

**CONSORCIO DE INVESTIGACION ECONOMICA SOCIAL – CIES
PROYECTO BREVE CERRADO**

**DETERMINANTES DEL MICROREDITO Y PERFIL DE LOS
MICROEMPRESARIOS URBANOS EN LAS CIUDADES DE
CHICLAYO Y TRUJILLO - PERÚ**

Informe Final

Autor:

Eduardo Martín Amorós Rodríguez

DETERMINANTES DEL MICROCRÉDITO Y PERFIL DE LOS MICROEMPRESARIOS URBANOS EN LAS CIUDADES DE CHICLAYO Y TRUJILLO-PERÚ

RESUMEN

El análisis efectuado en dos importantes ciudades norteñas del Perú, permite verificar que la fuerte oferta expansiva de las microfinanzas, se sustenta en la creciente actividad económica regional, beneficiando principalmente a los pequeños comercios e industrias locales. Se observa una concentración entre pocos competidores en Chiclayo, quienes se disputan los clientes y presionan el mercado. Finalmente existe el liderazgo de una sola entidad en Trujillo, en donde hay una menor penetración en el rubro de la pequeña empresa. La maduración del sector microfinanciero, se sostiene en el análisis de la demanda, así en Trujillo el potencial de crecimiento es el 10% del mercado no cubierto y 4% en Chiclayo, esto se mide a partir de las necesidades de crédito en mercados no cubiertos, sin autoracionamiento ni restricciones de oferta. Sin embargo, existe un amplio potencial en el mercado cubierto, alrededor de 32% de clientes crediticios están insatisfechos con su actual proveedor financiero, dejando espacio a la competencia y a la baja progresiva de las tasas de interés. El acceso al crédito tiene que ver con variables como la formalidad y gestión de los procesos internos, con la legalidad tributaria, con la antigüedad del negocio, con la formalidad jurídica del patrimonio, el valor del activo fijo y con el tamaño de la empresa medida por el número de trabajadores. La evidencia es relativa en el caso de la educación del empresario y no se encuentra evidencias de sesgos por género. Finalmente, en cuanto al tamaño del crédito, priman los criterios de gestión de procesos internos, antigüedad, valor del activo fijo y el tamaño del negocio.

Palabras clave: Microfinanzas, microcrédito, segmentación y perfil de microempresarios

I. INTRODUCCIÓN

Las microfinanzas han adquirido relevancia en el mercado financiero peruano, las entidades ofertantes en este rubro han alcanzado en la actualidad US\$ 2 mil millones en activos representando un 14% del sistema financiero. Asimismo, los créditos otorgados suman alrededor de US\$ 1,603 millones siendo el 9% de las colocaciones del sistema financiero. Esta participación es creciente, pues a inicios del año 2001, las microfinanzas sólo representaban el 2% del total colocado en el ámbito nacional. El ritmo de crecimiento del sector es de 27% anual desde el año 2001, ritmo que supera largamente el crecimiento promedio del sistema financiero nacional situado alrededor del 6% anual.

El atractivo de este sector no sólo ha quedado en instituciones financieras pequeñas o regionales, sino que ha impulsado a la generación de áreas de crédito a la pequeña empresa en la banca comercial, un sector que por largo tiempo estuvo fuera de este negocio. Muchas son las razones esgrimidas para no entrar al microcrédito, entre ellas resaltan la informalidad de los pequeños empresarios, el riesgo elevado de no pago, la morosidad, el costo operativo de cada operación, entre otros factores que sin embargo fueron bien canalizados por las entidades dedicadas a este segmento del mercado, que se estructuran en tres tipos: Cajas Municipales, Cajas Rurales y Entidades de desarrollo de la micro y pequeña empresa (EDPYME). Dichas entidades asumieron mayores niveles de riesgo pero trasladándolo al mayor costo del crédito, con tasas de interés que superan al típico crédito bancario, pero con un modelo de negocios de venta y seguimiento personal, el mismo que permite mantener tasas de morosidad aún menores, en muchos casos, que la banca comercial.

Un factor que ha posibilitado la entrada de la banca comercial a este segmento, es la bancarización de los clientes, los que ahora cuentan con historial crediticio, reduciendo de ese modo los riesgos de colocación al tener mayor información sobre los mismos, este trabajo de bancarización ha sido quizás, el gran aporte de las entidades dedicadas a las microfinanzas.

El sector ha tenido un crecimiento particular, Cajas Municipales como la de Piura o Trujillo en el norte y Arequipa en el sur, crecieron 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.

No obstante, la pregunta sobre los límites de crecimiento del mercado de microfinanzas esta vigente, al menos en las regiones del interior del país. Por lo general, el sector 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 si la expansión en los mercados regionales, en este caso del norte del Perú, es aún posible para el sistema de microfinanzas.

Por ello es necesario conocer a los actuales clientes del sector, analizar si la informalidad sigue siendo predominante y si esta es un obstáculo en el crecimiento del crédito o si existe aún un mercado insatisfecho, que región es la que tiene un mayor potencial de crecimiento, o si existen diferencias entre los clientes en cada región y al interior de cada región, las mismas que condicionen la evolución o tamaño del crédito.

Este trabajo busca conocer las características de los microempresarios como sujetos de crédito en los mercados urbanos de Trujillo y Chiclayo, información de gran utilidad para la gestión de los mercados financieros y el desarrollo de nuevos productos que permitan bancarizar más al sector con un impacto positivo en el crecimiento de las regiones del país.

II. MARCO TEÓRICO

Este estudio se enfoca en conocer el perfil de los microempresarios y sus distintos segmentos; información relevante para la toma de decisiones por parte de los ofertantes, ya que la segmentación de mercados es una parte estratégica en el desarrollo de la oferta.

La segmentación de pequeños empresarios

La segmentación se ocupa del mejor entendimiento de los clientes, con fines de que las organizaciones puedan generar los mayores beneficios que emanan de brindar un producto o servicio acorde a las necesidades de un grupo específico de consumidores, Badgett y Stone (2005) señalan que las organizaciones de todo tipo pueden elevar sus ingresos con una segmentación que mejore su acceso y participación en su mercado objetivo.

El objetivo del marketing es centrarse en un mercado o segmento meta, en donde los individuos interaccionan mediante el intercambio de bienes y servicios que se amoldan a sus necesidades, deseos y capacidad de compra. Las estrategias de las organizaciones son variantes respecto de la naturaleza del mercado donde operan, si los mercados son difusos, poco segmentados, o muy diferentes entre sí; entonces las estrategias se orientan al diseño de productos o tecnologías que permitan acceder al mercado promedio o se adaptan al grupo diferente más grande, a mediano plazo las innovaciones en el producto o las estrategias de minimizar costos a desarrollar, permitirán que otros clientes puedan acceder al producto.

Si los mercados son similares o con clientes del mismo perfil, entonces las organizaciones tenderán a tomar todo el mercado, las estrategias en este caso pueden ser desde los bajos precios hasta la uniformidad del producto, inclusive la uniformidad en campañas de comunicación hacia los clientes. Aún bajo este criterio, los mercados pueden ser agrupados, al interior de estos grupos los consumidores tienen diversas similitudes en cuanto a preferencias respecto del producto y características personales sean sociales o económicas.

Estos denominados segmentos, son a su vez diferentes entre sí, y esta diferencia puede ser en una o más características relacionadas al comportamiento del consumidor.

La segmentación o agrupamiento de clientes, se genera primero, por las relaciones que los individuos plantean en torno al producto que compran, si sus percepciones en torno al producto difieren, entonces estamos en presencia de individuos que pertenecen a grupos distintos. Mientras esa separación sea medible o susceptible de acción, es posible influenciar a un grupo mediante estrategias empresariales, por ejemplo de precios o publicitarias, entonces el segmento se puede identificar.

Un segundo nivel del proceso de segmentación se relaciona con las características personales del cliente, aspectos que pueden encajar en lo demográfico, económico, aspectos sociales o culturales, en ese sentido mientras estas características permitan identificar grupos similares de consumidores, entonces estaremos ante un segmento. No necesariamente todas las características son diferentes, como ya se mencionó tendrá que existir al menos una o más variables que permitan diferenciar los grupos de consumidores.

La segmentación eficaz (Kotler, 2001) menciona algunos criterios a cumplir: la medición posible ya mencionada; la relevancia del segmento, es decir que el tamaño sea relevante para los fines de desarrollo empresarial o de crecimiento del mercado, en este caso un buen criterio es saber si puede generar rentabilidad en la organización o en el sector (Fernández, 2002). Otro criterio es que sea accesible a la aplicación de estrategias de marketing o también susceptible de acción en algunas de las variables relevantes del sector, por ejemplo precios; otro aspecto a considerar es que sea diferenciado, es decir que los consumidores al interior del segmento respondan de manera similar ante algunos cambios en las variables de mercado y que a su vez respondan de modo diferente a otros grupos de consumidores.

De acuerdo a Badgett y Stone (2005), la tendencia en los procesos de segmentación es al uso de criterios multidimensionales, en su estudio para el mercado norteamericano en diversos sectores, encuentra que la mayor parte de organizaciones segmenta con aspectos demográficos, le sigue el uso del enfoque de necesidades, luego viene la segmentación por beneficios, la segmentación por conducta de compra, los estilos de vida, la segmentación por ocasión de compra y en menor medida la segmentación por actitudes.

Dichos enfoques comparten más de una característica, por ejemplo los estilos de vida pueden incorporar aspectos demográficos o conductuales. La segmentación por beneficios puede incorporar los aspectos de ocasión de compra, es decir no existe un único criterio de segmentación estamos más bien ante un uso amplio de aspectos multidimensionales. En este sentido, algunos esfuerzos de segmentación se orientan a la variación de la conducta del consumidor ante cambios en determinada variable, si esa variación se produce en unos consumidores y en otros no, entonces estamos ante segmentos distintos. Acorde al criterio multidimensional, los criterios para segmentar o diferenciar grupos de consumidores son

variados, para empezar se debe definir las variables de segmentación, algunas ya mencionadas, por ejemplo la edad del consumidor, los niveles educativos o la residencia, las cuales pueden ubicarse en los aspectos demográficos sociales. Otros aspectos son: La frecuencia de compra, el lugar de compra, los cuales pueden encajar en el aspecto de ocasión, algunos autores como Czinkota y Ronkainen (2001) mencionan los beneficios que derivan del producto, como la percepción de imagen o status, la comodidad de los aspectos tangibles del producto o sus ventajas intangibles. En muchos casos aquí pueden derivarse aspectos como la actitud hacia el producto, por ejemplo preferencias de marcas o percepción de calidad.

Otros criterios usados pueden ser la tenencia de activos, la generación de ingresos u otras variables que calzan con los aspectos económicos. Una tendencia es al uso de los estilos de vida, en este caso la segmentación no se basa sólo en el aspecto socio económico, sino que se incluyen los beneficios en torno al producto, los motivos de compra relacionado al factor ocasión, asimismo aspectos culturales como los grupos frecuentados, tendencias religiosas u otros criterios que definan actitudes aspiracionales (o percepción del plan de vida futuro) de los consumidores.

Así como hay diversos criterios, también se exploran formas diversas de segmentar, al respecto Barone y Bella (2004) en un estudio sobre segmentación de clientes de seguros, proponen la elasticidad precio como criterio último de segmentación, a partir de la decisión de compra cuando los precios varían, sin embargo también se consideran dimensiones como la demográfica, conducta de compra y tipos de seguro de vida demandados. Esta posición refuerza el hecho de que la segmentación es bajo características multidimensionales.

Christopher (1969) plantea una segmentación en categorías dicotómicas, por ejemplo estar en un rango de edad definido es parte del segmento, si no esta en ese rango es parte de otro segmento, las categorías o variables dicotómicas pueden ir variando en cada nivel de segmentación, puede ser que en un grupo de edad consignemos sólo mujeres y así sucesivamente. El mismo autor plantea el método de agrupamiento de variables por *cluster analysis* o *análisis de conglomerados*, método que permite usar múltiples variables para agrupar a los consumidores.

Dabic, et al (2006) usa el análisis de conglomerados para segmentar según la conducta del consumidor, este autor define el análisis como un proceso para hallar grupos homogéneos de consumidores, a partir de las desviaciones cuadráticas o euclidianas en torno a las respuestas. Bajo este criterio, los segmentos se determinan en función a las respuestas con menor desviación cuadrática, lo que evidencia entrevistados similares.

Saunders (2001) emplea el análisis de conglomerados para segmentar por beneficios, haciendo extensivo el método para segmentar con variables motivacionales, a decir del

autor el método puede generar dos resultados extremos, primero la existencia de grupos homogéneos, segmentos naturales, grupos diferentes o simplemente consumidores diferentes entre sí, no obstante el proceso no contempla validación estadística, lo cual puede ser una debilidad, aún cuando es una herramienta útil para las decisiones de marketing. Las referencias señalan un uso extensivo del análisis de conglomerados a diversos criterios de segmentación, en si lo más relevante es la adecuada selección de variables.

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

Se puede concluir que uno de los criterios de segmentación más importante gira en torno al tamaño del negocio y en segundo aspecto a las relaciones que se establecen con la entidad financiera, las cuales pueden derivar en poca o mucha lealtad al actual ofertante de microcrédito, desde allí podemos explorar la insatisfacción de los clientes en un mercado ya cubierto. En el caso que esas relaciones con los ofertantes no existan, pero hay la intención del crédito, entonces podemos derivar la parte de mercado no satisfecha actualmente.

Es relevante, además, conocer las cualidades personales del microempresario como la educación, aspecto relevante en los estudios de Amao y Ogbowa (2005), también aspectos relacionados a la conducción del negocio como los ingresos generados e inclusive el género (Hietalahti y Linden, 2006) como factores de crecimiento del negocio, asimismo sus preferencias en cuanto al financiamiento, sea mediante una entidad de microcréditos o mediante prestamos informales, en este aspecto Lelong y Schwartz (2003) manifiestan que sólo el 2.6% de microempresas en Latinoamérica accede al crédito formal. En algunos casos se puede dar una conexión con entidades de la banca comercial, es decir ya el segmento es penetrado por actores que tradicionalmente no intervienen en el mismo; de modo que considerar el acceso al crédito formal e informal como criterio de segmentación es también relevante.

Características del microcrédito o las microfinanzas

Una definición específica de microcrédito, es que este dinero ayuda a reforzar la capacidad de compra individual, porque se dirige a salvaguardar el consumo del hogar o de la persona. Siguiendo a Armendáriz y Morduch (2005), se define al microcrédito como aquella

disposición de recursos presentes, que se dirige al alivio de la pobreza; una realidad particularmente presente en el ámbito rural o las zonas urbanas periféricas.

Bercovich (2004), señala que si bien el microcrédito se origina como parte del alivio a la pobreza, esta fase inicial ha dado paso a formas de crédito a grupos no necesariamente pobres, pero que no han sido cubiertos en la oferta de créditos formal o pre existente (microfinanzas). El autor señala que las entidades de microcrédito con fines sociales, tienden a no ser autosustentables en sus recursos, recurriendo a donaciones o a fuentes públicas no reembolsables. Algo también reseñado por Morduch (1999) quien señala que las entidades de microcrédito por lo general mantienen alguna forma de subsidio al crédito (ya que se financian con donantes), no obstante el costo del subsidio es menor a los retornos que se exhiben en la situación económica y social de las familias, lo cual implica que exigir autosostenibilidad en estas condiciones, puede ser contraproducente para la lucha contra la pobreza.

El crédito como medio directo de lucha contra la pobreza; ha quedado reservado en muchos casos a las entidades sin fines de lucro (organizaciones no gubernamentales, denominadas ONG en el Perú). Al respecto Conde (2003) señala que la experiencia de estas entidades en México, no sólo ha representado un acceso al crédito de los pobres, sino un real cambio en la calidad de vida, sobre todo cuando los grupos creados para este fin han tenido además otro tipo de transferencia no económica, como puede ser la alfabetización, programas de salud y otros aspectos inclusivos en la vida social de las comunidades rurales.

Copstake *et al* (2005) señalan la evidencia de impactos positivos en la reducción de la pobreza, cuando se da un accionar combinado del microcrédito con programas de apoyo social, actividad generalmente desarrollada por ONGs. Con información procedente de diversos ámbitos del Perú, los autores hallan evidencias en mejora de ingresos familiares, evidenciando también el crecimiento de los negocios que han sido soportados por la actividad microfinanciera. Un ejemplo de estas actividades combinadas de microcrédito y ayuda social, se encuentra en el accionar de Mibanco (banca especializada en la pequeña empresa).

Esa transición desde los créditos pequeños otorgados con fines de alivio a la pobreza, sosteniendo actividades económicas pequeñas mediante autoempleo, ha ido evolucionado hacia ofertas crediticias especializadas, generalmente conocidas como microfinanzas. En este caso las entidades de microfinanzas, buscan su autosostenibilidad (aún cuando esta premisa no se logre en algunos casos) para lo cual brindan servicios financieros rentables a empresas ya existentes.

Las microfinanzas evolucionan favorablemente en los mercados urbanos, en donde el repago garantiza más acceso al financiamiento y una mayor expansión, además de integrar al empresario a sistemas de control de riesgos o bancos de información que el ámbito rural

se reducen notoriamente, otro aspecto es el control gubernamental de las entidades ofertantes, en buena cuenta se evoluciona a instituciones formales de control, mecanismo que ayuda al desarrollo del sistema financiero. Por ello en el caso urbano, las microfinanzas han tenido un impacto diferente, el mayor logro quizás sea la penetración del mercado financiero en sectores tradicionalmente no atendidos. Esta penetración ha traído como consecuencia el sostenimiento y crecimiento del empleo en las pequeñas y microempresas abundantes en nuestros países; si bien este empleo es generalmente precario, permite sostener en modo importante las economías urbanas regionales. Estos efectos positivos son generados aún en situaciones de crisis macroeconómica, sobre todo en los países latinoamericanos con una frecuente volatilidad en su crecimiento, a pesar de ello las entidades de microcrédito han venido creciendo paulatinamente inclusive a mayor ritmo que la banca comercial tradicional, generado un impacto importante en el desarrollo financiero local o regional (Jansson, 2001).

En el Perú, como en otros países, la oferta de microcrédito con fines de lucha contra pobreza, se ubica generalmente dentro de la estructura de organizaciones no gubernamentales (ONG); otras modalidades de financiamiento son de aquellas entidades que sostienen el autoempleo de sus miembros y se denomina generalmente Cooperativas de Ahorro y Crédito, un paso más adelante y ya en la esfera de las microfinanzas; se encuentran aquellas orientadas al crédito a microempresas como las Entidades de Desarrollo de la Microempresa (EDPYME) y en una escala de mayor desarrollo con créditos hacia la micro y pequeña empresa, además de cumplir diversas funciones de la banca comercial se encuentra las Cajas Rurales y Cajas Municipales (Jansson, 2001).

Dado que el mercado crediticio no es restringido al accionar de una entidad específica, es posible encontrar compitiendo en el mismo mercado a las cooperativas de crédito, edpymes, cajas rurales, cajas municipales, bancos especializados en pequeña empresa y banca comercial, cuyo fin es básicamente la expansión de las operaciones de la empresa mediante el financiamiento especializado (Jansson, 2003).

El sistema de microfinanzas tiene algunas diferencias con la banca comercial, una de ellas es que las entidades de microfinanzas no cumplen todas las funciones que la banca realiza, esto debido a criterios regulatorios. Otra diferencia notoria son las tasas de interés cobradas, las mismas que superan en gran medida el interés cobrado por la banca. Copa *et al* (1995) manifiestan que este podría ser un aspecto positivo, ya que la pequeña empresa peruana al financiarse a altas tasas de prestamistas informales, en realidad no tienen mucha sensibilidad al precio y ello ayudaría a la entrada de entidades de microfinanzas a tasas relativamente altas pero menores a los créditos informales; permitiendo de ese modo cubrir los altos costos de monitoreo o vigilancia del repago, dado que el seguimiento efectuado por las entidades de microfinanzas al crédito, es personal y continuo.

En otros casos la vigilancia del repago, se ayuda de créditos solidarios o grupales, aspecto aún presente en las realidades rurales; pero en los ámbitos de la microempresa urbana, el crédito es una actividad personal y por ende costosa de seguir, sobre todo cuando los montos son pequeños, en ese caso la única forma de rentabilizar a los ofertantes es sostener altas tasas de interés (Banerjee, 2002).

En el mercado de microfinanzas hay características que permiten su separación de los mercados bancarios tradicionales, Chong y Schroht (1998) señalan que los clientes de microfinanzas por lo general carecen de colateral, que la información respecto del historial crediticio es limitada; que existen problemas de selección adversa por información asimétrica. Es decir que la probabilidad de prestarle dinero a un cliente con problemas de repago, con riesgos elevados o conducta dudosa; es alta ante ausencias de información pasada del cliente, riesgos que actualmente se han reducido ante la expansión de las centrales de riesgo y la mayor penetración del mercado, cambios que se han dado continuamente desde finales de los años 90. Otros factores que diferencian el mercado microfinanciero se relacionan con el seguimiento más costoso, ventajas que dispone la banca comercial al contar con clientes más grandes o mejor conectados al mercado financiero. El mercado microfinanciero también tiene aspectos culturalmente aceptados, como la permanencia de crédito subsidiado del estado o de ONGs (aspecto muy reducido en los mercados urbanos) y la falta de ahorro de los hogares pobres. Sin embargo este último argumento de los autores es un tema debatible toda vez que el ahorro en las microfinanzas tiende a ser creciente en los últimos años.

Investigaciones relacionadas a las microfinanzas tienden a especificar el financiamiento a partir del género, en este sentido Yunus (2006) señala el abierto énfasis de brindar crédito a mujeres, considerando que ello permite una elevación de ingresos en la familia y la generación de ahorros (producto que también ofrece el Grameen Bank) que puede hacer sostenible el proceso de intermediación.

En esta dirección, Lesser (2001) encuentra que el impacto del crédito orientado a mujeres que dirigen o pertenecen a pequeños negocios u hogares pobres en Latinoamérica y África; ha generado un amplio impacto en la movilización del ahorro como fuente de sostenibilidad de las entidades de microfinanzas, las evidencias del autor apuntan a una mejor distribución del gasto dentro del hogar en donde una mujer se ha beneficiado del crédito. Esto es debido a que la mujer se preocuparía más del bienestar familiar invirtiendo en la nutrición o el cuidado de los hijos, aspecto que difiere a la distribución del gasto en hogares en donde el crédito es administrado por hombres. Sin embargo, el estudio si bien encuentra que en la base de poblaciones pobres, el crédito es preferentemente hacia mujeres, esto no reporta una discriminación de género.

En general, la discriminación del crédito por género, sea hombres o mujeres, es algo relativo en el mercado de microfinanzas, Baydas *et al*, (1994) concluyen que la discriminación en el crédito hacia mujeres es relativa. La preponderancia del crédito, no se da porque los ofertantes tengan sesgos particulares hacia un género, sino que responde a otros patrones más amplios, los cuales pueden deberse a la presencia de la mujer en la actividad económica, pequeña en países de Latinoamérica, y por ello no solicitan mayormente un crédito. Siguiendo al autor, esto supone que las microfinanzas en general no se relacionan a la retórica de igualdad, ya que no son los ofertantes los que establecen diferencias, sino la capacidad de pago de los individuos u organizaciones.

Otras discriminaciones pueden darse en el mercado microfinanciero, Blanchard *et al* (2007) analizan la existencia de discriminaciones por origen racial en el mercado norteamericano. La probabilidad de acceder al crédito o el sesgo a sufrir mayores tasas de interés se aplica sobre las minorías étnicas en este mercado, dicha evidencia no puede ser generalizable, no obstante los mercados latinoamericanos escaparían a esta posibilidad, toda vez que las principales entidades de microfinanzas están ubicadas en zonas de alta concentración migratoria o dirigidas a diversos grupos étnicos como el caso boliviano.

Otro aspecto que podría señalar niveles de discriminación, se relaciona con el acceso al crédito entre pobres y los más pobres. Coleman (2006) analiza que entre los grupos creados para crédito en diversas zonas de Tailandia, hay cierta preferencia y oportunidad al crédito hacia aquellos prestatarios con mayores recursos (los más ricos entre los pobres).

El acceso al crédito puede ser diferenciado entre quienes poseen activos sean comerciales o del hogar y quienes no, dado que los créditos generalmente en el mercado microfinanciero no tienen colaterales de mayor valor, tal como expresa Mosley y Hulme (1998) quienes encuentran un mayor impacto en la mejora de ingresos, entre las familias menos pobres que acceden al crédito, la razón es la presencia de mayores activos comparado a las tenencias de la familias pobres o muy pobres, las cuales se orientan a cubrir el consumo y por ende su impacto en el ingreso es menor.

Evans *et al* (1999) señalan que hay un mayor acceso de los más pobres al crédito, pero es insuficiente para el desafío contra la pobreza, ya que del total de clientes potenciales sólo reciben el crédito una cuarta parte de ellos. Las razones de esta baja participación siguen relacionadas a la escasa tenencia de activos (poca propiedad o dotación de tierras, por ejemplo), un tamaño familiar reducido y al bajo nivel educativo del jefe de hogar, principalmente mujeres. Estas son causales que autolimitan a los demandantes de crédito, además de la siempre insuficiente oferta crediticia.

Las entidades de microfinanzas son muy sensibles al medio en que se desenvuelven de modo que la aplicación en un país de éxitos externos es relativa, Hollis y Sweetman (1998) postulan que el factor cultural puede generar patrones de confianza distintos en los clientes

de una misma entidad de microfinanzas presente en varios países. Asimismo, concluyen que un factor clave en el desarrollo de las entidades microfinancieras es ser sostenible en la obtención de fondos que permitan colocaciones a mediano plazo. En otro estudio Hollis y Sweetman, (2001) afirman que es vital manejar una flexibilidad e innovación en las regulaciones de los mercados financieros que permitan ampliar el ciclo de vida de estas entidades en el tiempo.

La evolución de las entidades microfinancieras, tiene un fuerte sustento en la sostenibilidad de su propio financiamiento; esto se debe a que muchas de estas entidades se iniciaron con fondos donados, con financiamiento subsidiado del estado e inclusive con fondos reembolsables a bajo costo de cooperación internacional, fondos que al fin y al cabo se agotarán y limitarán su expansión. Por ello, las entidades de microfinanzas que han podido crecer son aquellas que han movilizad o de mejor manera el ahorro en el medio financiero en donde operan, es decir reduciendo sus fuentes subsidiadas e incrementando sus depósitos, en algunos casos usando créditos de otras entidades a tasa de mercado, pero que se compensan con las relativamente mayores tasas del sector microfinanciero. Dicha evolución se ha logrado transmitiendo confianza en el mercado, asegurando mediante una fortaleza de gestión su presencia a largo plazo, tal ha sido el caso de las Cajas Municipales en el Perú y otras experiencias latinoamericanas reseñadas por Bicciato *et al* (2002).

Otro fenómeno presente en la evolución de los mercados de crédito orientados a la pequeña empresa, es la existencia de una oferta dual, por un lado la oferta formal de crédito y por otro la oferta informal, la coexistencia de ambas fuentes supone algún grado de riesgo en la posibilidad de repago, debido principalmente a la toma de varias fuentes de financiamiento que pueden exceder la capacidad de pago del empresario. Este aspecto puede ser mejor controlado por los prestamistas informales al estar cerca del demandante y esos costos de control se incorporan en sus tasas de interés, por ello tienden a ser más altas que el crédito formal.

Las entidades de microfinanzas despliegan el mismo esfuerzo en pos de reducir el riesgo moral que supone un endeudamiento conocido por parte del empresario pero desconocido por la entidad financiera formal, por ende el prestamista informal tiene más ventajas en este sentido, su riesgo se reduce al aspecto operativo del negocio antes que al sobre endeudamiento; cuando las entidades financieras encarecen su crédito por este monitoreo, sucede una elevación del endeudamiento informal que es más atractivo para el empresario, ello hace que el seguimiento costoso que hacen las entidades de microfinanzas, no puede ser asumido por la banca tradicional con menores tasas de interés y estilos diferentes de control del cliente. (Bloise y Reichlin, 2005).

Segmentación de clientes en la oferta de microfinanzas

Un criterio usado para segmentar a los clientes de microfinanzas, por parte de los ofertantes, son los riesgos de repago en los clientes, han sido analizadas por De Morais (2005). El autor manifiesta la múltiple segmentación que recibe el pequeño empresario, ya que recibe financiamiento de acuerdo al tamaño que posee, las garantías que puede exhibir o las relaciones que logre entablar con la banca. En todos los casos aún cuando pueda ser segmentado en el tamaño del crédito, el pequeño empresario siempre asume altas tasas de interés, producto de la elevada percepción de riesgo y las malas condiciones de acceso a la información de la empresa en el contexto brasileño.

Otros factores son la informalidad de los pequeños negocios, los altos costos en la recuperación de activos brindados como garantías (costos judiciales o administrativos) y finalmente, el acceso se ve limitado por la exigencia de garantías reales o bienes que sustenten la posibilidad de repago.

En la experiencia del Grameen Bank, la base de la recuperación de créditos o el repago es la reputación del cliente, el crédito inicial puede ser muy pequeño pero va incrementándose conforme el cliente cumple con sus pagos, como un mecanismo de incentivo y relación a largo plazo. Por ello dicha entidad exhibe un 98% de repago, aún sin exigir garantías reales a sus clientes (Morduch, 1999)

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

Otros criterios de segmentación de los clientes, por parte de los ofertantes, se relacionan con la información histórica de pagos del cliente, su calidad crediticia medida por rechazos anteriores, el número de dependientes en el hogar, los que tienen un alto indicador de apalancamiento financiero, de igual modo son diferenciados los créditos agrícolas favoreciendo a los créditos comerciales o de consumo, un aspecto relacionado al mayor riesgo del sector agrario.

En consonancia a la discriminación crediticia sectorial, Jaramillo y Valdivia (2005) encuentran que el sector comercio peruano está claramente sobre financiado, mientras que el sector industria tiene un subutilización del crédito, de modo que en el mercado potencial peruano, un 40% de pequeños negocios, aún está insatisfecho. No obstante este mercado sería mayoritariamente informal, ese mercado no cubierto se basa en razones de demanda antes que restricciones de oferta, primero porque la oferta de fondos hacia las entidades de microfinanzas se han venido expandiendo y segundo, porque la banca comercial en lugar de

desarrollar el mercado, esta captando a clientes de las entidades de microfinanzas, al no ampliarse el mercado, los clientes, principalmente comerciales, tenderán a escasear.

Al respecto del tamaño de la organización, Jaramillo (2008) analiza que el éxito financiero de las pequeñas empresas, tiene mucho que ver en las dimensiones del negocio y el volumen operativo que manejan, ello garantiza que los demás recursos involucrados puedan ser optimizados y además se genere un repago de deudas sin que esto afecte la caja destinada a los accionistas o la caja requerida para las inversiones necesarias para el crecimiento. Este criterio sigue los hallazgos de Orlando y Pollack (2000), quienes encuentran que las pequeñas empresas con dos empleados o de autoempleo, son las que tienen menos ingresos y ganancias, afectando con ello su capacidad de pago y por ende son racionados.

Gomero (2003) en un análisis relacionado a las pequeñas empresas textiles en Lima, evidencia la existencia de un menor crédito por ausencia de garantías, por encima del efecto de la tasa de interés, esa percepción vista desde el lado de la demanda, considera además una autoexclusión de los clientes, por el exceso de trámites o requerimientos para solicitar un crédito, dichas restricciones pueden haberse visto reducidas si consideramos que las entidades de microfinanzas entraron recientemente a operar en el mercado limeño.

Es necesario conocer además, aspectos como la educación formal del empresario, la tecnología empleada, la innovación en los procesos, el capital social que genera el empresario (medido como el grado de asistencia o pertenencia a otras instituciones e inclusive su estado civil), el conjunto de estos factores permiten diferenciar el crecimiento de las empresas y el éxito en rentabilidad que estas alcanzan. Es decir no sólo bastan los recursos financieros, sino la forma como estos se interrelacionan al capital social o humano para generar rentabilidad. (Honig, 1998).

Un aspecto fundamental en las tendencias de crecimiento futuras del sector microfinanciero, son las motivaciones del pequeño empresario. Si bien, a primera vista podía señalarse que las pequeñas empresas en Latinoamérica surgen como respuestas a la situación de desempleo existente; estudios de Kantis (2002) para Latinoamérica y Asia, encuentran que la autorrealización es el principal motivo para convertirse en empresario, le sigue el hecho de mejorar los ingresos, eso va unido a que en ambos lugares, la principal fuente de financiamiento para empezar el negocio son los ahorros personales, le siguen los créditos de proveedores, los amigos y en cuarta línea los bancos. El estudio además encuentra que el problema principal en el desarrollo del negocio, es administrar la liquidez, si bien las entidades de microfinanzas no intervienen generalmente en financiar negocios nuevos, si intervienen en la liquidez cuando el negocio ya tiene un tiempo en el mercado, de modo que las oportunidades existentes son altas, sobre todo porque la pequeña empresa cuenta cada vez con más conductores capacitados. El estudio señala una mayor incidencia de formación de nivel superior en los empresarios, no obstante a diferencia de Asia, en Latinoamérica las

empresas tienden a ser muy pequeñas ya que en promedio tienen dos socios, contra los 4 o más de las empresas asiáticas, esto implica la existencia de limitantes en el tamaño del crédito en el mediano plazo.

Venero y Yancari (2003) analizan la demanda crediticia en Huancayo, las conclusiones pueden resumirse en que el menor acceso de los clientes, se produce principalmente por los niveles de aversión al riesgo y de procedimientos crediticios en el caso urbano, mientras que en el caso rural se debe al elevado costo del financiamiento. El ámbito rural es particularmente desfavorecido debido a la presencia de altos costos de transacción y riesgos (reflejados en las tasas cobradas). En el caso urbano el mercado es principalmente liderado por la banca comercial, entidades de microfinanzas como Caja Municipal Huancayo tienen un segundo lugar en el mercado, pero lideran el aspecto microfinanciero. Los autores señalan que el peso de la banca comercial puede generar restricciones crediticias al imponer sus procedimientos (como líder del mercado) en los demás ofertantes y con ello se raciona a los clientes. Los autores encuentran algunas características saltantes que diferencian a hogares con capacidad de pago y aquellos que no, entre ellas resaltan la educación del jefe de familia, el acceso a seguros de salud, y el ingreso por hogar, ello en el caso urbano. En el aspecto rural un factor diferenciador es el grado de dependencia que soporta el jefe de familia. Los autores señalan que el factor de mayor impacto en la demanda, sería la oferta crediticia de planes de pago o cuotas que se sujeten a las características del cliente; por otro lado la tasa de interés o el plazo de pago, no parecen ser obstáculos en la demanda del cliente.

El mercado peruano de microfinanzas en la última década

En la actualidad, algunas entidades de microfinanzas han alcanzado una escala nacional, la fragmentación que podía observarse en los 90 se ha reducido a las partes más bajas del mercado, donde generalmente operan las Edpymes y a escala regional. Estas tendencias han permitido una reducción gradual de las tasas de interés, sin embargo al no estarse aún en un escenario de mayor competencia, las tasas siguen altas y responden a esa limitada segmentación del mercado que señala Portocarrero *et al* (2002).

Portocarrero (2000) señala que para la expansión del sector es necesario que se presenten fusiones y otros mecanismos de privatización de las principales entidades microfinancieras (Cajas Municipales), de modo que la escala de operaciones se haga más amplia. No obstante el crecimiento de estas entidades parece aún sostenible, su expansión al mercado limeño le ha dado más capacidad de operación, queda sin embargo pendiente el hecho que la maduración de la industria obligará a mecanismos de eficiencia y ahorro en costos, que actualmente pueden limitarse al ser las cajas entidades estatales. Las estrategias futuras

pueden pasar por una integración con cajas más pequeñas, la absorción de Edpymes y la emisión de títulos para financiamiento en el mercado de capitales.

Siguiendo lo anterior, la concentración de las entidades de microfinanzas puede ser ventajosa por la mayor escala y menores costos operativos, pero también puede generar rigideces a la baja en las tasas de interés. (Rebolledo y Soto, 2005)

Venero (2002) también enfatiza en la ventaja de los prestamistas informales, quienes poseen una tecnología crediticia flexible y se adecuan bien a las demandas de los clientes. Tal como existe una heterogeneidad en la demanda, también en la oferta informal de crédito existen variadas tecnologías para los distintos tipos de negocios, otro hallazgo interesante de la autora se relaciona con la vulnerabilidad de los negocios, concluyendo que ante situaciones de shock, aquellos que recurren más al crédito informal son los negocios rurales; mientras que los negocios urbanos, principalmente comerciales, pueden recurrir al capital de trabajo o el ahorro del hogar, aspectos que señalan cierta sostenibilidad de la oferta informal que provee a los pequeños empresarios comerciales. Alvarado *et al* (2001) también confirma la evidencia de que los no pobres acceden al crédito formal y poseen mayores niveles de garantías que en el caso de aquellos con crédito informal.

En el caso de la restricción crediticia en el ámbito microfinanciero rural peruano, los hallazgos de Portocarrero y Tarazona (2003) evidencian que la cartera agraria manejada por las Cajas Rurales tiene retornos negativos, igual sucede con los créditos a pequeños negocios en estos ámbitos, entre los factores está el elevado riesgo que exige mayores provisiones y mayores tasas de morosidad. Las diferencias con los créditos de consumo y créditos comerciales urbanos es notoria, estas entidades generan 10 veces más rentabilidad en estas operaciones que en aquellas destinadas al ámbito rural. De modo que tal como se ha observado en los últimos años, estas Cajas Rurales terminan concentrándose en el ámbito urbano en donde pueden ser viables, manteniendo estancadas las posibilidades del financiamiento rural, por ello esta labor actualmente es fuertemente atendida en el rubro agrario, por el estatal Agrobanco.

III. MATERIAL Y MÉTODOS

Hipótesis

Dado que el objetivo del trabajo es encontrar las características de los microempresarios y sus distintos segmentos regionales, consideramos que estos segmentos tanto en Trujillo como en Chiclayo son diferentes entre sí, siendo el comportamiento del microempresario diferenciado en cada región.

Tipo de Investigación

El tipo de investigación desarrollada es descriptiva.

Población y muestra en las ciudades de Trujillo y Chiclayo.

En el caso de la **ciudad de Trujillo**, la población de referencia estimada esta constituida por comerciantes ubicados en los principales mercados como La Hermelinda, Mayorista, Las Malvinas y Zona Franca. El estimado total de población fue de 8,225 puestos en actividad o establecimientos comerciales (datos de los centros comerciales). Posteriormente se procedió a estimar la muestra de estudio, considerando los siguientes valores estadísticos:

Tabla 3.1. Valores estadísticos para muestra aleatoria en Trujillo

Detalle	Valor
Población	8,225
P	0.5
Q	0.5
Confianza	95%
Error	5.7%
Confianza estándar (Z)	1.96

Para estimar la muestra a trabajar, se usó la fórmula siguiente:

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

Con la anterior ecuación, se estimó la muestra en **287** entrevistas, las cuales se realizaron al azar en cada mercado. La muestra se hizo a modo de conglomerados, repartiendo el número de entrevistados en los mercados seleccionados. Se estructuró la muestra del siguiente modo:

Tabla 3.2. Estructura de la muestra en Trujillo

Zona	Entrevistas	%
Hermelinda	100	35
Malvinas	30	10
Mayorista	87	30
Zona Franca	70	24
Total	287	100

En el caso de la **ciudad de Chiclayo**, la población esta constituida por comerciantes ubicados en los principales mercados de Chiclayo y sus distritos conexos. El análisis del sector financiero, arroja que las operaciones financieras se centran mayormente en Chiclayo y Leonardo Ortiz. En cada distrito se ubicaron los mercados representativos, en Leonardo Ortiz fue el mercado Moshoqueque; en Chiclayo fueron el Mercado Modelo, Mercado Central, Feria Balta, Calle San José y en La Victoria se seleccionó el Mercado AZ. El estimado total de población de referencia en Chiclayo, es la cantidad de 15,023 puestos en actividad o establecimientos comerciales.

Con los mismos criterios estadísticos anteriores, se estimó una muestra de **300 entrevistados** en la ciudad de Chiclayo. Un paso siguiente fue repartir las entrevistas en los mercados seleccionados, procedimiento que fue al azar en cada uno de ellos. Así mismo se usó la información anterior referente a la estructura poblacional de los comerciantes y se estructuró la entrevista del siguiente modo:

Tabla 3.3. Estructura de la muestra por mercado en Chiclayo

Distrito	Mercado	Empresarios	%
José Leonardo Ortiz	Mdo Moshoqueque	100	33.3
Chiclayo	Mdo Modelo	60	20.0
	Mdo Central	40	13.3
	Zona Com. San José	40	13.3
	Feria Balta	30	10.0
La Victoria	Mdo AZ	30	10.0
Total		300	100.0

Toma de información en las ciudades de Trujillo y Chiclayo

Para la toma de información se hizo previamente el diseño de una encuesta que capture información relacionada a las características del empresario, las actividades relacionadas al financiamiento y la demanda de créditos. Para el diseño de encuesta se hicieron visitas a los mercados de alta concentración de pequeños empresarios, en donde se hizo una muestra piloto de 15 entrevistas rápidas que nos indiquen las principales dimensiones de los clientes de micro finanzas, estas dimensiones principalmente fueron:

- Aspectos educativos y de género
- Estructura o tipo de Construcción del puesto comercial
- Tipo de actividad comercial
- Nro de trabajadores
- Ingresos
- Formalidad y procesos de conducción del puesto
- Tipos de financiamiento
- Necesidades de crédito y sus motivaciones en torno a los requerimientos crediticios
- Entidades crediticias con las que tiene relación y su grado de satisfacción

Adicional a ello, se revisó encuestas realizadas anteriormente por otras instituciones como la consultora Maximize (aplicada en Chiclayo el 2006), esta suma de experiencias permitió el diseño final de la encuesta aplicada en las ciudades señaladas. La encuesta se aplicó durante los días viernes a domingo en simultáneo para los diversos mercados que existen en cada ciudad. El levantamiento de información tuvo una duración de 2 meses, en Trujillo se realizó la primera encuesta en Enero y en Chiclayo fue en Febrero Marzo de 2008. Para reducir sesgos de error se contó con 15% de supervisión efectiva de las encuestas realizadas, para garantizar su idoneidad. La encuesta contó con el apoyo de algunas entidades del sector micro financiero interesados en conocer las bondades y potencial de crecimiento del mercado en estas zonas.

Metodología de segmentación de microempresarios

Para determinar los segmentos o tipos de empresarios, se aplicó un análisis de conglomerados a toda la muestra. Para proceder a la aplicación del método antes mencionado, obtener una segmentación de los empresarios y luego describir las características de los empresarios en cada segmento; primero se seleccionaron las variables que sirvieron como criterios de agrupamiento, las principales son:

- La edad del entrevistado
- Los ingresos y antigüedad del negocio
- Nro de trabajadores
- El nivel educativo y la edad de los empresarios
- El tipo de material de construcción empleados en el establecimiento comercial
- La cantidad de trabajadores
- La forma organizativa, y
- Las formas y tamaños del financiamiento

Para elegir estas variables se tomó en cuenta la naturaleza de la información a levantar, primero que los datos correspondan a toda la muestra, porque en el caso de pequeños empresarios formales e informales, los datos serían parciales en la muestra, de modo que estaríamos segmentando la proporción de entrevistados ya sean formales e informales o haciendo sub muestras en la base de datos, perdiendo gran parte de información, este aspecto prima en variables dicotómicas como género u otras. Por ello se prefirieron variables que generan la mayor amplitud de muestras posibles. El análisis de datos respectivo fue efectuado con el programa SPSS v14, con la técnica de cluster, con distancias euclidianas (cuadráticas entre elementos) bajo el criterio de vecino más lejano (mayor amplitud del punto de referencia para agrupar elementos de la muestra).

Recolección de data secundaria

Para obtener la información relacionada con la oferta del crédito y la actividad económica en las ciudades mencionadas, se procedió a levantar información en las siguientes entidades:

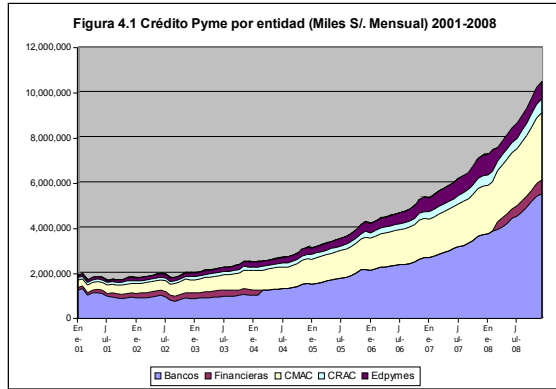
- Banco Central de Reserva
- Instituto Nacional de Estadística e Informática
- Superintendencia de Banca y Seguros
- Ministerio de Trabajo
- Gobierno Regional de La Libertad
- Gobierno Regional de Lambayeque
- Municipalidad Provincial de Chiclayo
- Municipalidad Provincial de Trujillo
- Servicio de Administración Tributaria Trujillo
- Servicio de Administración Tributaria Chiclayo
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

4. RESULTADOS

En esta sección, describiremos las características más saltantes del mercado financiero en las ciudades de Trujillo y Chiclayo. Otro aspecto a mostrar, son las características de los empresarios y sus distintos segmentos en las ciudades mencionadas, con la finalidad de establecer conclusiones respecto del potencial de crecimiento del mercado de microfinanzas.

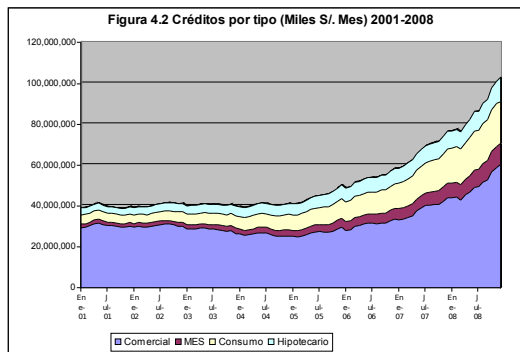
4.1. El mercado de microfinanzas en el norte del Perú: Un análisis por ciudades

En la grafica 4.1 se muestran los créditos pyme por tipos de entidad financiera entre los años 2001 – 2008. Esencialmente lo que podemos observar en la curva de los créditos pyme por unidad de tiempo, es una pendiente positiva, es decir de crecimiento y este a su vez es casi de manera sostenida tanto de bancos, financieras, cajas municipales, cajas rurales y Edpymes.



Fuente: SBS

Por otro lado entre los años 2001 y 2008 los créditos otorgados es sus distintos tipos o modalidades, ya sean comerciales, MES, consumo y/o hipotecario (Figura 4.2), al igual que la gráfica anterior, observamos que en la curva de los tipos de créditos por unidad de tiempo, es una pendiente positiva, es decir de crecimiento y este a su vez, también es casi de manera sostenida.



Fuente: SBS

Podemos observar en la tabla 4.1 que las instituciones financieras de la región La Libertad colocan 68.8% más en créditos totales que las de la región Lambayeque. Además vemos que Piura está casi al nivel de la región Lambayeque (puestos 5 y 6 respectivamente) y La Libertad casi al mismo nivel que Arequipa (puestos 2 y 3 respectivamente). A nivel de cajas municipales La Libertad y Arequipa casi colocan la misma cantidad de dinero entre los

empresarios de sus respectivas regiones. Hemos comparado este tipo de entidades financieras debido a su importante presencia dentro de la actividad del sector microfinanciero, al igual que las Edpymes. En este último caso en La Libertad se han colocado créditos por un poco más de 35 millones de nuevos soles en el 2008, muy cercano a Piura que coloca al rededor de 30 millones de nuevos soles en ese mismo año. Lambayeque está por encima de los dos con 72 millones de nuevos soles y bastante lejos Arequipa que llega a un poco más de 188 millones de nuevos soles.

Tabla 4.1 Créditos Totales por Departamento y Tipo de Empresa del Sistema Financiero - 2008

(En miles de Soles)

Departamento	Banca Múltiple	Empresas Financieras	Cajas Municipales	Rurales de Ahorro y Crédito	Edpymes	Empresas de Arrendamiento Financiero	Banco de la Nación 1/	Agrobanco 2/	Total
Lima	68,975,574	399,444	895,700	191,615	392,595	1,670,730	1,919,512	27,303	74,472,473
La Libertad	2,832,989	36,514	468,047	116,813	35,565	-	1,189	7,501	3,498,619
Arequipa	2,079,207	39,252	485,726	122,502	188,700	-	176	14,621	2,930,184
Callao	2,888,915	6,498	8,381	-	4,358	-	-	-	2,908,152
Piura	1,706,127	84,395	673,283	15,831	30,905	-	-	12,076	2,522,617
Lambayeque	1,560,777	17,896	382,836	32,631	72,306	-	-	5,203	2,071,649
Ancash	1,162,784	75,819	226,665	65,216	5,839	-	-	-	1,536,323
Ica	1,126,124	2,912	182,335	195,615	9,544	-	1,813	4,254	1,522,598
Junín	969,821	1,514	297,307	25,243	193,759	-	287	19,206	1,507,136
Cusco	658,727	25,392	356,846	100,425	19,089	-	-	5,708	1,166,186
Cajamarca	643,437	39,136	237,077	59,536	23,970	-	-	911	1,004,067
Puno	493,944	97,413	298,587	31,426	48,714	-	-	3,989	974,074
San Martín	604,780	1,959	211,395	597	2,559	-	-	3,225	824,515
Loreto	603,369	4,585	121,500	-	7,062	-	-	863	737,379
Tacna	429,162	1,234	146,056	57,599	5,719	-	-	-	639,770
Ucayali	459,205	2,913	80,438	4,209	19,321	-	-	-	566,086
Huánuco	299,174	1,122	83,125	-	10,187	-	-	-	393,607
Moquegua	253,104	-	103,509	15,702	-	-	-	-	372,314

Tumbes	218,058	1,691	130,960	5,170	3,824	-	-	-	359,704
Ayacucho	171,107	25,167	68,459	18,351	17,589	-	-	3,811	304,485
Madre de Dios	68,283	1,161	172,147	-	-	-	-	-	241,591
Pasco	125,767	5,52	34,884	-	9,317	-	-	-	170,520
Apurímac	30,781	1,015	103,094	13,278	9,618	-	-	-	157,786
Amazonas	32,188	-	92,377	115	-	-	-	-	124,680
Huancavelica	11,022	4,92	25,439	6,243	10,907	-	-	-	54,103
Total	88,404,427	868,078	5,886,170	1,078,117	1,121,447	1,670,730	1,922,977	108,672	101,060,619

Fuente: SBS

En la tabla 4.2 observamos que el nivel de depósitos totales que se manejan en las instituciones financieras de la región La Libertad es el triple que los de la región Lambayeque. De igual manera ocurre con los depósitos en cajas municipales. La Libertad (509 millones de nuevos soles) maneja casi los mismos niveles que la región Arequipa (474 millones de nuevos soles). Lambayeque está muy por debajo con un poco más 166 millones de nuevos soles. En provincias la región Piura lidera en depósitos con un poco más de 664 millones de nuevos soles.

Tabla 4.2 Depósitos Totales por Departamento y Tipo de Empresa del Sistema Financiero - 2008

(En miles de Soles)

Departamento	Banca Múltiple	Empresas Financieras	Cajas Municipales	Cajas Rurales de Ahorro y Crédito	Banco de la Nación	Total
Lima	77,958,923	108,835	1,219,515	151,789	14,234,375	93,673,437
Arequipa	2,361,865	-	509,775	125,501	-	2,997,141
La Libertad	1,517,298	-	474,924	162,495	10	2,154,727
Callao	1,923,086	-	2,758	-	-	1,925,844
Ancash	1,426,031	-	123,144	51,775	-	1,600,950
Piura	860,275	-	664,365	2,773	-	1,527,413
Cusco	910,034	-	375,524	65,736	-	1,351,294
Junín	688,162	-	300,786	10,831	160	999,940
Ica	683,700	-	164,473	136,211	-	984,384
Lambayeque	774,123	-	166,189	36,228	405	976,944

Cajamarca	756,027	-	98,700	44,378	5	899,110
Tacna	647,207	-	161,294	7,414	-	815,914
Loreto	390,477	-	97,744	-	-	488,220
Moquegua	424,051	-	43,772	947	-	468,770
Puno	300,496	-	42,514	30,368	-	373,379
Ucayali	223,969	-	17,917	-	-	241,886
San Martín	163,144	-	48,357	10	-	211,511
Ayacucho	136,372	-	35,887	28,338	-	200,597
Pasco	167,585	-	18,030	-	-	185,615
Huánuco	159,443	-	24,762	-	-	184,205
Tumbes	73,322	-	39,278	1,119	-	113,720
Apurímac	55,327	-	37,828	14,267	-	107,422
Madre de Dios	54,383	-	29,987	-	-	84,370
Amazonas	33,629	-	12,952	-	-	46,581
Huancavelica	27,894	-	8,749	971	-	37,614
Total	92,716,823	108,835	4,719,222	871,152	14,234,954	112,650,986
Depósitos	823	835	222	152	954	,986

Fuente: SBS

En cuanto a la morosidad (Tabla 4.3) en Piura se maneja el mismo porcentaje de morosidad que en la región Lambayeque (2.7%) y en el caso de la Libertad (1.5%) esta al mismo nivel de la región Arequipa (1.7%)

Tabla 4.3 Morosidad por Departamento y Tipo de Empresa del Sistema Financiero - 2008

(En porcentaje)

Departamento	Banca Múltiple	Empresas Financieras	Cajas Municipales	Cajas Rurales de Ahorro y Crédito	EDPYMES	Total
Pasco	0.6	4.1	1.4		3.0	0.8
Callao	1.2	4.9	3.5		6.6	1.2
Lima	1.2	1.9	4.7	3.9	5.1	1.3
La Libertad	1.0	4.2	3.4	2.1	7.0	1.5
Arequipa	1.0	1.7	3.1	3.9	4.2	1.7
Ancash	1.2	2.0	3.7	3.0	3.7	1.7
Amazonas	1.4		2.0	2.6		1.8

Moquegua	0.9		5.2	6.5		2.0
Cusco	1.0	3.2	2.7	4.8	4.1	2.0
Huanuco	1.9	2.2	2.6		2.4	2.1
Ucayali	1.7	9.7	3.7	7.0	3.8	2.2
Loreto	1.9	6.6	4.6		3.9	2.3
Cajamarca	1.3	3.7	4.8	4.2	2.7	2.4
Puno	1.6	1.8	3.5	3.5	3.3	2.4
Junin	1.6	3.4	4.4	2.7	3.0	2.4
Ica	1.5	5.0	6.8	4.5	3.5	2.5
Ayacucho	1.2	2.5	3.6	8.5	3.4	2.5
Lambayeque	2.5	2.2	2.8	4.4	4.5	2.7
Piura	1.7	2.4	5.0	2.0	2.8	2.7
Madre de Dios	0.4	3.0	3.3			2.9
Huancavelica	0.9	0.7	3.3	11.8	0.9	3.0
Tumbes	1.2	4.9	5.0	2.3	3.3	3.1
Tacna	2.8	8.5	2.9	7.2	0.0	3.2
San Martin	1.6	4.0	8.1	5.6	3.2	3.5
Apurímac	1.0	4.0	3.7	7.7	2.2	3.5

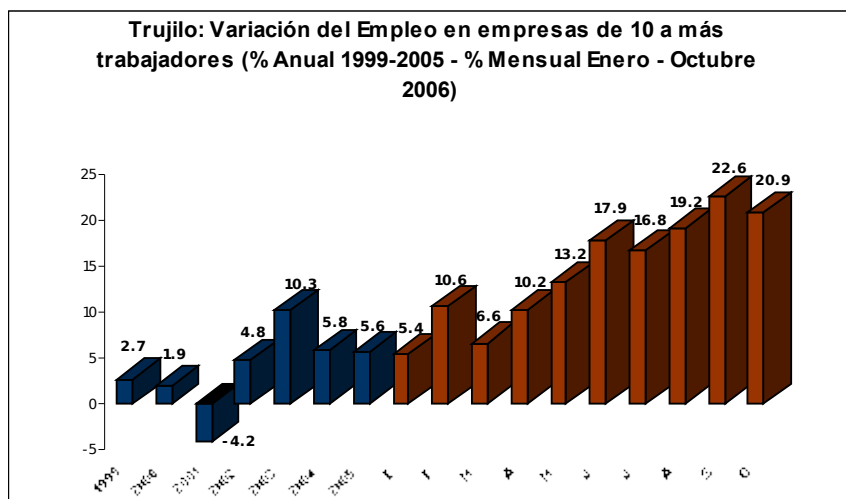
Fuente: SBS

Actividad económica en Trujillo

Trujillo es una provincia que forma parte de la Región La Libertad. Su población, según el censo del año 2005, fue de 765,171 habitantes, cifra que representa un 49% del total regional estimado en 1.54 millones de habitantes y 5.9% del total nacional. El 97% de la población de la Provincia de Trujillo es urbana y sólo 3% es rural, lo que fortalece las actividades comerciales, industriales o de consumo.

El crecimiento productivo de este mercado, hasta octubre del año 2006, se hace evidente viendo la dinámica del empleo mensual, que crece de modo sostenido impulsado por la elevación de la producción de espárragos y alcachofas, industria que incremento su empleo en 60% a octubre 2006. Otro factor de impulso del empleo, fue la mayor oferta de servicios que creció en 9.9% a octubre del 2006, este crecimiento estuvo relacionado con actividades de comunicaciones, educación, comercio y servicios financieros, entre otros.

Figura 4.3.

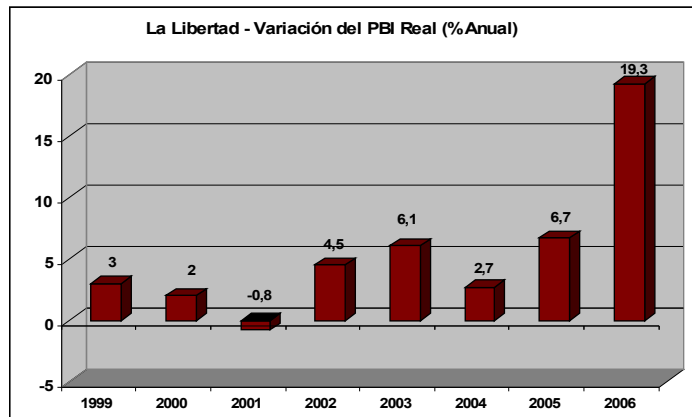


Fuente: INEI-OSEL

La Región La Libertad representa un 5.4% del PBI nacional (El PBI peruano esta estimado en US\$ 77 mil millones al año 2005, alrededor de 246 mil millones de soles). La actividad económica regional ha tenido mucha volatilidad entre 1999 y el año 2003, en adelante se muestra un crecimiento sostenido de la producción por 3 años consecutivos hasta el 2006, los sectores que lideran este crecimiento son principalmente la industria derivada del agro, la minería y la construcción.

El sector de mayor importancia en la estructura sectorial del PBI regional, son los servicios, que representan el 62% de su economía, principalmente ligado a las actividades comerciales. Los siguientes sectores importantes, son la agricultura y la manufactura, el primer sector ha ampliado su importancia en la producción, a raíz de la mayor frontera agrícola generada por las inversiones realizadas en los valles de Virú, Chao y en diversas zonas de Ascope, tanto por el proyecto de irrigación Chavimochic, como por la progresiva ampliación de la reconversión productiva en las azucareras y mayor producción para la agro exportación en zonas como Paiján y otras.

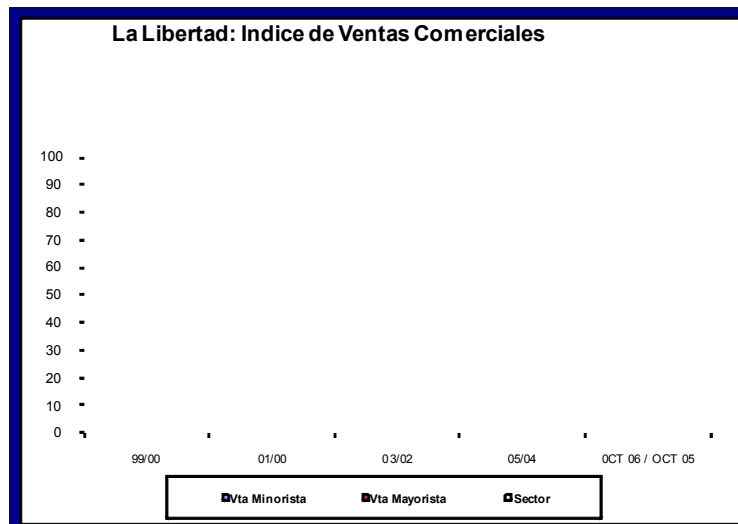
Figura 4.4



Fuente: BCRP 2006

Las expectativas del sector servicios, han ido mejorando en el tiempo, una encuesta sobre ventas, realizada por el Banco Central, evidencia la mejora de la situación comercial trujillana. Alrededor del 40% de negocios encuestados en el año 2000, señalaron que sus ventas respecto de 1999 mejoraron. La tasa de ventas mejoró en el año 2001 con el 50% de empresas que superaron las ventas del 2000. En el 2005 la situación de ventas respecto del 2004, se había mantenido similar a los resultados comparados 2003 / 2002 con un 70% de empresas que superaron sus ventas.

Figura 4.5



Fuente: BCRP 2006

Al cierre de octubre de 2006 y comparado con similar período del 2005, el 94% de empresas había superado las ventas del año anterior, un comportamiento récord comparado con años

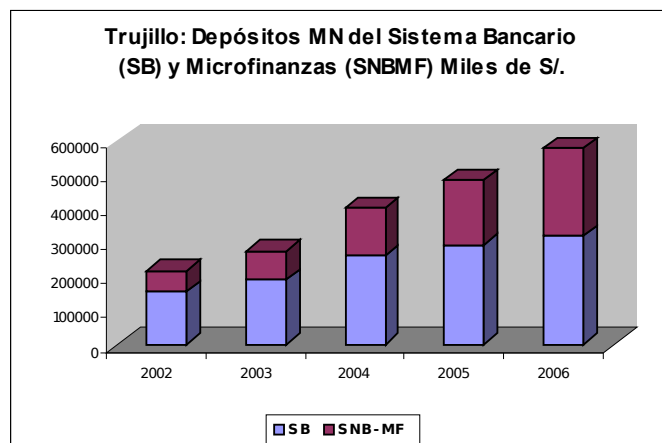
anteriores. El sector ha tenido un desempeño importante a partir del 2005 y se prevé una tendencia creciente con las inversiones en mayor infraestructura comercial.

Microfinanzas en Trujillo

El mercado urbano de la ciudad de Trujillo maneja el 93% de las operaciones financieras de la Región. Actualmente, los depósitos de este mercado, representan 1,275 millones de soles. El año 2002, el 74% de las captaciones trujillanas se hacía en moneda extranjera, actualmente esa cifra es de 55% reflejando una mayor incidencia del sol en los ahorros o depósitos de los agentes por cualquier modalidad. La importancia de las entidades de micro finanzas en el mercado trujillano es creciente, el año 2002 estas instituciones captaron el 17% del total de depósitos y actualmente captan el 31%.

La evolución de los depósitos en moneda nacional para Trujillo, puede verse en la figura siguiente. Estos pasaron de 218 millones de soles en el año 2002 a 578 millones en el año 2006, con un crecimiento promedio anual de 21%. Resalta la mayor importancia de las entidades de micro finanzas en la captación, pues pasaron de 28% en el 2002 a un 44% en el 2006, duplicando su performance.

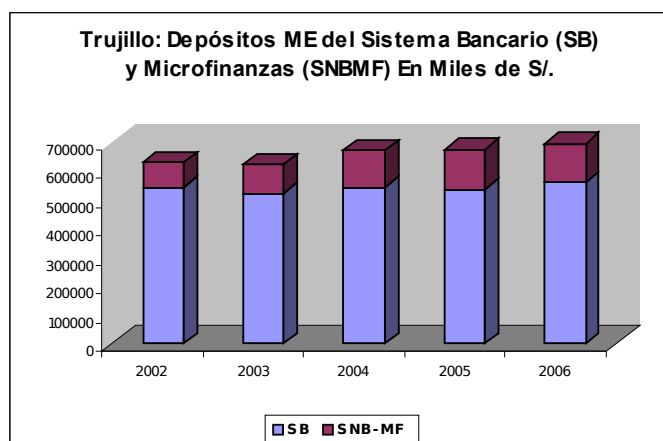
Figura 4.6



Fuente: BCRP 2006

En el caso de las captaciones en moneda extranjera en el mercado trujillano, estas pasaron de 628 millones de soles al 2002, hasta 697 millones en el 2006, creciendo a un ritmo de 2% anual, lentitud que contrasta con el dinamismo de las captaciones en soles. La importancia del sector micro financiero en este segmento es menor al caso anterior, el año 2002 el sector captó el 14% del total de depósitos actualmente capta el 20%, crecimiento lento, sin embargo la tendencia en el mercado es al uso de la moneda local, en donde las entidades de micro finanzas han obtenido cierto posicionamiento.

Figura 4.7



Fuente: BCRP 2006

En el caso de las colocaciones en Trujillo, la dinámica ha sido creciente. El año 2002 se colocaron 723 millones de soles, al 2006 esta cifra se había más que duplicado llegando a 1,667 millones de soles, reflejando un crecimiento del mercado de colocaciones en 18% anual promedio.

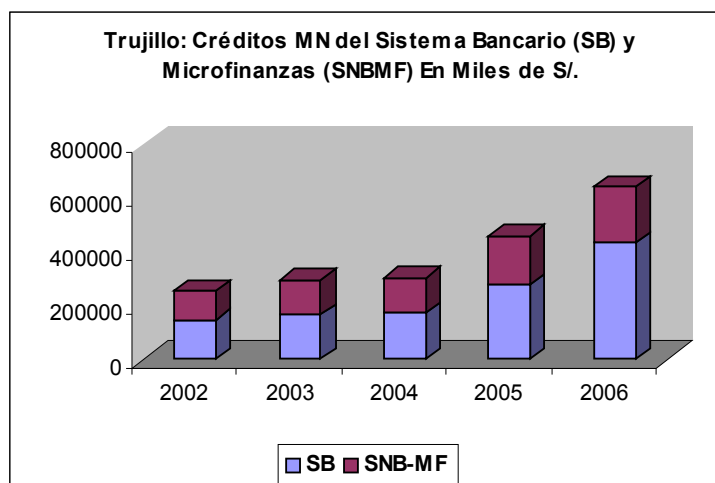
Las colocaciones son mayoritariamente en moneda extranjera, pero con cierta reducción desde el 2002, año en que se colocó el 65% de la cartera en ME, el 2006 la participación de la moneda extranjera se ha reducido a 62%, la tasa de crecimiento de las colocaciones en moneda extranjera es de 16% anual, mientras que las colocaciones en soles suben a 20% anual en promedio, evidenciando cambios futuros en el mercado de créditos que se orientan a la moneda local paulatinamente.

La participación de las entidades de micro finanzas en el mercado crediticio trujillano es creciente, el año 2002 estas entidades colocaron 189 millones (26% del total), actualmente colocan 402 millones de soles. Su presencia en el mercado de créditos ha bajado al 24%, el mayor volumen de operaciones de las entidades bancarias permiten todavía liderar el sistema financiero de la ciudad.

La tendencia, sin embargo es creciente, los créditos colocados por las entidades de microfinanzas han crecido en 16% anual en promedio

La figura siguiente ilustra la dinámica de colocaciones en moneda nacional, las cuales pasaron de 254 millones de soles en el 2002 a 640 millones en el 2006, casi el triple, dando cuenta del fuerte ritmo de expansión del sector financiero en Trujillo.

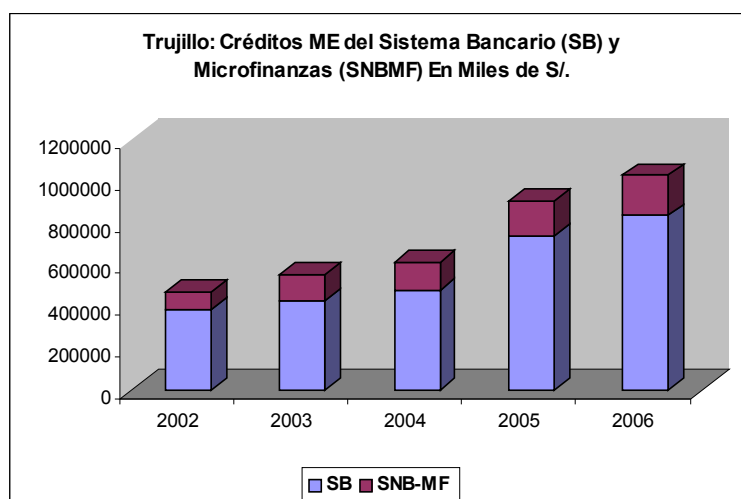
Figura 4.8



Fuente: BCRP 2006

En este rubro el liderazgo sigue siendo de las entidades bancarias, el año 2002 la participación de las entidades de micro finanzas en las colocaciones en soles era de 42%, actualmente es de 33%, debido a que el crecimiento agro exportador generalmente va acompañado de financiamiento bancario. En el caso de las colocaciones en ME, esta pasó de 469 millones en el año 2002 a 1,027 millones de soles en el 2006, duplicándose la colocación. La importancia de las microfinanzas es menor, manteniéndose entre 18% a 19% del total de colocaciones.

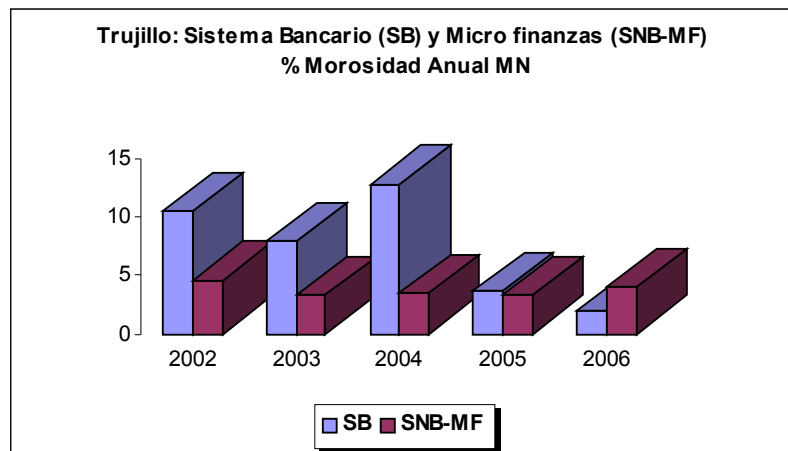
Figura 4.9



Fuente: BCRP 2006

Un indicador de la gestión de las entidades financieras, es el porcentaje de morosidad en la cartera de colocaciones, este índice se ha reducido paulatinamente desde el año 2002.

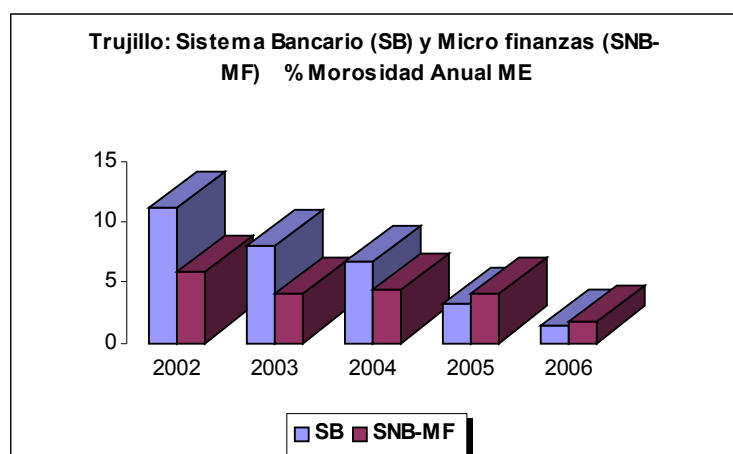
Figura 4.10



Fuente: BCRP 2006

Al igual que las cifras regionales, el sistema bancario ha hecho grandes esfuerzos para reducir los niveles de morosidad, ya que en el caso de la moneda nacional su morosidad pasó de 10.5% en el 2002 a 1.9%, en el 2006, superando la buena gestión que venían haciendo las entidades de microfinanzas, cuyos ratios de morosidad pasaron de 4.6% en el 2002 a 4% en el 2006. La tendencia se mantiene en el caso de la morosidad en moneda extranjera, las entidades bancarias redujeron sus niveles de morosidad de 11.1% en el año 2002 a 1.4% al 2006, superando la gestión de las entidades de micro finanzas, cuyos ratios de morosidad pasaron de 5.9% a 1.7%; a pesar de la menor escala, esta reducción permite señalar el éxito obtenido por estas entidades en la gestión de su cartera en Trujillo.

Figura 4.11



Fuente: BCRP 2006

Un análisis de los competidores en el mercado financiero de Trujillo, a partir de la estructura de depósitos, puede verse en la tabla 4.4. El liderazgo en depósitos a la vista es del Banco de Crédito (BCP), la única entidad de micro finanzas que aparece en este rubro es Mibanco

(por estar calificado legalmente) el BCP captura el 46% del mercado de depósitos a la vista, muy de lejos lo sigue el Banco Continental.

Tabla 4.4. Trujillo. Depósitos a la vista 2006
Miles de S/.

Empresa	Depósitos a la Vista
CREDITO	104.955
BBVA CONTINENTAL	67.355
SCOTIABANK PERU	35.755
INTERBANK	12.751
BANCO INTERAMERICANO	5.493
MIBANCO	150
TOTAL	226.458

Fuente: SBS 2006

En lo que respecta a depósitos de ahorro, el cuadro siguiente muestra el mercado por entidad financiera, que esta liderado por el Banco de Crédito (BCP) quien tiene 40% del mercado, siendo más del doble de su inmediato seguidor el BBVA Continental, lo interesante es el lugar de una entidad de micro finanzas, la Caja Trujillo que posee el 12% de este mercado, otras entidades de micro finanzas que participan activamente son la Caja Nor Perú con el 5% del mercado de depósitos de ahorro, entidad que supera las captaciones en soles de Interbank, en el total ocupa el 7º lugar del mercado y 2º en micro finanzas.

Tabla 4.5. Trujillo. Depósitos de ahorro 2006
Miles de S/.

Empresa	Depósitos de Ahorro
CREDITO	200.245
BBVA CONTINENTAL	87.172
CMAC TRUJILLO	62.113
SCOTIABANK PERU	61.926
INTERBANK	29.309
BANCO INTERAMERICANO	28.433
CAJA NOR PERU	25.778
MIBANCO	1.772
TRABAJO	1.704
TOTAL	498.451

Fuente: SBS 2006

En el mercado de depósito a plazo es una importante fuente de fondos de mediano plazo y tiene costo que las tradicionales fuentes vía deuda (sobre todo en micro finanzas). En este rubro, el mercado financiero trujillano sigue este panorama:

Tabla 4.6. Trujillo. Depósitos a plazo 2006 - Miles de S/.

Empresa	Depósitos a Plazo
CMAC TRUJILLO	220.866
BBVA CONTINENTAL	97.794
SCOTIABANK PERU	91.315
CREDITO	86.923
CAJA NOR PERU	64.732
INTERBANK	27.692
BANCO INTERAMERICANO	14.112
TRABAJO	11.120
MIBANCO	1.149
TOTAL	615.702

Fuente: SBS 2006

El líder en este rubro es Caja Trujillo con el 36% de los depósitos a plazo, muy atrás le siguen los principales bancos del sistema financiero, la ventaja para esta caja son las altas tasas ofrecidas en este tipo de depósitos. Caja Nor Perú ocupa el 5º lugar con el 12% del mercado y otra entidad de micro finanzas como el Banco del Trabajo tiene el 2% de este mercado. Ayudada por la buena captación en depósitos a plazo, Caja Trujillo termina siendo la segunda entidad financiera más importante en Trujillo en el ámbito de los depósitos, tiene el 21% del mercado, lo supera el BCP que posee el 29% del mismo.

Tabla 4.7. Trujillo. Total depósitos 2006

Miles de S/.

Empresa	Total Depósitos
CREDITO	392.122
CMAC TRUJILLO	282.979

BBVA CONTINENTAL	252.321
SCOTIABANK PERU	188.996
CAJA NOR PERU	90.509
INTERBANK	69.751
BANCO INTERAMERICANO	48.037
TRABAJO	12.824
MIBANCO	3.071
TOTAL	1.340.611

Fuente: SBS 2006

El mercado de créditos a diciembre 2006 en Trujillo, se muestra en la tabla siguiente, destacan el liderazgo del Banco Continental y el Banco de Crédito con 28% y 21% respectivamente, destaca el tercer lugar obtenido por la Caja Trujillo con el 15% del mercado, cabe resaltar que los grandes bancos operan con empresas de gran envergadura. Las divisiones de pequeña empresa, en el caso de algunos bancos como el Crédito o el Continental, aún están en expansión, de modo que es destacable que el crédito básicamente de pequeña empresa, de las entidades micro financieras tenga un lugar importante en el panorama financiero trujillano.

La Caja Trujillo tiene el 15% del mercado de crédito directo, la segunda entidad en importancia en el rubro de micro finanzas es Caja Nor Perú que coloca el 5% del mercado, siendo el competidor inmediato para las demás Edpymes que desean fortalecerse en el mercado.

Tabla 4.8. Trujillo. Crédito directo 2006 - Miles de S/.

Empresa	Crédito Directo
BBVA CONTINENTAL	458.250
CREDITO	348.809
CMAC TRUJILLO	245.003
SCOTIABANK PERU	212.455
BANCO INTERAMERICANO	92.919
INTERBANK	85.412

CAJA NOR PERU	67.670
TRABAJO	49.731
FINANCIERA CMR	41.837
MIBANCO	28.489
EDPYME EDYFICAR	12.781
EDPYME CREAR TRUJILLO	7.803
EDPYME PRO NEGOCIOS	4.361
EDPYME EFECTIVA	4.140
TOTAL	1.659.661

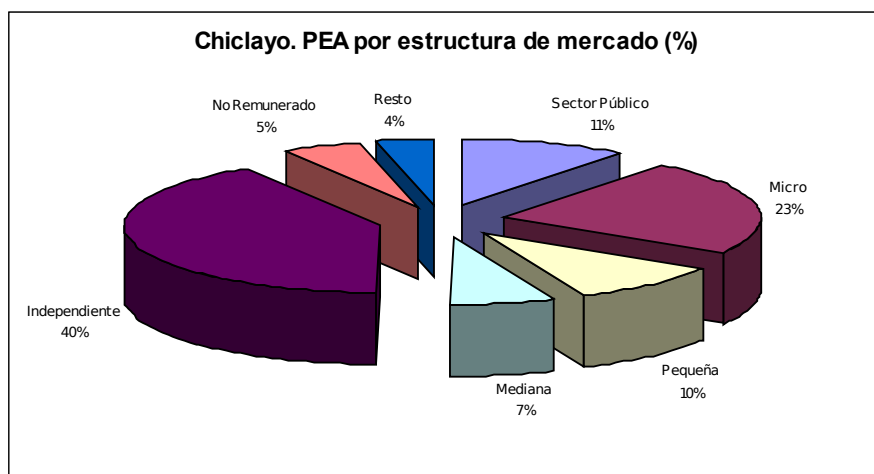
Fuente: SBS 2006

La actividad económica en Chiclayo

La región Lambayeque cuenta con 1.09 millones de habitantes, en la provincia de Chiclayo se concentra el 68% de la población regional con 738 mil habitantes, de ellos la mayor parte se ubica en los distritos de Leonardo Ortiz (JLO), La Victoria, Chiclayo y Pimentel.

La población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Chiclayo, es de 200 mil trabajadores (55% de la población en edad de trabajar), el 91.2% de los cuales se encuentra empleado y el desempleo es del 8.8% de la PEA, dato similar al promedio nacional.

Figura 4.12



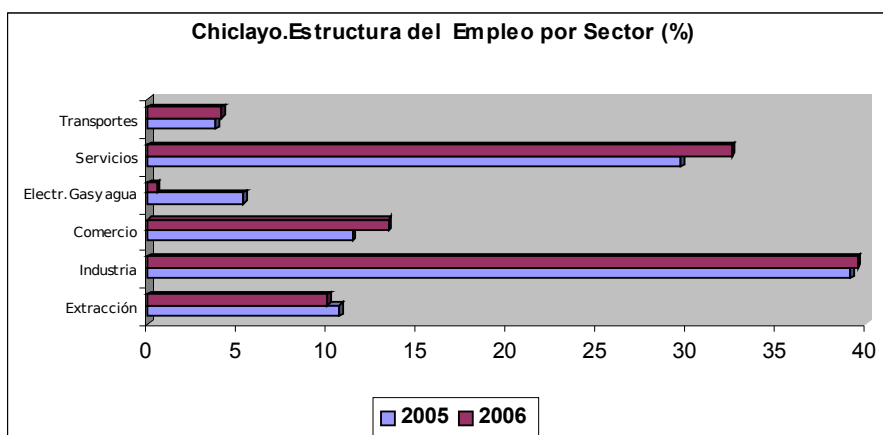
Fuente: INEI – MTPE – Encuesta de Empleo

Como muestra la figura anterior, la demanda de empleo es básicamente auto generada, 40% de los empleos son de trabajadores independientes, 40% es generado por la micro, pequeña y mediana empresa, de modo que las cualidades emprendedoras son evidentes, más del 80% del empleo se genera en pequeñas actividades empresariales.

En cuanto a la estructura del empleo por tipo de actividad, en la ciudad de Chiclayo se concentra la mayor parte de servicios de la Provincia, por ello es que se demanda el 32.5% de trabajadores, estos servicios son primordialmente comercios y restaurantes, en menor medida se tienen los servicios de alojamiento y el transporte público, sobre todo lo

concentrado en el servicio de taxis y de moto taxis. De igual modo la ciudad concentra las actividades industriales, sobre todo aquellas relacionadas a la transformación de productos agrarios, como menestras, envasado de mango, alcachofa e inclusive procesamiento de espárragos. Otras industrias locales se relacionan a la metal mecánica, la industria de muebles metálicos o de madera, las confecciones, principalmente en tejido plano y el procesamiento de pescado seco. La industria concentra el 39.5% del empleo en la zona.

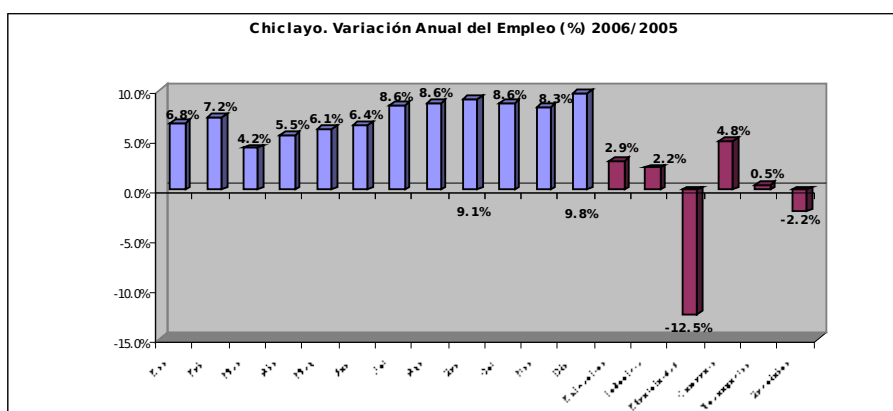
Figura 4.13



Fuente: INEI – MTPE – Encuesta de Empleo

El empleo en la ciudad de Chiclayo, ha crecido de manera intensa en el 2006, cerrando con un 9.8% anual, este impulso al empleo se ha debido a las inversiones comerciales crecientes en la zona y a la mayor expansión de las exportaciones de productos agrarios industrializados. Los sectores que más han crecido son el comercio con 4.8% de demanda de empleo anual, lo que evidencia la importancia de este sector en la zona, el empleo en los sectores extractivos, sobre el todo el agropecuario y su industria relacionado, crecieron en 2.9% y 2.2% respectivamente.

Figura 4.14



Fuente: INEI – MTPE – Encuesta de Empleo

Los servicios cayeron (incluyendo servicios públicos de energía y agua), reflejando las menores inversiones de estas empresas en el año anterior, en el caso de agua por

problemas de financiamiento y en el caso de energía, se debe a que el empleo tiende a darse en otras zonas, al estar en vigencia proyectos de electrificación rural.

La región Lambayeque tiene un PBI regional equivalente al 3.7% de la economía nacional, hasta el año 2004 su crecimiento era algo irregular con alzas y caídas en la producción, de modo que en promedio el PBI regional sólo creció en 1% anual hasta este año. A partir del 2005 el ritmo de crecimiento se hace sostenido y en ritmos superiores al 5% anual.

El crecimiento económico de los sectores económicos ha sido irregular hasta el año 2004. A partir de la información de la Tabla 4.11.

Tabla 4.09. Lambayeque. PBI Real en Variaciones (%)

Sector	2002	2003	2004	2005	2006 *
Agropecuario	0.27	-2,1	-35,3	32.00	-4.20
Pesca	-10.80	-2,0	-8,2	-46.10	23.00
Manufactura	11.50	8,8	-32,4	-17.30	6.30
Construcción	-3.60	-5,5	14,0	14.20	20.80
TOTAL	7.60	2,7	-24,3	5.40	5.70

* Datos a Octubre de 2006

Fuente: BCRP

El sector con mejores índices de crecimiento en los últimos años, es el de construcción con un crecimiento arriba del 14% anual desde el 2004, evidenciando la fuerte dinámica de la inversión en vivienda, sea por el Programa estatal Mivivienda o por construcción y financiamiento directo bancario. Se tienen planificados grandes proyectos comerciales y de vivienda en los próximos años. En el 2005 se vendieron 194.8 mil TM de cemento, mayor en 14% a lo vendido en el 2004.

Microfinanzas en Lambayeque

Cabe señalar que en la Provincia de Chiclayo se mueve el 100% de los fondos financieros regionales, existe muy pocas plazas financieras fuera de la ciudad, caso el Banco de Crédito en Lambayeque, el Agrobanco en Mochumí y el Banco de la Nación, presente en todas las provincias, estas plazas fuera de Chiclayo no representan ni el 1% de las operaciones efectuadas en la capital provincial. Cabe destacar la importancia de la plaza comercial y financiera del distrito de José Leonardo Ortiz (JLO), en donde las Cajas captan el 12% de sus depósitos y la banca el 4%. El saldo se capta en el distrito de Chiclayo. De los montos otorgados en créditos por las entidades de microfinanzas, 25% fueron canalizados por sus oficinas de atención en JLO, en el caso bancario, un 4% fue colocado en esta zona. Los saldos se colocan en el distrito de Chiclayo. La tabla siguiente muestra las entidades financieras operantes en Chiclayo que se dedican al producto depósitos a la vista. En este segmento financiero, se tiene que el 45% de estos fondos son captados por el Banco de

Crédito, monto que llega a 49.7 millones de soles, de lejos sigue el BBVA Continental con 29.6 millones de soles y la única entidad de micro finanzas es Mibanco con una participación muy exigua en este mercado.

**Tabla 4.10. Chiclayo - Depósitos a la Vista
(Miles de S/.)**

Empresa	Total
CREDITO	49,691
BBVA BANCO CONTINENTAL	29,614
SCOTIABANK PERU	17,049
INTERBANK	8,248
FINANCIERO	3,697
BANCO INTERAMERICANO	1,429
MIBANCO	561
TOTAL	110,289

Fuente: SBS – Diciembre 2006

En cuanto a los depósitos de ahorro, el líder del mercado es el Banco de Crédito, con 43% de los ahorros del sistema, equivalente a 101.9 millones de soles, le sigue de lejos el BBVA Continental con 41.9 millones (18% del total).

**Tabla 4.11. Chiclayo - Depósitos de Ahorro
(Miles de Soles)**

Empresa	Total
CREDITO	101,995
BBVA BANCO CONTINENTAL	41,939
SCOTIABANK PERU	32,162
INTERBANK	20,311
CMAC PIURA	17,065
CMAC SULLANA	4,812
CMAC TRUJILLO	4,279
CRAC SIPAN S A	4,101
FINANCIERO	4,030
BANCO INTERAMERICANO	2,937
MIBANCO	2,366
TRABAJO	953
CAJA NOR PERU	413
CMCP LIMA	301
TOTAL	237,665

Fuente: SBS – Diciembre 2006

Las entidades de micro finanzas que compiten en este rubro son CMAC Piura y CMAC Sullana, ambas captan el 7% y 2% de ahorros respectivamente, con cifras de 17 y 4.8 millones de soles respectivamente. En el mercado de depósitos a plazo, el liderazgo le corresponde a CMAC Piura con 57 millones de soles en captaciones, la competencia es cerrada con el BBVA Continental. Las ventajas por el lado de CMAC Piura son las altas tasas de interés y por el lado del BBVA están las promociones que ofrecen a sus clientes, premios por montos ahorrados, cuentas de ahorro cero costo, entre otras diversas bondades

y los resultados son evidentes, compite en un sector en donde las Cajas son las de mayor ventaja por su oferta de rentabilidad. Más abajo vienen la Cajas Trujillo y Caja Sipán con 8% y 7% del mercado respectivamente, con montos captados de 22 millones de soles para Caja Trujillo y 20 millones para Caja Sipán.

Tabla 4.12. Chiclayo - Depósitos a Plazo
(Miles de S/.)

Empresa	Total
CMAC PIURA	57,391
BBVA BANCO CONTINENTAL	56,130
CREDITO	50,728
SCOTIABANK PERU	36,300
CMAC TRUJILLO	22,808
CRAC SIPAN S A	20,155
CMAC SULLANA	14,654
INTERBANK	12,920
FINANCIERO	9,802
TRABAJO	6,598
CAJA NOR PERU	2,210
BANCO INTERAMERICANO	1,884
CMCP LIMA	1,475
CMR	1,134
MIBANCO	664
TOTAL	294,852

Fuente: SBS – Diciembre 2006

En cuanto al total de depósitos, en resumen podemos decir que el líder es el Banco de Crédito, con el 31% del mercado, captando 202 millones de soles, le sigue el BBVA con 20% del mercado. Más atrás esta la CMAC Piura que consigue el cuarto lugar del mercado con 74 millones de soles, que representan el 12% del total de depósitos, monto que es el doble a lo conseguido por Caja Trujillo. El liderazgo del mercado de micro finanzas en captaciones es tomado de lejos por CMAC Piura y el segundo lugar se lo disputan Caja Trujillo y Caja Sipán.

Tabla 4.13. Chiclayo - Total Depósitos
(Miles de Soles)

Empresa	Total
CREDITO	202,414
BBVA BANCO CONTINENTAL	127,684
SCOTIABANK PERU	85,511
CMAC PIURA	74,456
INTERBANK	41,478
CMAC TRUJILLO	27,087
CRAC SIPAN S A	24,255
CMAC SULLANA	19,466
FINANCIERO	17,529
TRABAJO	7,550
BANCO INTERAMERICANO	6,250
MIBANCO	3,592

CAJA NOR PERU	2,623
CMCP LIMA	1,776
CMR	1,134
TOTAL	642,805

Fuente: SBS – Diciembre 2006

En el mercado de créditos, el líder es el BBVA Continental, cuyas colocaciones suman 219 millones de soles, representando el 20% de mercado, es seguido por el BCP con 18%. En el cuarto y quinto lugar aparecen la Caja Trujillo y CMAC Piura, la primera colocó 105 millones (9.4% del mercado) y le sigue CMAC Piura con 99 millones (8.9% del mercado financiero). El segundo grupo de entidades micro financieras esta bastante lejos, el Banco del Trabajo tiene el 4% del mercado, 2.3% de Mibanco y 1.9% de CMAC Sullana.

**Tabla 4.14. Chiclayo - Créditos Directos
(Miles de S/.)**

Empresa	Total
BBVA BANCO CONTINENTAL	219,081
CREDITO	203,615
SCOTIABANK PERU	135,958
CMAC TRUJILLO	105,392
CMAC PIURA	99,793
FINANCIERO	88,645
INTERBANK	56,195
TRABAJO	43,630
CMR	34,437
MIBANCO	25,382
CMAC SULLANA	21,270
EDPYME ALTERNATIVA	16,808
BANCO INTERAMERICANO	16,715
CRAC SIPAN S A	16,534
EDPYME RAIZ	11,342
CAJA NOR PERU	6,749
CMCP LIMA	6,184
EDPYME EFECTIVA	4,642
EDPYME SOLIDARIDAD	4,396
TOTAL	1,116,766

Fuente: SBS – Diciembre 2006

4.2. El perfil de los microempresarios

Los resultados de los estudios realizados en las dos ciudades, se muestran a continuación.

El perfil del microempresario en Trujillo

Características generales del empresario

En el caso de Trujillo, las características del puesto o establecimiento comercial indican que un 71% de los mismos, esta construido de material noble y un 12% de madera.

El 58% de conductores de los establecimientos trujillanos son hombres, el 42% son mujeres.

En cuanto al nivel educativo alcanzado por los empresarios trujillanos, el 76% de ellos tienen estudios básicos, de los cuales el 53% tiene secundaria que indica estudios básicos completos. Un 20% tiene estudios superiores, de los cuales un 4% son universitarios.

La edad de los microempresarios trujillanos señala que son relativamente jóvenes, 44% de los conductores de establecimientos comerciales tiene entre 24 a 43 años, 45% tiene entre 44 a 57 años. Respecto de la antigüedad, el 38% de los establecimientos comerciales tiene de uno a 4 años funcionando, el 49% tiene de 4 a 10 años funcionando, el restante porcentaje supera los 15 años de funcionamiento. La Tabla siguiente, ilustra las características del empresario en las ciudades donde se realizó el estudio.

Tabla 4.15. Características generales del empresario Trujillo 2007

Características generales	Trujillo
Puesto de material noble (%)	71
Empresarias Mujeres (%)	42
Estudios básicos completos (%)	53
Educación superior (%)	21
Edad promedio empresario (Años)	43
Antigüedad promedio del negocio (Años)	6

Características del negocio

El 72% de los pequeños empresarios trujillanos registran sus operaciones (inventarios, costos e ingresos). Acorde a la respuesta anterior, el 70% de pequeños empresarios cuenta con registro tributario (RUC), son formales ante la administración tributaria, de modo que operan en la legalidad, por lo menos desde el punto de vista tributario.

La forma organizativa preferida por los pequeños empresarios trujillanos es la Persona Natural con Negocio, es decir no tienen un patrimonio jurídico sino personal o familiar, en esta línea está un 58% de los entrevistados, el 36% de entrevistados usa formas jurídicas que van desde la Empresa Individual (16%), la Sociedad de Responsabilidad Limitada (19%) hasta las Sociedad Anónimas (cerradas) (1%), estas últimas organizaciones son por lo general de mayor envergadura en sus operaciones comerciales.

Un 64% de inscritos en el registro tributario, han preferido el régimen general y el régimen especial, ambos criterios exigen un mayor nivel de información contable, siendo una exigencia la presentación de estados financieros. El 36% restante pertenece al régimen

simplificado, en donde las exigencias de contabilidad son mínimas y se relacionan como máximo, con registro de ingresos y gastos. Respecto del empleo generado por los negocios trujillanos, 91% tiene entre uno a tres trabajadores, el 9% restante va de 4 a 6 trabajadores. Por lo general los pequeños empresarios laboran además en el negocio, inclusive su familia, lo cual debe incrementar el total de personas involucradas en el negocio.

Para dimensionar los negocios, se preguntó por el promedio de ventas al mes. Un 54% de negocios en Trujillo, venden hasta 3 mil soles mensuales (alrededor de US\$ mil). En la mayor escala, tenemos que sólo 5% de los negocios vende por encima de los 9 mil soles mensuales, un 37% de negocios vende entre tres mil a nueve mil soles al mes.

La tabla siguiente ilustra los promedios en cada ciudad, respecto de las características de las pequeñas empresas.

Tabla 4.16. Características generales del negocio 2007

Características del negocio	Trujillo
Registro procesos (%)	72
Registro tributario (%)	70
Personas naturales (%)	58
Organizaciones jurídicas (%)	36
Régimen tributario completo (%)	64
Nro de trabajadores promedio	2
Ingreso promedio mensual (S/.)	3,614

Aspectos financieros

En cuanto a las prácticas financieras, el 65% de empresas trujillanas prefiere usar capital propio como principal fuente de financiamiento, un 6% prefiere el crédito de proveedores en mercaderías, bebidas y otros productos vendidos al crédito por las principales empresas de venta mayorista y distribuidoras horizontales.

Es interesante notar que el 18% de empresas prefiere usar deuda de entidades financieras y un 10% de empresarios prefiere combinar deuda con el capital propio.

Un 27% de empresarios trujillanos tiene actualmente un crédito vigente con alguna entidad financiera. Mientras que un 73% no tienen crédito. Entre los principales motivos para no acceder al financiamiento resalta que un 48% no necesita la deuda. Otro factor para no acceder al crédito son aquellos que consideran que las tasas de interés son muy altas, siendo un 19% en empresarios trujillanos. Un 8% de los que no acceden al crédito, manifiesta que las entidades financieras no dan facilidades. Entre aquellos que tienen mayor problema de acceso al crédito y no califican como parte de los clientes efectivos, tenemos los que no son sujetos de créditos o no tienen garantías, ya sea por deudas vencidas en el sistema financiero o porque no sustentan adecuadamente las coberturas a los préstamos, estos empresarios representan el 18% de aquellos que no tienen créditos vigentes, de los cuales 7% es por falta de garantías. En cuanto al dinero manejado en créditos, un 54% de los microempresarios trujillanos se encuentra en el rango de créditos que van de dos mil a tres mil soles, 20% de los que poseen un crédito lo han solicitado por montos que van de 400 a 1,500 soles; un 15% ha solicitado créditos que van de 3,500 a 6,000 soles, el resto tiene créditos que van de 7 a 8 mil soles. La cuota promedio que los empresarios trujillanos pagan es de 195 soles, un 13% de ellos tienen cuotas hasta 100 soles al mes, 50% de clientes tienen cuotas que van de 101 hasta 200 soles, 34% de clientes pagan entre 201 a 400 soles al mes y por encima de este monto sólo hay un 3% de clientes.

Tabla 4.17. Trujillo. Plazo de financiamiento

Plazo	%
6 meses	10.53
6-12 meses	38.16
12-18 meses	19.74
18-24 meses	22.37
Mas de 24 meses	9.21
Total	100.00

En cuanto al plazo de pago de los créditos, en promedio la deuda se paga en 19 meses, el 80% de entrevistados manifestó que su deuda va en plazos de 6 a 24 meses.

Con la información mostrada, se tiene que en promedio la tasa de interés cobrada ha sido de 26% anual. En general los créditos se otorgan en soles, no se ha captado comerciantes que manejen créditos en moneda extranjera. En cuanto al destino del crédito, el 90% de entrevistados en Trujillo, usa los fondos como parte de su capital de trabajo, realizando las ampliaciones respectivas en la mercadería en stock. Le sigue en el destino de los créditos,

la deuda aplicada en pagos de vivienda o mejoras de la misma, con un 5% de los entrevistados. El resto de usos de la deuda, es generalmente para mejoras del local y compra de maquinaria. El 97% de entrevistados trujillanos con créditos vigentes, generalmente han accedido al mismo a través de aval o garantizado por un tercero, generalmente otro empresario o miembro de su familia con actividades independientes, solo 3% de entrevistados ha usado las hipotecas. La tabla siguiente muestra los promedios del comportamiento financiero en la ciudad de Trujillo.

Tabla 4.18. Aspectos financieros del negocio 2007

Aspectos financieros	Trujillo
Prefiere capital propio (%)	65
Prefiere crédito comercial (%)	6
Prefiere deuda financiera (%)	18
Con Crédito vigente (%)	27
Deuda promedio (S/.)	3,067
Cuota promedio mensual (S/.)	195
Plazo promedio meses	19
Tasa efectiva promedio anual	26%

Relaciones entre el pequeño empresario y su proveedor financiero

La entidad financiera de mayor importancia para los empresarios trujillanos, es Caja Trujillo, que posee el 54% de preferencias entre los entrevistados. Le sigue Mibanco con 13% y en un tercer lugar están Credifacil y Caja Nor Perú con 12%. Las razones para que se haya escogido Caja Trujillo, son variadas, priman la menor tasa de interés como principal variable para solicitar un crédito en esta entidad, en segundo lugar están las condiciones generales del servicio, como la atención del funcionario, la rapidez y tener facilidades con los trámites diversos. En el caso de Mibanco, la principal variable para solicitar el crédito es la atención que reciben por parte del funcionario, siendo el contacto con el cliente, principal atributo de esta entidad. En el caso de Caja Nor Perú, las principales motivaciones para solicitar un crédito a esta entidad, son la rapidez y la tasa de interés, luego vienen las condiciones del servicio en general, sin llegar a destacarse particularmente en otros aspectos. En el caso de Credifacil, además de los aspectos que tiene Caja Nor Perú, le añadimos la atención que recibe el cliente. En cuanto al servicio brindado y la calidad de la atención percibida por los microempresarios, los resultados en términos de excelencia en el servicio fueron distribuidos para todos los operantes en el mercado, según el tabla siguiente:

Tabla 4.19. Trujillo. Percepción de servicio por entidad Crediticia

Entidad	Atención	Requisitos	Tiempo	Facilidad	Promociones
BCP	x				
Del Trabajo					
Caja Trujillo	x	X	x	x	x
San Lorenzo					
Credifacil	x		x	x	
Cruz de Motupe					
Pronegocios					
Mibanco	x	X	x		
Caja Nor Perú	x	X	x	x	x

Caja Trujillo y Caja Nor Perú, tienen entrevistados que las consideran con excelencia en todos los aspectos del servicio crediticio que manifiesta la tabla, la atención del funcionario, los requisitos exigidos, el tiempo de aprobación y desembolso, así como las promociones otorgadas a sus clientes. Credifacil y Mibanco, son entidades que no se encuentran en todas las dimensiones, pero algunos entrevistados consideran que tienen excelencia en atención, tiempo y facilidad, en el primer caso y atención, requisitos y tiempo en el segundo. El Banco de Crédito destaca en atención. El resto de entidades no tiene esos criterios, sólo consiguen calificativo de bueno a regular, según los entrevistados.

La tabla siguiente muestra el porcentaje de las entidades con mayores preferencias en la ciudad de Trujillo

Tabla 4.20. Ranking de preferencias por entidad financiera

Principales entidades preferidas (%)	Tipo	Trujillo
Caja Trujillo	Caja Municipal	54
Mibanco	Banca especializada	13
Caja Nor Perú	Caja Rural	12
Credifacil	Edpyme	12
Banco de Crédito	Banca comercial	1
Caja Sullana	Caja Municipal	--
Caja Piura	Caja Municipal	--
Edyficar	Financiera	--

El perfil del microempresario en Chiclayo

Características generales del empresario

En el caso de Chiclayo, un 55% de los empresarios son hombres, la participación de la mujer en las actividades comerciales llega a 45%. En cuanto a la construcción del local, el 59% de establecimientos visitados está construido de material noble, un 38% de madera, el resto emplea una estructura metálica. La edad de los empresarios es relativamente joven.

Entre 20 a 45 años de edad se encuentra el 58% de empresarios, el porcentaje sube a 86% si consideramos la edad hasta los 50 años.

Siguiendo con el perfil del empresario, 38% de ellos cuenta con estudios técnicos y 12% con estudios universitarios (en total los empresarios con educación superior llega al 50%).

Respecto a la antigüedad del negocio, un 26% de empresarios tienen de 1 a 5 años en el negocio, 54% de ellos tienen de 5 a 8 años de antigüedad y un 20% de empresarios chiclayanos supera los 8 años de antigüedad.

Tabla 4.21. Características generales del empresario Chiclayo 2007

Características generales	Chiclayo
Puesto de material noble (%)	59
Empresarias Mujeres (%)	45
Estudios básicos completos (%)	33
Educación superior (%)	50
Edad promedio empresario (Años)	43
Antigüedad promedio del negocio (Años)	6

Características del negocio

En el caso de Chiclayo, se cuenta con un 55% de empresarios que llevan registro de los ingresos, de costos, inventarios y demás actividades empresariales. Un 85% de los empresarios cuenta con RUC, es decir se encuentra formalmente registrado en la administración tributaria nacional.

La forma societaria u organizacional más usada en Chiclayo, es la persona natural con negocio, 51% de empresarios tiene esta forma societaria de hecho, con validez tributaria antes que jurídica. Un 26% de negocios son sociedades de responsabilidad limitada (SRL), destaca también el 21% de empresarios organizados en torno a Empresas Individuales y 2% han formado sociedades anónimas, de modo que un 49% de negocios tiene patrimonio con valor jurídico. Un 31% de empresarios chiclayanos esta en el régimen general, un 3% esta en el régimen especial, lo que indica un total de 34% de empresarios que llevan contabilidad completa, un 9% está en el régimen simplificado, llevando contabilidad mínima, existe un gran grupo de empresarios que no están registrando operaciones con fines tributarios, lo que conlleva a considerar que no realizan registros y pueden estar dentro del régimen simplificado por una decisión de oficio de la administración tributaria.

El tamaño del negocio a partir del número de trabajadores existentes en Chiclayo, indica que un 38% de empresarios cuentan con un trabajador, 56% de negocios cuentan con dos a tres trabajadores, 5% de negocios cuentan con 4 a 5 trabajadores y un 1% cuenta con más de 5 trabajadores. La mitad de empresas chiclayanas, vende hasta 2 mil soles mensuales, 45% vende hasta 4 mil soles y 5% vende hasta 20 mil soles al mes.

Tabla 4.22. Características generales del negocio 2007

Características del negocio	Chiclayo
Registro procesos (%)	55
Registro tributario (%)	85
Personas naturales (%)	51
Organizaciones jurídicas (%)	49
Régimen tributario completo (%)	34
Nro de trabajadores promedio	2
Ingreso promedio mensual (S/.)	2,394

Aspectos financieros

La tabla siguiente muestra los promedios del comportamiento financiero en la ciudad de Chiclayo:

Tabla 4.23. Aspectos financieros del negocio 2007

Aspectos financieros	Trujillo	Chiclayo
Prefiere capital propio (%)	65	78
Prefiere crédito comercial (%)	6	1
Prefiere deuda financiera (%)	18	21
Con Crédito vigente (%)	27	40
Deuda promedio (S/.)	3,067	3,785
Cuota promedio mensual (S/.)	195	252
Plazo promedio meses	19	18
Tasa efectiva promedio anual	26%	27%

Respecto de las prácticas financieras en Chiclayo, se encontró un 78% de empresarios prefieren manejar su negocio con capital propio, un 21% prefiere usar deuda de entidades financieras y el restante 1% prefiere emplear crédito de proveedores.

Para complementar lo anterior, se indagó sobre el uso actual de créditos. Sobre ello, un 60% de los empresarios no posee un crédito y 40% si lo posee. En cuanto a los motivos por el cual no se tiene acceso actualmente a deuda; el principal es porque no necesita el financiamiento, en este caso un 63% de empresarios sin deuda cuenta con los fondos propios suficientes para manejar su negocio. Un 25% de empresarios sin crédito señala que no se endeuda por altas tasas de interés y por que los créditos son engorrosos en trámites diversos, mientras que un 10% de empresarios no son sujetos de crédito (debido a deudas no resueltas), de los cuales el 3% no presentan garantías o aval para solicitar el crédito.

En cuanto al nivel de endeudamiento en Chiclayo, el promedio de deuda asumida por aquellos con créditos vigentes es de 3,785 soles; en específico 19% de entrevistados tienen deudas por 2,000 soles. Un 30% de los empresarios tienen una deuda vigente de 3 mil soles, 40% de empresarios tiene deudas que superan los 3,500 soles, de los cuales 25% se ubica entre 3,500 y 5,000 soles. El restante grupo de entrevistados (11%) manifiesta tener deudas menores a 2 mil soles.

En cuanto a la cuota pagada por las deudas vigentes, en promedio la cuota asciende a 252 soles mensuales, en específico un 46% de entrevistados con crédito paga cuotas entre 113 a 200 soles al mes, 41% va de 200 a 350 soles y cuotas que superan ese monto (más de 350 hasta 500 soles mes) llegan a ser pagadas por el 12% de entrevistados. El plazo más usado es el de créditos hasta año y medio (un 40% de entrevistados), mientras que hasta un año figuran un 37% de entrevistados. El restante paga hasta en 24 meses.

En función a estos indicadores y al monto promedio de deuda y cuota, hemos estimado que la tasa de interés efectiva va 26% a 63%, en el primer caso cuando los créditos vencen a 18 meses y en el segundo caso cuando superan este plazo y llegan a 24 meses. Sobre el uso de la deuda, un 89% de empresarios chiclayanos la destina para capital de trabajo, ampliando las operaciones existentes, un exiguo 1% invierte en mejoras de local. Esto se debe a que los locales pueden estar en su tope de mejoras posibles, dado que son por lo general ambientes de almacenaje y venta. El resto de entrevistados con crédito vigente manifestó usar la deuda con fines personales (pagar deudas vigentes, gastos familiares y mejora de vivienda). La garantía más usada es el aval con 94% de casos, 4% usa el puesto comercial como garantía, sin embargo la práctica usual de las entidades microfinancieras en Chiclayo es la entrega de créditos con información del empresario y un garante.

Relaciones entre el pequeño empresario y su proveedor financiero

La tabla siguiente muestra el porcentaje de las entidades con mayores preferencias en la ciudad de Chiclayo.

Tabla 4.24. Ranking de preferencias por entidad financiera

Principales entidades preferidas (%)	Tipo	Chiclayo
Caja Trujillo	Caja Municipal	9
Mibanco	Banca especializada	21
Caja Nor Perú	Caja Rural	3
Credifacil	Edpyme	--
Banco de Crédito	Banca comercial	28
Caja Sullana	Caja Municipal	15
Caja Piura	Caja Municipal	3
Edyficar	Financiera	--

En cuanto a las preferencias por entidad crediticia, en la ciudad de Chiclayo un 28% tiene como proveedor al Banco de Crédito, 21% se financia con Mibanco y 15% con CMAC Sullana. En segundo orden de entidades preferidas, tenemos a Caja Trujillo con el 9% de preferencias y el Banco del Trabajo con 7%. Entre 3% y 4% de preferencia tenemos a CMAC Piura, Caja Nor Perú, Cooperativa Tumán y el Banco Financiero. En cuanto a los principales motivos para elegir la entidad financiera, ha primado la tasa de interés que fue

señalada por un 40% de los entrevistados con crédito vigente. Los requisitos accesibles de la entidad, están en segundo lugar, con 21% de preferencias. La rapidez del proceso de entrega del dinero o desembolso está en tercer lugar con 18% de entrevistados, en menor medida están los criterios de cobertura de necesidades financieras y la atención recibida. En materia de fidelidad con la entidad financiera en Chiclayo, podemos analizar la antigüedad de la relación con la entidad financiera; en promedio los microempresarios tienen una antigüedad de 2 años como clientes de una entidad financiera. En específico, un 26% de clientes tienen un año de antigüedad con su entidad financiera, 34% de microempresarios tiene una antigüedad de dos años, un 23% tiene principalmente una antigüedad de 3 años y un 17% tienen una antigüedad superior a los 3 años como cliente de una misma entidad financiera. La tabla siguiente muestra las preferencias en cuanto a los atributos que los entrevistados destacan, en las entidades financieras que operan en Chiclayo:

Cuadro 4.25. Chiclayo. Entidad financiera y sus atributos percibidos

Entidad	Promoción	Requisitos	Tiempo	Trámites	Atención
Mibanco	++	+	++	+	++
BCP	+	++	+++	++	+++
Caja Trujillo	+	+	+	+	+
Banco del Trabajo		+			
Caja Sullana	+		+	+	+
Interbank					+
Financiero					+

Como muestra el cuadro anterior, el Banco de Crédito es la entidad con mejor percepción de servicio liderando en la mayor parte de atributos, en segundo orden esta Mibanco que se destaca en promociones que se brindan al cliente, el tiempo que demora el crédito hasta el desembolso y la atención que brinda a sus clientes. Caja Trujillo está presente en todos los atributos no como factor de excelencia sino como un servicio bueno. El mismo puntaje le corresponde a CMAC Sullana, excepto en el rubro requisitos.

Banco del Trabajo destaca en la flexibilidad y manejo de los requisitos exigidos al cliente, si bien no es excelente, tiene una buena percepción. De igual modo, el Banco Financiero e Interbank destacan en cuanto a la atención brindada. Las demás entidades tienen una percepción del servicio generalmente regular sin destacar.

4.3. Segmentos de microempresarios: Evidencias por ciudades

En esta parte, se mostrarán los distintos segmentos y las características de los pequeños empresarios dentro de cada segmento. La información será presentada para cada ciudad.

Segmentos en la ciudad de Trujillo

En Trujillo se han obtenido cinco segmentos, el más grande de ellos tiene un 37% de empresarios, le sigue un segmento con 31% de empresarios, un tercer segmento tiene 24% de empresarios y en menor medida se tiene dos segmentos adicionales de 6% y 2% en tamaño. Analizando el segmento 1, con 31% de empresarios, en primer lugar destaca la formación secundaria y superior. El uso predilecto de forma organizacional es la sociedad comercial, los empresarios del segmento se ubican generalmente en Zona Franca, son negocios de 3 trabajadores, tienen registro tributario y están en el régimen general principalmente. Son empresarios relativamente jóvenes hasta 49 años de edad, sus negocios son medianamente antiguos hasta 8 años de establecidos, sus ingresos mensuales son en promedio hasta 5,500 soles, por lo general prefieren usar activamente la deuda y tienen demanda de créditos, a pesar de que muchos de ellos ya tienen deudas, demandarían mayor crédito sin dificultad, por su cultura de crecimiento apalancado.

Tienen una gestión orientada al crecimiento en nuevas líneas o productos, diversificando el negocio con la ayuda financiera. Su entidad de créditos preferida es la Caja Trujillo y Caja Nor Perú, el crédito que demanda va de mil a más de tres mil soles, en cuanto a la atención que reciben, este segmento considera que es buena y en el proceso del crédito opina que va de buena a regular. El segmento 2, con el 37% de empresarios, es el más grande del mercado. Son empresarios que se ubican por lo general en la Hermelinda, tienen de preferencia educación secundaria, por lo general no tienen socios y usan la forma jurídica de Empresa Individual y persona natural con negocio, son más pequeños que el segmento anterior con 2 trabajadores, tienen una edad relativamente mayor, porque van de 38 a 53 años de edad. En cuanto al negocio, es relativamente joven, de 1 a 5 años de antigüedad del establecimiento, sus ventas son pequeñas en el mercado (es el segmento con menor volumen de operaciones por establecimiento), llega a 2,500 soles y prefieren el uso de capital propio. No demandan mayormente crédito porque no lo necesitan y ya tiene cubierto el crédito actual, dado que sus operaciones son pequeñas y en caso se endeuden lo harían para expandir el negocio con mayor capital de trabajo.

Tabla 4.26. Trujillo. Perfil de los empresarios por segmento

Variable	Segmento 1	Segmento 2	Segmento 3	Segmento 4	Segmento 5
Tamaño	31%	37%	6%	24%	2%
Zona de mayor incidencia	Zona Franca	Hermelinda	Hermelinda	Mayorista	Mayorista
Construcción del puesto	Mat Noble	Mat Noble	Otros	Mat Noble	Otros
Educación	Secundaria	Secundaria	Secundaria	Secundaria	Primaria
Educación Superior	Universitaria	--	--	Universitaria	--
Organización	SRL	EIRL/PN	EIRL/PN	SRL	SRL
Régimen	General	General	RUS	General	General
Trabajadores	3 Trab	2 Trab	2 Trab	3 Trab	6 Trab
Edad	44 a 49 años	38 a 53 años	48 a 51 años	34 a 40 años	49 a + años
Antigüedad	4 a 8 años	1 a 5 años	8 a 9 años	5 a 9 años	+ de 10 años
Ingresos mensuales	3 mil a 5,500	900 a 2,500	12 a 14 mil	6,500 a 10 mil	+ de 18 mil
Financiamiento	Capital y deuda	Capital y deuda	Capital propio	Capital y deuda	Capital propio
Prefiere principalmente	Deuda	Capital	--	Capital	--
Porque no se endeuda	No necesita	No necesita	Sin facilidades	No necesita	No necesita
Demandaría crédito *	Si	No	Si	No	No
Motivo por endeudarse	Diversificar	Expandir	Expandir	Expandir	Expandir
Entidad donde tiene crédito	Caja Trujillo	Caja Trujillo	--	Caja Trujillo	--
Entidad secundaria	Caja Nor Perú	Pro Negocios	--	Credifacil	--
Otra entidad	--	Mi Banco	--	Mi Banco	--
Monto del Préstamo	1,000 a + 3,000	400 a 2,000	--	2,000 a + 3,500	--
Atención y requisitos	Buena	Buena	--	Buena a regular	--
Tiempo, tram. Y promoción	Buena a regular	Buena a regular	--	Buena a regular	--

* En el caso de clientes sin crédito sería demandar crédito nuevo en el futuro, en el caso de que ya existan créditos, sería demandar otro crédito en el futuro.

Su entidad financiera de preferencia es la Caja Trujillo, le siguen en importancia Pro Negocios y Mibanco. Su deuda en los pocos casos de existencia, es pequeña pues va de 400 hasta 2,000 soles, en cuanto a la atención que reciben de la entidad financiera elegida, esta es similar al segmento anterior, va de buena a regular.

El segmento tres es pequeño en el mercado (6%), se ubican también en la Hermelinda, tienen estudios de secundaria y el puesto tiene mezclas de madera y material noble en su estructura, su forma jurídica elegida es la Empresa Individual, no aceptan socios. El negocio es pequeño, con dos trabajadores. Generalmente, para fines tributarios, se ubica en el régimen simplificado. Son algo mayores de edad, pues tienen entre 48 a 51 años, los negocios son antiguos hasta 9 años de establecidos, sus operaciones en ingresos son altas, pues van hasta 14 mil soles, y sólo usan capital propio, no hay cultura de endeudamiento, sin embargo estos clientes manifiestan que si necesitan crédito, y en el caso que se endeuden sería para expandir el negocio. A pesar de su cultura de crecimiento interno, la misma dinámica comercial hace que necesiten créditos, pero no se endeudan adicionalmente porque perciben pocas facilidades en las entidades de crédito, en cuanto a trámites y proceso de aprobación. El cuarto segmento, con 24% del mercado, se ubica generalmente en el Mercado Mayorista, sus establecimientos son de material noble, los

empresarios de este segmento tienen secundaria y algunos de ellos estudios universitarios, su forma de organización preferida es la Sociedad de Responsabilidad, estos negocios se encuentran en el Régimen General, son de mayor cantidad de trabajadores comparado al segmento anterior, pues tienen tres empleados por establecimiento, son los empresarios más jóvenes pues van de 34 a 40 años. Sus negocios son relativamente antiguos, van de 5 a 9 años, sus ventas están encima del promedio, ya que el movimiento mensual va de 6,500 a 10 mil soles, estos empresarios usan financiamiento externo, pero en la estructura de fondos se prefiere principalmente el capital propio. No tienen actuales necesidades de crédito, por ello en el futuro inmediato no demandarían crédito, pero en caso de endeudarse en el futuro, los fondos serían aplicados en capital de trabajo para expandir el negocio.

Las entidades que actualmente lo proveen de crédito son Caja Trujillo, luego esta Credifacil y Mibanco, sus montos de endeudamiento van de 2 mil a más de tres mil quinientos soles en promedio (con algunos créditos que superan los 8,000 soles) y califican la atención recibida en la entidad financiera, de buena a regular.

El quinto segmento es el más pequeño del mercado, se ubican preferentemente en el mercado Mayorista, la construcción del puesto va de material noble a madera y mezclas en torno a estos materiales, estos empresarios sólo tienen primaria, su forma de organización preferida es la Sociedad de Responsabilidad, se ubican en el régimen general, son negocios grandes, tiene hasta 6 trabajadores y sus ventas superan los 18 mil soles al mes. Son los empresarios de mayor edad y muy antiguos en el negocio, usan principalmente fondos propios, su crecimiento se basa en el ahorro y las utilidades generadas por el negocio. Actualmente no necesitan créditos, por cuanto sus operaciones se sustentan en el movimiento diario de su propio capital.

Segmentos en la ciudad de Chiclayo

En la ciudad de Chiclayo, se han estimado 6 segmentos de microempresarios, los cuales se muestran en la tabla 4.23. Analizando el primer segmento, que representa un 44.74% de empresarios y es el más grande del mercado; encontramos que estos pequeños empresarios son predominantemente hombres, generalmente se concentran en el distrito de José Leonardo Ortiz, con establecimientos comerciales dentro y alrededor del Mercado Mayorista Moshoqueque y algunos de ellos cuentan con establecimientos en la céntrica Calle San José de Chiclayo. El material predominante en sus establecimientos es la construcción de concreto, sus edades van de 35 a 52 años, la mayoría de ellos terminó la secundaria y en segundo orden están aquellos que tienen estudios técnicos. La mitad de los empresarios lleva un registro formal de sus ingresos, su estilo organizativo predominante es la empresa individual o la persona natural con negocio, es decir son pequeños negocios individuales poco abiertos a tener socios.

En términos tributarios pertenecen al Régimen General, cuentan con uno a tres trabajadores y son relativamente arraigados en el punto de venta, su antigüedad va de 2 años a 10 años, predominan los más antiguos. Sus ventas mensuales van de 2,200 a 5,000 soles, prefieren usar capital propio, aun cuando muchos de ellos tienen uso de deuda, sus entidades financieras preferidas son el Banco de Crédito y CMAC Sullana. La deuda promedio que se maneja en este segmento va de 2 mil a 5 mil soles, los criterios que más valoran a la hora de pedir un crédito, son que las entidades financieras le brinden cobertura en cuanto a las necesidades de financiamiento y rapidez en el proceso de evaluación del crédito hasta el desembolso respectivo.

El plazo de endeudamiento promedio de este segmento es de 6 meses a 2 años, son relativamente nuevos con las entidades financieras que los proveen de dinero, su antigüedad con estas entidades va de 1 a 3 años. La mitad de los miembros del segmento que ya cuentan con créditos, están dispuestos a cambiarse de entidad financiera. Adicionalmente considerando aquellos que no poseen créditos, un 22% de entrevistados manifiesta su interés de contar con crédito para ampliar sus operaciones actuales.

En el caso del segmento dos, que cuenta con 22% del mercado, este tiene como conductor del negocio a mujeres predominantemente, se ubican en el distrito de Chiclayo y su zona de operaciones está en el Mercado Central, el material predominante de los establecimientos comerciales es la madera (en muchos casos acompañado de estructura metálica). Son empresarias jóvenes, sus edades van de 29 a 43 años, su educación es primordialmente técnica, la gran mayoría de este segmento tiene registrados sus ingresos y actividades del negocio, su forma empresarial más usada es la de Persona natural con negocio.

Su régimen tributario es el simplificado, cuentan con 2 a 3 trabajadores, generalmente miembros de la familia y generalmente no remunerados (de manera directa), son empresas cuya antigüedad va de uno a ocho años, la antigüedad media es de 5 años.

Sus ventas mensuales van de mil a dos mil soles al mes, generalmente combinan el uso de capital y deuda, para la deuda tienen como entidad proveedora de preferencia al Banco de Crédito. Los montos de deuda más usados van de tres mil a cinco mil soles, predominando los montos cercanos a tres mil, su plazo máximo de endeudamiento es de 18 meses, tienen una mayor fidelidad que el primer segmento, ya que su antigüedad con la entidad financiera elegida supera los plazos del crédito promedio, sólo 10% del segmento están dispuestos a cambiarse de entidad financiera y en el caso de los que no poseen crédito, 11% manifiestan su interés de contar con el crédito. En el caso del segmento tres, cuenta con 13% del mercado, también tiene como conductores del negocio a mujeres principalmente, se ubican en el distrito de Chiclayo y el mercado predominante es el Modelo, los establecimientos comerciales que conducen están contruidos como combinaciones entre material noble y madera, su edad es relativamente mayor en rango que los segmentos anteriores, pues van

de 31 a 53 años, su educación es predominantemente técnica, la mayoría de empresarios registra sus ingresos, son empresas con mayor apertura en el capital, su forma preferida de organización es la Sociedad de Responsabilidad Limitada y en menor medida la Persona natural, el régimen tributario de mayor uso es el simplificado, son negocios que cuentan con dos a tres trabajadores, principalmente la pareja y los hijos (u otros miembros de la familia). Su antigüedad es relativamente menor a las otras entidades va de uno a siete años, predomina la antigüedad de 4 años en promedio. Su volumen de operaciones es menor a los otros segmentos va de 800 a 2,000 soles al mes, usa deuda aunque en menor medida a los demás segmentos, ya que su volumen de endeudamiento va de mil a 2,500 soles, la entidad que prefiere es la Caja Trujillo y en segundo orden es CMAC Piura.

Los atributos exigidos a las entidades financieras son la tasa de interés en primer lugar y los requisitos para el crédito en segundo orden. Por lo general este segmento se endeuda hasta 18 meses y su fidelidad es menor a otros segmentos, por lo general su relación con la entidad financiera va de uno a tres años de antigüedad, siendo dos años el plazo más usado, equivalente al período del crédito.

Tabla 4.27. Segmentos de empresarios en la ciudad de Chiclayo

Variable	Segmento 1	Segmento 2	Segmento 3
Tamaño (%)	44.74	22.37	13.16
Género predominante	Hombres	Mujeres	Mujeres
Distrito de mayor incidencia	JLO	Chiclayo	Chiclayo
Mercado	Moshoqueque/San José	Mdo. Central	Modelo
Material del establecimiento	Noble	Madera	Madera/Mat. Noble
Edad	35 a 52 años	29 a 43 años	31 a 53 años
Educación	Secundaria/Técnica	Técnica	Técnica
Registro de ingresos	Si - 50% / No - 50%	Si, pocos No	Si, Muy pocos No
Tipo de organización	EIRL/Persona Natural	Persona Natural	SRL/Persona Natural
Régimen Tributario	General	Otros / RUS	Otros / RUS
Trabajadores	1 a 3	2 a 3	2 a 3
Antigüedad (años)	2 a 10	1 a 8	1 a 7
Ventas (soles mensuales)	2,200 - 5,000	1,000 - 2,000	800 - 2,000
Financiamiento	Capital propio	Capital y deuda	Capital y deuda
Entidad preferida	BCP/CMAC Sullana	BCP	Caja Trujillo/CMAC Piura
Monto de deuda (soles)	2,000 - 5,000	3,000 - 5,000	1,000 - 2,500
Atributos exigidos	Rapidez / Cobertura	Interés / Requisitos	Interés / Requisitos
Plazo de deuda (meses)	6 a 24	6 a 18	6 a 18
Antigüedad con la IFI (años)	1 a 3	1 a 4	1 a 3
Dispuesto a cambiarse de IFI	50%	10%	20%
Necesita crédito	Si - 22%	Si - 11%	Si, Muy pocos No

Variable	Segmento 4	Segmento 5	Segmento 6
Tamaño (%)	11.84	6.58	1.32
Género predominante	Hombres	Equilibrado	Mujeres
Distrito de mayor incidencia	Chiclayo	Chiclayo/La Victoria	Chiclayo
Mercado	Todos	Modelo / AZ	Modelo
Material del establecimiento	Mat. Noble	Madera/Mat. Noble	Mat. Noble
Edad	42 a 50 años	34 a 38 años	> 60 años

Educación	Técnica/Universitaria	Técnica/Universitaria	Primaria
Registro de ingresos	Si	Si	Si
Tipo de organización	SRL/Persona Natural	SRL	SRL
Régimen Tributario	Otros / RUS	Otros / RUS	General
Trabajadores	2 a 5	1 a 2	3
Antigüedad (años)	4 a 10	3 a 5	2
Ventas (soles mensuales)	2,000 - 4,500	1,200 - 3,500	7,000
Financiamiento	Capital y deuda	Capital y deuda	Capital y deuda
Entidad preferida	BCP/Mibanco	BCP/Del Trabajo	Mibanco
Monto de deuda (soles)	6,000 - 8,000	8,000 - 10,000	5,000
Atributos exigidos	Interés / Requisitos	Interés / Rapidez	Tasa de interés
Plazo de deuda (meses)	12 a 24	18 a 24	18
Antigüedad con la IFI (años)	2 a 6	3 a 4	4 a 5
Dispuesto a cambiarse de IFI	13%	-	-
Necesita crédito	Si, muy pocos No	-	-

Un 20% de miembros de este segmento, con experiencia crediticia, esta dispuesto a cambiarse de entidad financiera, la mayor parte de estos empresarios si está dispuesto a seguir endeudándose o solicitar nuevos créditos.

El segmento cuatro es relativamente pequeño, representa el 11.8% del mercado local, las empresas son mayormente conducidas por hombres, se ubican en el distrito de Chiclayo y están dispersos en los principales mercados de la zona. Sus establecimientos comerciales son preferentemente de material noble, son relativamente mayores, pues sus edades van de 42 a 50 años. Son relativamente los de mayor nivel educativo, por lo general cuentan con estudios técnicos o universitarios, la mayoría registra sus ingresos y su forma empresarial predilecta es la Sociedad de Responsabilidad limitada, en menor medida le sigue la Persona Natural con negocios.

Estas empresas están mayormente en el régimen simplificado y tienen entre 2 a 5 empleados, contratan miembros externos a la familia. Son empresas muy arraigadas en el punto de venta, tiene hasta 10 años de antigüedad, sus ventas son de dos mil a 4,500 soles mensuales. Su mecanismo de financiamiento es mixto, usan activamente deuda, las entidades que mayor preferencias tienen en este segmento son el Banco de Crédito y Mibanco, los niveles de deuda son altos comparados con los anteriores segmentos, este volumen de crédito manejado es de 6 a 8 mil soles, el mismo que se paga en promedio a 2 años.

Los principales atributos exigidos a las entidades financieras son tasas de interés accesibles y requisitos flexibles y poco engorrosos para acceder al crédito. Tienen mayor fidelidad que los demás segmentos, puesto que las relaciones sostenidas con la entidad financiera proveedora van de dos a 6 años de antigüedad.

En este segmento un 13% esta dispuesto a cambiarse de entidad financiera, mientras que todos aquellos que no están cubiertos por financiamiento actual, no manifiestan intenciones de requerir un crédito.

El segmento cinco es pequeño, representa el 6.6% del mercado, la conducción del puesto es compartida tanto por hombres como por mujeres, estos empresarios se ubican en los distritos de Chiclayo y La Victoria, específicamente en los mercados Modelo y AZ, respectivamente.

El material de los puestos es predominantemente madera y en algunos casos material noble. Son empresarios relativamente jóvenes, van de 34 a 38 años, su educación es principalmente superior, técnica universitaria, la mayor parte de los empresarios registra sus ingresos y se ubican en el régimen simplificado. La forma organizativa preferida es la Sociedad de Responsabilidad Limitada, son negocios pequeños en comparación a los demás segmentos pues sus ventas van de 1.2 a 3.5 mil soles, contando con máximos dos trabajadores en el negocio.

El negocio como máximo llega a 5 años de antigüedad, combina el capital propio con el endeudamiento como forma de financiamiento, sus entidades crediticias preferidas son el Banco de Crédito y el Banco del Trabajo en segundo lugar. Su nivel de deuda en promedio va de 8 a 10 mil soles, los mismos que se pagan como máximo a 2 años, los dueños responden a créditos altos debido a tener más de un establecimiento u otros ingresos familiares.

Este segmento exige rapidez en el tiempo de aprobación y desembolso del crédito, además de tasas de interés accesibles. Su nivel de relación con la entidad financiera va de 3 a 4 años. En este segmento no hay intención de corto plazo para cambiarse de entidad financiera y sus necesidades de crédito de corto plazo están cubiertas.

El segmento seis es sumamente pequeño, sólo 1.3% del mercado, en general son pequeños negocios conducidos por mujeres, su zona preferente es el mercado Modelo del distrito de Chiclayo, los comercios son de material noble en su estructura, son empresarias con una edad mayor a 60 años (los de mayor edad en el mercado), su nivel educativo es el menor, sólo tienen mayoritariamente primaria, no obstante también tienen procesos de registro de operaciones y están organizados preferentemente como Sociedades de Responsabilidad.

Son empresas más grandes que la anteriores, sus ventas están en 7 mil soles al mes, tienen tres trabajadores y en promedio llegan a los cinco años de antigüedad, son empresarios provenientes de otros sectores económicos, dada su edad alta.

Estas empresas se financian mediante capital y deuda, su entidad preferida es Mibanco, los niveles de deuda son relativamente altos, en promedio de 5 mil soles y se pagan hasta en 18 meses. Son de una fidelidad relativamente alta, pues mantienen 5 años de relación con sus entidades crediticias. No expresan requerimientos de deuda a corto o mediano plazo.

4.4. Análisis de la demanda y segmentación

Respecto de la intención de demandar un crédito, en términos de todo el mercado trujillano; se preguntó por la necesidad de crédito. Un 27% manifestó tener necesidades de financiamiento. El restante 73% no necesitaba el crédito por cuanto cuenta con su propio capital o tiene cierta aversión a la deuda. Las razones para solicitar el crédito son primordialmente la diversificación de productos, es decir ampliar el negocio con nuevos productos o ingresar en nuevas líneas de negocio, el otro motivo era expandir el actual nivel de operaciones, siendo los recursos para mayor capital de trabajo. En Trujillo no hubo mayores intenciones de cambiar de entidad crediticia.

En el mercado chiclayano, se tiene un 40% de mercado cubierto con crédito, un 16% de entrevistados manifestaron tener necesidad del crédito, para poder cubrir ampliaciones del negocio en materia de nuevos productos y en segundo término para sustituir sus ahorros por deuda. No obstante ello, debe ser afinado con los criterios de racionamiento del mercado.

Otro aspecto de la demanda crediticia en Chiclayo, se relaciona con aquellos que desean realizar cambios hacia nuevas entidades financieras. Un 32% de entrevistados con crédito vigente, manifestó su interés en cambiar de entidad.

En cuanto al 68% que permanecería en su entidad financiera, los principales motivos son: el servicio brindado por su entidad (42%), la oferta de créditos diversificada y amplia (40%) y en tercer lugar la asesoría que recibe del personal de contacto (14%), sea la fuerza de ventas o el analista de crédito. Un pequeño grupo de 3% de entrevistados con crédito vigente señala la tasa de interés como factor de permanencia.

Tabla 4.28. Requerimientos de créditos por ciudad y segmento

Variable / Segmentos	I	II	III	IV	V	VI
Chiclayo						
Tamaño	45%	22%	13%	12%	7%	1%
Dispuesto a cambiarse de IFI	50%	10%	20%	13%	0%	0%
Necesita crédito	22%	11%	100%	100%	0%	0%
Trujillo						
Tamaño	31%	37%	6%	24%	2%	
Necesita crédito	100%	0%	100%	0%	0%	

Respecto de los requerimientos crediticios por segmento, la tabla 4.39 resume los hallazgos de la sección anterior. De los seis segmentos existentes en Chiclayo, dos no tienen necesidades de financiamiento. En los cuatro segmentos restantes, la necesidad de crédito expresada por los empresarios, llega a 37% del total del mercado.

En los 5 segmentos presentes en Trujillo, dos de ellos no requieren créditos, en los tres restantes, la necesidad de crédito llega a 37% del mercado, similar a Chiclayo.

En los casos anteriores, es vital ajustar los estimados a partir de los criterios de acceso al crédito, con fines de poder hallar el potencial de crecimiento del mercado

Con fines de conocer las variables relacionadas con el acceso y demanda crediticia en cada región, se hizo un análisis factorial (los recuadros pintados de amarillo nos indican las variables que tiene mayor carga dentro de cada componente o factor obtenido en la muestra), que encuentra las variables de mayor incidencia en el acceso al crédito, en el caso de Trujillo son el material del puesto, la edad, la educación, el registro de operaciones, el RUC del microempresario, el tipo de organización, el n° de trabajadores y las ventas, no siendo relevantes las garantías y el género.

Tabla 4.29. Trujillo					
Matriz de componentes rotados(a)					
Variable	Componente				
	1	2	3	4	5
Género	-0.051	-0.834	0.210	-0.070	0.085
Material Puesto	-0.085	0.093	0.130	0.882	-0.127
Edad	-0.134	0.825	0.175	-0.126	0.065
Educación	0.674	-0.222	-0.034	-0.053	-0.192
Registro operaciones	-0.067	-0.029	0.082	0.036	0.937
RUC	-0.109	-0.189	-0.177	0.777	0.253
Tipo organización	0.766	0.262	-0.231	-0.077	0.276
N° Trabajadores	0.574	-0.013	0.325	-0.165	-0.375
Antigüedad negocio	-0.071	0.192	0.809	-0.077	-0.066
Ventas	0.537	-0.088	0.634	-0.076	0.020
Garantía	0.066	0.230	-0.430	-0.100	-0.108
Método de extracción: Análisis de componentes principales.					
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.					
Varianza Explicada 69%					

En el caso de Chiclayo, el análisis indica que si son relevantes el género, la educación, el tipo de organización, el n° de trabajadores, la antigüedad del negocio, las ventas y la garantía a otorgar. Mientras que no tienen incidencia el material del puesto, la edad, el registro de operaciones y el RUC del microempresario.

Tabla 4.30. Chiclayo				
Matriz de componentes rotados(a)				
Variable	Componente			
	1	2	3	4
Género	0.021	0.647	-0.164	0.089
Material Puesto	0.118	-0.027	-0.681	0.130
Edad	0.054	-0.887	-0.119	0.048
Educación	0.595	0.517	0.163	-0.149
Registro operaciones	-0.745	0.062	0.419	-0.031
RUC	-0.166	0.264	-0.152	0.391
Tipo organización	0.548	-0.007	-0.144	0.592

N° Trabajadores	0.766	-0.063	0.185	-0.231
Antigüedad negocio	-0.080	0.066	-0.238	0.545
Ventas	0.099	-0.074	0.771	-0.009
Garantía	-0.085	-0.184	0.251	0.672
Método de extracción: Análisis de componentes principales.				
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.				
Varianza Explicada		57%		

5. DISCUSIÓN

El análisis de la oferta microfinanciera

La dinámica de los mercados financieros sigue el patrón económico, Trujillo con el PBI más grande y además la región de mayor crecimiento lidera la intermediación financiera, con 3,158 millones de soles en el sistema financiero. Esta ciudad supera a Chiclayo en un 79% y la relación depósitos a créditos en Trujillo es de 0.77 y en Chiclayo es 0.58.

Las colocaciones en Trujillo crecen a 18% contra el 9.5% de Chiclayo, en los depósitos el escenario es similar, Trujillo crece al 8.5% y Chiclayo al 3.7%. El bajo ritmo de los depósitos en Chiclayo, responden a que la economía tiende al consumo antes que al ahorro, además hay que considerar que es la ciudad con mayor nivel de desempleo.

La presencia de la moneda extranjera en los mercados financieros norteños esta en franco descenso, no obstante sigue siendo alto. Trujillo es el mercado con mayores niveles de dólares tanto en créditos como en depósitos. En Chiclayo prima el ahorro en dólares por encima de los créditos en esta moneda, esto indica que además de una cultura de ahorro pequeña, existe cierta desconfianza en este mercado, de modo que los agentes prefieren la moneda extranjera.

En cuanto a las tendencias futuras en microfinanzas, en el caso de Chiclayo, los niveles de crecimiento que superan el 25% anual (el triple del crecimiento de todo el mercado financiero) también señalan una progresiva maduración de la industria.

En Trujillo es donde hay más perspectivas de crecimiento, las colocaciones de microfinanzas crecen a menor ritmo que el mercado financiero y ello señala que existe un espacio de ampliación. No obstante en esta misma ciudad, los depósitos de microfinanzas crecen al triple del mercado, lo cual indicaría la cercanía a la maduración del mercado de ahorros.

La morosidad nos brinda información acerca de la presión en el mercado, Chiclayo exhibe los mayores indicadores de morosidad, si consideramos que las prácticas de las entidades de microfinanzas son básicamente similares en el mercado, entonces se puede decir que la mayor morosidad responde a relajamientos en la selección de clientes, producto de la mayor competencia, se verifica ya en el mercado la existencia de ventas de deuda y clientes con más de un crédito, lo que indica un mercado con cierta maduración.

Trujillo es el mercado con menores niveles de morosidad, ello refleja eficiencia en la selección de clientes, además de ser un mercado con potencial de crecimiento, lo que indica que existe potencial de seleccionar clientes con menos niveles de endeudamiento, ya que el mercado de microfinanzas es aún menor a las otras regiones. En cuanto al grado de competencia en cada región, los mercados de ahorro corriente y a la vista son liderados por las entidades bancarias. En el caso de los mercados de ahorro corriente donde intervienen las entidades de microfinanzas, la líder de este rubro en Trujillo es la Caja Trujillo, quien tiene el doble que su inmediato competidor Caja Nor Perú y es 31 veces más grande que el tercer competidor Mibanco (banca especializada en la microempresa). En este mercado, es claro que el modelo que prima es el de líder por un factor de cultura regional básicamente, ya que las tasas de interés son relativamente similares.

En el mercado de depósitos a plazo trujillano, las entidades de microfinanzas son competidores de peso, lidera el mercado total Caja Trujillo, quien tiene 3 veces más depósitos que Caja Nor Perú y 18 veces más que Banco del Trabajo (banco con colocaciones de pequeña empresa), la Caja Trujillo es un líder de precios en este mercado, marcando la pauta en tasas de interés. El mercado total de depósitos, sigue la pauta anterior, Caja Trujillo es líder del mercado de microfinanzas imponiendo sus condiciones a los competidores, que son de lejos, bastante pequeños.

En cuanto a los créditos, el mercado trujillano de microfinanzas sigue el mismo comportamiento que los depósitos, Caja Trujillo tiene 3 veces más colocaciones que Caja Nor Perú y 5 veces más que el Banco de Trabajo, la entidad es nuevamente líder de precios y además de procesos, es un innovador en materia de uso electrónico de pago en esta ciudad. El mercado chiclayano de microfinanzas, tiene algunas diferencias con el mercado trujillano, si bien también existe liderazgo en el caso de ahorros, los competidores del líder siguen una lucha dura por el segundo lugar.

En concreto Caja Municipal de Piura, lidera el mercado de depósitos de ahorro, capta 3.5 veces más que sus competidores. En el caso de depósitos a plazo, Caja de Piura lidera además el mercado regional, no sólo el de microfinanzas y capta 2.5 veces más que sus competidores inmediatos. El mismo comportamiento se refleja en los depósitos totales. En Chiclayo la Caja de Piura es un líder de precios en las captaciones, además el hecho de ser la entidad más antigua en el mercado le da el liderazgo, pero las distancias con sus competidores son menores al caso trujillano, de modo que se verifica un mayor nivel de competencia entre pocos ofertantes, a modo de competencia monopolista.

El mercado de créditos en microfinanzas para la ciudad de Chiclayo, evidencia una competencia entre dos entidades, Caja de Piura y Caja Trujillo, la lucha es por diferenciar el servicio que brindan ambos y además ello conduce a presiones en la tasa de interés, reflejando la madurez del mercado. Más abajo con la mitad de colocaciones sigue el Banco

del Trabajo. En este caso, el más cercano a la competencia, puesto que la distancia entre los líderes es cercano al siguiente y se pelea mucho en las variables principales del negocio.

El análisis de la demanda

El análisis de las características generales del empresario, evidencia el mayor valor de activos que poseen los pequeños empresarios trujillanos comparado a Cajamarca y mucho mayor aún que Chiclayo. Esta dotación inicial, permitiría diferenciar el acceso al crédito, sin embargo observando la tabla 5.1, encontramos que en Trujillo a pesar de tener el mayor número de empresarios con un activo de mayor valor comercial, poseen el menor acceso al crédito, una explicación válida se relaciona a un mayor nivel de restricción propio o de parte de los ofertantes, aspecto que es mayor a los otros mercados.

Tabla 5.1. El crédito y ventas promedio según características del empresario 2007

El empresario	Trujillo			Chiclayo		
	Ventas	Deuda	Acceso	Ventas	Deuda	Acceso
Puesto de material noble	4,124	3,025	31%	2,761	3,788	44%
Puestos otros materiales	1,752	2,944	12%	1,803	3,703	35%
Mujeres	3,486	2,880	33%	2,080	3,511	38%
Hombres	3,707	3,275	22%	2,620	3,810	42%
Educación superior	5,813	3,750	30%	3,536	5,547	44%
Secundaria	3,752	3,003	24%	2,246	3,281	36%
Primaria	3,514	3,421	27%	2,243	3,250	35%
Edad menor a 40	3,600	3,500	29%	2,134	3,679	35%
Edad de 40 a +	3,006	2,670	28%	2,336	3,802	44%

De acuerdo a lo revisado en otras experiencias de estudios microfinancieros, aquellos empresarios con un activo de mayor valor, son los que acceden en mayor proporción al crédito; este criterio se cumple en Trujillo y Chiclayo, en donde los negocios con activos de menor valor acceden menos al crédito. El tamaño de la deuda, si se relaciona mucho con el activo, en las dos ciudades en estudio; se encontró que el crédito es menor si no se posee un establecimiento de concreto o material noble, en Chiclayo la evidencia es débil, pero se sostiene la premisa planteada en la literatura, el volumen de crédito por lo general, depende de los activos que posee el empresario.

En lo que respecta al género del empresario, en Chiclayo y Trujillo los números son cercanos, ligeramente superior Chiclayo. El análisis comparado comprueba que la posibilidad de sesgo hacia las mujeres es relativa, en Trujillo al crédito acceden más mujeres que hombres, mientras que en Chiclayo, los hombres tienen más acceso. Visto desde el tamaño del financiamiento, si encontramos evidencia de un mayor crédito por parte de los hombres, sin embargo en Chiclayo y Trujillo las distancias no son muy amplias. No obstante, esto tendría que ver con las ventas, puesto que los negocios conducidos por

hombres tienen más ingresos y ello explicaría las diferencias, es decir no existe evidencia de un sesgo hacia uno u otro género. En todo caso una evidencia más profunda puede hallarse en porque los negocios conducidos por mujeres tienden a tener menos ingresos, las evidencias en Trujillo no encuentran más informalidad interna o externa en las mujeres. Mientras que en Chiclayo, además de la informalidad tributaria encontramos un menor nivel de educación y menor valor en el activo fijo. Esas serían las condicionantes del sesgo hacia el crédito, pero son aspectos que no indican restricción por género, sino más dirigido a los aspectos de gestión y volumen del negocio.

En cuanto a la educación, los resultados señalan que Chiclayo cuenta con el mayor número de empresarios que han seguido estudios superiores, seguido Trujillo, en buena cuenta los negocios se expanden desde el fundador hacia sus hijos, que tienen mayor nivel educativo que sus padres. Trujillo cuenta con empresarios que tienen estudios básicos completos y Chiclayo, menos, pero esto es producto del mayor nivel de estudios superiores. La educación tiene incidencia en la gestión medida por las ventas, tanto en Chiclayo como Trujillo, a medida que los estudios se incrementan, los negocios tienden a mejorar sus resultados. El acceso al crédito, también se relaciona con la educación, aquellos con estudios superiores tienen generalmente más oportunidades de conseguir un crédito, en cuanto al tamaño del crédito, la evidencia señala que esto no tiene que ver con el nivel educativo, si no con un conjunto de variables que explican la dinámica del negocio.

En cuanto a la edad, esta variable si tiene diferencia en promedio con Chiclayo, el acceso al crédito no parece depender de la edad, mucho menos el tamaño del crédito o las ventas del negocio. En Trujillo los menores de 40 años parecen tener más preferencias en tamaño de crédito, pero esto se relaciona más con las ventas conseguidas, igual realidad se cumple en las ciudades. Trujillo y Chiclayo tienen promedios similares en antigüedad, la evidencia valida que los negocios más antiguos logran mayores ventas y por ende mayores niveles de deuda, por otro lado estos negocios más antiguos tienen mejor acceso al crédito

Tabla 5.2. El crédito y ventas promedio según características del negocio 2007

El negocio	Trujillo			Chiclayo		
	Ventas	Deuda	Acceso	Ventas	Deuda	Acceso
Antigüedad hasta 6 años	2,700	2,426	23%	2,197	3,545	39%
Antigüedad + de 6 años	4,154	3,412	30%	2,350	3,720	43%
Con Registro tributario	3,788	3,032	34%	2,547	3,811	46%
Sin Registro tributario	1,563	3,250	9%	1,573	2,833	11%
Registra operaciones	3,685	3,064	32%	2,483	4,427	42%
No registra operaciones	2,544	3,000	11%	2,298	2,909	38%
Persona natural	3,439	3,481	31%	1,992	3,531	38%
Persona jurídica	5,130	2,900	33%	4,750	4,750	49%
Dos trabajadores	3,583	3,300	29%	1,960	4,023	42%
Más de dos trabajadores	8,750	5,500	20%	14,750	6,500	37%

Respecto de la formalidad tributaria, la legalidad para el estado, Trujillo es la ciudad más informal, seguida de Chiclayo. En cuanto a la formalidad de las operaciones internas Chiclayo sigue siendo la zona con mayor número de negocios con una gestión deficiente de sus procesos, le sigue Trujillo. La evidencia en cuanto al acceso al crédito se relaciona fuertemente con la formalidad tributaria, sin registro tributario es más complicado obtener un crédito.

En cuanto a los tamaños del crédito, los negocios informales en términos tributarios, tienen un menor nivel de deuda en Chiclayo, en Trujillo los promedios de deuda entre negocios formales e informales no parece darse, en todo caso la evidencia de que la formalidad es básica para el acceso y tamaño de deuda, es algo relativa.

En cuanto al registro interno, o gestión de los procesos del negocio, se cumple que aquellos negocios con mejor gestión tienen más acceso al crédito, en este caso se cumple además que la formalidad interna permite mayores niveles de endeudamiento. Esto es relacionado con el hecho de que los pequeños negocios no presentan mayormente estados financieros, de modo que un negocio con buenos registros, reduce el costo de evaluación y seguimiento, teniendo mayores ventajas para el logro del crédito.

Los resultados señalan que Trujillo tiene más incidencia de negocios con personas naturales, es decir que responden con el patrimonio personal o familiar por el negocio, le sigue Chiclayo, en la misma relación los negocios formados bajo figuras jurídicas son mayores en Chiclayo, seguido de Trujillo, estos negocios responden sólo con el patrimonio legalmente constituido.

Lo anterior tiene relación con la deuda, las personas jurídicas tienen mayor acceso al crédito, esto se debe a que su nivel de solvencia es mayor, en la medida que el negocio responde por el crédito, las garantías que pueden constituirse tienen validez jurídica y ello les da más capacidad de acceder al sistema crediticio.

No obstante lo anterior, no se evidencia de manera categórica, que tener un patrimonio legalmente independiente del familiar genere mayores niveles de deuda, aún cuando la persona jurídica tiende a mayores ventas, no tiende a mayores deudas que la persona natural, esto es porque el mercado de personas jurídicas es pequeño, las entidades de microfinanzas no se limitan a eso, si bien este grupo tiene más posibilidad de deuda, el objetivo del mercado no es selectivo sino masivo, tiende a captar a la mayor parte de clientes posibles, y estos son generalmente personas naturales.

Las evidencias señalan que los negocios tienen en promedio el mismo número de trabajadores, además señalan que mayor cantidad de trabajadores, implica un mayor volumen operativo o de ingresos y por ende un mayor nivel de deuda. Chiclayo lidera el volumen de deuda para negocios con más de dos trabajadores e inclusive para los más

pequeños, le sigue Trujillo, que es la ciudad con mayores restricciones en el monto crediticio, pero es además la de menor morosidad, en este sentido hay una mayor eficiencia de las entidades de microfinanzas trujillanas, que sus pares de Chiclayo.

Chiclayo es la ciudad con mayor cantidad de empresarios que prefieren usar el capital propio, esto sostiene la evidencia del mayor endeudamiento promedio en esta ciudad que supera a la de Trujillo. Las preferencias por deudas financieras en Chiclayo superan a Trujillo, en buena cuenta el nivel de restricción es mayor en esta última ciudad.

En cuanto a la penetración de los mercados de microempresarios, el de mayor desarrollo es Chiclayo y bastante lejos Trujillo, la misma relación predomina en el tamaño de deuda y la cuota pagada.

Los plazos de pago en Trujillo es más largo. Chiclayo y Trujillo tienen relativamente las mismas tasas de interés anual.

Es notorio señalar que las entidades de microfinanzas por lo general muestran niveles altos de tasas de interés en sus tarifarios, pero en el mercado estas tasas son sustancialmente menores, producto de la presencia de los competidores, aun así, en todos los casos las tasas de interés halladas en el estudio son mayores a las de la banca comercial, que en promedio está en un 12%.

Tabla 5.3. Factores para no demandar crédito 2007

Factores	Trujillo Chiclayo	
No necesitan crédito	48%	64%
Tasa de interés alta	25%	13%
No son sujeto de crédito	11%	8%
No hay facilidades	8%	12%
No tienen garantías	8%	3%
Total sin crédito	73%	60%

La tabla 5.3, permite verificar los niveles de restricción de los clientes o de las entidades ofertantes, por el lado del cliente Chiclayo cuenta con la mayor parte de clientes restringidos por no necesitar el crédito, le sigue Trujillo. Por el lado de las entidades financieras, podemos señalar que en factores de selección tenemos las tasas y las facilidades, en cuanto a tasas lidera Trujillo, sus entidades ponen la tasa como barrera de acceso a los clientes cuyo atractivo es menor y en cuanto a los requerimientos necesarios para el crédito. En cuanto la restricción estricta de los clientes por la variable de repago, Trujillo es la zona en donde se rechaza un mayor número de clientes por garantías o por la dificultad de repago, eso evidencia sus éxitos en menor tasa de morosidad. Chiclayo sigue en estas prácticas.

La tabla anterior, muestra también las posibilidades del mercado insatisfecho, si consideramos el nivel de restricción por tasas de interés, que sería la barrera que caería a

mediano plazo, las dimensiones del mercado insatisfecho no son muy amplias, se estima de este modo un mercado insatisfecho de 18% en Trujillo y un 7.8% en Chiclayo.

No es una tendencia relevante, el aspecto de la relajación de los requerimientos crediticios, hay que considerar que en la última década estos procesos en las entidades líderes del mercado (Caja Trujillo en Trujillo, Banco de Crédito en Chiclayo y Caja de Piura en Cajamarca) son bastante flexibles y han ido siendo cada vez más simples, de modo que si no se cumplen con los criterios, esto está más relacionado con otros riesgos, como la informalidad interna principalmente, y en menor medida con la informalidad tributaria y la antigüedad de los negocios. Es decir que las posibilidades de expansión del mercado pasan por reducciones de la tasa de interés y la mejora de las condiciones de gestión, aspecto en donde se debe invertir mucho en los próximos años.

En cuanto a la satisfacción con su entidad financiera, excepto Trujillo (donde Caja Trujillo cuenta con una posición dominante en microfinanzas), Chiclayo cuenta con 32% de clientes con crédito, que buscan nuevas entidades financieras, este nivel de fidelidad bajo, se relaciona con el mayor panorama competitivo en esta ciudad, sin embargo en este rubro de clientes, el mercado ya no crece sólo se presiona principalmente en tasas de interés o en sobreendeudamiento, lo cual indica que a corto plazo la lucha por este amplio margen de clientes no fidelizados, puede traer un mayor nivel de morosidad y riesgo en el mercado de microfinanzas.

Vista la demanda por el lado de los segmentos que se han formado en las ciudades, los resultados en Chiclayo concluyen que los segmentos de mayor capacidad de pago son los que menor necesidad de crédito tienen, más específico los segmentos 5 y 6, con mayores ventas promedio ya no demandan crédito, lo cual configura un 8% del mercado chiclayano que ya está saturado.

Las necesidades de crédito en los segmentos más grandes también es pequeña, ambos indican que un 22% de clientes en los demás segmentos, necesitan crédito, pero si consideramos los niveles de restricciones mostradas anteriormente, estos clientes que son generalmente los más pequeños, serían los mayores restringidos por las entidades financieras, aplicando los criterios de no facilidades, garantías y repago, un 4% de clientes sobreviviría a los criterios de restricción.

En el caso de Trujillo, se da la particularidad de que un segmento de baja capacidad no necesita el crédito y de igual modo los segmentos de mayor capacidad tampoco necesitan el crédito, lo que da como resultado un 63% del mercado ya cubierto, el restante 37% manifiesta necesitar el crédito, lo cual hay que ajustarlo con las restricciones crediticias, dando como resultado una posibilidad de crecimiento de 10% sobre el total del mercado, siendo la ciudad con mayor capacidad de crecimiento.

6. CONCLUSIONES

La oferta de microfinanzas en las ciudades es relativamente concentrada, en Trujillo y Chiclayo, las microfinanzas lideran los mercados financieros. El mercado trujillano de microfinanzas tiene a la Caja Trujillo como líder de la zona y con un competidor cercano y en Chiclayo el mercado tiende a la competencia entre dos entidades. Desde el lado de la oferta se puede concluir que la expansión de los mercados tendría mayores frutos en Trujillo, tratando de tomar parte del mercado del líder o el no cubierto, en el caso de Chiclayo, hay más probabilidades de entrar a una guerra de precios y ello puede frenar la expansión.

A partir de los perfiles de microempresarios, se encuentra evidencia de que el crédito no responde al género del empresario (aunque en Chiclayo hay mayor incidencia del género), sino 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.

El tamaño del crédito no responde de manera absoluta al grado de formalidad tributaria de los negocios, la evidencia no respalda este aspecto en todos los casos, de modo que los créditos bien pueden llegar a ambos sectores, de igual modo la legalidad medida por patrimonios jurídicos tampoco es totalmente relevante como factor de tamaño crediticio.

Lo cierto en las evidencias, es que el mayor acceso al crédito se cumple en los criterios que la literatura señala, de este modo los negocios con mayor nivel de formalidad tributaria, con formalidad de procesos internos, con patrimonios jurídicos, con mayor valor de activos fijos, los de mayor antigüedad; tiene por lo general un mayor acceso al crédito, esta conclusión es parcial en el caso del género del empresario y de la edad del empresario, es decir que no son criterios absolutos en la determinación del acceso.

Una conclusión relevante, es que la competencia crediticia se irá trasladando a los segmentos de menor capacidad operativa, ya que los segmentos de mayores ventas; prácticamente tienen saturadas sus capacidades de endeudamiento y seguir en estos segmentos, sólo implica un mayor nivel de morosidad, aspecto en donde Chiclayo tiene los mayores niveles de ineficiencia.

Esta eficiencia lograda en Trujillo, es porque las entidades de microfinanzas en esta ciudad, tienen los mayores niveles de restricciones por parte de la oferta, en materia de capacidad de repago y garantías, criterios más laxos en Chiclayo.

Trujillo es de mayor potencial, aunado a una economía de veloz expansión, será el mercado en donde se expandirán las inversiones microfinancieras con mayor amplitud en los próximos años.

Existe además una presión en la mejora de los servicios financieros, el estudio concluye que hay una baja fidelidad a los actuales proveedores financieros, de modo que la innovación y retención de clientes por parte de las entidades de microfinanzas, es una exigencia de corto

plazo, que evitaría presiones a la baja del interés, migrando la competencia hacia criterios de diferenciación y calidad de servicio, aspectos en donde hay espacio de mejora, según los clientes entrevistados. Finalmente, el estudio comprueba que las ventajas del financiamiento se potencian con las mejoras de gestión interna de los empresarios, de modo que una acción de fomento del mercado de microfinanzas, radica en la mejora de la calidad de gestión de los pequeños empresarios en las ciudades mencionadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, J.; Portocarrero, F.; Trivelli, C. y otros. (2001) El financiamiento informal en el Perú: Lecciones desde tres sectores. IEP. Lima. Perú.
- Amao, J.; Ogbowa. O. y Oni, O. (2005). Determinants of credit demand among rural farming household in OSE local government area: Ondo State of Nigeria. *Journal of financial managerial and analysis*. Vol. 18. N° 2. Nigeria.
- Armendáriz, B. y Morduch, J. (2005). *The economics of microfinance*. MIT Press. Cambridge. USA
- Badgett, M. y Stone, M. (2005). Multidimensional segmentation at work: Driving an operational model that integrates customer segmentation with customer management. *Journal of targeting, measurement and analysis for marketing*. Vol. 13 N° 2.
- Banerjee, A. (2002). The uses of economic theory: Against a purely positive interpretation of theoretical results. Mimeo. MIT. USA.
- Barone, G. y Bella, M. (2004). Price-elasticity based customer segmentation in the Italian auto insurance market. *Journal of targeting, measurement and analysis for marketing*. Vol. 13 N° 1.
- Baydas, M.; Meyer, R. y Aguilera, N. (1994). Discrimination against women in formal credit markets: Reality or rhetoric. *World Development*. Vol. 22. N° 7. UK
- Bercovich, N. (2004). El microcrédito como componente de una política de desarrollo local: El caso del Centro de apoyo a la Microempresa (CAM) en la ciudad de Buenos Aires. CEPAL: Chile.
- Blanchard, LI.; Zhao, B. y Yinger, J. (2007). Do lenders discriminate against minority and woman entrepreneurs?. *Journal of urban economics*. DOI: 10.1016. USA.
- Bloise, G. y Reichlin, P. (2005). Risk and intermediation in a dual financial market economy. *Research in economics*. Vo. 59.
- Chong, A. y Schroth. (1998). Cajas municipales, microcrédito y pobreza en el Perú. CIES. Lima. Perú.

- Coleman, B. (2006). Microfinance in northeast Thailand: Who benefits and how much?. *World Development*. Vol. 34. N° 9. UK.
- Conde, C. (2003). Fuentes de financiamiento de la microempresa en México. *Aportes. Revista Mexicana de estudios sobre la cuenca del Pacífico*. Vol. 3. N° 5. México.
- Copa, T.; Gonzáles de Otoyá, G. y Linares, C. (1995). Atractivo del financiamiento a las pequeñas y microempresas para la banca comercial privada. ESAN. Lima. Perú.
- Copestake, J.; Dawson, P.; Fanning, J.; McKay, A. y Wright, K. (2005). Monitoring the diversity of the poverty outreach and impact of microfinance: A comparison of methods using data from Perú. *Development policy reviews*. Vol.23. N° 6.
- Christopher, M. (1969). Cluster analysis and market segmentation. *European Journal of marketing*. Vol. 3 N° 2 UK.
- Czinkota, M. y Ronkainen, I. (2001). *Administración de mercadotecnia*. Thomson Editores. México.
- Dabic, M.; Pejic, M. y Podrug, N. (2006). Business ethics in transition countries-cluster analysis behavior and attitudes. Working papers series. University of Zagreb. Croatia.
- De Moraes, J. (2005). Crédito bancário no Brasil: Participacao das pequenas empresas e condicoes de acesso. CEPAL. Chile.
- Dutta, D. Y Magableh, I. (2006). A socioeconomic study of the borrowing process: The case of microentrepreneurs in Jordan. *Applied Economics*. Vol. 38. USA.
- Evans, T.; Adams, A.; Mohammed, R. y Norris, A. (1999). Demystifying nonparticipation in microcredit: Population based analysis. *World Development*. Vol. 27. N° 2. UK.
- Galarza, F. y Alvarado, J. (2003). Análisis del crédito formal y no formal en el mercado de Huancayo. CIES. Lima. Perú.
- Galarza, F. y Alvarado, J. (2003b). Estudio del mercado microfinanciero de Huancayo. CIES. Lima. Perú.
- Gomero, N. (2003). Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las Pymes textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000. Tesis. UNMSM. EPG. Lima Perú.
- Hietalahti, J. y Linden, M.(2006). Socio-economic impacts of microfinance and repayment performance: A case study of the Small Enterprise Foundation, South Africa. *Progress in development studies*. Vol. 6. N° 3.
- Hollis, A. y Sweetman, A. (2001). The life cycle of a microfinance institution: The Irish loan funds. *Journal of economic behavior & organization*. Vol. 46.
- Hollis, A. y Sweetman, A. (1998). Microcredit: What can we learn from the past. *World Development*. Vol. 26. N° 10. UK.

- Honig B. (1998). What determines success? Examining the human, financial and social capital of Jamaican microentrepreneurs. *Journal of business venturing*. Vol. 13. USA.
- Jansson, T. (2002). Financing microfinance. Exploring the funding side of microfinance institutions. Sustainable Development Department. IADB. USA.
- Jansson, T. (2001). Microfinance: From village to Wall Street. Sustainable Development Department. IADB. USA.
- Jansson, T. y Taborga, M. (2001). The Latin American microfinance industry. How does it measure up?. Sustainable Development Department. IADB. USA.
- Jaramillo, M. y Valdivia, N. (2005). Las políticas para el financiamiento de las Pymes en el Perú. GRADE. Lima. Perú.
- Jaramillo, C. (2006). Las finanzas de los negocios familiares: El tamaño sí importa. *Revista Debates IESA*. Vol. 11. N° 2. Venezuela.
- Kantis, H. ; Ishida, M. y Komori, M. (2002). Entrepreneurship in emerging economies: The creation and development of new firms in Latin America and East Asia. Sustainable Development Department. IADB. USA.
- Kotler, P. (2001). Dirección de marketing. Pearson Educación. México.
- Lelong, C. y Schwartz, M. (2003). La microbanca en la región APEC y su relevancia para la micro y pequeña empresa. Aportes. *Revista Mexicana de estudios sobre la cuenca del Pacífico*. Vol. 3. N° 5. México.
- Lesser, R. (2001). "We are the family": Gender, Microenterprise, family work, and well-being Ecuador and tje Dominican Republic-With comparative data from Guatemala, Swaziland, and Guinea-Bissau. *History of the family*. Vol. 6.
- Malhotra, N.; Peterson, M. y Bardi, S. (1999). Marketing research: A state of the art review and directions for the twenty-first century. *Academy of marketing science Journal*. Vol. 27 N° 2.
- Morduch, J. (1999). The role of subsidies in microfinance: Evidence from the Grameen Bank. *Journal of development economics*. Vol. 60.
- Mosley, P. y Hulme, D. (1998). Microenterprise finance: Is there a conflict between growth and poverty alleviation?. *World development*. Vol. 26. N° 5.
- Orlando, M. y Pollack, M. (2000). Microenterprises and poverty. Evidence from Latin America. Sustainable Development Department. IADB. USA.
- Portocarrero, F. y Byrne, G. (2003). Estructura de mercado y competencia en el microcrédito. CIES. Lima. Perú.
- Portocarrero, F.; Trivelli, C. y Alvarado, J. (2002). Microcrédito en el Perú: Quienes piden, quienes dan. CIES. Lima. Perú.

- Portocarrero, F.; Tarazona, A. (2003). Determinantes de la rentabilidad en las cajas rurales de ahorro y crédito. CIES. Lima. Perú.
- Portocarrero, F. (2001). Las cajas municipales de ahorro y crédito: Su experiencia en el microcrédito en el Perú. DT-I33JP. INDES. Chile.
- Rebolledo, P. y Soto, R. (2005). Estructura del mercado de créditos y tasas de interés: Una aproximación al segmento de las microfinanzas. Estudios Económicos. BCRP. Lima. Perú.
- Saunders, J. (). Cluster analysis for market segmentation. European Journal of marketing. Vol. 14 N° 7.
- Stiglitz, J. y Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. The American economic review. Vol. 71 N° 3.
- Trivelli, C. (1997). Crédito en los hogares rurales en el Perú. CIES. Lima. Perú.
- Trivelli, C. y otros (2003). Visión de conjunto: A manera de introducción. Mercado y gestión del microcrédito en el Perú. CIES. Lima. Perú.
- Venero, H. (2002). ¿Operan las instituciones financieras en la frontera de tecnologías crediticias eficientes? Un análisis de transacciones de crédito en los sectores de bajos ingresos. CIES. Lima. Perú.
- Venero, H. y Yancari, J. (2003). La demanda potencial de microcrédito en Huancayo. CIES. Lima. Perú.
- Yunus, M. (2006). Lectures in the Nobel Peace Prize 2006. Nobel Lecture. Oslo. Noruega.