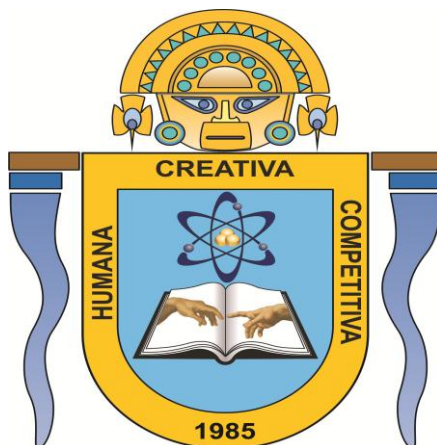


UNIVERSIDAD DE CHICLAYO

ESCUELA DE POST GRADO

MAESTRIA EN ADMINSTRACION DE NEGOCIOS



TESIS

**Para Optar el Grado de Magister con mención en Administración de
Negocios**

**FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE
MICROCRÉDITOS EN LA CIUDAD DE CHICLAYO,
DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE – 2014**

AUTOR:

ING. JUAN AMÍLCAR VILLANUEVA CALDERÓN

ASESORA:

Dra. MARIA SOFIA TAMAYO PALACIOS

CHICLAYO - PERU

2015

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

**FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITOS
EN LA CIUDAD DE HUARAZ, DEPARTAMENTO DE ANCASH – 2014**

Tesis presentada para obtener el Grado Académico de Magister con mención en
Administración de Negocios.

ING. JUAN AMÍLCAR VILLANUEVA CALDERÓN
AUTOR

Dra. MARIA SOFIA TAMAYO PALACIOS
ASESORA

Aprobado por el siguiente jurado:

Dr. Nakazaki Servigón Jorge César Fernando
PRESIDENTE

Izquierdo Mego Nella Julvia
SECRETARIO

Mag. Nava Pereyra Jorge Luis
VOCAL

2015

DEDICATORIA

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, por su comprensión y ayuda en momentos malos y menos malos. Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

JUAN AMÍLCAR

AGRADECIMIENTO

AGRADECIMIENTO

Afortunadamente, son muchas las personas a las que puedo dar las gracias por haber llegado hasta aquí. Creo que ése es el premio más valioso que puedo obtener de este trabajo.

En primer lugar se encuentran nuestros docentes de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Particular de Chiclayo, puesto que han sido ellos los que me han iniciado en el mundo de la investigación, y han guiado mis pasos a lo largo de este proyecto, cuyo resultado aquí presento. Espero que su impronta haya quedado reflejada a lo largo de estas páginas.

Sobre todo, quiero agradecerles la confianza y el apoyo que siempre me han mostrado, que son lo que más valoro.

También me gustaría dar las gracias a la empresa "CMAC Piura - Huaraz, cuya colaboración y trabajo conjunto ha dado lugar al desarrollado este proyecto.

JUAN AMÍLCAR

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Se han realizado un gran número de estudios sobre el microcrédito, y sostienen de forma abrumadora como beneficio directo del microcrédito un aumento en los niveles de ingreso de los micros emprendedores y una disminución en la vulnerabilidad de estos a los shocks externos.

Además, no se ha encontrado una relación inversa entre el grado de pobreza del cliente y sus habilidades como emprendedor, ni diferencias en la inclinación a ahorrar entre los diferentes niveles de pobres o evidencia que indique como condición necesaria para beneficiarse del microcrédito contar con un emprendimiento en funcionamiento.

En ese sentido surge la investigación denominada: Factores determinantes de la demanda de microcréditos en la ciudad de Huaraz, departamento de Ancash – 2014.

Por lo que se asumió como problema de investigación ¿Cuáles son los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la Ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014? cuyo objetivo general fue Conocer los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014, y los objetivos específicos; Analizar la dinámica del mercado financiero en Huaraz, a partir de un diagnóstico de colocaciones y captaciones en la zona para el año 2014; Analizar las características personales del microempresario cliente de microcréditos en Huaraz, como factores determinantes de la demanda de microcréditos; Analizar las características del negocio, como factores que pueden determinar la demanda de microcréditos.

La hipótesis asumía que; Los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014, son el Nivel educativo del microempresario, los Ingresos del negocio, la Antigüedad del negocio,

el Tamaño del negocio, el Género del empresario, la Formalidad interna del empresario y las Características del establecimiento.

Así, la tesis de maestría se encuentra estructurada en cuatro partes debidamente explicadas para su mayor comprensión.

Capítulo I, El problema de la investigación, en el que se expone el planteamiento del problema, en un contexto y espacio determinado, la formulación del mismo, justificación de la investigación; los objetivos tanto general como específicos.

Capítulo II, El marco teórico científico, el mismo que está referido a los fundamentos teóricos de la investigación mediante la presentación de las teorías y bases conceptuales, así como los antecedentes de estudio, las hipótesis, las variables y su operacionalización, definición conceptual y operacional de las mismas.

Capítulo III, En el marco metodológico de la investigación, se presentan, el tipo de estudio y diseño correspondiente, la población y muestra participante; así como los métodos, técnicas e instrumentos de investigación y de recolección de datos, los métodos de análisis de la información que se emplearon en la misma.

Capítulo IV, Los resultados de la investigación, donde se expone la descripción y de resultados obtenidos en la investigación los mismos que se presentan en cuadros y gráficos estadísticos para su mayor comprensión.

De otro lado se exponen las principales conclusiones y recomendaciones asumidas y admitidas respectivamente en la investigación. Así también se presentan las referencias bibliográficas consultadas, utilizadas y consignadas según el estilo de redacción sugerida en el protocolo de la universidad, además de los anexos elaborados y obtenidos en el trabajo investigativo.

EL AUTOR

RESUMEN

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo Conocer cuáles son los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la ciudad de Huaraz-Ancash para el año 2014.

Para realizar dicho análisis, se recurrió a una encuesta dirigida a 250 microempresarios del sector comercio, servicios y otros, ubicados en las zonas comerciales de la ciudad.

Para la demanda de microcréditos se consideró aquellos microempresarios con tenencia o no de crédito vigente (dicotómica) mientras que las variables que influyen en esta demanda o variables explicativas son: antigüedad del negocio, tamaño, ventas, tipo de negocio, edad del dueño, educación del dueño, formalidad del negocio, tasas de interés y otras.

Los resultados indican que la provincia de Huaraz tiene colocaciones a julio 2013 por 804.6 millones de soles y las captaciones llegaron a 415.9 millones, Huaraz es la segunda plaza financiera de la región Ancash, liderada por la provincia de Santa.

Los microempresarios en la zona tienen ventas en promedio de 8,879 soles, un 52% combinan deuda con capital y los negocios tienen en promedio 4 años de antigüedad. La deuda vigente alcanza los 7,293 soles por empresario, quienes pagan una tasa activa que va de 41% a 102% anual promedio. El tamaño de mercado potencial de demandantes a corto plazo se estimó en 21% de empresarios de la zona de estudio.

Usando un modelo logit binario con un ajuste de 44%, se encontró que los determinantes del acceso al microcrédito en la ciudad de Huaraz son: Las ventas mensuales del negocio, la educación del empresario, el número de trabajadores de la empresa y la existencia de registro tributario. Es decir los aspectos que priman son, el volumen o tamaño de negocio y el nivel educativo; lo cual señala

indirectamente mejores términos de gestión que permiten el endeudamiento y crecimiento de las pequeñas empresas.

PALABRAS CLAVE: Microcréditos, demanda, mercado financiero.

ABSTRACT

ABSTRACT

This thesis aims to analyze the variables that influence the demand for microcredit in the city of Huaraz, Ancash region.

To perform this analysis, we draw on a survey of 250 entrepreneurs in the trade sector, services and others, located in the commercial areas of the city.

Demand for microcredit is seen holding those entrepreneurs with a valid credit or not (dichotomous) while the variables that influence the demand or explanatory variables are: age of the business, size, sales, business type, owner's age, education the owner of the business formality, interest rates and other .

The results indicate that the province of Huaraz has placements in July 2013 by 804.6 million suns and deposits reached 415.9 million, Huaraz is the second financial center in the Ancash region, led by the province of Santa.

The entrepreneurs in the area have average sales of 8,879 suns, 52% combined debt and equity businesses have an average of 4 years old. The outstanding debt totaled 7,293 soles per entrepreneur, who pay a lending rate going from 41% to 102 % a year. The potential market size of short term claimants was estimated at 21 % of employers in the area of study.

Using a binary logit model with an adjustment of 44%, it was found that the determinants of access to microcredit in the city of Huaraz are monthly business sales, entrepreneur education, the number of employees of the company and the existence of tax registration. The main aspects are the volume or size of business and education level, which indirectly indicates top management terms allowing indebtedness and growth of small businesses.

KEYWORDS: Microcredit, demand, financial market

ÍNDICE DE CONTENIDOS

FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITOS EN LA CIUDAD DE HUARAZ DEPARTAMENTO DE ANCASH – 2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	vi
INTRODUCCIÓN	viii - ix
RESUMEN	xi - xii
ABSTRACT	xiv
ÍNDICE	xvi - xx

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	22
1.1.1. Descripción de la realidad problemática	22
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	24
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	25
1.3.1. Problema General	25
1.3.2. Problema Especifico	25
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	26
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
1.5.1. Objetivo General	27
1.5.2. Objetivos específicos	27

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO – CIENTÍFICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	29
2.2. BASESTEÓRICO-CIENTÍFICAS.	37
2.2.1. TEORÍAS	37
2.2.1.1. Teoría Económica	37

2.2.1.2. Teoría Neoclásica	38
2.2.1.3. Teoría Keynesiana	39
2.2.2. MICROCREDITOS Y MICROFINANZAS	40
2.2.2.1. Concepto de Microcréditos.	40
2.2.2.2. Concepto de Microfinanzas.	42
2.2.2.3. Demanda de Microcréditos o demanda de micro finanzas.	43
2.2.2.4. Rol de las micro finanzas en América Latina y el Perú.	49
2.2.2.5. Canal entre las micro finanzas y el desarrollo económico.	51
2.2.3. MARCO CONCEPTUAL	51
2.2.4. MARCO HISTORICO	52
2.2.4.1. Otros marcos que serían necesarios para ayudar a explicar el problema.	53
2.3. HIPÓTESIS.	53
2.3.1. Hipótesis General:	53
2.3.2. Hipótesis específicas:	53
2.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES:	54
2.4.1. Identificación de variables	54
2.5. DEFINICIÓN DE VARIABLES	54
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	55

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	57
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	57
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	57
3.3.1. Población	57
3.3.2. Muestra	57
3.4. MATERIALES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	59
3.4.1. Materiales	59

3.4.2. Técnicas de Gabinete	59
3.4.3. Técnicas de campo	60
3.5. MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	61
3.6. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS DATOS	62

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	65
4.1.1. Características básicas de Ancash y Huaraz	65
4.1.2. El mercado financiero en Huaraz	70
4.1.3. La demanda de microcréditos en Huaraz	84
4.1.4. Determinantes de la demanda de microcrédito en Huaraz	100
4.2. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	102

CONCLUSIONES	108 – 110
---------------------	-----------

RECOMENDACIONES	112
------------------------	-----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	114 – 117
-----------------------------------	-----------

ANEXOS	119 - 125
---------------	-----------

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Valores estadísticos para estimado de muestra	58
Tabla 2. Estructura política y densidad poblacional 2012 – Región Ancash.	66
Tabla 3. Estimado de pymes regional 2012	69
Tabla 4. Limitantes de las pymes en Huaraz 2012	70
Tabla 5. Captaciones en la Región Ancash (Miles de Soles)	70
Tabla 6. Colocaciones en la Región Ancash (Miles de Soles)	71
Tabla 7. Tasa de morosidad en la Región Ancash (En %)	72
Tabla 8. Depósitos por tipo Región Ancash 2007 (Miles de soles)	73
Tabla 9. Créditos por sistema Región Ancash 2012 (Miles de soles)	75
Tabla 10. Depósitos a la vista por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)	75
Tabla 11. Depósitos de ahorros por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)	76
Tabla 12. Depósitos a plazo por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)	77
Tabla 13. Depósitos totales por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)	78
Tabla 14. Créditos por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)	79
Tabla 15. Depósitos a la vista por entidad - Huaraz 2013 (Miles de soles)	80
Tabla 16. Depósitos de ahorro por entidad - Huaraz 2013 (Miles de soles)	81
Tabla 17. Depósitos a plazo por entidad - Huaraz 2013 (Miles de soles)	82
Tabla 18. Depósitos totales por entidad - Huaraz 2013 (Miles de soles)	83
Tabla 19. Créditos por entidad - Huaraz 2013 (Miles de soles)	83
Tabla 20. Percepción de atributos por entidad financiera en Huaraz	96
Tabla 21. Parámetros y ratio Odds del modelo	101

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa político de Ancash	65
Figura 2. Flujos comerciales y productivos – Región Ancash	68
Figura 3. Educación del pequeño empresario en Huaraz	85
Figura 4. Tipo de organización en las pequeñas empresas en Huaraz	87
Figura 5. N° de Trabajadores en la pequeña empresa en Huaraz	88
Figura 6. Forma de financiamiento del pequeño empresario en Huaraz	89
Figura 7. Entidades crediticias preferidas por los pequeños empresarios en Huaraz	91
Figura 8. Plazo de pago en Huaraz	92
Figura 9. Motivos de elección de la entidad Financiera de Huaraz	94
Figura 10. Mapa de posicionamiento por motivos de elección	98
Figura 11. Mapa de posicionamiento por atributos mínimos exigidos en la entidad	99
Figura 12. Relación Probabilidad Logit y Ventas mensuales	103
Figura 13. Relación Probabilidad Logit y Número de Trabajadores	104
Figura 14. Relación Probabilidad Logit y Nivel educativo	105

ÍNDICE DE ANEXO

	Pág.
Anexo 01: Encuesta: Modelo de Encuesta a Microempresarios	119 – 123
Anexo 02: Matriz de Consistencia	124 - 125

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

1.1.1. Descripción de la realidad

La población de la Región Ancash cuenta con 1, 039,415 habitantes, un 14% de esta población vive en la provincia de Huaraz (143 mil habitantes), que junto a Santa, Carhuaz, Huaylas y Casma, son las principales ciudades de la región.

La población de Huaraz es en un 49% hombres, su nivel de analfabetismo llega a 14%, lo cual es relativamente alto, aunque destaca el 22% de habitantes con estudios superiores.

En materia de indicadores sociales, un 82% de hogares de la provincia cuenta con luz eléctrica, un 36.5% cocina con gas, un 87.8% cuenta con agua potable y un 59.6% cuenta con desagüe, indicadores que señalan una calidad de vida relativamente mejor a otras provincias, pero con exigencias inmediatas en inversión pública. En el ámbito de la ciudad de Huaraz, los indicadores mejoran sustancialmente, pero no superan el 90% de acceso.

En materia de empleo, la población económicamente activa (PEA) representa a 48,757 habitantes en Huaraz, un 93% esta empleado y el 7% está en el desempleo (la mitad jubilado). En el indicador de PEA ocupada un problema actual es el subempleo que aqueja al 38% de empleados (la mayor parte subempleo por ingresos).

La actividad con mayor concentración de empleo son los independientes, la micro, pequeña y mediana empresa. Mientras que el sector económico de más demanda son el comercio, los servicios turísticos y los servicios públicos. El empleo creció en el 2012 en 1.6% anual, liderado por el

sector transportes con 22%, seguido del sector servicios con 7% y comercio con 5%, la actividad extractiva tuvo una caída anual de 13%.

El PBI regional es de 11 mil millones de soles, equivale al 3.7% nacional. La economía es básicamente minera, este sector aporta con el 30% del PBI, le siguen el comercio con 30%, los servicios con 12% y la industria con 15%. La provincia de Huaraz aporta con el 12% del PBI regional, siendo Santa (costa) la de mayor aporte con 38%.

La economía regional ha crecido 1.7% en el 2012, los sectores de mayor expansión han sido los servicios (gobierno con 14% de crecimiento, servicios financieros con 7%) y el sector agropecuario que se expandió en 2%.

Los principales productos agrícolas en la zona (cuarto sector en importancia) son la papa, la alfalfa, el maíz choclo, la cebada y el trigo, que se cultivan en más de 32 mil Has en las zonas de Huaraz y cercanías. En el rubro pecuario, destacan la producción de leche y carne de vacuno, en ambos productos Huaraz representa el 10% de la producción regional.

La actividad minera tiene como producto estrella a la plata, le siguen el zinc y el cobre, de ellos el cobre se ha venido expandiendo a ritmos productivos de 32% anual entre el año 2012 y 2011 llegando a 470 mil tm, ayudado por las amplias inversiones en yacimientos como Antamina.

La industria en Ancash es básicamente costera, orientada a productos como harina de pescado, azúcar y conservas de pescado, otro rubro son los productos metalúrgicos, el sector decayó en 18% en el 2012.

El sector construcción cayó en 25% anual en el 2012, debido al menor despacho de cemento en la zona, cuyo consumo llegó a 137 mil tm.

El turismo es la actividad del sector servicios con mayor proyección en la zona, se genera un empleo sectorial de 1,132 personas y el arribo de turistas en la temporada alta de julio 2012 llegó a 2,619 extranjeros que se

quedaron 2.3 días en promedio, mientras que en ese mismo mes llegaron 19,286 turistas nacionales.

El motivo principal de la visita son los aspectos arqueológicos en la provincia de Huari o los nevados del Callejón de Huaylas. Siendo el punto de mayor dinámica, la ciudad de Huaraz.

Se estima en la zona de Huaraz, un total de 11,686 pequeños negocios (Estadísticas del Ministerio de Trabajo 2012), concentrados principalmente en el comercio y servicios, dado que la economía regional viene creciendo y los indicadores sociales evidencian mejores en Huaraz, esto indica que la capacidad de pago o endeudamiento está creciendo.

Los pequeños empresarios actualmente demandan créditos de modo informal o a las diversas entidades que funcionan en la ciudad, sin embargo es importante conocer los factores determinantes asociados que influyen en la colocación crediticia a modo de tener mejoras si se tratarás de aspectos del servicio, aspectos normativos, aspectos de la relación con los analistas o se vincula al costo financiero del crédito o tasa de interés.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al año 2010, los clientes en Latinoamérica ya llegan a 12.3 millones, de los cuales un 23% fue calificado como pobre (Reed, 2011), estas cifras permiten señalar que el Perú es un actor importante en el escenario regional, pues cuenta con un 25% de estos clientes considerando ahorros y créditos, lo que justifica el estudio de este mercado.

En el caso peruano, el crecimiento del sector micro financiero se ha dado aún en contextos económicos adversos, sin embargo no deja de ser vulnerable. Como muestra podemos señalar que mientras el PBI peruano sólo crecía 0.9% el año 2009, producto de la crisis internacional; el sector de microfinanzas creció en 14% en créditos y en 30% en depósitos respecto del año 2008. No obstante, el impacto de la crisis se notó en dos aspectos,

primero el ritmo de crecimiento crediticio se redujo (fue de 28% el año 2008) y la morosidad subió en 0.9% respecto del año 2008, el sector en general salió airoso y con indicadores financieros adecuados en materia de patrimonio y rendimiento. (SBS, 2009).

En el caso de Latinoamérica, el mercado de microcréditos evidencia tasas de interés activas anuales de 114% para Fincomun en México, 40% para Promujer en Bolivia, 35% para Fundeser en Nicaragua, 63% para IDESI en Perú, 28% para CMAC Cuzco de Perú o el 21% cobrado por ASOFIN en Bolivia (Asofin, 2009). A pesar de estas mayores tasas de interés, respecto de la banca comercial, la dinámica del sector no se ha visto estancada. En el futuro las tasas irán bajando, producto de la profundidad de los mercados financieros, lo cual implicaría amplias ventajas de expansión del sector, siempre que las tecnologías crediticias o los procesos de cada entidad se vayan ajustando en costos operativos, que les permitan sostener el modelo de negocios y se ajusten además a las exigencias del cliente, estos aspectos se estudiarán en esta tesis y será su aporte para el mayor conocimiento de este segmento del mercado financiero.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. Problema General

¿Cuáles son los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la Ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014?

1.3.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es la dinámica del mercado financiero en Huaraz?
- ¿Cuáles son las características personales del microempresario cliente de microcréditos en Huaraz, como factores determinantes de la demanda de microcréditos?
- ¿Qué características debe presentar el negocio, para determinar la demanda de microcréditos?

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El presente trabajo de investigación es importante porque permite reconocer que las microfinanzas han demostrado constituir un mecanismo eficaz de reducción de la pobreza y ser un fomento de la inclusión social, aunque no son una condición suficiente para alcanzar esos objetivos.

Por otro lado es importante dado que la imposibilidad que tienen los hogares y los pequeños empresarios de realizar inversiones en las distintas áreas de desarrollo y en activos productivos a través de mecanismos distintos a la reinversión de sus escasos ingresos y ahorros limita sus posibilidades de ascenso social e incrementa la desigualdad. En el escenario empresarial, la presencia de mercados financieros incompletos y excluyentes obstruye el desarrollo de nuevas industrias y la perduración de las iniciativas de negocios de los pequeños empresarios; a su vez, favorece el desarrollo de estructuras de mercado donde el capital y la inversión se encuentran altamente concentrados (Stiglitz, 1989).

Tal como lo revelan los avances recientes en teoría del desarrollo han asociado la facilidad de acceso a estos servicios con la reducción de la pobreza y la desigualdad. Como señalan Dermigu c-Kunt et.al (2007), las reformas orientadas hacia la transformación de los sistemas financieros en mecanismos incluyentes y completos, tienen la ventaja de estimular el crecimiento económico en un ambiente de inclusión y reducción de la desigualdad, sin generar distorsiones en los incentivos hacia la actividad productiva, como puede ocurrir con políticas de subsidios y beneficios tributarios orientados a ciertos sectores económicos.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo General

Conocer los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Analizar la dinámica del mercado financiero en Huaraz, a partir de un diagnóstico de colocaciones y captaciones en la zona para el año 2014.
- Analizar las características personales del microempresario cliente de microcréditos en Huaraz, como factores determinantes de la demanda de microcréditos.
- Analizar las características del negocio, como factores que pueden determinar la demanda de microcréditos.

CAPÍTULO II

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO – CIENTÍFICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Los créditos a la pequeña y microempresa en el Perú, se encuentran formalmente concentrados, bajo el sistema de entidades de microfinanzas no bancarias. Una gran parte de estas entidades son reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), aquí tenemos las Cajas Municipales (CMAC), las Cajas Rurales (CRAC) y las Entidades de desarrollo de las pequeñas y microempresas (EDPYME), también se tienen algunas entidades bancarias con créditos dirigidos a la microempresa. Por otro lado, entre las entidades no reguladas por la SBS, figuran las Cooperativas de ahorro y crédito (CAC), que caen bajo la esfera de supervisión de la Federación Nacional de CAC (FENACREP) una entidad no gubernamental.

Amorós (2009) encuentra potencial de crecimiento en los mercados de microcréditos, su estudio en las ciudades de Chiclayo y Trujillo indicó que la demanda de microcréditos se basa en aspectos como la antigüedad del negocio, los procesos formales de gestión (no tanto con la formalidad laboral o tributaria), con el tamaño del negocio y el valor del activo fijo. Se señala que el mercado tiene presión competitiva, ya que los clientes no bancarizados que van quedando tienen menor capacidad de pago y por tanto las entidades que compiten en el mercado van presionando paulatina la mayor competencia. Amorós (2009) no encuentra mucha relación entre la demanda crediticia y las características del empresario en su nivel educativo ni en el sexo o género del mismo, lo que concluye que la demanda de créditos en estas ciudades está muy ligada con la dinámica del negocio.

León (2013) en un estudio sobre los segmentos de demanda crediticia en Cajamarca, encontró que la demanda es determinada por los estudios superiores del empresario, es decir la presencia de créditos es mayor en caso se tenga este nivel educativo, reflejando las prácticas financieras de mayor

riesgo en caso se tiene más estudios, León (2013) también encontró que existe una mayor demanda de créditos en relación con el número de trabajadores del negocio (que evidencia el tamaño del mismo) y con las ventas del mismo, en ambos casos se encuentra que la demanda de créditos crece conforme van creciendo el tamaño de la empresa en términos operativos y sus ventas. El mercado de Cajamarca aún tiene potencial de crecimiento, pero relativo, dado que hay mayor presencia de entidades financieras y los clientes grandes o medianos van siendo bancarizados en mayoría.

Quispe et al (2012) indican que el explosivo crecimiento de las entidades dirigidas a la demanda de microcréditos en el Perú, se debe a una mayor demanda general del crédito alentado por menores tasas de interés que pasaron de 84% en 1995 a 32% en el 2009 y en la actualidad la tasa oscila en 24%, esta reducción ha alentado las colocaciones que pasaron de 162 millones de dólares en 1995 a 3,841 millones en el 2009, en la actualidad presentan alrededor del 4.3% del mercado financiero total de activos, equivalente a 19.7 mil millones de soles o 7 mil millones de dólares.

La SBS (2013) señala concretamente que al “cierre de 2013, los créditos destinados a financiar actividades empresariales constituyeron el 65,4% de la cartera total del sistema financiero ascendente a 71.2 mil millones de dólares (49,6% del segmento no minorista y 15,8% de créditos a micro y pequeñas empresas), los créditos de consumo alcanzaron una participación de 19,6% y los créditos hipotecarios para vivienda el 15,0% restante”.

Las entidades de microfinanzas representan 31 empresas dirigidas directamente al segmento y 3 bancos con financieras vinculadas a este sector.

Estudios de Armendáriz y Morduch (2005) indican la existencia, al año 2003, de más de 2,572 unidades de microfinanzas en el mundo, atendiendo a 67.6 millones de clientes, de los cuales el 62% fueron calificados como pobres. El número de clientes atendidos creció en 30% anual desde mediados de la década de los 90 al año 2003, siendo los países con mayor incidencia,

aquellos ubicados en Asia como India o en África. Estos indicadores han mejorado notablemente al año 2010, pues ahora se cuenta con 3,589 instituciones de microfinanzas, dando crédito a 190.1 millones de clientes, atendiendo a 67% de clientes calificados como pobres. (Reed, 2011)

La evolución de estas entidades, a decir de Armendáriz y Morduch (2005), pasa desde un contexto muy orientado a aliviar la pobreza con créditos muy pequeños y colectivos (los microcréditos), a entidades que brindan servicios financieros inclusive los ahorros y que además se encuentran regulados, de modo que el servicio tiende a generar relaciones comerciales con los clientes antes que de subsistencia, esto viene a llamarse microfinanzas, aun cuando los términos microcrédito o microfinanzas se usen indistintamente.

No obstante las definiciones anteriores, Berger et al (2007) definen microcrédito como una parte de las microfinanzas, que está orientada a la labor de otorgamiento de créditos a los clientes microempresarios, este trabajo abarca primordialmente el crédito otorgado a pequeñas o microempresas y por ende usaremos en todo el desarrollo el término microcrédito.

En el caso del término microempresario, este debe ser usado en un contexto amplio para definir bien a los usuarios microfinancieros, Berger (2000) señala que los microempresarios pueden ser personas independientes diversas (cualquier actividad económica), sean personas naturales e incluso jurídicas, sean negocios individuales o negocios con un pequeño conjunto de empleados, los cuales por lo general no superan los 10 trabajadores.

Haciendo un poco de historia en el caso peruano, las entidades de microcrédito colectivo como primera experiencia de este rubro, funcionaron a cargo de organismos no gubernamentales (ONG) como Cáritas del Perú o Acción Internacional lo cual se dio durante los años 70 u 80, más adelante estas mismas entidades fueron migrando hacia los créditos individuales y a generar mayor oferta financiera.

En el caso de Acción Internacional, esta se fundó en el Perú a fines de los años 70 como Acción Comunitaria y es el actual accionista mayoritario de Mi banco, el primer banco dirigido a la microempresa en el país.

Si bien en nuestro país o Latinoamérica en general, el sistema de microfinanzas no es el rubro más importante del mercado financiero, esta actividad si es muy relevante en los mercados locales o regionales. Sobre todo si la banca en general no ha cubierto este segmento de clientes o tiene una baja penetración en el rubro. Tejerina et al (2006) señalan que las instituciones de micro finanzas son la base de una democracia financiera antes limitada, que no sólo provee acceso al crédito, sino también innovaciones en materia de tecnología crediticia para acceder a estos mercados que por mucho tiempo estuvieron desatendidos.

Tejerina y Westley (2006) señalan que en Latinoamérica, el acceso de la población al crédito llega a 6% del total, mientras que sólo un 3% de hogares pobres accede al crédito contra un 8% de hogares no pobres. Por otro lado un 8% de hogares urbanos accede a créditos, contra un 4% de hogares rurales, estas brechas siguen siendo importantes, a pesar de la mayor profundización del crédito lograda en los últimos años.

Los micros finanzas en nuestros países se guían por la demanda, es decir atienden segmentos del mercado que requieren productos crediticios diversos, principalmente los microcréditos y productos más complejos como créditos hipotecarios, prendarios, para activos fijos o de consumo. Las entidades se adaptan a estos clientes en montos, plazos y tasas, llegan a ellos mediante una amplia red de agencias, cada una de ellas despliega un conjunto de funcionarios asesores de créditos o captadores de ahorros.

El modelo de negocios, si bien es de costos operativos amplios, garantiza la rentabilidad porque los clientes acceden al crédito a mayores tasas de interés

(colocando diversos productos además) e incluso con bajos niveles de morosidad, lo cual consolida el modelo de negocios. (Berger et al, 2007)

El modelo parece no agotarse todavía, sin embargo hay aspectos que podrían señalar una madurez de la industria y que requieren ser revisados, por ejemplo la progresiva disminución de tasas de interés producto de la mayor competencia, puede terminar concentrando la industria a favor de las CMAC, aspecto que por tamaño de mercado parece estarse consolidando.

Otros criterios son la agresiva competencia de las entidades bancarias, que pueden afectar las condiciones de la demanda, ¿hasta qué punto el modelo de negocios basado en la cercana presencia de analistas sigue siendo viable? Son los clientes los que definirán las motivaciones que tienen detrás de solicitar un crédito, en la medida que la cercanía del asesor de créditos sea muy apreciada, entonces el modelo seguirá vigente o migraría hacia nuevas condiciones de la demanda.

En materia de un análisis de la evolución crediticia sectorial, Jaramillo y Valdivia (2005) encontraron que el sector comercio peruano está claramente sobre financiado, mientras que el sector industria tiene un subutilización del crédito, de modo que en el mercado potencial peruano, un 40% de pequeños negocios, aún está insatisfecho. No obstante este mercado sería mayoritariamente informal, ese mercado no cubierto se basa en razones de demanda antes que restricciones de oferta, primero porque la oferta de fondos hacia las entidades de microfinanzas se han venido expandiendo y segundo, porque la banca comercial en lugar de desarrollar el mercado, está captando a clientes de las entidades de microfinanzas, al no ampliarse el mercado, los clientes, principalmente comerciales, tenderán a escasear, esto además presiona los costos operativos pues se realiza un mayor esfuerzo comercial y mayores salarios para analistas que ya cuentan con una cartera de clientes. Hay que añadir que la oferta de microcréditos se ha venido consolidando, la posibilidad de fusiones de estas entidades es una realidad, por lo cual la oferta no termina siendo la barrera ni tampoco la tasa de interés, el problema puede

darse en el elevado costo de desarrollar nuevos clientes, el mismo que se está trasladando desde la banca y las cajas o entidades micro financieras, hacia las entidades de menor escala como las Edpymes, lo cual puede representar un obstáculo en el desarrollo del mercado en el futuro inmediato.

Las microfinanzas surgieron como un mecanismo de lucha contra la pobreza, no obstante su desarrollo en el mercado financiero ha seguido dos caminos, por un lado entidades reguladas a la usanza del sistema bancario y por otro lado entidades no reguladas (Bayar, 2013), estas escasas regulaciones pueden alterar el desarrollo del sector, ante crecimientos de colocaciones no sostenibles. La velocidad del crecimiento rebasó a los reguladores, asimismo la expansión del sistema tendía a sobre endeudar a los microempresarios. Un problema recurrente ha sido la apertura de más puntos de atención, con lo cual las TASS de interés en el sector tienden a moverse a la baja (aunque son mucho más altas que el mercado bancario) y se presta relajando las condiciones crediticias, con lo cual la morosidad bancaria sube.

La crisis financiera mundial ha obligado a los sistemas reguladores a reducir el espectro de las entidades de microfinanzas no reguladas, expansiones de las colocaciones terminan por afectar los indicadores de rentabilidad, de igual modo la crisis eleva los costos operativos y reduce los márgenes, en este contexto la sostenibilidad del sistema microfinanciero es vital, en un mercado donde aún hay espacio de crecimiento.

El sector de microfinanzas es también especializado, los altos costos y riesgos del sector, lo obligan a ser muy detallado en las evaluaciones del cliente, su poco acceso al mercado de capitales o de emisión de deuda y capital, generan que aún mantenga procesos de costos financieros altos que se trasladan a los clientes, si embargo las tendencias llevan a un mercado más profundo en financiamiento que ayude a los clientes. (Bachelor, 2009)

Respecto de los efectos en la actividad empresarial, los microempresarios son agentes que pueden ir del empleo formal o informal dependiente hacia la

actividad dependiente, también se pueden combinar ambas opciones o puede que salgar del mundo independiente hacia el dependiente. En ese sentido Bruhn and Love (2014) encuentran que en México la presencia de entidades de microfinanzas aumentó la presencia de más empresarios (7.6% más) creando 1.4% de empleo adicional, impactando en 7% en los ingresos de los microempresarios. Los efectos son más intensos en la medida que los clientes estén bancarizados debido a que el volumen de ventas se registra y a la reputación que conlleva a más volumen crediticio, la reputación además se ve ayudados si los clientes son a su vez clientes de un sistema de soporte, en el caso mexicano el sistema comercial ayuda al sistema financiero, las ventas al crédito de entidades como Electra por ejemplo, permiten la mejor expansión del banco Azteca su soporte financiero. Las evidencias señalan que un aspecto crucial a la hora de fomentar el sector, es la mejora de los sistemas de registro de activos, los menores costos fijos de la información crediticia y el logro de alianzas estratégicas para llegar a más clientes.

De acuerdo con Batra y Suman (2012) la expansión del sector microfinanciero es desigual, en el caso de India hay estados con mayor profundidad del sistema, sin embargo las tendencias implican una mayor concentración del rubro. Sobre este punto Shetty and Veerashekharappa (2009) indican que la naturaleza de concentración responde a que los costos del sector aún son altos y los clientes muy pequeños, teniendo que recurrir a alianzas con entidades más grandes o a las compras internas (fenómeno que pasa en Perú por ejemplo), además aun existe en el sector el crédito informal inclusive a tasas muy altas, lo que es un incentivo perverso para las entidades de microfinanzas, dado que sus tasas de interés tienen rigidez a la baja, esto a la larga puede afectar al mismo rubro, dado que los bancos comerciales más grandes entran agresivamente en el sector.

Las entidades bancarias entran al sector poniendo en juego su mayor escala, los bancos han promovido la competencia y a la vez el diseño de más productos financieros, en el camino se oferta microseguros, créditos de mayor plazo y monto, así como alianzas con entidades para entrar en mercados de

riesgo medido como el hipotecario. La idea de reducir costos ampliando la base de clientes se extiende rápidamente, en ellos las tecnologías de información aplicadas a la evaluación crediticia son fundamentales, con lo cual los clientes pasan rápidamente a una base de datos que ayuda al sector y reduce los riesgos de sobre endeudamiento.

Respecto de las rigideces del mercado de microfinanzas, Hassman et al (2013) indican que los principales problemas se relacionan con las debilidades de información que tienen los clientes de las entidades, así los microempresarios tienen poca información sobre sus propias necesidades crediticias, es decir los montos necesarios para operar (denominado capital de trabajo) no son estimados, está la ausencia de fuentes fiables de información sobre las operaciones del negocio, las complicaciones a la hora de establecer el crecimiento futuro para créditos de largo plazo y su propio desconocimiento de los procedimientos bancarios, considerando que toda deuda es también un riesgo, los microempresarios no se informan bien de lo que cada entidad requiere y por tanto pueden no acceder al crédito.

Un desafío actual es la posibilidad de ofrecer créditos a medida, puesto que los clientes son muy diferentes por actividad, por tamaño, por sus prácticas y otros aspectos, que hacen que las entidades deben conocerlos bien y establecer las necesidades de cada uno por separado.

Pearlman (2012) ha encontrado que los principales indicadores de los clientes microfinanzas (que permiten reducir su vulnerabilidad) son el estado civil, así clientes casados pueden representar potenciales pagadores de deuda contra la menor probabilidad en clientes solteros, asimismo la presencia de clientes que tengan un seguro de la misma entidad genera menos probabilidad de incumplimiento, el rol de las microfinanzas parece haberse estancado en la lucha contra pobreza en el mercado limeño y se debe a que los clientes en general son vulnerables al riesgo sistémico, economía débil en general, por lo cual el crédito debe reducirse pero considerando no tener clientes que

puedan sobre exponerse al riesgo, de allí el papel de la estabilidad emocional de largo plazo.

2.2. BASES TEÓRICO-CIENTÍFICAS.

2.2.1. TEORÍAS

2.2.1.1. Teoría Económica

La teoría económica se divide en dos grandes partes: por un lado está lo que se denomina microeconomía y, por otro, la macroeconomía. La **microeconomía** está constituida por la serie de hipótesis teóricas que explican el funcionamiento de los mercados individuales. A la vez, está conformada por cuatro partes principales: la teoría del mercado, la teoría de la demanda y el consumidor, la teoría de la oferta, la empresa y la producción y la teoría acerca de las estructuras de los mercados.

La macroeconomía está constituida por la serie de hipótesis teóricas que explican el funcionamiento de una economía nacional. Por ello estudia variables agregadas, que no agrupan los comportamientos individuales según el mercado al que pertenecen, sino según la función en el contexto de una economía nacional, es decir, macroeconómico. A la vez, puede subdividirse en cuatro grandes partes principales, a saber: la teoría de los ciclos, la teoría de las finanzas públicas, la teoría del dinero y el crédito, y la teoría de la economía abierta (o la economía internacional).

2.2.1.2. Teoría Neoclásica

Fue el inglés Alfred Marshall (1842-1924) quien a finales del siglo XIX construyó la Teoría neoclásica de la Economía. El marginalismo y el equilibrio económico. Los neoclásicos o revisionistas del clasicismo, eran por un lado los marginalistas, y por otro, los del equilibrio económico. Para los marginalistas vieneses el valor dependía de la utilidad marginal, que los bienes indirectos (bienes terminados), obtenían su valor de los bienes directos

(materias primas), los ingresos que percibían los factores de la producción se venían a constituir, en los precios de estos mismos, por lo tanto estaban sometidos a leyes indirectas de los precios. Los marginalistas son pensadores que ven en el individuo el motor de la Economía.

En el siglo XIX los neoclásicos estaban muy interesados en resolver cuestiones sobre la distribución, el ingreso y por supuesto, algunos como Clark deseaban competencia organizada y no libre competencia. La teoría neoclásica del equilibrio era entendida como un instrumento de análisis para estudiar los desequilibrios, y eventualmente lograr equilibrios. Sin embargo, el concepto de equilibrio no se manifestaba en la realidad, ya que el poder de compra se mostraba bajo una desigual repartición “y los objetivos de mayor demanda eran superados por los de oferta ya que se producía no lo más necesario desde el punto de vista social, sino lo más costeable”, como señalaba Von Wieser en 1899. Entre los mismos neoclásicos no existía una idea homogénea sobre el mejoramiento de la clase obrera y vemos cómo Böhm, Bawerk y Menger, entre otros, se opusieron a la doctrina marxista; en cambio, otros como Walras eran de ideas socialistas. De esta manera, se argüía que el hecho de mejorar las percepciones de los trabajadores influiría en los niveles de los precios, y en consecuencia en los niveles de empleo. Se hablaba también de que las leyes naturales determinaban el precio del trabajo, por lo que el Estado no debería participar en este sentido. Finalmente, Wieser y Marshall pretendían hacer ciertas reformas y de alguna manera consideraban recomendable la intervención del Estado.

“Alfred Marshall fue el exponente principal de los pensadores neoclásicos. Su obra principal es Principios de Economía. Trató de actualizar las aportaciones de los clásicos, conciliándolas con las del equilibrio económico, y los costos de producción con los principios de utilidad marginal, para resolver los problemas de su tiempo. Afirmaba que, el centro en torno al cual gira la ciencia económica es el dinero”. Retomó a los clásicos, al hablar de los factores de la producción: tierra, trabajo, capital y organización industrial”, y que están ligados con la oferta, así como la demanda está vinculada con la “naturaleza y fuente de los deseos humanos”.

“En su examen de la demanda utilizó los conceptos austriacos, como los de utilidad, utilidad marginal, ley de utilidad decreciente, y curva de demanda. En su explicación de la oferta, como era de esperar, hizo libre uso de doctrinas clásicas, tales como la ley de rendimientos decrecientes en la agricultura... Combinando las viejas teorías con las nuevas, reconcilió la oposición de toda una época entre el costo de producción y los puntos de vista de la utilidad, en la síntesis económica más notable enunciada hasta la época presente”. Marshall también ideó las curvas de oferta y demanda, habló de la distribución del ingreso nacional, nos legó sus teorías de la renta, de los salarios, del interés, de las ganancias y del progreso social.

2.2.1.3. Teoría Keynesiana.

La industria estadounidense se fortaleció en el periodo entre guerras, y por ello se habla de un “periodo de prosperidad”, en cuanto a Inglaterra, la oferta y no creó su propia demanda cuestión difícil de aceptar, pues el pensamiento económico influido por la escuela clásica (*laissez-faire*), pese a que tambaleó el carácter automático y autoadaptable del sistema económico, todavía prevalece. Dentro de tales condiciones se inicia el surgimiento del keynesianismo, cuando “Keynes ve una amenaza para la estabilidad en el enorme volumen de las deudas de guerra, por lo que ya en 1920 predice reacciones desfavorables sobre el desarrollo de la industria debido a las deudas y reparaciones de guerra, y en 1930, que no sólo se trata de una predicción, sino de una realidad”. En Inglaterra, los elevados tipos de interés del mercado generaban insuficiencia de inversión, en 1926 se presenta una huelga general, y en 1929, el remedio contra ello fue el programa de obras públicas, pero en ese año había iniciado la depresión, que en opinión de muchos sería una repetición de los ciclos anteriores, pero en 1931 Keynes decía: “Estamos hoy en medio de la mayor catástrofe económica... del mundo entero”

Con esta crisis de sobreproducción, los créditos crecieron en forma desmedida, la producción industrial estadounidense se redujo en 1932,

con la consecuente disminución de los salarios y un paro generalizado, la baja de los precios agrícolas, y la pérdida del poder adquisitivo de los campesinos, de tal forma que el presidente Roosevelt aplicó medidas económicas –New deal– como es el caso de obras públicas financiadas por el Estado para abatir el desempleo, evitar el paro y suplir deficiencias de iniciativa privada; tales principios habían sido propuestos por Keynes para Europa Occidental.

El periodo 1918-1939 (fin e inicio de la Primera Guerra Mundial) es una etapa de reconstrucción y financiamiento, crecimiento de gran diversidad de ramas industriales, la gran depresión, la crisis y la preparación de la Segunda Guerra, donde resulta apropiada la aplicación de la teoría de Keynes.

2.2.2. MICROCREDITOS Y MICROFINANZAS.

2.2.2.1. Concepto de Microcréditos.

Es el nombre concedido a aquellos programas que otorgan préstamos pequeños a personas pobres, para proyectos que son generadores de ingreso y de auto-empleo, permitiendo el cuidado y la manutención de ellos y sus familias.

Los créditos a las microempresas y a los pequeños comerciantes han sido definidos como aquellos créditos directos o indirectos otorgados a personas naturales o jurídicas destinados al financiamiento, y a la reinversión de actividades de producción.

Cuando se otorga el crédito a personas naturales, la microempresa ha tenido por muchos años una imagen de incumplimiento, por lo que existía una competencia muy desleal y desordenada económicamente, teniendo como relación una actividad de supervivencia, por lo cual no han accedido al crédito. Con estas necesidades en los sectores desatendidos tienen estas derivadas: El bajo crecimiento productivo de los pequeños empresarios, la no generación de empleo, la falta de acceso a servicios y productos de interés comunitario. Estas condiciones crean algunas de las razones del por qué se creó el microcrédito, siendo un punto clave para delimitar las acciones positivas de gestión ya que existe una definición clara

en donde se reúnan a todas estas necesidades del mercado en la sociedad ecuatoriana. En la décadas de los cincuenta y los sesenta hubo una tendencia en donde se hace un énfasis del crecimiento económico como un principal papel para poder favorecer políticas en donde se fundamentaron la industrialización, y así poder generar mayor empleo el cual pudiera mitigar la mano de obra desplazada del campo a la ciudad. En los años setenta se comenzó a enfocar las necesidades básicas como la prioridad principal para la subsistencia y mejor estilo de vida de los pobres. Durante la década de los ochenta vienen tendencias políticas económicas como el neoliberalismo estas políticas de carácter social e igualitario siempre estaban acompañadas de liberar los mercados para poder tener mayor accesibilidad a los productos teniendo poco resultado en el crecimiento económico; lo que generó un alza de costos en los sectores vulnerables aumentando de esta manera los niveles de desigualdad y pobreza en el pueblo ecuatoriano. (Zambrano, 2009) “No obstante, es importante que hagamos dos comparaciones a esta definición. Por un lado, se trata de una definición mínima, porque como ya se ha señalado anteriormente, el concepto de microcrédito es demasiado amplio y heterogéneo. Por otro lado, esta definición presenta de por sí un carácter restrictivo, puesto que en ella se pretende combinar eficiencia financiera con eficacia social, que son los aspectos más difíciles de conjuntar en el sector financiero. Podríamos considerar que el microcrédito es una herramienta de gestión de los recursos que se presta a personas que no tienen posibilidades de obtenerlos por otras vías, normalmente por no tener salarios fijos y comprobables, ni bienes que puedan ser usados en caso de embargo. Y que necesitan de una estructura financiera que les permita mantenerse a largo del tiempo” (Vara, 2006).

2.2.2.2. Concepto de Microfinanzas.

Se refieren a los servicios financieros en reducida escala – sobre todo crédito y ahorros- proporcionados a la gente que cultiva, pesca o cría animales; que opera empresas pequeñas o microempresas donde se producen, se reciclan, reparan o venden mercancías; que proporcionan servicios; que ganan un ingreso por alquileres de pequeñas parcelas de tierra,

vehículos, animales de trabajo o maquinaria y herramientas; y a otros individuos y grupos en el ámbito local de países en vías de desarrollo, tanto en áreas rurales y urbanas. Muchos de éstos tienen múltiples fuentes de ingreso.

Las microfinanzas son un mecanismo financiero que se encarga de la provisión de pequeños créditos (micro) facultados de ofrecer este servicio o productos a los bancos y cooperativas. (Vara, 2006) La principal función de las microfinanzas es la de alcanzar y profundizar los objetivos definidos como sociales, debido a que se destinan a sectores que tradicionalmente han sido excluidos del financiamiento, sectores de bajos ingresos o geográficamente distantes. Esta función permite que las microfinanzas se conviertan en una de las actividades de elevada importancia en la reducción de la pobreza, mediante la provisión de servicios financieros, como el ahorro, préstamos y seguros, entre otros. Este producto financiero ha logrado una mayor cobertura en el financiamiento, al permitir que hogares y personas que se encuentran en la línea de pobreza, puedan acceder a programas de microcrédito. Además, las microfinanzas promueven el desarrollo de microempresas, y de esta forma a la generación de mayores ingresos, fuentes de empleo y vuelven más dinámico el sector informal, contribuyendo al desarrollo económico y social del país. Enfoques de las Microfinanzas. Los desarrollos teóricos y empíricos de los últimos años en torno al tema, se han centrado en la búsqueda de una correlación directa entre microfinanzas y reducción de la pobreza, incremento del empleo, empoderamiento de la mujer, desarrollo económico, profundización financiera, entre otros. Pese a la variedad de temas que abordan las microfinanzas, existen dos tendencias bien marcadas sobre su evolución en estos últimos años; la primera, el enfoque del sistema financiero y, la segunda, el enfoque de alivio de la pobreza. (Hege, 1999)

2.2.2.3. Demanda de Microcréditos o demanda de micro finanzas.

La demanda de microcréditos o demanda micro financiera implica que los pequeños microempresarios soliciten créditos diversos, sea

para ampliar su negocio o para mejorar los activos del mismo, esta situación permite que las entidades de micro finanzas sean vistas como aliadas del desarrollo local (Yunus, 2010)

No obstante ello, hay que señalar que el sistema de micro finanzas normalmente tiene diferencias con la banca comercial (que también promueve la intermediación financiera en los mercados y por ende el desarrollo a mayor escala), en el caso peruano las entidades de micro finanzas no cumplen todas las funciones que la banca realiza, esto debido a criterios regulatorios, por ejemplo no se autorizan tarjetas de crédito de consumo personal, esto podría impactar la demanda crediticia pero elevar también los riesgos de las entidades, lo que es evitado por los entes regulatorios.

Hay que señalar que la demanda de créditos se vincula también al precio, que es la tasa de interés, esta es otra diferencia notoria con el sistema bancario tradicional, las tasas de microcréditos superan en gran medida el interés cobrado por la banca. Copa, et al (1995) manifestaron que esto ha sido un aspecto positivo, ya que la pequeña empresa peruana al financiarse a altas tasas de prestamistas informales (incluso en observación del mercado actual, las tasas informales en Chiclayo llegan a 10% mensual en promedio, nota del autor), en realidad no tienen mucha sensibilidad al precio y ello ayudaría a la entrada de entidades de micro finanzas a tasas relativamente altas pero menores a los créditos informales; permitiendo de ese modo cubrir los altos costos de monitoreo o vigilancia del repago, dado que el seguimiento efectuado por las entidades de micro finanzas al crédito, es personal y continuo.

En el mercado crediticio peruano es posible encontrar compitiendo en el mismo mercado a las cooperativas de crédito, Edpymes, cajas rurales, cajas municipales, bancos especializados en pequeña empresa y banca comercial, de modo que todas estas entidades encajan en la idea de micro finanzas. Esto supone una oferta de crédito orientada a las necesidades

empresariales antes que personales, cuyo fin es básicamente la expansión de las operaciones de la empresa mediante el financiamiento especializado (Jansson, 2003).

La demanda de microcréditos se ha impulsado por la mayor competencia en el sector, más entidades suponen una baja de la tasa de interés que permiten el acceso de más clientes microempresarios, lo cual es importante para bancarizar el mismo o dotar de información al sistema financiero y el mercado crezca de modo importante.

La demanda de microcréditos tiene otras características que la separan de la demanda crediticia en los mercados bancarios tradicionales, Chong y Schroht (1998) señalan que los clientes de micro finanzas por lo general carecen de colateral, que la información respecto del historial crediticio es limitada; que existen problemas de selección adversa por información asimétrica.

Es decir que la probabilidad de prestarle dinero a un cliente con problemas de repago, con riesgos elevados o conducta dudosa; es alta ante ausencias de información pasada del cliente, riesgos que actualmente se han reducido ante la expansión de las centrales de riesgo y la mayor penetración del mercado, cambios que se han dado continuamente desde finales de los años 90.

Otros factores que diferencian el mercado micro financiero se relacionan con el seguimiento más costoso (muchos analistas de crédito en campo), contrastado con las ventajas que dispone la banca comercial al contar con clientes más grandes o mejor conectados al mercado financiero.

Un fenómeno adicional en la evolución de la demanda de microcrédito o créditos dirigidos a la pequeña empresa; es la mayor presencia de la banca comercial en este sector atraída por la rentabilidad aún elevada de las micro finanzas.

Siguiendo lo anterior, la entrada de la banca en el rubro micro financiero ha tenido dos enfoques, uno es la creación de una división especializada en la pequeña empresa, experiencia muy recurrente en la actualidad en el Perú, que reduce costos operativos y propone la entrega de múltiples servicios a la pequeña empresa. El otro enfoque es la creación de una financiera independiente del banco matriz, pero que comparten algunas características que el público identifica haciendo del banco y la financiera una unidad corporativa, esto se hace con fines de limitar los riesgos a una sola empresa y no afectar la imagen que poseen los demás clientes (Westley, 2006).

La demanda de microcréditos también se relaciona con las características de los pequeños negocios, un aspecto muy relevante es el tamaño de la empresa, tal como señala Jaramillo (2006). Este autor además señaló que la conexión entre estas entidades y sus clientes, es básicamente la asesoría para mejorar sus inversiones, de modo que es muy relevante la relación que establece el cliente con su entidad de crédito. Los criterios financieros, como el uso de los fondos, son problemas que se comparten con la gran empresa, de modo que el tamaño es lo relevante para una microempresa, ya que las prácticas del microempresario deben tender a la eficiencia como en cualquier corporación.

Las relaciones entre microempresarios con la entidad financiera, pueden derivar en poca o mucha lealtad al actual ofertante de microcrédito (moviendo la demanda crediticia de una entidad a otra), desde allí podemos explorar la insatisfacción de los clientes en un mercado ya cubierto. En el caso que esas relaciones con los ofertantes no existan, pero hay la intención del crédito, entonces podemos derivar la parte de mercado no satisfecha actualmente. Aquí es relevante considerar que la demanda crediticia no cubierta por el mercado formal, puede cubrirse a modo informal o simplemente el pequeño empresario mueve capital propio.

Para la demanda crediticia, es relevante conocer también las cualidades personales del microempresario como la educación, Amao y Ogbowa (2005) indican que más educación implica asumir más riesgos financieros por tanto se beneficia la demanda crediticia. Otros detalles personales relevantes son aspectos relacionados a la conducción del negocio como los ingresos generados e inclusive el género (Hietalahti y Linden, 2006); asimismo sus preferencias en cuanto al financiamiento, sea mediante una entidad de microcréditos o mediante préstamos informales. En este aspecto Lelong y Schwartz (2003) manifiestan que sólo el 2.6% de microempresas en Latinoamérica accede al crédito formal. En algunos casos se puede dar una conexión con entidades de la banca comercial, es decir ya el sector es penetrado por actores que tradicionalmente no intervienen en el mismo; de modo que considerar el acceso al crédito formal e informal como criterio para la demanda crediticia es también relevante.

De Morais (2005) manifestó que la demanda de créditos tiene relación con las características del pequeño empresario, empezando por el tamaño que posee, las garantías que puede exhibir o las relaciones que logre entablar con la banca. En todos los casos aun cuando pueda ser clasificado por el tamaño del crédito, el pequeño empresario siempre asume altas tasas de interés, producto de la elevada percepción de riesgo y las malas condiciones de acceso a la información de la empresa en el contexto brasileño.

De Morais (2005) señaló también, que las principales limitantes para la demanda de créditos en el caso brasileño, se relacionan con la ausencia de registros contables fiables, con la escasa información relacionada a las prácticas gerenciales de los pequeños empresarios, la alta mortalidad de las micro y pequeñas empresas, lo cual limita el crédito hacia el muy corto plazo o se limita el crédito ante poca garantía de desempeño futuro.

Otros factores que atentan contra la demanda de microcréditos son la informalidad de los pequeños negocios, los altos costos

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

Siguiendo con las características del microempresario como factores de demanda micro crediticia, Dutta y Magableh (2006) encontraron que las entidades de micro finanzas tienen más probabilidad de conceder un crédito cuando se da la existencia de colaterales en los clientes, cuando el demandante tiene empleo formal y cuando el negocio es relativamente antiguo. De igual modo favorecen el microcrédito, la presencia de algún grado de ahorro (mostrado en la evaluación de ingresos de los clientes) y el grado de relaciones sociales de los clientes (conexiones con otros clientes de micro finanzas).

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

Filippo et al (2004) señalaron que la menor demanda crediticia o sus limitantes en Argentina, se relacionan con el bajo tamaño de la empresa; con el historial de cese de pagos; finalmente otro factor clave es la ausencia de información sobre todo en las pequeñas empresas.

Considerando la demanda de micro créditos vinculada al tamaño de la organización, Jaramillo (2008) analizó que el éxito financiero de las pequeñas empresas, tiene mucho que ver en las dimensiones del negocio y el volumen operativo que manejan, ello garantiza que los demás recursos involucrados puedan ser optimizados y además se genere un repago de

deudas sin que esto afecte la caja destinada a los accionistas o la caja requerida para las inversiones necesarias para el crecimiento. Este criterio sigue los hallazgos de Orlando y Pollack (2000), quienes encontraron que las pequeñas empresas con dos empleados o de autoempleo, son las que tienen menos ingresos y ganancias, afectando con ello su capacidad de pago y por ende su demanda crediticia es escasa e inclusive hay una oferta limitada en ese segmento.

En el caso de la demanda de microcréditos en las regiones peruanas Galarza y Alvarado (2003) encontraron que en la ciudad de Huancayo, el crédito informal es una de las principales formas de financiamiento de los pequeños empresarios, que existe un sesgo de las entidades de micro finanzas hacia el crédito comercial y personal, ante que al crédito productivo generalmente rural, ya que las pequeñas industrias locales, son a su vez puntos de venta comercial. El estudio señala además que existe un efecto sustitución entre crédito formal e informal, a ello ha abogado la continua simplificación de las entidades financieras para el otorgamiento del crédito, es notorio además el hecho de que no todas las colocaciones se hacen con colateral. Otro hallazgo interesante se relaciona con la tasa de interés, su elevada proporción no discrimina a los clientes sino más bien la aversión al riesgo o la ausencia de cumplimiento de los requisitos formales del crédito.

Venero y Yancari (2003) también analizaron la demanda crediticia en Huancayo, las conclusiones pueden resumirse en que la menor demanda se relaciona por los niveles de aversión al riesgo de los clientes y por los procedimientos crediticios en el caso urbano, mientras que en el caso rural se debe al elevado costo del financiamiento. El ámbito rural es particularmente desfavorecido debido a la presencia de altos costos de transacción y riesgos (reflejados en las tasas cobradas). En el caso urbano el mercado es principalmente liderado por la banca comercial, entidades de micro finanzas como Caja Municipal Huancayo tienen un segundo lugar en el mercado, pero lideran el aspecto micro financiero. Los autores señalan que el

peso de la banca comercial puede generar restricciones crediticias al imponer sus procedimientos (como líder del mercado) en los demás ofertantes.

Los autores encuentran algunas características saltantes que diferencian a los demandantes crediticios con capacidad de pago y aquellos que no, entre ellas resaltan la educación del jefe de familia, el acceso a seguros de salud, y el ingreso por hogar, ello en el caso urbano. En el aspecto rural un factor diferenciador es el grado de dependencia que soporta el jefe de familia. Los autores señalan que el factor de mayor impacto en la demanda, sería la oferta crediticia de planes de pago o cuotas que se sujeten a las características del cliente; por otro lado la tasa de interés o el plazo de pago, no parecen ser obstáculos en la demanda del cliente de microcréditos.

2.2.2.4. Rol de las micro finanzas en América Latina y el Perú.

El desarrollo de la industria micro financiera ya tiene casi 40 años en el Perú. Estamos hablando de una industria que empieza a desarrollarse a fines de los setenta. Inicialmente fue concebida como un conjunto de instituciones cuya misión era proveer principalmente créditos en pequeña escala. Ahora, luego de 40 años de desarrollo y expansión, hay otros servicios que también están ofreciendo como por ejemplo el micro ahorro o los micro seguros, incluso otros servicios un poco más especializados para el sector de microempresas. Entonces, ha permitido el crecimiento de esas unidades de producción sobre la base del aprovechamiento de oportunidades de negocios. En esa medida, ha cumplido un rol muy importante que no había sido cumplido antes por la banca comercial porque la banca comercial no tenía intereses de financiar ese tipo de actividades. Por eso, las micro finanzas en un primer momento fueron concebidas como una herramienta eficaz para combatir la pobreza tanto en América Latina como en otras zonas del mundo.

Así tenemos que las micro finanzas se han desarrollado con mucho éxito en las ciudades al interior del país, que es donde están los sectores más pobres de la población y los que tienen menos acceso al sector bancario tradicional. Recién en los últimos años, debido a su consolidación, las

entidades de micro finanzas entran a competir con fuerza en las principales ciudades del Perú, especialmente en Lima, la capital del país.

Perú es un país “... donde tres de cada cuatro personas que trabajan pertenecen al sector micro empresarial, las instituciones micro financieras (IMF) han encontrado un nicho perfecto para desarrollarse.” Las microempresas requieren así de acceso a financiamiento en condiciones apropiadas a sus especiales circunstancias y características. “La promoción del microcrédito ocupa un lugar destacado, ya que el acceso al financiamiento puede incrementar la productividad, el volumen de producción y/o ventas y la inversión, fomentando así una mejora de los ingresos familiares y la creación de nuevos puestos de trabajo”

2.2.2.5. Canal entre las micro finanzas y el desarrollo económico.

Las micro finanzas hacen posible que sectores muchas veces informales y en pequeñas escala se desarrollen y generen eslabonamientos en las economías locales. Entonces, hay de hecho un canal directo a través del cual la provisión, principalmente de microcrédito, ha permitido la expansión de estas pequeñas unidades productivas que generan eslabonamientos en la economía local, en la economía regional y eso contribuye de alguna manera al desarrollo porque hay más empleo, mejores salarios y se ofrecen mayores servicios y productos.

2.2.3. MARCO CONCEPTUAL

Microempresa

En términos legales, la definición de microempresa es la empleada por el Ministerio de Trabajo peruano, que señala un máximo de 10 trabajadores para la microempresa y hasta 50 para la pequeña empresa, o ventas menores a US\$ 40 mil al año en el primer caso y hasta US\$ 750 mil en el segundo. Otro criterio legal es usar la dimensión de activos, considerando a la microempresa con un máximo de US\$ 20 mil y la pequeña empresa con

un máximo de US\$ 300 mil. Criterios tributarios ubican a las empresas más pequeñas dentro del régimen único simplificado (RUS) con empresas que venden hasta los 18 mil soles (US\$ 6 mil) en ventas mensuales.

En este estudio abarcaremos microempresas que si bien en algunos casos pueden superar el límite de ventas normativo sea laboral o tributario, en ningún caso superan el total de 10 trabajadores, de modo que nuestra definición de microempresa se relaciona a la cantidad máxima de trabajadores. (Ministerio de Trabajo, 2013)

Microcrédito y micro finanzas

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

Bercovich (2004), señala que si bien el microcrédito se origina como parte del alivio a la pobreza, esta fase inicial ha dado paso a formas de crédito a grupos no necesariamente pobres, pero que no han sido cubiertos en la oferta de créditos formal o pre existente denominada micro finanzas. Las cuales pueden definirse como la disposición de recursos que permite generar un portafolio de servicios financieros para los hogares empresarios; realidad que se orienta más a los centros urbanos, puesto que el mayor mercado existente permitiría una mayor expansión empresarial.

Por ello en este trabajo, nos referimos al mercado de créditos para microempresarios urbanos en su categoría más amplia también conocido como micro finanzas, ya que el crédito urbano puede tener múltiples usos, elevar la capacidad de consumo de familias microempresarias pobres o generar una diversificación financiera en organizaciones empresariales pequeñas.

De igual modo los análisis en el caso de las micro finanzas analizadas aquí, son referidos a créditos personales antes que grupales, ya que este último criterio predomina en el crédito rural o contra pobreza que si califica de microcrédito, por cuanto tiene esa finalidad de soporte social (Conde, 2003).

2.2.4. MARCO HISTORICO

La evolución de las entidades, pasa desde un contexto muy orientado a aliviar la pobreza con créditos muy pequeños y colectivos (los microcréditos), a entidades que brindan servicios financieros inclusive los ahorros y que además se encuentran regulados, de modo que el servicio tiende a generar relaciones comerciales con los clientes antes que de subsistencia, esto viene a llamarse micro finanzas (Armendáriz y Morduch (2005)

2.2.4.1. Otros marcos que serían necesarios para ayudar a explicar el problema.

a) Marco Normativo

Los créditos a la pequeña y microempresa en el Perú, se encuentran formalmente concentrados, bajo el sistema de entidades de microfinanzas no bancarias. Una gran parte de estas entidades son reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), aquí tenemos las Cajas Municipales (CMAC), las Cajas Rurales (CRAC) y las Entidades de desarrollo de las pequeñas y microempresas (EDPYME), también se tienen algunas entidades bancarias con créditos dirigidos a la microempresa. Por otro lado, entre las entidades no reguladas por la SBS, figuran las Cooperativas de ahorro y crédito (CAC), que caen bajo la esfera de supervisión de la Federación Nacional de CAC (FENACREP) una entidad no gubernamental.

2.3. HIPÓTESIS

2.3.1. Hipótesis General

Los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014, son el Nivel educativo del microempresario, los Ingresos del negocio, la Antigüedad del negocio, el Tamaño del negocio, el Género del empresario, la Formalidad interna del empresario y las Características del establecimiento.

2.3.2. Hipótesis Específicas

- El mercado financiero en Huaraz viene creciendo sostenidamente, con una dinámica positiva en colocaciones y captaciones, debido a los aportes de la mayor actividad económica local.
- Los microempresarios de Huaraz demandan créditos debido a que tienen un mayor nivel educativo o estudios superiores, además de contar con una edad relativamente joven (menores de 40 años) por lo tanto son más accesibles al mercado financiero.
- Los negocios en Huaraz demandan crédito relacionado con el tamaño del negocio en número de trabajadores y ventas, con el tipo de negocio, con el grado de formalidad del mismo y principalmente para poder ampliar sus operaciones a corto plazo

2.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

2.4.1. Identificación de variables

VARIABLE
DEPENDIENTE Demanda de microcréditos
INDEPENDIENTE Factores determinantes de la demanda de microcréditos

2.5. DEFINICIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN
----------	------------

DEPENDIENTE Demanda de microcréditos	Microcréditos: Son pequeños préstamos realizados a prestatarios pobres que tienen dificultades insalvables para acceder a las vías ordinarias de concesión de préstamos a través de la banca tradicional o de las entidades de crédito en general. Demanda de microcréditos: definir a la demanda de microcréditos conjugar tres categorías: ingresos, status de la categoría ocupacional en relación a la seguridad social (incluyendo formalidad/informalidad) y destino a cubrir con el microcrédito.
INDEPENDIENTE Factores determinantes de la demanda de microcréditos	Factores: Elemento o circunstancia que contribuye, junto con otras cosas, a producir un resultado. Determinantes: es aquello que determina. El verbo determinar, por su parte, refiere a fijar los términos de algo, señalar algo para algún efecto, tomar una resolución, distinguir o discernir. Categoría de estructura profunda que corresponde a una serie de elementos, como el artículo, dominados por el sintagma nominal con exclusión del nombre al que se refieren.

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	ESCALA
DEPENDIENTE Demanda de microcréditos	Acceso al crédito en alguna entidad financiera	Microempresario Tiene deuda vigente	1: Si 0: No	Dicotómica
INDEPENDIENTE Factores determinantes de la demanda de microcréditos	Nivel educativo del microempresario	Tipo de estudios	1: Primaria 2: Secundaria 3: Superior	Ordinal
	Ingresos del negocio	Ventas mensuales	Soles por mes	Monetaria
	Antigüedad del negocio	Años desde su fundación	Nro de años	Numérica
	Tamaño del negocio	Número de trabajadores remunerados	Cantidad de trabajadores	Numérica
	Género del empresario	Sexo del conductor del negocio o propietario	1: Hombre 0: Mujer	Dicotómica
	Formalidad interna del empresario	Registros internos de la empresa Registro Tributario	1: Tiene 0: No tiene	Dicotómica

	Características del establecimiento	Tipo de construcción	1: Madera 2: Metal 3: Noble	Categoría
--	-------------------------------------	----------------------	-----------------------------------	-----------

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este estudio es exploratorio Correlacional y de Corte Transversal y es descriptiva, puesto que se hará un análisis en función a la información en un solo corte del tiempo del mercado crediticio en la ciudad de Huaraz para el año 2014, a partir de conocer las preferencias o demanda de créditos de los empresarios de la zona, en base a sus preferencias se determinará los factores que determinan la decisión de tener o demandar un crédito.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Atendiendo al tipo de investigación, el diseño asumido en la presente investigación es el diseño Descriptiva simple.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población.

Con fines de desarrollar el análisis específico de los consumidores de microcrédito y los factores asociados que influyen en su demanda, se procedió a considerar la población de referencia para el estudio, la cual está constituida por comerciantes ubicados en los principales mercados y puntos comerciales de la ciudad de Huaraz.

El estimado total de comerciantes en Huaraz, es la cantidad de 11,686 empresas en actividad o establecimientos principalmente, comerciales o de servicios.

3.3.2. Muestra

Se procedió a estimar la muestra de estudio, considerando los siguientes valores estadísticos:

Tabla 1. Valores estadísticos para estimado de muestra

Detalle	Valor
Población	11,686
P	0.5
Q	0.5
Confianza	95%
Error	6.1%
Confianza estándar	1.96

Se trabajó sólo en los mercados representativos ya señalados. El nivel de población de interés (P) se estima en 50% (esto se hace con fines de optimizar la muestra a realizar) y el nivel de población no interesada también se establece en 50% (Q).

El nivel de confianza fue del 95%, es decir si tuviéramos 100 muestras aleatorias de esta población, el 95% de estas muestras daría siempre los mismos promedios estimados.

El nivel de error se trabajó en 6.1%, debido a que por visitas efectuadas, se señalaba bastante homogeneidad en la población, no existiendo mayor problema en capturar cualquier posible desviación del mercado no cubierto, dada la consistencia de la población a estudiar.

El estándar Z, se refiere al valor estandarizado del nivel de confianza, en este caso 1.96 es el valor estándar para 95% de confianza.

Luego debemos estimar la muestra a trabajar en el estudio de los clientes de microcréditos, siguiendo la fórmula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

Con esta ecuación, se estimó la muestra en 250 personas naturales con negocio o microempresas, inclusive empresas jurídicas formadas pero dentro de la categoría de la micro y pequeña empresa.

3.4. MATERIALES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1. Materiales

- De escritorio: lapiceros, papel bond, regla
- De investigación: fichas, hojas de registro, cámara fotográfica

3.4.2. Técnicas de Gabinete.

La investigación estuvo basada en diversas técnicas e instrumentos que permitieron la recopilación de la información objetiva en las diferentes áreas involucradas en el problema.

El método no basta ni es todo; en el presente estudio se necesitó de procedimientos y medios que hicieran operativo los métodos. A este nivel se sitúan las técnicas utilizadas en el presente estudio:

El Fichaje:

Permitirá fijar conceptos y datos relevantes, mediante la elaboración y utilización de fichas para registrar organizar y precisar aspectos importantes considerados en las diferentes etapas de la investigación. Las fichas a utilizar serán:

- ❖ **Ficha de Resumen:** fueron utilizadas en la síntesis de conceptos y aportes de diversas fuentes, para que sean organizados de manera concisa y pertinentemente en estas fichas, particularmente sobre contenidos teóricos o antecedentes consultados.
- ❖ **Fichas Textuales:** sirvieron en la investigación para la transcripción literal de contenidos, sobre su versión bibliográfica o fuente informativa original.

- ❖ **Fichas Bibliográficas:** Se utilizaron permanentemente en el registro de datos sobre las fuentes recurridas y que se consulten, para llevar un registro de aquellos estudios, aportes y teorías que darán el soporte científico correspondiente a la investigación.

3.4.3. Técnicas de Campo.

Para evitar cualquier sesgo en el tamaño de muestra, se realizó visitas previas en la zona de Huaraz, en esas visitas se captó de modo piloto las motivaciones de los comerciantes y la homogeneidad de la muestra a analizar, preguntando por giro del negocio, movimiento de ventas, tipo de puesto y contacto con entidades financieras.

Una vez determinada la muestra, esta se repartió en las calles seleccionadas por su actividad comercial y ligada a microempresarios, de modo totalmente aleatorio, las calles de interés son las siguientes:

- Calle Luzuriaga
- Tarapacá
- Salirosas
- 28 de Julio
- Simón Bolívar
- San Martín
- José de la Cruz Romero
- Jesús de Morales
- Sucre
- Adicionalmente se tendrá en cuenta a los negocios del Mercado central.

Se realizó el diseño de una encuesta, la misma que fue validado por la opinión de expertos, se realizó una muestra piloto (encuesta previa) de 15 entrevistas rápidas que indicaron las principales dimensiones de los clientes de micro finanzas, las cuales giran en torno a:

- Aspectos educativos y de género
- Construcción del puesto y tipo de actividad comercial
- Formalidad y conducción del puesto
- Tipos de financiamiento

- Necesidades de crédito y sus motivaciones en torno a los requerimientos crediticios
- Entidades crediticias con las que tiene relación y su grado de satisfacción

Se aplicó dicha encuesta en las zonas ya mencionadas, para lo cual se contó con el apoyo de alumnos de Universidades Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de la ciudad de Huaraz, distribuyendo a los encuestadores en dos equipos de personas supervisadas por el tesista.

La encuesta se aplicó los días miércoles a domingo, se procuró contar con un 15% de supervisión efectiva de las encuestas realizadas, para garantizar su idoneidad.

3.5. MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

a. Métodos del nivel teórico

- **Método histórico lógico:**

Al utilizar este método permitió establecer una correspondencia entre los métodos histórico y lógico, con el fin de analizar los factores influyentes y ver lo relacionado a los antecedentes y planteamiento del problema.

- **Método analítico sintético:**

Se utilizó con el objetivo de recoger a través de la consulta bibliográfica, todos los elementos teóricos que brindan informaciones válidas para hacer posible el enriquecimiento de esta investigación y los factores sociales que condicionan el desarrollo de la misma y sus posibles respuestas luego de aplicar las técnicas e instrumentos de recolección.

- **Hipotético – Deductivo:**

Con este método a partir de determinados principios, teorías o leyes se derivaron respuestas que explican el fenómeno y que vuelven a ser

confirmadas en la práctica, sirvieron para contrastar la hipótesis y tratar la discusión de los resultados

3.6. ANÁLISIS ESTADÍSTICOS DE LOS DATOS

Se procedió a realizar un modelo logit binario, donde la variable dependiente (Y) es cualitativa y se refiere a la existencia de crédito vigente (1) o no tiene crédito vigente (0).

Las variables explicativas del modelo son las siguientes:

X1: Nivel educativo del microempresario

X2: Ingresos del negocio

X3: Antigüedad del negocio

X4: Tamaño del negocio

X5: Género del empresario

X6: Formalidad interna del empresario

X7: Características del establecimiento

El modelo logit binario se expresa estimando la probabilidad de ocurrencia, en este caso la probabilidad de que se tenga crédito.

Sea p : la probabilidad de éxito y $(1-p)$ la probabilidad de fracaso, entonces el logit se estima como, $\text{Logit}(p) = \ln [p / (1-p)] = X B + e$.

Donde B , son los parámetros del modelo logit, estimado bajo la secuencia de mínimos cuadrados.

Cada coeficiente tiene un ratio de impacto sobre la variable dependiente, este ratio se conoce como Odds y se define usando primero las estimaciones siguientes:

Efecto total en la probabilidad logit del parámetro $B_j = \text{Exp}(X B + B_j + e)$

Efecto total en la probabilidad del modelo = $\text{Exp}(X B + e)$

Ratio Odds = Efecto de la probabilidad de B_j / Efecto del modelo = $\text{Exp}(B_j)$

El ratio indica cuánto cambia la probabilidad de ocurrencia en la variable dependiente, cuando cambia la variable independiente en 1.

De modo que el impacto de los parámetros fue medido con este indicador. El ajuste del modelo fue medido mediante el R^2 de Cox y Snell (entre 0 y menor que 1) que indica el efecto en la varianza de la dependiente cuando cambian las independientes, este R^2 se ajusta con el indicador de Nagelkerke similar al anterior, pero con un umbral que llega a 1. Finalmente un R^2 mayor a 0.3 indicó un ajuste relativamente bueno para el modelo.

La significancia de los parámetros, se midió con el test de Wald que equivale a la prueba T al cuadrado, es decir un parámetro con valor mayor a 4 será significativo.

CAPÍTULO IV

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

4.1.1. Características básicas de Ancash y Huaraz

Ubicado en el sector centro occidental del país, la región Ancash es fuente de una gran historia, sobre todo en el pasado prehispánico, la región cuenta una extensión de 35,864.7 km², de superficie continental y a ello hay que añadirle 12.23 km² de superficie insular, ya que posee un pequeño conjunto de islas, en donde destaca Isla Blanca y Santa Ana.

La región representa el 2.7% del área física del Perú. En su estructura político administrativa, Ancash se divide en 22 provincias y 166 distritos, siendo en este sentido, la región con mayor número de provincias en el ámbito nacional.

Figura 1. Mapa político de Ancash



Fuente: INEI

La región Ancash tiene algunos centros urbanos de amplia importancia local, la provincia de Santa es quien comanda este desarrollo urbano, en ella se encuentran los distritos de Chimbote y Nuevo Chimbote, amplias zonas de alta densidad poblacional y cuya actividad económica depende principalmente de la industria derivada de la pesca, el agro ligado a la exportación y la industria siderúrgica, entre otros.

Le sigue en importancia la ciudad de Huaraz que es el principal destino turístico en los andes del norte y centro del Perú, en ella se concentra la actividad minera regional y otras industrias derivadas de la agricultura y pecuaria andina.

Otros centros urbanos que destacan son Carhuaz y Yungay, en ambos casos son puntos de referencia para el turismo en las altas montañas nevadas que tiene la región, la tabla siguiente muestra la superficie y la densidad poblacional en las provincias de la Región Ancash.

Tabla 2. Estructura política y densidad poblacional 2012 – Región Ancash.

Provincia	Km2	Densidad
HUARAZ	2,492.9	50.1
AIJA	696.7	12.8
ANTONIO RAYMONDI	561.6	34.6
ASUNCION	528.7	19.1
BOLOGNESI	3,116.9	9.2
CARHUAZ	803.9	50.7
CARLOS FERMIN FITZCARRALD	624.2	34.6
CASMA	2,261.0	16.1
CORONGO	988.0	9.2
HUARI	2,771.9	23.8
HUARMEY	3,908.4	6.3
HUAYLAS	2,292.8	22.7
MARISCAL LUZURIAGA	730.6	32.8
OCROS	1,945.1	3.7
PALLASCA	2,101.2	13.9
POMABAMBA	914.1	29.5
RECUAY	2,304.2	8.6

SANTA	4,005.0	87.2
SIHUAS	1,456.0	22.5
YUNGAY	1,361.5	37.9
Total	35,864.7	27.4

Fuente: INEI

Caracterización geoeconómica

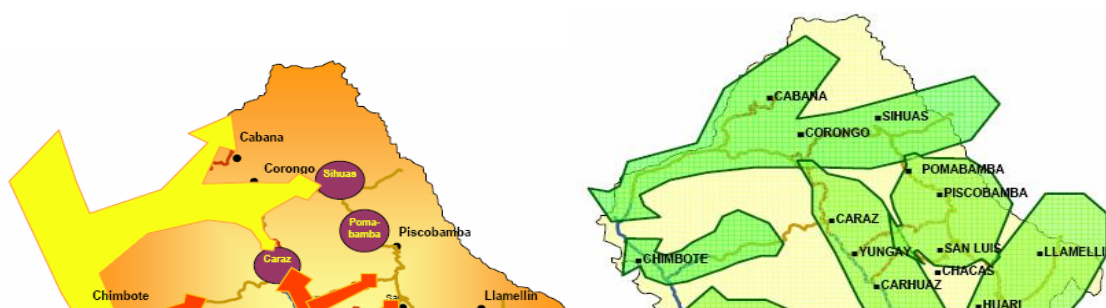
Los flujos comerciales y migratorios en la Región Ancash, se pueden evidenciar en la figura siguiente. En ella se muestran primero, la corriente comercial que empieza en la costa y se traslada a la zona andina, para ello hay diversos medios de acceso, por un lado desde Lima vía Huarney se llega a Huaraz, este es el principal flujo de turistas y visitantes, además de ser la conexión empleada por la actividad minera. Desde esta carretera y sin necesidad de llegar a Huaraz hay conexiones a Huari y otros centros turísticos de la zona.

Desde Chimbote y vía Casma se llega a Huaraz, este es el movimiento que se relaciona con la industria pesquera y de alimentos de la costa hacia la zona andina.

Otro flujo menor lo construyen la carretera a Cabana desde Chimbote, básicamente un flujo comercial de productos alimenticios y en algunos casos de migración laboral sierra costa.

Ya en los andes, Huaraz es el centro del flujo comercial hacia otras zonas andinas, como Caraz, Pomabamba y otras, siendo esta ciudad el centro de la dinámica social y comercial de los andes de Ancash.

Figura 2. Flujos comerciales y productivos – Región Ancash



Fuente: Gobierno Regional de Ancash

En materia de la producción andina y costera, en la región se distinguen cuatro grandes dinámicas, la primera es bastante pequeña y se vincula con productos ganaderos y frutales, esta zona es la formada por el eje Cabana Chimbote, recientemente con más impulso luego de la carretera que se inició a construir a fines del año 2004. Otro eje importante es el formado por la actividad costera, en ella destacan dos aspectos, primero la industria pesquera de Chimbote y Huarmey, y segundo la actividad portuaria minera que se maneja desde Huarmey.

Otro eje importante, es el relacionado con la producción ganadera, vegetales y algunos minerales como caolín que vienen de la parte alta de Huaraz y otras provincias las mismas que llegan a la costa vía Casma y de allí parte a otros mercados como Chimbote y Huarmey, hasta Lima.

Pequeños empresarios y actividad comercial

Los pequeños empresarios están muy ligados al sector comercial en la zona de Huaraz, esta actividad se liga al turismo y a la creciente

demanda regional, ya que se ha venido elevando el nivel de gasto en la medida que se han ido profundizando las inversiones mineras.

Cabe señalar que en la zona se estima la existencia de 26,803 negocios, de los cuales 11,686 están orientados a la pequeña empresa comercial, de servicios e industrial, las cuales se concentran predominantemente en la zona urbana de Huaraz. Las pymes de Huaraz representan el 12% de las pymes regionales.

Tabla 3. Estimado de pymes regional 2012

Empresas	Total
Independientes	105,213
Microempresa	112,890
Pequeña empresa	1,597
Total Ancash	219,700
Huaraz	26,803
Industria	2,600
Comercio	6,272
Servicios	2,814
Pymes urbanas	11,686

Fuente: MTPE - Gobierno Regional de Ancash

Estudios del gobierno regional en el sector de la pequeña empresa de Huaraz, han detectado que el principal inconveniente o limitante de estos negocios, es el acceso al crédito, le sigue la complejidad de los tributos, la escasez de mercado y la pérdida de tecnología (en el caso de pequeños industriales, generalmente artesanales), estos datos representan una oportunidad de crecimiento para el sector financiero local, cuyo crecimiento se analizará en la sección siguiente.

Tabla 4. Limitantes de las pymes en Huaraz 2012

Factores restrictivos	%
Acceso al Crédito	26.3

Tributos	24.5
Demanda limitada	19.3
Obsolescencia	11.2
Capacitación	7.3
Burocracia	6.4
Insumos escasos	5.0

Fuente: Gobierno Regional de Ancash

4.1.2. El mercado financiero en Huaraz

El mercado financiero en la región Ancash, intermedia al cierre del año 2012, un total de 3,514.5 millones de soles, equivalente al 31% del PBI regional.

En materia de depósitos, se han captado 1,318 millones de soles, al cierre del año 2012, esta cifra se sustentó básicamente en las captaciones bancarias, que representan un 82% del total captado.

Tabla 5. Captaciones en la Región Ancash (Miles de Soles)

Depósitos (Miles S/.)	2009	2010	2011	2012
Banca	1,356,543	913,629	1,050,964	1,084,689
Microfinanzas	273,209	227,496	236,019	233,899
MN	1,234,749	769,672	851,937	952,195
ME	395,003	371,453	435,046	366,393
Total	1,629,751	1,141,125	1,286,983	1,318,588

Fuente: SBS - BCRP

El mercado de depósitos crece a un ritmo anual de 7.5% anual desde el año 2010 (aunque negativo tomando el año 2009), la dinámica de captaciones se ha visto incrementada posterior al año 2009 donde hubo crisis internacional y cayó el flujo turístico de la zona.

La evolución de las captaciones según el tipo de entidad indica una mayor velocidad en los ahorros obtenidos por las entidades bancarias, cuyo crecimiento es de 8.96% en promedio, contra el 1.4% de crecimiento de los

ahorros en microfinanzas, lo cual señala una debilidad de las entidades de microfinanzas en los últimos años.

En cuanto a la captación por monedas, se encuentra que los ahorros en soles, crecen a un 11% anual, contra sólo el -0.6% de crecimiento del ahorro en dólares, esto supone una reducción creciente de la cartera dolarizada, siendo actualmente de 28%, con una reducción desde el año 2010, en donde la cartera dolarizada de ahorros llegaba a 33% del total captado.

Tabla 6. Colocaciones en la Región Ancash (Miles de Soles)

Créditos (Miles S/.)	2009	2010	2011	2012
Banca	1,136,822	1,276,085	1,559,705	1,610,880
Microfinanzas	434,234	474,936	551,057	584,030
MN	990,734	1,183,558	1,474,165	1,667,431
ME	580,322	567,463	636,597	528,479
Total	1,571,056	1,751,021	2,110,762	2,195,910

Fuente: SBS - BCRP

En materia de colocaciones, en la región se dan créditos por 2,195 millones de soles, de los cuales un 73% corresponde a lo colocado por las entidades bancarias.

En materia de evolución, si bien las microfinanzas aún tienen un tamaño menor del mercado, su ritmo de crecimiento en colocaciones es de 10.9% anual, comparado a 12.35% de crecimiento en las colocaciones bancarias, el mercado sigue en franca expansión, aún con la progresiva mayor fuerte competencia.

En materia de dolarización, se tiene que un 24% de cartera de créditos es en dólares, nivel relativamente bajo para las tendencias nacionales. Actualmente la cartera en dólares cae en -3% anual, mientras

que la cartera en soles crece a ritmos de 18.7% al año. En general el mercado crediticio en la región, se expande a ritmos de 12% anual.

Tabla 7. Tasa de morosidad en la Región Ancash (En %)

Morosidad %	2011	2012
Banca	2.2	2.7
Microfinanzas	6.3	8.3
CMAC	8.2	11.3
CRAC	8.6	8.5
Edpymes	11.4	8.2
Financieras	3	4.8
Sistema	3.2	4

Fuente: SBS - BCRP

En cuanto a los niveles de morosidad en la región, esta ha tenido un comportamiento creciente aunque leve del 2011 al 2012, así las entidades bancarias han pasado de 2.2% en el año 2011, a 2.7% en el 2012, reflejando un mayor cuidado en sus colocaciones que crecieron a mayor ritmo en ese plazo.

La eficiencia ganada por la banca, ha sido menos intensa en las entidades de microfinanzas, estas pasaron de 6.3% de cartera morosa el año 2010, a tener un 8.3% de morosidad en el 2012, la preocupación por crecer le generó un mayor nivel de cartera morosa.

Las microfinanzas tienen actualmente una morosidad mayor al promedio regional que sólo es de 4%, el incremento de morosidad va de la mano con la expansión crediticia, mientras que la banca crecía a ritmos sostenible (3%), iban controlando su cartera a niveles manejables, sin embargo las entidades de microfinanzas crecen a mayor velocidad (6%) en ese lapso anual, lo cual implica tener una mayor probabilidad de riesgo en la selección de sus potenciales clientes.

Por otro lado, los vaivenes de la economía regional, creciendo sólo 1.7% en el 2012 y el mismo ritmo en el 2011, con caídas de 2.7% en el 2010, incide en la morosidad, pues los principales afectados en este caso,

siempre son los pequeños negocios, que al dirigirse a los mercados locales, tienen menor posibilidad de salida que las medianas y grandes empresa que trabajan con la banca. Lo que sí es importante, es la paulatina menor morosidad de las colocaciones en moneda extranjera, eso es saludable debido a los movimientos cambiarios que impactan ahora de modo desfavorable en los endeudados, de modo que esta cartera ha mejorado sustancialmente su comportamiento.

Tabla 8. Depósitos por tipo Región Ancash 2007 (Miles de soles)

Tipo	2011	2012
Vista	259,492	234,643
Ahorros	513,720	575,702
A Plazos	513,770	508,243
Total	1,286,983	1,318,588

Fuente: SBS

En materia de captaciones por tipo de producto, en la región se captan 234 millones por depósitos a la vista, lo que representa un 18% del mercado de depósitos, siendo este producto eminentemente bancario, es una excelente fuente de fondos bancaria y por ende abarata los costos de los bancos locales, frente a las entidades de microfinanzas que ven su fondeo a mayor costo en otros productos.

En materia de ahorros corrientes, en la región se captan 575 millones de soles, los que representan un 44% del total de depósitos, en este mercado intervienen, tanto las cajas municipales como cajas rurales.

En materia de depósitos o ahorros a plazo, las entidades de microfinanzas tienen una mejor performance, ayudados de la mayor tasa de interés que pagan por este tipo de fondos. En este mercado se captan 508 millones de soles, siendo el 39% del total captado. En materia de créditos, el sistema bancario es líder pues coloca el 72% de todo el mercado, le siguen las cajas municipales con 13% y luego las cajas rurales

con 4%, en este sentido las Entidades de desarrollo de la pequeña empresa, Edpymes, consiguen un resultado bastante exiguo, indicando que el mercado se va paulatinamente concentrando.

Cabe destacar el rol de las financieras, que se han expandido llegando a colocar el 11% de los créditos.

Hay que añadir que el año 2012, se colocaron 491 millones de soles en créditos corporativos o de la banca, dirigidos a la gran y mediana empresa.

Asimismo se colocaron 749 millones de soles en créditos de consumo (banca y financieras primordialmente), además se colocaron 767 millones de soles en créditos a la pequeña y microempresa.

El crédito hipotecario llegó a 187 millones de soles. De todos los rubros el que tuvo más crecimiento anual fue el crédito de consumo con 15%, mientras que el crédito a la microempresa creció en sólo 5.3% y el crédito corporativo cayó en 19%.

Cabe indicar que la región está golpeada por la menor demanda internacional en materia de productos mineros y pesqueros, además de un menor flujo de turistas que mueven el comercio local.

Tabla 9. Créditos por sistema Región Ancash 2012 (Miles de soles)

Empresa	2011	2012
Banca	1,470,248	1,516,424

CMAC	270,275	264,760
CRAC	72,259	73,916
Edpyme	2,416	6,428
Financieras	206,107	238,926
Total	2,110,762	2,195,910

Fuente: SBS (No incluye Banco de la Nación)

En materia de análisis del mercado financiero por provincias a Julio 2013, encontramos que para el caso de los depósitos a la vista, la provincia con mayor captación es Santa con 75% del total, seguido de Huaraz, que llega a un 23% del total regional, lo cual configura la importancia relativa de esta plaza para la banca, depósitos relacionados principalmente con la mediana empresa vinculada a la actividad minera.

Tabla 10. Depósitos a la vista por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)

Provincia	M.N	M.E.	Total
Bolognesi	-	-	-
Carhuaz	-	-	-
Casma	2,037	1,278	3,315
Huaraz	44,326	11,333	55,659
Huari	-	-	-
Huarmey	-	-	-
Huaylas	1,668	266	1,934
Pomabamba	-	-	-
Recuay	-	-	-
Santa	124,430	59,073	183,503
Sihuas	-	-	-
Yungay	-	-	-
Total	172,461	71,950	244,411

Fuente: SBS

La principal provincia en captar depósitos a la vista es Santa, con su mercado de Chimbote y Nuevo Chimbote, Casma es otro mercado relativamente pequeño y Caraz en donde estos montos son bastante bajos, ambos mercados apenas llegan al 2% del total.

Tabla 11. Depósitos de ahorros por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)

Provincia	M.N	M.E.	Total
Bolognesi	-	-	-
Carhuaz	-	-	-
Casma	14,677	5,062	19,740
Huaraz	149,066	49,672	198,738
Huari	284	-	284
Huarmey	1,790	1,179	2,969
Huaylas	10,188	2,158	12,346
Pomabamba	-	-	-
Recuay	-	-	-
Santa	233,558	88,691	322,249
Sihuas	-	-	-
Yungay	-	-	-
Total	409,563	146,762	556,325

Fuente: SBS

En el caso de los ahorros corrientes, el 94% del mercado se lo reparten Huaraz y Santa, en el primer caso se capta el 36% y en el segundo 58% de ahorros corrientes. Otras plazas muy pequeñas son Casma y Huaylas, en menor medida les sigue Huarmey con sólo 2.9 millones de ahorros corrientes. En estos ahorros, tanto en Huaraz, como en Santa los ahorros en soles superan en 2.6 veces los ahorros en dólares.

Tabla 12. Depósitos a plazo por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)

Provincia	M.N	M.E.	Total
Bolognesi	-	-	-
Carhuaz	131	-	131

Casma	10,410	1,074	11,484
Huaraz	119,051	42,470	161,521
Huari	106	-	106
Huarmey	3,924	434	4,358
Huaylas	6,646	989	7,635
Pomabamba	-	-	-
Recuay	-	-	-
Santa	258,943	101,576	360,518
Sihuas	-	-	-
Yungay	-	-	-
Total	399,210	146,543	545,753

Fuente: SBS

En cuanto a los depósitos a plazo, el panorama anterior se mantiene, las principales plazas financieras siguen siendo Santa y Huaraz, en el primer caso se capta hasta un 66% del total de estos depósitos, mientras que en Huaraz se consigue un 30% de captación. Casma, Huaylas y Huarmey siguen siendo plazas pequeñas en este rubro.

En los depósitos a plazos, la captación en soles es más del doble en Huaraz, comparada a los dólares. Esta realidad se repite en Santa, el público ha ido desplazando los ahorros hacia soles de manera fuerte en los últimos años.

Tabla 13. Depósitos totales por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)

Provincia	Total Depósitos
Bolognesi	-
Carhuaz	131
Casma	34,539
Huaraz	415,918

Huari	390
Huarmey	7,327
Huaylas	21,914
Pomabamba	-
Recuay	-
Santa	866,271
Sihuas	-
Yungay	-
Total	1,346,490

Fuente: SBS

Finalmente se concluye, de acuerdo a los análisis por tipo de ahorros, que la principal plaza financiera regional es Santa con 866 millones en depósitos captando 64% del total regional. Le sigue Huaraz, que capta un 31% de los depósitos.

Esta realidad ha ido cambiando, el año 2007 la principal plaza de ahorros fue Huaraz, sin embargo la dinámica agroindustrial, el relanzamiento del sector pesquero y una fuerte dinámica urbana en Santa ha hecho que este mercado financiero crezca en mayor medida.

Tabla 14. Créditos por provincia Ancash 2013 (Miles de soles)

Provincia	M.N	M.E.	Total
Bolognesi	1,022	-	1,022
Carhuaz	17,161	2	17,164
Casma	58,954	3,601	62,555
Huaraz	611,846	192,760	804,606
Huari	13,164	-	13,164

Huarmey	12,346	104	12,449
Huaylas	59,810	2,672	62,482
Pomabamba	501	-	501
Recuay	4,678	-	4,678
Santa	927,968	412,210	1,340,179
Sihuas	1,749	-	1,749
Yungay	11,642	37	11,679
Total	1,720,840	611,387	2,332,227

Fuente: SBS

En cuanto a los créditos, la principal plaza financiera regional es la provincia del Santa, en ella se coloca el 57% de los créditos regionales, le sigue Huaraz con el 34% del mercado y en menor medida esta Casma que llega al 3% del mercado crediticio. En materia de cartera en soles, Santa tiene menos incidencia tiene en esta moneda, con 69% de créditos en soles, mientras que en Huaraz llega a 76%. En Casma, la tercera plaza regional, llega a 92% de créditos en soles, en otras provincias de la región, los niveles de colocaciones en soles superan fácilmente el 70% de créditos entregados en esta moneda.

En conclusión se puede decir que en Huaraz se colocan 804 millones de soles y se captan 416 millones de soles, haciendo una intermediación financiera de 1,220 millones de soles, que equivalen a un 79% de su PBI y es un 33% del total intermediado en la región, reflejando la amplia naturaleza urbana de esta ciudad, pues su nivel de intermediación es alto, comparado a otras provincias de la región con pequeñas operaciones financieras y típicamente rurales.

En cuanto a la estructura del mercado en Huaraz y haciendo un análisis por entidad financiera, encontramos ya específicamente en depósitos a la vista, que la principal entidad financiera es el Banco de Crédito (BCP), que logra el 49% de estos fondos, le sigue el BBVA con 25% del mercado, luego tenemos el Scotiabank con 20%. El saldo lo tienen el

banco Interbank y el Banco Financiero, que juntos representan el 6% del mercado.

Hay que destacar que la mayor parte de los fondos son en soles (80%) y en que en este mercado no participan las entidades de microfinanzas por razones regulatorias.

Tabla 15. Depósitos a la vista por entidad - Huaraz 2013 (Miles de soles)

Empresa	M.N	M.E.	Total
CREDISCOTIA	22	0	22
FINANCIERA EDYFICAR	-	-	-
FINANCIERA CONFIANZA	-	-	-
FINANCIERA EFECTIVA	-	-	-
BANCO DE CREDITO	22,711	4,360	27,071
INTERBANK	1,079	534	1,612
SCOTIABANK PERU	6,929	3,970	10,899
BANCO CONTINENTAL	11,559	2,454	14,014
BANCO FINANCIERO	1,848	15	1,864
MIBANCO	178	0	178
BANCO AZTECA	-	-	-
CMAC DEL SANTA			
CMAC PIURA			
CMAC SULLANA			
CMAC TRUJILLO			
CRAC CHAVIN	0	0	0
EDPYME CREDIVISION			
TOTAL	44,326	11,333	55,659

Fuente: SBS

En cuanto a los depósitos de ahorro, hay que señalar que el BCP lidera el mercado huaracino, esta entidad consigue el 49% del mercado, seguido de lejos por el Scotiabank con 16% de los fondos, en similar medida está el BBVA que logra el 15% de ahorros corrientes.

En este rubro la participación de las entidades de microfinanzas es bastante exigua, Mi banco consigue el 4% del mercado, la Caja Rural Chavín consigue el 2% del mercado, mientras que CMAC Trujillo logra un 1%. En este mercado micro financiero, el líder es Caja Chavín, pero bastante lejos del dominio bancario. En este mercado de depósitos en general no participan las Edpymes.

Tabla 16. Depósitos de ahorro por entidad - Huaraz 2013
(Miles de soles)

Empresa	M.N	M.E.	Total
CREDISCOTIA	353	32	386
FINANCIERA EDYFICAR	-	-	-
FINANCIERA CONFIANZA	230	0	230
FINANCIERA EFECTIVA	-	-	-
BANCO DE CREDITO	80,587	17,735	98,321
INTERBANK	9,045	4,838	13,883
SCOTIABANK PERU	15,099	16,714	31,813
BANCO CONTINENTAL	21,895	7,794	29,688
BANCO FINANCIERO	5,530	915	6,446
MIBANCO	5,910	1,275	7,185
BANCO AZTECA	682	1	683
CMAC DEL SANTA	1,551	28	1,579
CMAC PIURA	622	29	651
CMAC SULLANA	1,605	100	1,705
CMAC TRUJILLO	2,578	48	2,626
CRAC CHAVIN	3377.76513	163.72179	3541.48692
EDPYME CREDIVISION			
TOTAL	149,066	49,672	198,738

Fuente: SBS

En cuanto a los depósitos a plazo un líder relativo es Scotiabank con 16% del mercado seguido del BCP con el 15% del mercado, el mercado tiene una presencia de mayor peso de las microfinanzas, de este modo Caja Santa lidera el sector con 13% de ahorros a plazo, seguido de Caja Chavín con 11% del mercado. A ellos le siguen en menor medida Mibanco con 10% luego Caja Trujillo con 5% y Caja Sullana con similar tamaño de mercado, de modo que las microfinanzas tienen un rol expectante en este

rubro y si sumamos sus actores, sería líder del segmento, arriba del 44% del total.

Tabla 17. Depósitos a plazo por entidad - Huaraz 2013 (Miles de soles)

Empresa	M.N	M.E.	Total
CREDISCOTIA	2,258	196	2,454
FINANCIERA EDYFICAR	133	0	133
FINANCIERA CONFIANZA	568	9	577
FINANCIERA EFECTIVA	-	-	-
BANCO DE CREDITO	14,361	9,276	23,638
INTERBANK	7,211	1,766	8,977
SCOTIABANK PERU	12,008	14,544	26,552
BANCO CONTINENTAL	5,617	5,106	10,723
BANCO FINANCIERO	10,766	1,528	12,293
MIBANCO	10,305	6,047	16,351
BANCO AZTECA	4,228	36	4,264
CMAC DEL SANTA	20,401	1,296	21,696
CMAC PIURA	551	11	562
CMAC SULLANA	7,665	521	8,186
CMAC TRUJILLO	6,849	542	7,391
CRAC CHAVIN	16129.21941	1593.51993	17722.73934
EDPYME CREDIVISION			
TOTAL	119,051	42,470	161,521

Fuente: SBS

En materia de depósitos totales y de acuerdo a lo anterior, se concluye que el BCP lidera el mercado provincial de captaciones con el 36% del total depositado, le sigue el Scotiabank con 17%, el BBVA con 13% y más relegado aparece Caja Santa con el 6% del mercado provincial. No obstante hay que señalar la fortaleza de las microfinanzas en el mercado a plazo que asegura fondos a un mayor costo relativo pero de manera más estable y menos riesgosa que el fondeo mediante deuda.

Tabla 18. Depósitos totales por entidad - Huaraz 2013 (Miles de soles)

Empresa	Total Depósitos
CREDISCOTIA	2,861
FINANCIERA EDYFICAR	133

Fuente: SBS

Créditos Huaraz soles)	FINANCIERA CONFIANZA	807	Tabla 19. por entidad - 2013 (Miles de
	FINANCIERA EFECTIVA	-	
	BANCO DE CREDITO	149,030	
	INTERBANK	24,473	
	SCOTIABANK PERU	69,263	
	BANCO CONTINENTAL	54,425	
	BANCO FINANCIERO	20,603	
	MIBANCO	23,714	
	BANCO AZTECA	4,947	
	CMAC DEL SANTA	23,275	
	CMAC PIURA	1,213	
	CMAC SULLANA	9,891	
	CMAC TRUJILLO	10,017	
	CRAC CHAVIN	21,264	
	EDPYME CREDIVISION	-	
	TOTAL	415,918	

Empresa	M.N	M.E.	Total
CREDISCOTIA	17,140	381	17,521
FINANCIERA EDYFICAR	50,957	1,177	52,134
FINANCIERA CONFIANZA	9,568	-	9,568
FINANCIERA EFECTIVA	3,994	-	3,994
BANCO DE CREDITO	157,788	62,764	220,552
INTERBANK	51,860	6,385	58,245
SCOTIABANK PERU	48,328	44,723	93,051
BANCO CONTINENTAL	59,349	66,256	125,605
BANCO FINANCIERO	59,558	876	60,434
MIBANCO	50,321	4,922	55,243
BANCO AZTECA	5,433	-	5,433
CMAC DEL SANTA	15,645	1,926	17,571
CMAC PIURA	15,949	2,071	18,021
CMAC SULLANA	18,623	388	19,011
CMAC TRUJILLO	37,278	706	37,984
CRAC CHAVIN	9,485	186	9,671
EDPYME CREDIVISION	568	-	568
TOTAL	611,846	192,760	804,606

Fuente: SBS

En el caso del mercado crediticio en Huaraz, el líder de colocaciones es el BCP con un 27% del mercado, le sigue con menor nivel de competencia el BBVA con 16% del total, en tercer orden esta Scotiabank con 12% del mercado y luego por el lado de micro finanzas tenemos a Mibanco con 7% del mercado, seguido de Caja Trujillo con 5% del total y en menor medida Caja Santa con 2%, de modo que este mercado es

básicamente bancario, compitiendo con éxito en función a las tasas menores y a diferenciales en el servicio.

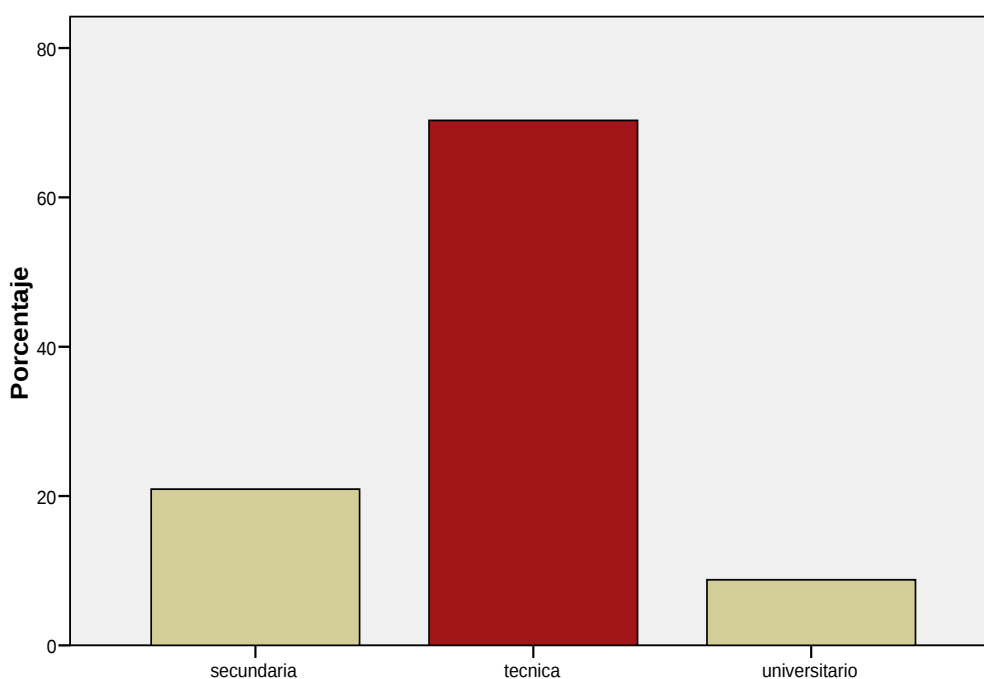
4.1.3. La demanda de microcréditos en Huaraz

El estudio de mercado realizado en la ciudad de Huaraz se ha estructurado a partir de las características de los empresarios, sus requerimientos crediticios y sus percepciones en torno a las entidades financieras ofertantes en la zona, el detalle de todos estos aspectos se muestra a continuación.

Características del empresario

Los empresarios en la zona son hombres en relativa mayoría, un 58% son de este género y un 42% son mujeres. Es importante señalar que la infraestructura de negocios de la zona es principalmente de material noble, señalando avances importantes en la inversión de los pequeños negocios.

La edad promedio del empresario es de 44 años, mientras que la edad de mayor frecuencia es 47 años, las edades van de 24 a 62 años, un 46% de empresarios tiene menos de 44 años, en este caso se puede decir que son relativamente de mayor edad a otras ciudades, lo cual requiere un trato con mayor fidelidad al cliente.

Figura 3. Educación del pequeño empresario en Huaraz

Fuente: Elaboración propia

En los empresarios predomina la formación técnica, un 70% de ellos tienen estos estudios, mientras que un 21% tienen estudios secundarios y un 9% presentan estudios universitarios, son un grupo de empresarios con una formación relativamente alta, lo cual exige un contacto con el empresario con mucha claridad e información sobre el impacto del financiamiento en el crecimiento del negocio.

El rubro principal de negocios se encuentra en los servicios con un 57%, le siguen los negocios comerciales con un 42%, el saldo son pequeñas industrias de la zona. En los servicios predominan los negocios relacionados a la actividad turística, seguido de servicios relacionados al mantenimiento de vehículos, servicios de cuidados de la salud, servicios relacionados a la actividad de la construcción y servicios relacionados a las comunicaciones e internet.

En el caso comercial predominan los negocios relacionados a la venta de alimentos diversos, a los negocios de bodegas y venta de productos de bazar. En el caso de la pequeña industria local, son principalmente negocios dedicados a las confecciones.

En materia de gestión interna y del control de los procesos del negocio, la mayoría de negocios lleva un registro y control de las actividades de la empresa, lo cual se relaciona con la relativa alta educación de los empresarios, en este sentido un 94% de negocios llevan formalmente sus negocios.

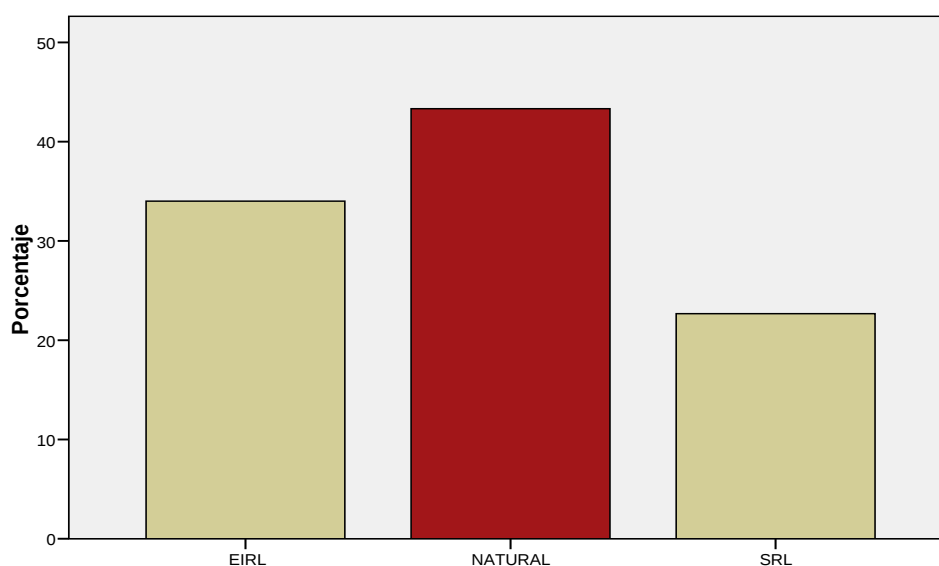
Características de la pequeña empresa

La formalidad interna en los procesos, se relaciona con el cumplimiento de las normas tributarias, así un 98% de negocios cuenta con RUC, lo cual ayuda en la consolidación del financiamiento del negocio, al contar con mayores niveles de información.

La organización de la empresa es fundamentalmente bajo la figura de personas naturales, un 43% de negocios llevan esta figura de propiedad, que hace relacionar el patrimonio personal con el patrimonio empresarial.

Un 23% de empresas se llevan bajo forma societaria y un 34% son empresas individuales con responsabilidad limitada, señalando un avance en la gestión de los negocios más pequeños.

Figura 4. Tipo de organización en las pequeñas empresas en Huaraz

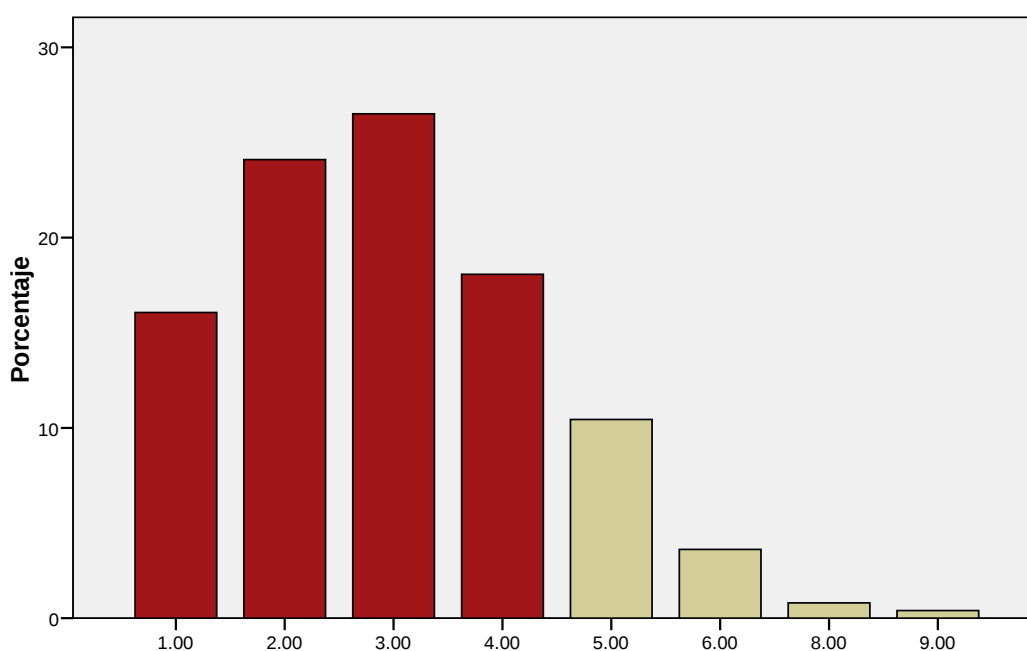


Fuente: Elaboración propia

Acorde a la formalidad tributaria un 90% de los negocios reconoce la participación en algún régimen tributario, de ellos un 41% se encuentra en el RUS (Régimen simplificado) siendo los negocios más pequeños, un 24% es parte del régimen especial (RER) y un 35% forma parte del Régimen General, lo cual indica que son los negocios relativamente más grandes.

En promedio los pequeños negocios huaracinos, tienen tres trabajadores, estas empresas van de 1 trabajador las más pequeñas a 9 trabajadores las más grandes. Un 67% de negocios tienen hasta tres trabajadores, un 29% tiene entre 4 a 5 trabajadores y el saldo tiene más de 6 trabajadores hasta 9.

Figura 5. N° de Trabajadores en la pequeña empresa en Huaraz



Fuente: Elaboración propia

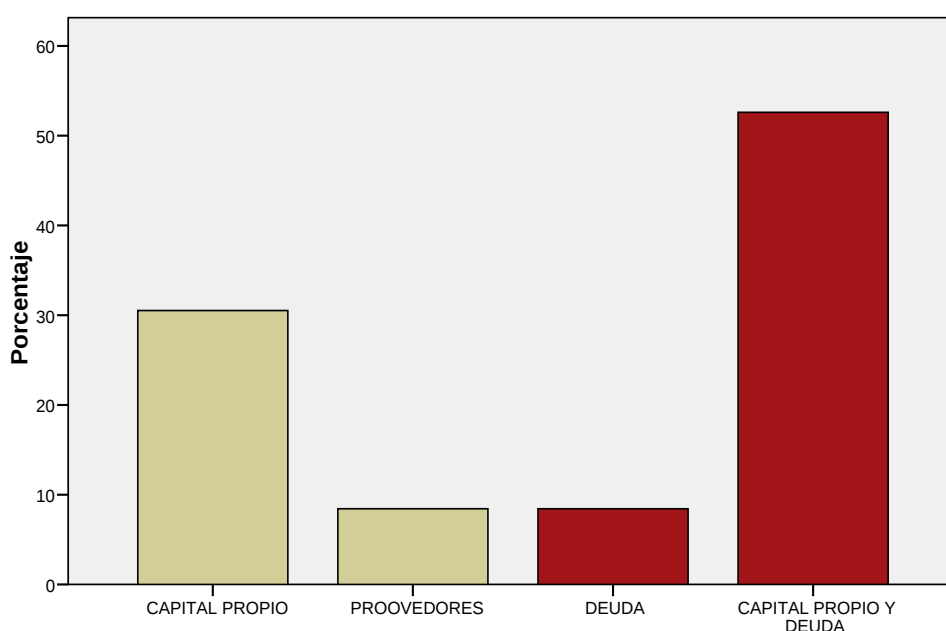
La antigüedad promedio del negocio es de 4 años, los negocios más jóvenes van de un año hasta los más antiguos con 8 años de antigüedad en promedio. Un 68% de negocios tienen de 1 a 4 años de antigüedad, un 26% tiene entre 5 y 6 años, y el restante porcentaje corresponde a los negocios con 7 a más años.

Las ventas promedio de los negocios al mes son de 8,879 soles, mientras que la venta más frecuente es de 20 mil soles al mes, señalando negocios que ya salen de la esfera de la microempresa hacia negocios relativamente medianos, los negocios más pequeños venden menos de mil al mes y los más grandes pueden llegar hasta 76 mil soles al mes.

Un 11% de negocios vende por encima de 20 mil soles al mes, un 22% venden por encima de 10 mil hasta 20 mil soles, un 6% vende por encima de 8 mil soles, mientras que un 61% de empresas vende de mil hasta 8 mil soles.

En materia del financiamiento de la pequeña empresa, lo relevante es que un 52% de negocios usa activamente la deuda con el capital propio como mecanismo de financiamiento, mientras que un 8% predomina en el uso de deuda como fuente financiera, un 8% usa el crédito de proveedores y un 31% sólo se financia con capital propio.

Figura 6. Forma de financiamiento del pequeño empresario en Huaraz



Fuente: Elaboración propia

Características del financiamiento de la pequeña empresa

Es importante señalar que un 53% de empresas de empresas no tiene crédito vigente, señalando un mercado amplio por cubrir.

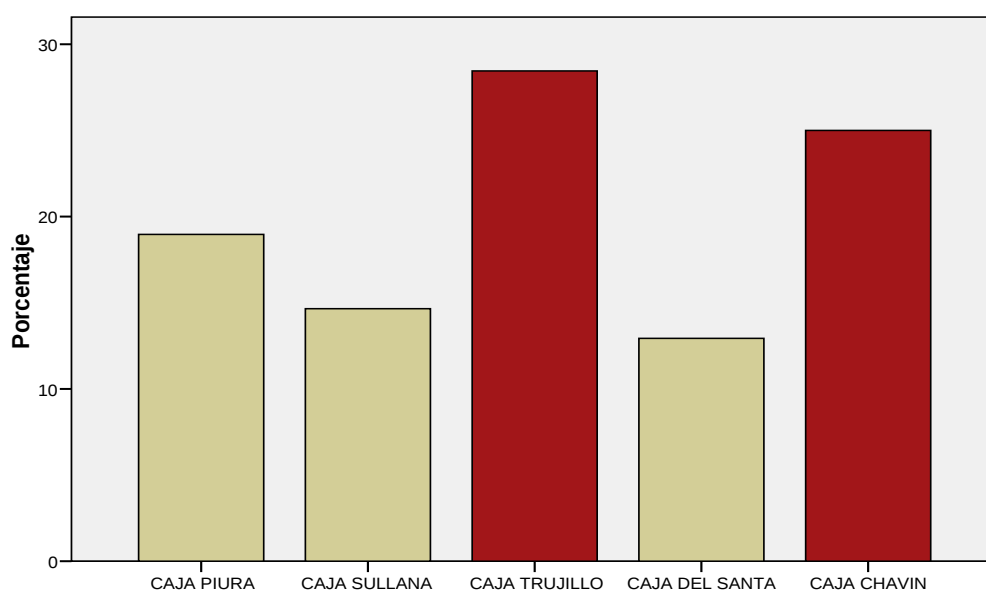
Entre las principales razones por las que no se tiene un crédito actual, figuran un 45% de negocios que no necesita un financiamiento actual, un 30% señala que la tasa de interés es alta, un 18% no tiene crédito porque señala la complejidad en los trámites para acceder al crédito.

Mientras que un 4% señala que no accede al crédito por falta de garantías y un 3% porque no es sujeto de crédito por diversos problemas, principalmente la deuda con otras entidades o niveles de morosidad altos. El crédito de mayor uso es el de microempresas.

Con la información anterior se puede señalar que un 48% de los que no tienen crédito, pueden ser clientes potenciales, esto señala que del total del mercado hay un grupo no cubierto con capacidad de deuda que es el 25% de empresarios.

En materia de preferencias sobre las entidades crediticias presentan en las pequeñas empresas, tenemos como líder a Caja Trujillo con un 28% de negocios con crédito vigente con esta entidad. Le sigue la CRAC Chavín con 25% del mercado, luego viene CMAC Piura con 19%, seguido de CMAC Sullana con 15% y CMAC Santa con 13%. Cabe señalar que estas preferencias son por lo general en el producto microcrédito para capital de trabajo, de modo que se tienen algunas diferencias con el total de créditos por entidad mostrado en la sección anterior.

Figura 7. Entidades crediticias preferidas por los pequeños empresarios en Huaraz



Fuente: Elaboración propia

La deuda promedio en la zona, es de 7,293 soles, mientras que la deuda con mayor frecuencia es de 10 mil soles, los créditos van en general de tres mil a 12 mil soles. De este modo un 54% de negocios presentan deudas hasta 6 mil soles, un 41% presenta deudas por encima de 6 hasta 10 mil soles y el saldo presenta deudas hasta 12 mil soles.

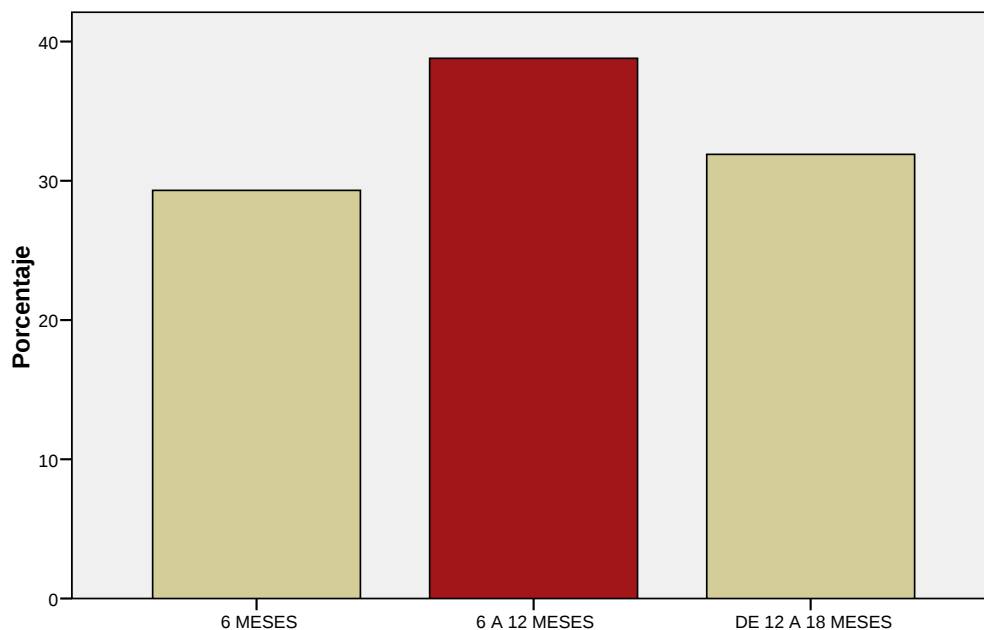
La cuota promedio es de 872 soles al mes, mientras que la cuota más frecuente es de mil soles mensuales, que presentan un 20% de empresarios. Un 18% tiene cuotas por encima de mil soles y el restante 62% presenta cuotas menores a mil soles.

Respecto del plazo promedio, por lo general la mayoría de negocios tiene deudas hasta de un año, siendo este el plazo promedio de pago.

Con esta información se puede estimar que la tasa efectiva promedio del crédito supera el 100% anual, siendo la de mayor frecuencia

la de 42% anual, el mercado en ese sentido se percibe relativamente caro, lo cual se relaciona con la percepción de alta tasa de interés analizada antes, estas altas tasas son un menor incentivo para el crédito pyme, de modo que los bancos han ganado expansión a menores tasas.

Figura 8. Plazo de pago en Huaraz



Fuente: Elaboración propia

Entre los motivos principales que predominan en la elección de la entidad financiera, predominan la tasa de interés pagada, lo cual se relaciona con el alto costo efectivo del crédito, un 43% de empresarios se basa en la tasa de interés como factor de elección. El segundo factor es la rapidez en los procesos de evaluación y desembolso del crédito, en este rubro se encuentran un 19% de empresarios, un 17% de empresarios eligen su entidad financiera, basado en los requisitos y la accesibilidad de los procedimientos para obtener el crédito. En menor medida está la atención que brinda la entidad con 11% de empresarios y un 9% le da importancia a la adaptación de la entidad a las necesidades financieras de los pequeños empresarios.

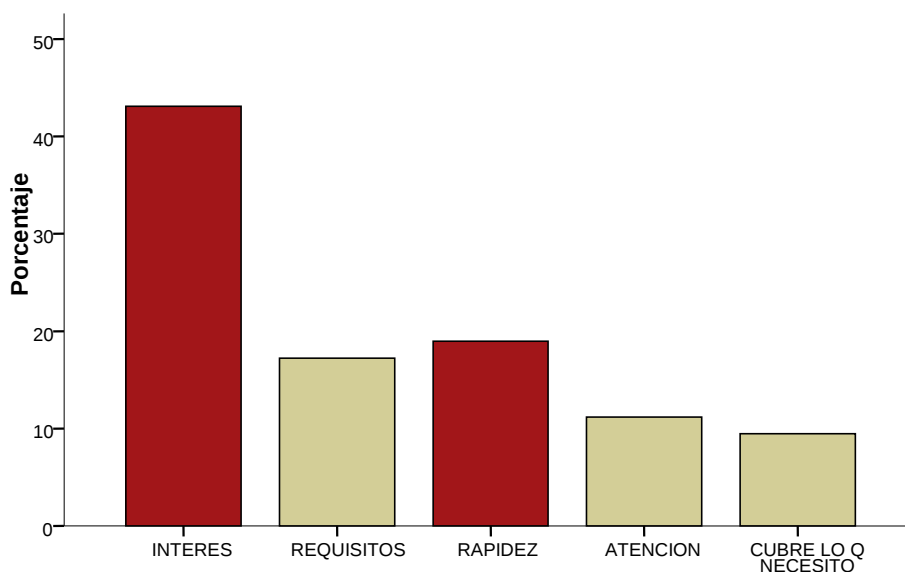
En el caso del destino del crédito, dado que los plazos promedio son generalmente a un año, la mayor parte de uso de la deuda es para capital de trabajo, un 79% de empresarios usa la deuda con estos fines.

Un 11% de empresarios destina los fondos hacia asuntos personales como pago de deudas, mejora de la vivienda o gastos familiares, mientras que un 10% destina la deuda a la mejora o incremento del activo empresarial, sea maquinaria o mejoras del local del negocio.

En el caso de las garantías otorgadas, el crédito es básicamente por aval o por la confianza depositada en el cliente (reputación de pagador), un 44% de empresarios usa el aval y un 39% otras formas de garantía como la mercadería, el hecho de ser cliente frecuente, buen pagador y otras formas de confianza.

En el caso de garantías formales, un 17% de empresarios usa hipotecas del local o la vivienda, también garantías prendarias y el uso de créditos solidarios, principalmente con negocios vecinos.

Figura 9. Motivos de elección de la entidad Financiera de Huaraz



Fuente: Elaboración propia

Respecto de la satisfacción o lealtad con su actual entidad financiera, un 58% de empresarios con crédito está dispuesto a cambiar de entidad financiera, principalmente por estar buscando un mejor servicio, que es el atributo de mayor relevancia en la percepción o imagen de las entidades financieras. La anterior información indica que del total de empresarios, un 27% puede ser cliente potencial al no tener cubiertas sus expectativas en su actual proveedor financiero.

Otros atributos exigidos en las entidades financieras son diversificación de créditos y la asesoría del funcionario o analista de la entidad.

Lo anterior supone que del total de empresarios, un 52% representa el mercado potencial que puede demandar un crédito.

Ajustando la cifra de demanda crediticia por las necesidades de crédito inmediata, un 40% de pequeños empresarios necesita un crédito, de modo que del 52% de empresas potenciales, el mercado a corto plazo

representa un 21% del total de empresarios de Huaraz y llegando a mediano plazo al 52% del mercado previsto.

La demanda crediticia es básicamente para capital de trabajo, un 64% de los demandantes de fondos lo usaría para ampliar el negocio, a eso se le añade un 13% que planea vender otros productos. Mientras que un 22% de empresarios usaría los fondos para cubrir los ahorros que ha invertido en el negocio o eventualmente cubrir alguna pérdida.

Mientras que el motivo principal para no necesitar crédito, es porque un 41% usa activamente su capital propio, un 29% ya tiene deudas activas y un 30% es porque ya está financiado sea por el proveedor de mercadería o por familiares o amigos.

Relación con las entidades financieras y posicionamiento

En cuanto a las ventajas distintivas que los empresarios perciben en las entidades financieras, se encontró que en materia de promociones, la de mejor percepción es CMAC Trujillo, entidad que además lidera en todos los demás aspectos señalados en la tabla siguiente.

Una cruz (+) indica una percepción del servicio relativamente baja, (++) una percepción regular y (+++) una muy buena percepción del servicio.

Tabla 20. Percepción de atributos por entidad financiera en Huaraz

Atributo	CMAC Piura	CMAC Sullana	CMAC Trujillo	CMAC Santa	CRAC Chavín
Promoción			+++	++	
Requisitos	++		+++		+
Tiempo	++	+	+++		

Facilidad	++		+++		
Atención	+++		+		++
Interés			+++	+	++
Cobertura			+++		++
Asesoría		++	+++		+
Diversificación	+		+++		++

Fuente: Elaboración propia

En promociones le siguen CMAC Santa, en este rubro están los regalos, souvenirs, sorteos y demás merchandising de las entidades operantes en la zona.

En la flexibilidad de los requisitos, luego de CMAC Trujillo le sigue CMAC Piura, como la entidad que mantiene procedimientos accesibles a los clientes. En el tiempo que demora el proceso de evaluación hasta el desembolso, la entidad de mejor percepción es CMAC Trujillo seguido de CMAC Piura y luego CMAC Sullana.

En la facilidad en acceder al crédito, destacan Caja Trujillo y CMAC Piura. EN la atención a clientes, con excelencia tenemos en primer lugar a CMAC Piura y en menor medida Caja Trujillo, de modo que aquí se va dando una ventana para competir con el líder de este mercado.

La percepción de mejores tasas de interés, la lidera CMAC Trujillo, seguido de Caja Rural Chavín y luego le sigue CMAC Santa.

En materia de cobertura con productos crediticios que se adaptan a las necesidades del cliente y la diversificación de su oferta de productos financieros, lidera Caja Trujillo junto a Caja Chavín, en menor medida le sigue CMAC Piura.

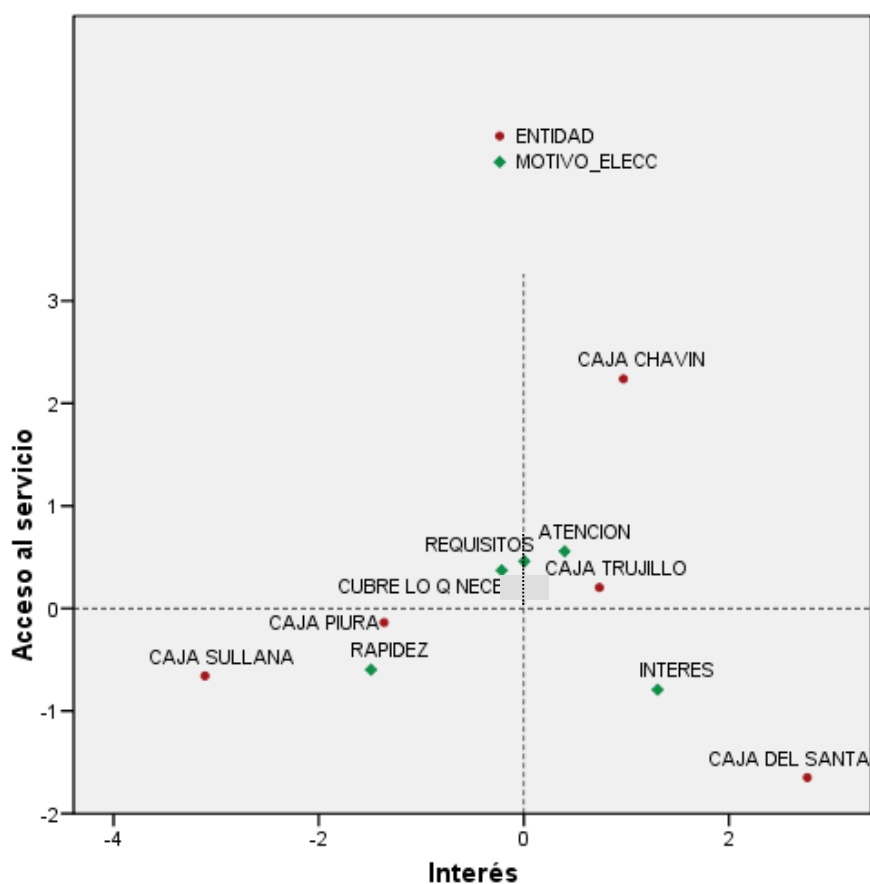
Finalmente en materia de la excelencia en la asesoría a los pequeños empresarios, las entidades con mejor percepción son Caja Trujillo, CMAC Sullana y finalmente CRAC Chavín.

Respecto del posicionamiento de las principales entidades competidoras en la oferta de crédito al pequeño empresario de Huaraz, hemos trabajado a partir de la información de los clientes, y considerando como atributos principales, aquellos que el consumidor evalúa a la hora de seleccionar a su entidad financiera, con lo cual se obtuvo el diagrama (superposición entre marcas y atributos a partir del puntaje dado por el entrevistado) que se muestra a continuación.

Hay que señalar en primer término, la presencia de Ámbitos de competencia diferenciados, por un lado CMAC Sullana y CMA C Piura se encuentran compitiendo cercanamente, mientras que Caja Trujillo, CMAC Santa y Caja Chavín tiene cierta diferenciación en el mercado de Huaraz.

En cuanto a los atributos percibidos por los clientes y relacionados con las entidades financieras, tenemos que Caja Trujillo destaca por la atención que brinda, este atributo también está relacionado con Caja Chavín, que además se relaciona con los requisitos flexibles.

Figura 10. Mapa de posicionamiento por motivos de elección



Fuente: Elaboración propia

En el caso de CMAC Santa, su atribulo relacionado es la tasa de interés cobrada. Caja Sullana y CMAC Piura se relacionan con el atributo de rapidez en el proceso crediticio.

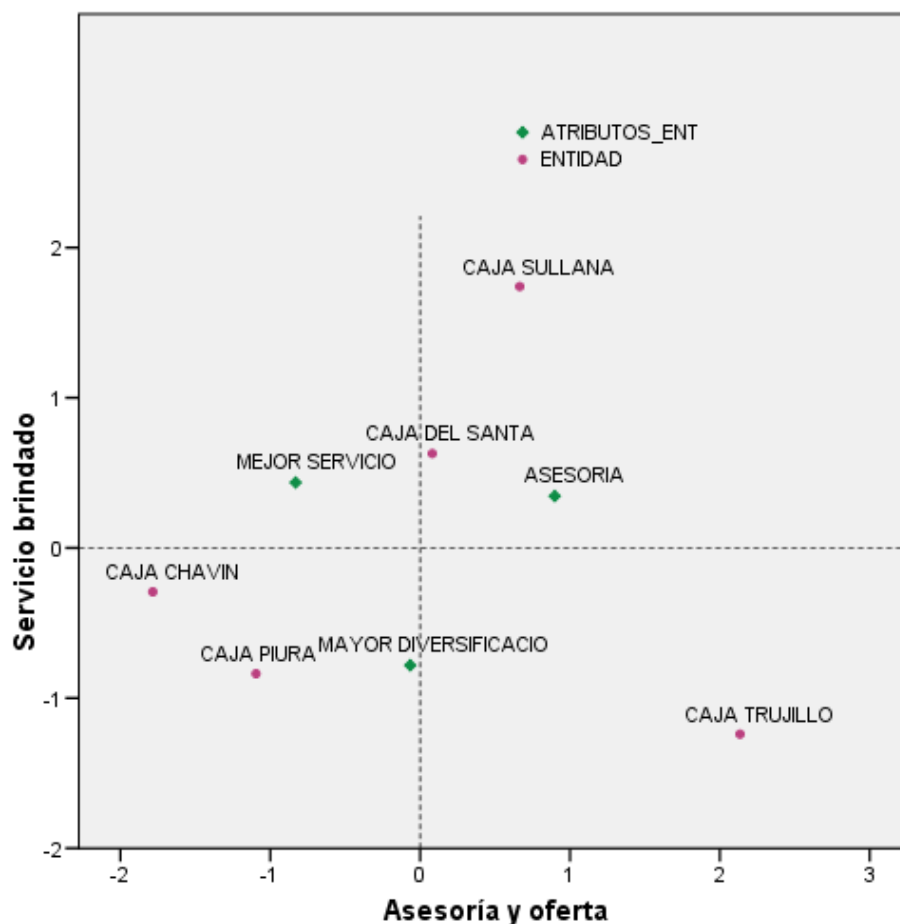
Entre los atributos de mayor relevancia para competir en este mercado destacan la tasa de interés y la rapidez, mientras que los atributos de menor percepción en los clientes son la cobertura de la entidad a las diferentes necesidades del cliente.

Cabe señalar que el mapa anterior se basó en dos dimensiones, en el lado horizontal, el atributo de mayor presencia es la tasa de interés, en el lado vertical estos atributos se relacionan con el acceso al servicio, es

decir los requisitos, trámites, tiempos de atención, facilidad en los procedimientos, entre otros atributos.

En cuanto al posicionamiento por atributos mínimos exigidos, los clientes le dan un peso similar a tres características como diversificación de productos financieros, la asesoría del analista de crédito y la atención que brinda o servicio en general, particularmente el contacto con el cliente en la entidad financiera.

Figura 11. Mapa de posicionamiento por atributos mínimos exigidos en la entidad



Fuente: Elaboración propia

En este punto, se ve una mayor competencia entre Caja Chavín y CMAC Piura, al ser los segundos del mercado, ambas entidades se disputan el posicionamiento en función a los atributos mínimos, Caja Chavín se relaciona con servicio, mientras que CMAC Piura con la oferta financiera diversificada.

Caja Trujillo aparece diferenciada de las demás entidades y en general no se le identifica con atributos mínimos, sino que cumple regularmente con la mayor parte de exigencias de los clientes, de modo que su posicionamiento es fuerte en el mercado.

Caja Sullana y CMAC Santa aparecen en otro grupo de competidores, mejor posicionado esta Caja Sullana, ambos se relacionan con el atributo asesoría del analista de crédito.

Por los análisis anteriores, en este mercado liderado por Caja Trujillo, es bueno diferenciarse en los atributos de mayor peso para el cliente, como la tasa de interés, los tiempos de atención al cliente y la calidad de servicio brindado, aspectos que son débiles en la mayor parte de entidades que compiten en el mercado y puede así enfrentar el liderazgo de Caja Trujillo con éxito.

4.1.4. Determinantes de la demanda de microcrédito en Huaraz

El modelo logit binario planteado, tuvo un R² de Cox y Snell de 33% y un R² de Nagelkerke de 43%, lo cual indica un ajuste relativamente bueno.

Tabla 21. Parámetros y ratio Odds del modelo

Variables en la ecuación						
	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
GENERO	,277	,329	,707	1	,400	1,319
EDAD	,001	,023	,001	1	,974	1,001
EDUCACION			5,698	3	,127	
EDUCACION(1)	2,942	2,215	1,765	1	,184	18,962
EDUCACION(2)	3,456	2,185	2,502	1	,114	31,702
EDUCACION(3)	2,581	2,230	1,340	1	,247	13,208
LLEVA_REGISTRO	,351	,666	,279	1	,598	1,421
RUC	22,032	16351,449	,000	1	,999	3700E+9
REG_TRIB	-2,036	,865	5,539	1	,019	,131
TRABAJ	,451	,174	6,670	1	,010	1,569
ANTIG_NEG	,005	,116	,002	1	,965	1,005
VTA_MES	,000	,000	8,741	1	,003	1,000
Constante	-26,120	16351,449	,000	1	,999	,000

Fuente: Elaboración propia

La clasificación de datos del modelo indica que se logró explicar un 86% de casos de no acceso al crédito y un 77% de acceso al crédito, de modo global el modelo explica o pronostica un 82% de datos correctamente. Los resultados del modelo se muestran en la tabla anterior.

En la tabla se indica, usando el test de Wald, que las variables significativas o determinantes del crédito a la pequeña empresa son las ventas mensuales, la cantidad de trabajadores, la existencia de registro tributario y la educación.

El ratio Odds indica que las ventas son condición equivalente al crédito, es decir que su aumento es lineal, la probabilidad de acceder al crédito cambia a modo lineal con las ventas adicionales.

El tamaño del negocio medido a través del número de trabajadores, indica que cuando se contrata un trabajador más, la probabilidad de acceder al crédito se eleva en 1.57 (probabilidad estimada * 1.57).

La existencia de registro tributario (1) o no existencia (0) como una medida del grado de formalidad y tamaño real del negocio, impactan en la

demanda de créditos (parámetro con signo correcto), tener registro eleva la probabilidad de tener crédito en 0.13.

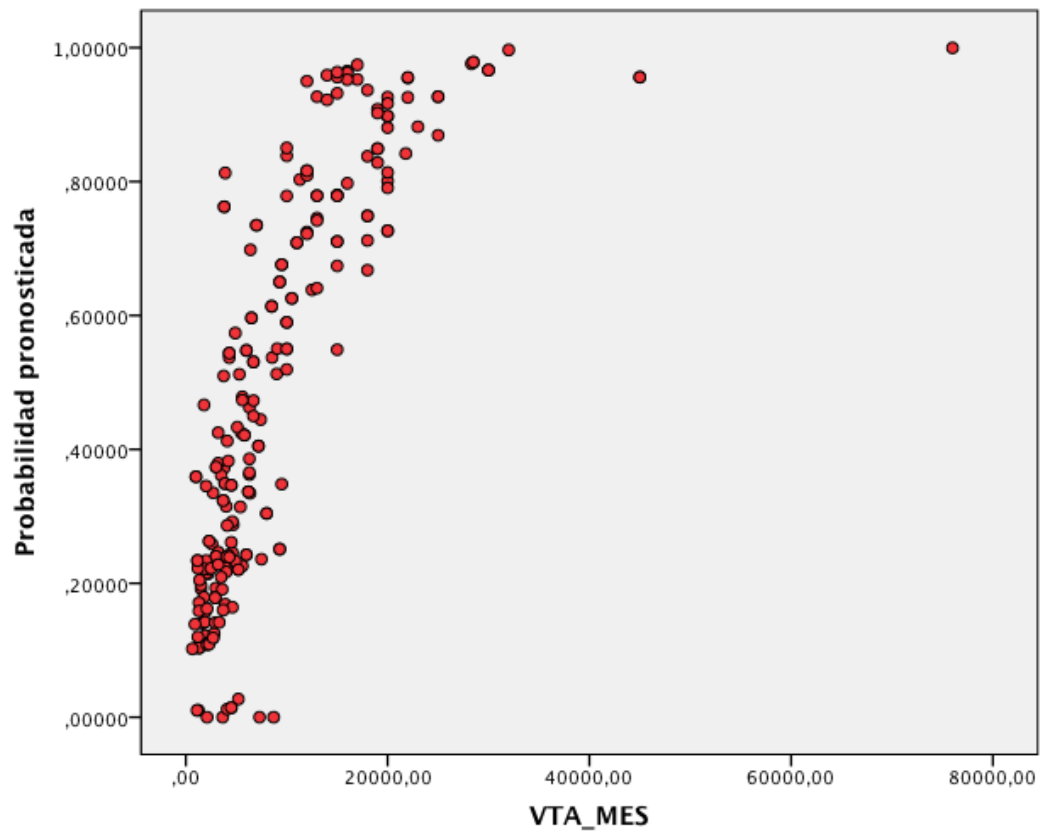
En el caso de la educación, la probabilidad de acceder a un crédito se eleva en 31 si la educación es secundaria y 13 si es técnica, en buena cuenta se ganan efectos marginales, así el tener educación secundaria y técnica indica que la probabilidad se eleva en 45, dado que es una variable categórica, la probabilidad crecería en 45% de acceder al crédito para los niveles educativos secundario y técnico. No obstante esta variable no es excluyente, aún con sistema de educación básica se tiene una mejora de 18% en el crédito.

4.2. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

El modelo econométrico muestra que los determinantes del crédito en la zona, se vinculan con la educación del empresario, las ventas, la cantidad de trabajadores y el registro tributario.

La figura siguiente muestra el ajuste entre la probabilidad estimada en el modelo y las ventas de las empresas entrevistadas, como puede verse la probabilidad de acceder al crédito se ajusta de modo línea con las ventas:

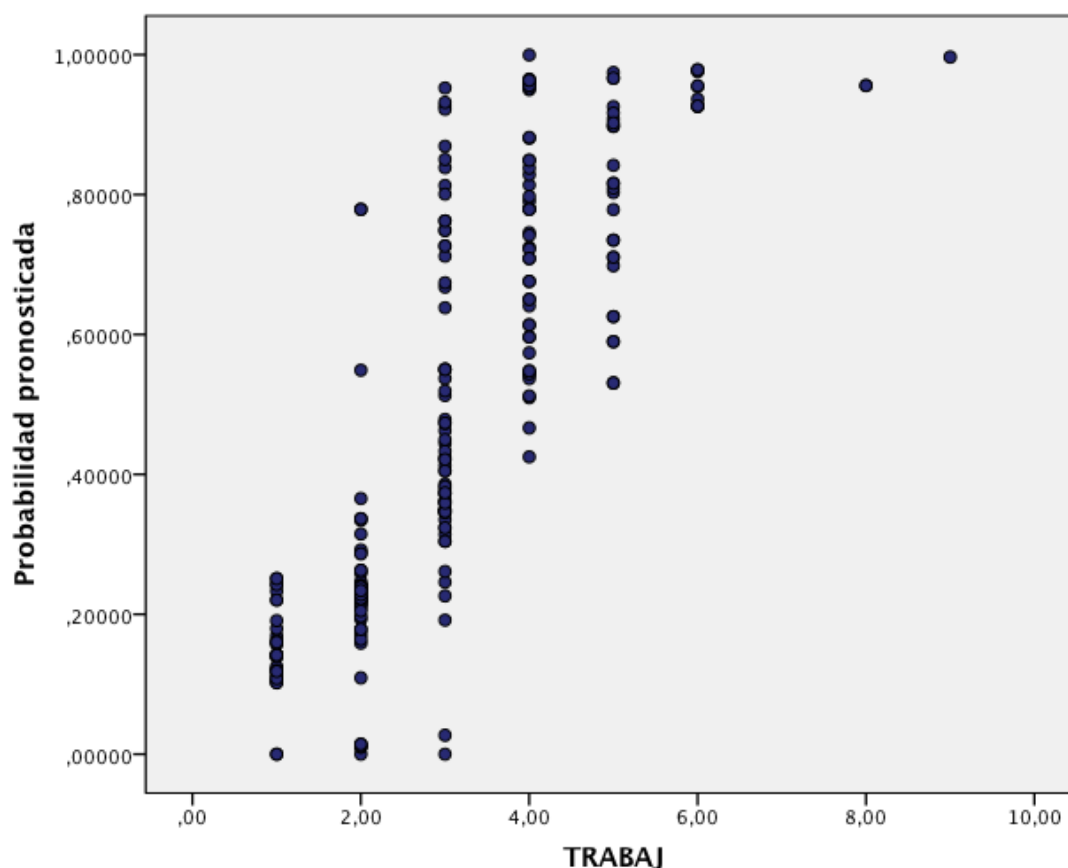
Figura 12. Relación Probabilidad Logit y Ventas mensuales



Fuente: Elaboración propia

En el caso del número de trabajadores, se aprecia una relación positiva entre el tamaño de la empresa y el acceso al crédito, negocios más grandes tienen más probabilidad de acceder al crédito, lo que refuerza el caso anterior.

Figura 13. Relación Probabilidad Logit y Número de Trabajadores



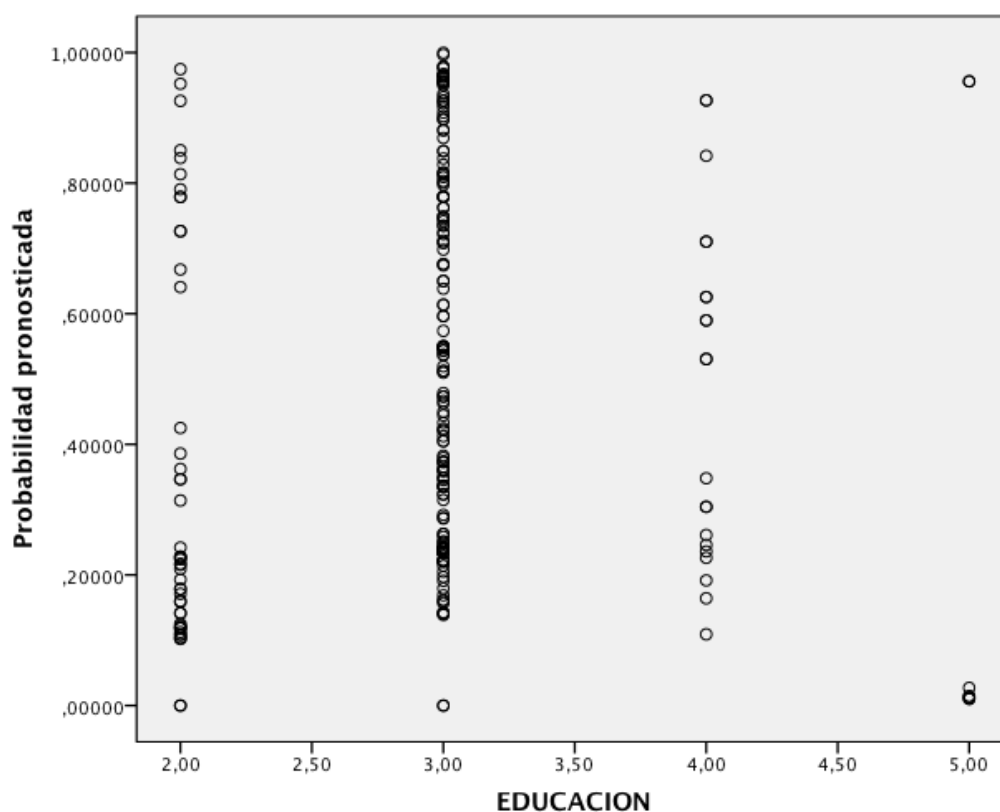
Fuente: Elaboración propia

Considerando los niveles educativos, la figura siguiente indica que para un nivel educativo secundaria o primaria, la probabilidad de acceder al crédito se concentra entre un 10% a 30%, mientras que cuando el pequeño empresario tiene nivel de estudios técnicos, la probabilidad de tener un crédito va de 15% a 100%, de modo que los estudios técnicos son el nivel educativo preponderante entre los que acceden al crédito, entre los que tienen estudios superiores, esta probabilidad es dispersa a lo largo de la muestra.

Hay que señalar finalmente que la probabilidad de tener un crédito no se ve influenciada si el empresario es hombre o mujer, de modo que el género no excluye a los clientes. Tampoco es exclusión crediticia o racionamiento, si el empresario no tiene RUC, de modo que las condiciones de formalidad tributaria no son barreras para el acceso al crédito, la edad tampoco es un

factor relevante, ni la antigüedad del negocio. Finalmente si el negocio tiene procesos ordenados, no es un criterio de exclusión debido a que los analistas de crédito son por lo general quienes definen el conjunto de información relevante para el crédito, por lo cual el pequeño empresario no se ve presionado por elevar la formalidad de su gestión interna.

Figura 14. Relación Probabilidad Logit y Nivel educativo



Fuente: Elaboración propia

Acceder al crédito no tiene mucho que ver la edad, en ese sentido la aversión al riesgo puede ser un factor no contemplado entre los microempresarios, en la medida que el acceso crediticio aun caro o elevando su apalancamiento, implica mayores beneficios, dado que los retornos en el mercado son aún altos para cubrir los créditos, en la medida que los mercados se hagan más competitivos en la base del comercio, es probable que los créditos costosos e informales sean menores y haya un

mayor acceso al sistema formal, por tanto las rentabilidades van sincerándose.

Es relevante que los negocios con registro tributario tienen más probabilidades de tener crédito que los no formales en ese sentido, y tiene que ver con el grado de información previa existente de los negocios.

Las ventas y el número de trabajadores son datos relevantes para el acceso crediticio, en la medida que esto supone que el tamaño es siempre muy relevante, así negocios pequeños tendrán menos probabilidades de acceso al crédito y mientras más grande se es, más probabilidad de crédito se tiene, lo cual es coherente con los postulados teóricos.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- La hipótesis general planteada comprueba que los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014, son el Nivel educativo del microempresario, los Ingresos del negocio, la Antigüedad del negocio, el Tamaño del negocio, el Género del empresario, la

Formalidad interna del empresario y las Características del establecimiento, al respecto el objetivo general se puede decir que usando un modelo logit binario con un ajuste de 44%, se encontró que los determinantes del acceso al microcrédito (mediante test de Wald a los parámetros) en la ciudad de Huaraz son: Ventas mensuales del negocio, la educación del empresario, el número de trabajadores de la empresa y la existencia de registro tributario, es decir que se registren las operaciones lo que conlleva a medir indirectamente el volumen del negocio, puesto que los que tienen operaciones registradas son contribuyentes de mayor tamaño para la entidad encargada de los tributos.

- El mercado financiero de Huaraz intermedia 3,514 millones de soles al 2012, equivalentes a 31% del PBI regional, de este monto 1,318 millones corresponden a depósitos y 2,195 millones de soles son las colocaciones.
- Los depósitos en la región crecen a un ritmo de 7.5% anual, mientras que las microfinanzas se expanden en este rubro a un ritmo de 1.4% anual. La cartera de ahorros en soles, llega a 72% del mercado. En materia de colocaciones, estas crecen a un ritmo de 12% anual, las entidades de microfinanzas se expanden en 11% anual de crecimiento. La cartera colocada en soles llega a 76% del total.
- La morosidad regional es de 4% de la cartera, siendo la morosidad de microfinanzas de 8.3%, superior a la banca que opera en la zona, señalando debilidades en el control y gestión de cartera.
- En la provincia de Huaraz, los depósitos llegan a 415.9 millones soles, cerca del 48% proviene de depósitos de ahorro, mientras que un 39% proviene de depósitos a plazo. En depósitos destacan el liderazgo del BC, seguido del Scotiabank, en microfinanzas lidera Caja Santa y Chavín.
- Las colocaciones en la provincia de Huaraz, llegan a 804.6 millones de soles, un 76% son en soles y el resto en dólares. En colocaciones destaca el liderazgo del BCP, seguido del BBVA. En microfinanzas destaca Caja Trujillo.

- El estudio de mercado realizado en los principales puntos comerciales de Huaraz, encontró que el 58% de empresarios son hombres, con un promedio de edad de 44 años.
- Un 70% de empresarios tiene estudios técnicos, la principal actividad son los servicios en un 57%, principalmente los rubros alimentos y turístico. Un 98% de negocios cuenta con RUC, el régimen principal de impuestos es el RUS y la forma principal de propiedad es la persona natural con 43%.
- En promedio las empresas tienen 3 trabajadores, la antigüedad del negocio es 4 años, las ventas promedio son de 8,879 soles, un 52% de negocios usan activamente la mezcla de deuda con capital propio.
- La deuda promedio en la zona es de 7,293 soles, con una cuota promedio de 872 soles al mes, en deudas que van a un año, con ello la tasas efectiva máxima es de 102% anual y la más baja es de 41%.
- La entidad preferida por los microempresarios es Caja Trujillo, seguido de Caja Chavín, en menor medida esta CMAC Piura.
- En función a las limitantes de acceso al crédito y a las necesidades de más crédito, tanto en empresarios con crédito vigente o sin el, se estimó que el mercado con demanda potencial a corto plazo es de 21% de empresarios y puede llegar hasta un 52% de pequeños negocios por atender en la zona.
- Las entidades con mayor diferenciación en la zona, son Caja Santa, Caja Trujillo y Caja Chavín, destacando el primero por la tasa de interés cobrada, y los segundos por la atención que brindan.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

- Las empresas dedicadas al negocio de microcréditos en la zona no han generado discriminaciones crediticias por género, lo cual es importante en la medida que el crédito se repaga sean hombres o mujeres, lo más importante es el grado de reputación que se labran los deudores, con fines de poder acceder siempre al crédito.

- En este sentido se recomienda seguir dando el crédito sin discriminar por género o edad, ambos aspectos no parecen afectar la demanda crediticia, lo que señala menores grados de aversión al riesgo en general, puesto que toda edad puede tener un crédito y además implica niveles de confianza en los agentes sean hombres o mujeres.
- Es importante que las empresas mantengan actualizadas sus cuentas tributarias, este orden o cumplimiento eleva la probabilidad de acceso al crédito, los agentes financieros buscan información de las empresas o microempresarios en centrales de riesgo, en vista de ello, mientras más información se encuentre y estén al día en los pagos, se tendrá una mayor probabilidad de acceso al crédito.
- Debido a que el crecimiento de los negocios es una buena forma de ser rentable, este crecimiento se logra más rápido con acceso al crédito, para ello un negocio debe ir financiando a la par no sólo su capital de trabajo sino también activos, con fines de ir teniendo mayor tamaño y con ello poder tener mejor perfil crediticio.}
- Los negocios que se expanden en su mismo rubro u otros vinculados al negocio principal, tienen una mayor probabilidad de tener crédito, por tanto es recomendable en todo negocio, la expansión puede ser financiada se puede generar mejores oportunidades y rentabilidad futura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amao, J.; Ogbowa. O. y Oni, O. (2005). Determinants of credit demand among rural farming household in OSE local government area: Ondo State of Nigeria. *Journal of financial managerial and analysis*. Vol. 18. Nº 2. Nigeria.

Amorós, E. (2009). *Determinantes del micro crédito y perfil de los microempresarios urbanos en las ciudades de Chiclayo y Trujillo-Perú*. CIES.

Armendáriz, B. y Morduch, J. (2005). *The economics of microfinance*. MIT Press. Cambridge. USA

- Bachelor, A. (2009). Microfinance— A Way To Confront Poverty And Stimulate Entrepreneurship Worldwide. *Young Economists Journal. Revista Tinerilor Economisti*.
- Batra, V. and Suman, J. (2012). The State of Microfinance in India: Emergence, Delivery Models and Issues. *Journal of International Economics*. (0976-0792).
- Bayar, Y. (2013). Future of microfinance in the light of recent crises in major microfinance markets. *SOCIAL BUSINESS*. Vol. 3, No. 3, pp.243-249.
- Bercovich, N. (2004). *El microcrédito como componente de una política de desarrollo local: El caso del Centro de apoyo a la Microempresa (CAM) en la ciudad de Buenos Aires*. Chile: CEPAL.
- Berger, A. N. and W. Scott, F. (2007). *Small business credit scoring and credit Availability: Journal Of Small Business Management*. 47(1),5-22.
- Bruhn, M.; Love, I. (2014). The real impact of improved access to finance: evidence from Mexico. *The Journal of Finance*. Vol. LXIX, No. 3.
- Conde, C. (2003). Fuentes de financiamiento de la microempresa en México. Aportes. *Revista Mexicana de estudios sobre la cuenca del Pacífico*. Vol. 3. N° 5. México.
- Chong, A. y Schroth. (1998). *Cajas municipales, microcrédito y pobreza en el Perú*. Lima, Perú: CIES.
- De Moraes, J. (2005). *Credito bancario no Brasil: Participacao das pequenas empresas e condicoes de acesso*. CEPAL. Chile.

Dutta, D. Y Magableh, I. (2006). *A socioeconomic study of the borrowing process: The case of microentrepreneurs in Jordan*. Applied Economics. Vol. 38. USA.

Filippo, A.; Kostzer, D. y Shieser, D. (2004). *Créditos a Pyme en Argentina: racionamiento crediticio en un contexto de oferta ilimitada de dinero*. Chile: CEPAL.

Galarza, F. y Alvarado, J. (2003). *Análisis del crédito formal y no formal en el mercado de Huancayo*. Lima, Perú: CIES.

Galarza, F. y Alvarado, J. (2003b). *Estudio del mercado microfinanciero de Huancayo*. Lima, Perú: CIES.

Hassman, M.; Schwartz, D. and Bar-El, R. (2013). Micro-enterprise lack of access to credit – The Israeli case International. *Journal of Business and Economic Development*. Vol. 1 Number 3.

Hege, G. (1999). *Microfinanzas y Pobreza ¿Son Válidas las Ideas Preconcebidas?* New York: Banco Interamericano de Desarrollo.

Hietalahti, J. y Linden, M. (2006). *Socio-economic impacts of microfinance and repayment performance: A case study of the Small Enterprise Foundation, South Africa*. Progress in development studies. Vol. 6. Nº 3.

Jansson, T. (2003). *Financing microfinance*. Exploring the funding side of microfinance institutions. IADB.USA

Jaramillo, C. (2006). Las finanzas de los negocios familiares: El tamaño sí importa. *Revista Debates IESA*. Vol. 11. Nº 2. Venezuela.

Jaramillo, C. (2008). Las finanzas de los negocios familiares: El tamaño sí importa. *Revista Debates IESA*. Vol. 11. Nº 2. Venezuela.

- Lelong, C. y Schwartz, M. (2003). La microbanca en la región APEC y su relevancia para la micro y pequeña empresa. Aportes. *Revista Mexicana de estudios sobre la cuenca del Pacífico*. Vol. 3. Nº 5. México.
- León, C. (2013). *Características del acceso al crédito para microempresarios de Trujillo y Cajamarca - Perú*. Flumen 6 (1). Chiclayo.
- Ministerio de Trabajo. (2013). *Anuario Estadístico Sectorial del MTPE*. Perú.
- Orlando, M. y Pollack, M. (2000). *Microenterprises and poverty. Evidence from Latin America*. Sustainable Development Department. USA: IADB.
- Pearlman, S. (2012). Too Vulnerable for Microfinance? Risk and Vulnerability as Determinants of Microfinance Selection in Lima. *Journal of Development Studies*. Vol. 48, No. 9, 1342–1359.
- Quispe, Z.; León, D. y Contreras, A. (2012). El exitoso desarrollo de las microfinanzas en el Perú. *Revista Moneda*. Nro 151. BCRP. Perú.
- Reed, L. R. (2011). *State of the Microcredit Summit Campaign Report, Microcredit Summit Campaign*. USA.
- SBS. (2013). *Memoria Anual del sistema financiero*. Perú.
- Shetty, N. and Veerashekharappa. (2009). The Microfinance Promise in Financial Inclusion: Evidence from India. *IUP Journal of Applied Economics*.
- Tejerina, L. y Westley, G. (2006). *Financial services for the poor*. Household survey sources and gaps in borrowing and saving. IADB. USA.
- Vara, M. J. (2006). *Estudios sobre Género y Economía*. Madrid, España: AKAI

Venero, H. (2002). *¿Operan las instituciones financieras en la frontera de tecnologías crediticias eficientes? Un análisis de transacciones de crédito en los sectores de bajos ingresos*. Lima, Perú: CIES.

Venero, H. y Yancari, J. (2003). *La demanda potencial de microcrédito en Huancayo*. Lima, Perú: CIES.

Westley, G. (2006). *Strategies and structures for commercial banks in microfinance*. Sustainable Development Department. USA: IADB.

Yunus, M. (2010). *Building social business models: Lessons from the Grameen experience*. Long Range Planning, 43(2–3).

ANEXOS

Anexo 01: Modelo de Encuesta a Microempresarios				
Encuestador: _____				
I. Información del empresario				
1.1 Nombre _____	1.2 Razón Social _____		1.3 Género M () F ()	
1.4 Distrito	1.5. Zona / Urb. _____	1.6 Calle/Jr N°		
1.7 MZ / Lote	1.8. Mercado _____	1.9 Puesto N°		
1.10 Tipo de Construcción: 1. Mat. Noble () 2. Madera () 3. Metálico () 4. Otros () _____				
1.11 Edad	1.12 Educación: 1. Primaria () 2. Secundaria () 3. Técnica () 4. Universitaria ()			
5. Otros: _____				
II. Información de la Empresa				
2.1 Giro: 1. Industria () 2. Comercio () 3. Servicios() 4. Otros _____				
2.2 Lleva registro de ingresos y gastos 1. Si () 2. No ()				

2.3. Cuenta con RUC	1. Si ()	2. No ()
2.4 Su negocio esta organizado como:	1. EIRL () 2. Persona Natural con negocio () 3. S.R.L. () 4. S.A. () 5. Otros _____	
2.5 Tiene algún Régimen Tributario:	1. Si ()	2. No () ----- Pase a la Pregunta 2.7
2.6 Su régimen tributario es:	1. RUS () 2. RER () 3. General () 4. Otros _____	
2.7 Cuántas personas trabajan en su negocio		
2.8 Cuánto tiempo funciona su negocio	Años	Meses
2.9 En promedio, a cuanto ascienden sus ventas mensuales, considere los meses altos y bajos del negocio. S/.		
2.10 Cómo financia su capital de trabajo mensual:	1. Capital propio () 2. Proveedores () 3. Deuda () 4. Capital propio y deuda () 5. Otros _____	
2.11 Tiene algún crédito vigente actualmente:	1. Si () ----- Pase a la Pregunta 2.13	2. No ()
2.12 Porque motivos no tiene créditos actualmente:	1. No necesita () 2. Interés muy alto () 3. No es sujeto de crédito () 4. No hay facilidades en trámites () 5. No tiene garantías ()	

6. Otros _____

2.13. Sobre el crédito vigente, llene lo siguiente:

Crédito C	Entidad E	Monto M	Cuota CU	Satisfacción del Servicio Recibido																			
				Promociones-P					Cant. Requisitos-R					Tiempo Aprob-T					Facilid Trámites-F				
				E	B	R	M	P	E	B	R	M	P	E	B	R	M	P	E	B	R	M	P
1.Microemp																							
2.Consumo																							
3.Pignoratic																							
4.Vivienda																							
5																							
6																							

2.14 En el caso de la entidad (es) elegida (s), marque lo siguiente:

Entidad E	Motivo de Elección-M	Plazo P	Destino del Crédito D	Garantía G



Códigos
Motivo: 1. Interés 2. Requisitos 3. Rapidez 4. Atención 5. Cubre los montos que necesito Plazo: 1. < 6 meses 2. 6-12 meses 3. 12-18 meses 4. 18-24 meses 5. > 24 meses Destino: 1. Capital de trabajo 2. Pago de deudas 3. Gasto familiar 4. Vivienda 5. Compra/mejora local

					6. Compra maquinaria Garantía: 1. Puesto 2. Solidaria 3. Hipoteca 4. Aval 5. Otros

III. Fidelidad, Lealtad y Transparencia

3.1 Hace cuánto tiempo es cliente de la IFI Años Meses

3.2 Estaría dispuesto a cambiarse de IFI 1. Si () ---- Pase a la Pregunta 3.4 2. No ()

3.3 Porque razón no dejaría su actual IFI **(Coloque 5 a la más importante y en ese orden, coloque 1 a la menos importante)**

1. Siempre me da lo que necesito () 2. Es una IFI muy solvente () 3. Esta conmigo hace años ()

4. Tiene una amplia red de oficinas () 5. Tiene buen trato, es personalizado ()

3.4 Porque se cambiaría de IFI **(Coloque 5 a la más importante y en ese orden, coloque 1 a la menos importante)**

1. No tiene nuevos servicios () 2. No tiene promociones () 3. No tiene buen trato ()

4. Falta rapidez en atención y trámites () 5. No atiende mis necesidades () 6. No tiene tarjeta de débito ()

7. No tiene cuentas de ahorros ()

3.5 A que Institución financiera le gustaría cambiarse: _____

3.6 Que es lo más importante que usted busca en una IFI 1. Mejor servicio () 2. Asesoría ()

3. Mayor diversificación en créditos ()

4. Otros _____

IV. Demanda de Créditos

4.1 Necesita solicitar un crédito actualmente 1. Si () ---- Pase a la Pregunta 4.3 2. No ()

4.2. Porque motivos no desea tomar un crédito 1. Tiene capital propio () 2. Trabaja con capital de terceros ()
 3. Ya tiene crédito con otra IFI () 4. Otras _____

4.3 Porque motivos desea el crédito 1. Expandir el negocio () 2. Cubrir pérdidas de capital de trabajo ()
 3. Sustituir mis ahorros con deuda para capital de trabajo ()
 4. Vender otros productos () 5. Otros _____

Anexo 02: Matriz de Consistencia

Título: FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE MICROCRÉDITOS EN LA CIUDAD DE HUARAZ, DEPARTAMENTO DE ANCASH – 2014								
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	UNIDAD DE MEDIDA	ESCALA	INSTRUMENTO
1. Problema General ¿Cuáles son los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la Ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014?	2. Objetivo General Conocer los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014.	3. Hipótesis General Los factores determinantes de la demanda de microcréditos en la ciudad de Huaraz, Departamento de Ancash - 2014, son el Nivel educativo del microempresario, los Ingresos del negocio, la Antigüedad del negocio, el Tamaño del negocio, el Género del empresario, la Formalidad interna del empresario y las Características del establecimiento.	Demanda de microcréditos	Acceso al crédito en alguna entidad financiera	Microempresario Tiene deuda vigente	1: Si 0: No	Dicotómica	Encuesta
1.1. Problemas Específicos - ¿Cuál es la dinámica del mercado financiero en Huaraz? - ¿Cuáles son las características personales del microempresario cliente de microcréditos en Huaraz, como factores determinantes de la demanda de microcréditos? - ¿Qué características debe presentar el	2.1. Objetivos Específicos - Analizar la dinámica del mercado financiero en Huaraz, a partir de un diagnóstico de colocaciones y captaciones en la zona para el año 2014. - Analizar las características personales del microempresario cliente de microcréditos en Huaraz, como factores determinantes de la demanda de microcréditos.	3.1. Hipótesis Específicas - El mercado financiero en Huaraz viene creciendo sostenidamente, con una dinámica positiva en colocaciones y captaciones, debido a los aportes de la mayor actividad económica local. - Los microempresarios de Huaraz demandan créditos debido a que tienen un mayor nivel educativo o estudios superiores, además de contar con una edad relativamente joven (menores de 40 años) por lo tanto son más accesibles al mercado financiero. - Los negocios en Huaraz demandan crédito relacionado con el tamaño del negocio en número de trabajadores y	Factores determinantes de la demanda de microcréditos	Nivel educativo del microempresario	Tipo de estudios	1: Primaria 2: Secundaria 3: Superior	Ordinal	
				Ingresos del negocio	Ventas mensuales	Soles por mes	Monetaria	
				Antigüedad del negocio	Años desde su fundación	Nro de años	Numérica	
				Tamaño del negocio	Número de trabajadores remunerados	Cantidad de trabajadores	Numérica	
				Género del empresario	Sexo del conductor del negocio o propietario	1: Hombre 0: Mujer	Dicotómica	

negocio, para determinar la demanda de microcréditos?	- Analizar las características del negocio, como factores que pueden determinar la demanda de microcréditos.	ventas, con el tipo de negocio, con el grado de formalidad del mismo y principalmente para poder ampliar sus operaciones a corto plazo		Formalidad interna del empresario	Registros internos de la empresa Registro Tributario	1: Tiene 0: No tiene	Dicotómica	
				Características del establecimiento	Tipo de construcción	1: Madera 2: Metal 3: Noble	Catógica	