

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSTGRADO



Maestría en Ciencias

Mención: Administración y Gerencia Empresarial

**TESIS**

**INCIDENCIA DE LAS MICROFINANZAS DE LA CMAC PIURA S.A.C. EN  
EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS MICROEMPRESAS DE LA  
PROVINCIA DE CAJABAMBA EN LOS PERIODOS 2011 - 2012.**

POR:

**ELFER ROLANDO ABANTO FLORES**

ASESOR:

**DRA. REYNA LÓPEZ DÍAZ**

CAJAMARCA, PERÚ

2014

COPYRIGHT © 2014 by

ELFER ROLANDO ABANTO FLORES

Todos los derechos reservados

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de esta tesis por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, químico, óptico, incluyendo el sistema de fotocopiado, sin autorización escrita del autor, quedando protegidos los derechos de propiedad intelectual y de autoría por la legislación peruana.



Tesis presentada para optar:

El grado de Maestro en Ciencias

Mención: Administración y Gerencia Empresarial

## **TESIS**

# **INCIDENCIA DE LAS MICROFINANZAS DE LA CMAC PIURA S.A.C. EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS MICROEMPRESAS DE LA PROVINCIA DE CAJABAMBA EN LOS PERIODOS 2011 - 2012.**

POR:

**ELFER ROLANDO ABANTO FLORES**

Comité Científico:

M.Cs. Nancy Pajares Ruiz

Miembro del Jurado

M.Cs. Héctor Gamarra Ortiz

Miembro del Jurado

Dra. Reyna López Díaz.

Asesor

M.Cs. Marino Cárdenas cabellos

Miembro del Jurado

M.Cs. Alejandro Vásquez Ruiz

Miembro del Jurado

CAJAMARCA

JUNIO - 2014

**A:**

Los Sres. Andrés y Magna, mis padres, quienes con la dedicación y el esfuerzo me brindaron su apoyo incondicional para poder alcanzar mis objetivos, y sobre todo por las herramientas que formaron en mí para luchar y alcanzar el éxito.

A mis hermanos, los que me brindaron sus consejos y me regalaron sus alegrías en cada jornada de su vida. Y de forma especial a Edelmira quien me encaminó para buscar la senda del triunfo.

A Raquel, mi amiga y mi fiel compañera, por su comprensión en cada instante; por aquellos momentos que nos tocó vivir y por el regalo más valioso que me supo dar, mi hija.

A dos luceros, Mariangel y Daniel, quienes me dan su luz y me guían en mi camino, quienes se han convertido en la razón de mi existir.

### **AGRADECIMIENTO:**

A lo largo de mi existencia hay muchas razones y muchos son a quienes tendría que agradecer y dedicar mis logros y mis sueños cristalizados, pero soy consciente que existen cimientos y pilares fundamentales, quienes se encargaron de ayudarme a construir un camino de luz, lleno de esperanza e ilusiones. Este camino que me ha conllevado a tener, además, una motivación para seguir luchando y contribuir con un mundo mejor.

Me refiero a mis padres, por el esfuerzo y su apoyo incondicional a lo largo de toda mi vida, vaya para ellos mi noble y sincero agradecimiento.

A nuestro padre redentor, Dios, por su luz de cada día, por su protección en cada momento difícil que me toca vivir; por la esperanza que nos brinda de encontrar paz y fraternidad dentro de nuestros semejantes.

Y de forma muy especial, quiero alcanzar mi agradecimiento al C.P.C. Juan Estenio Morillo Araujo y al C.P.C. Juan José Julio Vera Abanto, por sus enseñanzas y su apoyo incondicional para cristalizar mis objetivos.

Incidencia de las Microfinanzas de la CMAC Piura S.A.C. en el Crecimiento Económico de las Microempresas de la Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 - 2012

---

*õAprendí que el coraje no era la ausencia de miedo, sino el triunfo sobre él. El valiente no es quien no siente miedo, sino aquel que conquista ese miedoö.*

NELSON MANDELA

## CONTENIDO

Ítem	Pág.
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
EPÍGRAFE .....	vi
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii

### CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN .....	18
--------------------	----

### CAPITULO II. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	23
2.1.1. Planteamiento del problema.....	23
2.1.2. Formulación del problema.....	25
2.1.3. Justificación de la Investigación.....	25
2.1.3.1. Teórica.....	25
2.1.3.2 Relevancia Social.....	26
2.1.4. Delimitación de la Investigación.....	26
2.1.4.1 Delimitación Espacial.....	26
2.1.4.2 Delimitación Temporal.....	26
2.1.4.3 Delimitación Social.....	27
2.1.4.4 Delimitación Conceptual.....	27
2.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	27

2.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
2.3.1 Objetivo General.....	27
2.3.2 Objetivos Específicos.....	28
2.4 DISEÑO DE CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	28
2.4.1 Definición operacional de variables.....	28
2.4.2 Unidad de análisis, universo y muestra.....	29
2.4.3 Tipo y descripción del diseño y métodos de investigación.....	31
2.4.3.1 Tipo y métodos de investigación.....	31
2.4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
2.4.4.1 Técnicas.....	31
2.4.4.2 Instrumentos.....	32
a) De recolección.....	32
b) De procesamiento.....	32
2.4.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	33
2.5 ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34

### **CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

3.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.2 MARCO TEÓRICO.....	47
3.2.1 LAS TEORÍAS DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA ÓPTIMA.....	47
a) TEORÍA DE MODIGLIANI Y MILLER.....	48
b) MODELO DEL TRADE-OFF O EQUILIBRIO ESTÁTICO.....	49
c) LA TEORÍA DE LA JERARQUÍA FINANCIERA (PECKING ORDER THEORY).....	50
3.2.2 TEORIA DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL.....	52
3.3 MARCO CONCEPTUAL.....	65
3.3.1 EL SISTEMA FINANCIERO, BREVE RESEÑA HISTÓRICA.....	65
El sistema Financiero en el Perú.....	66
3.3.2 LA MICROEMPRESA.....	71
3.3.3 CRECIMIENTO ECONÓMICO.....	71
3.3.4 GESTIÓN EMPRESARIAL.....	72
3.3.5. LAS MICROFINANZAS.....	74

EL SECTOR FINANCIERO PERUANO.....	74
LAS MICROEMPRESAS EN LA PROVINCIA DE CAJABAMBA...	75
ASPECTOS LEGALES DE LAS CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO.....	82
LA FEPCMAC.....	83
LA CMAC PIURA S.A.C.....	85
Reseña histórica .....	85
Misión .....	88
Visión .....	88
Objetivos.....	88
Valores .....	89
3.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	91
 <b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS</b>	
4.4 ASPECTOS FUNDAMENTALES.....	98
4.1.1 ÁMBITO INTERNO.....	98
4.1.2 ÁMBITO DEL CLIENTE.....	99
 <b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
5.1 CONCLUSIONES.....	143
5.2 RECOMENDACIONES.....	146
 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	 148
PÁGINAS WEB.....	151
OTROS.....	151
 APÉNDICES.....	 152
APÉNDICE N° 01: Matriz de Consistencia.....	153
APÉNDICE N° 02: Encuesta.....	154

## LISTA DE FIGURAS O ILUSTRACIONES

Ítem	Pág.
<b>Cuadros</b>	
<b>Cuadro N° 01.</b> Sector al que pertenece el Cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	99
<b>Cuadro N° 02.</b> Giro del negocio del Cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	100
<b>Cuadro N° 03.</b> Impresión sobre la Caja Piura según cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	102
<b>Cuadro N° 04.</b> Oportunidades del financiamiento del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	104
<b>Cuadro N° 05.</b> Motivos de financiamiento del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	105
<b>Cuadro N° 06.</b> Uso del microcrédito en lo solicitado, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	107
<b>Cuadro N° 07.</b> Inversión del microcrédito en lo solicitado, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	108
<b>Cuadro N° 08.</b> Frecuencia de solicitud del crédito según el cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	110

<b>Cuadro N° 09.</b> Visita del representante de la Caja Piura al cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	111
<b>Cuadro N° 10.</b> Opinión de las visitas del representante de la Caja Piura al cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	113
<b>Cuadro N° 11.</b> Sentimiento frente a la visita del Sectorista de la Caja Piura, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	114
<b>Cuadro N° 12.</b> Estimación del crecimiento de su negocio, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	116
<b>Cuadro N° 13.</b> Aspecto más importante de un crédito, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	117
<b>Cuadro N° 14.</b> Asesoramiento por parte de la Caja Piura, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	119
<b>Cuadro N° 15.</b> Evolución del capital de trabajo del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	120
<b>Cuadro N° 16.</b> Evolución del patrimonio personal del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	122
<b>Cuadro N° 17.</b> Incremento de ventas y ganancias del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	123
<b>Cuadro N° 18.</b> Variación del stock de mercaderías del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	124
<b>Cuadro N° 19.</b> Instalaciones del negocio del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	125
<b>Cuadro N° 20.</b> Ampliación del negocio del cliente – Usuario del microcrédito.	

Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	127
<b>Cuadro N° 21.</b> Resultados del negocio del cliente – Usuario del microcrédito.	
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	128
<b>Cuadro N° 22.</b> Capacidad de pago del cliente – Usuario del microcrédito.	
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	130
<b>Cuadro N° 23.</b> Capacidad de pago y ahorro del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	131
<b>Cuadro N° 24.</b> Comparación con otros negocios, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	132
<b>Cuadro N° 25.</b> Visión de su negocio sin créditos, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	134
<b>Cuadro N° 26.</b> Opinión de la Caja Piura, cliente – Usuario del microcrédito.	
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	135

## Gráficos

<b>Gráfico N° 01.</b> Sector al que pertenece el Cliente – Usuario del microcrédito	
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	99
<b>Gráfico N° 02.</b> Giro del negocio del Cliente – Usuario del microcrédito	
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	101
<b>Gráfico N° 03.</b> Impresión sobre la Caja Piura según cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	103
<b>Gráfico N° 04.</b> Oportunidades del financiamiento del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	104
<b>Gráfico N° 05.</b> Motivos de financiamiento del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	106

<b>Gráfico N° 06.</b> Uso del microcrédito en lo solicitado, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	107
<b>Gráfico N° 07.</b> Inversión del microcrédito en lo solicitado, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	109
<b>Gráfico N° 08.</b> Frecuencia de solicitud del crédito según el cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	110
<b>Gráfico N° 09.</b> Visita del representante de la Caja Piura al cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	112
<b>Gráfico N° 10.</b> Opinión de las visitas del representante de la Caja Piura al cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	113
<b>Gráfico N° 11.</b> Sentimiento frente a la visita del Sectorista de la Caja Piura, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	115
<b>Gráfico N° 12.</b> Estimación del crecimiento de su negocio, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	116
<b>Gráfico N° 13.</b> Aspecto más importante de un crédito, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	118
<b>Gráfico N° 14.</b> Asesoramiento por parte de la Caja Piura según el cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	119
<b>Gráfico N° 15.</b> Evolución del capital de trabajo del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	121
<b>Gráfico N° 16.</b> Evolución del patrimonio personal del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	122
<b>Gráfico N° 17.</b> Incremento de ventas y ganancias del cliente – Usuario del	

microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	123
<b>Gráfico N° 18.</b> Variación del stock de mercaderías del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	125
<b>Gráfico N° 19.</b> Instalaciones del negocio del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	126
<b>Gráfico N° 20.</b> Ampliación del negocio del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	127
<b>Gráfico N° 21.</b> Resultados del negocio del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	128
<b>Gráfico N° 22.</b> Capacidad de pago del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	130
<b>Gráfico N° 23.</b> Capacidad de pago y ahorro del cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	131
<b>Gráfico N° 24.</b> Comparación con otros negocios, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	133
<b>Gráfico N° 25.</b> Visión de su negocio sin créditos, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	134
<b>Gráfico N° 26.</b> Opinión de la Caja Piura, cliente – Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 – 2012.....	136

LISTA DE ABREVIATURAS

AFP	Administradora de Fondo de Pensiones.
CMAC	Caja Municipal de Ahorro y Crédito.
CODFIDE	Corporación Financiera de desarrollo
CRAC	Caja Rural de Ahorro y Crédito.
EDPYME	Entidad de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa.
FEPCMAC	Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito
IMF	Institución Microfinanciera.
ONG.	Organismo no Gubernamental.
PBI	Producto Bruto Interno.
PEA	Población Económicamente Activa.
SBS	Superintendencia de Banca y Seguros.
TEA	Tasa Efectiva Anual

## **RESUMEN**

La presente investigación es de tipo descriptiva longitudinal, en este caso tenemos evaluaciones económicas financieras realizadas al momento del otorgamiento del microcrédito y se levanta nueva evaluación a la culminación de la cancelación total del financiamiento obtenido para evaluar el crecimiento de cada una de las actividades comerciales.

El estudio nos permitió determinar la importancia de la microfinanciación en este sector poblacional, específicamente en qué medida el financiamiento de la CMAC PIURA Agencia Cajabamba ha incidido en el crecimiento de los microempresarios de esta zona, tanto a nivel de capital de trabajo y patrimonio personal como en su calificación en centrales de riesgos, esta última, requisito indispensable para seguir siendo considerado como sujeto de crédito dentro del sistema financiero en general.

Los resultados muestran que La CMAC PIURA ha proporcionado servicios financieros a microempresarios y hogares de bajos recursos que han transformado en fuentes de capital semilla que les permite tener cierta estabilidad en la parte reproductiva de sus negocios y de todo el núcleo familiar; logrando mejorar sus indicadores financieros de liquidez, rentabilidad y solvencia, incrementando considerablemente su flujo de ingresos y por ende su capacidad de pago.

**Palabras Clave:** Microfinanzas, Microempresarios, Crédito, Desarrollo económico.

## **ABSTRACT**

The present investigation is longitudinal and descriptive, in this case we have financial economic evaluations performed at the time of granting of microcredit and reassessment will rise to the completion of the total cancellation of the financing obtained to evaluate the growth and development of each of the activities commercial.

The study allowed us to determine the importance of microfinance in this population sector, specifically to what extent financing CMAC PIURA Cajabamba Agency has affected the growth and development of micro-entrepreneurs in this area, both in terms of working capital and personal wealth as in its rating on credit bureaus, the latter essential to remain creditworthy considered within creditworthiness in the financial system in general.

The results show that the CMAC Piura has provided financial services to microentrepreneurs and low-income households that have become sources of seed capital that allows them to have some stability in the reproductive part of their business and the entire family; achieving improved financial indicators of liquidity, profitability and solvency, significantly increasing its revenue stream and therefore its ability to pay

**Keywords:** Microfinance, Micro-entrepreneurs, Credit, Economic Development.

## **CAPÍTULO I.**

### **INTRODUCCIÓN**

Las microfinanzas tienen una larga trayectoria en el Perú, aproximadamente 30 años. Así tenemos que las microfinanzas 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 a la banca tradicional. Recién en los últimos años, debido a su consolidación, las entidades de microfinanzas 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 microfinancieras (IMF) han encontrado un nicho perfecto para desarrollarse. Las microempresas requieren así de acceso al 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”

Las microfinanzas en Perú se han desarrollado a partir del trabajo realizado por las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMACs); entidades que pertenecen a los gobiernos locales, las mismas que captan recursos del público y se han especializado en el desarrollo de operaciones de financiamiento, preferentemente a las pequeñas y micro empresas y al público en general.

La presencia de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura, en el departamento de Cajamarca y específicamente dentro del ámbito de la provincia de Cajabamba, mediante el otorgamiento de microcréditos, ha conllevado al crecimiento económico de los microempresarios en los diversos sectores económicos, quienes hace algunos años no tenían acceso a la banca tradicional.

En este sector también existen otras entidades quienes atienden el mismo sector que atiende la Caja Municipal de ahorro y Crédito de Piura S.A.C. y de acuerdo a la información oficial de la SBS, a diciembre del 2012 existen 09 EDPYMEs, quienes otorgan créditos similares a los otorgados por la Caja Piura (crédito a microempresas, crédito de consumo, así como comerciales e hipotecarios para fines de vivienda. Una característica distintiva de las EDPYME es que no captan ahorros del público. Su financiamiento proviene de otras fuentes.

Las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRACs) son otras entidades que trabajan en el tema de las microfinanzas. Empresas que sí pueden captar recursos del público y cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento de manera preferente a la mediana,

pequeña y micro empresa del ámbito rural. De acuerdo a la SBS, a diciembre del 2012 existen 09 CRACs.

Finalmente, tenemos a las Cooperativas de Ahorro y Crédito, que son autorizadas a captar ahorros del público. Si bien en el Perú existen empresas cooperativistas dedicadas a temas financieros, aquellas que no ostenten la condición de “Cooperativa de Ahorro y Crédito autorizadas a captar ahorros del público” no pueden –legalmente– captar ahorros del público. Dichas cooperativas sólo pueden realizar operaciones de financiamiento con sus socios (miembros de la cooperativa). Estas últimas entidades están sujetas, en primera instancia, al control de su propio Consejo de Vigilancia y a su Asamblea General de Asociados.

El presente estudio nos permite ver que de acuerdo al destino del financiamiento, activo fijo, capital de trabajo, entre otros; los usuarios del microcrédito han crecido en diferentes indicadores socioeconómicos; la eficiente administración de sus recursos les ha permitido obtener ingresos suficientes para poder fortalecer su capital corriente, su patrimonio personal y por ende tener una mejor calidad de vida. Además microempresarios que han incurrido en nuevos giros de negocio, logrando dinamizar la economía en esta región y de esta manera lograr un crecimiento sostenido de su economía cimentado en el ahorro y el esfuerzo propio; logrando incrementar en grandes porcentajes el autoempleo.

La investigación es de tipo descriptiva longitudinal es decir se comparan datos registrados de un periodo hacia otro; la evaluación económica financiera de los microempresarios se realizó al momento del otorgamiento del microcrédito y se levantó nueva información a la culminación de la cancelación total del financiamiento obtenido. Se realizó un muestreo estratificado, seleccionándose los clientes usuarios del microcrédito de s/.5,000.00 a s/.20,000.00, de la cartera general de la CMAC PIURA, realizándose el análisis documental, de sus expedientes en archivo de cada uno de los microempresarios y la Bitácora de la Caja CMAC PIURA, asimismo se aplicó un cuestionario relacionado la atención, oportunidad, rapidez de la gestión del financiamiento y su situación económico financiera y se culminó con el análisis cuantitativo y cualitativo mediante gráficos utilizando el software utilitario Microsoft Excel.

El producto final se estructuró en cuatro capítulos:

En el Capítulo I, corresponde a la introducción del trabajo de investigación. El Capítulo II está referido al diseño de la investigación, en él se presenta el planteamiento del problema, la hipótesis, los objetivos y el diseño de la investigación. En el Capítulo III, se desarrolla el marco teórico y conceptual y contiene los antecedentes de la investigación, las teorías que sustentan la investigación y el marco conceptual. El Capítulo IV, está referido a la presentación de resultados y análisis, en él se presentan los resultados obtenidos con la evaluación de la calidad del servicio brindado por la CMAC PIURA Ag. Cajabamba, por parte de los clientes, usuarios del microcrédito, y

los efectos de estos créditos en su desarrollo. Finalmente en el Capítulo IV, presenta las conclusiones y recomendaciones a las que se arriba con los resultados del presente estudio, incluyendo finalmente las referencias bibliográficas y anexos.

## **CAPITULO II**

### **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

##### **2.1.1. Planteamiento del problema**

El microcrédito es la parte esencial del campo de la micro financiación, dentro del que se encuentran otros servicios tales como los microseguros, ahorros u otros.

Los microcréditos son pequeños préstamos a personas humildes o pobres a los que no conceden préstamos los bancos tradicionales. Los microcréditos posibilitan, especialmente en países en vías de desarrollo, que muchas personas sin recursos puedan financiar proyectos laborales, por su cuenta que les reviertan unos ingresos.

Las Naciones Unidas declararon el 2005 como el Año Internacional del Microcrédito. A mediados de los 70, los primeros organismos que comenzaron a dar u organizar microcréditos fueron las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) A principio de los 80 estos organismos comenzaron a ver los frutos de

este proceso, muchos de ellos comenzaron a darse cuenta que este esfuerzo podría ser sostenible porque la recuperación de cartera (deudas) era casi perfecta. A partir de que estas organizaciones encuentran el punto de equilibrio (suficientes microcréditos para pagar los costos fijos) el crecimiento de estos programas explota.

En la actualidad, el Perú se ha convertido en un país líder en micro finanzas en la Región de América Latina, en virtud que ha desarrollado diversas estrategias tecnológicas, crediticias, para la captación de micro depósitos, y la provisión de servicios colaterales de manera directa o con la intervención de terceros (micro seguros, remesas, transferencias, etc.). Las microfinanzas se han convertido en uno de los pilares del desarrollo social del país para combatir la informalidad empresarial y la pobreza.<sup>1</sup>

En la Región Cajamarca, específicamente en el ámbito de la provincia de Cajabamba, algunos rubros como la actividad minera, agricultura, ganadería, comercio de productos de primera necesidad, actividades de producción, servicios en general, empresas que vienen de fuera, entre otros; ha conllevado a que el comercio en general tenga un crecimiento constante; en este contexto surge la necesidad en los microempresarios, de incrementar su capital de trabajo, invertir en activo fijo, ampliar la capacidad de sus servicios, entre otros, de

---

<sup>1</sup> CONSORCIO DE INVESTIGACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL. Junio 2012. La oferta actual del microcrédito en el Perú. Perú. CIES.

acuerdo a la naturaleza de los diferentes giros de negocio; con el único objetivo de satisfacer la demanda creciente y por ende lograr una mejor rentabilidad.

### **2.1.2. Formulación del problema**

#### **Interrogante general**

¿En qué medida el otorgamiento de los microcréditos de la CMAC PIURA S.A.C. ha incidido en el crecimiento económico de los microempresarios de la provincia de Cajabamba?

### **2.1.3. Justificación de la investigación**

El presente trabajo de investigación se justifica por lo siguiente:

#### 2.1.3.1. Teórica:

La realización de la investigación nos va a permitir determinar la importancia de la microfinanciación en este sector poblacional, específicamente los que hicieron uso de la micro financiación; asimismo poder determinar y mejorar el proceso de atención, servicio, parámetros de evaluación en cada uno de los microempresarios, clientes de la CMAC PIURA S.A.C. Agencia Cajabamba; con la finalidad de lograr la fidelización e incremento de cartera.

### 1.1.3.2 Relevancia social.

La presente investigación nos permite determinar en qué medida el financiamiento de la CMAC PIURA Agencia Cajabamba ha incidido en el crecimiento de los microempresarios de esta zona, tanto a nivel de capital de trabajo y patrimonio personal como en su calificación en centrales de riesgos, esta última, requisito indispensable para seguir siendo considerado como sujeto de crédito dentro del sistema financiero en general.

## **2.1.4. Delimitación de la investigación**

### 2.1.4.1. Delimitación Espacial.

El trabajo de investigación se desarrolló en el ámbito de la provincia de Cajabamba, sector microfinanciero, ámbito geográfico donde realiza sus operaciones la CMAC PIURA Agencia Cajabamba.

### 2.1.4.2. Delimitación Temporal.

Este es un estudio de actualidad aun cuando se toma en cuenta información de periodos anteriores, tomando como base el año 2011, con el objetivo de evaluar la variación de los diferentes factores socioeconómicos entre el periodo base y el periodo 2012.

#### 2.1.4.3. Delimitación Social.

En este trabajo se ha tenido en cuenta la cartera de clientes, específicamente cartera de microcréditos los mismos que oscilan entre montos de S/. 5,000.00 y S/.20,000.00.

#### 2.1.4.4. Delimitación Conceptual.

La presente investigación nos permite evaluar la variación patrimonial de cada uno de los microempresarios, con la finalidad de poder determinar la incidencia del financiamiento de la CMAC PIURA.

## **2.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

El financiamiento otorgado por la CMAC PIURA S.A.C ha conllevado al crecimiento económico de los microempresarios de la provincia de Cajabamba.

## **2.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### 2.3.1 General

Evaluar y determinar la incidencia del financiamiento de la CMAC PIURA en el crecimiento económico de los microempresarios de la provincia de Cajabamba.

### 2.3.2. Específicos.

- Determinar la evolución de los indicadores financieros de las microempresas de la provincia de Cajabamba que obtuvieron financiamiento de la CMAC PIURA en el periodo 2011-2012.
- Determinar la variación patrimonial de la microempresa, tanto a nivel de capital de trabajo como a nivel de su patrimonio personal, en cada uno de los microempresarios en el periodo específico 2011-2012.
- Determinar la evolución y la sostenibilidad del crecimiento de los negocios (microempresa) de cada uno de los usuarios de los microcréditos.
- Determinar si la incidencia del financiamiento conllevó a la apertura de nuevos puntos de venta.

## **2.4. DISEÑO Y CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS.**

### **2.4.1. Definición operacional de variables**

#### **2.4.1.1 Variables**

- Crecimiento económico de las Microempresas
- Financiamiento de la CMAC Piura a las Microempresas

### 2.4.1.2 Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADOR	INSTRUMENTO
Crecimiento económico	Patrimonial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de Capital de Trabajo</li> <li>• Incremento de Patrimonio personal.</li> </ul>	Encuesta
	Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de ventas y ganancias</li> <li>• Crecimiento del negocio</li> <li>• Capacidad de pago</li> <li>• Capacidad de ahorro</li> </ul>	Encuesta
Financiamiento de la CMAC Piura a las Microempresas.	Ejecución del crédito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia del crédito</li> <li>• Tipo (Capital de trabajo, Activo fijo, Consumo)</li> <li>• Destino del crédito</li> <li>• Cantidad de inversión</li> </ul>	Encuesta
	Supervisión y asesoramiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisión del crédito</li> <li>• Asesoramiento</li> </ul>	Encuesta

### 2.4.2. Unidad de análisis, universo y muestra

Universo: 456 microempresarios, que han sido beneficiarios de microcréditos en la Caja Piura, conforme a la Bitácora de la CMAC PIURA. Agencia Cajabamba. Jr. Grau N° 1062.

Población: 110 microempresas que cuentan con créditos otorgados por valores entre S/. 5,000.00 a S/.20,000.00.

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{N e^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

N = 456 Población

Z = 1.96 Coeficiente de confianza (95%)

p = 0.8 probabilidad de que las microempresas respondan positivamente (aciertos)

q = 0.2 probabilidad de que las microempresas respondan negativamente (desaciertos)

e = 5% Margen de Error

n = Muestra para la población.

La práctica en el cálculo de la muestra, refleja que a medida que se eleva el nivel de aciertos (en la fórmula considerados “p”=0.5), la muestra calculada disminuye. De acuerdo a la información con que se contaba en la CMAC Piura, la cual se facilitaba al investigador, se consideró que la muestra de 76 microempresas, obtenida a través de asignar los valores “p”=0.8 y “q”=0.2, era la óptima, para la presente investigación.

$$n = \frac{((1,96*1,96))*(0,8)*(0,2)*(110)}{(110)*((0,05)*(0,05))+((1,96*1,96)*(0,8)*(0,2))}$$

$$n = 76 \text{ Microempresas}$$

### **2.4.3. Tipo y descripción del diseño y métodos de investigación**

#### **2.4.3.1. Tipo y métodos de investigación**

La presente investigación es de tipo descriptiva longitudinal ya que se comparan datos registrados de un periodo hacia otro; en este caso se realizó evaluaciones económico - financieras como: Evolución del Capital de Trabajo, evolución del Patrimonio personal, Rentabilidad, Ventas, etc. realizadas al momento del otorgamiento del microcrédito y a la culminación de la cancelación total del financiamiento obtenido para evaluar el crecimiento de cada una de las actividades comerciales. Se realizó encuestas de acuerdo al muestreo realizado.

En la presente investigación se evaluaron las variables, en lo que concierne al financiamiento de la CMAC PIURA S.A.C, de crecimiento económico de los microempresarios de la provincia de Cajabamba.

#### **2.4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### 2.4.4.1 Técnicas.

- Análisis documental.- Para realizar el análisis documental, se contó con una base de datos; expedientes en archivo de cada uno de los microempresarios, los mismos que nos permitieron determinar el crecimiento de los microempresarios en un periodo determinado, tomando como base el año 2011 y culminar el periodo 2012.

- Encuesta.- Se realizó una encuesta aplicada la muestra estadística obtenida de la cartera de la CMAC PIURA, de los clientes usuarios del microcrédito de s/.5000.00 a s/.20000.00 para obtener información y determinar la incidencia del financiamiento en el crecimiento cada uno de los microempresarios cajabambinos.

##### 2.4.4.2 Instrumentos.

###### a) De recolección

- Fichas textuales.- Identificación personal e información general de los microempresarios, actividades comerciales, de servicios, de producción, entre otras.

- Fichas de resumen.- De la verificación e información de las actividades comerciales de los microempresarios, así como mercados donde opera dentro del ámbito de la provincia de Cajabamba.

- Cuestionario.- Relación de preguntas referentes a la atención, oportunidad, rapidez de la gestión del financiamiento de nuestra entidad, además evaluar la situación económico financiera y realizar la elaboración de los estados financieros, dado que en su gran mayoría son actividades comerciales informales.

b) De procesamiento

- Bitácora documental.- Archivo documental de expedientes de la CMAC PIURA; el mismo que es utilizado para obtener la información referente a la evaluación que se realizó previa al desembolso del microcrédito y poder contrastar con la verificación del crecimiento económico de cada uno de los microempresarios, evaluar las diferencias existentes entre un periodo y otro.

**2.4.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.**

Análisis cuantitativo.- Se realizó el análisis cuantitativo tomando como base el periodo 2011, periodo en que se está otorgando el financiamiento a los microempresarios, de tal manera se determinó la variación porcentual, según la evaluación económica financiera, tanto en su capital de trabajo,

como en su patrimonio personal al término del periodo 2012.

Los gráficos se elaboraron utilizando el software utilitario Microsoft Excel.

## **2.5. ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Es importante mencionar que para realizar la investigación planteada se tiene que obtener datos de los microempresarios; ellos deben estar informados de lo que se está persiguiendo; dicha investigación permitió mejorar algunos parámetros de evaluación económica financiera; destino del financiamiento entre otros; además la finalidad es brindar un servicio cada vez mejor.

La investigación se realizó en cada uno de los microempresarios de la provincia de Cajabamba; teniendo en cuenta cada uno de los giros de negocio, ubicación de la actividad comercial; experiencia en el rubro; destino del financiamiento, entre otros; partir de estos factores se pueda evaluó el crecimiento económico logrado con el financiamiento de la CMAC PIURA.

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

##### **3.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

###### **ANTECEDENTES TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN.**

El sector comercial, específicamente en lo que concierne a los microempresarios dentro de la provincia de Cajabamba, hace algunos años no tuvo acceso al sistema financiero; según investigaciones de campo se ha podido constatar que durante el primer gobierno del Dr. Alan García Pérez, entre los años 80 y 85 se atendía con financiamiento solamente al sector agrícola y ganadero de todo el ámbito de esta provincia, principalmente en el Valle de Condebamba, a través del Banco Agrario, entidad estatal que a pesar que contaba con profesionales de la rama tenía deficiencias en el asesoramiento a los usuarios y seguimiento de las inversiones, dejando de lado la importancia del crecimiento, desarrollo y rentabilidad de las microempresas.

El sector microempresario dedicado a la actividad comercial y de servicios estaba desatendido, ya que para la entidad bancaria mencionada no era el objetivo que buscaba. También la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Nuestra Señora Del Rosario” a lo largo de su vida institucional hasta la década de los 90, solamente

atendía el sector agrícola y ganadero, teniendo en cuenta que el usuario tenía que cumplir con el requisito indispensable de ser socio.

Algunos estudios realizados con respecto a las microfinanzas a nivel internacional, regional y local e se detallan a continuación.

#### INTERNACIONAL

Tesis Doctoral: "El modelo MIFE como instrumento para la formalización del empresariado. Una aplicación para las microempresas informales de Bogotá D.C." Omar Alonzo Patiño Castro. Madrid. España 2010.

El microcrédito y su impacto en la economía de los países ha sido un tema que se ha analizado a lo largo de los últimos años y sobre éste se han hecho estimaciones acerca del efecto generado en la economía de los países que lo han implementado como uno de los mecanismos para el logro del crecimiento económico. Sin embargo, el eje fundamental sobre el que se creó el modelo del microcrédito es la erradicación de la pobreza<sup>1</sup> (ONU, 2000), el cual proporciona oportunidades de acceso al crédito a personas que con los mecanismos tradicionales fijados por las instituciones financieras no lo tenían, y privilegia en primera instancia a la mujer cabeza de familia.

En la actualidad, los mecanismos tradicionales implementados desde los gobiernos centrales para impulsar la economía ya no son suficientes para

solucionar los crecientes problemas de los países en vía de desarrollo. Las expectativas para lograr economías con crecimiento en dichos países se han puesto sobre su capacidad para fomentar el empresariado y tienen, como una de sus principales herramientas, la posibilidad de acceso al microcrédito por parte de los sectores que demuestran más altos índices de desempleo, las mujeres cabeza de familia y los jóvenes que por primera vez intentan ingresar al mercado laboral.

El microcrédito ha sido objeto de amplio debate a lo largo de los últimos años, en los distintos escenarios y foros mundiales, regionales y locales. En diciembre de 1998 la ONU declaró el 2005 como el Año Internacional del Microcrédito, buscando con ello que los gobiernos trabajaran en programas de erradicación de la pobreza y fomentaran el trabajo y la generación de ingresos por cuenta propia, mediante el acceso a créditos y otros servicios conexos. El microcrédito ha resurgido y se han encontrado grandes ventajas en su implementación, especialmente en países en desarrollo con un elevado índice de pobreza.

Tesis: " Las Micro finanzas en el Ecuador y su contribución en la Reducción de la Pobreza". Instituto de Altos Estudios Nacionales. Magdalena Martínez Mora. Quito, mayo 2008.

El estudio realizado permite confirmar que las microfinanzas están dirigidas a personas pobres que se dedican principalmente a actividades productivas comerciales y de servicios, con lo cual logran generar ingresos que además de destinarlo a mantener dicha actividad, lo dedican también a cubrir necesidades

básicas de alimentación, salud, educación y vivienda para todos los miembros de la familia, permitiendo de esta manera mejorar su calidad de vida y la de su familia; y sin duda esto permite reducir su nivel de pobreza.

En todas las ciudades y países del mundo existe la pobreza, esto es personas que no disponen de los recursos económicos suficientes para cubrir sus necesidades básicas y las de sus familias, aun cuando en algunos países existe mayor número de pobres que en otros. Igualmente hay personas solidarias con imaginación y perseverancia dispuestas a contribuir para que otros que tienen mucho menos, o carecen aparentemente de todo puedan forjar alguna actividad productiva que sea duradera y le permita generar ingresos para auto sustentarse y mantener a su familia, este es Muhammad Yunus, inventor del microcrédito y la batalla contra la pobreza en el mundo, llamado el Banquero de los Pobres, por ser el fundador del primer banco de los pobres, concepto contradictorio al de un banco tradicional que para conceder un préstamo evalúan que el probable cliente disponga de recursos suficientes para asegurar su pago y que además sean propietarios de bienes muebles o inmuebles que puedan servir de garantía de los préstamos que obtienen.

Bajo ese concepto de microcrédito se extendió en varios países europeos, asiáticos, africanos y de centro y Sudamérica como Italia, India, El Salvador, Bolivia, Perú, Ecuador, lo que hoy se conoce como las micro finanzas que consiste en operaciones de crédito que conceden instituciones financieras y otros

organismos no gubernamentales desde hace aproximadamente doce a trece años a personas de escasos recursos económicos que no tuvieron acceso a los bancos.

“los pobres son mejores pagadores”. El desarrollo de las microfinanzas ha sacado a la luz la dificultad a la hora de medir la pobreza, para que los créditos sean concedidos a los más pobres. Los sistemas de indicadores de pobreza son excesivamente caros y las entidades que promueven el microcrédito no tienen los medios para aplicarlos. Anteriormente a los microcréditos, no se había analizado la problemática de la medición de la pobreza, y ahora tras casi tres décadas de desarrollo de las microfinanzas, no hay métodos efectivos de medición de impacto.

No se puede garantizar en casi ningún caso que la medición sea veraz, dada la complejidad de las áreas pobres y, en muchos casos, el complicado acceso. La definición de pobreza es un tema aún en discusión, sin embargo, existen parámetros convencionales que la identifican y que están relacionados con la imposibilidad de acceso a aspectos esenciales para la vida y dignidad humana: alimentación, vivienda y vestido.

Tesis de Maestría: La diversidad de actividades económicas de los grupos domésticos rurales en la valoración del riesgo por parte de las Micro financieras. Carmen Lissette Sánchez González. Montecillo Texcoco, Estado de México. Julio 2011.

En las últimas décadas los servicios financieros, presentan un carácter dinámico y en permanente transformación como resultado de los cambios del entorno y de las crecientes y cambiantes necesidades de su población objetivo. El caso de los servicios micro financieros no es la excepción. Desde los años setenta las microfinanzas han proliferado en numerosos países a la par que han venido ampliando sus servicios; incorporando nuevas metodologías y adoptando nuevas técnicas financieras.

No obstante, el crecimiento de los servicios microfinancieros no se ha dado de la misma manera entre países y sectores. México, a diferencia de otros países de América Latina, como Bolivia, Perú, Ecuador, entre otros, presenta una escasa cobertura de estos servicios, los cuales son ampliamente demandados. Situación que, según los especialistas, resulta difícil de explicar debido a que por el tamaño de la población, de la economía en su conjunto, la desigual distribución de la riqueza, los niveles de pobreza, y el número de micro y pequeñas empresas, sería de esperarse un sector Microfinanciero desarrollado y maduro.

La falta de cobertura por parte de las Instituciones Microfinancieras (IMF), resulta particularmente aguda en el caso del sector rural. De acuerdo con Díaz (2009), la distribución municipal de los servicios microfinancieros tienen una relación de 69% en zonas urbanas y sólo un 31% a zonas rurales. Aunque, evidentemente, esta distribución varía entre estados. No obstante, sólo en dos casos la proporción de cobertura rural es mayor: Hidalgo y Nayarit con un 56% y 52.6% respectivamente.

La escasa atención de la demanda de servicios microfinancieros en el sector rural es resultado, por una parte, de las complejas condiciones del mismo. La dispersión geográfica de su clientela, la estacionalidad y riesgo de muchas de las actividades económicas que se realizan y; la ausencia de garantías limitan la posibilidad de acceso de las instituciones. Y, por otra parte, las restricciones en la capacidad de dichas instituciones para operar en el medio rural. Entre las que se incluyen la infraestructura, la capacidad técnica y de formación así como la capacidad institucional.

De acuerdo a la Dra. María del Carmen Díaz, directora del Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario - Puebla - México, PRONAFIM, la cobertura microfinanciera nacional actual, alrededor de un 31% opera en el medio rural. Por tanto, es un hecho que algunas instituciones se arriesgan y operan en ese ámbito atendiendo la urgente necesidad de sus habitantes, pero lamentablemente, careciendo de los instrumentos más adecuados para la operación financiera. Es el caso de la evaluación del riesgo de no pago, la cual suele realizarse con instrumentos que no consideran las nuevas características del sector ni las estrategias de sus habitantes ponen en práctica para enfrentar las nuevas condiciones.

Derivado de lo anterior el presente documento tiene como objetivo identificar la incidencia de la diversidad de actividades económicas y de la organización del

grupo doméstico en el riesgo de no pago de los créditos otorgados por las micro financieras.

NACIONAL

Tesis: "Microcrédito y Crecimiento Regional en el Perú". Giovanna Aguilar Andía. Departamento de Economía de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Junio del 2011.

Hace mención que en dicho estudio se ha evaluado el impacto que sobre el crecimiento regional ha tenido la expansión de la actividad crediticia de las IMF peruanas.

Encontrándose que este efecto es positivo y significativo en términos estadísticos. Por tanto se encuentra evidencia de que la expansión micro- crediticia experimentada en los últimos años está contribuyendo a dinamizar la actividad económica regional al movilizar recursos financieros en mercados de capitales locales, permitiendo una mayor producción a pequeños negocios, PYMES y un mayor consumo a los hogares de bajos ingresos.

No obstante, además del efecto directo de la mayor intermediación financiera de las IMF hay que mencionar el efecto indirecto obtenido a través de los efectos multiplicadores que traen las actividades productivas y de consumo en las regiones.

Los resultados del estudio también muestran que el crédito ofrecido por las IMF tiene un impacto más importante sobre el crecimiento que los créditos ofrecidos por la banca comercial por lo que el canal micro crediticio se convierte así en un mecanismo para impulsar la actividad económica a nivel local. Asimismo, al evaluarse la importancia de la actividad crediticia de los distintos tipos de IMF se encontró que la expansión de colocaciones de las CMAC, CRAC y bancos especializados puede generar importantes cambios en la tasa de crecimiento del PBI per cápita. Las colocaciones de las EDPYME no mostraron resultados estadísticamente significativos. Tal resultado puede explicarse debido a que muchas de las actividades financiadas por estos operadores crediticios son informales de forma que no son captadas por la contabilidad del PBI.

Los hallazgos obtenidos muestran la relevancia que la actividad de intermediación desarrollada por las IMF está alcanzando a nivel regional. Por tanto, las políticas públicas dirigidas a impulsar el crecimiento de las regiones, sobretudo en un contexto de descentralización, deben considerar el factor financiero, asociado con el desarrollo de la intermediación microfinanciera, como un canal muy significativo para alcanzar este objetivo. En consecuencia sería muy recomendable el desarrollo de políticas públicas que impulsen el crecimiento del microcrédito porque éste constituye un mecanismo a través del cual se incrementa el crecimiento regional con la consecuente mejora en el bienestar económico.

Una limitación de este estudio es que supone que la relación entre el crecimiento regional y la expansión microfinanciera es homogénea es decir, la misma para todas las regiones, lo que podría no ser necesariamente cierto.

Por otra parte, los resultados encontrados aquí se han obtenido con información sobre la actividad económica y financiera regional para un periodo de 8 años (2001-2008) solamente, lo que los torna resultados de corto plazo, por tanto, deben ser interpretados como tales. Un análisis de largo plazo, exige una mayor longitud temporal de la información que por ahora no es posible obtener.

## REGIONAL

Tesis. Características del acceso al crédito para microempresarios de Trujillo y Cajamarca – Perú”. Carlos León de la Cruz. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrobejo. Chiclayo. Junio 2008.

El trabajo de investigación nos muestra que el crecimiento del microcrédito en el Perú, se ha dado aún en condiciones económicas adversas, toda vez que el PBI nacional tuvo retrocesos en el año 2001 con sólo 0.2% de crecimiento, mientras que la expansión del microcrédito en ese año llegó a 35%. El sector microfinanciero ha tenido un crecimiento particular, Cajas Municipales como la de Piura o Trujillo en el norte y Arequipa en el sur, fueron desarrollando el mercado en sus respectivas regiones y sus vecinos geográficos, para luego dar el salto a tomar el mercado financiero que representa Lima, la capital peruana.

A diferencia de África o la India, con créditos a hogares pobres (Morduch, 1999 y Yunus, 2006); el sistema de microfinanzas en el Perú, sobre todo en el ámbito

urbano, no está directamente vinculado a la lucha por reducir la pobreza extrema, esa puede ser una consecuencia de su expansión.

El sector más bien, se orienta a tomar mercados desatendidos por el sistema bancario comercial, es decir el criterio es desarrollar nuevos mercados en donde rentabilizar sus operaciones, por ende es vital conocer la capacidad de expansión en los mercados regionales de microfinanzas, en este caso del norte del Perú.

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

Según estudio realizado por el CONSORCIO DE INVESTIGACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL (CIES), nos indica que en el Perú el 72% del empleo se concentra en la microempresa sector que aporta sólo el 42% del PBI (2005). Es decir la productividad media del trabajo en la microempresa es alrededor de la

mitad que el promedio de la economía peruana que es en sí misma una economía sub desarrollada.

Por ello resulta evidente que se requiere elevar la productividad de la microempresa para lograr una reducción significativa de la pobreza en nuestro país. Entre las políticas relevantes para dicho fin destaca la promoción del microcrédito, con este tipo de financiamiento los microempresarios pueden incrementar su productividad a través de la inversión en activos para la producción. Es así que se generarían mayores ventas, ingresos familiares y puestos de trabajo, asimismo el crédito en pequeña escala puede beneficiar a las mujeres con iniciativa empresarial, contribuyendo a romper las barreras de género en el hogar como en sector laboral.

Según la SUPERINTENDENCIA DE BANCA Y SEGUROS SBS, en los últimos años se ha observado un incremento elevado de las PYMES, las mismas que se concentran en tres sectores: las agropecuarias, que representan casi la mitad del porcentaje total, las comerciales y las manufacturas, en su mismo orden en menor proporción. De ahí el crecimiento continuo de la CMAC PIURA S.A.C y de otras entidades que ofertan el microcrédito en nuestro país.

La CMAC PIURA a lo largo de su vida institucional ha logrado consolidar su cartera de microcréditos dentro de todo el ámbito nacional.

En el análisis y la evaluación crediticia realizada a los microempresarios se busca establecer parámetros para poder determinar el crecimiento de sus actividades empresariales que conlleven al crecimiento auto sostenible de las mismas, logrando una economía estable en cada una de las familias que anteriormente no tuvieron acceso al sistema financiero.

### **3.2. MARCO TEÓRICO:**

#### 3.2.1. LAS TEORÍAS DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA ÓPTIMA.

Dos enfoques teóricos modernos intentan dar explicación a esa composición del capital, y por ende a la estructura financiera: por un lado, la Teoría del Equilibrio Estático (Trade-off Theory) considera la estructura de capital de la empresa como el resultado del equilibrio entre los beneficios y costos derivados de la deuda, manteniendo constantes los activos y los planes de inversión (Myers, 1984); por otro lado, la Teoría de la Jerarquía Financiera (Pecking Order Theory) expone la preferencia de la empresa por la financiación interna a la externa, y la deuda a los recursos propios si se recurre a la emisión de valores.

Las teorías modernas tienen su punto de partida en la discusión de la idea de Modigliani y Miller (1958) en cuanto a la irrelevancia e independencia de la estructura de capital con relación al valor de mercado de la empresa, pues el valor de la misma está determinado por sus activos reales no por los títulos que ha emitido.

a). TEORÍA DE MODIGLIANI Y MILLER.<sup>2</sup>

Estos autores fueron los primeros en desarrollar un análisis teórico de la estructura financiera de las empresas cuyo objetivo central es estudiar sus efectos sobre el valor de la misma. La teoría tradicional plantea que la estructura financiera óptima será aquella que maximice el valor de mercado de la empresa y minimice el costo del capital.

Esta estructura de no ser apropiada puede representar una restricción a las decisiones de inversión y por lo tanto, al crecimiento de la empresa.

Este análisis consta de dos etapas: en una primera etapa, establecen la independencia del valor de la firma respecto a su estructura de financiamiento, en una segunda etapa, la toma en consideración del impuesto sobre el ingreso de las sociedades los conducen a concluir que hay una relación directa entre el valor de la empresa y su nivel de endeudamiento.

En ella participan las variables de ingresos, costos variables, costos fijos, depreciaciones, intereses financieros, impuestos, costos de deuda, costos de capital. Todas estas variables interrelacionadas permiten definir la rentabilidad financiera de la organización.

---

<sup>2</sup> Velázquez V. Fernando. (2004). *Elementos explicativos del endeudamiento de las empresas*. México: Análisis Económico Núm. 40 UAM

Esta teoría permite uniformizar la comprensión de la estructura financiera de las microempresas, con la finalidad de poder evaluar bajo las mismas condiciones, los efectos del financiamiento recibido tanto en el aspecto patrimonial como económico.

b). MODELO DEL TRADE-OFF O EQUILIBRIO ESTÁTICO.<sup>3</sup>

Esta teoría, sugiere que la estructura financiera óptima de las empresas queda determinada por la interacción de fuerzas competitivas que presionan sobre las decisiones de financiamiento. Estas fuerzas son las ventajas impositivas del financiamiento con deuda y los costos de quiebra. Por un lado, como los intereses pagados por el endeudamiento son generalmente deducibles de la base impositiva del impuesto sobre la renta de las empresas, la solución óptima sería contratar el máximo posible de deuda. Sin embargo, por otro lado, cuanto más se endeuda la empresa más se incrementa la probabilidad de enfrentar problemas financieros, de los cuales el más grave es la quiebra.

Es importante comentar que la teoría del trade-off no tiene un autor específico, ya que esta teoría agrupa a todas aquellas teorías o modelos que sustentan que existe una mezcla de deuda-capital óptima, que maximiza el

---

<sup>3</sup> Mondragón HERNÁNDEZ, Sonia. (2011). *Marco conceptual de las teorías de la irrelevancia, del trade off y de la jerarquía de las preferencias*. Colombia: Cuadernos de Contabilidad.

valor de la empresa, que se produce una vez que se equilibren los beneficios y los costos de la deuda.

La teoría del trade-off no puede explicar el por qué empresas con mucha rentabilidad financiera dentro de un mismo sector optan por financiarse con fondos propios y no usan su capacidad de deuda, o el por qué en naciones donde se han desgravado los impuestos o se reduce la tasa fiscal por deuda las empresas optan por alto endeudamiento. Por lo tanto todavía no existe un modelo que logre determinar el endeudamiento óptimo para la empresa y por ende a mejorar la rentabilidad financiera desde la óptica de la estructura financiera.

Esta teoría nos permite explicar por qué la microempresas, debido a su mediana rentabilidad financiera en los sectores en que se desarrollan, buscan financiamiento en empresas financiera para el sector PYME y no buscan altos endeudamientos en otros sectores bancarios.

c). LA TEORÍA DE LA JERARQUÍA FINANCIERA (PECKING ORDER THEORY).<sup>4</sup>

La teoría sobre jerarquización de la estructura de capital (Myers y Majluf, 1984) se encuentra entre las más influyentes a la hora de explicar la decisión de financiación respecto al apalancamiento corporativo. Esta teoría

---

<sup>4</sup> Mondragón H. Sonia- (2011). Op.cit.

descansa en la existencia de información asimétrica (con respecto a oportunidades de inversión y activos actualmente tenidos) entre las empresas y los mercados de capitales. Es decir, los directores de la organización a menudo tienen mejor información sobre el estado de la compañía que los inversores externos. Además de los costos de transacción producidos por la emisión de nuevos títulos, las organizaciones tienen que asumir aquellos costos que son consecuencia de la información asimétrica. Para minimizar éstos y otros costos de financiación, las empresas tienden a financiar sus inversiones con autofinanciación, luego deuda sin riesgo, después deuda con riesgo, y finalmente, con acciones.

Para resumir el funcionamiento de la Teoría de la Jerarquía Financiera, Myers (1984) formula cuatro enunciados que la sustentan:

- a. Las empresas prefieren la financiación interna;
- b. La tasa de reparto de dividendos estimada se adapta a las oportunidades de inversión;
- c. Aunque la política de dividendos es fija, las fluctuaciones en la rentabilidad y las oportunidades de inversión son impredecibles, con lo cual los flujos de caja generados internamente pueden ser mayores o menores a sus gastos de capital.
- d. Si se requiere de financiación externa, la empresa emite primero los títulos más seguros (esto es, primero deuda, luego títulos híbridos como

obligaciones convertibles, y recursos propios como último recurso para la obtención de fondos).

Esta teoría nos permite comprender la estructura financiera de las microempresas, desde el punto de vista que éstas tengan la intención de financiar nuevas inversiones, o ampliar las existentes, sin recurrir a sus fondos propios, sino mediante la obtención de créditos financieros.

### 3.2.2. TEORÍA DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL. MODELO CONCEPTUAL DE DESARROLLO EMPRESARIAL BASADO EN COMPETENCIAS.<sup>5</sup>

La formación de un empresario es un proceso en el cual intervienen un sinnúmero de variables sociales, culturales, psicológicas y económicas que contribuyen, con un conjunto de conocimientos específicos, a desarrollar una serie de competencias que buscan lograr que este empresario en formación tenga altas probabilidades de convertirse en un empresario exitoso, capaz de generar riqueza y desarrollo social a lo largo de su vida.

El modelo de formación empresarial está fundamentado en dos tipos de competencias: las competencias de conocimiento (CC) relacionadas con los conocimientos requeridos para el desarrollo de la empresa, y las competencias

---

<sup>5</sup> Varela Rodrigo & Bedoya Arturo. (2006). *Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias*. Colombia: Icesi Estudios Gerenciales.

personales entendidas como las habilidades, comportamientos, actitudes y valores necesarios para convertirse en un empresario exitoso a lo largo del tiempo.

Adicionalmente el modelo contiene seis etapas en el proceso: la de formación en espíritu empresarial, la de formación en generación y evaluación de ideas de negocio, la de evaluación de oportunidad de negocio, la de elaboración del plan de negocio, la del proceso de arranque y la de crecimiento, cada una de ellas apoyadas en un proceso educativo y con recursos especialmente asignados, y todas interrelacionadas.

Se entiende por educación empresarial, aquella orientada a la formación de líderes empresariales capaces de crear organizaciones, sean ellas privadas o públicas, con ánimo de lucro o sin él, en cualquier sector de la economía, con cualquier estructura jurídica, con cualquier objetivo, de cualquier tamaño, con cualquier estructura administrativa.

El modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias cuenta los siguientes conceptos teóricos:

1). El proceso de transformación.

Todo proceso humano de desarrollo, en cualquier actividad, están enmarcado en tres grandes nociones, que son el punto de partida del proceso empresarial.

La noción de cambio, de modificación, que ha movido al ser humano a usar sus capacidades creativas para encontrar nuevas opciones, nuevas soluciones, o en otros términos, a innovar.

La noción de acción, de realización, de llevar a cabo hechos y eventos, sean ellos materiales o espirituales.

La noción de mejoramiento, de superación, que permite direccionar los cambios hacia el logro de mejores situaciones y/o de mejores resultados.

Cuando se aplican esas nociones básicas a cualquier proceso empresarial exitoso y en especial a un empresario exitoso, se encuentra que ellas se pueden convertir en un modelo de transformación caracterizado por cuatro elementos, los dos primeros asociados a la noción de cambio, y cada uno de los otros asociados a las nociones de acción y de mejoramiento. Estos cuatro elementos del modelo de transformación son:

- i) La capacidad de identificar nuevas formas de desarrollo y progreso (Nuevas oportunidades), necesarias para el género humano en cualquiera de sus múltiples facetas.
- ii) La habilidad para encontrar mediante procesos creativos e innovadores soluciones para esas necesidades o deseos.
- iii) El deseo y decisión de poner en ejecución esas soluciones.

iv) La capacidad de mantener una actitud continuada, de replicar este ciclo, de corregir los errores que se presenten y de construir sobre los aciertos que identifican (Principio de mejoramiento).

## 2). El espíritu empresarial.

Para que este modelo funcione se necesita que las personas, los líderes empresariales, dispongan de unas competencias básicas en lo personal, o sea un conjunto de valores, creencias, actitudes, modos de reacción y de acción, que se denominan: el Espíritu Empresarial.

Algunos autores como Varela (2001); Timmons (1999), Spero (1984); MacClelland (1961, Giba (1988), han manifestado que esta cultura, que es la base de la cultura empresarial, se expresa básicamente en los siguientes elementos<sup>6</sup>:

- Fuerza vital. Entendida como energía, fuerza, coraje, dedicación, emoción para sacar adelante sus ideas.
- Deseo de superación y progreso. Entendido como el principio de mejoramiento continuo, que los lleva a buscar siempre un estadio superior en sus actividades.

---

<sup>6</sup> Rodrigo Varela & Bedoya Arturo. (2006). Op.cit.

- Capacidad de identificar oportunidades. Entendido como la capacidad de leer el entorno social, económico, político, cultural, comercial, tecnológico, etc. para poder encontrar nuevas oportunidades.
- Visión de futuro. Entendido como la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que va a ocurrir.
- Habilidad creadora e innovadora. Entendida como la habilidad de encontrar múltiples formas de solución a los problemas.
- Aceptación y propensión al cambio. Entendida como la capacidad de reaccionar en forma exigible, oportuna y acorde con los nuevos requerimientos que el entorno dispone.
- Iniciativa. Entendida como la capacidad de anticipar, de hacer algo antes que otros lo hagan.
- Libertad / Autonomía / Autogobierno. Entendidos como la posibilidad de tomar sus propias decisiones y asumir la responsabilidad de los resultados logrados, sean ellos favorables o desfavorables.
- Capacidad de toma de decisiones con información incompleta. Entendida como la habilidad de aceptar que en la vida casi nunca se tienen a mano todos los datos, y que especialmente el cambio exige decisiones bajo incertidumbre.
- Convicción de confianza en sus facultades. Entendida como la actitud de creer en lo que uno sabe hacer, en sus destrezas, en su conocimiento, en su preparación.
- Actitud mental positiva hacia el éxito. Entendida como optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante.

- Compromiso / Constancia / Perseverancia. Entendidos como la dedicación y el esfuerzo continuo hacia el logro de los objetivos.
- Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos.
- Entendida como el valor y el arrojo necesario para atreverse, para osar, para jugar en escenarios riesgosos.
- Capacidad de realización. Entendida como el pragmatismo necesario para llevar a cabo los proyectos.
- Capacidad de administrar recursos. Entendida como la habilidad de hacer un uso eficiente de los diversos recursos de que se disponga.
- Practicabilidad y productividad. Entendida como hacer bien lo que se debe hacer.
- Capacidad de control. Entendida como la capacidad de supervisión y de control de los recursos y las situaciones.
- Inconformismo positivo. Entendido como el aceptar que lo existente es bueno, pero que es sujeto de mejora, es decir, que hay camino de progreso y mejoramiento.
- Soluciones y no problemas. Entendida como la capacidad de pasar de la problemática a la solución ática, del diseño al hecho, de la teoría a la práctica.
- Responsabilidad / Solidaridad /ética. Entendidas como la capacidad de comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza.

- Capacidad de integrar hechos y circunstancias. Entendida como la capacidad de percibir y asimilar los diversos elementos que se dan alrededor de una situación, es ser capaz de armar el rompecabezas.
- Liderazgo. Entendido como la capacidad de lograr que mis compañeros acepten mis ideas y mi accionar porque encuentran en ellas un punto de comunicación y de empatía.

### 3). La cultura empresarial.

Las últimas investigaciones alrededor del mundo como el Global Entrepreneurship Monitor (1999) acerca del crecimiento de las naciones han concluido que es claro que si un país o una región logra incrementar significativamente el número de empresas y logra no sólo que muchas de ellas se mantengan sino que bastantes de ellas crezcan, y este proceso es continuado, el número de oportunidades de empleo y de bienestar para esa comunidad crecerán. ¿Qué se requiere para que aparezcan nuevas empresas?; Paul D. Reynolds Michael Hay, S. Michael Camp. (1999.) han concluido que dos cosas son fundamentales:

Primera: La aparición de nuevos empresarios, o sea personas que sepan cuándo, cómo, dónde y con qué empezar nuevas empresas con potencial de crecimiento.

Segunda: El desarrollo de unas circunstancias favorables al proceso. Haciendo símil con el proceso agrícola no es sólo tener buena semilla sino que se necesita terreno abonado.

Por ello es fundamental que exista una serie de entidades de apoyo que faciliten al empresario su labor, por ejemplo: mecanismos de Incubación, programas de asesoría pre y pos creación, grupos profesionales especializados, líneas de financiación, fondos de garantías, capitales de riesgo, capitales semillas, concursos, etc.

#### 4). El líder empresarial y su definición.

Existen muchísimas definiciones del líder empresarial y de su forma de actuar. Estas definiciones son vitales para establecer las competencias que se deben desarrollar en el proceso formativo del líder empresarial que las asocia a la función empresarial en sí, las competencias y los recursos necesarios para llevar a cabo dicha función.

Hay varios hechos comunes identificables en estas definiciones que es conveniente resaltar:

- Identificación de la oportunidad.
- Disposición al cambio.
- Creatividad e Innovación en la puesta en marcha de la oportunidad.

- Consecución y asignación de recursos tangibles e intangibles.
- Conformación y liderazgo del grupo empresarial.
- Diseño e implementación de estrategias.
- Conducta basada en Espíritu Empresarial.
- Invierte dinero, tiempo, conocimiento, energía y prestigio.
- Arriesga recursos financieros, tiempo y prestigio personal.
- Crea riqueza y genera empleo.

#### 5). Componentes de todo negocio.

Karl Vespers, en su libro *New Venture Strategies* (1990), identifica cinco ingredientes básicos para brindar posibilidad de éxito a un negocio. Estos ingredientes siempre tienen que estar presentes en todo negocio. Ellos son:

**Conocimiento técnico.** El empresario debe disponer, por sí mismo o por sus asociados o empleados, de los conocimientos y habilidades que el negocio como tal exige. Debemos tener claro que todo negocio implica una tecnología especial, y que ella debe estar disponible ojalá al mejor nivel, pues no sólo va a brindar una ventaja competitiva sino que le va a permitir al empresario adecuarse mejor a todos los cambios que el entorno de desarrollo del negocio le exija.

**Oportunidad.** Identificar y evaluar una oportunidad de negocio, o sea, la producción de un bien o la prestación de un servicio específico para un

mercado específico en una forma y momento dados de tiempo, es una de las labores más difíciles, y es aquí donde el empresario claramente se distingue del resto de las personas.

**Contactos personales.** Existen suficientes evidencias de que el éxito de cualquier negocio o empresa están asociado con las relaciones que el grupo empresarial tenga, pues ellas facilitan sustancialmente todas las etapas del proceso, incluyendo la consecución de recursos físicos, de clientes, de tecnología y aun de ideas.

Tanto Timmons, que le da un papel muy significativo al líder y al grupo empresarial, como Ronstadt, al hablar de los temas: área de empresario y momento de carrera empresarial, plantean lo importante que es para el desarrollo del negocio el conjunto de relaciones que se tenga.

**Recursos.** Todo negocio requiere de una infraestructura para poder operar. Esta incluye recursos físicos (tierra, edificios, equipos, maquinarias, mobiliario, marcas, patentes, recursos naturales, etc.), recursos financieros (capital de inversión para activos fijos, para capital de trabajo, para gastos preoperativos y de arranque, etc.), recursos humanos (grupo gerencial, empleados, obreros, etc.), recursos productivos (materias primas, electricidad, vapor, agua, etc.), recursos informáticos (mercados, tecnologías, leyes, etc.); recursos tecnológicos (Know-how, bases de datos, saberes, etc.); recursos intelectuales (ideas, inauguración, creatividad, etc.),

recursos sociales (Know-how, contactos, redes) y es función del empresario determinar las necesidades específicas de ellos en todas las etapas del negocio y desarrollar los esquemas operativos que permitan disponer de esos recursos en la cantidad, calidad, momento y costo adecuados a las realidades y potencialidades del proyecto.

**Clientes con pedidos.** Un negocio sólo tiene alguna posibilidad de éxito cuando efectivamente los clientes potenciales se convierten en reales y colocan pedidos que retiran y pagan, y vuelven a repetir el ciclo.

Es aquí donde se manifiesta en detalle la diferencia entre el inventor, que tiene ideas brillantes de nuevos productos, y el empresario; pues es muy probable que esos nuevos productos del inventor no tengan clientes dispuestos a comprarlos y por eso muy pocas de las invenciones llegan a constituir negocios establecidos.

**Etapas del proceso empresarial.** Hablar de las etapas involucradas en el proceso de formación de una empresa, implica integrar las transformaciones que ocurren en el empresario, en la oportunidad y en el entorno, para poder llegar a integrar todos los componentes y actores en una empresa real.

El desarrollo de la carrera empresarial, en términos de los cambios que debe sufrir la persona para volverse empresario; el desarrollo de la oportunidad de negocio que implica pasar de una idea a un plan de negocio plenamente

evaluado; y el desarrollo del proceso de montaje, puesta en marcha y crecimiento del negocio, son las tres grandes acciones que se deben coordinar en este proceso.

Uno de los esquemas más detallados para entender el proceso empresarial y sus etapas, es el propuesto por Gibb en su artículo Stimulating New Business Development, en el cual establece etapas básicas, fija objetivos para cada etapa, desglosa las actividades fundamentales de cada una y establece las necesidades de desarrollo y aprendizaje para cada una de ellas. Con el propósito de poder adecuar mejor a la realidad latinoamericana el modelo de Gibb, se han hecho una serie de ajustes a las etapas, los objetivos y las principales actividades a realizar para lograr establecer una empresa. En este sentido las etapas son:

- Motivación
- Generación de ideas de negocio
- Conformación de oportunidad de negocio
- Elaboración del plan de negocio
- Consecución de recursos
- Dar nacimiento al negocio
- Lograr la supervivencia del negocio
- Lograr el crecimiento del negocio

El microempresario debe asumir riesgos y retos necesarios para iniciar y desarrollar una actividad económica, que busca lograr objetivos en beneficio propio y de su entorno inmediato.

Para alcanzar el Desarrollo Empresarial el empresario o microempresario debe adquirir o fortalecer habilidades y destrezas que favorezcan el manejo eficiente y eficaz de los recursos de la empresa, la innovación de productos, conquista de nuevos mercados que coadyuven al desarrollo sostenible de la empresa. Una microempresa logra su auto sostenibilidad cuando cubre el 100% de sus egresos con ingresos que provienen del giro de su actividad comercial, por lo cual no necesita subvenciones para poder operar.

El desarrollo empresarial es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa. Para una mejor finanza y recurso en la empresa.

Esta teoría nos permite entender que la microempresa más allá de ser un ente económico y es el resultado de un proceso de transformación, espíritu empresarial, cultura empresarial y liderazgo que conjuntamente con los componentes del negocio se conjugan al momento de tomar decisiones de

financiamiento y administrarlos adecuadamente con el fin de lograr crecimiento económico.

### **3.3. MARCO CONCEPTUAL**

#### **3.3.1. EL SISTEMA FINANCIERO, BREVE RESEÑA HISTÓRICA.**

El inicio del sistema financiero y con ello las microfinanzas tiene sus inicios por los años 1,368 - 1,399 D.C. con la aparición del papel moneda convertible, primero en China y luego en la Europa medieval, donde fue muy extendido por los orfebres y sus clientes. Siendo el oro valioso, los orfebres lo mantenían a buen recaudo en cajas fuertes. Como estas cajas de seguridad eran amplias los orfebres alquilaban a los artesanos y a otros, espacios para que guardaran su mercadería (oro); a cambio les giraban un recibo que daba derecho al depositante para reclamarlo a la vista.

Estos recibos comenzaron a circular como medio de pago para comprar propiedades u otras mercancías, cuyo respaldo era el oro depositado en la caja fuerte del orfebre. En este proceso el orfebre se dio cuenta que su caja de caudales estaba llena de oro en custodia y le nace la brillante idea, de prestar a las personas “recibos de depósitos de oro”, cobrando por sus servicios un interés; el oro seguiría en custodia y solo entregaba un papel en que anotaba la cantidad prestada, tomando como previsión el no girar recibos que excedieran su capacidad de respaldo. Se dio cuenta de que intermediando entre los artesanos que tenían

capacidad de ahorro en oro y los que lo necesitaban, podía ganar mucho dinero.

Dando origen al nacimiento del actual mercado de capitales, sobre la base de un sistema financiero muy simple, de carácter intermediario.

El Sistema Financiero desde una perspectiva de competitividades es de vital importancia para la provisión de recursos a las pequeñas y microempresas empresas de manera eficiente, por ser un receptor atractivo de flujos de inversiones para el desarrollo productivo y proveedor de servicios. Entendemos la competitividad como la capacidad que tiene una sociedad para incrementar sus niveles de bienestar, consecuentemente la calidad de vida de sus habitantes y hacer frente al desafío de la competencia en una economía globalizada.

La Superintendencia de Banca y Seguros, es el ente regulador del sistema financiero en nuestro país. Según información de la SBS la evolución del sistema financiero en nuestro país ha ido creciendo constantemente, dentro del departamento de Cajamarca y específicamente en la provincia de Cajabamba un porcentaje muy elevado de microempresarios se encuentran bancarizados y que actualmente son sujetos de crédito con calificación óptima.

### **El Sistema Financiero en el Perú.**

Dentro del sistema financiero en el Perú, existen 12 Cajas Municipales de Ahorro y Crédito: Piura, Arequipa, Cuzco, Huancayo, Sullana, Pisco, Paita, Maynas, Ica, Trujillo, Del Santa, Tacna. Entidades financieras que

empiezan a aparecer en el año 1982, precisamente es la CMAC PIURA, la primera caja creada en nuestro país.<sup>7</sup>

En nuestro país la Superintendencia de Banca y Seguros es el ente regulador del sistema financiero. Según información de la SBS la evolución del sistema Financiero en nuestro país ha ido creciendo constantemente, dentro del departamento de Cajamarca y específicamente en la provincia de Cajabamba un porcentaje elevado de microempresarios se encuentran bancarizados, tanto en la zona urbana como rural y actualmente son sujetos de crédito con calificación óptima. Una empresa o industria sea grande, mediana, pequeña o microempresa es competitiva cuando es capaz de enfrentar adecuadamente la competencia en los mercados, para ello los recursos financieros deben llegarle con tasas y plazos adecuados para su desarrollo productivo. En la realidad esto no es así. El Sistema Financiero global reflejado en América Latina y en el peruano, actúa especulativamente.

Hasta hace algunos años el otorgamiento crediticio en el Perú estaba basado en la evaluación individual, la recuperación crediticia, las visitas a la unidad familiar y/o económica del cliente; evaluando el conjunto de sus propiedades, ingresos y egresos. Dejándose de lado la aplicación de sus propiedades, ingresos y egresos. Dejándose de lado la aplicación de una

---

<sup>7</sup> FECMACP. Federación de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Perú. (2012).

política que promueva el financiamiento de proyectos productivos; privilegiando el patrimonio del prestatario más no el proyecto asociado a la línea de crédito.

Hoy en día se trata de buscar el desarrollo sostenido de los usuarios del financiamiento, obviamente sin descuidar los intereses de la entidad financiera. Las tasas periódicas fluctúan de 1.5% a 4.5% mensual; es decir, tasas efectivas anuales (TEA) de 19.56% y 69.59% respectivamente, referente al sector micro empresarial. En el caso de las tarjetas de crédito de los supermercados y grandes tiendas comerciales que operan asociadas a un Banco, la tasa es de 5.5% mensual, es decir una TEA de 90.12% que se eleva a más de 105%, con seguros ficticios, portes y moras leoninas por el retraso de un día en los pagos.<sup>8</sup>

Los años 90, marcan el inicio de cambios en el sistema financiero peruano, “liberalizándolo”; el Banco Central de Reserva (BCR) es despojado de su función reguladora de la tasa nominal, al considerar que la tasa de interés es ajustada por “el mercado”. Las empresas públicas de servicios como telefonía y electricidad entre muchas otras, son privatizadas a precios subvaluados. Entre 1997-1998 las crisis asiática y rusa producen efectos devastadores en economías con alto grado de especulación financiera (Ej. Argentina); además de la “corriente del niño”. En 1999, se produce la devaluación en Brasil y la privatización del sistema peruano de pensiones

---

<sup>8</sup> FECMACP. Federación de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Perú. (2012)

con ayuda del Banco Mundial, dando nacimiento a las administradoras de fondos de pensiones - AFP.<sup>9</sup>

Las consecuencias de estos “cambios” fueron: Aumento de la inversión extranjera a través de participaciones en instituciones existentes y en nuevos bancos; crecimiento desmesurado del SPREAD bancario, por percepción de alto riesgo entre 1997 y 2001; abuso en el componente riesgo de la tasa de interés; prácticas de libre mercado como sustento para la no regulación y control; Banca Múltiple y de Consumo sin base ética, tasas de interés de niveles usureros; crisis organizada para la liquidación de la banca del estado y de las mutuales de fomento del ahorro y crédito, crisis profunda y colapso de las cooperativas de ahorro y crédito, eliminándose así a las instituciones sociales de mayor acceso al microcrédito y las microfinanzas.

A partir de los años noventa como ya explicamos-, ingresan al Perú, nuevos bancos con estrategias de colocación de dinero en el mercado de trabajadores, operando masivamente con el crédito de consumo (colocando dinero en efectivo o intermediando entre tiendas afiliadas y consumidores). Las tasas de estos bancos en el “libre mercado”, en un inicio superaban el 100% de TEA, con moras y penalidades excesivas por atraso de horas y días en los pagos.

---

<sup>9</sup> Achings G. (2005). *Especulación financiera y desarrollo económico. El entorno financiero y los mercados*. Recuperado en noviembre 2012 de [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com).

Sobre el tema es necesario precisar que conforman el sistema financiero peruano: 17 Bancos, 4 entidades financieras estatales, 12 Financieras, 09 Cajas Rurales de Ahorro y Crédito, 12 Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, 1 Empresa de Arrendamiento Financiero, 09 EDPYMES, 4 Administradoras de Fondos Colectivos AFP y 14 Empresas de Seguros. Estas instituciones operan con tasas de interés elevadas, que impiden el desarrollo económico del país; el SPREAD bancario de tasas de interés se mantiene sin grandes variaciones y permanece más elevado que en muchos países vecinos.<sup>10</sup>

El Perú es uno de los países -proporcionalmente- con mayor presencia extranjera en su sector financiero. Desde los 90s, los “grandes empresarios” y funcionarios del sector economía hablan de “grandes éxitos” en lo económico.

Un razonamiento elemental enseña que todo cambio debe traducirse en resultados, en el caso nuestro los resultados saltan a la vista: en lo esencial seguimos siendo el país de la década de los 90s; el Perú es una gran feria de tiendas y supermercados, tragamonedas, casinos, hostales, comerciantes ambulantes y taxistas con títulos profesionales. Nuestro país, en lo que respecta al sector comercio, servicios entre otros; está considerado potencialmente conformado por microempresarios.

---

<sup>10</sup> [www.bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe) Portal web Banco Central de Reserva del Perú. (2014).

### 3.3.2. LA MICROEMPRESA

La microempresa nace como una alternativa de encontrar un ingreso económico para poder supervivir ante la falta de trabajo. Y como éste es un problema generalizado, se sabe que en el Perú el 98% de las empresas son microempresas, que aportan el 40% del PBI, que el mayor porcentaje de la PEA se encuentra en la microempresa.

En todo el mundo la microempresa ha demostrado su capacidad como un medio efectivo para propiciar el desarrollo social y económico. Por lo tanto estas unidades productivas que aparecieron como resultado de una necesidad merecen nuestra atención porque son la caja chica de la economía de nuestro país; el cual se sostiene por ella. La pregunta es ¿Qué estamos haciendo nosotros para poder sostenerla, desarrollarla y orientarla hacia nuevos mercados?<sup>11</sup>

### 3.3.3. CRECIMIENTO ECONÓMICO

El crecimiento económico se puede definir como la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad.

---

<sup>11</sup> Centeno Ernesto. (2009). *La supervivencia de la microempresa en el Perú*. Recuperado en noviembre de 2012 de [www.mundomype.com](http://www.mundomype.com).

Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro; todas estas variables son herramientas que se utilizan para medir este crecimiento.

Este crecimiento requiere de una medición para establecer que tan lejos o que tan cerca estamos del desarrollo. La idea básica del desarrollo económico es facilitar a los actores principales de una región económica a emprender de manera independiente, iniciativas conjuntas orientadas al desarrollo económico de su región y a su posicionamiento estratégico en el país e incluso en el contexto global a través del desarrollo de ventajas competitivas.

#### 3.3.4. GESTIÓN EMPRESARIAL.

Para el Instituto de Investigación El Pacífico (2004), la gestión empresarial es administrar y proporcionar servicios para el cumplimiento de las metas y objetivos, proveer información para la toma de decisiones, realizar el seguimiento y control de la recaudación de los ingresos, del manejo de las cuentas por cobrar, de las existencias, etc. Dentro de la gestión se incluye la planeación, organización, dirección y control.

La planeación, se aplica para aclarar, ampliar y determinar los objetivos y los cursos de acción que deban tomarse; para la previsión; establecer condiciones y

suposiciones; seleccionar e indicar las áreas para el logro de los objetivos; establecer un plan de logros; establecer políticas, procedimientos, estándares y métodos de logros; anticipar los problemas futuros posibles; modificar los planes a la luz de los resultados del control.

La organización, se aplica para distribuir el trabajo entre el grupo y para establecer y reconocer las relaciones y autoridad necesarias; subdividir el trabajo en tareas operativas; disponer las tareas operativas de grupo en puestos operativos; reunir las posiciones operativas entre unidades relacionadas y administrables; definir los requisitos del puesto de trabajo; seleccionar y colocar al elemento humano en puesto adecuado; delegar la debida autoridad en cada miembro de la gestión; proporcionar instalaciones y otros recursos al personal; revisar la organización a la luz de los resultados del control.

La ejecución, se realiza con la participación práctica, activa y dinámica de todos los involucrados por la decisión o el acto gerencial; conduce y reta a otros para que hagan lo mejor que puedan; guía a los subordinados para que cumplan con las normas de funcionamiento; destacar la creatividad para descubrir nuevas o mejores formas de administrar y desempeñar el trabajo; alabar y reprimir con justicia; recompensar con reconocimiento y pago el trabajo bien hecho; revisar la ejecución a la luz de los resultados del control.

El control de las actividades, esta fase se aplica para comparar los resultados con los planes en general; evaluar los resultados contra las normas de planeación y

ejecución empresarial; idear medios efectivos para medición de las operaciones; hacer que los elementos de medición sean conocidos; transferir datos detallados de forma que muestren comparaciones y variaciones; sugerir acciones correctivas, si son necesarias; informar de las interpretaciones a los miembros responsables; ajustar el plan a la luz de los resultados del control.

En la práctica gerencial, estas etapas del proceso están entrelazadas e interrelacionadas; la ejecución de una función no cesa enteramente antes de que se inicie la siguiente. La secuencia debe adaptarse al objetivo específico o al proyecto en particular. Típicamente un gerente está comprometido con muchos objetivos y puede encontrarse con cada uno en diferentes etapas del proceso.

### 3.3.5. LAS MICROFINANZAS

#### EL SECTOR MICROFINANCIERO PERUANO.

El sector de microfinanzas del Perú está considerado como el mejor en el mercado internacional según el ranking Microfinanciero. En este contexto, las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito con más de treinta años de existencia vienen esforzándose cada vez más en implementar acciones concretas que consoliden el proceso de inclusión social que hoy en día está en agenda de muchas organizaciones públicas y privadas. Por lo tanto, es crucial para el desarrollo de nuestro país, trabajar bajo una nueva visión equitativa de desarrollo a través de un modelo de negocios que incorpore

claramente la dimensión económica, social y ambiental como clave de éxito a largo plazo. Quienes pertenecemos al Sistema de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) nos sentimos comprometidos a trabajar con esa visión que ha logrado llevar los servicios financieros a los lugares más pobres del Perú.

Reconocemos que ahora nos toca trabajar en la especialización de nuestros servicios financieros con la finalidad de acompañar el crecimiento de los emprendedores del Perú, y de esta manera seguir contribuyendo en la bancarización de zonas rurales y en la ampliación del número de beneficiarios tanto por el acceso al microcrédito como al micro ahorro.

#### LAS MICROEMPRESAS EN LA PROVINCIA DE CAJABAMBA

Entendiéndose que la microempresa es la unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización y gestión y que desarrollan actividades de extracción, transformación, producción y Comercialización de bienes y prestación de servicio dentro de los parámetros que establece la ley N° 27268 Ley de Creación y Formalización de las Pequeñas y Microempresas. También definiéndola como una empresa con características distintivas, y con dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o Regiones. Las microempresas son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos.

Las microempresas en la provincia de Cajabamba vienen desarrollándose de manera positiva, cumplen un papel muy importante al haber dinamizado la economía en esta parte de la Región de Cajamarca; permitiendo generar autoempleo y el desarrollo auto sostenible dentro de los diferentes sectores comerciales, de producción, servicios, entre otros.

En esta parte de la región, provincia de Cajabamba, las microempresas, formales e informales, se desarrollan en diferentes sectores, los mismos que a continuación se detallan:

#### Sector Comercio

El intercambio comercial es uno de los sectores micro empresariales más grande, existen variedad de rubros; comercio de productos de primera necesidad, prendas de vestir, ropa, calzado, útiles escolares; comercio de menestras, comercio de productos agrícolas, ganado vacuno, ovino, lanar, caprino, equinos, etc. Un buen porcentaje de microempresas pertenecen a este sector.

#### Sector Producción.

En los últimos años el sector producción se viene incrementando considerablemente, el crecimiento económico y en consecuencia el

incremento de la demanda ha conllevado a implementar panaderías, pastelerías, heladerías; además dentro del sector inmobiliario, ladrilleras, producción de teja, producto de alta demanda en esta zona; además microempresas productoras textiles, a base de lana de carnero y alpaca.

Además la provincia de Cajabamba cuenta con el Valle de Condebamba, zona interandina con terrenos bajo riego, donde se produce diversidad de productos agrícolas que son comercializados en mercados de Trujillo, Chiclayo y Lima principalmente; productos de exportación como palta fuerte, ají páprika, entre otros. Además la producción de cuy de raza “peruano”, tipo 1, producto que est en pleno crecimiento, atendiendo mercados de la costa.

#### Sector Servicios.

Principalmente el rubro transportes es el que ha dado un despegue muy importante, existen hoy en día un promedio de 8 empresas de transporte de pasajeros formalizadas, además microempresas prestadoras del servicio de transporte de carga. Una amplia gama de restaurants, picanterías, jugueras y venta de comida criolla ofrecen sus servicios a propios y turistas, permitiendo además el incremento de servicio de hospedaje y hotelería. En los últimos años vienen implementando servicios de salud, odontología, medicina general, etc.

También se hace mención que existen servicios de educación particular, contando con buena aceptación, microempresas que obtienen una buena rentabilidad, que le permiten mantener un crecimiento sostenible.

#### Otros Sectores.

En la provincia de Cajabamba, específicamente en el distrito de Cachachi, zona de Algamarca, viene operando la minería informal, factor que tiene una fuerte influencia en el crecimiento económico de toda la provincia; en esta zona el crecimiento micro empresarial, en los últimos años, se ha dado de manera acelerada, debido al poder adquisitivo que han logrado tener los inversionistas del rubro de la minería informal. Además el crecimiento poblacional que viene incursionando en este tipo de actividades, han cambiado su estilo de vida y han logrado tener mayor poder adquisitivo.

#### **Características de las Microempresas.**

Existen diversas formas de diferenciar a las Mypes de otro tipo de empresa, dependiendo del aspecto o particular punto de vista del análisis que se quiera efectuar, que podría ser legal, tributario u organizativo. Se señalará tres enfoques, siendo éstos las más usadas en el escenario nacional. En la provincia de Cajabamba se podrían mencionar algunas características de las microempresas:

Su creación está relacionada a la necesidad de generar auto empleo y constituye una respuesta de la sociedad a las limitaciones del sector moderno.

Actúan fuera del marco jurídico vigente para la gestión empresarial; es decir son fundamentalmente informales.

La propiedad de las microempresas es formalmente familiar. No existe la diferencia entre el patrimonio familiar con el de la microempresa. No existen relaciones laborales formales.

El mercado al cual producen es mayoritariamente local; en un menor porcentaje es nacional, refiriéndose a la producción agrícola desarrollada en el Valle de Condebamba, productos como palta fuerte, ají páprika, entre otros.

La tecnología en el proceso productivo es muy sencilla, por lo general el proceso productivo en dicho sector, es empírico, basado en experiencias del pasado. Este proceso es no intensiva en capital, ni utilizan insumos importados.

El nivel de capacitación del personal, incluyendo a los propietarios es muy limitado, no pueden llevar documentos del negocio como: Control de ingresos, gastos, balances, etc.

### **Aspectos importantes de las microempresas a considerar**

Entre otros aspectos importantes a ser considerados por las microempresas para optimizar su gestión y así puedan superar sus diferencias estructurales es la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

Esta matriz es una manera de concatenar el análisis del entorno y determinar un diagnóstico sobre los escenarios futuros del sector al que pertenece la empresa. A partir de dicho diagnóstico se deberán identificar las oportunidades y amenazas presentes y futuras que plantean las diversas variables analizadas.

#### **FORTALEZAS.**

- Bajo nivel de inversión por puesto de trabajo, hay una relación de 1 a 20 entre la inversión más baja por puesto de trabajo en una Mype del sector.
- Flexibilidad para la reconversión productiva, de acuerdo a las necesidades de la demanda (por bajo nivel de inversión y ser empresa familiar).
- Son herramientas de capacitación y aprendizaje, que ponen de relieve al factor trabajo como elemento más importante del proceso productivo.

- Creatividad e innovación en el campo tecnológico y para la producción de bienes y servicios.

#### DEBILIDADES

- El insuficiente desarrollo en el nivel tecnológico organizacional.
- Las dificultades que tienen para generar una oferta regular, en cantidad y calidad.
- El bajo poder de negociación para el trato con sus proveedores y clientes el acceso restringido a las fuentes de financiamiento.
- Cuentan con infraestructura y equipamiento que podrían ser calificados como precarios.
- Actúan en la informalidad en el campo legal y tributario. La cultura empresarial no está diseñada para la formalización en la apertura de cada microempresa.
- Carecen de capacitación en gestión empresarial.

#### AMENAZAS.

- El incremento constante de la competencia, no sólo nacional sino del resto del mundo, como consecuencia de la apertura de los mercados y la globalización.

- La alta velocidad de los cambios tecnológicos, que demandan éstas empresas una permanente adecuación y/o renovación de sus activos (maquinaria y equipo).
- El incremento del poder de los clientes que demandan mayor calidad, mejores servicios y costos decrecientes.

#### OPORTUNIDADES.

- La existencia de números nichos de mercado que no son cubiertas por las empresas de mayor tamaño, y también aquellos sectores del mercado que requieren ser atendidos como producto de la reconversión empresarial que se vienen produciendo.
- El aprovechamiento de ventajas competitivas en la producción de determinados bienes de exportación no tradicionales.
- Los cambios en las disposiciones legales; como por ejemplo los referidos a la flexibilidad de los contratos laborales y algunas facilidades tributarias que están orientadas a crear un contexto que permitiría la formalización de estas empresas.

#### ASPECTOS LEGALES DE LAS CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO.

Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) se rigen por el Decreto Supremo 157-90-EF y por la Ley N° 26702, Ley General del Sistema

Financiero, del Sistema de Seguros y AFP, y por la Ley Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, en lo relativo a los factores de ponderación de riesgos, capitales mínimos, patrimonios efectivos, límites y niveles de provisiones establecidos en garantía de los ahorros del público.

Asimismo, la Ley N° 26702 exige la Conversión de las CMACs en Sociedades Anónimas, sin el requisito de la pluralidad de accionistas. El Decreto Supremo 157-90-EF establece que los órganos de gobierno de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito son el Directorio y la Gerencia. El Directorio de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito está integrado por siete miembros: tres representantes de la Municipalidad, un representante de la Iglesia Católica, un representante de la Cámara de Comercio, un representante de COFIDE y un representante de los pequeños comerciantes o productores.

#### LA FEPCMAC.

La Federación de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito FEPCMAC, nace al amparo del decreto Supremo N° 157-90-EF, que goza de autonomía económica, financiera y administrativa con el propósito de contar con un mecanismo de representación que permita al Sistema CMAC desarrollarse de manera coordinada. Fue creada el 7 de marzo de 1986, y está conformada por los representantes de las CMAC. La

FEPCMAC está integrada por 14 CMAC que funcionan a lo largo del territorio nacional en forma descentralizada.

Representa al Sistema CMAC como facilitador válido en las diversas coordinaciones ante organismos públicos y privados, nacionales e internacionales que apoyan el desarrollo económico y financiero del sistema CMAC.

#### FUNCIONES DE LA FEPCMAC.

La FEPCMAC busca representar la unidad de las CMAC y promueve la generación de economías de escala a través de proyectos conjuntos tanto para el desarrollo de nuevos productos y servicios financieros como en una eficiente administración de recursos.

Es importante resaltar que las CMAC operan bajo un sistema de gobierno corporativo multidisciplinario y multisectorial, que incluye el Consejo Municipal Provincial, Iglesia, COFIDE, Cámara de Comercio y gremios de pequeños empresarios. De esta manera, se brinda independencia, representatividad y ética en la gestión de los recursos del público.

Desde su creación, las CMAC vienen cumpliendo una misión social y económica, y han establecido como prioridad institucional

consolidar su presencia en el sistema financiero nacional, reflejándose en el crecimiento sostenido de sus operaciones.

LA CMAC PIURA S.A.C.

### **Reseña histórica.**

Con fecha 28 de julio del año 1978, el Estado Peruano publicó el D.L. N° 22250 – Nueva Ley de Municipalidades, en cuyo Título V, Capítulo II, contempla la creación de la Banca Municipal.

En el Año 1979, Con fecha 26 de abril, el estudiante en Administración de Empresas de la Universidad de Piura, Gabriel Gallo Olmos, expone ante el Director de Servicios Comunes del Concejo Provincial de Piura su Tesis de Grado, en torno a la creación de la Banca Municipal y la Caja de Préstamo Municipal, habiendo hecho un estudio concienzudo y a fondo sobre este tema. En el mes de agosto, mediante Resolución Municipal N° 232-79-C/PPP, el Concejo de Piura aprueba la creación de la Caja de Préstamos del Concejo Provincial de Piura, como un primer avance a la creación de la Banca Municipal, asimismo, contrata los servicios del Sr. Gabriel Gallo Olmos, para que realice los estudios de pre-inversión e implementación del sistema.

En el Año 1980, con fecha 14 de Mayo de 1980, se promulgó el Decreto Ley No 23039 que autorizó la creación de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, tomando como base la nueva Constitución Política de 1979.

Año 1982.- La CMAC Piura inició sus operaciones el día lunes 04 de Enero, con un capital aportado por la Municipalidad de Piura de US\$ 82,000 siendo el crédito prendario su primer producto financiero. Inició su funcionamiento siendo Alcalde de la Ciudad de Piura el Ing. Francisco Hilbck Eguiguren, el señor Frank Mac Lauchlan García en la Presidencia del Directorio y el Sr. Samuel Morante Seminario como su primer Gerente. Inició sus operaciones con seis empleados en oficinas cedidas en uso por la Municipalidad Provincial de Piura.

En el año 2002 se apertura la Oficina Especial de Información en la provincia de Cajabamba y en el año 2007 se apertura el funcionamiento como Agencia, brindando el servicio de captación de ahorros y otorgamiento de créditos; abarcando todo el ámbito de dicha provincia, incrementando la cartera de clientes tanto en la zona urbana como en la zona rural. Actualmente la CMAC PIURA cuenta con un promedio de 98 agencias, instituidas a nivel nacional.

La Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura Sociedad Anónima Cerrada, CMAC-Piura, es una entidad financiera municipal, cuyo accionista único es la Municipalidad Provincial de Piura.

La Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura, para el desarrollo de sus operaciones cuenta con autonomía económica, financiera y administrativa, en el marco de las disposiciones legales vigentes. Se constituyó el 7 de diciembre de 1981 al amparo del Decreto Ley 23039 (Derogado por el Decreto Legislativo N° 770) y del Decreto Supremo 248-81-EF que autorizó su funcionamiento, iniciando sus operaciones el 04 de enero de 1982.

La CMAC PIURA al igual que las demás CMACs del sistema (12) se rige por el Decreto Supremo 157-90-EF, la Ley N° 26702 - Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros, y Ley Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, así como por las disposiciones emitidas por la Superintendencia de Banca y Seguros, Banco Central de Reserva del Perú, Contraloría General de la República y del Ministerio de Economía y Finanzas.

Mediante Resolución N° 812-97 la Superintendencia de Banca y Seguros autorizó la conversión de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura en Sociedad Anónima. En cumplimiento de la Ley N° 26702, con fecha 09.12.97 fue inscrita la escritura de conversión en Sociedad Anónima de la CMAC Piura en el Registro de Sociedades Mercantiles de Piura.

A partir de enero del año 2014, la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de PIURA S.A.C. CMAC PIURA S.A.C. ha diseñado una nueva MISIÓN y

una nueva VISIÓN, todo ello en concordancia y sobretodo ajustándose a su plan estratégico correspondiente a los años 2014 – 2017. Objetivos estratégicos que serán utilizados en el crecimiento de la empresa.

### **Misión**

Es MISIÓN de la CMAC Piura, Impulsar la inclusión financiera innovadora para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.

### **Visión**

Es VISIÓN de la CMAC Piura ser, Líder en soluciones financieras innovadoras, accesibles y de calidad.

### **Objetivos**

El objetivo principal de la CMAC Piura es fomentar la descentralización financiera y la democratización del crédito; como objetivos estratégicos ha fijado los siguientes:

- Autonomía financiera. Incrementar sostenidamente los depósitos de ahorros, con la finalidad de financiar las colocaciones y garantizar la autonomía financiera de la institución.

- Maximizar activos rentables. Incrementar sostenidamente las colocaciones para atender la amplia demanda crediticia insatisfecha de pequeñas y microempresas (PYME) y las familias.
  
- Apoyo crediticio a las PYME. Incrementar la participación de los créditos PYME en la cartera total de colocaciones, con una adecuada diversificación por sectores económicos, por zonas geográficas y por monedas.
  
- Eficiencia en la gestión crediticia. Mantener una cartera sana sobre la base de una administración eficiente del riesgo crediticio.
  
- Racionalización de los costos operativos. Incrementar los niveles de eficiencia a través del uso racional de los recursos financieros, materiales y la optimización de los recursos humanos.
  
- Margen operacional adecuado. Incrementar el patrimonio con niveles de rentabilidad y capitalización adecuados, que soporte el crecimiento sostenido de las operaciones activas y pasivas.

**Valores.**

Los VALORES y Principios Morales que guían la conducta ética del personal de la CMAC PIURA, en la interacción con las personas que participan de su actividad de intermediación financiera son:

Honestidad. Cada trabajador está comprometido con los intereses institucionales y del público, adoptando siempre una conducta leal y transparente, en concordancia con las políticas, normas y el código de ética de la institución.

Desarrollo humano. Buscamos nuestro permanente perfeccionamiento profesional, ético y moral a través del trabajo y la búsqueda de un conocimiento compartido.

Trabajo en equipo. Búsqueda de resultados efectivos compartiendo información y conocimientos entre todos los miembros de la organización.

Mejoramiento continuo. Contribuir a mejorar nuestros procesos y productos, en búsqueda de una mejor manera de hacer las cosas.

Vocación de servicio. Trato muy personal y digno a cada uno.

Rapidez. Atención rápida a los clientes ahorristas, con servicio de calidad y atención oportuna a los clientes prestatarios, garantizando una óptima calificación crediticia.

Secreto profesional. El personal debe guardar discreción de la información a la que tiene acceso por la labor propia que desempeña.

Crecimiento empresarial. Las decisiones y acciones que realice el personal con respecto al uso de los recursos financieros y materiales así como el trato al cliente, deben estar orientados a generar valor económico para la institución.

### **3.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

#### **MICROEMPRESA.**

En el Perú la microempresa es una unidad económica constituida por una persona natural o persona jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

#### MICROFINANZAS.

Es una herramienta de desarrollo social que tiene por finalidad combatir a la pobreza en general, Microfinanzas no es un concepto académico, ni finanzas “en pequeño”.

Las microfinanzas en el Perú es (en singular) una herramienta que tiene dinámica y singular tecnología. Las microfinanzas en el Perú han desarrollado su propia tecnología que hace que se diferencie de las de otros países. Las microfinanzas se refieren a los servicios financieros en reducida escala 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, alquileres; tanto en áreas urbanas o rurales.

#### MICROCRÉDITO.

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. El uso eficiente del microcrédito conlleva a mejorar la calidad de vida de los usuarios.

#### MICROEMPRESARIO.

Empresario de una microempresa; es decir de una empresa de tamaño pequeño; el microempresario invierte su dinero, generalmente poco en un “negocio”, para generar autoempleo.

#### SPREAD.

Es el margen entre las tasas pasivas, lo que pagan las entidades financieras por los depósitos captados de los ahorristas, y las tasas activas, lo que reciben las entidades financieras por los demandantes: es decir por los créditos concedidos.

#### CRECIMIENTO ECONÓMICO.

Es el aumento de las principales partidas del Balance General, específicamente del Activo Corriente de la microempresa. El mejoramiento de estos indicadores debería llevar teóricamente a una mejora en la calidad de cada uno de los microempresarios.

#### INVERSIÓN.

Colocación de fondos en valores para obtener ingresos o realizar ganancias.

#### FINANCIAMIENTO.

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa consiguen recursos económicos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, incursionar en un proyecto de inversión a corto o largo plazo etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

#### RIESGO.

El riesgo es la probabilidad de que una amenaza se convierta en un desastre. La gestión del riesgo nos permite prevenir desastres. También nos ayuda a practicar lo que se conoce como desarrollo sostenible. El riesgo También es la incertidumbre de que algo en contra nuestro pueda ocurrir. Los microempresarios deben asumir riesgos en post de lograr objetivos.

#### RIESGO FINANCIERO.

También conocido como riesgo de crédito o de insolvencia. Hace referencia a las incertidumbres en operaciones financieras derivadas de la volatilidad de los mercados financieros y de crédito. El riesgo financiero está estrechamente relacionado con el riesgo económico puesto que los tipos de

activos que una microempresa posee y los productos o servicios que ofrece juegan un papel importantísimo en el servicio de su endeudamiento.

#### DESARROLLO SOSTENIBLE.

El desarrollo es sostenible cuando la gente puede vivir bien, con salud y felicidad, sin dañar el ambiente o a otras personas a largo plazo.

#### RETO EMPRESARIAL.

Capacidad para garantizar el equilibrio empresarial y además capacidad para desarrollar estrategias que nos permitan enfrentar los cambios constantes del entorno de tal manera poder diferenciarnos del entorno.

#### DIVERSIFICACIÓN.

Distribución de las inversiones entre distintos tipos de valores, industrias y localidades, con la idea de reducir el riesgo. Proceso por el cual una empresa se introduce en nuevos mercados y en nuevos productos.

#### ORGANIZACIÓN.

Conjunto de acciones que realizan los líderes de una institución, en la distribución del trabajo, mediante la asignación de las funciones, que sean

coherentes entre sí y en el cual los integrantes intervienen en el logro de los fines y objetivos de la institución. Las organizaciones son estructuras sociales diseñadas para lograr metas o leyes por medio de los organismos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas.

#### PLANEACIÓN.

En el sentido más universal implica tener uno o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente. Va de lo más simple a lo complejo, dependiendo el medio a aplicarse. La acción de planear en la gestión se refiere a planes y proyectos en sus diferentes, ámbito, niveles y actitudes.

#### DIRECCIÓN.

Posee dos significados por lo menos. La primera se refiere a la alta amplia gama de actividades mediante los cuales los gerentes establecen el carácter y el tono de su organización. Entre ellas establecen el carácter y el tono de su organización. Entre ellas figuran articular y ejemplificar los valores y el estilo propio de las empresas a esto lo llamaremos concepción del Liderazgo basada en la transformación de la institución. El segundo significado de dirección denota el proceso de influjo interpersonal en virtud de la cual los

gerentes se comunican con los subalternos respecto a la ejecución del trabajo. Se facilita el trabajo cuando se intercambia información acerca de problemas técnicos, de coordinación y de motivación.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y ANÁLISIS**

El propósito del estudio es demostrar si el otorgamiento o financiamiento de microcréditos a los usuarios del ámbito de la provincia de Cajabamba incidió en su crecimiento económico, con relación de un periodo a otro, evaluando algunos indicadores económico-financieros que nos permita medir el incremento o disminución de capital de trabajo, patrimonio personal y por ende la mejora o deterioro en su estilo de vida.

#### **4.1. ASPECTOS FUNDAMENTALES**

##### **4.1.1. ÁMBITO INTERNO.**

Conjuntamente con la evaluación de la calidad del servicio brindado por la CMAC PIURA Ag. Cajabamba, por parte de los clientes, usuarios del microcrédito, se evaluó el aspecto interno de la entidad relacionados con la responsabilidad y la gestión eficiente de los recursos, ambiente del trabajo y realización del servicio.

#### 4.1.2. ÁMBITO DEL CLIENTE

**Atención oportuna.-** La atención de una solicitud de crédito es lo que más le impresiona a los usuarios de este producto; dependerá de la rapidez para aprovechar la oportunidad de negocio que pretende realizar.

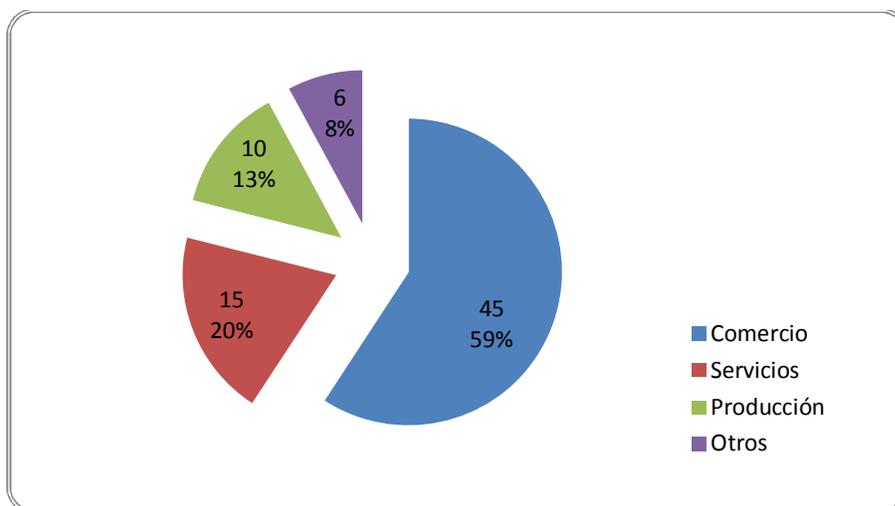
**Calidad de servicio.-** Si la atención oportuna viene acompañada de la calidad en el servicio, atención al usuario y buen trato, este marcará la diferencia con la competencia; en consecuencia se logrará mantener la cartera de clientes altamente satisfecha.

**Cuadro N° 1. Sector al que pertenece el Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
1.1	Comercio	45	59.21%
1.2	Servicios	15	19.74%
1.3	Producción	10	13.16%
1.4	Otros	6	7.89%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 1. Sector al que pertenece el Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 01

**Interpretación:**

En la provincia de Cajabamba el sector comercio es la principal fuente de ingresos 59.21% (45); está por encima de los sectores de servicios, 19.74% (15), producción 13.16% (10) y otras actividades 7.89% (6).

El acceso al microcrédito; la buena administración de los recursos económico-financieros y el cumplimiento de las obligaciones financieras dependerá de las actividades comerciales que realiza el microempresario; tal como lo afirma la investigación referente a “La diversidad de actividades económicas de los grupos domésticos rurales en la valoración del riesgo por parte de las Micro financieras”, realizada por Carmen Lissette Sánchez González. Montecillo Texcoco, Estado de México. Julio 2011. En la que concluye que el número de actividades desarrolladas por cada uno de los microempresarios tienen influencia en el comportamiento de pago de los microempresarios o usuarios del microcrédito.

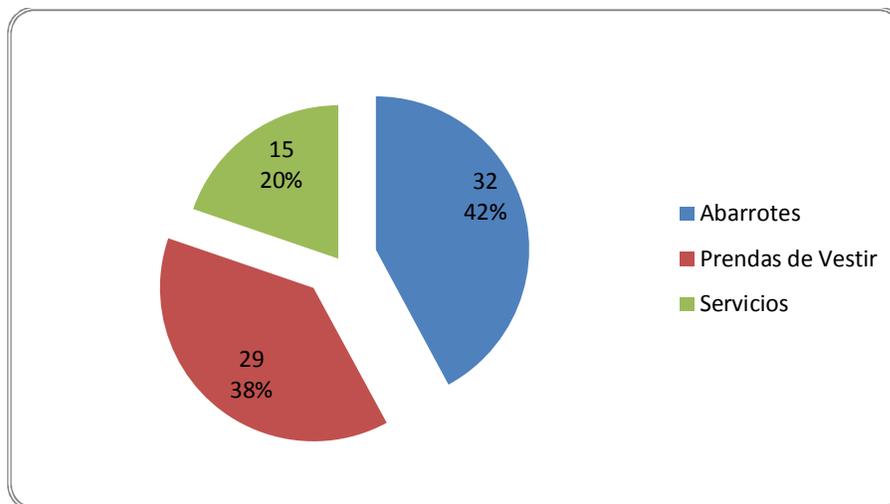
En consecuencia se confirmó que a mayor número de actividades aumenta la probabilidad de pago y disminuye el riesgo de recuperación para la Caja.

**Cuadro N° 2. Giro del negocio del Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 - 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
2.1	Abarrotes	31	59.21%
2.2	Prendas de Vestir	28	19.74%
2.3	Servicios	17	13.16%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)**

**Gráfico N° 2. Giro del negocio del Cliente ó Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 2

### **Interpretación.**

Dentro de los giros de negocio, el 59.21% (31) se dedican al comercio de productos de primera necesidad, el 19.74% (28) comercializan prendas de vestir en general y el 13.16% (17) se dedican a la prestación de servicios, tales como transporte de pasajeros y carga, hotelería, restaurantes, etc.

Las actividades de comercialización de productos de primera necesidad son las que le permiten al microempresario obtener mayores ingresos.

El estudio realizado con respecto a las características del acceso al crédito para microempresarios de Trujillo y Cajamarca – Perú”. Desarrollada por Carlos León

de la Cruz. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrobejo. Chiclayo. Junio 2008. Concluye que: Existe diferencias saltantes entre los diferentes giros de negocios en lo que respecta al grado de rentabilidad y por otro lado la formalidad; pero se encuentra evidencia de que el acceso al crédito no responde de manera categórica al género del empresario o al nivel educativo básico.

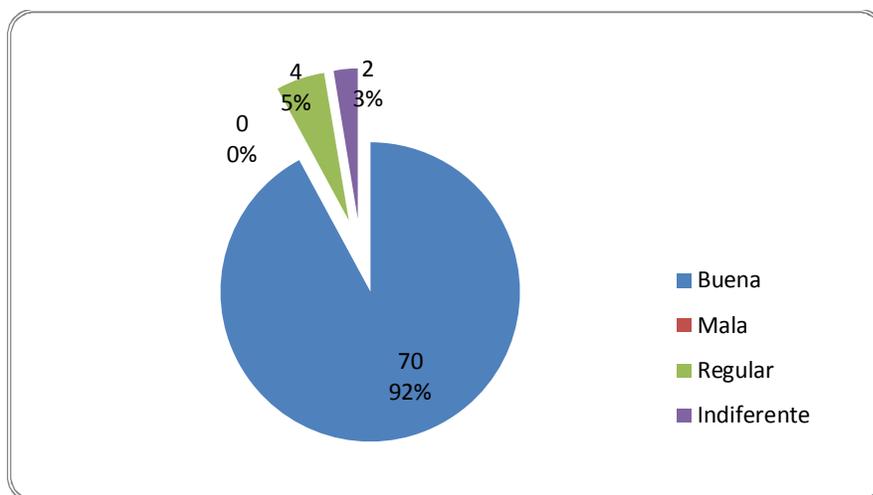
El acceso al crédito, finalmente responde a criterios como el valor de la dotación de activos, la gestión de procesos del negocio, las ventas existentes y el volumen operativo medido a partir del número de trabajadores.

**Cuadro N° 3. Impresión sobre la Caja Piura según Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 - 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
3.1	Buena	70	92.11%
3.2	Mala	00	00.00%
3.3	Regular	04	05.26%
3.4	Indiferente	02	02.63%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Grafico N° 3. Impresión sobre la Caja Piura según Cliente ó Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 3

### Interpretación

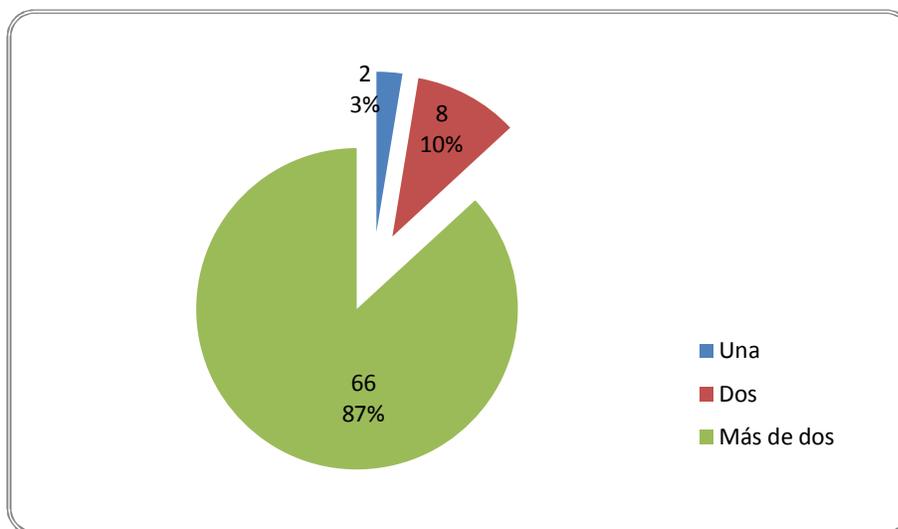
Sobre la impresión causada por la presencia de la Caja Piura en la provincia de Cajabamba, el 92.11% (70) consideran que es buena, el 5.26% (4) regular y el 2.63% (2) le es indiferente. La presencia de la Caja Piura en la provincia de Cajabamba significa el acceso al sistema financiero de todos los microempresarios que anteriormente no tuvieron acceso a la Banca Tradicional. Todos los usuarios del microcrédito habiendo desarrollado sus actividades comerciales bajo una administración eficiente de los recursos han logrado incrementar sus ingresos y tener una mejor calidad de vida. Además en esta región se ha logrado dinamizar la economía generando el autoempleo y reduciendo índices de pobreza.

**Cuadro N° 4. Oportunidades de Financiamiento del Cliente ó Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 - 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
4.1	Una	02	2.63%
4.2	Dos	08	10.53%
4.3	Más de dos	66	86.84%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 4. Oportunidades de Financiamiento del Cliente ó Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



**Fuente:** Cuadro N° 4

### Interpretación

En relación al número de veces en que hicieron uso del microcrédito, el 2.63% (2) lo hizo en una oportunidad, el 10.53% (8) en dos oportunidades y el 86.84%

en más de dos oportunidades. El microcrédito se ha convertido en una de las principales alternativas de fuentes de financiamiento para todos los microempresarios de la zona, y en este caso de la provincia de Cajabamba. Las solicitudes de microcrédito se van renovando de acuerdo a las necesidades del usuario, campañas de productos estacionales, demanda del mercado y sobretodo dependiendo del crecimiento del negocio el mismo que se vea reflejado en una mayor capacidad de pago. (Incremento 11.74%)

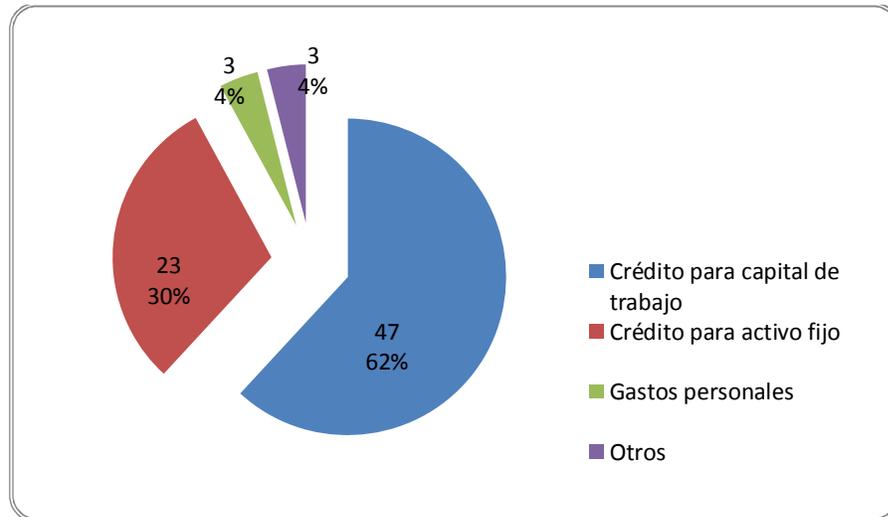
Como se puede apreciar, el mayor porcentaje de solicitudes de financiamiento de microcrédito se realizaron en más de una vez, esto refleja la importancia del microcrédito como fuente de financiamiento para desarrollar diversas actividades comerciales, de servicios y otras teniendo en cuenta las exigencias del mercado.

**Cuadro N° 5. Motivos de Financiamiento del Cliente ó Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 - 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
5.1	Crédito para k.w.	47	61.84%
5.2	Crédito para activo fijo	23	30.26%
5.3	Gastos personales	03	3.95%
5.4	Otros	03	3.95%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 5. Motivos de Financiamiento del Cliente ó Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 - 2012**



Fuente: Cuadro N° 5

### Interpretación

Referido a la necesidad el microcrédito el 67.84% (47) fue requerido para capital de trabajo, el 30.26% (23) fue solicitado para activo fijo, el 3.95% (3) para gastos personales y el 3.95% (3) para gastos personales y usos diversos.

La gran mayoría de los microempresarios destinan el financiamiento a capital de trabajo, esto debido a la naturaleza de sus actividades comerciales; ya que el mayor porcentaje corresponde a microempresarios intermediarios, mercaderes ambulantes que transitan por diversos mercados y ferias comerciales de la provincia de Cajabamba y mercados aledaños pertenecientes a la región de la Libertad. Pero se puede afirmar que todo ello ha conllevado a destinar parte de

sus ganancias a mejorar y en muchos casos a adquirir una vivienda propia que les permita vivir en condiciones adecuadas.

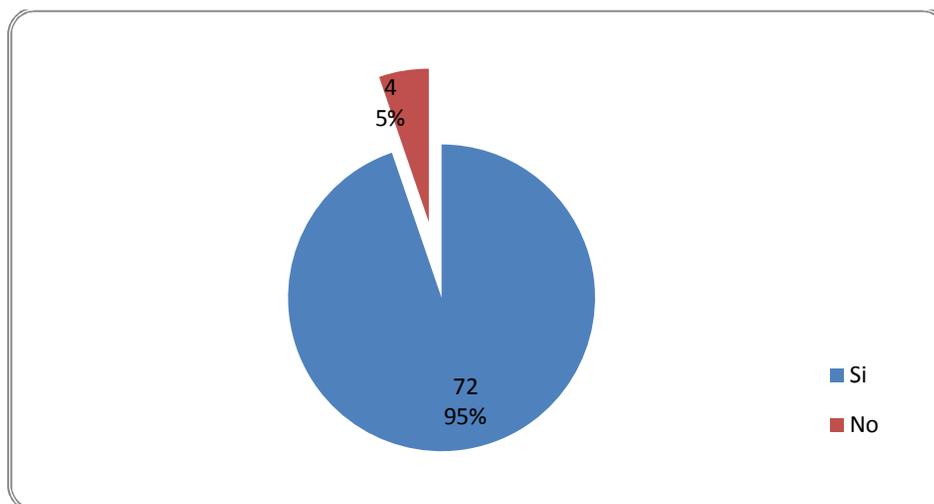
A la evaluación de la solicitud próxima de financiamiento se podrá considerar que su patrimonio personal se ha visto incrementado sustancialmente, por lo tanto la facilidad de obtener el financiamiento será con mayor rapidez.

**Cuadro N° 6. Uso del crédito en lo solicitado, Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 - 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
6.1	Si	72	94.74%
6.2	No	04	5.26%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 6. Uso del crédito en lo solicitado, Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 6

### **Interpretación**

El financiamiento solicitado, teniendo en cuenta el destino especificado en la solicitud de crédito, en un 94.74% (72), cumplieron con la inversión pactada y el 5.26% (4) destinaron el financiamiento para otras actividades distintas a la solicitud de crédito.

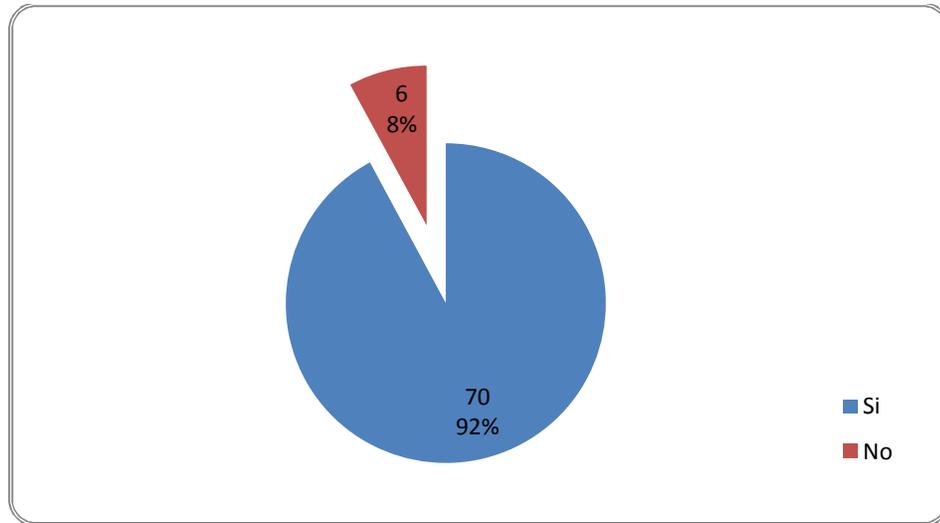
El mayor porcentaje corresponde a que el financiamiento se destinó de acuerdo a las solicitudes realizadas por los diversos microempresarios, pero ello obedece a que la CMAC PIURA realiza también una previa evaluación además de realizar un seguimiento constante posterior a la atención de dichos requerimientos. Lo que permitirá un adecuado control del destino del financiamiento y que brinde una adecuada rentabilidad de la actividad comercial y le permita al usuario cumplir con cada una de sus obligaciones oportunamente. El cumplimiento oportuno de sus obligaciones les permitirá obtener una calificación 100% normal en el sistema financiero y por lo tanto podrán seguir siendo clasificados como sujetos de crédito.

**Cuadro N° 7. Inversión del crédito en lo solicitado, Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
7.1	Si	70	92.11%
7.2	No	06	7.89%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)**

**Gráfico N° 7. Inversión del crédito en lo solicitado, Cliente ó Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 7

### Interpretación

De acuerdo al financiamiento otorgado a cada uno de los microempresarios de la provincia de Cajabamba, el 92.11% (70) invirtió el 100% del crédito de acuerdo a la solicitud del cliente; mientras que el 7.89% (6) destinó, parte del dinero, a otras actividades.

De acuerdo a la evaluación de la solicitud de financiamiento realizada por la CMAC PIURA ésta la otorga teniendo en cuenta el destino de los recursos financieros, los índices de rentabilidad, solvencia, apalancamiento y en consecuencia la capacidad de pago de los microempresarios.

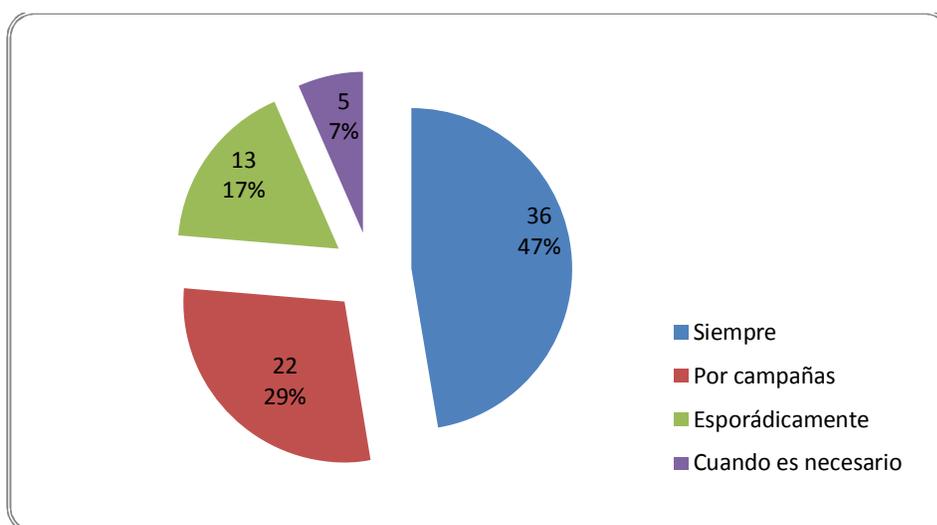
Estos indicadores, principalmente el destino del microcrédito son tomados en cuenta en la próxima solicitud del crédito; es así que se trata de forjar una cultura crediticia llena de responsabilidad por parte de los microempresarios.

**Cuadro N° 8. Frecuencia de solicitud del crédito según el Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
8.1	Siempre	36	47.37%
8.2	Por campañas	22	28.95%
8.3	Esporádicamente	13	17.11%
8.4	Cuando es necesario	05	6.58%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 8. Frecuencia de solicitud del crédito según Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



**Fuente:** Cuadro N° 8

### **Interpretación**

Las solicitudes de financiamiento por parte de los usuarios del microcrédito se dan en un 47.37% (36) siempre, en un 28.95% (22) por campañas; en un 17.11% (13) de manera esporádica y en un 6.58% (5) solamente cuando es necesario.

La eficiente administración de los recursos financieros obtenidos por cada uno de los microempresarios da como resultado que el negocio crezca e incluso les permita la apertura de nuevas unidades de venta. Al lograr el crecimiento del negocio, esto produce la necesidad de fortalecer e incrementar el capital de trabajo, debido a que el mercado crece surgiendo nuevas alternativas de atención y satisfacción de las necesidades de los consumidores.

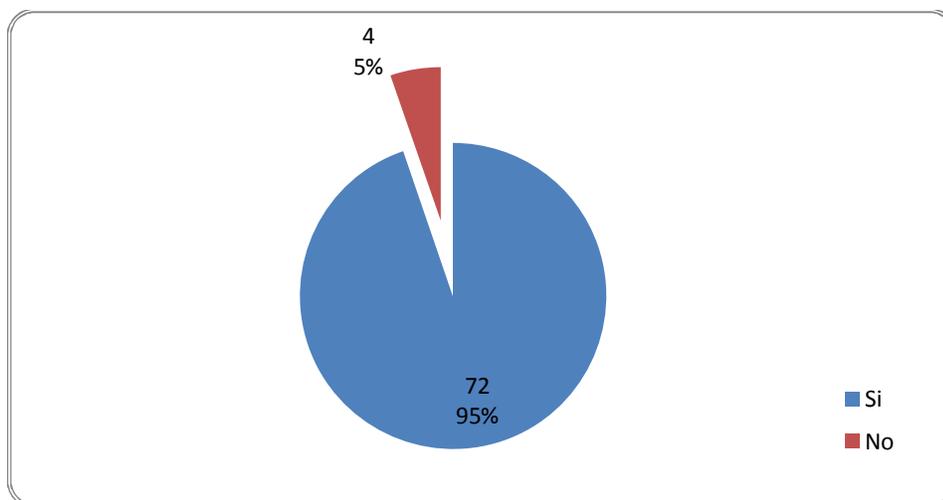
Se ha mencionado que el microcrédito es de vital importancia para lograr reducir índices de pobreza y en ese sentido cuando las solicitudes de financiamiento son requeridas constantemente es el reflejo que el negocio se desarrolla eficientemente.

**Cuadro N° 9. Visita del Representante de la Caja Piura al Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
9.1	Si	72	94.74%
9.2	No	04	5.26%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)**

**Gráfico N° 9. Visita del representante de la Caja Piura al Cliente ó Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



**Fuente: Cuadro N° 9**

### **Interpretación**

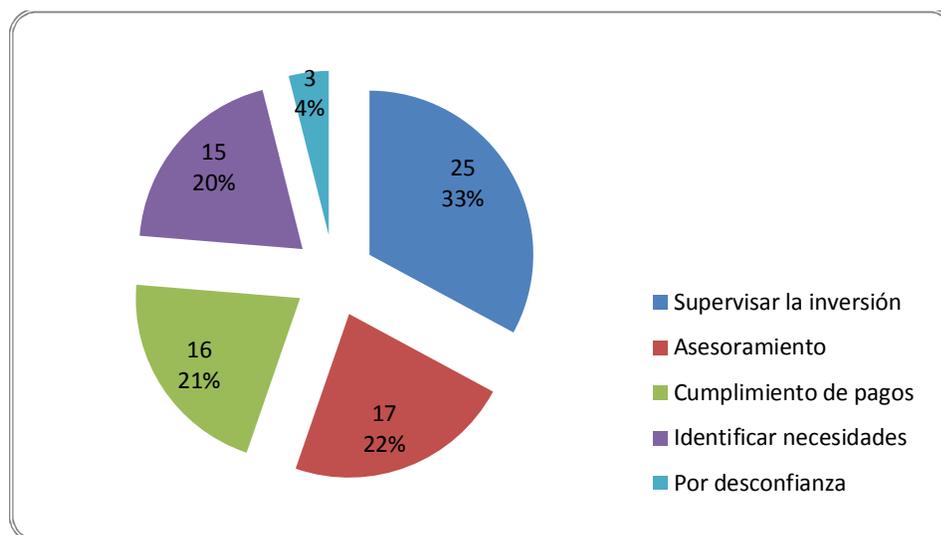
El 94.74% (72) reciben la visita de los funcionarios de la Caja Piura y el 5.26% no lo recibe. Una de las fortalezas de la CMAC PIURA es precisamente la evaluación de la situación económica financiera real del microempresario para luego realizar el seguimiento estricto al destino del financiamiento ya que depende de la inversión realizada para que el microempresario logre incrementar sus índices de rentabilidad y liquidez lo que le permita cumplir con sus obligaciones financieras. Los funcionarios de la entidad microfinanciera, además están capacitados, para el asesoramiento desde la solicitud del financiamiento, la inversión realizada y la recuperación del mismo; esto permite a ambas partes lograr buenos resultados, que se puedan reflejar en el crecimiento, como en la mejora de la calidad de vida de los microempresarios.

**Cuadro N° 10. Opinión sobre las visitas del representante de la Caja Piura al Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
10.1	Supervisar la inversión	25	32.89%
10.2	Asesoramiento	17	22.37%
10.3	Cumplimiento de pagos	16	21.05%
10.4	Identificar necesidades	15	19.74%
10.5	Por desconfianza	03	3.95%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 10. Opinión sobre las visita del Representantes de la Caja Piura al Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 10

### **Interpretación**

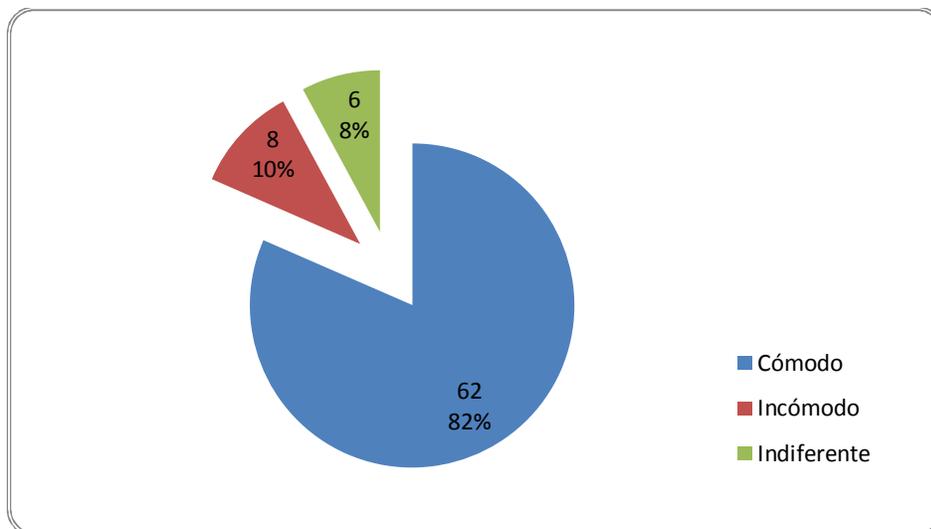
De las visitas realizadas por los funcionarios de la entidad el 32.89% (25) cree que es para supervisar la inversión, el 22.37% (17) para recibir asesoramiento; el 21.05% (16) afirma que es para hacer cumplir con los pagos; el 19.74% (15) para poder identificar necesidades de financiamiento y el 3.95% (3) afirma que es por desconfianza por parte de la entidad. La cartera de usuarios del microcrédito ha podido percibir que la CMAC PIURA supervisa el destino de los fondos otorgados, esto con la finalidad de que se cumpla con el procedimiento y evaluación de las diversas solicitudes de financiamiento; porque les permite a los usuarios manejar con responsabilidad cada una de sus actividades comerciales o de servicios, según corresponda. Como se ha venido mencionando a lo largo del estudio, el cumplimiento de las obligaciones, de acuerdo al contrato con la entidad, significará seguir siendo sujeto de crédito.

**Cuadro N° 11. Sentimiento frente a la visita del Sectorista de la Caja Piura, Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
11.1	Cómodo	62	81.58%
11.2	Incómodo	08	10.53%
11.3	Indiferente	06	7.89%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)**

**Gráfico N° 11. Sentimiento frente a la visita del Sectorista de la Caja Piura, Cliente ó Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



**Fuente: Cuadro N° 11**

### **Interpretación**

La sensación causada por la visita de los funcionarios hacia los clientes, en un 81.58% (62) manifiestan que se sienten cómodos; un 10.53% (8) manifiestan su incomodidad y un 7.89% (6) mencionan que les es indiferente. La comodidad que manifiestan los usuarios corresponde a aquellos que sí cumplieron con destinar los recursos financieros de acuerdo a la solicitud evaluada; más aún se ha logrado internalizar en la cartera de usuarios que las visitas signifiquen que existe una preocupación por seguir mejorando en la atención de sus requerimientos.

La CMAC PIURA evalúa constantemente cada uno de los procesos internos con

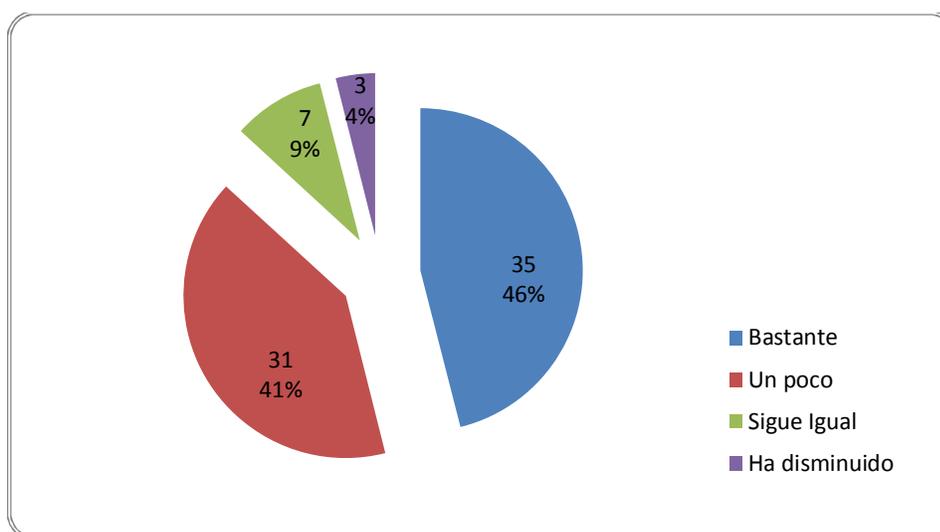
el objetivo de elaborar nuevas estrategias que permitan atender con oportunidad y eficiencia cada solicitud de financiamiento sin perder de vista las actividades realizadas por los microempresarios tales como mejoras en su negocio, conquista de nuevos mercados, stock de mercadería actualizados, incremento de su patrimonio personal.

**Cuadro N° 12. Estimación del crecimiento de su negocio, Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
12.1	Bastante	35	46.05%
12.2	Un poco	31	40.79%
12.3	Sigue Igual	07	9.21%
12.4	Ha disminuido	03	3.95%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 12. Estimación del crecimiento de su negocio, Cliente ó Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 12

### **Interpretación**

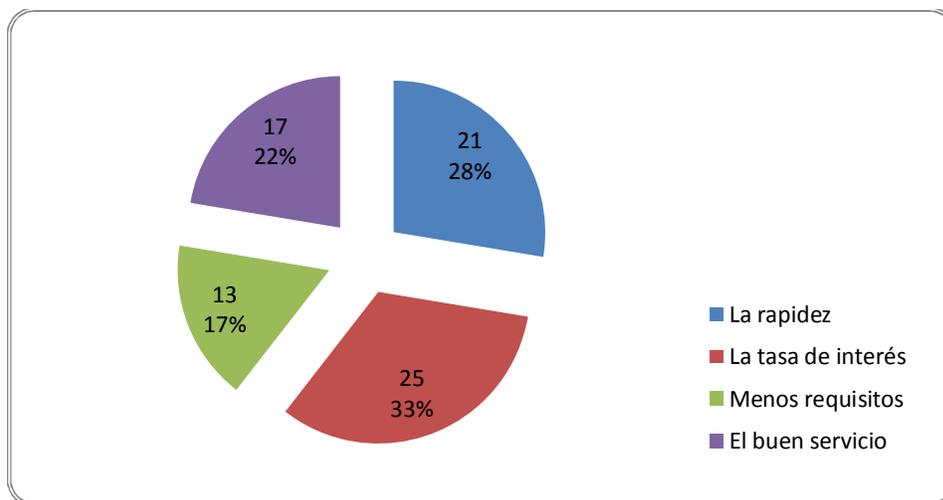
La variación de los negocios desde que obtuvieron el financiamiento, el 46.05% (35) creció bastante; el 40.79% (31), crece paulatinamente; el 9.21% (7) mencionan que su negocio se mantiene y el 3.95% comenta que su negocio ha disminuido. Podemos notar que aproximadamente en un 95% los negocios han crecido, lógicamente unos más que otros pero hay una variación positiva a lo largo de la utilización del microcrédito; esto además contrasta con los requerimientos contantes de financiamiento; en consecuencia los índices de rentabilidad, solvencia y apalancamiento han mejorado conllevando a mejorar el estilo y calidad de vida en la provincia de Cajabamba. Se ha podido constatar que actualmente microempresarios que anteriormente vivían en inmuebles alquilados, en la actualidad ya cuentan con inmueble propio (40% de microempresas accedieron a local propio. y han logrado diversificar sus actividades comerciales, generando mayor cantidad de ingresos. (Bitácora CMAC PIURA – Agencia Cajabamba. 2012).

**Cuadro N° 13. Aspecto más importante de un crédito para Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
13.1	La rapidez	21	27.63%
13.2	La tasa de interés	25	32.89%
13.3	Menos requisitos	13	17.11%
13.4	El buen servicio	17	22.37%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)**

**Gráfico N° 13. Aspecto más importante de un crédito para el Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 13

### Interpretación

Referente a la calidad del servicio el 27.63% (21) afirman que la rapidez es lo más importante; el 32.89% (25) aseguran que la tasa de interés; para el 17.11% (13) la solicitud con menos requisitos y el 22.37% priorizan el buen servicio brindado.

En realidad las diversas variables que acompañan al proceso de evaluación de la solicitud son importantes para el microempresario; dependen de la necesidad del financiamiento la valoración de cada variable. La oportunidad de aprovechar campañas estacionales a lo largo de todo el año, la atención de pedidos de sus clientes, ferias patronales de la provincia y zonas aledañas. Oportunidades de realizar inversiones en activo fijo como inmuebles primordialmente, vehículos, maquinaria industrial etc.

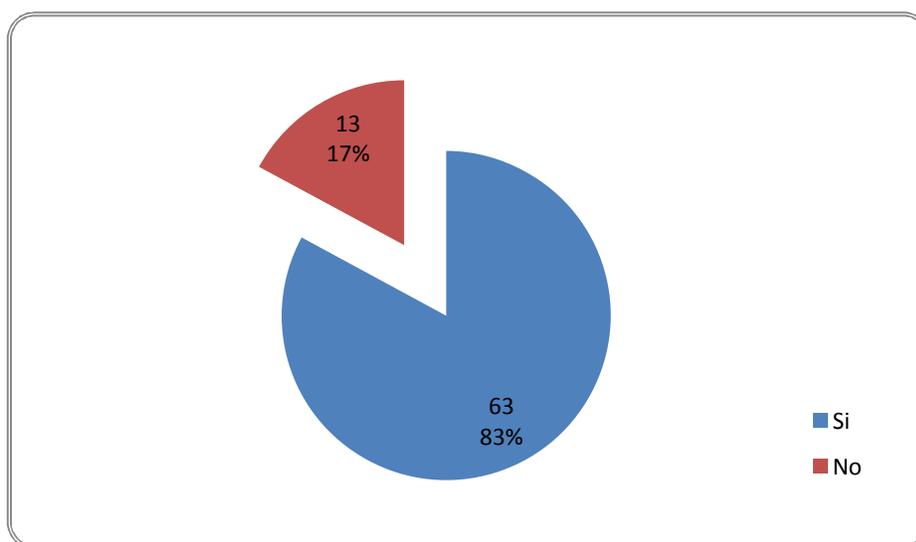
Teniendo en cuenta estos detalles, cada microempresario puede cambiar su valoración de cada variable de una decisión de financiamiento a otra; no en todas las solicitudes de financiamiento ponderará con los mismos porcentajes.

**Cuadro N° 14. Asesoramiento por parte de la Caja Piura según el Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
14.1	Si	63	46.05%
14.2	No	13	40.79%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 14. Asesoramiento por parte de la Caja Piura según el Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 14

### **Interpretación**

De la cartera de clientes encuestada, el 46.05% (63) afirman que reciben asesoramiento por parte de los funcionarios; mientras que el 40.79% (13) manifiestan que no lo reciben.

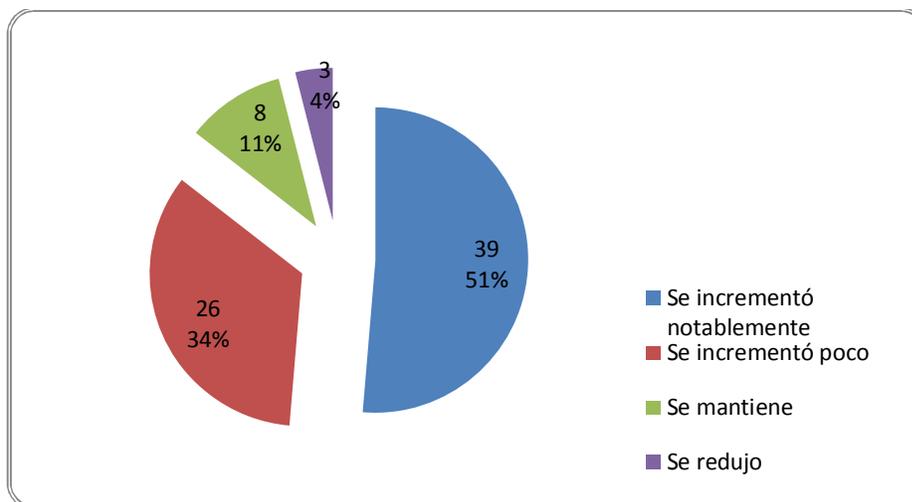
El asesoramiento que reciben de la CMAC PIURA es relativo, se limita a ordenar sus cronogramas de pagos, cambio de fechas acorde con su flujo de efectivo, de acuerdo a la evaluación realizada; el uso óptimo de los recursos. Además la forma de pago, sobre todo cuando se trata de financiamientos a un solo pago o también conocidos como libre amortización. El microempresario, por lo general conoce a profundidad el manejo de su actividad comercial, el sector de mercado al cual atiende, la competencia, conoce el manejo de precios y el manejo de sus márgenes de utilidad; funciones que la CMAC PIURA se limita a opinar.

**Cuadro N° 15. Evolución del capital de trabajo del Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
15.1	Incrementó. notable	39	51.32%
15.2	Se incrementó poco	26	40.79%
15.3	Se mantiene	08	9.21%
15.4	Se redujo	03	3.95%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)**

**Gráfico N° 15. Evolución del capital de trabajo del Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 15

### Interpretación

En la variación del capital de trabajo, el 51.32% (39) afirman que su capital ha crecido notablemente; el 40.79% (26) manifiesta que su capital creció poco. El 9.21% (3) afirma que su capital se mantiene y el 3.95% aduce que su capital disminuyó.

Este hecho es congruente con la mayor liquidez y consecuencia mayor capacidad de pago, de cada uno de los microempresarios, como lo demuestra su reporte y calificación en el sistema financiero, utilizado por CMAC PIURA, del que se obtuvo un promedio de crecimiento del capital de trabajo de los microempresarios del 23.03%.

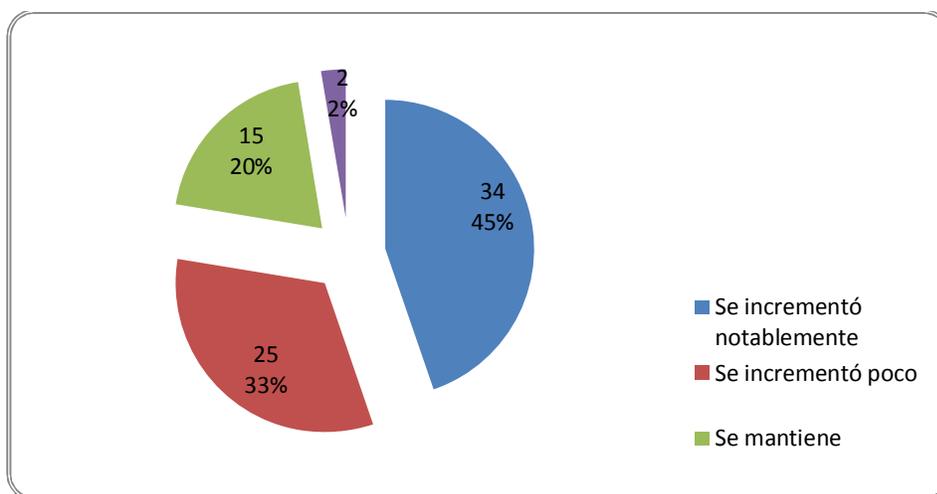
Este crecimiento se refleja en las solicitudes recurrentes de financiamiento de los microempresarios que han venido administrando eficientemente cada una de sus actividades comerciales, permitiéndoles el cumplimiento oportuno de sus obligaciones con la CMAC PIURA. Al contar con mayor cantidad de capital de trabajo, logran mejorar la rotación del mismo y en consecuencia logran una mayor rentabilidad de sus negocios. (Bitácora CMAC PIURA 2011 - 2012)

**Cuadro N° 16. Evolución del patrimonio personal del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
16.1	Incremento notable	34	44.74%
16.2	Se incrementó poco	25	32.89%
16.3	Se mantiene	15	19.74%
16.4	Se redujo	02	2.63%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)**

**Gráfico N° 16. Evolución del patrimonio personal del Cliente - Usuario del microcrédito. Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 16

### Interpretación

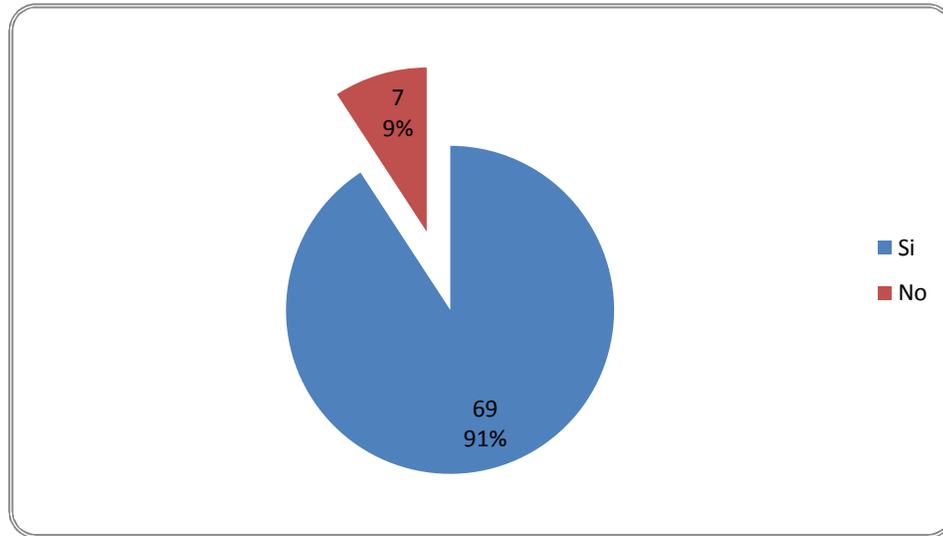
La variación del patrimonio se ha dado de manera positiva; en un 44.74% (34) creció notablemente; en un 32.89% (25) creció poco; en un 19.74% se mantiene y en un 2.63% se redujo. Según la evaluación de los microcréditos colocado por la CMAC Piura, el incremento promedio del patrimonio de los microempresarios fue del 25.93%

**Cuadro N° 17. Incremento de ventas y ganancias del Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
17.1	Si	69	90.79%
17.2	No	07	9.21%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 17. Incremento de ventas y ganancias del Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 17

### Interpretación

La variación de sus ventas, el 90.79% (69) afirma que se ha incrementado y solamente en un 9.21% se mantiene.

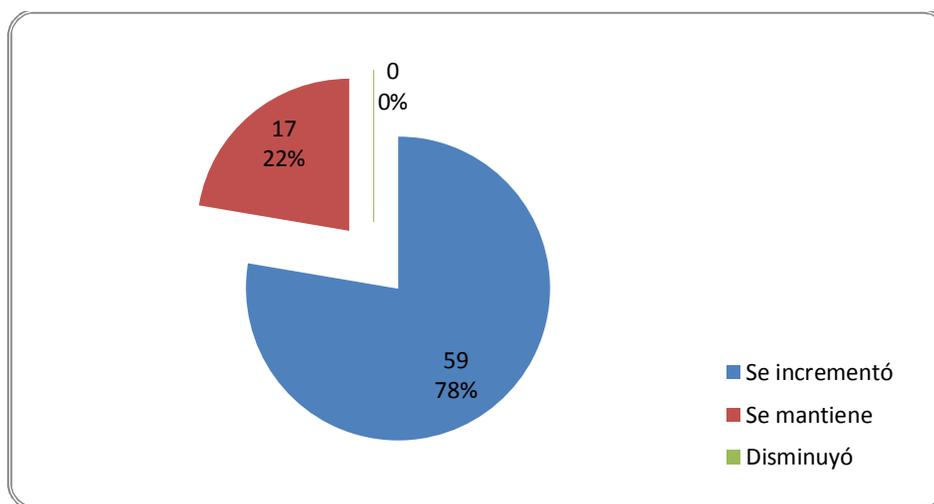
Los microempresarios señalan que con el financiamiento obtenido de la CMAC PIURA sus ventas le permiten obtener mayor ingresos y por ende mayor utilidades, logrando incrementar su capital de trabajo y sus ganancias; esta mejora les permite mejorar constantemente su capacidad de pago para recurrir y ser atendidos con sus solicitudes de financiamiento de manera oportuna. Según la evaluación de los microcréditos colocado por la CMAC Piura, el incremento promedio de las ventas los microempresarios fue del 26.00%.

**Cuadro N° 18. Variación del stock de mercaderías del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
18.1	Se incrementó	59	77.63%
18.2	Se mantiene	17	22.37%
18.3	Disminuyó	00	0.00%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 18. Variación del stock de mercaderías del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 18

### Interpretación

La variación de sus existencias, en un 77.63% (59), afirma que se incrementó; en

un 22.37% se mantiene; no hubo disminuciones.

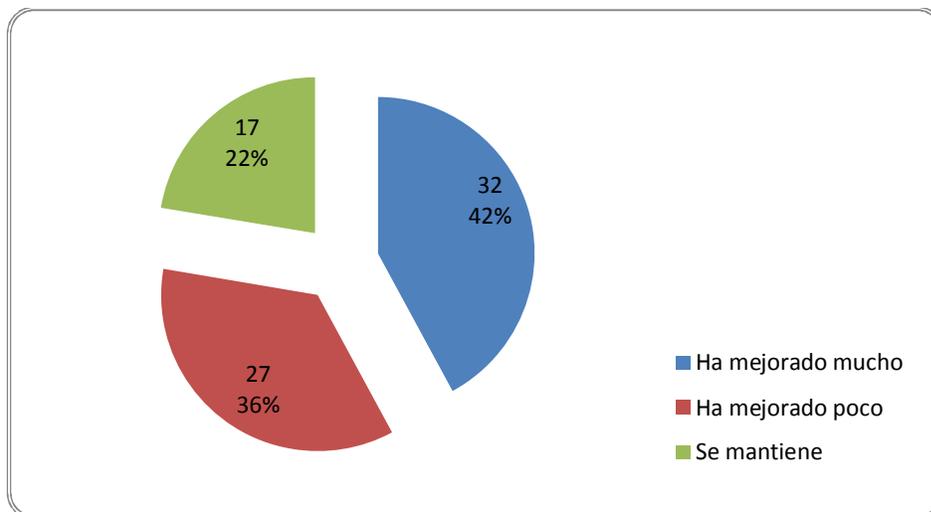
El incremento de sus existencias sustenta una mayor rotación de inventarios y por ende el incremento de sus ventas; de esta manera logran mayores ingresos. Las microfinanzas conllevan a que los negocios crezcan en sus diferentes variables, este crecimiento se dará teniendo en cuenta una administración eficiente de la microempresa en términos de financiamiento y rentabilidad. Según la evaluación de los microcréditos colocado por la CMAC Piura, la variación promedio de mercaderías de los microempresarios fue del 15.00%

**Cuadro N° 19. Instalaciones del negocio del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
19.1	Ha mejorado mucho	32	42.11%
19.2	Ha mejorado poco	27	35.53%
19.3	Se mantiene	17	22.37%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 19. Instalaciones del negocio del Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 19

### Interpretación

Las instalaciones con las que cuenta el negocio, en un 42.11% (32) ha mejorado mucho; en un 35.53% (27) ha mejorado poco y en un 22.37% se mantiene. Las instalaciones, locales comerciales notan una mejora sustancial.

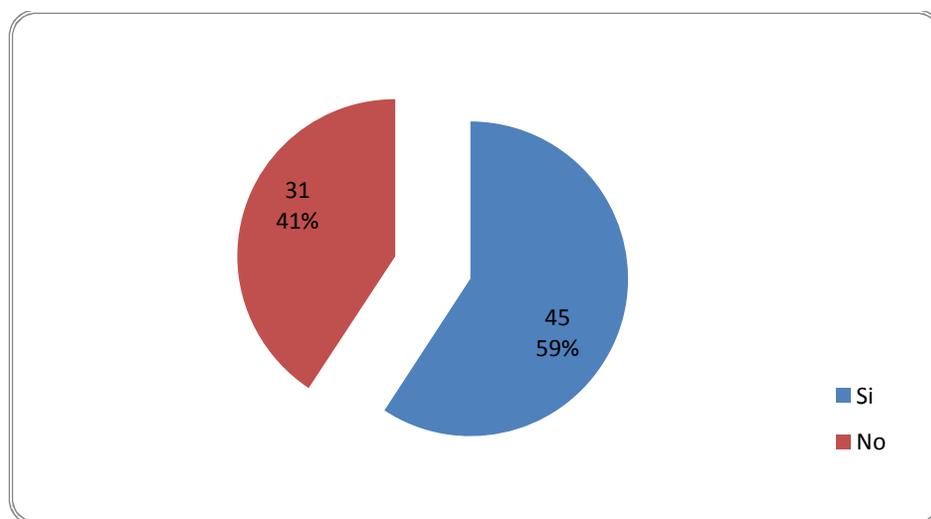
Las características de los clientes van cambiando a lo largo del tiempo, se han vuelto más exigentes y necesitan una mejor atención para seguir manteniéndolos; esa atención involucra en un mejor acondicionamiento y presentación de los productos ofrecidos por cada uno de los microempresarios.

**Cuadro N° 20. Ampliación del negocio del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
20.1	Si	45	59.21%
20.2	No	31	40.79%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 20. Ampliación del negocio del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 20

### **Interpretación**

El crecimiento económico les ha permitido incursionar en nuevos giros de negocio a un 59.21% (45) y un 40.79% (31) se mantienen en el rubro con el empezaron.

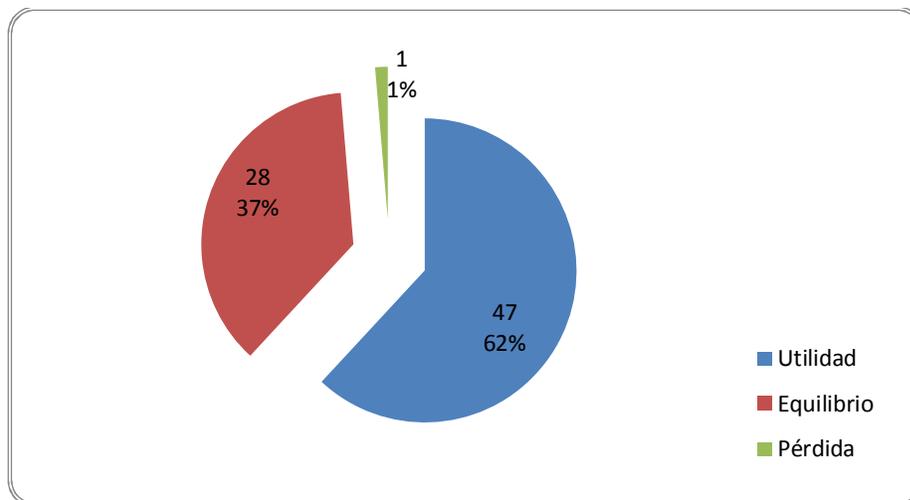
En un 59.21% se ha visto incrementar y diversificar sus actividades comerciales con negocios conexos principalmente en las actividades orientadas a brindar servicios. La diversificación de las actividades comerciales les permite también diversificar y obtener mayores ingresos logrando mejorar su flujo de efectivo. Sin embargo los microempresarios que no abrieron sucursales han mejorado sus negocios existentes. Según la evaluación de los microcréditos colocado por la CMAC Piura, el incremento promedio de apertura de nuevos negocios de los microempresarios fue del 3%.

**Cuadro N° 21. Resultados del negocio del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
21.1	Utilidad	47	61.84%
21.2	Equilibrio	28	36.84%
21.3	Pérdida	01	1.32%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Cuadro N° 21. Resultados del negocio del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 21

### Interpretación

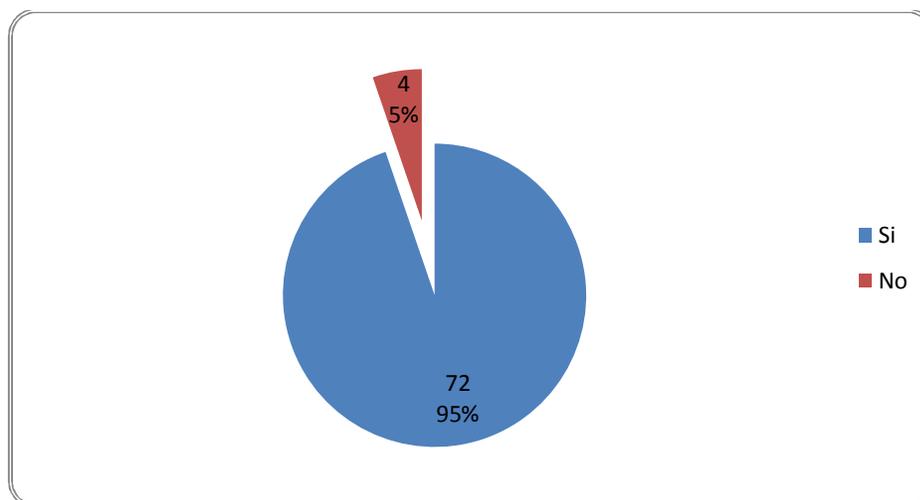
Los resultados que vienen obteniendo, de su negocio, a partir del año 2011; un 61.84% (47) tiene como resultado utilidad; un 36.84% (28) mantiene equilibrio y un 1.32% (1) manifiesta tener pérdida. El micro financiamiento otorgado por la CMAC PIURA acompañado de la buena administración por parte de los microempresarios genera utilidades como resultado. En la provincia de Cajabamba se está logrando mejorar los indicadores de rentabilidad, liquidez y solvencia, con todo ello contribuir a la reducción de la pobreza. Según la evaluación de los microcréditos colocado por la CMAC Piura, el incremento promedio de las ganancias de los microempresarios fue del 18.00%

**Cuadro N° 22. Capacidad de pago del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
22.1	Si	72	94.74%
22.2	No	04	5.26%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 22. Capacidad de pago del Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 22

### Interpretación

El negocio viene brindando ingresos suficientes para poder asumir cada una de sus obligaciones a un 94.74% (72); mientras que aun 5.26% (4), no le permite cancelar sus cuotas con normalidad.

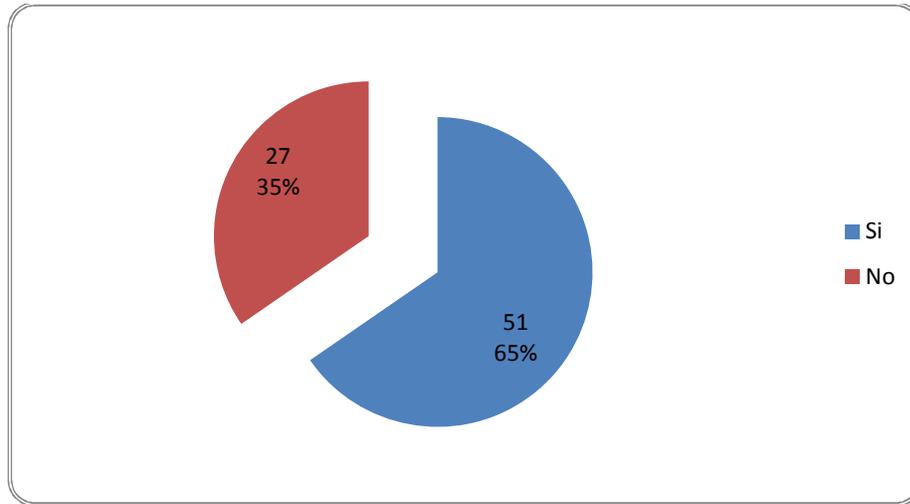
Existen factores que evaluados y administrados responsablemente dan resultados positivos, administración eficiente del negocio, recursos financieros; atención oportuna con sus clientes, conquista de nuevos mercados. Además mantener stock de mercadería actualizados para aprovechar, por ejemplo, campañas estacionales. Según la evaluación de los microcréditos colocado por la CMAC Piura, el incremento promedio de la capacidad de pago de los microempresarios fue del 11.47%

**Cuadro N° 23. Capacidad de pago y ahorro del Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	<b>N° de Clientes</b>	<b>%</b>
23.1	Si	51	67.11%
23.2	No	27	35.53%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)**

**Gráfico N° 23. Capacidad de pago y ahorro del Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 23

### Interpretación

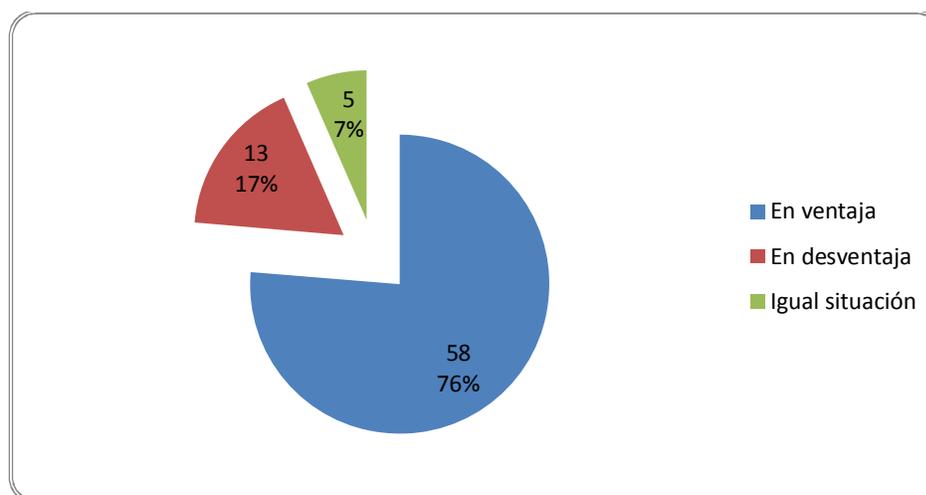
Los ingresos para poder cancelar obligaciones y poder ahorrar, en un 67.11% (51) Sí les permite; mientras que a un 35.53% (27) solamente les permite cancelar sus cuotas. La cultura de ahorro, dentro de la provincia de Cajabamba, se ha venido forjando a partir de la atención con microcréditos; esto tiene que ver además, con el seguimiento y asesoramiento continuo de la CMAC PIURA El financiamiento es acorde con las características del negocio, tales como tamaño, ubicación, movimientos, sumados a la experiencia que pueda tener el microempresario. El crecimiento sostenido del negocio sustentado en el ahorro y el esfuerzo propio viene dando resultados positivos en cada usuario de estos recursos. (Incremento de la capacidad de ahorro 12%)

**Cuadro N° 24. Comparación con otros negocios, Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
24.1	En ventaja	58	76.32%
24.2	En desventaja	13	17.11%
24.3	Igual situación	05	6.58%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 24. Comparación con otros negocios, Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 24

### Interpretación

El 76.32% (58) se considera en ventaja frente a otros negocios que no trabajan con créditos; el 17.11% (13) se consideran en desventaja y el 6.58% (5) manifiesta que se considera igual.

Los usuarios del microcrédito tienen ventajas frente a quienes no han hecho uso de este financiamiento; por las oportunidades que se les presenta y que pueden ser muy bien aprovechadas. Un financiamiento oportuno le permite al microempresario lograr buenos índices de rentabilidad, debido a que puede atender oportunamente a su cartera de clientes, además de poder invertir en patrimonio personal que mejore su calidad de vida.

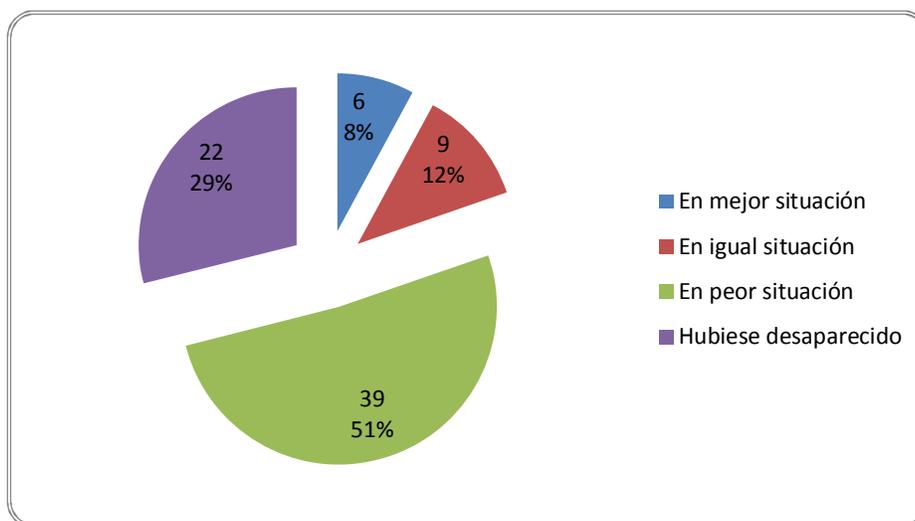
Además tienen la ventaja de ganar experiencia en el sistema financiero, obteniendo una calificación óptima que les permita ser sujetos de crédito a nivel de productos y servicios que brindan las diferentes entidades financieras.

**Cuadro N° 25. Visión de su negocio sin créditos, Cliente - Usuario del microcrédito  
Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
25.1	En mejor situación	06	7.89%
25.2	En igual situación	09	11.84%
25.3	En peor situación	39	51.32%
25.4	Hubiese desaparecido	22	28.94%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)**

**Gráfico N° 25. Visión de su negocio sin créditos, Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 25

### Interpretación

De acuerdo a la situación actual del negocio, si NO hubiesen obtenido crédito, el 7.89% (6) cree que estaría en mejor situación; el 11.84% (9) manifiesta que estaría en igual situación. El 51% (39) aseguran que su situación sería peor y el 28.94% (22) cree que su negocio hubiese desaparecido.

Los resultados del estudio muestran que el microcrédito ofrecido por la CMAC PIURA tiene un impacto positivo en el crecimiento de los microempresarios de la provincia de Cajabamba y es aún más importante que los créditos ofrecidos por la banca comercial por lo que el canal micro crediticio se convierte así en un

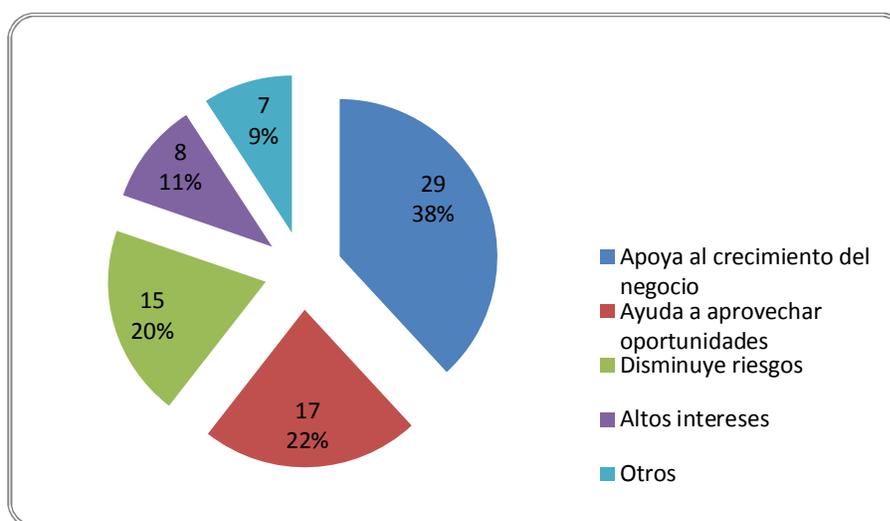
mecanismo para impulsar la actividad económica a nivel local. Los negocios han mejorado en porcentajes importantes, dándoles oportunidades para seguir incrementando sus utilidades.

**Cuadro N° 26. Opinión de la Caja Piura, Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**

Ítem	Descripción	N° de Clientes	%
26.1	Apoya al crecimiento del negocio	29	38.16%
26.2	Ayuda a aprovechar oportunidades	17	22.37%
26.3	Disminuye riesgos	15	19.74%
26.4	Altos intereses	08	10.53%
26.5	Otros	07	9.21%
	<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuesta aplicada (diciembre 2012 - enero 2013)

**Gráfico N° 26. Opinión de la Caja Piura, Cliente - Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 ó 2012**



Fuente: Cuadro N° 26

### **Interpretación**

De acuerdo a las opiniones vertidas por cada uno de los encuestados, el 38.16% (29) asegura que la Caja Piura apoya el crecimiento del negocio; el 22.37% (17) ayuda a aprovechar oportunidades; el 19.74% (15) manifiesta que ayuda a disminuir riesgos; el 10.53% (8) hacer saber que los intereses son altos y el 9.21% (7) manifestaron opiniones diferentes.

El impacto logrado por la CMAC PIURA en la provincia de Cajabamba es positivo, ha incidido en el crecimiento de los microempresarios. Los servicios financieros presentan un carácter dinámico y en permanente transformación como resultado de los cambios del entorno y de las crecientes y cambiantes necesidades de su población objetivo, provincia de Cajabamba.

**Cuadro N° 27. Cuadro Comparativo de Indicadores Económicos.  
Usuario del microcrédito Provincia de Cajabamba - periodos 2011 ó 2012**

Muestra: 76 clientes.

Valores promedio de la muestra realizada

Indicadores Económicos	Año 2011 monto en soles	Año 2012 monto en soles	Porcentaje de crecimiento
<b>Evaluación Promedio</b>			
Evolución del Capital de Trabajo	52,294.47	67,982.82	23.04%
Evolución del Patrimonio Personal	87,982.82	118,776.80	25.93%
Variación de mercadería (Act. Cte. Balance General)	63.00%	78.00%	15.00%
Evolución de Ventas	70,597.54	95,175.94	26.00%
Evolución de Ganancias	84,717.05	102,790.02	18.00%
Capacidad de Pago	83.00%	94.74%	11.74%
Capacidad de Ahorro	12,707.56	14,390.60	12.00%
Apertura de nuevos giros de negocio	16.00%	19.00%	3.00%
Apertura de nuevos puntos de venta.	21.00%	25.00%	4.00%
Nivel de Morosidad	2.2%	2.0%	- 0.2%

Fuente: CMAC. Piura. Microcréditos colocados entre s/.5000.00 y s/.20000.00  
Elaboración Propia (Muestra: 76 clientes. Valores promedio)

En el presente cuadro se ha logrado detallar sobre un valor promedio y en términos porcentuales, las principales partidas del Balance General, específicamente del activo Corriente, además la variación del patrimonio personal, de un periodo a

otro. Las microempresas han logrado tener un crecimiento considerable en cada uno de estos indicadores, lo que significa que han logrado incrementar su capacidad de pago, manteniendo una calificación normal en el sistema financiero lo que les permite seguir siendo sujetos de crédito. En general el índice de morosidad disminuyeron en 0.2% (Riesgo financiero)

## **CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES:**

- 1.** El otorgamiento del microcrédito, por parte de la CMAC PIURA Agencia Cajabamba, el seguimiento del mismo y la adecuada utilización ha incidido de manera positiva en el incremento sustancial del capital de trabajo de cada uno de los de microempresarios usuarios del crédito financiero (23.04%). Con un mayor capital de trabajo han logrado tener un crecimiento en la rotación de sus inventarios (variación de mercaderías 15%) y en consecuencia percibir mayores ingresos que se ven reflejados en la variación positiva de su patrimonio personal (25.93%), diversificando sus ingresos, asimismo se advierte un comportamiento positivo de otros indicadores tales como mayor rentabilidad (incremento de ganancias 18%) y liquidez y solvencia, (incremento de la capacidad de pago 11.74%) viéndose reflejado en la disminución de los índices de morosidad (0.02%) y mayor acceso a financiamientos.

2. El microempresario ha logrado mantener un crecimiento sostenido de cada una de sus microempresas a nivel de todo el ámbito de la provincia de Cajabamba. Podemos asumir que el incremento de las carteras de microcréditos, cuando mejoran el crecimiento económico de los microempresarios, como lo demuestra el presente estudio, favorece al fomento del autoempleo y dinamizan la economía contribuyendo al fortalecimiento de la economía local, regional, nacional.
  
3. Los microempresarios usuarios del crédito, han mejorado sustancialmente su capacidad de pago, logrando cumplir cada una de sus obligaciones financieras de manera oportuna, obteniendo una calificación optima en el sistema financiero lo que le permitió a más del 50% de microempresarios acceder a más créditos orientados a la ampliación de su negocio (Crecimiento 3%) y a la apertura de nuevos puntos de venta (crecimiento 4%).
  
4. La presencia de la CMAC PIURA en la provincia de Cajabamba ha contribuido al crecimiento de los microempresarios, logrando fortalecer su capital de trabajo y sobre todo su patrimonio personal, La CMAC PIURA ha desarrollado un plan estratégico con la finalidad de mantener un equilibrio entre la capacidad de atender a microempresarios muy pequeños (entre ellos los que viven por debajo del nivel de pobreza) y la rentabilidad.

## 5.2. RECOMENDACIONES:

1. A partir de la utilización y desarrollo del microcrédito, las microempresas de la provincia de Cajabamba, deben orientar sus acciones a mejorar su liquidez, rentabilidad y solvencia sin descuidar el incremento de su capital de trabajo, para seguir haciendo crecer su flujo de ingresos reales y de este modo lograr una mejor capacidad de pago.
2. Es fundamental que el manejo eficiente de los recursos de la microempresa, se vea reflejado en el ahorro y la inversión; esto hará que la variación del patrimonio personal de cada microempresario siga incrementándose de manera positiva, posibilitando que una parte importante de la sociedad Cajabambina pueda acceder a mejorar sus condiciones de vida.
3. El Estado Peruano debe generar políticas e incentivos en el campo de las microfinanzas, tales como fomentar transparencia en la información financiera, reducción de tasas de interés, etc, para los microempresarios que se dedican a desarrollar actividades agrícolas y productivas, sin descuidar a los microempresarios que se dedican a actividades comerciales y de servicios, con la finalidad de que éstos puedan alcanzar un crecimiento auto sostenible; asimismo, el Estado debe generar políticas e incentivos para las instituciones microfinancieras, de

tal manera que éstas contribuyan al desarrollo económico social de los sectores afectados por la pobreza; fundamentalmente sectores que jamás tuvieron acceso al sistema financiero.

4. Es necesario que los microempresarios desarrollen, con el asesoramiento del sector financiero, la capacidad de conquistar nuevos mercados, diversifiquen e innoven sus productos, mantengan un stock actualizado y logren aperturar nuevos puntos de venta, con la finalidad de ser competitivos, mantener sus ingresos y mantenerse vigentes en el sector.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar A. Giovanna. (2011). *"Microcrédito y Crecimiento Regional en el Perú"*. Departamento de Economía de la Pontificia Universidad Católica del Perú: Tesis

Alvarado, J.; Portocarrero, F.; Trivelli, C. y otros. (2001). *El financiamiento informal en el Perú*. Lecciones desde tres sectores. Perú: IEP.

Bunge, Mario. (1999). *Las ciencias sociales en discusión: Una perspectiva filosófica*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Centeno V. Ernesto. (2009). *Diferentes Sistemas de Gestión de una Empresa*. Perú: Pueblo Libre

Centeno V. Ernesto. (2008). *Mundo Mype*. Recuperado en noviembre de 2012 de [www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=80](http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=80)

Consortio de Investigación Económica y Social. (2010). *La oferta actual del microcrédito en el Perú*. Recuperado en diciembre de 2012 de [www.cies.org.pe](http://www.cies.org.pe).

Cortez García, Francisco. (2007). *Caracterización y Alcance de la Actividad Microfinanciera*. Perú: Boletín Económico de ICE N° 2915.

Drucker, P. F. (1986). *La innovación y el empresario innovador*. Cali Colombia: Editorial Norma.

G. Arias, Fidias. (1999). *El Proyecto de Investigación: Guía para su elaboración*. Caracas: Editorial Episteme.

Instituto De Investigación El Pacífico. (2004). *Dirección y Gestión Financiera*. Lima. Perú; Pacífico Editores.

Karl H. Vespers, (1990). *New Venture Strategies*. Universidad de Michigan: Prentice Hall.

Ledgerwood, J. (1999). *Manual de Microfinanzas. Una perspectiva institucional y financiera*. Washington: Banco Mundial.

León De La Cruz, Carlos. (2008). *Características del acceso al crédito para microempresarios de Trujillo y Cajamarca ó Perú*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrobejo. Tesis. .

Myers. (1984). *La Teoría del Pecking Order*. España: Rivera Godoy.

M. Y Valdivia, Jaramillo N. (2005). *Las políticas para el financiamiento de las Pymes en el Perú*. Lima. Perú: Grade.

Martínez Mora, Magdalena. (2008). *Las Micro finanzas en el Ecuador y su contribución en la Reducción de la Pobreza*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales. Tesis.

Modigliani, F. y Miller M. (1958). *El costo del Capital*. The American Economic Review. Vol. 48.

Mondragón Hernández, Sonia (2011). *Marco conceptual de las teorías de la irrelevancia, del trade offy de la jerarquía de las preferencias*. Colombia: Cuadernos de Contabilidad.

Patiño C, Omar A. (2010). *El modelo MIFE como instrumento para la formalización del empresariado. Una aplicación para las microempresas informales de Bogotá D.C.*". Madrid. España: Tesis Doctoral

Portocarrero, F. (2001). *Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito: Su experiencia en el microcrédito en el Perú*. DT-I33JP. INDES. Chile.

Paul D. Reynolds, Michael S. Camp. (1999). *Executive Report Global Entrepreneurship Monitor*. London: Business School.

Sabino Carlos. (2005). *Diccionario de la Economía y Finanzas*. Recuperado en diciembre 2012 de <http://www.eumed.net/coursecon/dic/incoterms.htm>.

Sánchez G. C. Lissette. (2011). *La diversidad de actividades económicas de los grupos domésticos rurales en la valoración del riesgo por parte de las Micro financieras*. Estado de México: Tesis de Maestría

Sierra Bravo, Restituto. (2002). *Tesis Doctorales y Trabajos de Investigación Científica*. (Quinta Edición). Madrid España.

Torres B., Colonibol. (2000). *Metodología de la Investigación Científica*. (Séptima Edición) Perú: Editorial Libros y Publicaciones.

Trivelli, C. y otros. (2003). *Visión de conjunto: A manera de Introducción. Mercado y gestión del microcrédito en el Perú*. Perú: CIES..

Valderrama Mendoza, Santiago. (2002). *Pasos para Elaborar Proyectos y Tesis de Investigación Científica*. Perú: Editorial San Marcos.

Varela Rodrigo & Bedoya Arturo (2006). *Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias*. Colombia: Icesi. Estudios gerenciales.

Van C. Jorge James & Wachowicz John M. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera*. (Undécima Edición). México: Pearson Educación.

Velázquez Vadillo Fernando (2004). *Elementos explicativos del endeudamiento de las empresas*. México. Análisis Económico Núm. 40 UAM

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

Virreira Centellas, Rolando. (2010). *Introducción a las microfinanzas.* Buenos Aires: CAFIN.

### **PÁGINAS WEB**

[www.cajapiura.pe](http://www.cajapiura.pe) Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura. S.A.C.

[www.peru.com.pe](http://www.peru.com.pe) Financiamiento de las PYMES. Economist Intelligence.

[www.bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe) Banco Central de Reserva del Perú.

[www.fpcmac.org.pe](http://www.fpcmac.org.pe) FECMACP. Federación de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Perú.

[www.sbs.gob.pe](http://www.sbs.gob.pe) COPEME, Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Pequeña y Microempresa.

[www.sbs.gob.pe](http://www.sbs.gob.pe) superintendencia de Banca y Seguros. SBS.

### **OTROS**

Bitácora de la CMAC PIURA. Agencia Cajabamba. (2011 – 2012)

Sistema SOFIA de la CMAC PIURA S.A.C. (Actualizado 2012)

## **APÉNDICES**

**Apéndice N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**TÍTULO: Í Incidencia de las Microfinanzas de la CMAC Piura S.A.C. en el Desarrollo Económico de los Microempresarios de la Provincia de Cajabamba en los periodos 2011 - 2012í**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	CONCEPTO	INDICADORES
<p>¿En qué medida el otorgamiento de los microcréditos de la CMAC PIURA S.A.C. ha incidido en el crecimiento económico de los microempresarios de la provincia de Cajabamba?</p>	<p>GENERAL Evaluar y determinar la incidencia del financiamiento de la CMAC PIURA en el crecimiento económico de los microempresarios de la provincia de Cajabamba.</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la evolución de los indicadores financieros de las microempresas de la provincia de Cajabamba que obtuvieron financiamiento de la CMAC PIURA en el periodo 2011-2012.</li> </ul>	<p style="text-align: center;">El financiamiento otorgado por la CMAC PIURA S.A.C ha conllevado al crecimiento económico de los microempresarios de la provincia de Cajabamba.</p>	<p style="text-align: center;">Crecimiento económico</p>	<p style="text-align: center;">Proceso sostenido de crecimiento en que los niveles de actividad económica aumentan constantemente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de Capital de Trabajo</li> <li>• Incremento de Patrimonio personal.</li> <li>• Incremento de ventas y ganancias</li> <li>• Crecimiento del negocio</li> <li>• Capacidad de pago</li> <li>• Capacidad de ahorro</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la variación patrimonial de la microempresa, tanto a nivel de capital de trabajo como a nivel de su patrimonio personal, en cada uno de los microempresarios en el periodo específico 2011-2012.</li> <li>- Determinar la evolución y la sostenibilidad del crecimiento de los negocios (microempresa) de cada uno de los usuarios de los microcréditos.</li> <li>- Determinar si la incidencia del financiamiento conllevó a la apertura de nuevos puntos de venta.</li> </ul>		<p style="text-align: center;">Financiamiento de la CMAC Piura a las Microempresas.</p>	<p style="text-align: center;">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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frecuencia del crédito</li> <li>• Tipo (Capital de trabajo, Activo fijo, Consumo)</li> <li>• Destino del crédito</li> <li>• Cantidad de inversión</li> <li>• Supervisión del crédito</li> <li>• Asesoramiento</li> </ul>

**Apéndice N° 2**

**ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES MICROEMPRESARIOS  
DE LA CMAC PIURA S.A.C. AG. CAJABAMBA**

La presente investigación se realiza para evaluar el crecimiento económico de los microempresarios, clientes de la Caja Piura, de la provincia de Cajabamba. Por favor responda con precisión las siguientes preguntas:

**1. Mencione el sector al que pertenece:**

- |              |     |             |     |
|--------------|-----|-------------|-----|
| - Comercio   | [ ] | - Servicios | [ ] |
| - Producción | [ ] | - Otros     | [ ] |

**2. ¿Cuál fue el rubro con el que inició su negocio?**

Actividad \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_

(Ejemplo: Venta de abarrotes )

**3. Caja Piura inicia sus operaciones de Ahorro y Crédito en el año 2007. ¿qué impresión le causó?**

- |         |     |               |     |
|---------|-----|---------------|-----|
| - Buena | [ ] | - Regular     | [ ] |
| - Mala  | [ ] | - Indiferente | [ ] |

**4. ¿En cuántas oportunidades recibió financiamiento de la Caja Piura?**

- |       |     |              |     |
|-------|-----|--------------|-----|
| - Una | [ ] | - Más de dos | [ ] |
| - Dos | [ ] |              |     |

**5. ¿Qué le llevo a requerir los servicios de ésta institución**

- |                                      |     |                     |     |
|--------------------------------------|-----|---------------------|-----|
| - Crédito para capital de trabajo    | [ ] | - Gastos personales | [ ] |
| - Crédito para compra de activo fijo | [ ] | - Otros             | [ ] |

**6. ¿Realmente el destino del microcrédito fue el que Ud. hace mención en su solicitud de crédito?**

- |      |     |      |     |
|------|-----|------|-----|
| - Sí | [ ] | - No | [ ] |
|------|-----|------|-----|

- Si la respuesta es NO, indicar Porqué?.....



**14. ¿Recibe asesoramiento por parte de Caja Piura acerca del manejo de su negocio?**

- Si  - No

**15. ¿Cómo considera la evolución de su capital de trabajo, desde que obtuvo el financiamiento en Caja Piura hasta la actualidad, teniendo como base al año 2011?**

- Se incrementó notablemente  - Se incrementó poco   
- Se mantiene  - Se redujo

**16. ¿Cómo considera la evolución de su patrimonio personal, desde que obtuvo el financiamiento en Caja Piura, hasta la actualidad, teniendo como base el año 2011?**

- Se Incrementó notablemente  - Se Incrementó un poco   
- Se mantiene  - Se redujo

**17. ¿Desde el año 2011, ha evaluado que existe un incremento en sus ventas y en sus ganancias?**

- Sí  - No   
- Porqué?.....

**18. Con el apoyo de Caja Piura, cómo ha variado el stock de sus Mercaderías?**

- Se incrementó  - Se mantiene  - Disminuyó

**19. En cuanto a las instalaciones con las que cuenta su negocio**

- Ha mejorado mucho  - Ha mejorado poco  - Se mantiene

**20. ¿Ha incursionado en otro negocio diferente y/o sucursales, con apoyo del préstamo y las utilidades del primer negocio?**

- Si  - No

**21. ¿Qué resultados está obteniendo en su negocio a partir del año 2011?**

- Utilidad  - Equilibrio  - Pérdida

**22. ¿Considera que su negocio le rinde las utilidades suficientes como para hacer efectivo el pago de sus cuotas sin ningún contratiempo?**

- Si [ ] - No [ ]

**23. ¿Considera que su negocio le rinde las utilidades suficientes como para hacer efectivo el pago de sus cuotas y poder ahorrar?**

- Si [ ] - No [ ]

**24. ¿En comparación con los negocios que NO trabajan con préstamo, como considera su negocio?**

- En ventaja [ ] - En Desventaja [ ] - Igual Situación [ ]

**25. ¿Cómo cree que estaría su negocio si NO hubiera obtenido préstamos?**

- En mejor situación [ ] - En igual situación [ ]  
- En peor situación [ ] - Hubiese desaparecido [ ]

**26. Finalmente ¿Qué opinión tiene de Caja Piura?**

- Apoya al crecimiento del negocio [ ] - Ayuda a aprovechar oportunidades [ ]

- Disminuye riesgos [ ] - Altos intereses [ ]

- Otro.....

.....

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**