción no se considerará tarjetas de crédito, sobregiros y productos aprobados por el Banco.

Para efectos de estos créditos se considerará:

- Que el riesgo total consolidado por cliente se definirá en función de la capacidad de pago, nivel de exposición y experiencia crediticia en el sistema financiero y con CREDIFE.
- Para el análisis de la capacidad de pago y para establecer la instancia de aprobación requerida siempre se sumarán todos los riesgos vigentes más el nuevo crédito propuesto.
- El cliente debe haber cancelado por lo menos tres cuotas de la primera operación otorgada y que se encuentre vigente. Adicionalmente, deberá registrar un indicador de comportamiento menor o igual al 7% en los créditos vigentes.
- Clientes nuevos, sin experiencia crediticia previa en el sistema financiero, podrán aplicar un crédito paralelo si han cancelado al menos las tres primeras cuotas del crédito vigente.

3.4.13. Del seguimiento de clientes

La administración y seguimiento de los clientes es responsabilidad del ejecutivo de crédito quien analizó y recomendó la operación.

El seguimiento implica realizar visitas periódicas al cliente en su negocio con la finalidad de constatar que la actividad no haya sufrido cambios de lugar, línea de comercialización o producción, dueño o

administrador y asegurar así el pago oportuno de los dividendos y cancelación de la operación en forma normal. Cualquier anomalía encontrada debe obligatoriamente ser comunicada a la instancia superior.

El portafolio a cargo del ejecutivo de crédito, podrá ser transferido a otra persona, en el caso de que éste se desvincule de la entidad en forma definitiva o temporal sea por vacaciones, enfermedad, período de maternidad u otro hecho previsto en la política de Recursos Humanos.

En el caso de que el ejecutivo de crédito se separe definitiva o temporalmente de la entidad, la responsabilidad del seguimiento corresponde al administrador de agencia, quien podrá apoyarse con un ejecutivo cercano a la zona de trabajo del ejecutivo que no se encuentra, con el propósito de coordinar las actividades de renovación, evaluación crediticia, seguimiento y cobranza.

3.4.14. Del análisis y aprobación de las solicitudes de crédito

Toda solicitud de crédito debe ser analizada y resuelta por el nivel de aprobación que corresponda conforme al riesgo consolidado del cliente, incluida la operación propuesta.

La propuesta de crédito corresponderá al ejecutivo de crédito que se encuentra a cargo de la relación con el cliente y debe basarse en una evaluación previa que no solo incluya el análisis financiero sino su opinión sobre la voluntad de pago, historial de pagos, análisis de su capacidad de pago y apreciación sobre situación financiera y responsabilidad sobre la unidad familiar. El ejecutivo de crédito debe estar en la capacidad de solventar eficientemente las dudas que puedan surgir.

Los administradores de agencia tienen la responsabilidad de analizar, aprobar o negar dentro de su cupo, las operaciones de crédito presentadas por los ejecutivos de crédito a su cargo. Si la operación corresponde a un nivel de aprobación superior es su responsabilidad sustentar la recomendación de aprobación con el nivel superior que corresponda.

La aprobación debe quedar registrada en el sistema y en el medio de aprobación impreso con los nombres de las personas que recomiendan y aprueban la operación. En el medio deberá quedar registrada la firma del ejecutivo de negocios y del administrador de agencia que propone la operación. También existe la posibilidad de llevar a cabo comités de crédito virtuales, en cuyo caso las aprobaciones quedarán registradas únicamente en el sistema.

Los cupos de aprobación se encuentran dentro de la matriz de crédito correspondiente.

3.4.15. Causas de negación de un crédito

Un crédito puede ser negado por:

- No cumplimiento de uno o más requisitos establecidos en esta política
- Capacidad de pago insuficiente
- Información o documentación de respaldo inconsistente

En caso de negarse la operación crediticia, el particular deberá ser informado por escrito al solicitante de la operación en los formatos establecidos para el efecto.

3.4.16. Del monitoreo y comprobación del destino de los recursos

El ejecutivo de crédito solicitará al cliente la documentación soporte para la adquisición del activo fijo (proforma o acuerdo de venta) y posterior al desembolso (factura o documento que pruebe la transferencia del activo).

Si se comprobara que el cliente no realizó la adquisición del activo fijo y los recursos hubieran sido utilizados para fines distintos al negocio, tales clientes deberán ser visitados por el administrador de agencia, quien informara al departamento de Riesgos de CREDIFE a fin de que se determine si la situación del cliente no se ha desmejorado o que su situación actual podría causar impacto requiriendo una mayor provisión.

Como una medida de prevención del riesgo en la cartera total de CREDIFE, se ha establecido que la cartera vigente del producto activo fijo (incluye compra, remodelación, y construcción de locales comerciales) no debe superar el 25% del total de la cartera vigente de CREDIFE.

3.5. PRODUCTOS Y SERVICIOS

3.5.1. Crédito para activos fijos

Crédito para financiar las necesidades de inversión en activos fijos del negocio. Las necesidades que financia el crédito para activo fijo son:

Maquinaria y equipo: Se financiará a los microempresarios la compra de activos fijos hasta el 80% del valor del equipo, maquinaria (incluye gastos de instalación si lo hubiese).

Vehículos: Se podrá financiar también la compra de vehículos, siempre y cuando sean para uso exclusivo del negocio, el valor del financiamiento máximo será del 70%.

Locales comerciales: También se financiará la compra, remodelación o construcción de locales comerciales hasta el 70% del valor total del proyecto, bajo las siguientes consideraciones:

- *Remodelación de locales comerciales:* Los créditos para remodelación, financiarán los costos de adquisición de materiales, mano de obra en la construcción. Se financiará siempre y cuando el local sea de propiedad de los deudores, para los siguientes destinos:
 - Ampliación de local comercial
 - Construcción de cimentación para paredes
 - Reparación o reemplazo de techos, paredes, pisos, etc.
 - Instalar puertas, ventanas, rejas de hierro u otros elementos de seguridad.

- *Construcción de locales comerciales:* Los créditos para construcción de nuevos locales comerciales financiarán los costos de adquisición de materiales, mano de obra para construir un local comercial dedicado al negocio del cliente. Se financiará siempre y cuando el inmueble sea de propiedad de los deudores.

- *Compra de locales comerciales:* Los créditos para la compra de locales comerciales financiarán el precio negociado y establecido en una promesa de compra-venta de un local para la dedicación exclusiva del negocio del cliente.

- *Compra de predios agrícolas:* Se podrá financiar hasta el 50% del valor de compra de terrenos para la producción agrícola. Solo se financiará a clientes que confirmen una experiencia en esta actividad de al menos tres años en actividades de ciclo corto y al menos cinco años en actividades de ciclo largo.

TABLA 13
CRÉDITO PARA ACTIVOS FIJOS

Garantía	Personal, hipotecaria o prendaria. Se acepta como garantía la prenda industrial abierta únicamente como complemento de la garantía hipotecaria para completar la cobertura mínima requerida de garantías reales		
Bien aceptado para hipotecar	Vivienda, local comercial, terrenos agrícolas		
Bien aceptado para preñar	Maquinarias y vehículos		
Cobertura mínima de garantías reales	Hipoteca abierta: 140% Hipoteca y prenda industrial abierta: 150% Certificado de depósito: 100% capital + intereses		
Seguro	Obligatorio seguro de desgravamen para deudor y codeudor		
Monto mínimo	5.000 usd		
Monto máximo (depende del ciclo del crédito y del destino del crédito)	CICLO	Con garantía personal	Con garantía real
	1ro.	5.000 uds	5.000 uds
	2do. a 3ro.	10.000 usd	10.000 usd
	Desde el 4to.	19.999 usd	19.999 usd
	Desde el 5to.	-	40.000 usd
Porcentaje de financiamiento máximo	DESTINO	% Financiamiento	
	Maquinaria, equipo y vehículo de trabajo	80%	
	Vehículos	70%	
	Compra, construcción o remodelación de local comercial	70%	
	Compra de terreno agrícola	70%	
Plazo Mínimo	3 meses		
Plazo máximo	MONTO	PLAZO MÁXIMO	
	De 500 a 1.000 usd	Hasta 12 meses	
	De 1.001 a 5.000 usd	Hasta 18 meses	
	De 5.001 a 10.000 usd	Hasta 24 meses	
	De 10.001 a 19.999 usd	Hasta 36 meses	
	De 20.000 a 40.000 usd	Hasta 60 meses	

Fuente: Manual de políticas de riesgo de crédito, CREDIFE. Marzo 2010.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

3.5.2. Crédito de consumo

Tiene por objeto el financiamiento de necesidades de consumo para clientes segmentados como microempresarios. Se entiende por consumo al financiamiento de artículos del hogar, electrodomésticos, y/o demás necesidades de tipo familiar o personal.

TABLA 14
CRÉDITO DE CONSUMO PARA MICROEMPRESARIOS

Garantía	Personal, hipotecaria o prendaria. Se acepta como garantía la prenda industrial abierta únicamente como complemento de la garantía hipotecaria para completar la cobertura mínima requerida de garantías reales	
Bien aceptado para hipotecar	Vivienda, local comercial, terrenos agrícolas	
Bien aceptado para preñar	Maquinarias y vehículos	
Cobertura mínima de garantías reales	Hipoteca abierta: 140% Hipoteca y prenda industrial abierta: 150% Certificado de depósito: 100% capital + intereses	
Seguro	Obligatorio seguro de desgravamen para deudor y codeudor. Póliza de seguro contra incendio y/o rayo para el caso de garantías hipotecarias o prendarias, endosado a favor del Banco Pichincha.	
Monto mínimo	300 usd	
Monto máximo	5.000 usd	
Plazo mínimo	2 meses	
Plazo máximo	MONTO	PLAZO MÁXIMO
	De 300 a 1.000 usd	Hasta 12 meses
	De 1.001 a 5.000 usd	Hasta 24 meses

Fuente: *Manual de políticas de riesgo de crédito*, CREDIFE. Marzo 2010.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

3.5.3. Crédito para mejoramiento de vivienda

Este crédito cumple con varios objetivos:

- Contribuir a una mayor penetración del mercado, a través del incremento de cartera y el número de clientes atendidos, haciendo uso de un producto diferenciado que complementa el portafolio de créditos de CREDIFE
- Reducir el desvío de crédito para capital de trabajo a inversiones en vivienda, con la finalidad de disminuir el riesgo de la cartera.
- Fortalecer el vínculo entre CREDIFE y sus clientes, al posibilitar el financiamiento de las diferentes necesidades de éstos.
- Impactar de manera favorable en el mejoramiento de las condiciones de vida de los microempresarios.

Se financiará únicamente el mejoramiento de la vivienda que se constituye la residencia principal del cliente y/o su familiar en primer grado de consanguinidad del deudor o su cónyuge, la vivienda deberá estar ubicada en la zona urbana y urbano-marginal.

El financiamiento podrá dirigirse a:

- Ampliaciones, remodelaciones
- Compra de vivienda usada o nueva.
- Reparaciones y reemplazo de materiales
- Instalación de servicios básicos (agua, luz, alcantarillado, gas, etc.)
- Acabados de construcción.

TABLA 15
CRÉDITO PARA MEJORAMIENTO DE VIVIENDA

Garantía	Personal o hipotecaria, dependiendo del monto del crédito		
Bien aceptado para hipotecar	Vivienda, local comercial, terrenos agrícolas		
Bien aceptado para preñar	Maquinarias y vehículos		
Cobertura mínima de garantías reales	Hipoteca abierta: 140%		
Seguro	Obligatorio seguro de desgravamen para deudor y codeudor. Póliza de seguro contra incendio y/o rayo para el caso de garantías hipotecarias, endosado a favor del Banco Pichincha.		
Porcentaje de financiamiento máximo	Hasta el 70% del valor de la inversión		
Monto mínimo	1.000 usd		
Monto máximo	20.000 usd		
Plazo mínimo	3 meses		
Plazo máximo	MONTO	PLAZO MÁXIMO (Sin vivienda propia)	PLAZO MÁXIMO (Con vivienda propia)
	De 1.000 a 6.000 usd	24 meses	36 meses
	De 6.001 a 12.000 usd	-	48 meses
	De 12.001 a 19.999 usd	-	60 meses

Fuente: *Manual de políticas de riesgo de crédito*, CREDIFE. Marzo 2010.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

3.5.4. Crédito para capital de trabajo

Se financiará la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo; es decir inventarios, cuentas por cobrar y o pasivos del negocio. Este producto está destinado a financiar necesidades de capital de trabajo de negocios catalogados como microempresariales.

**TABLA 16
CRÉDITO PARA CAPITAL DE TRABAJO**

Garantía	Personal, hipotecaria o prendaria. Se acepta como garantía la prenda industrial abierta únicamente como complemento a la garantía hipotecaria para complementar la cobertura mínima requerida en garantías reales.																	
Bien aceptado para hipotecar	Vivienda, local comercial, terrenos agrícolas																	
Bien aceptado para preñar	Maquinarias y vehículos																	
Cobertura mínima de garantías reales	Hipoteca abierta: 140% Hipoteca y prenda industrial abierta: 150% Certificado de depósito: 100% capital + intereses																	
Seguro	Obligatorio seguro de desgravamen para deudor y codeudor. Póliza de seguro contra incendio y/o rayo para el caso de garantías hipotecarias, endosado a favor del Banco Pichincha.																	
Porcentaje de financiamiento máximo	Hasta el 70% del valor de la inversión																	
Monto mínimo	500 usd																	
Monto máximo	<table border="1"> <thead> <tr> <th>CICLO</th> <th>Con garantía personal</th> <th>Con garantía real</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1ro.</td> <td>5.000 usd</td> <td>5.000 usd</td> </tr> <tr> <td>2do. al 3ro.</td> <td>10.000 usd</td> <td>10.000 usd</td> </tr> <tr> <td>Desde 4to.</td> <td>1.999 usd</td> <td>1.999 usd</td> </tr> <tr> <td>Desde 5to.</td> <td>-</td> <td>40.000 usd</td> </tr> </tbody> </table>			CICLO	Con garantía personal	Con garantía real	1ro.	5.000 usd	5.000 usd	2do. al 3ro.	10.000 usd	10.000 usd	Desde 4to.	1.999 usd	1.999 usd	Desde 5to.	-	40.000 usd
	CICLO	Con garantía personal	Con garantía real															
	1ro.	5.000 usd	5.000 usd															
	2do. al 3ro.	10.000 usd	10.000 usd															
	Desde 4to.	1.999 usd	1.999 usd															
	Desde 5to.	-	40.000 usd															
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>DESTINO</th> <th>Con garantía personal</th> <th>Con garantía real</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Maquinaria, equipo y vehículos de trabajo</td> <td>1.999 usd</td> <td>1.999 usd</td> </tr> <tr> <td>Remodelación de local comercial</td> <td>6.000 usd</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Construcción de local comercial o compra de local comercial o predio agrícola</td> <td>1.999 usd</td> <td>1.999 usd</td> </tr> </tbody> </table>			DESTINO	Con garantía personal	Con garantía real	Maquinaria, equipo y vehículos de trabajo	1.999 usd	1.999 usd	Remodelación de local comercial	6.000 usd	-	Construcción de local comercial o compra de local comercial o predio agrícola	1.999 usd	1.999 usd			
	DESTINO	Con garantía personal	Con garantía real															
	Maquinaria, equipo y vehículos de trabajo	1.999 usd	1.999 usd															
	Remodelación de local comercial	6.000 usd	-															
Construcción de local comercial o compra de local comercial o predio agrícola	1.999 usd	1.999 usd																

Porcentaje de financiamiento máximo	<table border="1"> <thead> <tr> <th>DESTINO</th> <th>% Financiamiento</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Maquinaria, equipo y vehículos de trabajo</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>Vehículos</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>Compra, construcción o remodelación de local comercial</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>Compra de terreno agrícola</td> <td>70%</td> </tr> </tbody> </table>	DESTINO	% Financiamiento	Maquinaria, equipo y vehículos de trabajo	80%	Vehículos	70%	Compra, construcción o remodelación de local comercial	70%	Compra de terreno agrícola	70%		
	DESTINO	% Financiamiento											
	Maquinaria, equipo y vehículos de trabajo	80%											
	Vehículos	70%											
	Compra, construcción o remodelación de local comercial	70%											
Compra de terreno agrícola	70%												
Plazo mínimo	3 meses												
Plazo máximo	<table border="1"> <thead> <tr> <th>DESTINO</th> <th>% Financiamiento</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>De 500 a 1.000 usd</td> <td>Hasta 12 meses</td> </tr> <tr> <td>De 1.001 a 5.000 usd</td> <td>Hasta 18 meses</td> </tr> <tr> <td>De 5.001 a 10.000 usd</td> <td>Hasta 24 meses</td> </tr> <tr> <td>De 10.001 a 19.999 usd</td> <td>Hasta 36 meses</td> </tr> <tr> <td>De 20.000 a 40.000 usd</td> <td>Hasta 60 meses</td> </tr> </tbody> </table>	DESTINO	% Financiamiento	De 500 a 1.000 usd	Hasta 12 meses	De 1.001 a 5.000 usd	Hasta 18 meses	De 5.001 a 10.000 usd	Hasta 24 meses	De 10.001 a 19.999 usd	Hasta 36 meses	De 20.000 a 40.000 usd	Hasta 60 meses
	DESTINO	% Financiamiento											
	De 500 a 1.000 usd	Hasta 12 meses											
	De 1.001 a 5.000 usd	Hasta 18 meses											
	De 5.001 a 10.000 usd	Hasta 24 meses											
	De 10.001 a 19.999 usd	Hasta 36 meses											
De 20.000 a 40.000 usd	Hasta 60 meses												

Fuente: *Manual de políticas de riesgo de crédito*, CREDIFE. Marzo 2010.

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

CAPÍTULO IV

EVALUACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS DE CREDIFE

4.1. LOS DATOS

El presente trabajo utiliza las fuentes de bases de datos denominadas perfil de cliente, levantadas por CREDIFE por medio de su fuerza de ventas, para actividades de seguimiento y control de los créditos, a través del formulario de evaluación crediticia (Anexo 1) y la ficha única de datos (Anexo 3). Dicha base de datos contiene información tanto socioeconómica como financiera de cada cliente. Se utilizaron las bases de datos de los años 2006 - 2009. Este estudio se enfoca particularmente en clientes dedicados al sector comercial, diferenciación que la realiza la misma institución ya que también se atienden a microempresarios que brindan servicios y artesanos.

La principal razón de segmentarlo inicialmente a clientes dedicados al comercio es que CREDIFE atiende en su mayoría clientes pertenecientes a esta actividad, un 53%²⁸ de los 84.765²⁹.

Se analizan las agencias pertenecientes a la zona de Quito, incluyendo agencias como la de El Quinche, Guayllabamba, Machachi y Sangolqui.

Con la anterior delimitación de este estudio, el universo de clientes se enfoca a 10.993 clientes activos de crédito promedio entre los años del estudio, para la zona de Quito y solo para clientes dedicados a actividades comerciales.

El proceso de depuración consistió en identificar valores atípicos y eliminar variables que no contenían datos en primera instancia. Debido a que las bases de datos de perfil de cliente se las armaban mes a mes de acuerdo a las operaciones que se iban efectuando, al final de cada año se completaba una base (de enero a diciembre) en la que se podían encontrar clientes con una operación o hasta con dos, esto porque en el año podían existir clientes que efectuaron más de una operación de crédito, haciendo uso de productos que así lo permitan o por haber obtenido montos pequeños.

Lo expuesto causo un problema de continuidad en la información, ya que como se puede entender, por el propio funcionamiento del negocio, en algunos años ocurría que había clientes de ciclo 1 o que obtuvieron su primera operación de crédito mezclados con clientes maduros de más de 10 ciclos de

²⁸ Según el Informe de Composición de Cartera de Créditos, información presentada para el Comité de Crédito. Agosto del 2010. CREDIFE.

²⁹ Boletín Microfinanciero No. 27. A Junio del 2010. Información Estadística. Miembros de la Red Financiera Rural.

crédito, lo cual era constante o similar en todas las bases con las que se disponía; es decir de los años 2005 al 2010³⁰.

Por esta particularidad de la fuente de información, y con los objetivos claros de esta investigación siendo una evaluación de impacto, se decidió buscar un grupo de clientes que propendan hacer operaciones de crédito continuas en todos los años del periodo de análisis y por lo cual se los pueda encontrar en las bases de perfil de cliente que se tenía. Lamentablemente existen fenómenos particulares que salen de alcance de este estudio como el nivel de deserción de algunos clientes que, al haber obtenido operaciones de crédito de la institución, luego perdieron interés por contratar nuevas operaciones de crédito. Esto posiblemente se deba a cuestiones de competencia entre instituciones financieras que los captaron como nuevos clientes, por migración, cambio del negocio o de actividad económica, o que en el mejor de los casos dejaron de ser considerados del segmento microempresarial y pasaron a Banca PYMES; cuestión que podría suceder con clientes maduros de ciclos de créditos superiores.

Para conseguir un grupo para el cual sea posible una medición del impacto económico de los servicios financieros de CREDIFE, en el periodo de aplicación del estudio (2006 – 2009), se necesitó identificar los clientes que registraron operaciones de crédito desde el 2006 y continuaron en ciclos de crédito hasta el 2009. Esto implica que la población estudiada sería de clientes que presentaron al menos una nueva operación de crédito año tras año.

La base provista por parte de CREDIFE conforma un panel discontinuo y desbalanceado que, antes de depurarlo como se explicará, contaba con observaciones de más de 10 mil clientes y más de 44 variables (pertenecientes al Formulario de Evaluación de Crédito y a la Ficha Única de Datos) para el periodo 2006 – 2009.

Los cruces de las bases de datos pretendían identificar clientes que cumplan con la condición de haber hecho al menos una nueva operación de crédito todos los años del periodo de análisis. Se filtro el año 2007 por clientes que hayan tenido 2 ciclos de crédito, con lo cual de 11.374 clientes quedaron 1.933. De allí se necesitaba que los mismos clientes de ciclo 2 en 2007 hubieran tenido su primera operación de crédito, es decir ciclo 1 en 2006; por lo cual y cruzando 2008 y 2009 para encontrar dichos clientes ciclo 1 en 2006 y ciclo 2 en 2007, el resultado final fue de 158 clientes.

La base de datos de panel con la que en definitiva se va a trabajar tiene 474 observaciones (158 clientes pertenecientes a la zona de Quito para el periodo 2006 - 2009) y más de 50 variables. Serán

³⁰ La información para el año 2010 se completo hasta el mes de Septiembre.

los que nos indiquen mediante una regresión con datos en panel la relación que tienen las diferentes variables incluidas en el modelo y el crédito de CREDIFE en el ingreso de las microempresas o sus ventas mensuales.

4.2. CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA MUESTRA

Para hacer una descripción breve de la base de clientes que se va a analizar, se explican las variables categóricas del conjunto, lo cual nos dará una idea más clara del tipo de grupo que tratamos.

Se tiene que un 38% de la muestra de clientes son hombres y un 62% son mujeres. Esto contrastado con el último informe de la Red Financiera Rural, en el que tenemos que el 49% de clientes que componen el total de la cartera de créditos son mujeres, posiblemente nos puede dar un indicio del comportamiento por género que cada individuo tiene para hacer consecutivamente operaciones de crédito.

La característica de esta muestra es que la mayoría son mujeres y es posible que por esa condición sean más propensas a contratar más créditos; de nuevo, ese tipo de comportamientos rebasan este estudio, al formar parte de las condiciones que puedan hacer que un cliente sea desertor o salga de los programas de financiamiento con los que cuenta la institución; sin decir que sería muy interesante determinar las causas de este fenómeno y las conclusiones a las que se puede llegar.

Es importante también saber la condición civil de los individuos de la muestra. Un 57% son casados. De estos clientes casados se tiene que 44% son hombres y 56% mujeres.

Un 20% de la muestra son solteros, de los cuales 31% son hombres y un 69% son mujeres. Clientes divorciados representan un 8%; 38% de ellos hombres y 62% mujeres. Viudos un 6%; 20% hombres y 80% mujeres.

Unidos son un 6% de la muestra también; 43% hombres y 57% mujeres y apenas un 2% de la muestra estudiada son Separados sin condición de ser divorciados; y se distribuyen entre un 11% hombres y 89% mujeres.

Algo muy interesante es saber que de la muestra el 50% de los clientes tuvieron instrucción primaria; de este porcentaje 40% son mujeres y 60% son hombres.

Un 42% de la muestra de clientes tuvieron instrucción secundaria; de ellos 39% son hombres y 61% mujeres. Se puede decir entonces que esta instrucción académica es la más pareja y no encuentra

discriminación en género, ya que es la misma distribución que se tiene del total de clientes solo tomando en cuenta el sexo. El resto, un 7% del total de clientes tuvo instrucción académica superior. A diferencia de la instrucción secundaria, se conoce que hay más mujeres con instrucción superior que hombres, dado el comparable del total de la muestra por género; un 26% para hombres y 74% para mujeres.

Como se había tratado antes, esta distribución concuerda con la idea del cliente que CREDIFE tiene como objetivo y maneja, es por eso que los clientes requieren de tratamientos especiales en cuanto a asesoría y tecnificación financiera en sus propios negocios.

La mayoría de los individuos de la muestra estudiada realizan sus actividades comerciales desde un local comercial, considerablemente en porcentaje superior a los que realizan sus actividades desde un mercado, desde un centro comercial o si lo hacen en calidad de semiambulantes con las características que estos últimos deben reunir como se explico en el capítulo 3.

TABLA 17
PORCENTAJE DE CLIENTES DE LA MUESTRA POR AGENCIA

AGENCIA CREDIFE	% TOTAL
CCNU	1%
Recreo	1%
Quito Sur	1%
Quinche	1%
Calderón	3%
Inca	3%
Guayllabamba	3%
Sangolqui	4%
Cotocollao	4%
San Francisco	6%
Chillogallo	6%
Camal	6%
Machachi	6%
6 de Diciembre	7%
Cotocollao	7%
Punto Pago Sur	8%
Carapungo	9%
Comité del Pueblo	9%
Tumbaco	16%
TOTAL	100%

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (muestra delimitada)
Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

Es importante conocer, aparte del entorno del negocio, el entorno geográfico desde el cual realizan sus actividades comerciales los clientes estudiados. La tabla 17 es muy descriptiva, y nos representa la distribución de clientes por anclaje en alguna de las Agencias que CREDIFE tiene en la zona de Quito. Se tiene que en Agencias como CCNU, El Recreo, Quito Sur y el Quinche hay 5 clientes de los 158 (un 5%). Agencias como Calderón y Guayllabamba suman un 6%, 3% cada uno, y son importantes porque es destacable conocer el nivel de atención para zonas dispersas del Distrito Metropolitano y que por su condición se entendería que cuentan con su propia clientela siendo negocios zonales. Más adelante en el análisis veremos de qué tipos de negocios son los que se están tratando, y que tipos de negocios son los más frecuentes entre la muestra.

La Agencia de Tumbaco es la que más clientes tiene según los supuestos y condiciones definidas para este estudio, y es muy interesante, ya que como se indico, es mejor medible un efecto de impacto cuando se tiene una zona en la cual existan clientes dispersos geográficamente y suplan necesidades de demanda de las familias de la misma zona, con un propio mercado y cartera de clientes.

TABLA 18
TIPO DE NEGOCIOS DE LOS CLIENTES DE LA MUESTRA ANALIZADA

TIPO DE NEGOCIO	ENTORNO NEGOCIO	Número de clientes de la muestra	% por tipo de negocio
Artículos de hogar	Centro comercial	1	4%
	Local comercial	4	
	Semiambulante	1	
Artículos de oficina y papelería	Local comercial	6	4%
Bazar y papelería	Local comercial	12	9%
	Semiambulante	3	
Bodegas	Local comercial	1	1%
Calzado	Centro comercial	1	1%
	Local comercial	1	
Consumo masivo	Local comercial	1	1%
	Semiambulante	1	
Distribución de gas	Local comercial	1	1%
Distribución de madera	Semiambulante	1	1%
Farmacias	Local comercial	1	1%
Frigoríficos y cárnicos	Local comercial	8	5%
Libros y revistas	Local comercial	1	1%
Licorería	Local comercial	1	1%
Mariscos	Local comercial	3	3%
	Mercado	1	
Materiales y equipos de construcción	Local comercial	2	1%
Muebles	Local comercial	1	1%

Pollos y huevos	Local comercial	2	2%
	Mercado	1	
Productos agrícolas	Local comercial	20	20%
	Mercado	11	
Productos plásticos	Local comercial	1	1%
	Semiambulante	1	
Repuestos de vehículos	Local comercial	1	1%
	Semiambulante	1	
Ropa	Centro comercial	7	15%
	Local comercial	10	
	Semiambulante	6	
Telas y alfombras	Local comercial	1	1%
Tienda naturista	Semiambulante	1	1%
Viveres y abarrotes	Local comercial	40	27%
	Mercado	2	
	Semiambulante	1	
TOTAL		158	100%

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (muestra delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres.

Entre las actividades más recurrentes de los clientes que se analizan están la venta de víveres y abarrotes, o tiendas del sector o barrio, con un 27% de los clientes analizados. Esta actividad la realizan desde locales comerciales casi en su totalidad como se entendería, y desde un mercado lo hacen apenas 2 de los 43.

Le siguen la venta de productos agrícolas, con un 20% de los casos, realizando esta actividad en su mayoría desde su local comercial, y en menor proporción desde un mercado. La venta de artículos de ropa es igual muy recurrente, la realiza un 15% de la muestra y lo interesante de esta actividad es que la realizan también clientes con condición de semiambulantes que como se explico, pueden realizar su gestión comercial como vendedores bajo catálogos.

Suman un 13% de la muestra las actividades de bazar y papelería, y los que exclusivamente venden artículos de oficina y papelería. La mayoría de estos clientes lo hacen desde un local comercial.

Para definir una agrupada, se puede decir que en un 10% de la muestra se financian actividades de venta de productos cárnicos, pollos pelados y huevos, así como mariscos y productos del mar. La mayoría de estas actividades se desarrollan desde un mercado y en menor proporción desde un local comercial.

Es muy interesante conocer la diversidad de negocios que se financian, y también por otra parte conocer la oferta que estos clientes efectúan en sus zonas, para satisfacer necesidades de personas que los tienen al alcance, geográficamente.

Para ser una muestra relativamente pequeña se puede concluir que de todas formas se recogen la mayoría de actividades que CREDIFE financia

4.3. VARIABLES DEL MODELO

4.3.1. Estadísticas descriptivas

Para hacer una primera aproximación descriptiva de las variables de los 158 individuos analizados en este trabajo, se presentan las estadísticas descriptivas por cada variable incluida en el modelo. Dichas estadísticas descriptivas se obtuvieron utilizando la ayuda del programa STATA SE, Versión 10.0.

Todas las variables de la base de datos constan de 3 observaciones para cada individuo, correspondientes a los años 2007, 2008 y 2009 y una única variable retardada de monto financiado, en la cual se utiliza la información de los clientes de la base de datos del 2006.

GRÁFICO 6
ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS
Variable edad
edad

Percentiles		Smallest			
1%	25		23		
5%	26		24		
10%	28		24	Obs	474
25%	32		24	Sum of wgt.	474
50%	40			Mean	41.1308
			Largest	Std. Dev.	10.74398
75%	50		66		
90%	56		67	Variance	115.4332
95%	59		67	Skewness	.3733024
99%	66		68	Kurtosis	2.09585

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (muestra delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

Lo más interesante y destacable de esta variable es que para los 158 clientes de la muestra se tiene que la edad media está en 41 años con una desviación estándar de 11 años. El indicador de simetría nos indica que la distribución es asimétrica con un sesgo positivo a la derecha de la distribución.

De acuerdo a los percentiles que se presenta, se dice que en la distribución en el 50% central hay clientes con 40 años, un dato parecido a la media muestral. En el 25% superior la edad va entre los 50 y 68 años. Esto nos puede hacer pensar que son clientes que tienen un mayor nivel de aptitud empresarial y de experiencia. El 25% inferior de microempresarios de la muestra nos indica que el cuartil más joven de la muestra está entre los 23 y 32 años.

GRÁFICO 7
ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS
Variable gastos familiares

gastos familiares				
	Percentiles	Smallest		
1%	120	48		
5%	170	75		
10%	207	75	Obs	474
25%	310	103	Sum of wgt.	474
50%	441		Mean	501.4557
		Largest	Std. Dev.	340.0534
75%	590	1353		
90%	885	1530	Variance	115636.3
95%	1050	2800	Skewness	5.351733
99%	1310	4800	Kurtosis	59.81763

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (muestra delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

Es interesante describir esta variable en particular, debido a la idea clara que nos puede dar con respecto a la situación familiar y presupuestaria de los hogares de los microempresarios clientes de CREDIFE. Tenemos que la media de gastos familiares es de 501 usd, valor que nos refleja el promedio de consumo para los periodos 2007, 2008 y 2009. La media de microempresarios clientes de CREDIFE destinó este valor de gasto para sus hogares.

Para contrastar este dato se acudió a la serie de datos histórica del INEC de Canasta Básica Familiar Nacional. Se tiene que el precio anual promedio en dólares para los años 2007 - 2009 es de 460.80, 500.34 y 520.76 usd respectivamente.

Esto hace que en el periodo de análisis, la Canasta Básica Familiar haya estado en aproximadamente 482.39 usd promedio; es decir que comparado con los 501 usd promedio que gastaban los clientes de CREDIFE de nuestra muestra, podríamos asumir que su situación familiar estaba solventada de buena manera.

En todo caso es decisivo considerar los clientes en el 50% de la distribución, que tuvieron gastos familiares de 441 usd; y comparado al dato medio del costo de la canasta básica familiar en el periodo

de análisis obtenido de la serie de INEC (482.39 usd), tenemos que el 50% inferior de la distribución de clientes de la muestra no pueden en su totalidad cubrir una canasta básica familiar, y la media que se obtuvo tiene como puntos palanca a clientes que destinan mayores recursos a su gasto familiar, de allí no solo se puede concluir que tienen una situación económica familiar solventada.

Hay ciertas cosas interesantes que también nos arrojan las estadísticas descriptivas de esta variable. La desviación estándar nos dice que hay dispersiones de 340 usd de la media de 501 usd. La medida de simetría nos dice que la distribución tiene más datos hacia la derecha o que existe un sesgo positivo en la distribución; es decir más clientes que destinan un valor superior al promedio estimado.

De acuerdo a los percentiles que se presenta, se dice que en la distribución en el 50% central hay clientes que gastan 441 usd, un dato no muy parecido a la media muestral. En el 25% superior el gasto familiar está entre los 590 usd y los 1.353 usd. El 25% inferior de microempresarios de la muestra nos indica que el grupo que menos recursos destina a gastos del hogar está entre los 103 usd y 310 usd.

GRÁFICO 8
ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS
Variable experiencia en el negocio

experiencia en el negocio				
	Percentiles	Smallest		
1%	2	2		
5%	3	2		
10%	4	2	Obs	474
25%	5	2	Sum of Wgt.	474
50%	7		Mean	9.601266
		Largest	Std. Dev.	6.184896
75%	12	30	Variance	38.25294
90%	18	31	Skewness	1.413184
95%	24	31	Kurtosis	4.56689
99%	30	32		

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (muestra delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

Una variable muy interesante dentro de las que se listan en la base de datos de perfil de clientes, es la que indica la cantidad de años a las que el cliente se ha dedicado a la misma actividad comercial. La media de la distribución indica que son 10 los años promedio a los que los clientes de la muestra les han dedicado a su actividad. El cliente con mayor experiencia en su negocio dice haberse dedicado 32 años a la misma actividad, y seguramente es algo a lo que se dedicaron sus padres.

GRÁFICO 9
ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS
Variable ventas mensuales

ventas mensuales				
	Percentiles	Smallest		
1%	1420	1307.1		
5%	1893	1307.1		
10%	2375.5	1400	Obs	474
25%	3100	1406	Sum of wgt.	474
50%	4335		Mean	5427.311
		Largest	Std. Dev.	3597.278
75%	6768	19426.4		
90%	10043	19468	Variance	1.29e+07
95%	12800	24600	Skewness	2.36614
99%	19308	31200	Kurtosis	11.74077

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (muestra delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

La media de la distribución para la variable ventas mensuales nos indica que el promedio de ventas al mes para los clientes de la muestra asciende a 5.400 usd. El cliente que menos vende al mes indica un dato de 1.300 usd, se dedica a la venta de víveres y abarrotes, está anclado a la agencia de Tumbaco, realizando su actividad comercial desde un local y el que más vende mensualmente es un cliente dedicado a la venta de productos agrícolas, realiza su actividad comercial desde un mercado y está anclado en la agencia Punto Pago Sur. Sus ventas mensuales ascienden a 31.200 usd.

GRÁFICO 10
ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS
Variable activos

activos				
	Percentiles	Smallest		
1%	1034	607		
5%	2025	940		
10%	2726	1000	Obs	474
25%	4156	1003.1	Sum of wgt.	474
50%	6166		Mean	7950.337
		Largest	Std. Dev.	5952.217
75%	10070	38395		
90%	15600	39526.75	Variance	3.54e+07
95%	19150	39526.75	Skewness	2.319999
99%	30904	46850	Kurtosis	11.36719

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (muestra delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

La media de activos nos indica que en promedio los clientes tienen en total para el funcionamiento de sus negocios 7.950 usd, entre dinero invertido en activos fijos o dinero corriente. El apuntalamiento de esta distribución es alto, sugiriendo que la tendencia es hacia valores altos más que para bajos, es decir que la mayoría de clientes registran buenos niveles de activos para el funcionamiento de sus negocios.

GRÁFICO 11
ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS
Variable utilidad neta

utilidad neta				
	Percentiles	Smallest		
1%	288	-2609		
5%	425	-464		
10%	547.2	216	Obs	474
25%	811.5	287.1	Sum of Wgt.	474
50%	1228		Mean	1989.412
		Largest	Std. Dev.	2379.538
75%	2336	12832		
90%	4030	15770	Variance	5662200
95%	5676	16203	Skewness	4.862714
99%	12530	28210	Kurtosis	40.76055

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (muestra delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

La utilidad neta es una variable que se obtiene de manera recursiva haciendo uso del formulario de evaluación crediticia, y se obtiene de restar los costos de ventas de las ventas mensuales. Con ese valor denominado utilidad bruta se restan los gastos operativos del negocio y finalmente el resultado es la utilidad neta.

El excedente familiar con el que el jefe de hogar o microempresario cuenta para poder destinar al mismo negocio o al ahorro surge de restar los gastos familiares y la cuota del crédito de la utilidad neta; siendo prerrogativa del mismo microempresario el monto que se puede destinar para reinversiones en el negocio.

Siguiendo la lógica del análisis, y como se indico antes, la media de las ventas mensuales asciende a 5.420 usd, mientras que la media de la utilidad neta es de 1.990 usd. Es decir, los costos de ventas medios aproximadamente llegan a los 2.930 usd.

La media de la utilidad bruta es de 2.490 usd y la media de la utilidad neta es de 1.990 usd; es decir los gastos operativos del negocio ascendieron a 500 usd en promedio.

La media de los gastos familiares de esta muestra asciende a 500 usd. Se puede decir entonces que en promedio, los clientes de esta selección cuentan entre dinero destinado para la cuota del crédito y excedente familiar con 1.490 usd promedio.

GRÁFICO 12
ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS
Variable monto financiado

		monto financiado			
	Percentiles	Smallest			
1%	667.88	505.05			
5%	1000	505.05			
10%	1143.43	600	Obs		474
25%	2222.22	606.06	Sum of Wgt.		474
50%	4040.4		Mean		4757.264
		Largest	Std. Dev.		3464.148
75%	5600	17676.77	Variance		1.20e+07
90%	10000	18000	Skewness		1.906825
95%	11000	24000	Kurtosis		9.079245
99%	16161.62	26868.69			

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (muestra delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

El crédito medio desembolsado por CREDIFE, por cliente de la muestra, asciende a 4.750 usd. El monto desembolsado más alto en el periodo de análisis fue de 26.870 usd. El monto desembolsado más pequeño fue de 500 usd y como se indico en el capitulo concerniente a la institución, existen algunos productos que tienen como mínimo dicho monto. La desviación estándar de la distribución es de 3.460 usd; es decir dicho valor más o menos la media descrita anteriormente desembolsada. Como se indico, la institución estudia la situación del cliente para evitar sobreendeudamientos que perjudiquen la situación empresarial y familiar del cliente y por el otro lado que pongan en peligro el estado de cartera de créditos sacrificando recursos para destinarlos a provisiones o que aumente y el riesgo de crédito global, lo que para la CREDIFE puede resultar en penalizaciones por deterioro de la cartera, y por consiguiente menores recursos para su funcionamiento, como se explico en el capítulo dedicado a la institución.

4.4. MODELOS Y RESULTADOS

4.4.1. Análisis de datos de panel

Como se había mencionado en la metodología, el presente trabajo utilizara técnicas econométricas con el fin de probar o refutar las hipótesis propuestas. El informe estará estructurado de manera tal que se llegara a dar con el modelo propuesto más adecuado y con el cual se pueda explicar de mejor manera las variables que contribuyen al mejoramiento de las ventas y la situación económica de las familias de microempresarios clientes de CREDIFE.

Para enfocarnos mejor en el análisis de los datos en panel, primero hay que hacer una breve recapitulación de la teoría detrás de la técnica a emplearse.

Los datos de panel se refieren a una serie de corte transversal observada repetidamente en varias ocasiones, donde se puede identificar a nuestra unidad de observación durante todo este período. Una característica común de estos datos es que la muestra “transversal” de individuos N tiende a ser relativamente larga, comparada con el número de veces que ésta es observada a través del tiempo T .

El análisis de datos de panel es cada vez más frecuente debido a la disponibilidad de datos y paquetes informáticos para procesarlos.

Entre los beneficios que nos puede brindar la utilización de datos de panel para análisis econométricos están:

- *Mayor precisión de nuestros coeficientes.*- Desde un punto de vista netamente estadístico, al incrementar el tamaño de la muestra, vamos a disminuir la varianza de nuestros coeficientes, y por ende estos van a ser más precisos. Por ejemplo, un panel de datos de individuos que ha sido observado en 3 períodos, en principio, triplica el tamaño de la muestra para estimar nuestro modelo. Sin embargo, lo anterior no es la principal ventaja de utilizar datos de panel frente a los datos de corte transversal.
- *Control de efectos individuales.*- En nuestro modelo pueden existir variables explicativas que estén correlacionadas con otras variables que no podemos observar. En este caso surgen sesgos importantes si se estima el modelo utilizando el método de los Mínimos Cuadrados Ordinarios. Si tenemos datos de panel, podemos corregir estos sesgos aún sin contar con variables instrumentales. En conclusión, los métodos de datos de panel, permiten controlar los efectos individuales no observados por el econometrista.

- *Control de efectos temporales sin agregación.*- Un problema común de estudios de series de tiempo consiste en que al agregar el comportamiento individual de los individuos durante una unidad de tiempo, se introducen sesgos importantes. Esto puede ser corregido con el análisis de datos de panel.

4.4.1.1. El Modelo general de datos de panel³¹

La especificación general de un modelo de regresión con datos en panel es la siguiente:

$$Y_{it} = \alpha_{it} + X_{it}\beta + u_{it} \quad (1)$$

Con $i = 1, \dots, N$; $t = 1, \dots, T$.

Donde i se refiere al individuo o a la unidad de estudio (corte transversal), t a la dimensión en el tiempo, α es un vector de interceptos de N parámetros, β es un vector de K parámetros y X_{it} es la i -ésima observación al momento t para las K variables explicativas.

En este caso, la muestra total de las observaciones en el modelo vendría dado por $N \times T$; es decir una matriz (158 clientes x 3 años).

A partir de este modelo general, y con base a ciertos supuestos y restricciones acerca del valor de algunos de los parámetros, se pueden derivar algunas otras variantes de modelos de datos de panel.

Es usual interpretar los modelos de datos de panel a través de sus componentes de errores. El término de error u_{it} incluido en la ecuación (1), puede descomponerse de la siguiente manera:

$$u_{it} = \mu_i + \delta_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

En donde μ_i representa los efectos no observables que difieren entre las unidades de estudio pero no en el tiempo, que generalmente se los asocia a la capacidad empresarial, por ejemplo.

A δ_t se le identifica con efectos no cuantificables que varían en el tiempo pero no entre las unidades de estudio.

Y por último ε_{it} se refiere al término de error puramente aleatorio.

³¹ BALTAGI Badi, *Econometric Analysis of Panel Data*. John Wiley & Sons, Ney York, 2008.

La mayoría de las aplicaciones con datos de panel utilizan el modelo de componente de error conocido como “one way” para el cual $\delta_t = 0$. Las diferentes variantes para el modelo “one way” de componentes de errores surgen de los distintos supuestos que se hacen acerca del término μ_i .

Pueden presentarse tres posibilidades:

- El caso más sencillo es el que considera al $\mu_i = 0$, o sea, no existe heterogeneidad no observable entre los individuos o firmas. Dado lo anterior, los u_{it} satisfacen todos los supuestos del modelo lineal general, por lo cual el método de estimación de mínimos cuadrados clásicos produce los mejores estimadores lineales e insesgados.
- La segunda posibilidad consiste en suponer a μ_i un efecto fijo y distinto para cada firma. En este caso, la heterogeneidad no observable se incorpora a la constante del modelo.
- La tercera alternativa es tratar a μ_i como una variable aleatoria no observable que varía entre individuos pero no en el tiempo.

La estimación del modelo propuesto depende de las suposiciones que se llevan a cabo respecto a la intersección, los coeficientes de las pendientes y el término de error u_{it} . Existen varias posibilidades:

1. Suponer que la intersección y los coeficientes de las pendientes son constantes respecto al tiempo y al espacio, y que el término de error expresa las diferencias en el tiempo y en los individuos.
2. Que los coeficientes de las pendientes son constantes, pero la intersección varía respecto a los individuos.
3. Que los coeficientes de las pendientes son constantes, pero la intersección varía en cuanto al tiempo y a los individuos.
4. Que todos los coeficientes, tanto la intersección como los coeficientes de las pendientes, varían con cada individuo.
5. Que la intersección así como los coeficientes de las pendientes cambian con los individuos y el tiempo.

Como puede notarse, cada uno de estos casos presenta una creciente complejidad para la estimación de los modelos de regresión con datos en panel.

4.4.1.2. El Modelo sin efectos individuales

El enfoque más simple y sencillo es omitir las dimensiones del espacio y del tiempo de los datos agrupados y solo calcular la regresión MCO usual. Es decir con este ejercicio se acumulan las 158 observaciones de clientes microempresariales, una encima de otra, lo cual da como resultado 474 observaciones para cada una de las variables en el modelo.

En primer lugar se asume que $\alpha_{it} = 0$, es decir que no existen efectos individuales y que nuestro objetivo es estimar β de cada variable. Se asume también que μ_i , como componente del término de error, es un efecto fijo y distinto para cada firma. En este caso, la heterogeneidad no observable se incorpora a la constante del modelo. Entonces nuestro modelo se reduce a:

$$Y_{it} = X_{it}\beta + u_{it} \quad (3)$$

La pregunta principal que se desea responder, tiene que ver con respecto a si el servicio financiero de CREDIFE se constituye en una herramienta que permite el desarrollo de las actividades comerciales de sus clientes; es decir sus ventas.

Uno de los objetivos que persigue la investigación es saber la contribución, o como explican ciertas variables propuestas el nivel de ventas de los negocios de clientes de Quito dedicados a actividades comerciales que CREDIFE financia. La forma funcional es la siguiente:

$$\text{Ventas} = f(\text{Monto financiado}, \text{Monto financiado}_{t-1}, \text{Activos}, \text{Utilidad neta}_{t-1}, \text{Edad}, \text{Genero}, \text{Instrucción académica}, \text{Entorno del negocio}, \text{Experiencia en el negocio})$$

Para poder “suavizar” la base, es decir, para obtener relaciones entre los coeficientes de las variables de forma relativa y no absoluta se procedió con ayuda del paquete informático STATA S.E. a transformar las series en datos logarítmicos para ingresarlos así en el modelo.

Se introdujeron las series logarítmicas de cada variable y se corrió una regresión con el método MCO con variables dicótomas (*dummies*).

$$\begin{aligned} \ln V_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \ln M_{it} + \beta_2 \ln M_{it-1} + \beta_3 \ln Act_{it} + \beta_4 \ln UN_{it-1} \\ & + \beta_5 \ln Edad_{it} + \alpha_0 + \alpha_1 \text{Male} + \gamma_0 + \gamma_1 \text{Prim} + \gamma_3 \text{Sup} \\ & + \lambda_0 + \lambda_1 \text{CC} + \lambda_3 \text{Merc} + \lambda_4 \text{SAmb} + \beta_6 \ln EXP_{it} + u_{it} \end{aligned}$$

La serie que se tiene para la variable “*M*”, o monto financiado, corresponde a los desembolsos para cada año totalizados. Del mismo modo para “*M_{t-1}*”, que en cambio es una variable retardada que inicia tomando datos del 2006 hasta el 2008 para poder medir un posible efecto de créditos de un periodo anterior con relación al mejoramiento de la situación en ventas. La variable “*Act*” para activos, corresponde a los levantamientos y actualizaciones que se dieron por cada cliente cuando se realizaba una nueva operación de crédito haciendo uso del formulario de evaluación crediticia (Anexo 1) y representa el total de los activos fijos y corrientes que el negocio cuenta para su actividad y giro de negocio.

Así mismo la variable “*UN*” de utilidad neta, que se levanto con el formulario de evaluación crediticia en la parte del estado de resultados, mismo que el ejecutivo de crédito construye de la información cruzada que el cliente proporciona. Se entiende por utilidad neta al resultado de:

$$\begin{aligned} \text{Ventas mensuales} - \text{Costo de ventas} &= \text{Utilidad bruta} \\ \text{Utilidad neta} &= \text{Utilidad bruta} - \text{Gastos operativos del negocio} \end{aligned}$$

A final de cuentas la utilidad neta nos indica el excedente familiar.

Las variables “*Genero*”, “*Instrucción académica*” y “*Entorno del negocio*” son variables dicótomas o *dummies*, las cuales, de acuerdo a su categoría se estructuraron como sigue:

- *Genero*.- Divididos entre hombres y mujeres
- *Instrucción académica*.- Se tiene clientes con niveles académicos: Elemental, primaria, secundaria y superior
- *Entorno del negocio*.- Describe desde donde realiza su actividad comercial cada microempresario, o como se lo cataloga de acuerdo al lugar en el que realiza el giro su negocio. Existen: centro comercial, local comercial, mercado y semiambulante.

Los resultados del modelo descrito se presentan en el siguiente Grafico:

GRÁFICO 13
REGRESION MCOVD SIN EFECTOS INDIVIDUALES

Linear regression

Number of obs = 464
F(12, 451) = 88.46
Prob > F = 0.0000
R-squared = 0.6510
Root MSE = .33517

lventasmen~s	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
lmontofina~0	.1377993	.0258706	5.33	0.000	.0869574	.1886412
lmontofina~1	.1297279	.0313057	4.14	0.000	.0682048	.1912511
lactivos	.1434793	.0300582	4.77	0.000	.0844079	.2025507
lutilidadn~1	.5106158	.0405328	12.60	0.000	.4309591	.5902724
ledad	-.1099112	.0747821	-1.47	0.142	-.2568758	.0370534
dgenero1	.0264953	.0331015	0.80	0.424	-.038557	.0915475
dinstrucc1	-.3681143	.1709944	-2.15	0.032	-.7041589	-.0320696
dinstrucc3	-.0255599	.0348406	-0.73	0.464	-.0940299	.0429101
dentorno1	-.0081617	.0524062	-0.16	0.876	-.1111524	.0948289
dentorno3	.2548534	.0883749	2.88	0.004	.0811757	.4285311
dentorno4	-.0935721	.040453	-2.31	0.021	-.1730719	-.0140722
l experienc~o	.012222	.0287901	0.42	0.671	-.0443575	.0688014
_cons	1.755537	.3920493	4.48	0.000	.9850669	2.526007

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

El gráfico 13 muestra los resultados de la regresión mínimos cuadrados ordinarios con variables dicótomas (dummies) con un nivel de confianza del 95% obtenido de estimar la función para este caso, descrita anteriormente, con estimadores robustos (sin heteroscedasticidad).

El valor de r^2 , el cual mide la bondad de ajuste de la ecuación de regresión, o que tan bien explican en conjunto las variables independientes la variable dependiente es de 0.65.

La prueba de significancia global, es decir la prueba F, que toma como hipótesis alternativa asumir que todos los estimadores β son diferentes de cero, en el caso tiene como valor 88.46, y dicho valor, tiene probabilidad F de cero de posibilidades de cometer un error tipo 1; es decir, aceptar la hipótesis nula que nos dice que todos los β son cero. Es decir el modelo es globalmente significativo.

Explicando los regresores, principalmente se entiende que el Monto Financiado, a decir los servicios financieros de CREDIFE, en un mismo periodo contribuye en un 14% al incremento de las ventas. Es decir por cada 1 usd financiado por CREDIFE, las ventas aumentan en el mismo periodo en 0.14 usd. Esta Variable es estadísticamente significativa por la prueba t . Se tiene que el intervalo de confianza al 95% lleva estos resultados entre 0.09 usd y 0.19 usd, este es el efecto entre los diferentes tipos de clientes dadas sus características socioeconómicas.

El Monto financiado del periodo anterior es igual estadísticamente significativo y de esto podemos inferir que las ventas del periodo siguiente de efectuado un crédito varían como estimación puntual en 0.13 usd por cada 1 usd de crédito otorgado en el periodo anterior y van, con un intervalo de confianza del 95% entre 0.07 y 0.19 usd. Como esta variable esta retardada, pero dicha consideración no se toma en cuenta en el modelo, los resultados son muy parecidos al monto financiado en el mismo periodo, y ya que CREDIFE no varía mucho en los montos que financia de un periodo a otro será un error hacer conclusiones de estos resultados, es por eso que se debe adecuar un modelo en el cual este tipo de efectos se noten. Dicho modelo se desarrollará más adelante.

Un resultado también muy importante tiene que ver con la medida en que los activos actuales con los que cuenta el negocio explican el nivel de ventas del mismo periodo. Se tiene que los activos totales (fijos y corrientes) contribuyen un 14% al nivel de ventas; es decir que lo que cada empresa se haga de activos, productivos o no para el negocio, significaran un incremento de un 14% de las ventas mensuales.

Esto puede decir mucho o dar buenas pistas para clientes que buscan invertir sus créditos en equipos o maquinaria productiva para incrementar sus ventas, y se puede conocer que mediante el producto de CREDIFE en el que se financian estos destinos se puede tener este efecto positivo. El intervalo de confianza al 95% nos indica que las ventas representan entre el 8 y 20% del nivel de activos con el que el negocio cuenta.

La utilidad neta del periodo anterior sugiere que las ventas se incrementarían un 51% de haberlas invertido en el propio negocio en su totalidad al periodo siguiente. Dicho intervalo de confianza para esta variable sugiere que los resultados pueden ir desde un 43 a un 59% de efecto en ventas del periodo posterior.

De la variable edad se tiene que hay un 86% de nivel de confianza de no tener un coeficiente igual a cero, de acuerdo a la probabilidad de t obtenida. La estimación puntual nos indica que las ventas aumentara linealmente un 0.11% cuando la edad del cliente cambie un año.

La variable dicótoma de género sugiere, según la prueba t , tener un nivel del 58% de confianza en que el estimador puntual no sea cero. Dado que es una dicótoma que relaciona el sexo femenino contra el masculino, se indica que cuando se es del sexo masculino en este grupo particular, y se contratan operaciones de crédito en CREDIFE, se tienen 0.03% más posibilidades de incrementar las ventas.

Las variables dicótomas de instrucción son significativas a un 97% si se tiene nivel de instrucción Primaria y al 54% cuando se tiene nivel de instrucción superior. Es decir las estimaciones puntuales tienen esas probabilidades de ser diferentes de cero, y que los coeficientes sean significativos.

La variable dicótoma de entorno del negocio resultan estadísticamente no significativas globalmente, siendo solo significativa la que indica que es 25% mejor realizar actividades comerciales desde un mercado que con respecto a realizarlas desde un local comercial. Y que esto explica un mayor nivel de ventas al final del mes.

Por último, la variable experiencia en el negocio no resulta altamente significativa, ya que la probabilidad de cometer un error tipo 1 es del 67%. Es decir es significativa con probabilidad del 33%. La interpretación económica de este fenómeno particular puede deberse a la poca sofisticación o diferenciación que tienen este tipo de negocios, las escasas barreras de entrada para posibles nuevos competidores y los precios bajos de los productos que ofrecen.

En este modelo no se establece un seguimiento de los individuos a través del tiempo. Es decir, el principal supuesto del modelo descrito es que los coeficientes β son iguales para todos los individuos en todas las unidades del tiempo analizado; a decir 2006 – 2009.

Es importante señalar que en el modelo existen variables explicativas correlacionadas con otras variables que no podemos observar. Debido a que asumimos que $\alpha_{it} = 0$, es decir, los efectos individuales no se tomaron en cuenta, estimar los coeficientes del vector β con Mínimos Cuadrados Ordinarios nos arroja problemas de endogeneidad en el modelo. Es decir, el término de error estaría relacionado con algunas de las variables independientes.

De igual manera existen problemas de sesgo sobre los estimadores de los parámetros de las variables explicativas de la selección, y existe heterogeneidad no observable a través del tiempo y entre las unidades de estudio, que el modelo no contempla. Si hacemos uso de la naturaleza de los modelos de datos en panel, podemos corregir estos sesgos aún sin contar con variables instrumentales.

Con lo expuesto anteriormente, y con la necesidad de corregir los problemas de sesgo de la estimación de nuestros parámetros, se introduce un procedimiento adicional para estimar el modelo en un sistema de datos de panel: implica el reconocimiento de que las variables omitidas pueden generar cambios en los interceptos ya sea a través del tiempo o entre unidades de corte transversal, en este caso el modelo de efectos fijos trata de aproximar estos cambios con variables dicótomas (dummy) y será el modelo que se explique y desarrolle para esta investigación.

El otro modelo a tomar en cuenta, sin que este haya sido el utilizado en la investigación, es el de efectos aleatorios, que trata de capturar estas diferencias a través del componente aleatorio del modelo.

Una forma simple, y de hecho la más utilizada, de considerar esta heterogeneidad es empleando los modelos de intercepto variable. Así, el modelo lineal es el mismo para todas las unidades o individuos bajo estudio, pero la ordenada al origen es específica a cada una de ellas.

4.4.1.3. El Modelo con efectos individuales

4.4.1.3.1. El Modelo de efectos fijos

Como se indicó brevemente, una posibilidad es explicar los datos con el modelo de efectos fijos en el que se considera que existe un término constante diferente para cada individuo, y supone que los efectos individuales son independientes entre sí.

Con este modelo se considera que las variables explicativas afectan por igual a las unidades de corte transversal y que éstas se diferencian por características propias de cada una de ellas, medidas por medio del intercepto. Es por ello que los N interceptos se asocian con variables dicótomas (*dummy*) con coeficientes específicos para cada unidad, los cuales se deben estimar.

Para la *i*-ésima unidad de corte transversal, la relación es la siguiente:

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta X_{it} + u_{it} \quad (4)$$

Donde el subíndice *i* representa un vector columna de unos. Debe hacerse notar que en este modelo se presenta una pérdida importante de grados de libertad.

Para el modelo propuesto, y considerando los resultados de la regresión sin efectos individuales, descrita y explicada anteriormente, se propone una forma funcional excluyendo los términos que fueron estadísticamente no significativos e incluyendo variables dicótomas para los años del análisis (2007 - 2009).

$$\begin{aligned} \ln V_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \ln Act_{it} + \beta_2 \ln UN_{it-1} + \beta_3 \ln Edad_{it} + \alpha_0 + \alpha_1 Y2008 \\ & + \alpha_2 Y2009 + \gamma_0 + \gamma_1 Prim + \gamma_3 Sup + \lambda_0 + \lambda_1 Male \\ & + \beta_4 \ln EXP_{it} + u_{it} \end{aligned}$$

GRÁFICO 14
REGRESION DATOS PANEL, EFECTOS FIJOS

```

Fixed-effects (within) regression           Number of obs   =       474
Group variable: id                         Number of groups =       158

R-sq:  within =  0.3896                    Obs per group:  min =        3
        between = 0.3345                    avg =       3.0
        overall = 0.3286                    max =        3

corr(u_i, xb) = 0.2143                     F(8, 308)      =       24.57
                                                Prob > F       =       0.0000
    
```

lventasmen~s	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
dyear2	.1115459	.0491601	2.27	0.024	.0148137	.208278
dyear3	.3343595	.091438	3.66	0.000	.1544373	.5142817
lactivos	.2014222	.0310337	6.49	0.000	.1403573	.2624871
lutilidadn~1	.0605439	.04381	1.38	0.168	-.0256609	.1467486
ledad	-.4941253	1.81595	-0.27	0.786	-4.067363	3.079113
dgenero1	-.1007178	.1417842	-0.71	0.478	-.3797061	.1782705
dinstrucc1	(dropped)					
dinstrucc3	-.1121803	.099549	-1.13	0.261	-.3080626	.0837019
lexperienc~o	.0145	.1638967	0.09	0.930	-.3079988	.3369989
_cons	7.968686	6.472343	1.23	0.219	-4.766917	20.70429
sigma_u	.43877326					
sigma_e	.19752641					
rho	.83148955	(fraction of variance due to u_i)				

F test that all u_i=0: F(157, 308) = 8.03 Prob > F = 0.0000

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

El gráfico 14 muestra los resultados de la regresión de datos de panel con variables dicótomas (dummies) que expresan el efecto individual de cada cliente, con un nivel de confianza del 95% obtenido de estimar la función para este caso, descrita anteriormente.

El valor de r^2 , el cual mide la bondad de ajuste de la ecuación de regresión, o que tan bien explican en conjunto las variables independientes la variable dependiente es de 0.39.

La prueba de significancia global, es decir la prueba F, que toma como hipótesis alternativa asumir que todos los estimadores β son diferentes de cero, en el caso tiene como valor 24.57, y dicho valor, tiene probabilidad F de cero de posibilidades de cometer un error tipo 1; es decir, aceptar la hipótesis nula que nos dice que todos los β son cero. Es decir el modelo es globalmente significativo.

Este modelo incluye variables dicótomas para los años 2008 y 2009, asumiendo 2007 como año base. Lo que se entiende de los resultados es que para el 2008 se incrementaron las ventas como estimación puntual en un 11% con respecto al 2007. El intervalo de este parámetro nos indica que se pueden obtener valores en el 95% de las veces entre 1 y 20%.

Debe entenderse que para este grupo de clientes que contaron en 2007 con 2 operaciones de crédito, para el 2008, cuando contaron con al menos 3 operaciones de crédito ya su nivel de ventas se pudo incrementar en un 11%.

Para el año 2009, las ventas cambian en 33% con respecto al 2007. Esta estimación puntual tiene un valor de probabilidad de cero, es decir estadísticamente significativo y confiable. El intervalo de confianza sugiere valores entre un 15 y 51% de impacto o cambios positivos en las ventas. Esto significa que para el 2009, los clientes de esta muestra contaron con al menos 4 operaciones consecutivas de crédito.

Los activos que cada empresa dispone en cada periodo de análisis explican el 20% de las ventas de la empresa. Es decir, lo que en el balance totalizaría como activos, dicho valor genera un 20% de ventas para el negocio. Es ahí muy importante destacar empresas que buscan crecer en ventas, su mejor estrategia sería aumentar sus activos, sean fijos o corrientes para garantizar anualmente un crecimiento de la magnitud descrita. El intervalo de confianza va entre 14 y 26% en incrementos potenciales en ventas. Cabe destacar que esta variable es estadísticamente significativa.

La utilidad neta es significativa con un nivel de confianza del 83%, es decir 17% de probabilidades de que nuestro parámetro sea cero y no explique las ventas de los microempresarios. Se tiene que por cada 1 usd de utilidad neta de un periodo anterior se tendrán incrementos de 0.06 usd para el periodo siguiente.

Variables como edad, género e instrucción académica resultaron ser significativas con un 22, 53 y 74% de probabilidades de no obtener valores de cero para cada una de las estimaciones del parámetro correspondiente. La experiencia en el negocio resulta ser estadísticamente no significativa, ya que solo hay un 7% de probabilidades de que la estimación del parámetro sea diferente de cero, o que la variable propuesta explique el nivel de ventas de una microempresa financiada por CREDIFE.

Un razonamiento económico de los resultados obtenidos con respecto a la experiencia en el negocio, contrario a lo que se puede pensar, resulta no contribuir en el nivel de ventas, ya que se trata de negocios que no requieren de mayor nivel de conocimiento técnico porque no existe mayor sofisticación en el giro del negocio. Son actividades que fácilmente se pueden aprender, y este argumento contribuye a lo expuesto, que son negocios que no cuentan con mayores barreras de entrada para competir por clientes, sino más bien el obstáculo mayor puede ser el financiamiento.

En este modelo no se incluyo la variable monto financiado, ni monto financiado en el periodo anterior, aprovechando las bondades que brinda este modelo en el cual se descompone el término de error de la manera en cómo se explico en párrafos anteriores. La idea principal es ver el grado de asociación que tienen los efectos no observables o variables no observables con los servicios financieros de CREDIFE, es decir las variables que escaparon la base de datos y que no se tomaron en cuenta en los modelos sin efectos individuales y con efectos individuales.

Los resultados de la regresión subsecuente, habiendo estimado el término de error de la regresión de datos en panel con efectos fijos, se presentan en el siguiente grafico:

GRÁFICO 15
REGRESIÓN DEL TÉRMINO DE ERROR DE DATOS PANEL CON MONTO FINANCIADO

Source	SS	df	MS			
Model	7.25129309	2	3.62564654	Number of obs =	464	
Residual	8.36793544	461	.018151704	F(2, 461) =	199.74	
				Prob > F =	0.0000	
				R-squared =	0.4643	
				Adj R-squared =	0.4619	
				Root MSE =	.13473	
Total	15.6192285	463	.033734835			

u	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
1montofina~1	.1422931	.00988	14.40	0.000	.1228777	.1617086
1montofina~0	.0638563	.009306	6.86	0.000	.045569	.0821437
_cons	6.770903	.0852261	79.45	0.000	6.603423	6.938383

Elaboración: Autor. (STATA S.E. Version 10)

El gráfico 15 muestra los resultados de la regresión del término de error del modelo de datos de panel con variables dicótomas (dummies) que expresan el efecto individual de cada cliente, con un nivel de confianza del 95%.

El valor de r^2 , el cual mide la bondad de ajuste de la ecuación de regresión, o que tan bien explican en conjunto las variables independientes la variable dependiente es de 0.46.

La prueba de significancia global, es decir la prueba F, que toma como hipótesis alternativa asumir que todos los estimadores β son diferentes de cero, en el caso tiene como valor 199.74, y dicho valor, tiene probabilidad F de cero de posibilidades de cometer un error tipo 1; es decir, aceptar la hipótesis nula que nos dice que todos los β son cero. Es decir el modelo es globalmente significativo.

Se tiene que a los efectos o variables no observables en los microempresarios clientes de CREDIFE que contribuyen a un incremento en el nivel de ventas, se puede contabilizar una contribución de un

14% como efecto para incrementar las ventas atribuible a los servicios financieros de CREDIFE; servicios proporcionadas en un periodo anterior. Un razonamiento económico a este resultado puede sugerir que variables propias del cliente y de su microempresa como destrezas gerenciales, niveles de emprendimiento, ubicación geográfica de los negocios, etc., que explican el nivel de ventas de cada una, se le puede sumar la contribución de los servicios financieros de CREDIFE, que sirven como una ventaja más que les puede significar de utilidad para poder mejorar su situación económica.

La contribución de créditos de un mismo periodo significa un 6% de relación con los efectos no observables que contribuyen a un incremento en ventas de los negocios microempresariales.

Estas dos estimaciones son estadísticamente significativas, los intervalos de confianza para los créditos de un periodo anterior van entre el 12 y 16% y para los créditos del mismo periodo entre 4 y 8%.

CAPÍTULO V

RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez cumplidos los objetivos que se plantearon en la investigación, el presente capítulo recoge los resultados alcanzados, los mismos que permitieron verificar positivamente la mayoría de las hipótesis planteadas al inicio del trabajo.

5.1. CONCLUSIONES

Los microcréditos son préstamos que se otorgan en favor de personas de escasos recursos para la puesta en marcha de pequeños negocios que les permitan generar ingresos con los que puedan mejorar sus condiciones de vida y la de sus familias. Se basan en la confianza hacia la persona y su proyecto empresarial y no en el tradicional aval o garantía de carácter patrimonialista. Surgen en los países en vías de desarrollo en la década de los setenta, concretamente en Bangladesh a través del profesor Muhammad Yunus, fundador del Banco Grameen, y en Brasil por medio de John Blatchford, fundador de ACCION International.

Desde entonces, se han ido expandiendo al resto de las regiones del mundo, existiendo, a 31 de diciembre de 2009, 3.316 instituciones microfinancieras que han concedido microcréditos a 133 millones de clientes.

Su eficacia en la reducción de la pobreza ha suscitado recientemente su réplica, por parte de los gobiernos, las organizaciones sociales y las entidades financieras, en los países más avanzados como una herramienta para fomentar el autoempleo y, de este modo, favorecer la inclusión social y financiera de los sectores más vulnerables de la sociedad.

En el caso ecuatoriano, entre las políticas públicas e iniciativas tendientes a favorecer el desarrollo del microcrédito, cabe destacar la creación del Programa Nacional de Finanzas Populares, Emprendimiento y Economía Solidaria. Esta iniciativa busca coordinar los programas públicos y privados de microcrédito existentes para evitar la duplicación de esfuerzos y la reducción de costos operativos y servir como un instrumento para canalizar adecuadamente los recursos financieros en beneficio de las actividades de economía solidaria. El programa busca también potenciar las actividades emprendedoras de la población, apoyando técnica y financieramente a las instituciones microfinancieras, y fomentando la cooperación y el desarrollo de nuevos y mejores servicios financieros.

Resultado de la fuerte expansión de los microcréditos, cada vez son más los donantes, los gobiernos, las entidades financieras, los académicos y otros agentes sociales en todo el mundo interesados en comprender y demostrar la validez de este instrumento financiero en la erradicación de la exclusión social y financiera entre los colectivos más vulnerables de nuestra sociedad.

Demostrar el impacto de los microcréditos justificaría la inversión realizada en la puesta en marcha de estos programas y, además, contribuiría a la mejora en la gestión de los programas. Pues bien, desde la década de los noventa, se han llevado a cabo numerosos estudios de evaluación de impacto de programas de microcrédito, de los que los más rigurosos se han realizado en Asia, donde el sector microfinanciero cuenta con un mayor desarrollo.

El presente estudio profundiza el análisis de trabajos investigativos con respecto a evaluaciones de impacto de los microcréditos. Como se conoció en la primera parte de este estudio, el sector de microfinanzas es muy importante en el Ecuador, ya que se abarcan temas de autoempleo, emprendimiento y satisfacción de la demanda de estratos más bajos, que encuentran en los negocios de este tipo de microempresarios la manera más adecuada de satisfacer sus necesidades de consumo. En países como los nuestros, este tipo de iniciativas hacen que una familia pueda salir adelante cuando las necesidades son crecientes y las ofertas para un empleo formal son escasas, sobre todo cuando existen asimetrías estructurales en cuanto a oportunidades, empezando desde la formación académica.

De igual manera, las barreras de entrada para poder conformar un negocio de las características que se analiza son muy pocas, y hacen existan más negocios del mismo tipo, haciéndolos una buena opción por estar más al alcance geográficamente, por disponer de variedades de productos o por ofrecer productos en algunos casos de menor precio.

Esto es posible cuando se dispone del financiamiento necesario, que haga que una buena opción de inversión sea realizable, y es ahí cuando la gestión de CREDIFE, como la de cualquier institución microfinanciera tiene justificación y su razón de ser.

Es muy importante mencionar que CREDIFE tiene escala de alcance más que escala de profundidad. Es decir, no busca atender a clientes con microcréditos de subsistencia, es decir a los más pobres, porque cuenta con fondos que necesitan ser manejados con criterios de minimización del riesgo crediticio; en lugar de eso, procura financiar iniciativas microempresariales que sean rentables y que le posibiliten acompañar al cliente en su progreso económico.

De esta manera los servicios que oferta CREDIFE pueden llegar a más clientes, en más zonas a nivel nacional, contribuyendo de esta manera al desarrollo económico del país.

Es importante mencionar que la institución que más ha crecido, que tiene más clientes activos de crédito y la que concentra mayor cartera de créditos es CREDIFE. Lo dicho es para acompañar un punto en el párrafo anterior en el que se menciona la escala de alcance con la que CREDIFE funciona. Sin duda era un caso a considerar pero no solo desde el lado institucional, sino desde los clientes que son los beneficiarios y directos sujetos de impacto.

Para concluir en lo útiles que son los servicios financieros que oferta CREDIFE, este trabajo analizó el impacto económico de los servicios financieros de la institución, utilizando un panel de 158 clientes que comprende un periodo desde el año 2006 hasta el 2009. Se parte del hecho de que las diferencias del tipo de negocio, así como de las características socioeconómicas y del negocio del microempresario conllevan a diferencias importantes en los resultados comerciales y la situación económica del hogar, pudiendo estar sesgadas las microempresas que disponen de mejor calidad de activos, mayor clientela, o que el jefe o jefa de hogar que la maneja pueda disponer de mejores niveles de educación, más experiencia en el negocio y habilidades gerenciales que finalmente ayuden a una mayor estabilidad económica y comercial.

Gracias a la técnica econométrica empleada, se pudo establecer que en el tipo de clientes analizados, algunas de las características socioeconómicas de los clientes y del negocio no contribuyeron finalmente al incremento en ventas como se puede pensar, cuestión que se explica y sustenta a seguir.

La experiencia en el negocio no resulto ser significativa, y concluyendo esto se explica porque estamos tratando negocios que no requieren un alto grado de conocimiento o sofisticación técnica para su manejo. Es decir que la curva de aprendizaje para poder manejar el negocio es corta. A esto se puede explicar también que no haya resultado estadísticamente significativo el nivel de instrucción de cada cliente. Para además explicar el buen desempeño del negocio, sin que las dos variables anteriores hayan sido necesarias para el efecto, se tiene que CREDIFE cuenta entre sus servicios financieros la asesoría técnica para la organización del negocio, para que el cliente se habitúe al manejo de cuentas contables, rotación de inventarios, etc. Es posible que este aporte se liste entre las variables no observables del modelo de datos en panel que se explican en el término de error.

Un resultado del modelo de datos en panel, con efectos fijos, refleja que para el año 2008 se incrementó las ventas como estimación puntual en un 11% con respecto al 2007. El intervalo de este parámetro indica que se pueden obtener valores en el 95% de las veces entre 1 y 20%.

Debe entenderse que para este grupo de clientes que contaron en 2007 con 2 operaciones de crédito, para el 2008, cuando contaron con al menos 3 operaciones de crédito ya su nivel de ventas se pudo incrementar en un 11%.

Para el año 2009, las ventas cambiaron en 33% con respecto al 2007. Esta estimación puntual es estadísticamente significativa y confiable. El intervalo de confianza sugiere valores entre un 15 y 51% de impacto o cambios positivos en las ventas. Esto significa que para el 2009, los clientes de esta muestra contaron con al menos 4 operaciones consecutivas de crédito.

Los activos que cada empresa dispone en cada periodo de análisis explican el 20% de las ventas de la empresa. Es decir, lo que en el balance totalizaría como activos, dicho valor generará un 20% de ventas para el negocio. Es ahí muy importante destacar que para empresas que buscan crecer en ventas, su mejor estrategia es aumentar sus activos, sean fijos o corrientes para garantizar anualmente un crecimiento de la magnitud descrita. El intervalo de confianza va entre 14 y 26% en incrementos potenciales en ventas. Cabe destacar que esta variable resulta ser estadísticamente significativa.

La utilidad neta es significativa con un nivel de confianza del 83%, es decir 17% de probabilidades de que el parámetro sea cero y no explique las ventas de los microempresarios. Se tiene que por cada 1 usd de utilidad neta de un periodo anterior se tendrán incrementos de 0.06 usd para el periodo siguiente.

A los efectos o variables no observables en los microempresarios clientes de CREDIFE, que contribuyen a un incremento en el nivel de ventas, se puede contabilizar una contribución de un 14% como efecto para incrementar las ventas atribuible a los servicios financieros de CREDIFE; servicios proporcionadas en un periodo anterior. Un razonamiento económico a este resultado sugiere que destrezas propias del cliente y ventajas competitivas de su microempresa como destrezas gerenciales, niveles de emprendimiento o ubicación geográfica de los negocios, etc., que explican el nivel de ventas de cada una, se le puede sumar la contribución de los servicios financieros de CREDIFE, que sirven como una ventaja más que les puede significar de utilidad para poder mejorar su situación económica.

La contribución de créditos de un mismo periodo significa un 6% de relación con los efectos no observables que contribuyen a un incremento en ventas de los negocios microempresariales.

Estas dos estimaciones son estadísticamente significativas, los intervalos de confianza para los créditos de un periodo anterior van entre el 12 y 16% y para los créditos del mismo periodo entre 4 y 8%.

Como lo reflejan los resultados obtenidos, las mayores conclusiones de la investigación, en perfecto alineamiento con las hipótesis de este trabajo académico, indican que el acceso de los clientes a los programas de financiamiento de CREDIFE mejora la situación económica y comercial de los negocios, permitiendo también un desarrollo de las actividades económicas del país.

Los impactos económicos de los Servicios Financieros proporcionados por CREDIFE giran alrededor del crecimiento de los ingresos de la microempresa y de sus activos.

5.2. RECOMENDACIONES

Es muy importante fomentar un estudio experimental, en el que se pueda determinar el efecto que tienen los servicios microfinancieros en el nivel de ventas de los microempresarios, sin diferenciación de institución, dado que este es un buen indicador del nivel de ingresos familiares que son la mayor fuente para disposición del gasto familiar que pueden tener las familias dependientes de una microempresa en el Ecuador.

Como política pública, se necesita recuperar el consumo a través del incremento del ingreso de las familias ecuatorianas, especialmente en la población de menores recursos. Se conoce que entre las familias de menores recursos, existen niveles altos de participación de personas en una microempresa.

Es por esto que, como medida de política pública, llegar a conocer los efectos positivos de los diferentes programas de microfinanzas puede lograr que se disponga de un mercado mucho más dinámico, que nos permita contar con tasas de interés más asequibles para los clientes, sin afectar instituciones que persiguen la sustentabilidad financiera y operacional de mercado como CREDIFE; las que inicialmente deben cubrir costos altos para la gestión de la colocación del crédito.

Para demostrar que existe una relación directa o de causalidad entre la participación en un programa de microcrédito y los cambios en las condiciones de vida de quien participa en dicho programa, lo ideal sería estudiar a un cliente con y sin microcrédito en un mismo momento en el tiempo.

Como esto es imposible, el objetivo de toda evaluación de impacto de un programa de microcrédito se convertiría en establecer un grupo control o de comparación creíble formado por individuos que son idénticos en todos los sentidos a los clientes del microcrédito o grupo de intervención, salvo que no están accediendo al crédito. En este caso, de manera similar a los estudios de médicos, el impacto se mediría a través de la comparación en el tiempo de indicadores claves entre los individuos que han

experimentado la intervención (la concesión de un microcrédito) y aquellos que no la han experimentado (grupo control).

Sin embargo, en la realidad resulta muy complejo establecer un grupo de control válido ya que quienes acceden a un microcrédito se ven afectados por factores observables o no observables que influyen en los resultados.

Esto se conoce como el sesgo de selección, del que se habla en el modelo de mínimos cuadrados ordinarios con variables dicótomas, y en el caso de los programas de microcrédito viene determinado, sobre todo, por el lugar del emplazamiento del programa y por el mayor espíritu empresarial de quienes solicitan este tipo de préstamos.

Según el tipo de diseño de estudio que se escoja (experimental u observacional) se podrá eliminar en mayor o menor medida este sesgo de selección. Los estudios experimentales (con asignación aleatoria de los individuos entre los grupos de intervención y control) o cuasi experimentales son los más rigurosos, pero en la práctica apenas se realizan por su elevado costo económico, razón por la cual debe promovérsela desde el Estado.

Los estudios más comunes en el campo de los microcréditos son los estudios observacionales, ya sean de cohortes con seguimiento en el tiempo (datos en panel), o de corte (transversales) con la recogida de datos en un determinado punto en el tiempo. La falta de precedencia temporal en éstos últimos, sólo permite establecer asociaciones plausibles, pero nunca causalidad, entre la concesión del microcrédito y la mejora en las condiciones socioeconómicas de quien lo recibe.

En los estudios observacionales, como el planteado, se resuelve el sesgo de selección suponiendo que quienes desean acceder a un microcrédito poseen la misma iniciativa empresarial y viven en una zona próxima a aquellos individuos que ya están dentro del programa.

Como estrategia comercial de CREDIFE, se debe procurar fidelizar a los clientes activos, esto posibilitará una disminución de los costos financieros y no financieros en la tramitación de otros créditos en otras instituciones financieras, contando con una atención ágil y oportuna; desde el lado de los clientes.

Esto último puede disminuir el riesgo moral y de selección adversa de un potencial nuevo beneficiario. A su vez, según los resultados de esta investigación, se conoce que los servicios financieros de CREDIFE efectivamente contribuyen o acompañan el progreso económico de los negocios de sus clientes, por ende, mientras mayor sea el número de negocios atendidos, con más y mayores montos

de crédito mayor será el aporte al desarrollo económico del país, cumpliendo al 100% con la misión de la institución, expuesta en el capítulo dedicado a la misma.

Se debe procurar conseguir beneficios de doble vía: Evitar el sobreendeudamiento del cliente en el resto del sistema financiero nacional y para CREDIFE minimizar los niveles de cartera vencida.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

ABDALA Ernesto, *Manual para la evaluación de impacto en programas de formación para jóvenes*, CINTERFOR, Montevideo, 2004.

ADAMS Dale y VON PISCHKE James, *Undermining Rural Development With Cheap Credit*, Westview Press, Miami, 1987.

BAKER Judy, *Evaluación del impacto de los proyectos de desarrollo en la pobreza: manual para profesionales*, Banco Mundial, Washington, 2000.

BALTAGI Badi, *Econometric Analysis of Panel Data*. John Wiley & Sons, Ney York, 2008.

COHEN Ernesto y FRANCO Rolando, *Gestión Social. Cómo lograr eficiencia e impacto en las políticas sociales*, Siglo XX Editores, México DF, 1992.

DELFINER Miguel. *Microfinanzas: Un análisis de experiencias y alternativas de regulación*, 2005.

GONZÁLEZ María, *La Evaluación ex - post o de Impacto: Un reto para la gestión de proyectos de cooperación internacional al desarrollo*, En <http://www.imacmexico.org/filedownload.php> Evaluaci%F3n_de_impacto.pdf.

GUJARATI Damodar. *Econometría*. MCGraw Hill. 2008.

GULLI Hege, *Microfinanzas y Pobreza: ¿Son validas las ideas preconcebidas?*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C, 1996.

JACOME Hugo, *Microfinanzas en la economía ecuatoriana: una alternativa para el desarrollo*, FLACSO Sede Ecuador, Quito, 2004.

JORDAN Fausto, *La Situación, tendencias y posibilidades de las microfinanzas*, Abya Yala, Quito, 2005.

MARULANDA Beatriz y OTERO María, *Perfil de las microfinanzas en Latinoamérica: Visión y característica*, ACCION Internacional, Boston, 2005.

MAGIL John y MEYER Richard, *Encuesta nacional de la microempresa en Ecuador*, Proyecto SALTO USAID, Quito, 2006.

MAGIL John y MEYER Richard, *Microempresas y microfinanzas en el Ecuador: Resultados de la línea base*, Proyecto SALTO USAID, Quito, 2004.

MENOU Michael, *Measuring the impact of information on development*, International Development Research Centre, Ottawa, 1993.

RICO GARRIDO Silvia, *Anexo I – Revisión de los Principales Estudios de Evaluación de Impacto de Programas de Microcrédito. Microcrédito Social, Una Evaluación de Impacto*, Fundación Caixa Catalunya, Madrid, 2009.

SANDOVAL DE ESCURDIA José y MUÑOZ Richard, *Los indicadores en la evaluación del impacto de programas*, Sistema integral de Información y Documentación. Banco Mundial, 2003.

STUFFLEBEAM Daniel y SHINKFIED Anthony, *Evaluación Sistemática: Guía teórica y práctica*, Paidós, Barcelona, 1993.

VON PISCHKE James y MATTHAUS Maier, *Microfinance investment funds: Leveraging private capital for economic growth and poverty reduction*, Westview Press, Miami, 1984.

YUNUS Muhammad, *Does the Capital System Have to be the handmaiden of the rich?*, 85th Rotary International Convention, Taipei, 1994.

DOCUMENTOS DE TRABAJO

FELABAN (Federación Latinoamericana de Bancos), *Bancarización para la Mayoría: Microfinanzas Rentables y Responsables*, 2005

PÁGINAS WEB

CAMACHO Kleber, *Retos para evaluar el impacto de Internet: el caso de las organizaciones de la sociedad civil centroamericana*, En <http://www.um.es/fccd/anales/ad07/ad0703.pdf>.

RED FINANCIERA RURAL En: <http://www.rfr.org.ec/>

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS DEL ECUADOR.
Codificación de Resoluciones

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS DEL ECUADOR.
Boletines Financieros

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
Boletín de Tasas de Interés

MICROENTERPRISE INNOVATION PROGRAMS www.mip.org USAID

OHIO STATE UNIVERSITY www.agecom.eg.ohio-state.edu/ruralfinance

ACCION INTERNACIONAL www.accion.org

Análisis de Costos Unitarios (Empresas Comerciales):

LÍNEAS DE PRODUCTO	1. Costo Unitario	2. Precio Unitario	3. Utilidad Ventido Unit.	4. Utilidad Neta Unit.	5. Costos de Ventas (1x2)	6. Ventas Mensuales (2x3)	7. Inventario (1x4)
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
7.							
8.							
Otros productos	----->						
TOTALES:					Fin + Inventario	Fin + Inventario	Fin + Inventario General

Estado de Resultados:		Balance General:	
Ventas mensuales		Disponible	
Ventas a Crédito	Viene del Análisis	C x C Clientes	
Ventas de Contado		Anticipos a proveedores	
(-) Costo de Ventas mensuales	Viene del Análisis	Inventario de materia prima o mercadería	
Utilidad Bruta		Inventario de producto en proceso	
(-) Gastos Operativos de Negocio:		Inventario de producto terminado	Viene del Análisis
Suscripciones:		Total Activo Corriente:	
Servicios:		Activo Fijo Neto	
Alquileres:		TOTAL DE ACTIVOS:	
Impuestos:		C x P Proveedores	
Otros:		Anticipos de Clientes	
Utilidad Neta		Otras Cuentas por Pagar	
(+) Otros Ingresos		Otras Deudas Familiares	
(-) Ct. Deuda pendiente		Total Pasivo Corriente:	
(-) Cuota Parafisco		Pasivo a Largo Plazo:	
(-) Gastos Familiares:		TOTAL PASIVOS:	
Comida		Patrimonio:	
Vivienda		CAPITAL DE TRABAJO:	
Vestido		ANÁLISIS PATRIMONIO FAMILIAR	
Transporte		ACTIVOS DEL HOGAR (Muebles y enseres)	
Servicios Públicos		Bienes inmuebles	
Medicinas		Vehículos	
Educación		Otros Bienes	
Otros Gastos		TOTAL	
EXCEDENTE FAMILIAR MENSUAL:			
Monto bajo de ventas	E F R A N Z I J A S O N O	VENTAS (X)	% COSTO DE VENTAS (8)
		Cost. Op - Cost. Fa. (7)	EXCEDENTE (-)MIMO

Indicadores de Evaluación:

Utilidad Neta Ventas	Utilidad Neta Capital de Trabajo	FRECUENCIA: Inventario x 30 Costo / Venta	CUOTA: Cuota Recomendada Excedente	MONTO: Monto Recomendado Capital de Trabajo
-------------------------	-------------------------------------	---	--	---

Indicadores de Evaluación:

Deuda por cobrar x 30 Ventas	Deuda Total + Crédito Patrimonio	Disponible después de la compra Pasivo Corriente	Características N U	MONTO: Monto Propuesto Valor de Activo	Descripción del Bien
---------------------------------	-------------------------------------	---	------------------------	--	----------------------

Condiciones Recomendadas:

Día fijo de pago	Monto	Plazo en días	Frecuencia de Pago/Días	Cuota	Cuota Seguro de vida
------------------	-------	---------------	-------------------------	-------	----------------------

Línea de Crédito:

Capo LCR Sugerido en el Sistema	Día fijo de pago	Garantía Personal	hipoteca	Con. Fin.	Sin. Fin.	otras
---------------------------------	------------------	-------------------	----------	-----------	-----------	-------

Garantías Prendarias:

BIEN	MARCA	MODELO	SERIE	COLOR	PRECIO

DECLARACIÓN:
Declaro que he firmado el presente documento con posterioridad al registro de toda la información solicitada, la misma que ratifico es verdadera y, en caso de incumplimiento de la obligación, el Banco Pichincha y/o CREDIFE, se encuentran facultados a exigir el pago de la obligación por la vía judicial amparado en el Pagaré a la orden como título ejecutivo.

FIRMA CUENTE

DECLARACIÓN:
Yo,..... declaro bajo juramento que la información detallada en el presente documento fue obtenida en el negocio del cliente cumpliendo todos los procedimientos determinados en las políticas de crédito de CREDIFE.

FIRMA DEL EJECUTIVO DE CRÉDITO

DETALLE DE ACTIVOS FIJOS PERSONALES Y DEL NEGOCIO

BIENES INMUEBLES (Terrenos, edificaciones)				BIENES MUEBLES (Maquinaria, equipo, vehículos)				
DESCRIPCION	UBICACION	AVALUO	HIPOTECA	MARCA	TIPO	AÑO	VALOR	PRENDADO
			___SI ___NO					___SI ___NO
			___SI ___NO					___SI ___NO
			___SI ___NO					___SI ___NO
			___SI ___NO					___SI ___NO

NECESIDADES DE CREDITO

PRODUCTO (1)	DESCRIPCION DESTINO (2)	MONTO(\$)	PLAZO (meses)	FORMA DE PAGO (3)

- 1) PRODUCTO: Capital de Trabajo, Activo Fijo, Mejoramiento de Vivienda, Consumo, Vivienda, Vehículos, Tarjeta de Crédito
 2) DESTINO: Especificar destino de los fondos
 3) FORMA DE PAGO: Mensual, Trimestral, al Vencimiento.

DATOS DE LA GARANTIA REAL			
TIPO GARANTIA (4)	DESCRIPCION (5)	AVALUO (USD \$)	UBICACION

- 4) TIPO DE GARANTIA: Hipoteca, Prenda Industrial Abierta, Certificado Depósito.
 5) DESCRIPCION: Terreno, Vivienda, Edificio, Oficina, Local Comercial, Maquinaria, Vehículo, Certificado de Depósito, etc.

REFERENCIAS BANCARIAS Y CREDITICIAS

REFERENCIAS BANCARIAS:			
BANCO	TIPO DE CUENTA	No. CUENTA / TARJETA	FECHA VENCIMIENTO (T/C)

REFERENCIAS CREDITICIAS:					
BANCO/ FINANCIERA / COOPERATIVA	PRODUCTOS (1)	MONTO APROBADO	SALDO	GARANTIAS OTORGADAS	AVALUO

(1) Productos: Capital de Trabajo, Activos Fijos, etc.

Declaro y me responsabilizo de que la información suministrada en este documento es correcta. Así mismo autorizo que se obtenga de cualquier fuente de información, referencias relativas a mi comportamiento crediticio, manejo de mi(s) tarjetas de crédito, etc., y en general al cumplimiento de mis obligaciones, así como confiero mi autorización para procesar, reportar y suministrar cualquier información de carácter financiero y comercial a cualquier central de información debidamente constituida. Los valores que estoy solicitando al banco van a tener destino lícito y no serán utilizados en ninguna actividad que esté relacionada con el cultivo, producción, transporte, tráfico, etc., de estupefacientes o sustancias psicotrópicas. Autorizo al Banco y a las autoridades competentes para que realicen la verificación de esta información (Circular SB-91-336)

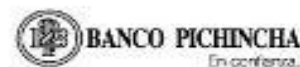
FIRMA DEL CLIENTE

FIRMA DEL EJECUTIVO

ANEXO 3. Ficha Única de Datos. Información del Cliente y Deudor.



FICHA ÚNICA DE DATOS



Apellido (A y nombre) / Apellido		Fecha (año/mes/día)		Cédula Garantizada		DEUDOR <input type="checkbox"/>		GARANTE <input type="checkbox"/>		
A A A A M M D D										
Datos del Solicitante:										
Sexo: <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F		Primer Apellido		Segundo Apellido		Primer Nombre		Segundo Nombre		
Número de Cédula o Pasaporte		C <input type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/>		Nacionalidad: <input type="checkbox"/> Ecuatoriana <input type="checkbox"/> Otra		Lugar de Nacimiento:		Fecha de Nacimiento: (año/mes/día)		
				Tiempo de residencia Ecuador: Años				A A A A M M D D		
Estado Civil: <input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Separado <input type="checkbox"/> Unión <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/>					Nivel de Instrucción: <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Técnica <input type="checkbox"/> Otra					
Datos del Cónyuge:										
Primer Apellido		Segundo Apellido		Primer Nombre		Segundo Nombre				
Número de Cédula o Pasaporte		C <input type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/>		Nacionalidad: <input type="checkbox"/> Ecuatoriana <input type="checkbox"/> Otra		Lugar de Nacimiento:		Fecha de Nacimiento: (año/mes/día)		
				Tiempo de residencia Ecuador: Años				A A A A M M D D		
Nivel de Instrucción: <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Técnica <input type="checkbox"/> Otra					Situación Laboral: <input type="checkbox"/> Propio <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> Empleado <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/> 3			Ingresos Mensuales USD		
Institución donde trabaja o nombre del Negocio		Dirección de la institución donde trabaja o del Negocio		Teléfono:		Fecha de ingreso: (año/mes/día)				
						A A A A M M D D				
Datos del Domicilio del Solicitante:										
Dirección:			Provincia:		Cantón:		Ciudad:		Parroquia: Barrio:	
Tipo de Vivienda: (Marque una opción) <input type="checkbox"/> Propia sin Hipoteca <input type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> Propia con Hipoteca <input type="checkbox"/> H <input type="checkbox"/> Arrendada <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> Vive con Terceros <input type="checkbox"/> T						Nombres y Apellidos del Dueño de Casa: (Si marcó A o T)				
Cuenta con los servicios de: <input type="checkbox"/> Electricidad <input type="checkbox"/> Agua Potable			Teléfono:		Tipo de Vivienda: <input type="checkbox"/> Casa <input type="checkbox"/> Departamento		Años de Residencia:			
Datos del Negocio o Predio:										
Número de R.U.C.: (Si lo tiene)			Nombre del Negocio o Predio:			Teléfono:		Fecha de Apertura: (año/mes/día)		
								A A A A M M D D		
Dirección del Negocio o Predio:			Provincia:		Cantón:		Ciudad:		Parroquia: Barrio:	
Referencias del Negocio o Predio: <input type="checkbox"/> Propio <input type="checkbox"/> Arrendado <input type="checkbox"/> Otro				Nombre del Arrendador:			Teléfono:			
Sector Económico: (puede marcar más de una si es necesario) <input type="checkbox"/> Comercio <input type="checkbox"/> Servicios <input type="checkbox"/> Producción				Si es actividad rural favor explique: <input type="checkbox"/> Agrícola <input type="checkbox"/> Pecuaria <input type="checkbox"/> Otras						
Entorno del Negocio: <input type="checkbox"/> Mercado <input type="checkbox"/> Ambulante <input type="checkbox"/> Establecimiento <input type="checkbox"/> Centro Comercial				Declaro:						
Tipo de negocio:		Código de negocio:		Modalidad de ventas: <input type="checkbox"/> Local / Fija <input type="checkbox"/> Feria / Ambulante		Cultivos con los Principales Productos?:		Extensión Predio		¿Tiene Riego?
¿Pertenece a Gremios o Asociaciones?: Si pertenece indique a cual										
Referencias Familiares y / o Personales: (Dos personas que no vivan con Usted)										
Apellidos:		Nombres:		Parentesco:		Dirección:		Teléfono de contacto:		
Referencias Comerciales: (Dos Proveedores actuales)										
Almacén y / o Proveedor:		Monto de Compras:		Forma de pago: <input type="checkbox"/> Crédito <input type="checkbox"/> Contado		Plazo días:		Dirección:		Teléfono:
¿Cómo se enteró de Credife?:										
Visto de Ejecutivo <input type="checkbox"/>		Referencias <input type="checkbox"/>		Radio <input type="checkbox"/>		Estrada _____				
Entrega de Volante <input type="checkbox"/>		Prensa <input type="checkbox"/>		Agencia Banco <input type="checkbox"/>		Cuál? _____				

Detalle de Activos:				
Cuentas Bancarias:				
Banco	Ahorros	Cuentas	Número	Fecha de Apertura
Bienes Inmuebles:				
Tipo: Casa, Lote, Dpto., otros	Dirección	Hipoteca (Valor de Deuda)	Avalúo Comercial	
Vehículos:				
Marca	Modelo	Prenda o Reserva de Dominio (valor de la deuda)	Avalúo Comercial	
Inversiones / Otros:				
Entidad	Tipo: (pólizas / acciones / otros)	Fecha de Vencimiento	Valor	

Croquis de Ubicación del Negocio / Predio:

	Observaciones:
--	----------------

AUTORIZACIÓN PARA VERIFICACIÓN DE DATOS

Autorizo de forma expresa, voluntaria e irrevocable al Banco Pichincha C.A. y/o CREDIFE Desarrollo Microempresarial S.A., o a cualquier cesionario o endosatario para que obtenga de cualquier fuente de información y en cualquier momento, referencias relativas a mi comportamiento crediticio, al cumplimiento de mis obligaciones, manejo de mi(s) tarjeta(s) de crédito, y, en general cualquier información relevante para conocer mi desempeño como deudor y/o garante, mi capacidad de pago o para valorar el riesgo futuro de concederme cualquier operación, producto o servicio bancarios. Así como, confiero mi autorización para procesar, reportar y suministrar cualquier información de carácter financiero y comercial referentes a mis obligaciones a cualquier central o fuente de información debidamente constituida. Esta autorización será suficiente para que el Banco y/o CREDIFE, o para que el cesionario o endosatario, si lo hubiere, la presente y obtenga y/o reporte la información que requiera de o hacia cualquier buró de crédito o cualquier entidad autorizada que la mantenga.

ACEPTACIÓN DEL CLIENTE

Declaro que todos los bienes e ingresos detallados en este documento, no provienen ni serán destinados a ninguna actividad ilícita, y que los datos presentados son verídicos. Por lo cual autorizo al Banco Pichincha C.A. y/o CREDIFE Desarrollo Microempresarial S.A. a confirmarlos por el medio que consideren pertinentes e informar al CONSEP a Autoridad Competente cuando se detecte algún movimiento inusual o sospechoso en mis transacciones bancarias, renunciando a cualquier acción civil o penal por estos hechos. Certifico que he firmado el presente documento con posterioridad al registro de toda la información solicitada en este formulario.

REGISTRO DE FIRMA DEL SOLICITANTE	REQUISITOS OBLIGATORIOS <i>Firma de Autorización de Consulta a Buró de Crédito (carta de autorización de Consulta)</i> <i>Copia de Cédula de Identidad de Deudor, Garante y Cónyuges legibles</i> <i>Copia de Papeleta de Votación de Deudor, Garante y Cónyuges legibles</i> <i>Copia de Pago de Impuesto Predial (en caso de tener casa propia)</i> <i>Contrato de arriendo, planilla de pago servicios básicos (luz, agua, teléfono) deudor y garante</i> <i>Copia de Matrícula de Vehículo (Si aplica)</i>
	AL MOMENTO DE LA EVALUACIÓN EN SU NEGOCIO <i>Copia de títulos de propiedad de electrodomésticos o declaración juramentada de bienes</i> <i>Copias de facturas del negocio de compras y ventas</i> <i>R.U.C. si lo tiene.</i>

ANEXO 4. Caracterización Socioeconómica de la Muestra.

COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA POR GÉNERO

genero	Freq.	Percent	Cum.
Masculino	182	38.40	38.40
Femenino	292	61.60	100.00
Total	474	100.00	

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (Muestra Delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA POR ESTADO CIVIL

estado civil	Freq.	Percent	Cum.
Casado	271	57.17	57.17
Divorciado	39	8.23	65.40
Separado	9	1.90	67.30
Soltero	97	20.46	87.76
Unido	28	5.91	93.67
Viudo	30	6.33	100.00
Total	474	100.00	

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (Muestra Delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA POR INSTRUCCIÓN ACADÉMICA

instruccion academica	Freq.	Percent	Cum.
Primaria	239	50.42	50.42
Secundaria	201	42.41	92.83
Superior	34	7.17	100.00
Total	474	100.00	

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (Muestra Delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)

COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA POR ENTORNO DEL NEGOCIO

entorno negocio	Freq.	Percent	Cum.
CentroComercial	28	5.91	5.91
LocalComercial	354	74.68	80.59
Mercado	45	9.49	90.08
Semiambulante	47	9.92	100.00
Total	474	100.00	

Fuente: Base de datos de perfil de cliente. (Muestra Delimitada)

Elaboración: Juan Carlos Gavilanes Torres. (STATA S.E. Version 10)