

El autor destaca que la oferta de crédito se ha elevado en los últimos años, pero reclama un mayor peso de la financiación no bancaria.

Más competencia por dar crédito



EN PRIMER PLANO

Joaquín Maudos

En los años de crisis que llevamos sufriendo desde 2008, se ha generado un debate sobre las dificultades que tienen empresas y familias en el acceso al crédito bancario. La variable estrella que se utiliza en el diagnóstico suele ser la evolución del crédito que la banca tiene en sus balances, que ha caído un 27% desde 2008 y sigue cayendo, aunque cada vez a menor ritmo. En una economía que partía de un elevado nivel de endeudamiento, es normal y saludable que el crédito "vivo" caiga, pero lo dañino es que no haya crédito nuevo para proyectos de inversión. Por eso, lo que hay que analizar es la evolución del crédito a nuevas operaciones y, cuando así se hace, junto con otras variables, como el coste de la financiación, el diagnóstico cambia por completo.

Funcas acaba de publicar un informe que analiza la evolución de las condiciones en el acceso al crédito en España en comparación con la eurozona y que utiliza un amplio conjunto de indicadores, algunos basados en la propia opinión de las empresas y también de los bancos. De esta forma, es posible abordar si es la oferta o la demanda la "culpable" del hundimiento del crédito.

El informe muestra que las condiciones en el acceso a la financiación bancaria han mejorado de forma considerable coincidiendo con la salida de la recesión, las medidas del BCE, la puesta en marcha de la unión bancaria y la reestructuración del sector bancario español. Tanto en el caso de la intensa caída como en la recuperación posterior, los factores de demanda (como la rentabilidad de las empresas y su endeudamiento) y oferta (acceso a la liquidez,

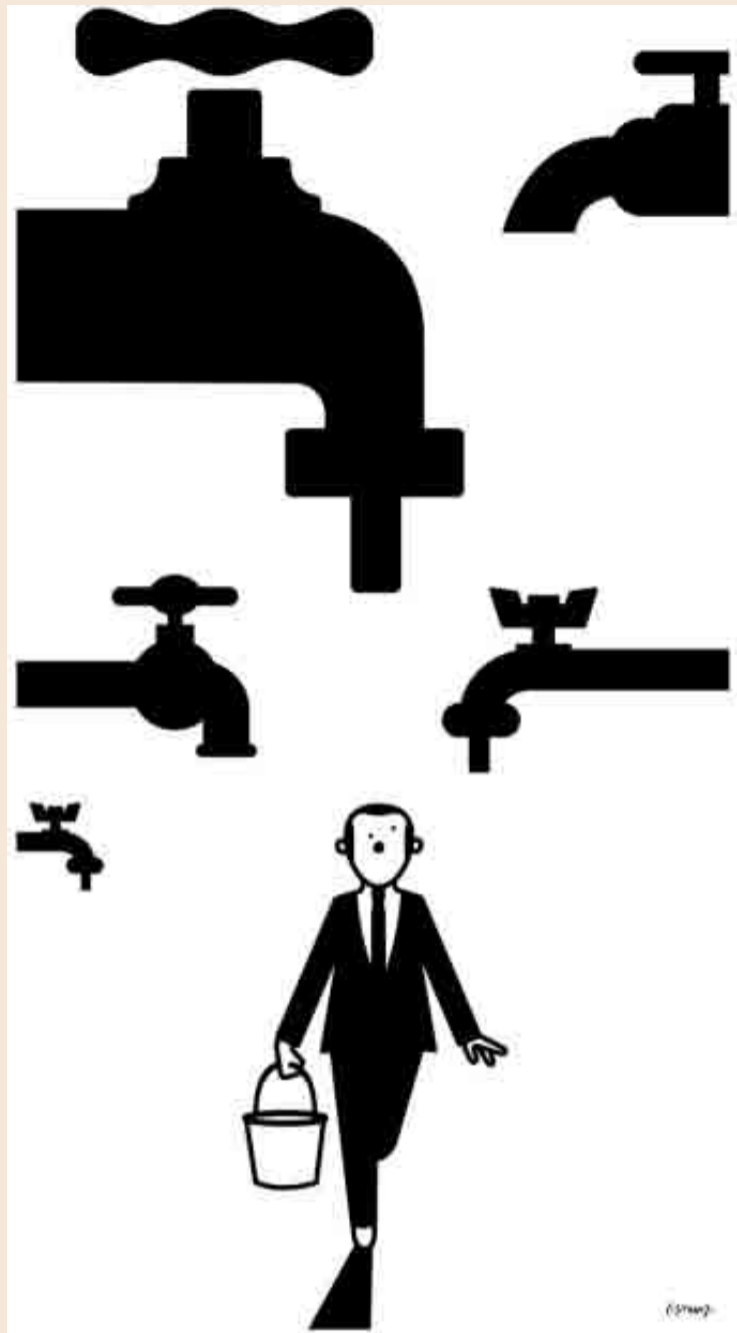
solvencia de los bancos, morosidad, etc.) contribuyen a explicar la evolución del crédito. El análisis realizado muestra que el tamaño importa, ya que las condiciones en el acceso al crédito mejoran conforme aumenta el tamaño empresarial, no sólo comparando a las pymes con las grandes empresas, sino también dentro de las primeras: las microempresas soportan las peores condiciones.

Las últimas tasas de crecimiento del crédito a nuevas operaciones hacen prever que en breve el stock dejará de caer, como de hecho ya ha ocurrido a finales de 2014 en el crédito para financiar las actividades productivas de las empresas y, puntualmente, en junio de 2015, para el total al sector privado. El crédito nuevo a las pymes crece con intensidad desde finales de 2013 (un 14% en los últimos 12 meses), a las grandes empresas desde marzo de 2015 y a las familias desde principios de 2014 (un 34% en hipotecas y un 21% al consumo en los últimos doce meses).

Menores tipos

También ha mejorado el acceso al crédito en términos de tipo de interés. La diferencia entre el tipo de interés que paga una pyme española por un préstamo y el que paga una europea ha caído a la tercera parte desde abril de 2013, hasta situarse en 57 puntos básicos (pb). Igualmente, el diferencial se ha reducido en los préstamos de más de un millón de euros, siendo en la actualidad (25 pb) inferior al que soportan las pymes. En el caso del préstamo para la compra de vivienda, el coste (TAE) es ligeramente inferior en España (2,43%) que en la eurozona (2,56%).

La mayor competencia bancaria ha contribuido a la reducción del coste de la financiación. Solo en los últimos doce meses, el diferencial sobre el euríbor a doce meses que cobra la banca en un préstamo de



El tipo de interés que una pyme paga por un crédito ha caído en 180 puntos básicos desde 2013

La emisión de deuda sólo supone el 3% de la financiación con coste que poseen las empresas

menos de un millón de euros a las empresas ha caído 80 pb, y en 99 pb en los de mayor importe. La caída del margen en el préstamo hipotecario es de 26 pb. En las pymes, la caída llega a 180 pb desde el diferencial máximo que cobró la banca a mediados de 2013. Las empresas españolas son conscientes de que ha mejorado el acceso al crédito y sus condiciones (tipo de interés, comisiones, garantías, etc.) tal y como lo reconocen en las encuestas del BCE. Pero aún deben mejorar más, ya que el acceso al crédito sigue siendo el principal problema para el 13,1%, siendo ese porcentaje ligeramente superior al de sus homólogas europeas (11,1%).

Por el lado de la oferta, la información más reciente muestra que es la menor percepción de riesgo por parte de los bancos españoles lo que influye en la relajación de los criterios de concesión de crédito a las empresas. En el caso de los créditos concedidos, destaca la intensa caída en 2015 de los márgenes que aplican los bancos españoles, muy superior a la de la banca de la zona euro. También la banca reconoce que está aumentando la demanda solvente de crédito desde principios de 2014 para empresas y desde mediados de 2012 para la compra de vivienda.

A pesar del desajuste actualizado realizado, la dependencia actual de las empresas españolas de la financiación bancaria es elevada, ya que a finales de 2014, de cada 100 euros de financiación con coste, 54 euros son préstamos bancarios. Si excluimos el préstamo entre empresas (que dejaría de ser una deuda si se consolidan los datos), de cada 100 euros de financiación ajena con coste, 97 son préstamos bancarios, lo que muestra la vulnerabilidad de la empresa española ante un potencial empeoramiento en el acceso al crédito.

Con estos datos, en el futuro es importante que vuelva a fluir el crédito en buenas condiciones, pero también que aumente el peso de la financiación no bancaria, ya la financiación vía deuda solo representa el 3% de la financiación con coste (excluyendo el préstamo entre empresas). En consecuencia, es necesario fomentar vías de financiación no bancaria, tanto para captar capital (a través del MAB) como deuda (a través del MARF), además de otros mecanismos de financiación directa como el *crowdfunding*, fondos de crédito corporativo, capital riesgo, etc.

La financiación que obtienen las empresas españolas por estas vías es muy reducida en comparación con los 661.000 millones de euros de *stock* vivo de crédito bancario a las empresas. En consecuencia, queda un largo camino por recorrer en lo que a la financiación no bancaria se refiere.

Catedrático de análisis económico en la Universidad de Valencia. Director adjunto del Ivie y colaborador de Cunef.

Expansión

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTORES ADJUNTOS: Manuel del Pozo y Martí Saballs

SUBDIRECTOR: Pedro Biurrun

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Tino Fernández, Estela S. Mazo, Javier Montalvo, Emelia Viaña, José Orihuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Clara Ruiz de Gauna (Nueva York)

Empresas Alberto Marimón / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Especiales Sonsoles García Pindado
Emprendedores / Jurídico Sergio Saiz / Andalucía Simón Orrubia / Comunidad Valenciana Julia Brines
País Vasco Marian Fuentes / Galicia Abeta Chas / Bruselas Miquel Roig / Diseño César Galera / Edición Elena Secanella

MADRID. 28033. Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 902 99 61 11. / BARCELONA. 08080. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. Tel. 93 496 24 00. Fax 93 496 24 05. / BILBAO. 48009. Plaza Euskadi, 5. planta 10. sector 1. Tel. 94 473 91 00. Fax 94 473 91 58. / VALENCIA. 46004. Plaza de América, 2. 1.ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. / SEVILLA. 41011. República Argentina, 25. 9.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. VIGO. 36202. López de Neira, 3. 3.ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Fax 986 43 81 99. / BRUSELAS. Tel. (322) 2311932. NUEVA YORK. Tel. 646 484 63 63. Móvil 917 912 21 95. / LONDRES. Tel. 00 44 20 77827331.



Unidad Editorial

PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL: Javier Cabrerizo

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES: Aurelio Fernández

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

PUBLICIDAD: DIRECTOR DE PUBLICIDAD ÁREA PRENSA: Gonzalo Casas. / DIRECTOR DEL ÁREA DE PUBLICIDAD DE EXPANSIÓN: Miguel Suárez. COORDINACIÓN: Esteban Garrido. Tel. 91 443 52 58. Fax 91 443 56 47. / MADRID: Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 91 443 65 12. BARCELONA. Jefe de Publicidad: Daniel Choucha. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. 08080 Barcelona. Tel. 93 496 24 57. Fax 93 496 24 20. BILBAO: Marta Meler Gines. Plaza Euskadi, 5. planta 10. sector 1. 48009 Bilbao. Tel. 94 473 91 43. Fax 94 473 91 56. / VALENCIA: Miguel Igueravide. Plaza de América, 2. 1.ª planta. 46004 Valencia. Tel. 96 337 93 20. Fax 96 351 81 01. / ANDALUCÍA: Pilar Caravaca. Avda. República Argentina, 25. 9.ª B. 41011 Sevilla. Tel. 95 499 14 40. Fax 95 427 25 01. GALICIA: Manuel Carrera. C/ López de Neira, 3. pl. 3. ofc. 303. 36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax 986 43 81 99. ZARAGOZA: Álvaro Cardemil. Avda. Pablo Gargallo, 100. 50006 Zaragoza. Tel. 976 40 50 53.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27. 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 902 123 124. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS 902 99 99 46 / DISTRIBUYE Logintegral 2000, S.A.U. Tel. 91 443 50 00. www.logintegral.com. RESÚMENES DE PRENSA. Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006): Acceso, TNS Sofres, My News y Factiva. IMPRIME: RECOPIRINT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 91 692 73 20. Fax 91 692 13 74.

DIFUSIÓN CONTROLADA POR



Depósito Legal M-15572-1986 ISSN 1576-3323

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.