

Universidad Católica de Santa María

Escuela de Postgrado

Maestría en Administración de Negocios



EL MICROCRÉDITO FORMAL Y SU IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA Y QUE OPERAN EN AREQUIPA METROPOLITANA, 2018

Tesis presentada por la Bachiller:
Bustinza Condori, Milagros del Rosario
Para optar el Grado Académico de:
Maestro en Administración de Negocios

Asesor:
Dr. Ticse Villanueva, Edwing Jesus

Arequipa – Perú

2020

BOLETA DE NOMBRAMIENTO DE JURADO DICTAMINADOR N°004 :
BORRADOR DE TESIS PARA EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO :

Visto el expediente Nro. 20160000059309 presentado por la Bachiller:

BUSTINZA CONDORI, MILAGROS DEL ROSARIO

Cumplo con emitir Dictamen favorable, después de haberse levantado las observaciones, al Proyecto de Tesis titulada: **“EL MICROCRÉDITO FORMAL Y SU IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA Y QUE OPERAN EN AREQUIPA METROPOLITANA 2018.”** Con el que podrá optar por el Grado Académico de **MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS.**

Arequipa, 19 de Diciembre de 2019



Dr. HUGO TEJADA PRADELL
DOCENTE DE LA ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Arequipa, 29 de Noviembre del 2019

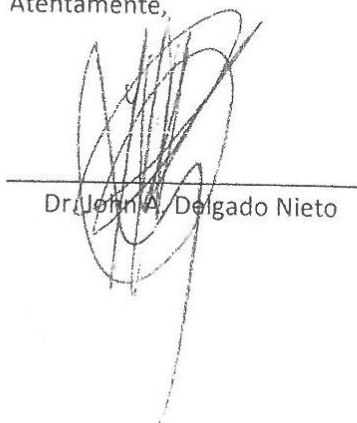
Señor:
Dr. José A. Villanueva Salas
Director de la Escuela de Postgrado
Universidad Católica de Santa María
Presente.-

De mi especial consideración

Por medio del presente emito el dictamen correspondiente en atención a la Boleta de nombramiento de Jurado Dictaminador.

Expediente:	:	EL MICROCRÉDITO FORMAL Y SU IMPACTO
Tesis	:	ECONÓMICO Y SOCIAL EN LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA Y QUE OPERAN EN AREQUIPA METROPOLITANA, 2018
Presentado por el (a) Bachiller	:	BUSTINZA CONDORI, Milagros del Rosario.
Para optar el Grado Académico de	:	MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
Dictamen	:	Aprobado

Atentamente,



Dr. Jhonny Delgado Nieto

Informe

Informe 2019

De: Ing. Edwing Ticse Villanueva
A: Dr. José Villanueva Salas
Director de la Escuela de Post Grado de la UCSM
Asunto: Plan de tesis de la Bachiller Milagros del Rosario Bustinza Condori
Fecha: 23-12-2019

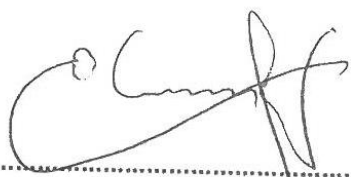
Mediante la presente manifiesto que se ha revisado el Borrador de la Bachiller **Milagros del Rosario Bustinza Condori** titulado:

Microcrédito formal y su impacto económico y social en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana, 2018

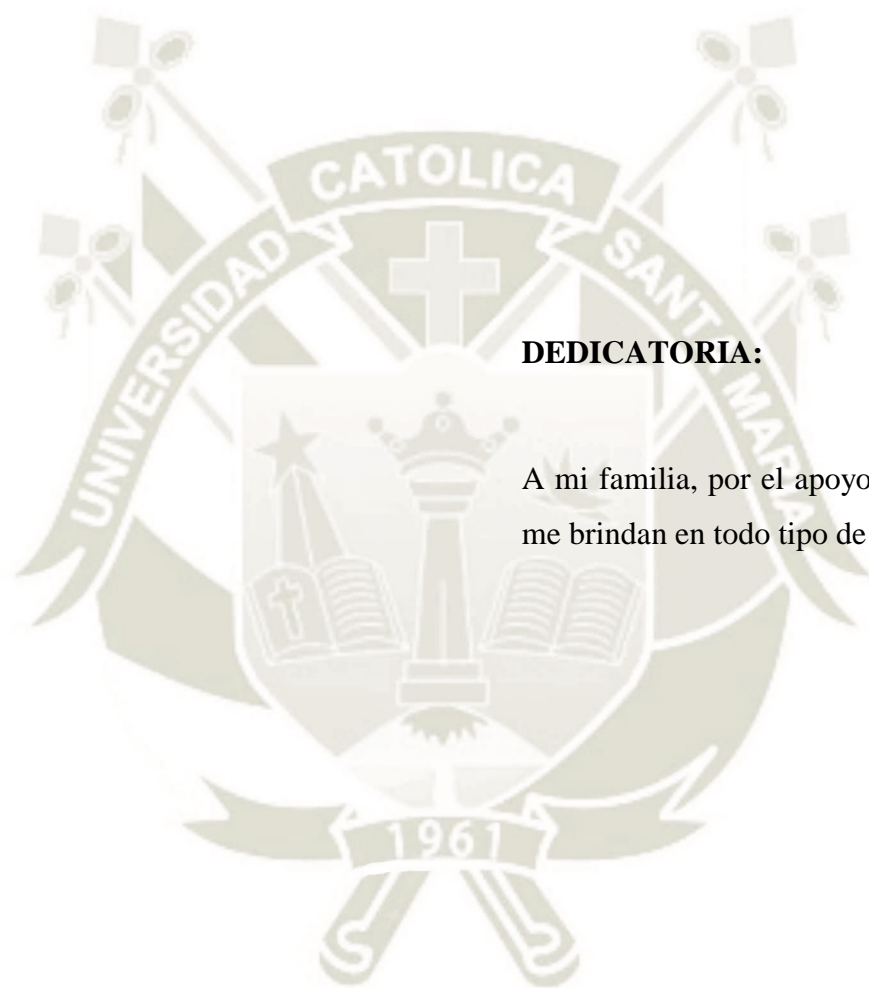
Luego de analizarlo se dá por **APROBADO** dicho plan de Tesis

Agradeciendo la atención prestada a la presente, le expreso a usted mis sentimientos de estima personal.

Atentamente

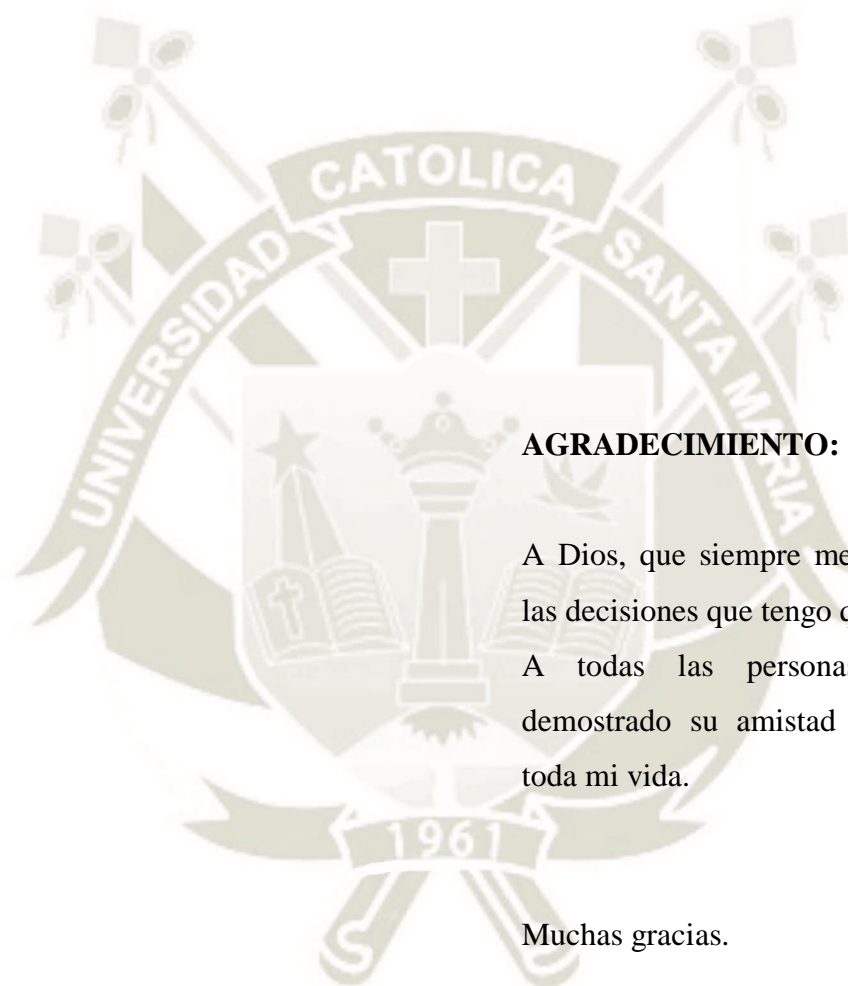


Ing. Edwing Ticse V.
Código 1341



DEDICATORIA:

A mi familia, por el apoyo permanente que
me brindan en todo tipo de circunstancias.

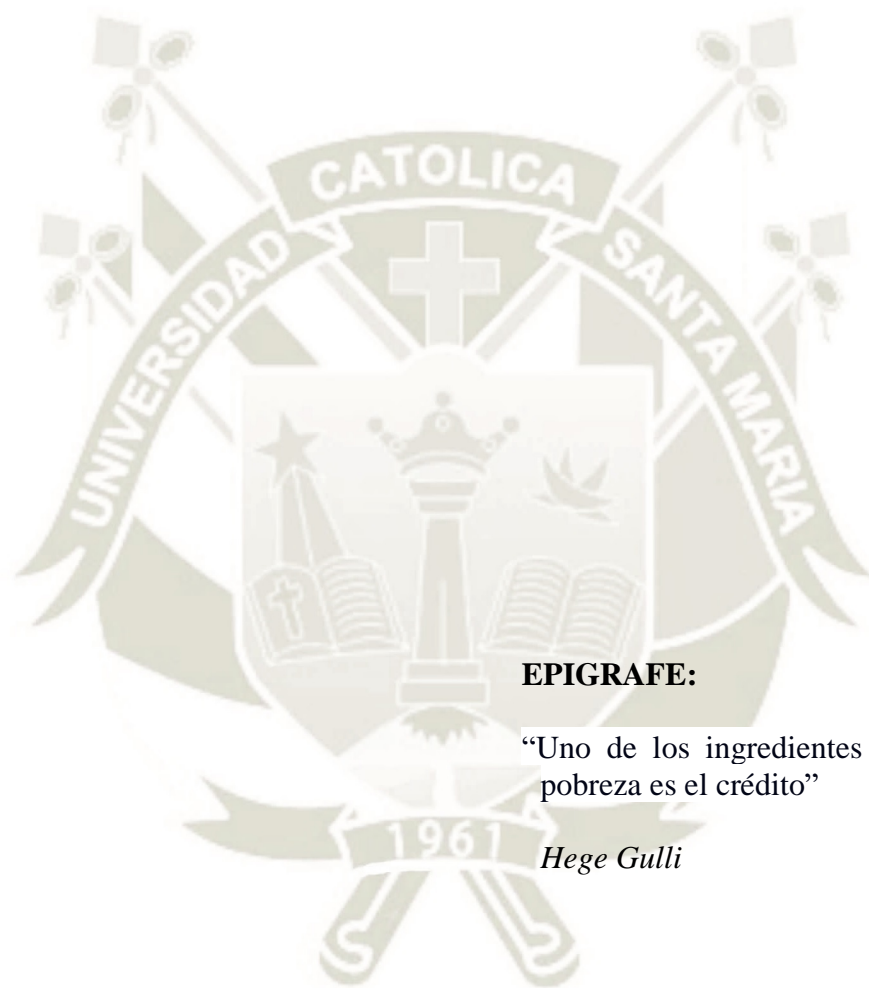


AGRADECIMIENTO:

A Dios, que siempre me ilumina en todas las decisiones que tengo que tomar.

A todas las personas que me han demostrado su amistad y lealtad durante toda mi vida.

Muchas gracias.



EPIGRAFE:

“Uno de los ingredientes para salir de la
pobreza es el crédito”

Hege Gulli

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
HIPÓTESIS	5
OBJETIVOS	5
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	6
1.1 Marco conceptual sobre las variables de estudio	6
1.1.1 El microcrédito formal	6
1.1.1.1 El concepto del microcrédito en general	6
1.1.1.2 El concepto del microcrédito empresarial	7
1.1.1.3 El concepto del microcrédito a la microempresa	7
1.1.1.4 El concepto del microcrédito en la investigación	7
1.1.1.5 Definición operacional del microcrédito en la investigación	8
1.1.2 Impacto económico y social del microcrédito en los microempresarios y microempresas	9
1.1.2.1 El impacto económico del microcrédito a la microempresa	9
1.1.2.2 Definición operacional del impacto económico del microcrédito a la microempresa en la investigación	10
1.1.2.3 El impacto social del microcrédito a la microempresa	10
1.1.2.4 Definición operacional del impacto social del microcrédito a la microempresa en la investigación	10
1.2 Otros conceptos utilizados en la investigación	11
1.2.1 Microempresario	11
1.2.2 Microempresa	11
1.2.3 Microfinanzas	11
1.2.4 Cajas Municipales	12
1.3 Bases teórico científicas	12
1.3.1 Corrientes de pensamiento sobre el papel del microcrédito formal	12
1.3.1.1 El enfoque del sistema financiero (Escuela de Ohio)	12
1.3.1.2 El enfoque del minimalismo o de préstamos para aliviar la pobreza (Escuela del Grameen Bank)	15

1.3.2 Fundamentación del por qué la investigación se inscribe en el enfoque del sistema financiero	18
1.3.3 Condiciones básicas para que el microcrédito pueda generar impactos económicos y sociales en los microempresarios y microempresas, en concordancia con el enfoque del sistema financiero	19
1.4 Antecedentes de la investigación	19
1.4.1 Antecedentes a nivel local	19
1.4.2 Antecedentes a nivel nacional	20
1.4.3 Antecedentes a nivel internacional	22
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	25
2.1 Tipo y nivel de investigación	25
2.2 Técnicas e instrumentos	25
2.2.1 Técnicas	25
2.2.2 Instrumentos	25
2.3 Operacionalización de variables	25
2.4 Interrogantes	31
2.5 Campo de verificación	31
2.5.1 Ubicación espacial	31
2.5.2 Ubicación temporal	31
2.5.3 Unidades de estudio	32
2.5.3.1 Criterios de inclusión	32
2.5.3.2 Población del estudio	32
2.5.3.3 Muestra	33
2.5.3.4 Tipo de muestreo	33
2.5.4 Grupo de control	34
2.6 Estrategia de recolección de datos	34
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	35
3.1 El microcrédito formal	35
3.1.1 Acceso al microcrédito formal	35

3.1.2	Financiamiento de las microempresas con los microcréditos recibidos	41
3.1.3	Administración de los microcréditos	43
3.2	Impacto económico y social del microcrédito en los microempresarios y microempresas	47
3.2.1	Impacto económico del microcrédito	47
3.2.1.1	Impacto en los ingresos de los microempresarios	47
3.2.1.2	Impacto en los ahorros de los microempresarios	49
3.2.1.3	Impacto en la mejora de las microempresas	53
3.2.1.3.1	Flujo de ingresos y utilidades	53
3.2.1.3.2	Cambios y mejoras en los negocios	57
3.2.1.4	Impacto en la generación de empleo y estabilidad laboral de los trabajadores	65
3.2.1.5	Impacto en la inclusión financiera para los microempresarios	69
3.2.2	Impacto social del microcrédito	75
3.2.2.1	Impacto del microcrédito en los hogares de los microempresarios	75
3.2.2.1.1	Utilización de parte de las utilidades para la mejora de la capacidad de consumo	75
3.2.2.1.2	Impacto del microcrédito en el acceso a bienes para los hogares de los microempresarios	79
3.2.2.2	Impacto del microcrédito en la vulnerabilidad de los microempresarios	81
3.2.2.3	Impacto en la mejora del capital social y la confianza de los microempresarios	83
3.3	Discusión de resultados	87
	CONCLUSIONES	89
	RECOMENDACIONES	91
	BIBLIOGRAFÍA	92

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Otorgamiento de microcréditos de acuerdo a los montos solicitados por los microempresarios del sector comercio en la Caja Arequipa: 2018.	35
Tabla 2: Distribución de los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según el monto del último microcrédito que han recibido: 2018.	37
Tabla 3: El número de microcréditos recibidos por el microempresario desde la primera vez hasta el 10 de mayo del 2018: 2018.	39
Tabla 4: Distribución de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según cubran o no todo el financiamiento que requieren a través de los microcréditos que reciben: 2018.	41
Tabla 5: Uso específico que le dan a los microcréditos los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa: 2018.	43
Tabla 6: Nivel de superación de limitaciones financieras de las microempresas a través de los microcréditos que reciben los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa: 2018.	45
Tabla 7: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no aumentado sus ingresos durante los últimos 5 años: 2018.	47
Tabla 8: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no aumentado sus ahorros durante los últimos 5 años: 2018.	49
Tabla 9: Distribución de microempresarios del sector comercio según mantengan o no ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias: 2018.	51
Tabla 10: Promedio mensual de las ventas de las microempresas del sector comercio: 2018.	53
Tabla 11: Promedio mensual de las utilidades de las microempresas del sector comercio: 2018.	55
Tabla 12: Cambio porcentual del promedio mensual de las ventas de las microempresas del sector comercio en el 2018 con relación al 2017: 2018.	57

Tabla 13: Cambio porcentual del promedio mensual de las utilidades de las microempresas del sector comercio en el 2018 con relación al 2017: 2018.	59
Tabla 14: Reducción de los costos de las microempresas del sector comercio a través de la adquisición de la mercadería en mayor volumen al por mayor: 2018.	61
Tabla 15: Distribución de microempresas del sector comercio según hayan o no mejorado la calidad del servicio que brindan a sus clientes: 2018.	63
Tabla 16: Distribución de microempresas del sector comercio según hayan o no contratado más trabajadores en el 2018 con respecto al 2017: 2018.	65
Tabla 17: Distribución de microempresas del sector comercio según tengan o no más trabajadores de forma estable y que no son despedidos en el 2018 con relación al 2017: 2018.	67
Tabla 18: Distribución de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según tengan o no acceso al crédito de consumo: 2018.	69
Tabla 19: Distribución de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según tengan o no acceso a cuentas de ahorros: 2018.	71
Tabla 20: Distribución de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según tengan o no acceso a tarjetas de crédito: 2018.	73
Tabla 21: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no aumentado el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes en el 2018 con respecto al 2017: 2018.	75
Tabla 22: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no aumentado el gasto monetario para adquirir vestimenta para la familia, en el 2018 con respecto al 2017: 2018.	77
Tabla 23: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no adquirido bienes para el hogar: 2018.	79
Tabla 24: Capacidad y estabilidad de los microempresarios del sector comercio para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado: 2018.	81

Tabla 25: Fortalecimiento de las redes sociales más cercanas de los microempresarios del sector comercio: 2018.	83
Tabla 26: Participación de los microempresarios del sector comercio en nuevas redes sociales: 2018.	85



ÍNDICE DE FIGURAS

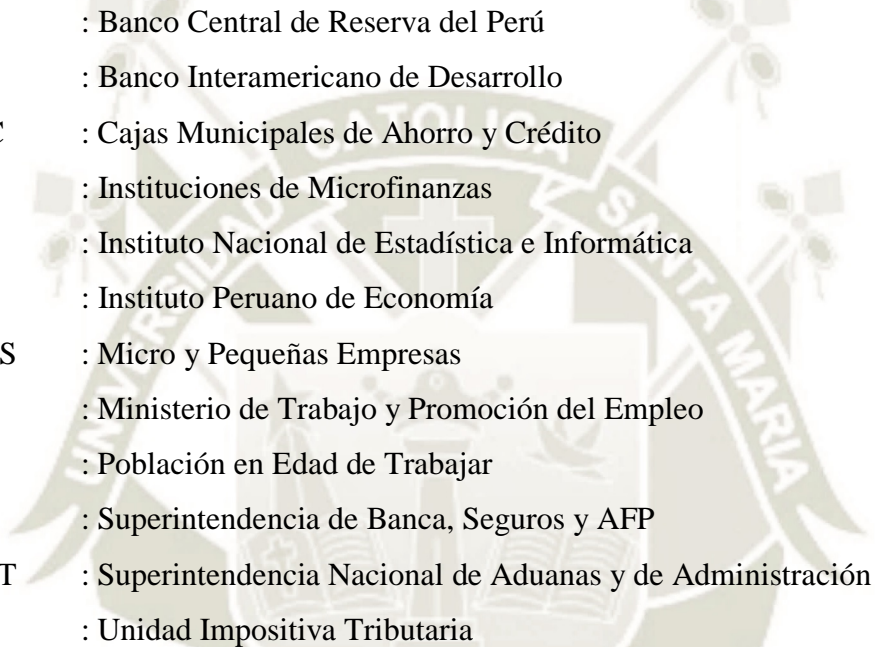
	Pág.
Figura 1: Otorgamiento de microcréditos de acuerdo a los montos solicitados por los microempresarios del sector comercio en la Caja Arequipa: 2018.	36
Figura 2: Distribución de los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según el monto del último microcrédito que han recibido: 2018.	38
Figura 3: El número de microcréditos recibidos por el microempresario desde la primera vez hasta el 10 de mayo del 2018: 2018.	40
Figura 4: Distribución de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según cubran o no todo el financiamiento que requieren a través de los microcréditos que reciben: 2018.	42
Figura 5: Uso específico que le dan a los microcréditos los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa: 2018.	44
Figura 6: Nivel de superación de limitaciones financieras de las microempresas a través de los microcréditos que reciben los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa: 2018.	46
Figura 7: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no aumentado sus ingresos durante los últimos 5 años: 2018.	48
Figura 8: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no aumentado sus ahorros durante los últimos 5 años: 2018.	50
Figura 9: Distribución de microempresarios del sector comercio según mantengan o no ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias: 2018.	52
Figura 10: Promedio mensual de las ventas de las microempresas del sector comercio: 2018.	54
Figura 11: Promedio mensual de las utilidades de las microempresas del sector comercio: 2018.	56
Figura 12: Cambio porcentual del promedio mensual de las ventas de las microempresas del sector comercio en el 2018 con relación al	

2017: 2018.	58
Figura 13: Cambio porcentual del promedio mensual de las utilidades de las microempresas del sector comercio en el 2018 con relación al 2017: 2018.	60
Figura 14: Reducción de los costos de las microempresas del sector comercio a través de la adquisición de la mercadería en mayor volumen al por mayor: 2018.	62
Figura 15: Distribución de microempresas del sector comercio según hayan o no mejorado la calidad del servicio que brindan a sus clientes: 2018.	64
Figura 16: Distribución de microempresas del sector comercio según hayan o no contratado más trabajadores en el 2018 con respecto al 2017: 2018.	66
Figura 17: Distribución de microempresas del sector comercio según tengan o no más trabajadores de forma estable y que no son despedidos en el 2018 con relación al 2017: 2018.	68
Figura 18: Distribución de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según tengan o no acceso al crédito de consumo: 2018.	70
Figura 19: Distribución de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según tengan o no acceso a cuentas de ahorros: 2018.	72
Figura 20: Distribución de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa según tengan o no acceso a tarjetas de crédito: 2018.	74
Figura 21: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no aumentado el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes en el 2018 con respecto al 2017: 2018.	76
Figura 22: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no aumentado el gasto monetario para adquirir vestimenta para la familia, en el 2018 con respecto al 2017: 2018.	78
Figura 23: Distribución de microempresarios del sector comercio según hayan o no adquirido bienes para el hogar: 2018.	80

- Figura 24: Capacidad y estabilidad de los microempresarios del sector comercio para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado: 2018. 82
- Figura 25: Fortalecimiento de las redes sociales más cercanas de los microempresarios del sector comercio: 2018. 84
- Figura 26: Participación de los microempresarios del sector comercio en nuevas redes sociales: 2018. 86



LISTA DE ABREVIATURAS



BCRP	: Banco Central de Reserva del Perú
BID	: Banco Interamericano de Desarrollo
CMAC	: Cajas Municipales de Ahorro y Crédito
IMF	: Instituciones de Microfinanzas
INEI	: Instituto Nacional de Estadística e Informática
IPE	: Instituto Peruano de Economía
MYPES	: Micro y Pequeñas Empresas
MTPE	: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
PET	: Población en Edad de Trabajar
SBS	: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP
SUNAT	: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
UIT	: Unidad Impositiva Tributaria

RESUMEN

El objetivo de la investigación es analizar el impacto económico y social del microcrédito formal en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana. Se trata de una investigación básica (ya que busca contribuir a la mayor generación de conocimientos con respecto al tema de estudio y al problema de investigación planteado), mixta (es decir, de campo, y documental), transversal (2018) y no experimental (dado que no hay manipulación de variables). El nivel de investigación es explicativo.

Las técnicas utilizadas para la obtención de información fueron la encuesta y la ficha de observación documental. Se aplicó el muestreo al azar y un grupo de control.

El estudio concluye que:

- a) Las microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana, tienen un buen acceso al microcrédito formal.
- b) Los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana, vienen realizando una buena administración y uso de los microcréditos que reciben.
- c) El microcrédito formal genera un impacto económico positivo en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.
- d) El microcrédito formal genera un impacto social positivo en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.
- e) La hipótesis de la investigación ha sido verificada. En efecto, los resultados de la investigación muestran que el microcrédito formal está generando un impacto económico y social positivo en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.

Palabras claves: Microcrédito formal, impacto económico y social, microempresarios y microempresas.

SUMMARY

The objective of the research is to analyze the economic and social impact of formal microcredit on microentrepreneurs and microenterprises of the commercial sector that Caja Arequipa serves and that operate in Metropolitan Arequipa. It is a basic research (since it seeks to contribute to the greater generation of knowledge with respect to the subject of study and the research problem raised), mixed (that is, field, and documentary), transversal (2018) and non-experimental (since there is no manipulation of variables). The level of investigation is explanatory.

The techniques used to obtain information were the survey and the documentary observation file. Random sampling and a control group were applied.

The study concludes that:

1. The microenterprises of the commerce sector that Caja Arequipa serves and that operate in Arequipa Metropolitana, have good access to formal microcredit.
2. The microentrepreneurs of the commerce sector that Caja Arequipa serves and that operate in Metropolitan Arequipa, have been carrying out a good administration and use of the microcredits they receive.
3. The formal microcredit generates a positive economic impact on the microentrepreneurs and microenterprises of the commerce sector that Caja Arequipa serves and that operate in Arequipa Metropolitana.
4. The formal microcredit generates a positive social impact on the microentrepreneurs and microenterprises of the commerce sector that Caja Arequipa serves and that operate in Arequipa Metropolitana.
5. The hypothesis of the investigation has been verified. Indeed, the results of the research show that formal microcredit is generating a positive economic and social impact on the microentrepreneurs and microenterprises of the commerce sector that Caja Arequipa serves and that operate in Metropolitan Arequipa.

Keywords: Formal microcredit, economic and social impact, microentrepreneurs and microenterprises.

INTRODUCCIÓN

El tema de investigación, *el microcrédito formal y su impacto económico y social en los microempresarios y microempresas*, es muy relevante, dado que contribuye al análisis de una temática que tiene que ver, directamente, con un sector económico, que en la actualidad representa cerca del 98% de unidades empresariales en el Perú, que de manera conjunta con las pequeñas empresas, es decir, lo que se conoce como las MYPES, generan el 77% del empleo nacional y contribuyen con el 42% del PBI, de acuerdo a las estadísticas actuales que manejan el INEI, el MTPE, la SUNAT y el BCRP.

El planteamiento del problema de investigación está referido específicamente a que, en el Perú, la mayoría de microempresas aún no ha logrado alcanzar niveles de crecimiento y desarrollo empresarial que permitan garantizar su permanencia en el mercado en el largo plazo, mejoras sustanciales a nivel económico y social para los microempresarios y sus familias, una mayor innovación tecnológica, etc. Con respecto a las características de esta problemática del sector microempresarial, tanto en términos económicos, como sociales, coinciden el MTPE (2016), el sector académico (como el CIUP de la Universidad del Pacífico en diversas investigaciones que ha realizado), los organismos internacionales (como el Banco Mundial y el BID), así como investigadores con amplia experiencia en el sector de las MYPES, como por ejemplo, Villarán (2015) y Gonzalez (2016).

En este contexto, es relevante señalar que el mejoramiento para las microempresas en cuanto al acceso y uso del microcrédito es un mecanismo que puede generar un impacto económico y social significativo para los microempresarios y las microempresas que administran. Si bien es cierto que un buen grado de apalancamiento financiero (es decir, el uso del endeudamiento en instituciones financieras) puede contribuir a que los microempresarios logren realizar inversiones que no podrían llevar a cabo si sólo contaran con los recursos propios que poseen (lo cual ha sido ampliamente demostrado en muchas investigaciones realizadas en las áreas de la Administración de Negocios y las Finanzas), también lo es el hecho de que si el microcrédito se convierte en poder efectivo de adquisición de capital de trabajo y activos fijos, o para ampliación de los negocios, se crean condiciones más apropiadas para poder generar impactos económicos y sociales importantes para los microempresarios y las microempresas.

Meza (2013) ha establecido detalladamente los impactos económicos y sociales del microcrédito. Este autor señala que, entre los impactos económicos se encuentran:

- a) El impacto en los ingresos y ahorros de los microempresarios.
- b) El impacto en la mejora de las microempresas, generación de empleo y estabilidad laboral de los trabajadores (flujo de ingresos y utilidades, cambios y mejoras en los negocios, generación de empleo y estabilidad laboral).
- c) El impacto en la inclusión financiera para las microempresas (mejoramiento en cuanto al acceso de servicios financieros).

Entre los impactos sociales del microcrédito, Meza (2013) señala los siguientes:

- a) El impacto del microcrédito en los hogares de los microempresarios (utilización de parte de las utilidades para la mejora de la capacidad de consumo y en el acceso a bienes para los hogares de los microempresarios).
- b) El impacto del microcrédito en la vulnerabilidad de los microempresarios.
- c) El impacto del microcrédito en la mejora del capital social y la confianza de los microempresarios.

En el Perú, los microempresarios tienden a reinvertir una parte significativa de las utilidades que perciben, con la finalidad de generar mayores niveles de crecimiento para sus microempresas. Sin embargo, también tratan de mejorar las condiciones de vida de sus familias. Por tanto, ambos impactos (económicos y sociales) son importantes para los microempresarios. Es por ello que, para efectos de la investigación, interesa analizar ambos tipos de impactos, y, determinar, si, en efecto, los impactos económicos y sociales que genera el microcrédito formal son significativos o no, para lo cual se requiere necesariamente de un grupo de control, en concordancia con las metodologías y manuales utilizados por el Banco Mundial y el BID para medir los impactos del microcrédito.

Por otro lado, las razones que justifican la realización de la presente investigación son las siguientes:

- a) Por la relevancia social que tiene. En efecto, se trata de un tema de investigación que aborda aspectos que son cruciales para las microempresas y microempresarios, como es

el caso del impacto económico y social del microcrédito formal. Hay que tomar en cuenta que en la actualidad las MYPES (que mayoritariamente son microempresas en comparación al porcentaje de pequeñas empresas) es un sector que representa alrededor del 98% de unidades empresariales a nivel nacional, absorbe al 74% de la Población en Edad de Trabajar (PET), genera 77 de cada 100 puestos de trabajo y contribuye aproximadamente con el 42% del PBI, de acuerdo a las estadísticas proporcionadas por el MTPE (2018).

- b) Por la contribución teórica y académica que brinda la investigación en torno a las características específicas y la naturaleza que tienen los impactos económicos y sociales del microcrédito en los microempresarios y microempresas. Es muy relevante poder analizar si el microcrédito formal está generando impactos positivos y significativos en los microempresarios y microempresas, lo cual se encuentra asociado a las posibilidades de crecimiento empresarial, así como el poder garantizar la sostenibilidad de las microempresas en el largo plazo, en un contexto en el cual estas unidades económicas logren tener un buen acceso a los microcréditos y hagan un buen uso de los mismos.
- c) La investigación va a contribuir en la tarea de que puedan elaborarse otros estudios en esta línea de investigación. Esto es muy relevante, dado que la heterogeneidad es una característica de los microempresarios y microempresas, así como de los microcréditos que reciben, especialmente si se comparan los microcréditos que otorgan las entidades bancarias en relación a los que brindan las IMF.
- d) Por su utilidad práctica. Los resultados de la investigación serán muy útiles para la toma de decisiones por parte de las IMF con relación a la necesidad de seguir mejorando las tecnologías crediticias que se aplica a los microcréditos que otorgan a las microempresas, con la finalidad de mejorar el acceso al microcrédito para estas unidades empresariales, sin que ello implique incrementar el riesgo de los microcréditos que están dirigidos a este sector económico.
- e) Por ser un tema de actualidad. Este tipo de estudios son de interés para los diversos actores en torno a la necesidad de abordar la problemática de las microempresas (los gobiernos, el sector académico, las IMF y los bancos, los organismos internacionales, etc.).

La investigación busca analizar el microcrédito formal y su impacto económico y social en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana, 2018. De esta forma, el problema de investigación está enmarcado en términos de las variables de estudio: el microcrédito formal (como variable independiente) y el impacto económico y social del microcrédito en los microempresarios y microempresas (como variable dependiente), así como en términos espaciales (Arequipa Metropolitana) y de tiempo (2018), donde las unidades de análisis son los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.

En el marco de la investigación, es necesario desarrollar no sólo los indicadores que permiten analizar el impacto económico del microcrédito en los microempresarios y microempresas, sino también aquellos que miden el impacto social del microcrédito, sobre todo, tomando en cuenta que el microcrédito, utilizado de forma adecuada y responsable, puede contribuir a reducir la pobreza de forma significativa, así como potenciar y fortalecer las capacidades del microempresario. Sin embargo, es necesario hacer una precisión, en el sentido de que el otorgamiento del microcrédito sólo debe realizarse cuando el microempresario tiene capacidad y voluntad de pago.

Existen razones académicas y profesionales en la selección del tema de estudio. La razón académica está referida a la importancia de la obtención de información relevante sobre el microcrédito formal y su impacto económico y social en los microempresarios y microempresas en el sector comercio. La razón profesional tiene que ver directamente con la utilidad práctica del trabajo de investigación.

La tesis tiene la siguiente estructura capitular:

- a) En el primer capítulo se ha desarrollado el marco teórico de la investigación realizada (marco conceptual y antecedentes).
- b) En el segundo capítulo se describe de forma detallada la metodología utilizada para realizar la investigación.
- c) El tercer capítulo corresponde a la presentación y discusión de resultados obtenidos de la investigación realizada.
- d) Luego, se presenta las conclusiones, recomendaciones y la bibliografía utilizada.
- e) Finalmente, se presenta los anexos de la investigación.

HIPÓTESIS

Dado que el microcrédito es la principal fuente de financiamiento que utilizan los microempresarios para mejorar la ejecución de las inversiones que realizan, siempre y cuando se convierta en poder efectivo de adquisición de capital de trabajo y activos fijos, **es probable que** el microcrédito formal esté generando un impacto económico y social positivo en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto económico y social del microcrédito formal en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir el acceso al microcrédito formal que tienen en la actualidad las microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.
- Describir la administración y uso que le dan a los microcréditos en la actualidad los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.
- Analizar el impacto económico del microcrédito formal en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.
- Analizar el impacto social del microcrédito formal en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 MARCO CONCEPTUAL SOBRE LAS VARIABLES DE ESTUDIO

1.1.1 EL MICROCRÉDITO FORMAL

1.1.1.1 EL CONCEPTO DEL MICROCRÉDITO EN GENERAL

Publicaciones más recientes de autores de la talla de Gulli (2014), Gonzalez (2015), Escobedo (2016), así como del IPE (2017), coinciden en que el microcrédito es el crédito en pequeña escala que se otorga a personas y MYPES, cuyo monto responde fundamentalmente a la capacidad y voluntad de pago del cliente. En ese sentido, León y Jopen (2016), señalan que “si se amplía el concepto de microcrédito para incluir todo préstamo en pequeños montos, el prestatario puede ser una microempresa o una familia (sea o no dueña de una microempresa), u otro tipo de agente económico, que dedicará el microcrédito a diversos usos, sean estos productivos o no (como el consumo), pero que, en términos económicos, es necesario diferenciar la utilización del microcrédito en la lógica de la unidad económica (la MYPE) con relación al microcrédito otorgado a personas. Por lo tanto, empíricamente, queda claro que es diferente el otorgamiento de créditos en pequeños montos que otorgar créditos a MYPES (como se asume frecuentemente).

Es necesario recordar el concepto desarrollado por Gulli (1999), en el sentido de que “el microcrédito es el suministro de crédito en pequeña escala a empresas y familias que tradicionalmente se han mantenido al margen de la banca convencional”, al cual, Zeitinger (2016) le agrega la característica de que “el microcrédito está limitado por las regulaciones financieras vigentes y las condiciones del sistema financiero”.

Vale la pena mencionar los comentarios realizados por Cheston y Kuhn (2013) sobre el microcrédito, en el sentido de que se trata de un insumo especialmente participatorio y no paternalista del desarrollo, y que cuando se genera una demanda legítima de microcrédito, es decir, que los clientes tienen capacidad y voluntad de pago, el microcrédito puede

equipar a las MYPES para ejercer sus propias opciones y generar un proceso de crecimiento y desarrollo de forma sostenida.

1.1.1.2 EL CONCEPTO DEL MICROCRÉDITO EMPRESARIAL

Kala (2008) señala que “el microcrédito empresarial es el crédito otorgado a las MYPES para fines productivos (para capital de trabajo, adquisición de activos fijos, ampliación de los negocios), y que, si bien se trata de créditos en pequeña escala, el cliente final es la MYPE” (p. 24). Por lo tanto, en sentido estricto, cumple las mismas funciones que el crédito empresarial que es otorgado a las medianas y grandes empresas, es decir, que permite a las MYPES poder aprovechar el apalancamiento financiero a través del endeudamiento bancario, sobre todo, porque requieren del acceso al microcrédito para realizar nuevas inversiones, para atender en mejores condiciones a la demanda que tienen en el mercado los bienes o servicios que ofrecen, etc., lo cual contribuye en el proceso de crecimiento y desarrollo de las MYPES.

Las instituciones financieras que otorgan microcrédito empresarial están categorizadas en función a la estructura social, en: Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC), Cajas Rurales (CRAC), las EDPYME, y finalmente, la Banca Múltiple, que también ha incursionado en este sector empresarial.

1.1.1.3 EL CONCEPTO DEL MICROCRÉDITO A LA MICROEMPRESA

La SBS (2009) establece que los créditos a la microempresa son aquellos cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es no mayor a los S/. 20000 en los últimos seis meses. Hay que precisar que los créditos a la microempresa son microcréditos empresariales, con la particularidad de que tienen un monto límite.

1.1.1.4 EL CONCEPTO DEL MICROCRÉDITO EN LA INVESTIGACIÓN

Al ser las unidades de análisis los microempresarios y las microempresas, para efectos de la investigación, el microcrédito formal (que es la variable independiente), se refiere específicamente al microcrédito a la microempresa, que ha sido claramente definido en el

apartado anterior. Además, estas microempresas han recibido microcréditos empresariales en la Caja Arequipa, que es la principal IMF en Arequipa Metropolitana, y la más importante dentro del Sistema de Cajas Municipales del Perú.

1.1.1.5 DEFINICIÓN OPERACIONAL DEL MICROCRÉDITO EN LA INVESTIGACIÓN

Para efectos de la investigación, el microcrédito se ha definido operacionalmente en función a tres subvariables o dimensiones de análisis:

- a) El acceso al microcrédito formal que tienen las microempresas, cuyos indicadores son:
- El otorgamiento de microcréditos de acuerdo a los montos solicitados por el microempresario.
 - El monto del último microcrédito otorgado al microempresario.
 - El número de microcréditos recibidos por el microempresario desde la primera vez hasta la actualidad.
- b) El financiamiento de las microempresas a través de los microcréditos que reciben, cuyo indicador es:
- El porcentaje de microempresas que cubren todo el financiamiento que requieren a través de los microcréditos que reciben.
- c) La administración que realizan los microempresarios de los microcréditos que reciben, cuyos indicadores son:
- El uso específico que le dan a los microcréditos los microempresarios.
 - El nivel de superación de limitaciones financieras a través de los microcréditos.

Como se aprecia, cada una de estas subvariables tiene indicadores específicos, de tal forma que sea posible medir adecuadamente la variable microcrédito formal, que en la investigación es el microcrédito otorgado únicamente a las microempresas.

1.1.2 IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL MICROCRÉDITO EN LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS

Para Bekerman (2016), el microcrédito empresarial puede generar impactos económicos y sociales en los microempresarios y microempresas, siempre y cuando se cuente con oportunidades productivas atractivas (rentables y sostenibles), asumiendo, claro está, que se trate de una demanda legítima de microcrédito, es decir, que los microempresarios tengan capacidad y voluntad de pago.

Romero (2015) explica que el impacto se refiere a los efectos del microcrédito en los microempresarios y microempresas, y que estos pueden ser económicos, sociales, entre los principales.

De acuerdo a lo señalado por Escobedo (2014), medir el impacto social del microcrédito empresarial es igual de importante que la medición del impacto económico que, bajo ciertas condiciones, suele generar, tanto en los microempresarios, así como en las microempresas.

1.1.2.1 EL IMPACTO ECONÓMICO DEL MICROCRÉDITO A LA MICROEMPRESA

Carbajal (2014) afirma que el impacto económico del microcrédito a la microempresa se puede ver reflejado en indicadores relacionados al crecimiento empresarial (como por ejemplo el flujo de las ventas y utilidades), a los cambios y mejoras en los negocios, a la generación de empleo y la estabilidad laboral, así como con la mayor inclusión financiera para las microempresas.

Para Meyer (2013), el impacto económico del microcrédito a las microempresas es el conjunto de efectos que, asumiendo que se trate de una demanda legítima de crédito, genera en la situación económica y financiera de las microempresas y de los microempresarios, que es un factor que debería ser tomado en cuenta por las IMF, dado que las microempresas representan la mayor parte del mercado al cual se orientan las colocaciones de estas instituciones financieras.

1.1.2.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL MICROCRÉDITO A LA MICROEMPRESA EN LA INVESTIGACIÓN

Para efectos de la investigación, el impacto económico del microcrédito a la microempresa se define operacionalmente en función a las siguientes subvariables:

- a) El impacto en los ingresos de los microempresarios
- b) El impacto en los ahorros de los microempresarios
- c) El impacto en la mejora de las microempresas, que comprende:
 - El flujo de ingresos y utilidades
 - Los cambios y mejoras en los negocios
- d) El impacto en la generación de empleo y la estabilidad laboral de los trabajadores
- e) El impacto en la inclusión financiera para las microempresas

1.1.2.3 EL IMPACTO SOCIAL DEL MICROCRÉDITO A LA MICROEMPRESA

Iglesias (2008) aborda la importancia del impacto social del microcrédito a las microempresas, haciendo hincapié en el hecho de que el microcrédito empresarial también puede contribuir a mejorar la calidad de vida de los hogares de los microempresarios, a reducir la vulnerabilidad de los microempresarios y a mejorar su capital social. Esta argumentación es coherente con los estudios que se han realizado en diferentes partes del mundo con respecto al impacto del crédito en la pobreza, dado que se trata de una temática que se encuentra relacionada al impacto social del microcrédito empresarial.

1.1.2.4 DEFINICIÓN OPERACIONAL DEL IMPACTO SOCIAL DEL MICROCRÉDITO A LA MICROEMPRESA EN LA INVESTIGACIÓN

Para efectos de la investigación, el impacto social del microcrédito a la microempresa en la se define operacionalmente en función a las siguientes subvariables o dimensiones de análisis:

- a) El impacto del microcrédito en los hogares de los microempresarios, que comprende:
 - La utilización de parte de las utilidades para la mejora de la capacidad de consumo.
 - El impacto en el acceso a bienes para los hogares de los microempresarios
- b) El impacto en la vulnerabilidad de los microempresarios
- c) Impacto en la mejora del capital social y la confianza de los microempresarios

1.2 OTROS CONCEPTOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 MICROEMPRESARIO

Duarte (2017) señala que, en el Perú, el microempresario es el empresario que administra microempresas, es decir, unidades empresariales cuyas ventas anuales no superan las 150 UIT. Además, para Manrique (2014), el microempresario peruano, en general, es un empresario no tradicional, que tiene una racionalidad económica distinta a los empresarios tradicionales, una cultura empresarial también diferente, y que mayormente no existe una distancia sociocultural significativa entre el microempresario y sus trabajadores.

1.2.2 MICROEMPRESA

En el Perú, generalmente las microempresas operan en el mismo ámbito donde viven las familias, es decir, que, al mismo tiempo, son unidades familiares. Para efectos de la presente investigación, específicamente, tomando en cuenta lo que se establece en la ley actual (el Decreto Supremo N° 013 – 2013), la microempresa es aquella unidad empresarial cuyas ventas anuales no superan las 150 UIT.

Por otro lado, para la SBS (2015), las microempresas tienen un nivel de endeudamiento total en el sistema financiero que no supera los S/. 20000 en los últimos 6 meses, sin tomar en cuenta los créditos hipotecarios.

1.2.3 MICROFINANZAS

González, Prado y Miller (2012), Gulli (2013), Escobedo (2014) y Zeitingger (2015), coinciden en que las microfinanzas se puede definir como el suministro de diversos servicios financieros en pequeña escala (como los microcréditos, microahorros, microseguros, etc.) a empresas y familias que tradicionalmente se han mantenido al margen del sistema financiero tradicional. Además, para Zapata (2016), las microfinanzas buscan generar un equilibrio entre los objetivos financieros y los objetivos sociales de las IMF.

1.2.4 CAJAS MUNICIPALES

La FEPCMAC (2016) define a las Cajas Municipales como IMF que buscan captar ahorros del público, y que han sido creadas especialmente para financiar las actividades económicas del sector de la Micro y Pequeña Empresa. Uno de sus objetivos estratégicos es contribuir a la descentralización financiera y a la democratización del crédito en el Perú.

1.3 BASES TEÓRICO CIENTÍFICAS

1.3.1 CORRIENTES DE PENSAMIENTO SOBRE EL PAPEL DEL MICROCRÉDITO FORMAL

Hay que precisar que existen dos corrientes de pensamiento sobre el papel del microcrédito formal: el enfoque del sistema financiero y el enfoque de préstamos para aliviar la pobreza. Hay que precisar que el presente estudio, en concordancia con la tesis (postura académica) de la investigadora, se inscribe dentro del enfoque del sistema financiero.

1.3.1.1 EL ENFOQUE DEL SISTEMA FINANCIERO (ESCUELA DE OHIO)

“A partir de los años 30 surgieron las llamadas instituciones financieras de desarrollo, que constituyen el antecedente de las actuales entidades de microcrédito, cuyo fin era llenar el vacío de los mercados de crédito inexistentes en los países menos desarrollados” (Gutiérrez, 2006). Estos programas de crédito consideraban que los pobres tenían inconvenientes y problemas para obtener montos de crédito adecuados, y que, por lo tanto, debían pagar altas tasas de interés a los prestamistas usureros (Johnson y Rogaly, 2014). Sin embargo, la mayor parte de instituciones financieras de desarrollo tenían pérdidas, por lo que varias de ellas desaparecieron, y las que sobrevivieron, tuvieron que sostenerse a través de fuertes donaciones de fondos externos de los organismos internacionales, lo que afectó seriamente su credibilidad (Adams y Pischke, 2011).

En este contexto, en el año 1973, surge una reacción contra estas instituciones, comandada por la llamada Escuela de Ohio. El enfoque del sistema financiero nace en 1973, liderado por la Universidad del Estado de Ohio, sobre todo, como una reacción a las políticas Keynesianas, las cuales señalaban que era el Estado quien debía realizar subvenciones de

crédito, a las que se oponía, decididamente, el enfoque del sistema financiero (Meza, 2013).

Es relevante señalar que, entre los miembros más sobresalientes e influyentes del enfoque del sistema financiero, también conocido como enfoque de generación de renta, se encuentran: Adams, Bouman, Cuevas, Donald, González y Pischke (Hulme y Mosley, 2010).

Para el enfoque del sistema financiero, el objetivo principal de las microfinanzas debe ser brindar servicios financieros a personas y familias que perciben bajos niveles de ingreso, pero no necesariamente a los más pobres. En ese sentido, de acuerdo a este enfoque, si los pobres solicitan créditos y estos son reembolsados de forma puntual, existe evidencia empírica de que los servicios prestados por las IMF son útiles. Gulli (1999) señala que “los servicios financieros no deben estar dirigidos de forma exclusiva a los más pobres, sino más bien, a los focos subatendidos del mercado en general”.

De acuerdo al planteamiento realizado por Eman (2013), esperando un mayor crecimiento y desarrollo de la economía y de los clientes de las IMF, la autosostenibilidad es crucial para el enfoque del sistema financiero, rechazando todo tipo de subsidio. A pesar de que se habla de sectores pobres, para el enfoque del sistema financiero, solo debe apoyarse a los microempresarios de bajos ingresos que hayan logrado desarrollar un proyecto o plan de negocio que genere un crecimiento social y económico, centrándose en la sostenibilidad financiera y no directamente en la lucha contra la pobreza.

Para Meza (2013) la experiencia de créditos ha sido más o menos similar en diferentes países de América latina (Bolivia, Argentina, Chile y México), y que esta evolución no ha sido producto de una corriente microfinanciera definida. Así, los pensadores de la Escuela de Ohio han tomado como evidencia empírica la historia de países latinoamericanos, planteando algunos principios teóricos:

- Los servicios financieros sirven para la atención de necesidades reales. De esta manera, el rol del dinero debe ser contribuir al crecimiento y desarrollo económico (Hulme y Mosley, 2010).

- González (2012) realiza un planteamiento en el sentido de que, el crédito nunca debe adelantarse a la demanda, y que, además, no tiene la capacidad de crear un mercado inexistente para un producto o servicio que no es deseado por nadie. Asimismo, que el crédito no construye el camino, cuya ausencia imposibilita, por ejemplo, la comercialización de un cultivo, y de por sí, tampoco puede generar una tecnología que permita disminuir el costo de producción a niveles competitivos. Adicionalmente, explica que el crédito no puede convertir en empresario a quien no tiene dicha capacidad.
- Para Adams y Pischke (2011), la deuda no constituye una herramienta efectiva para ayudar a los más pobres, y, por tanto, tampoco puede contribuir a mejorar sus finanzas. Además, estos autores enfatizan en el hecho de que las estrategias de tasas de interés activas subsidiadas, lo único que hacen es distorsionar las decisiones de las IMF. En primer lugar, cuanto más bajas son las tasas de interés, se generan menos incentivos para otorgar pequeños préstamos. En segundo lugar, las bajas tasas de interés empujan a la baja a los intereses pagados por los depósitos del público, lo que debilita el incentivo por el ahorro en las IMF. Asimismo, las tasas de interés activas subvencionadas reducen los incentivos para la movilización de depósitos, lo que lleva a las IMF a tener cada vez más dependencia de los fondos donados por algunos organismos internacionales o agencias de cooperación internacional.
- Para Adams y Pischke (2011) la falta del crédito formal no es el problema principal que tienen que enfrentar los más pobres.
- Para Abrugé (2015), cuando los pobres no devuelven los créditos, se debe fundamentalmente a factores incontrolables, o a que los créditos fueron otorgados a personas y microempresas que no tenían capacidad y voluntad de pago, y no, a que tuvieran que pagar mayores tasas de interés activas.
- Hospes (2014) plantea que las bajas tasas de interés activas lo único que hacen es crear una demanda artificial entre los más acomodados, lo cual se contradice con la llamada lucha contra la pobreza y ayuda a los más pobres. Por lo tanto, cuando esto ocurre, las IMF están más interesadas en atender esta demanda, discriminando a los Micro y Pequeños Empresarios.

- Meza (2013) explica que, para los pensadores de la Escuela de Ohio, el objetivo central del microcrédito es proporcionar servicios financieros sostenibles, y no necesariamente a los más ingresos, pero, que lo más importante es que los prestatarios puedan calificar como sujetos de crédito, reconociendo la existencia de nichos de mercado desatendidos, pero que los créditos deben ser otorgados a quienes lo merezcan, y no otorgando subsidios.
- Para Gulli (1999), las ONG solo desempeñan un papel secundario en el mercado de microfinanzas, y considera a la falta de capacidad institucional como una limitación mayor del alcance de las microfinanzas que la disponibilidad de recursos financieros.

Los aportes más importantes de este enfoque han sido su énfasis en el comportamiento de los mercados financieros como un todo, su enfoque del equilibrio general y los aspectos prácticos de la movilización del ahorro voluntario de las personas y las empresas.

Para los seguidores de este enfoque, aunque no coloca en su centro de focalización la ayuda a los más pobres, permite una mejor selección de las alternativas de inversión, debido a sus exigencias en cuanto a la sostenibilidad de las IMF, evitando así el endeudamiento de clientes cuyos proyectos no resultarían beneficiosos o causarían pérdidas.

1.3.1.2 EL ENFOQUE DEL MINIMALISMO O DE PRÉSTAMOS PARA ALIVIAR LA POBREZA (ESCUELA DEL GRAMEEN BANK)

La postura alternativa a la Escuela de Ohio, el enfoque de préstamos para aliviar la pobreza, no está tan elaborado ni sistematizado. El líder es Muhammad Yunus, llamado el padre de las microfinanzas. Su trabajo pone en práctica el crédito para los pobres a partir del Grameen Bank (Meza, 2013).

Para este enfoque, el objetivo de las microfinanzas es reducir los niveles de pobreza y facilitar la realización plena del potencial de la gente (Gulli, 1999). En este enfoque se enfatiza el hecho de que, de nada sirve hablar de sostenibilidad financiera, si es que los servicios financieros brindados no tienen la capacidad de influir en la pobreza de los clientes, y que frecuentemente se requieren servicios complementarios. Además, que

podría necesitarse de fondos donados y subsidiados, ya que la disponibilidad de recursos financieros es la principal limitación que obstaculiza la extensión de servicios financieros a los más pobres.

A diferencia del enfoque del sistema financiero, el enfoque de préstamos para aliviar la pobreza considera que los servicios financieros son un mecanismo para alcanzar el objetivo central de reducir los niveles de pobreza. En ese sentido, se considera al crédito como un instrumento eficiente y eficaz para reducir la pobreza.

Para Meza (2013), el sustento de este enfoque se basa en las siguientes experiencias que han sido publicadas por el PNUD en el año 2004:

- a) Un estudio realizado por el Banco Mundial en Bangladesh, muestra que, después de ocho años, el 48% de hogares más pobres, lograron acceder a créditos del Grameen Bank, los cuales pudieron ubicarse por encima de la línea de pobreza (LP).
- b) El Global Development Research Center determinó que en Bolivia los prestatarios de microcréditos habían duplicado sus niveles de ingreso en dos años, además de que gozaban de atención en salud, así como la escolarización de sus hijos.
- c) Según Opportunity Internationale, el 96% de 176147 clientes pobres en el año 1999, pudieron devolver los créditos que recibieron, pagando los intereses acordados, y que, como consecuencia de ello, se crearon 276866 empleos.
- d) En un estudio realizado por Remenyi y Quiñones (2000), los prestatarios del Banco Rakyat en Indonesia, aumentaron sus ingresos en el orden del 12,9% en comparación con los aumentos del 3% en el grupo de control.

La corriente de Yunus piensa que la pobreza persiste, en parte, porque muchas personas y familias no cumplen con los requisitos que solicitan las entidades financieras formales, y que, en consecuencia, no pueden aprovechar las oportunidades de negocio que se les presenta. Para esta escuela de pensamiento, el crédito pone al alcance de los más pobres, fuentes adicionales de recursos financieros a tasas de interés activas por debajo de las vigentes en el sector financiero formal. Para Yunus (1998), los más pobres no son pobres porque sean analfabetos o poco formados, sino porque no pueden conservar los beneficios de su trabajo, y esto es, debido a la falta de acceso al capital.

Los puntos más destacados del pensamiento de este enfoque son los siguientes:

- El crédito es un derecho humano. Para los defensores de esta corriente, todas las personas deben tener derecho al crédito.
- La economía de mercado no está proporcionando soluciones a los problemas de las personas y familias pobres.
- Asume que la búsqueda de utilidades es el motor del capitalismo, de manera que solamente los más codiciosos pueden hacerse de un lugar en el sistema financiero. Además, que las empresas que están dirigidas con esta perspectiva, pueden competir con las que solamente persiguen ganancias. Explica que este tipo de iniciativas no deben medirse solo por los dividendos que generan, sino también por los impactos sobre la sociedad en general.
- Las ONG deben estar cerca de los pobres. Las organizaciones que creen que los más pobres también deberían recibir créditos, se convierten en vehículos de transmisión de servicios financieros.

El enfoque de Yunus se basa en una persona cuyo accionar presente se ve condicionado por su accionar futuro, es decir, es una persona que planifica, y por ende, es una persona que honrará sus créditos.

El prestatario al momento de solicitar un crédito considera tres aspectos fundamentales:

- El pobre está excluido del sistema financiero convencional, y la oportunidad de acceder a un crédito solamente es viable a través de la implementación y el éxito de modelos de montos de créditos pequeños.
- El inmerso dentro de los microcréditos que no honra su deuda, queda excluido de futuros créditos, por lo cual siempre va a devolver el crédito.
- El microcrédito es una de las herramientas que el pobre posee para poder explotar sus capacidades y crecer, y así ampliar sus probabilidades de salir de la pobreza.

Para este enfoque, estos tres aspectos mueven implícitamente la toma de decisiones futuras del prestamista, y lo condiciona a la hora de solicitar el crédito, así como su accionar en todo el tiempo que transcurre desde la solicitud del crédito hasta la devolución del mismo.

El cliente en el modelo de Yunus se proyecta y comprende que la obtención de un microcrédito es una de sus pocas herramientas que tiene para salir de su condición de pobreza, por lo que, devolverá el crédito, con el fin de obtener uno nuevo para seguir desarrollando su actividad, para superar su umbral de pobreza.

Queda claro que el enfoque de préstamos para aliviar la pobreza tiene un planteamiento distinto al del enfoque del sistema financiero. Sin embargo, en los tiempos actuales, en términos de su aplicación en muchas IMF, los dos enfoques no son contrapuestos, ya que éstas han logrado influir en el nivel de pobreza de sus clientes, y al mismo tiempo, han consolidado el proceso de sostenibilidad financiera, como es el caso de las Cajas Municipales.

1.3.2 FUNDAMENTACIÓN DEL POR QUÉ LA INVESTIGACIÓN SE INSCRIBE EN EL ENFOQUE DEL SISTEMA FINANCIERO

Durante los años 2012, 2013 y 2014, el hecho de que se flexibilizará en mayor medida el otorgamiento del crédito a las MYPES, no evaluando muchas veces de forma correcta la capacidad y voluntad de pago de estas empresas, provocó un incremento sustancial de los niveles de morosidad crediticia en las IMF. Este hecho demostró que no se trata simplemente de otorgar créditos a los microempresarios, porque, como son pobres, van a devolver puntualmente los créditos, además de que supuestamente, como afirmaba Yunus, valoran mucho más los créditos que les son otorgados. La realidad demostró con absoluta objetividad que en mercados más desarrollados que Bangladesh (un país en donde se otorgan microcréditos hasta de 30 dólares, cosa que es impensable en el Perú), no se pueden aplicar las ideas de Yunus. Una cosa es devolver 30 dólares, y otra muy distinta, devolver, por ejemplo, 8000 dólares.

Además, en el Perú, los créditos otorgados por las IMF a las MYPES, no tienen subsidios, buscando que estas empresas logren ser sostenibles en el largo plazo.

1.3.3 CONDICIONES BÁSICAS PARA QUE EL MICROCRÉDITO PUEDA GENERAR IMPACTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES EN LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS, EN CONCORDANCIA CON EL ENFOQUE DEL SISTEMA FINANCIERO

Gonzalez (2013) y Vargas (2015) coinciden en que las condiciones básicas para que el microcrédito pueda generar impactos económicos y sociales en los microempresarios y microempresas, son las siguientes:

- a) Que los microempresarios tengan oportunidades productivas atractivas, es decir, rentables y sostenibles en el tiempo.
- b) La existencia de una demanda legítima de microcrédito, es decir, que los microempresarios tengan capacidad y voluntad de pago con respecto a los créditos que reciben.
- c) Que los microcréditos sean utilizados para adquirir capital de trabajo, activos fijos, o para la ampliación de los negocios.
- d) Que los montos de los microcréditos respondan a las necesidades reales de financiamiento de las inversiones que los microempresarios tienen que realizar.

1.4 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 ANTECEDENTES A NIVEL LOCAL

1. Núñez y Torres (2012) realizaron y sustentaron una investigación titulada: “Impacto del crédito formal en microempresas textiles atendidas por Mibanco. Arequipa, 2011”, correspondiente a la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la UCSM. Este estudio concluyó en que el microcrédito empresarial generó un impacto positivo y significativo en el bienestar económico de estas empresas: el 60% de microempresas textiles incrementó sus ventas en el orden del 50%, y el 66,32% incrementó sus utilidades mensuales en el orden del 50%, lo cual no ocurrió con las microempresas textiles que aún no habían recibido microcrédito empresarial. Asimismo, que el microcrédito empresarial generó un impacto positivo en el bienestar administrativo (como, por ejemplo, la contratación de más trabajadores), lo cual no ocurrió con las microempresas textiles que aún no habían recibido microcrédito empresarial.

2. Mendoza (2017) sustentó una tesis de maestría, correspondiente a la Maestría en Administración de Negocios de la UCSM, titulada: “Influencia de las condiciones de acceso a los servicios financieros y su relación con el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas peruanas que exportan joyería de plata, Lima, 2012 - 2014”. La investigación concluye en que las condiciones de acceso a los servicios financieros que tienen las MYPES peruanas que exportan joyería de plata, tienen una influencia positiva en el crecimiento empresarial que están alcanzando. Asimismo, que se generaron cambios positivos con relación al mejoramiento de las condiciones de acceso a los servicios financieros para la mayor parte de estas empresas, y que los dueños de estas MYPES realizan una buena administración de los créditos que reciben.
3. Meza (2013) realizó una investigación titulada: “El microcrédito, la autosuficiencia financiera y la lucha contra la pobreza en la Región Arequipa”, publicada por el Fondo Editorial de la UCSM. Con respecto a la presente investigación, este estudio concluyó que, producto de los créditos recibidos, las ventas y los beneficios de los clientes de las IMF, e incluso de las ONG, se habían incrementado durante los últimos 5 años (2008 – 2013), y que el 68% de los clientes de las IMF habían expandido sus negocios.

1.4.2 ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL

A nivel nacional, los antecedentes que se encuentran relacionados a la presente investigación son los siguientes:

1. Alegre y Aguilar (1992), realizaron una investigación titulada: “Impacto del crédito en microempresas urbanas. El caso del Cono Norte de Lima Metropolitana”. Esta investigación brinda aportes teóricos importantes sobre la fundamentación del por qué existe una relación entre el crédito y los ingresos del empresario, y entre el crédito y la posesión de activos y condiciones de trabajo de las microempresas. La investigación concluye que el impacto del crédito es positivo en las utilidades de las microempresas solamente cuando el mecanismo a través del cual el crédito se relaciona de forma positiva con las ventas es el capital de trabajo, y que, por lo tanto, para lograr incrementar las ventas de la empresa, el crédito tiene necesariamente que traducirse en poder de compra efectivo de insumos o factores de producción.

2. Ferrer (2012) realizó una investigación para la Universidad San Martín de Porres, titulada: “El impacto del crédito empresarial en las Micro y Pequeñas Empresas en el sistema financiero peruano: 2010 – 2011”. Con respecto a la presente investigación, este estudio concluye que, para que el impacto del crédito financiero en las MYPES sea positivo, además de existir una demanda legítima de crédito, es necesario que la Tasa de Rentabilidad del Patrimonio (ROE) sea superior al costo total del crédito (la tasa de interés y otros costos financieros), y que, en general, se requiere un aumento del nivel de competencia en el sector de las IMF en el Perú, de tal forma que sea posible bajar las tasas de interés que se cobran a las microempresas.

3. Hinojosa (2012) realizó una investigación titulada: “Impacto de los créditos otorgados por la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura en el desarrollo socioeconómico de las pequeñas y microempresas de Chachapoyas”. La investigación concluye que los créditos otorgados por la CMAC Piura generaron un impacto positivo en el desarrollo socioeconómico de las Micro y Pequeñas Empresas de Chachapoyas. Además, que el monto crediticio tiene una relación directa con los volúmenes anuales de compras, los volúmenes anuales de ventas, con los montos y porcentajes de las inversiones de las utilidades que perciben. En efecto, la mayor parte de los prestatarios que recibieron mayores montos de créditos, percibieron mayores volúmenes de compras, de ventas y utilidades, mayores inversiones y una mayor generación de empleo. Además, que la mayor parte de los prestatarios reinvertieron parte de sus utilidades en el propio negocio, con la finalidad de generar mayores niveles de crecimiento para sus empresas.

4. Kong y Moreno (2014) sustentaron una tesis en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, titulada: “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José, Lambayeque: 2010 - 2012”. La investigación concluye que las fuentes de financiamiento influyeron de forma positiva en el nivel de desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas del Distrito de San José, Chiclayo, debido, sobre todo, a el acceso a créditos les ha permitido financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnología, impulsándolos a mejorar, tanto en su producción, como en sus utilidades, especialmente porque ya cuentan con un mejor inventario para ofrecer a su clientela.

1.4.3 ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL

- 1) Fuenzalida y Fuenzalida (2007), realizaron una investigación titulada: “Evaluación de PROPESA”. Esta investigación analizó un programa de créditos dirigido a las microempresas. La investigación concluye que se generó un aumento del empleo en el orden del 13% en el segundo año del programa y del 16% en el tercer año. Asimismo, que se había incrementado el empleo promedio de las microempresas de 1.48 a 1.96. Estos incrementos son explicables por el hecho de que el programa de crédito fue diseñado especialmente para la atención de microempresas.
2. González (2010) realizó una investigación titulada: “Impacto del crédito en el crecimiento y desarrollo de las microempresas”. La investigación concluye que el crédito facilita la acción de las fuerzas que promueven el crecimiento y desarrollo de las microempresas solamente cuando existen oportunidades productivas atractivas (rentables y sostenibles), lo cual coadyuva a que se genere una demanda legítima de crédito por parte de las microempresas.
3. Romani (2010) realizó una investigación titulada: “Impacto del microcrédito en los microempresarios chilenos. Un estudio de caso en la II Región de Chile”. Esta investigación concluyó que el 19% de microempresarios contrató más trabajadores después recibir los microcréditos. Asimismo, que el 29% de microempresarios aumentó las remuneraciones de sus trabajadores. Además, el 79% de microempresas aumentaron sus activos, producto de los créditos recibidos, lo cual generó un fuerte aumento en herramientas y equipos, lo cual coadyuvo a que pudieran incrementar sus niveles de producción, así como el volumen de las ventas, permitiendo que el rubro de inventarios aumentará en el orden del 67%.
4. Garson (2011) realizó una investigación titulada: “Impacto del crédito en el manejo administrativo de microempresas”, El Salvador. Esta investigación concluyó que el crédito a las microempresas generó un mejor manejo administrativo de los negocios, sobre todo, en indicadores tales como: los ahorros ante una emergencia, la clara separación del dinero de la empresa del dinero orientado a los gastos familiares y personales, inversiones para mejorar los puntos de ventas, así como la reducción de costos comprando sólo en efectivo y al contado.

5. Freedom From Hunger (2012) realizó una investigación titulada: “Impacto del microcrédito en los ingresos y activos de las microempresas”. Esta investigación es uno de los mejores estudios en cuanto al uso de metodologías para evaluar el impacto del microcrédito, habiendo utilizado grupos de control en su expansión en África. La investigación concluye que:
- a) Se generó un incremento en las ventas: Así, por ejemplo, en Ghana, los microempresarios que son clientes del Credit With Education, lograron aumentar de forma significativa sus ventas, casi duplicando a las ventas que alcanzaron los microempresarios que no recibieron microcréditos.
 - b) Se generó un incremento de los activos de las microempresas. Así, por ejemplo, en países como Malí y Burkina Faso, los microempresarios que recibieron microcréditos del programa Credit With Education, en promedio, aumentaron la escala de sus ventas en el orden del 80%, lo cual no sucedió con los microempresarios que no recibieron microcréditos.
6. Diaconia - Frif (2014) realizó una investigación titulada: “Impacto del crédito en el desarrollo microempresarial”. Esta investigación concluyó que:
- a) En las microempresas que Diaconia - Frif otorgó microcréditos, la inversión promedio en activos superó en el orden del 80% a la inversión promedio en activos de las microempresas que no recibieron créditos (el grupo de control). Por otro lado, el nivel de inversión promedio en capital de trabajo de las microempresas, superando en el orden del 73% al promedio encontrado en las microempresas que no recibieron créditos.
 - b) El monto promedio de ventas de las microempresas que recibieron microcréditos en Diaconia - Frif superó en más del 100% al promedio de ventas de las microempresas que no recibieron microcréditos.
 - c) El monto promedio de las utilidades netas de las microempresas que recibieron microcréditos en Diaconia – Frif, superó en 93% al promedio de las utilidades netas de las microempresas que no recibieron microcréditos.

7. Fernández y Fonseca (2016) realizaron una investigación titulada: “Evaluación del Impacto de Programas de Acceso a Servicios Financieros a Pequeñas Empresas del sector textil que operan en Ciudad de México”. La investigación concluyó en que se generó impactos positivos y significativos del acceso a servicios financieros en los niveles de productividad de las pequeñas empresas estudiadas, con aumentos en el orden del 22% en los niveles de ventas, así como mejoras en la tecnología utilizada, generación de empleo, administración empresarial y una mayor generación de utilidades netas.



CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación es básica (ya que busca contribuir a la mayor generación de conocimiento con respecto al tema de estudio y al problema de investigación planteado), mixta (de campo y documental), transversal (2018) y no experimental (dado que no hay manipulación de variables). El nivel de investigación es explicativo.

2.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

2.2.1 TÉCNICAS

Para la medición de las variables de estudio se utilizó las siguientes técnicas:

- a) La encuesta (que se aplicó a los microempresarios del sector comercio, tanto para el grupo de estudio como para el grupo de control).
- b) La observación documental (para algunos indicadores de la variable microcrédito, cuya información fue obtenida de la base de datos de la Caja Arequipa, para luego ser procesada y sistematizada).

2.2.2 INSTRUMENTOS

Para la medición de las variables de estudio se utilizó como instrumentos el cuestionario y la ficha de observación documental.

2.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: “EL MICROCRÉDITO FORMAL”

VARIABLE DEPENDIENTE: “IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL MICROCRÉDITO EN LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS”

A continuación, se presenta la operacionalización de variables:

VARIABLES	SUBVARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE: MICROCRÉDITO FORMAL	Acceso al microcrédito formal	Otorgamiento de microcréditos de acuerdo a los montos solicitados por el microempresario	Siempre Generalmente Algunas veces Casi nunca Nunca
		Monto del último microcrédito otorgado al microempresario	Hasta S/. 4000 Más de S/. 4000 hasta S/. 8000 Más de S/. 8000 hasta S/. 12000 Más de S/. 12000 hasta S/. 16000 Más de S/. 16000 hasta S/. 20000
	Financiamiento de las microempresas con los microcréditos recibidos	El número de microcréditos recibidos por el microempresario desde la primera vez hasta el 10 de mayo del 2017	Hasta 5 De 6 a 10 De 11 a 15 De 16 a 20 Más de 20
		% de microempresas que cubren todo el financiamiento que requieren a través de los microcréditos que reciben	Los microcréditos recibidos cubren totalmente el financiamiento requerido por la microempresa. Los microcréditos recibidos no cubren totalmente el financiamiento requerido por la microempresa.
Administración de los microcréditos	Uso específico que le dan a los microcréditos los microempresarios	Para adquirir capital de trabajo Para adquirir activos fijos Para compra de deuda	
	Nivel de superación de limitaciones financieras a través de los microcréditos	Totalmente Parcialmente Poco Muy poco	

<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL MICROCRÉDITO EN LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS</p>	<p>IMPACTO ECONÓMICO:</p> <p>Impacto en los ingresos de los microempresarios</p>	<p>% de microempresarios cuyos ingresos han aumentado durante los últimos 5 años</p>	<p>Los ingresos del microempresario han aumentado durante los últimos 5 años</p>
	<p>Impacto en los ahorros de los microempresarios</p>	<p>% de microempresarios cuyos ahorros han aumentado durante los últimos 5 años</p>	<p>Los ingresos del microempresario no han aumentado durante los últimos 5 años</p> <p>Los ahorros del microempresario han aumentado durante los últimos 5 años</p>
	<p>Impacto en la mejora de las microempresas:</p>	<p>% de microempresarios que mantienen ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias</p>	<p>Los ahorros del microempresario no han aumentado durante los últimos 5 años</p> <p>Sí mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias</p> <p>No mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias</p>
	<p>A. Flujo de ingresos y utilidades</p>	<p>Promedio mensual de las ventas de las microempresas</p> <p>Promedio mensual de las utilidades de las microempresas</p>	<p>Menos de S/. 10000</p> <p>De S/. 10000 a S/. 18000</p> <p>Más de S/. 18000 a S/. 28000</p> <p>Más de S/. 28000 a S/. 38000</p> <p>Más de S/. 38000 a S/. 48000</p> <p>Menos de S/. 4000</p> <p>De S/. 4000 a S/. 8000</p> <p>Más de S/. 8000 a S/. 12000</p> <p>Más de S/. 12000 a S/. 16000</p> <p>Más de S/. 16000 a S/. 20000</p>

	<p>B. Cambios y mejoras en los negocios</p>	<p>Cambio porcentual del promedio mensual de las ventas de las microempresas en el 2017 con relación al 2016</p> <p>Cambio porcentual del promedio mensual de las utilidades de las microempresas en el 2017 con relación al 2016</p> <p>% de microempresas que han logrado reducir sus costos comprando mercadería en mayor volumen al por mayor en el 2017</p> <p>% de microempresas que han mejorado la calidad del servicio que brindan a los clientes</p> <p>Impacto en la generación de empleo y estabilidad laboral de los trabajadores</p>	<p>Ha aumentado alrededor del 25% Ha aumentado entre el 15% y menos del 25% Ha aumentado menos del 15% No ha aumentado Ha disminuido</p> <p>Ha aumentado alrededor del 25% Ha aumentado entre el 15% y menos del 25% Ha aumentado menos del 15% No ha aumentado Ha disminuido</p> <p>Sí ha logrado reducir sus costos comprando mercadería en mayor volumen al por mayor No ha logrado reducir sus costos comprando mercadería en mayor volumen al por mayor</p> <p>Sí ha mejorado la calidad del servicio que brindan a los clientes No ha mejorado la calidad del servicio que brindan a los clientes</p> <p>Sí ha contratado más trabajadores No ha contratado más trabajadores</p>
--	---	--	--

	<p>Impacto en la inclusión financiera para los microempresarios (mejoramiento en cuanto al acceso de servicios financieros)</p> <p>IMPACTO SOCIAL:</p> <p>Impacto del microcrédito en los hogares de los microempresarios:</p> <p>A. Utilización de parte de las utilidades para la mejora de la capacidad de consumo</p>	<p>Porcentaje de microempresas que tienen más trabajadores de forma estable y que no son despedidos</p> <p>Acceso al crédito de consumo en la Caja Arequipa</p> <p>Acceso a cuentas de ahorros en la Caja Arequipa</p> <p>Acceso a tarjetas de crédito en la Caja Arequipa</p> <p>% de microempresarios que aumentaron el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, etc.</p> <p>% de microempresarios que aumentaron el gasto monetario referido a los gastos de vestimenta para la familia</p>	<p>Sí tiene más trabajadores de forma estable y que no son despedidos en el 2017 con relación al 2016</p> <p>No tiene más trabajadores de forma estable y algunos han sido despedidos en el 2017 con relación al 2016</p> <p>Sí tiene acceso al crédito de consumo No tiene acceso al crédito de consumo</p> <p>Sí tiene cuentas de ahorros No tiene cuentas de ahorros</p> <p>Sí tiene tarjetas de crédito No tiene tarjetas de crédito</p> <p>El microempresario aumentó el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, etc.</p> <p>El microempresario aumentó el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, etc.</p> <p>El microempresario aumentó el gasto monetario par adquirir vestimenta para la familia</p> <p>El microempresario no aumentó el gasto monetario para adquirir vestimenta para la familia</p>
--	--	---	--

	<p>B. Impacto en el acceso a bienes para los hogares de los microempresarios</p> <p>Impacto en la vulnerabilidad de los microempresarios</p> <p>Impacto en la mejora del capital social y la confianza de los microempresarios</p>	<p>% de microempresarios que adquirieron bienes para el hogar</p> <p>Capacidad y estabilidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado.</p> <p>Fortalecimiento de las redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo)</p> <p>Establecimiento de nuevas redes sociales (entre los microempresarios)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Televisor - Internet - Computadora - Automóvil - Motocicleta - Cocina a gas (o eléctrica) - Licuadora - Radio - Equipo musical - Otros <p>Sí tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado</p> <p>No tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado</p> <p>Sí se han fortalecido Se mantienen igual Se han debilitado</p> <p>Sí participa en organizaciones sociales que han creado los microempresarios.</p> <p>No participa en organizaciones sociales que han creado los microempresarios</p>
--	--	--	--

FUENTE: Trabajo de Investigación.

ELABORACIÓN: Propia.

2.4 INTERROGANTES

- ¿Cómo es el acceso al microcrédito formal que tienen en la actualidad las microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana?
- ¿Cuál es la administración y uso que le dan a los microcréditos en la actualidad los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana?
- ¿Cuál es el impacto económico del microcrédito formal en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana?
- ¿Cuál es el impacto social del microcrédito formal en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana?

2.5 CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.5.1 UBICACIÓN ESPACIAL

Ámbito geográfico: Arequipa Metropolitana.

Ámbito funcional: A nivel de los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.

2.5.2 UBICACIÓN TEMPORAL

La investigación se realizó en el año 2018, y, por consiguiente, la investigación es coyuntural.

2.5.3 UNIDADES DE ESTUDIO

2.5.3.1 CRITERIOS DE INCLUSIÓN

Los criterios de inclusión son los siguientes:

- Que la microempresa esté operando en Arequipa Metropolitana como mínimo 5 años.
- Que los ingresos que percibe el microempresario provengan únicamente de las microempresas.
- Haber recibido microcréditos en la Caja Arequipa como mínimo 3 veces (en concordancia con las metodologías utilizadas por el Banco Mundial y el BID).
- El último microcrédito recibido en la Caja Arequipa se realizó entre el 1 y el 10 de mayo del 2018. La aplicación de este criterio de inclusión obedece a la enorme cantidad de microempresas del sector comercio, que, en general, atiende la Caja Arequipa, y que cumplen los demás criterios de inclusión, es decir, para poder delimitar de forma adecuada y razonable la población del estudio.

2.5.3.2 POBLACIÓN DEL ESTUDIO

La población del estudio está conformada por las microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que cumplen todos los criterios de inclusión, descritos en el apartado anterior.

Por lo tanto, hay que señalar que la población del estudio está conformada por 226 microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que cumplen todos los criterios de inclusión. Entonces:

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN DEL ESTUDIO = 226

2.5.3.3 MUESTRA

La fórmula utilizada para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95 % y un error de estimación del 5% es la siguiente:

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

Donde:

n = Es el tamaño de la muestra del estudio

N = Es el tamaño de la población del estudio = **226**

Z = Valor que corresponde a la distribución de Gauss (o normal), el cual depende del nivel de confianza elegido (95%) = **1.96**. El nivel de confianza se refiere a la probabilidad a priori de que el intervalo de confianza a calcular contenga al verdadero valor del parámetro de la población.

$Z^2 = (1,96^2)$, que corresponde al nivel de confianza elegido (95%).

p = Probabilidad de ocurrencia (a favor) = **0,5** (50%)

q = probabilidad de no ocurrencia = 100% - p = **0,5** (50%)

e = Error de estimación = **0,05** (5%)

$$n = \frac{(226) (1.96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,05)^2 (226 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)}$$

De donde: n = 142.52439

TAMAÑO DE LA MUESTRA = 143

2.5.3.4 TIPO DE MUESTREO

Se hará uso del muestreo aleatorio, es decir, al azar. Por lo tanto, todas las microempresas que conforman la población del estudio tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas, y formar parte de la muestra. En ese sentido, la muestra es representativa de toda la población del estudio.

2.5.4 GRUPO DE CONTROL

El grupo de control está compuesto por 60 microempresas del sector comercio que vienen operando en Arequipa Metropolitana como mínimo 5 años, cuyos ingresos provienen únicamente de las microempresas, pero que aún no han recibido microcrédito.

TAMAÑO DEL GRUPO DE CONTROL = 60

2.6 ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

- Se elaboró de forma apropiada el instrumento de investigación, es decir, el cuestionario que se aplicó a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, al igual que para el grupo de control.
- El trabajo de campo se realizó durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre del 2018, de tal forma que fue posible aplicar el cuestionario a los microempresarios en condiciones adecuadas, y, sobre todo, para obtener toda la información que se requería para el informe de investigación.
- Se realizó la tabulación de los datos obtenidos del trabajo de campo, así como de la información obtenida a través de la técnica de la observación documental.
- Las tablas estadísticas han sido elaboradas de forma ordenada y clara, de tal forma que contengan la información requerida, la cual está relacionada de forma directa a cada indicador que aparece en la operacionalización de variables. Además, esto contribuye a que se pueda realizar una correcta interpretación y análisis de la información obtenida, en concordancia con el problema de investigación, las interrogantes, objetivos e hipótesis planteadas.
- Se elaboró las demás secciones: conclusiones, recomendaciones, el resumen en español y en inglés, la introducción, así como el resto de páginas preliminares.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 EL MICROCRÉDITO FORMAL

3.1.1 ACCESO AL MICROCRÉDITO FORMAL

TABLA 1

OTORGAMIENTO DE MICROCRÉDITOS DE ACUERDO A LOS MONTOS SOLICITADOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO EN LA CAJA AREQUIPA: 2018.

Frecuencia con que los microempresarios reciben microcréditos en la Caja Arequipa de acuerdo a los montos que solicitan	Cantidad de microempresarios	Porcentaje
Siempre	129	90.21 %
Generalmente	11	7.69 %
Algunas veces	3	2.10 %
Casi nunca	0	0 %
Nunca	0	0 %
Total	143	100.00 %

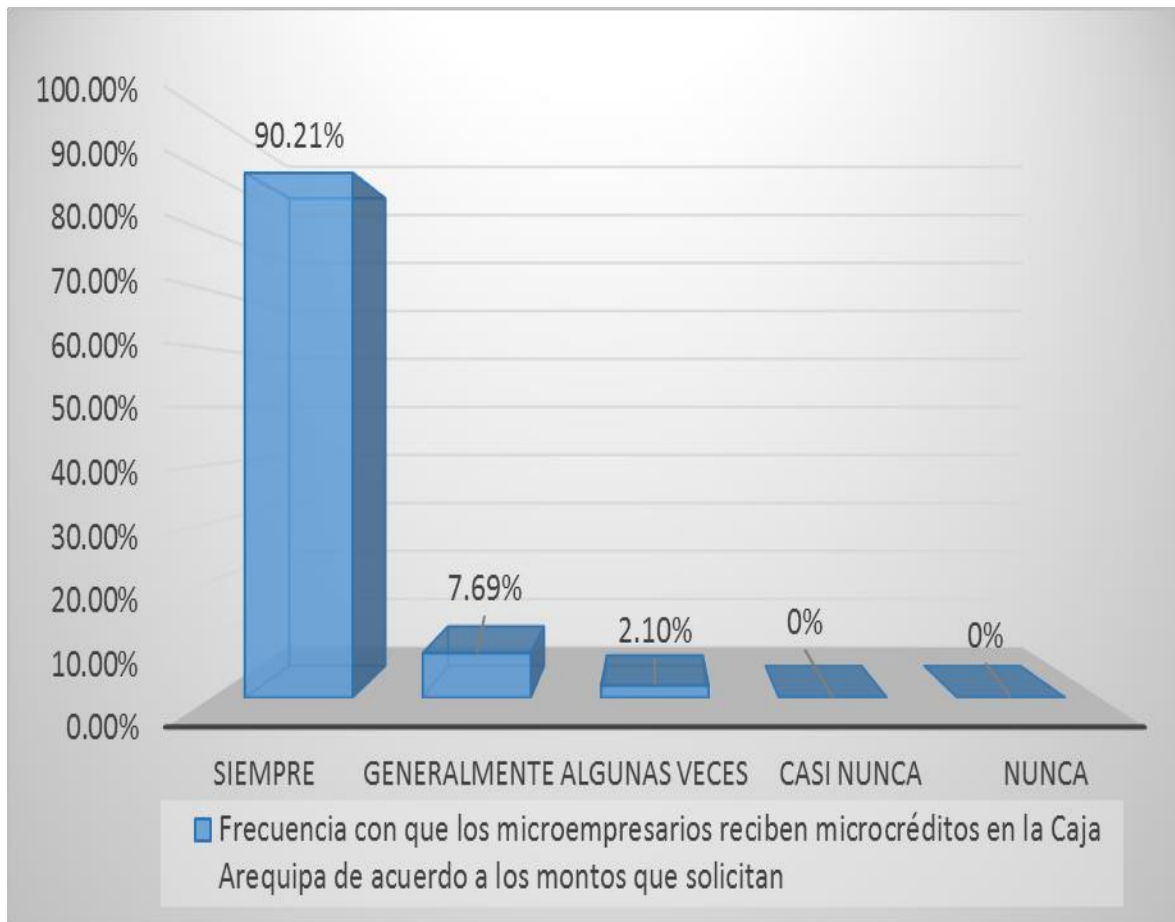
FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 1 muestra que el 90.21% de microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, señala que los microcréditos que reciben están de acuerdo a los montos que solicitan a esta IMF; el 7.69% indica que generalmente y sólo el 2.10% señala que esto ocurre algunas veces. Estos resultados reflejan, en general, que los microempresarios del sector comercio, en términos de los montos de microcréditos que solicitan, tienen un buen acceso al microcrédito formal.

FIGURA 1

OTORGAMIENTO DE MICROCRÉDITOS DE ACUERDO A LOS MONTOS SOLICITADOS POR LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO EN LA CAJA AREQUIPA: 2018.



FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 2

DISTRIBUCIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN EL MONTO DEL ÚLTIMO MICROCRÉDITO QUE HAN RECIBIDO: 2018.

Monto del último microcrédito otorgado al microempresario entre el 1 y 10 de mayo del 2018 (en S/.)	Cantidad de microempresarios	Porcentaje
Hasta 4000	1	0.70 %
Más de 4000 hasta 8000	3	2.10 %
Más de 8000 hasta 12000	88	61.54 %
Más de 12000 hasta 16000	43	30.07 %
Más de 16000 hasta 20000	8	5.59 %
Total	143	100.00 %

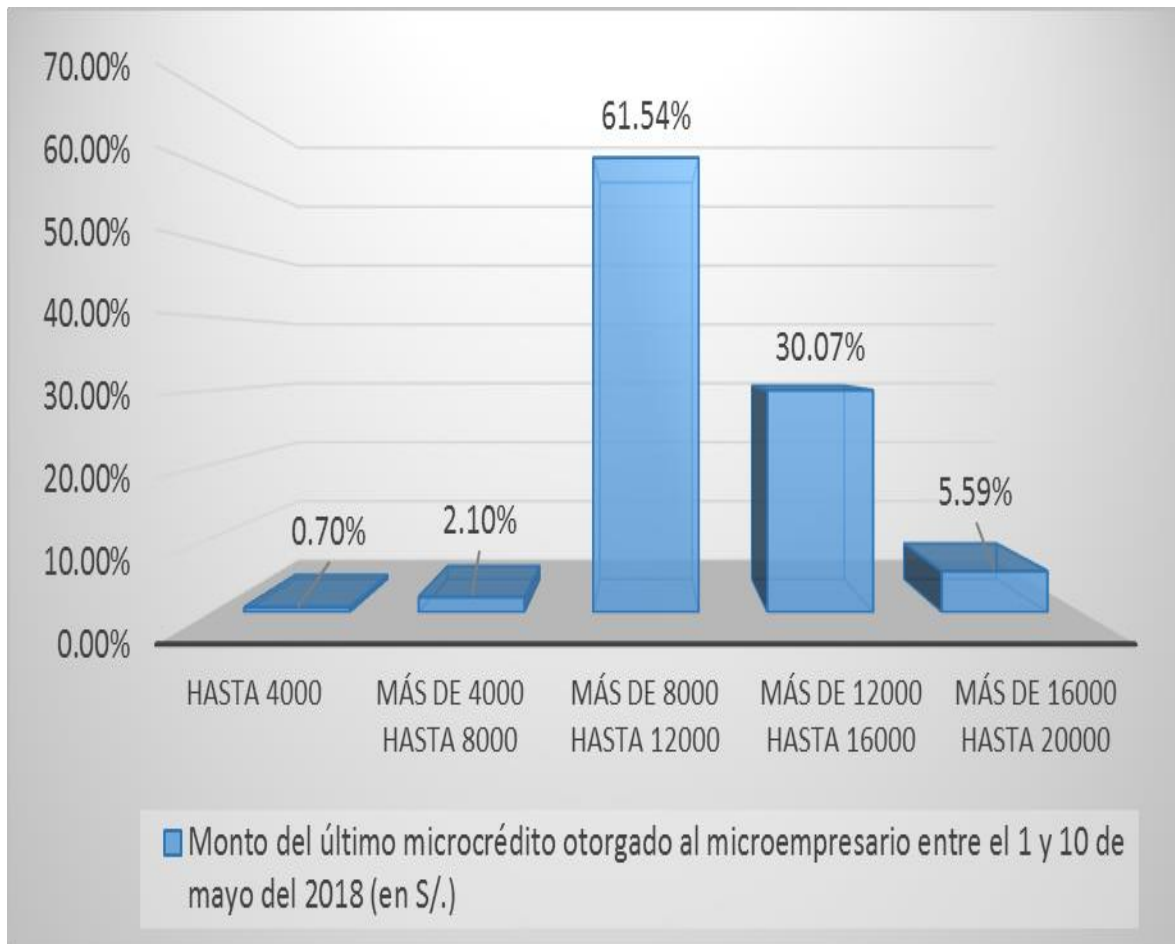
FUENTE: Base de datos de la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 2 muestra que el último microcrédito que ha recibido el 61.54% de microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa (entre el 1 y 10 de mayo del 2018), supera los S/. 8000 hasta los S/. 12000. Además, el último microcrédito recibido por el 30.07% de microempresarios, supera los S/. 12000 hasta los S/. 16000. Es relevante señalar que estos resultados han mejorado en comparación al 2016, por lo cual, se puede afirmar, que en cuanto a la cuantía de los microcréditos recibidos por los microempresarios del sector comercio que son atendidos por la Caja Arequipa, el acceso al microcrédito ha mejorado para ellos.

FIGURA 2

DISTRIBUCIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN EL MONTO DEL ÚLTIMO MICROCRÉDITO QUE HAN RECIBIDO: 2018.



FUENTE: Base de datos de la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 3

EL NÚMERO DE MICROCRÉDITOS RECIBIDOS POR EL MICROEMPRESARIO DESDE LA PRIMERA VEZ HASTA EL 10 DE MAYO DEL 2018: 2018.

Cantidad de microcréditos recibidos por el microempresario desde la primera vez hasta el 10 de mayo del 2018.	Cantidad de microempresarios	Porcentaje
Hasta 5	4	2.80 %
De 6 a 10	4	2.80 %
De 11 a 15	109	76.22 %
De 16 a 20	18	12.59 %
Más de 20	8	5.59 %
Total	143	100.00 %

FUENTE: Base de datos de la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

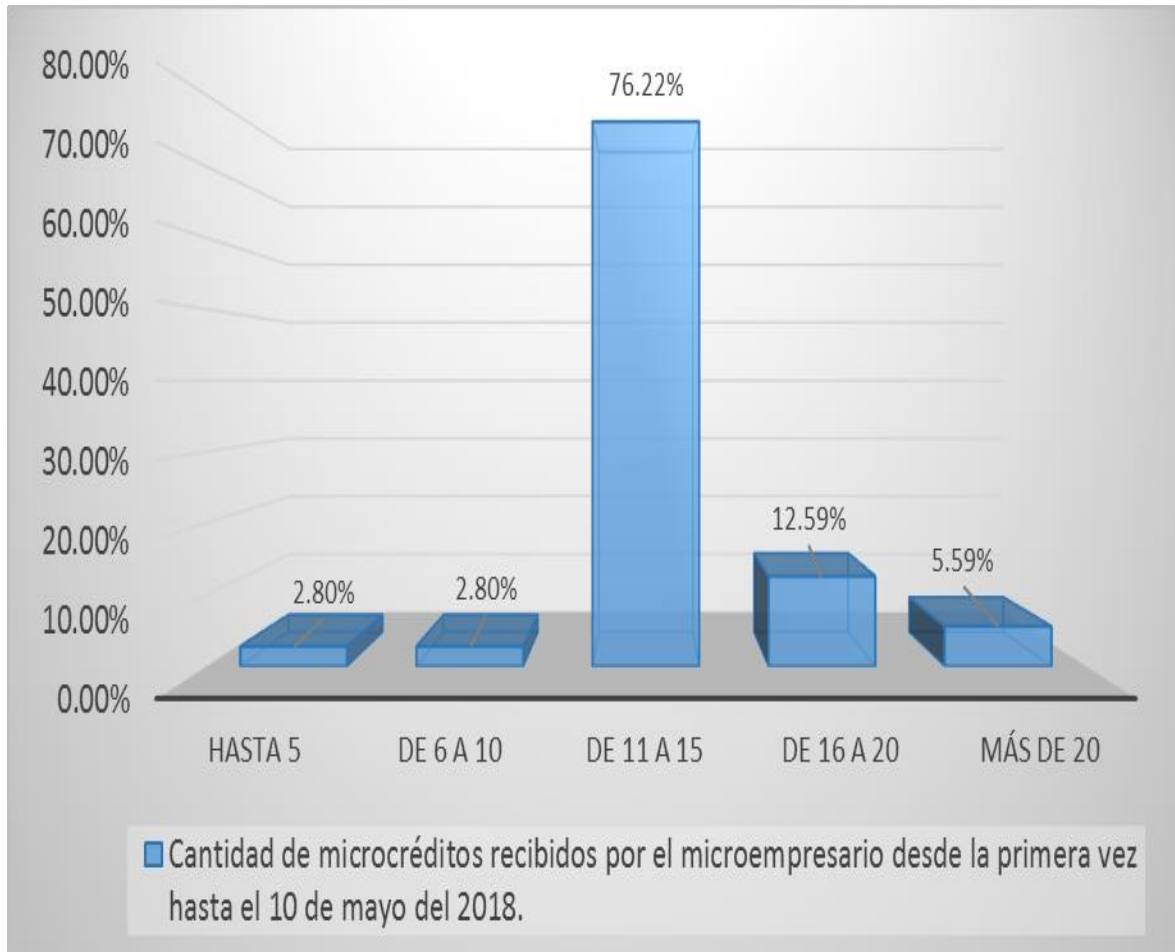
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 3 muestra que el 76.22% de microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, ha recibido de 11 a 15 microcréditos, desde la primera vez hasta el 10 de mayo del 2018; el 12.59% de 16 a 20 microcréditos, y el 5.59% de microempresarios, ha recibido más de 20 microcréditos.

Estos resultados reflejan que la gran mayoría de estos microempresarios está mejorando su acceso al microcrédito formal en la Caja Arequipa en términos de la cantidad de microcréditos que reciben. Asimismo, queda claro el establecimiento de una relación crediticia a largo plazo entre los microempresarios del sector comercio y la Caja Arequipa.

FIGURA 3

EL NÚMERO DE MICROCRÉDITOS RECIBIDOS POR EL MICROEMPRESARIO DESDE LA PRIMERA VEZ HASTA EL 10 DE MAYO DEL 2018: 2018.



FUENTE: Base de datos de la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.1.2 FINANCIAMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS CON LOS MICROCRÉDITOS RECIBIDOS

TABLA 4

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN CUBRAN O NO TODO EL FINANCIAMIENTO QUE REQUIEREN A TRAVÉS DE LOS MICROCRÉDITOS QUE RECIBEN: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresas	Porcentaje
Los microcréditos recibidos cubren totalmente el financiamiento requerido por la microempresa.	132	92.31 %
Los microcréditos recibidos no cubren totalmente el financiamiento requerido por la microempresa.	11	7.69 %
Total	143	100.00 %

FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

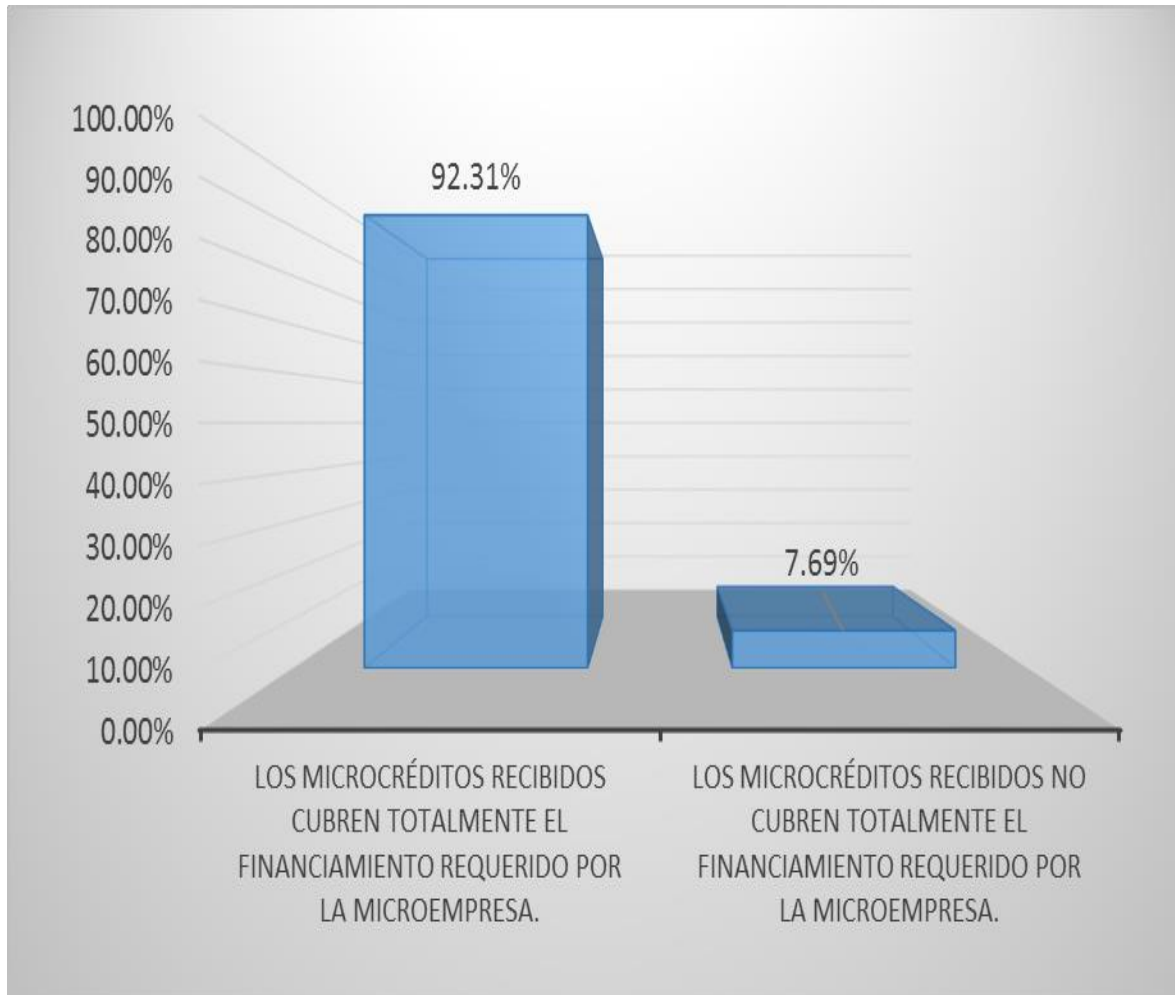
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 4 muestra que para la gran mayoría de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, los microcréditos que reciben cubren totalmente el financiamiento que requieren. En efecto, el 92.31% de las microempresas logra obtener todo el financiamiento bancario que requieren a través de los microcréditos que solicitan y que les son otorgados.

Estos resultados reflejan que las microempresas del sector comercio tienen un buen acceso al microcrédito en términos de poder obtener todo el financiamiento que requieren.

FIGURA 4

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN CUBRAN O NO TODO EL FINANCIAMIENTO QUE REQUIEREN A TRAVÉS DE LOS MICROCRÉDITOS QUE RECIBEN: 2018.



FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.1.3 ADMINISTRACIÓN DE LOS MICROCRÉDITOS

TABLA 5

USO ESPECÍFICO QUE LE DAN A LOS MICROCRÉDITOS LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA: 2018.

Uso de los microcréditos que reciben los microempresarios	Cantidad de microempresarios	Porcentaje
Para adquirir capital de trabajo	98	68.53 %
Para adquirir activos fijos	45	31.47 %
Para compra de deuda	0	0 %
Total	143	100.00 %

FUENTE: Base de datos de la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

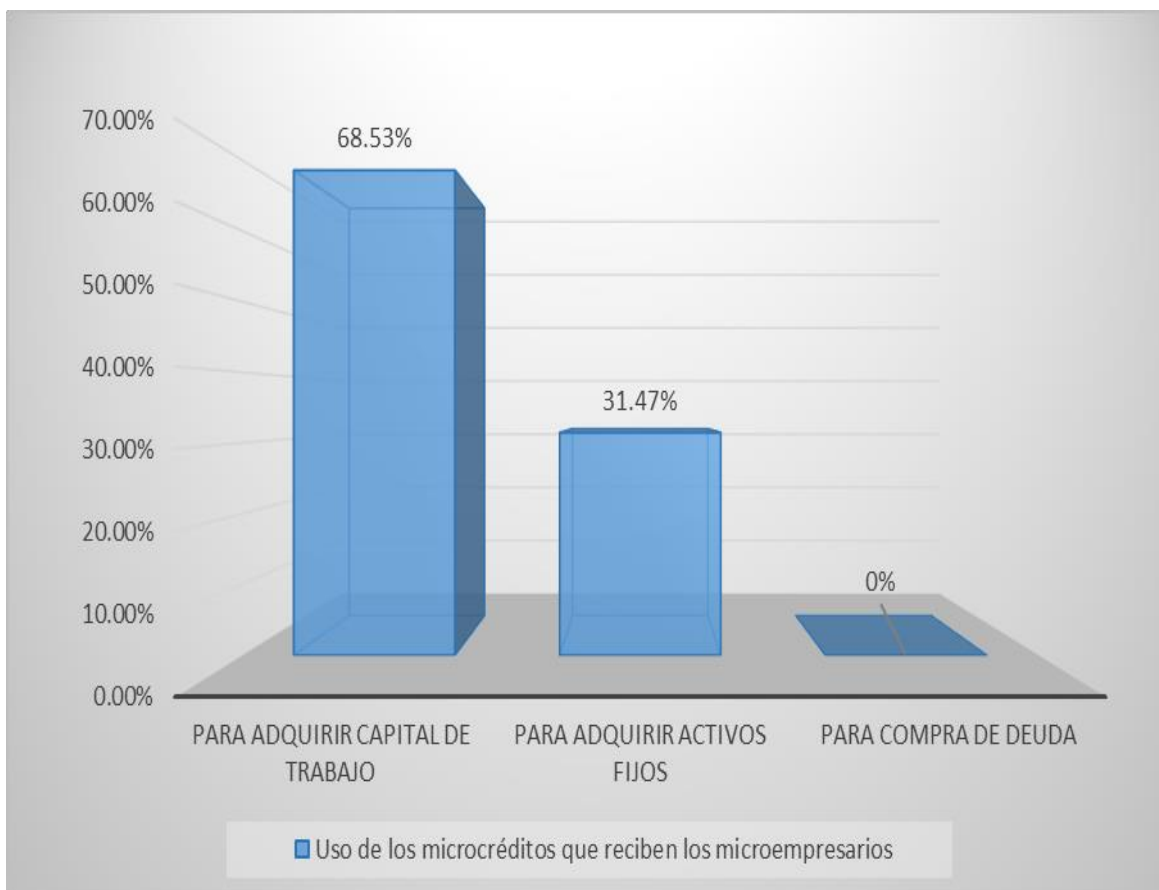
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 5 muestra que todos los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, utilizan los microcréditos únicamente en sus negocios. En efecto, el 68.53% utiliza los microcréditos para adquirir capital de trabajo y el 31.47% para adquirir activos fijos, de acuerdo a los reportes y supervisión realizada por los analistas de créditos, cuya información se encuentra registrada en la base de datos de la Caja Arequipa.

Estos resultados reflejan que estos microempresarios vienen realizando una buena administración de los microcréditos que reciben en la Caja Arequipa. En ese sentido, es relevante señalar que, el hecho de que los microempresarios utilicen los microcréditos solamente para adquirir capital de trabajo o activos fijos, impacta positivamente en los microempresarios y las microempresas que administran.

FIGURA 5

USO ESPECÍFICO QUE LE DAN A LOS MICROCRÉDITOS LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA: 2018.



FUENTE: Base de datos de la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 6

NIVEL DE SUPERACIÓN DE LIMITACIONES FINANCIERAS DE LAS MICROEMPRESAS A TRAVÉS DE LOS MICROCRÉDITOS QUE RECIBEN LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA: 2018.

Nivel de superación de las limitaciones financieras que tiene la microempresa	Cantidad de microempresarios	Porcentaje
Totalmente	132	92.31 %
Parcialmente	11	7.69 %
Poco	0	0 %
Muy poco	0	0 %
Total	143	100.00 %

FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

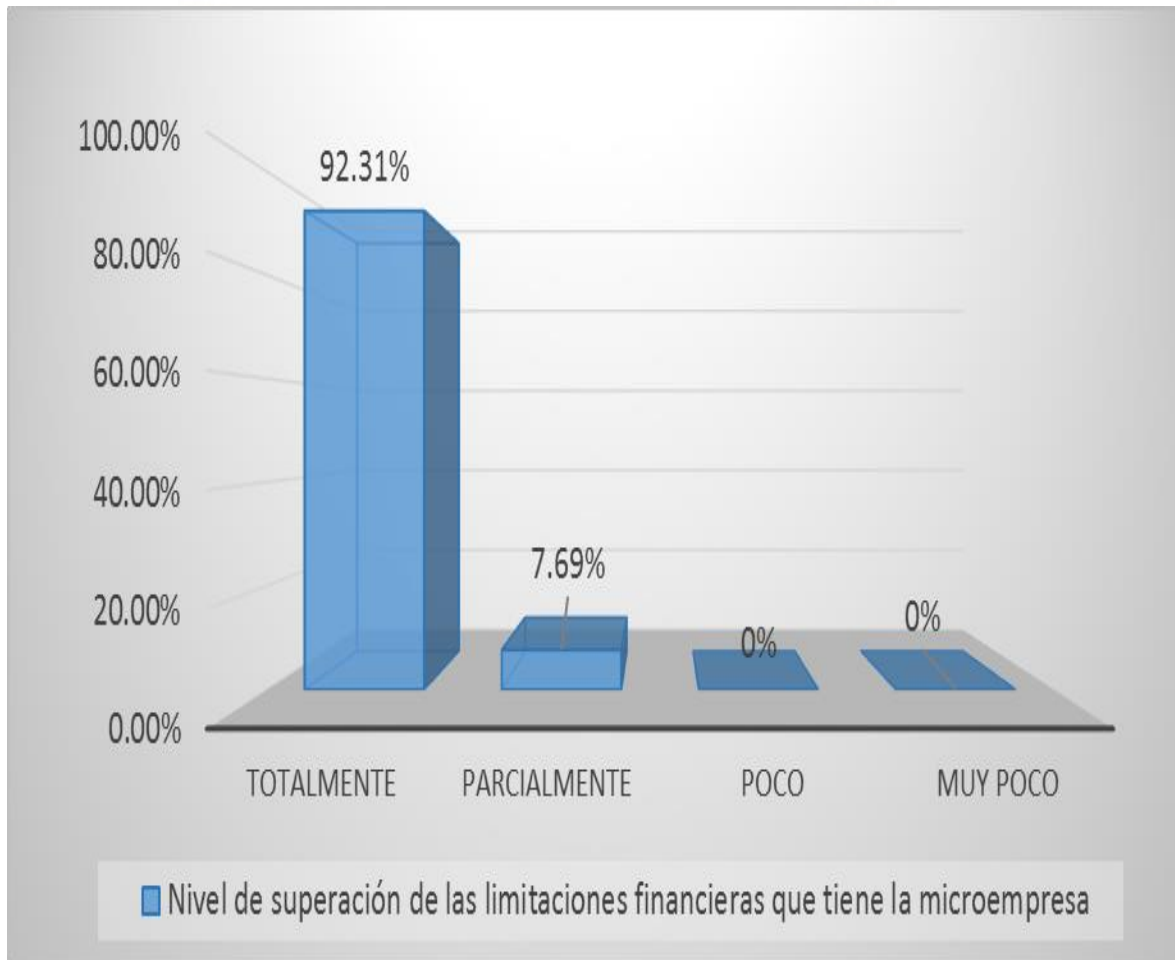
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 6 muestra que la gran mayoría de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, supera totalmente las limitaciones financieras que tienen, gracias a los microcréditos que reciben los microempresarios. En efecto, el 92.31% de estos microempresarios señala que sus microempresas logran superar totalmente las limitaciones financieras que tienen a través de los microcréditos que reciben, y sólo el 7.69% de los microempresarios indica que la superación de limitaciones financieras en sus microempresas se da de forma parcial.

Es relevante mencionar que la superación de limitaciones financieras de las microempresas, permite a los microempresarios poder realizar sus inversiones en mejores condiciones, además de contribuir a estabilizar los ingresos que generan las microempresas, lo cual impacta económica y socialmente en los microempresarios y microempresas.

FIGURA 6

NIVEL DE SUPERACIÓN DE LIMITACIONES FINANCIERAS DE LAS MICROEMPRESAS A TRAVÉS DE LOS MICROCRÉDITOS QUE RECIBEN LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA: 2018.



FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2 IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL MICROCRÉDITO EN LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS

3.2.1 IMPACTO ECONÓMICO DEL MICROCRÉDITO

3.2.1.1 IMPACTO EN LOS INGRESOS DE LOS MICROEMPRESARIOS

TABLA 7

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO SUS INGRESOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
Los ingresos del microempresario han aumentado durante los últimos 5 años	135	94.41 %	33	55.00 %
Los ingresos del microempresario no han aumentado durante los últimos 5 años	8	5.59 %	27	45.00 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

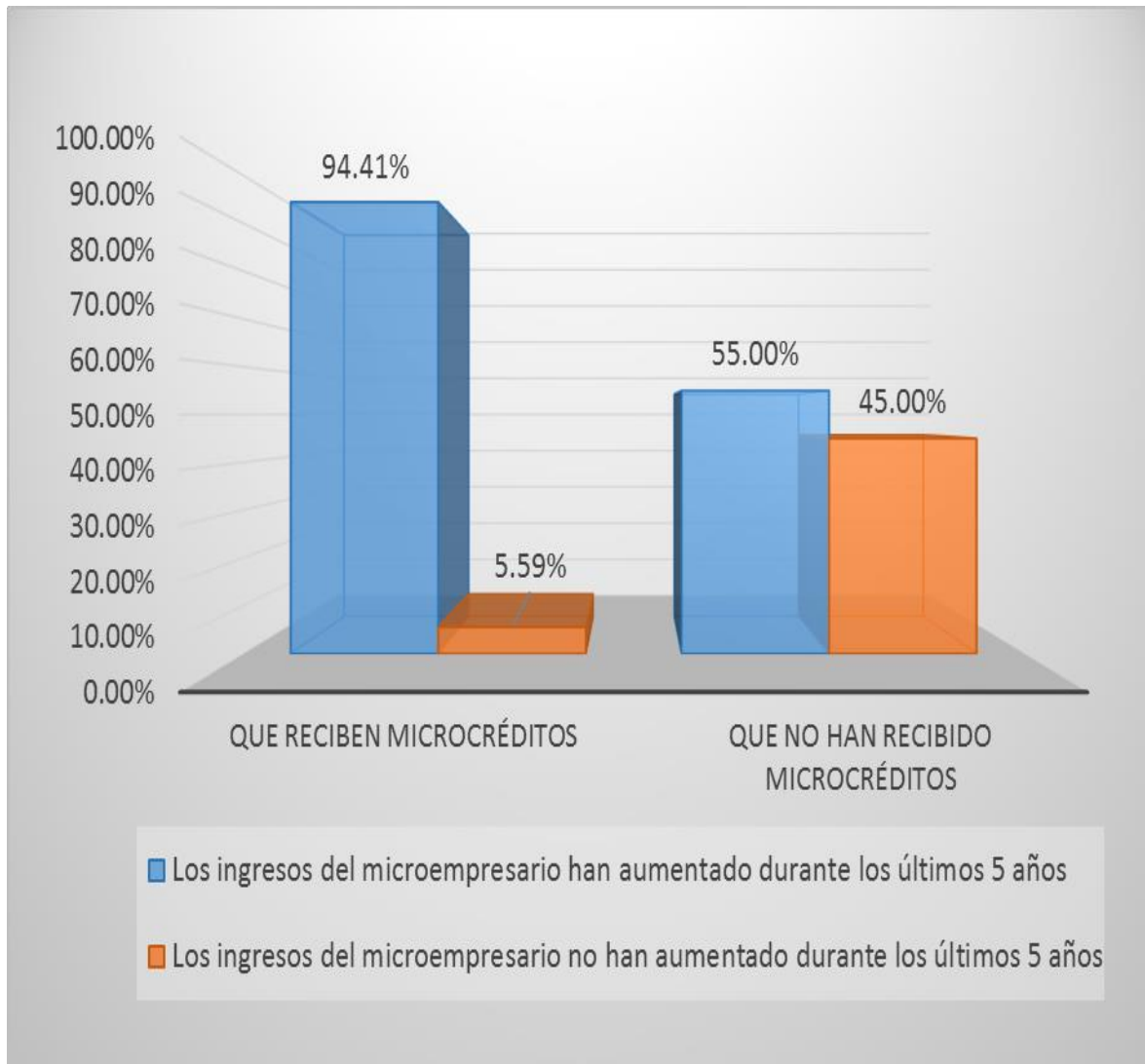
FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 7 muestra que existen diferencias significativas con respecto al hecho de que los ingresos del microempresario hayan aumentado durante los últimos 5 años en el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, se observa que el 94.41% de microempresarios del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, señala que sus ingresos se han incrementado durante los últimos 5 años, lo cual sólo ocurre con el 55% de microempresarios que no han recibido microcréditos.

FIGURA 7

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO SUS INGRESOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2.1.2 IMPACTO EN LOS AHORROS DE LOS MICROEMPRESARIOS

TABLA 8

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO SUS AHORROS DURANTE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
Los ahorros del microempresario han aumentado durante los últimos 5 años	122	85.31 %	19	31.67 %
Los ahorros del microempresario no han aumentado durante los últimos 5 años	21	14.69 %	41	68.33 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

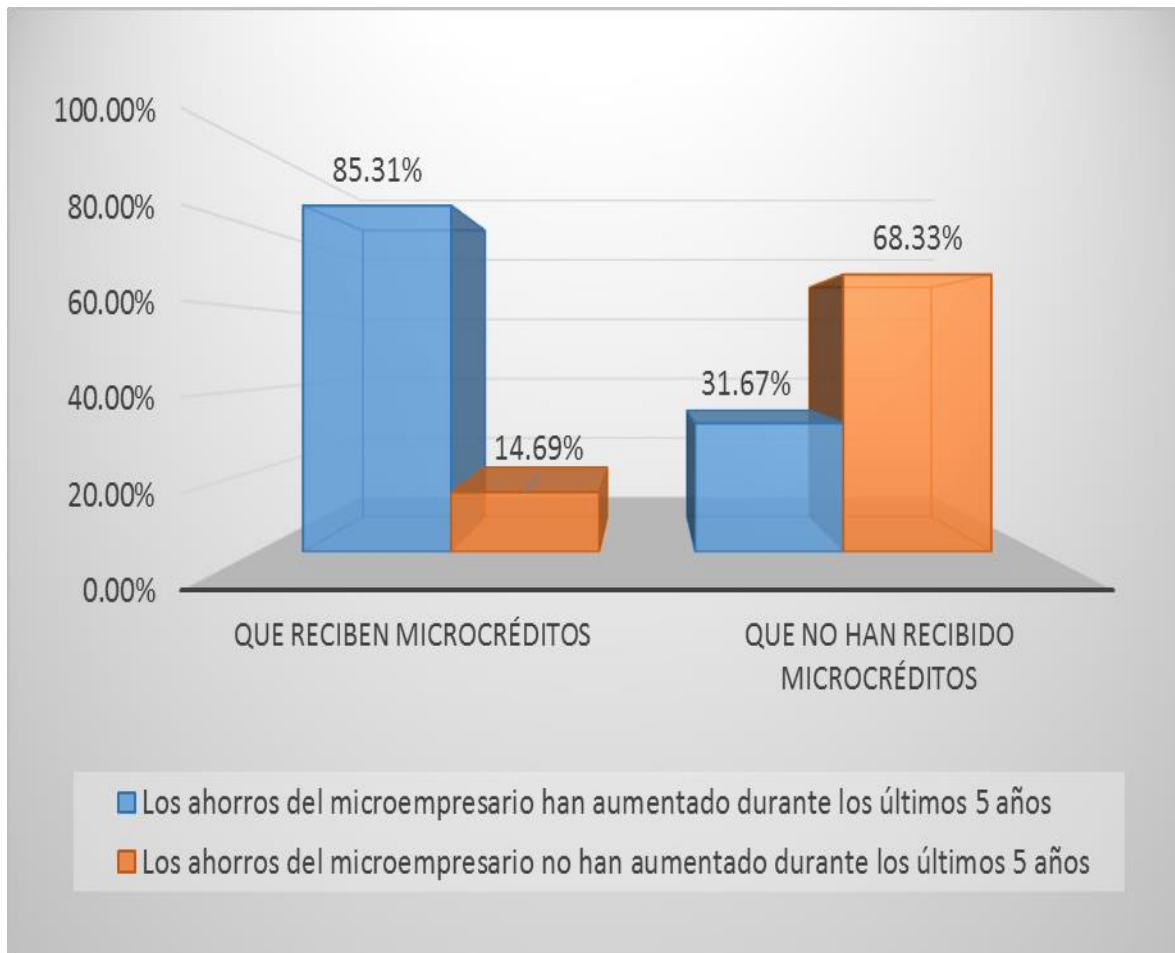
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 8 muestra que existen diferencias significativas con respecto al hecho de que los ahorros del microempresario hayan aumentado durante los últimos 5 años en el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, se observa que el 85.31% de microempresarios del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, señala que sus ahorros se han incrementado durante los últimos 5 años, lo cual sólo ocurre con el 31.67% de microempresarios que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo en los ahorros de los microempresarios

FIGURA 8

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO SUS AHORROS DURANTE LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 9

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN MANTENGAN O NO AHORROS PARA AFRONTAR INVERSIONES Y/O EMERGENCIAS: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
El microempresario mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias	106	74.13 %	16	26.67 %
El microempresario no mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias	37	25.87 %	44	73.33 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

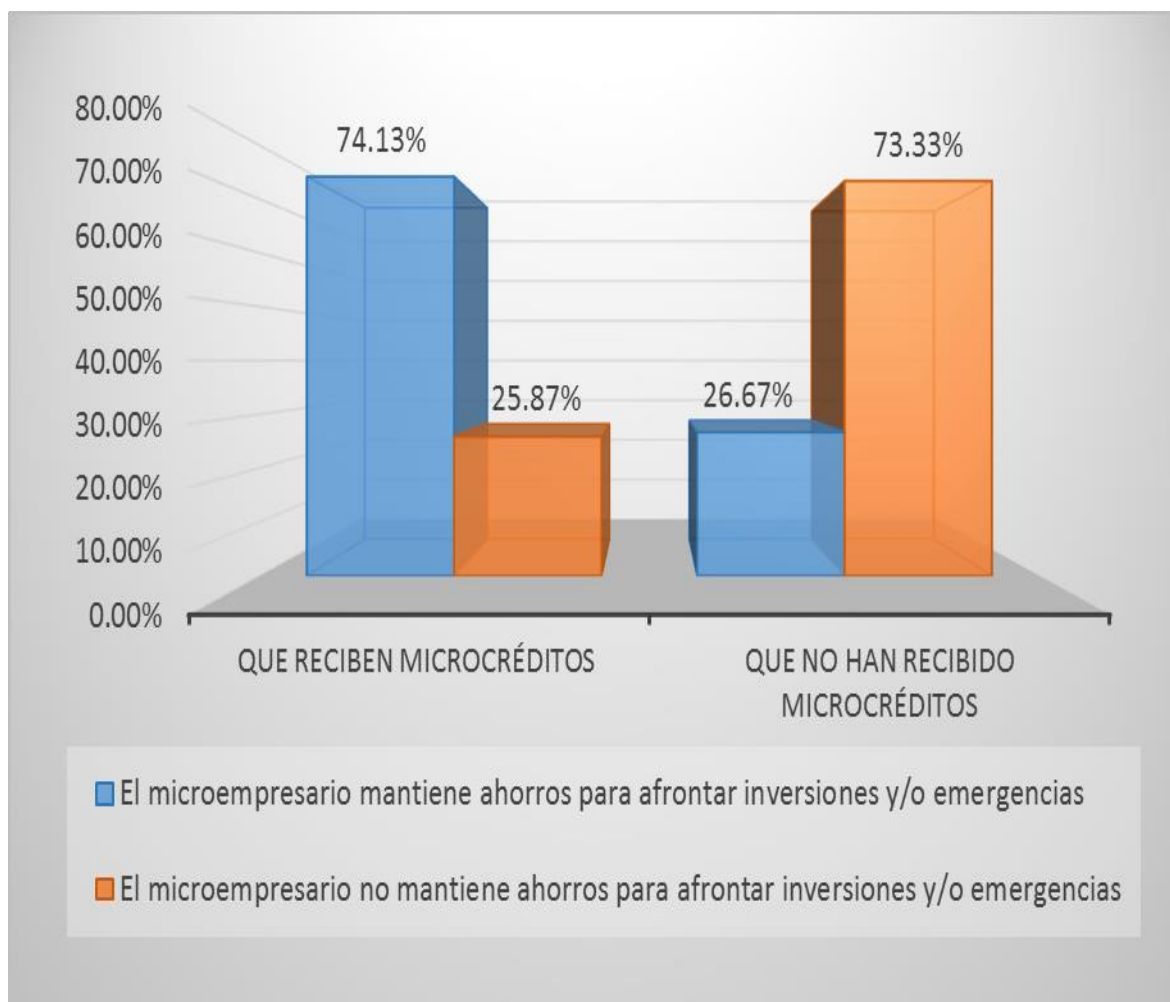
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 9 muestra que existen diferencias significativas con respecto al hecho de si el microempresario mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias, en el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, se observa que el 74.13% de microempresarios del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, señala que mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias, lo cual sólo ocurre con el 26.67% de microempresarios que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en los ahorros de los microempresarios que pueden permitir afrontar inversiones y/o emergencias.

FIGURA 9

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN MANTENGAN O NO AHORROS PARA AFRONTAR INVERSIONES Y/O EMERGENCIAS: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2.1.3 IMPACTO EN LA MEJORA DE LAS MICROEMPRESAS

3.2.1.3.1 FLUJO DE INGRESOS Y UTILIDADES

TABLA 10

PROMEDIO MENSUAL DE LAS VENTAS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: 2018.

Promedio mensual de las ventas de la microempresa (en S/.)	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
Menos de 10000	5	3.50 %	16	26.67 %
De 10000 a 18000	11	7.69 %	17	28.33 %
Más de 18000 a 28000	111	77.62 %	22	36.67 %
Más de 28000 a 38000	14	9.79 %	5	8.33 %
Más de 38000 a 48000	2	1.40 %	0	0 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

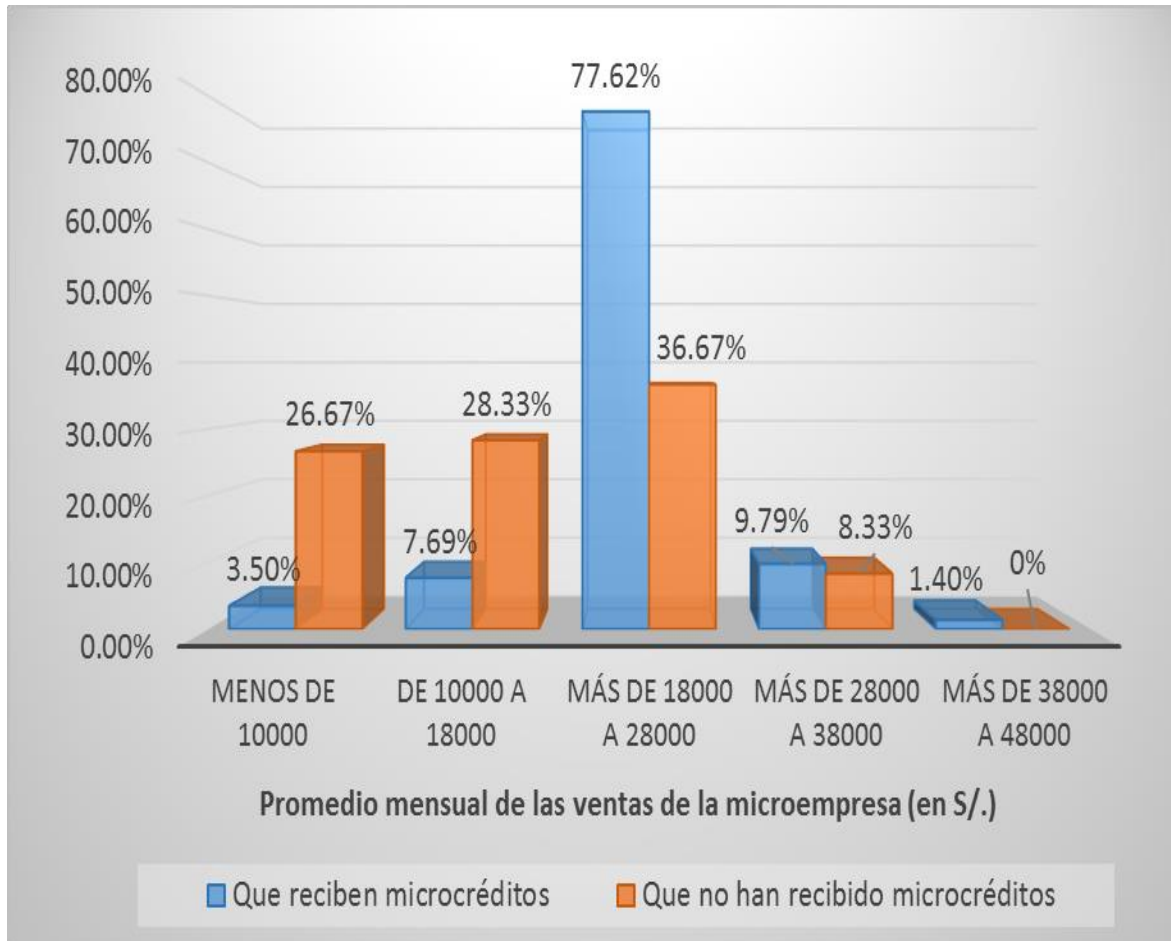
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 10 muestra que existen diferencias significativas con respecto al promedio mensual de las ventas de las microempresas que conforman el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, para el 77.62% de las microempresas del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, el promedio mensual de sus ventas supera los S/. 18000 hasta los S/. 28000, lo cual sólo ocurre con el 36.67% de las microempresas que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en el promedio mensual de las ventas de las microempresas.

FIGURA 10

PROMEDIO MENSUAL DE LAS VENTAS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 11

PROMEDIO MENSUAL DE LAS UTILIDADES DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: 2018.

Promedio mensual de las utilidades de la microempresa (en S/.)	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
Menos de 4000	6	4.20 %	18	30.00 %
De 4000 a 8000	10	6.99 %	15	25.00 %
Más de 8000 a 12000	115	80.42 %	25	41.67 %
Más de 12000 a 16000	10	6.99 %	2	3.33 %
Más de 16000 a 20000	2	1.40 %	0	0 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

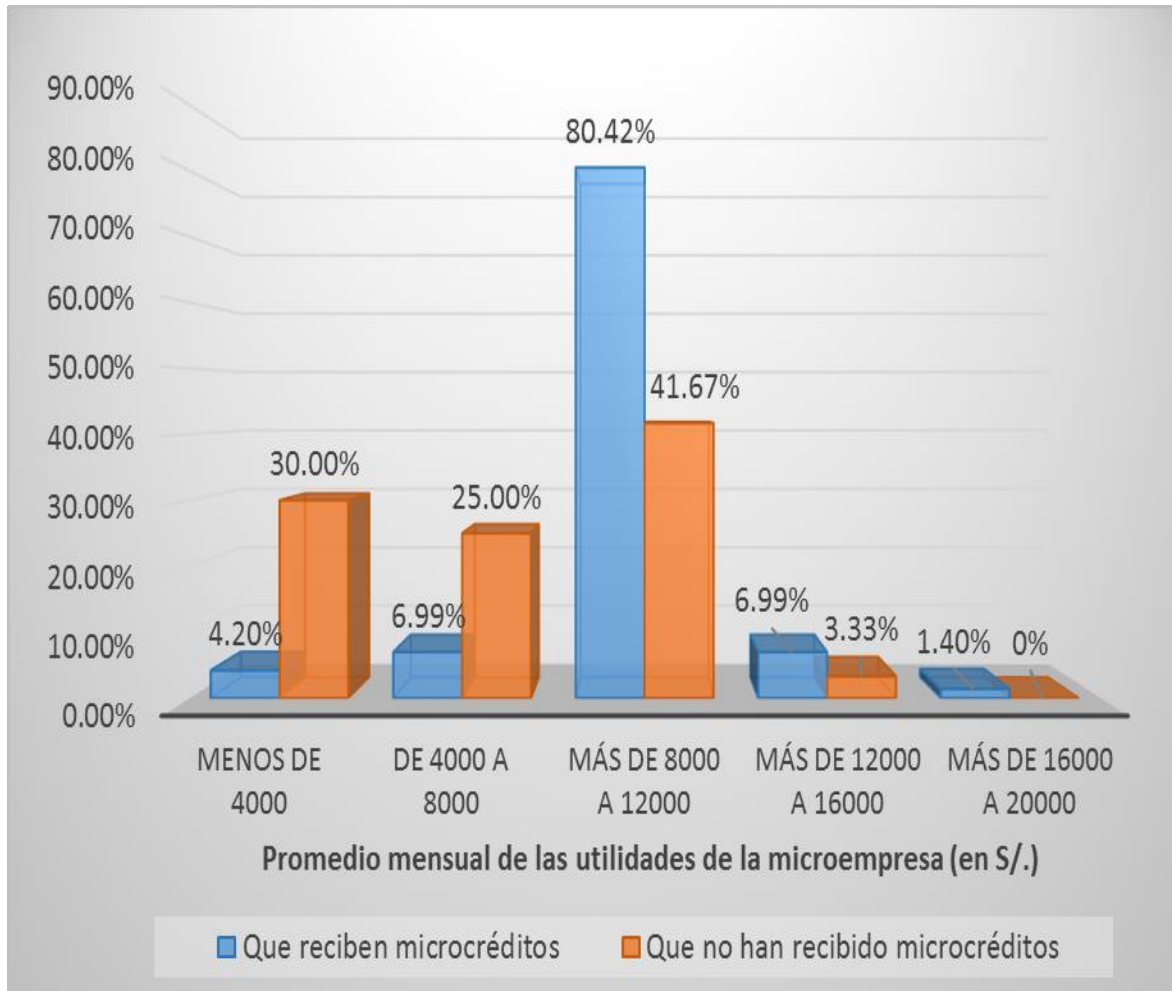
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 11 muestra que existen diferencias significativas con respecto al promedio mensual de las utilidades de las microempresas que conforman el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, para el 80.42% de las microempresas del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, el promedio mensual de sus utilidades supera los S/. 8000 hasta los S/. 12000, lo cual sólo ocurre con el 41.67% de las microempresas que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en el promedio mensual de las utilidades de las microempresas.

FIGURA 11

PROMEDIO MENSUAL DE LAS UTILIDADES DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2.1.3.2 CAMBIOS Y MEJORAS EN LOS NEGOCIOS

TABLA 12

CAMBIO PORCENTUAL DEL PROMEDIO MENSUAL DE LAS VENTAS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL 2018 CON RELACIÓN AL 2017: 2018.

Cambio porcentual del promedio mensual de las ventas de la microempresa 2018/2017	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
- Ha aumentado alrededor del 25%	5	3.50 %	1	1.67 %
- Ha aumentado entre el 15% y menos del 25%	119	83.22 %	27	45.00 %
- Ha aumentado menos del 15%	16	11.18 %	21	35.00 %
- No ha aumentado	3	2.10 %	9	15.00 %
- Ha disminuido	0	0 %	2	3.33 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

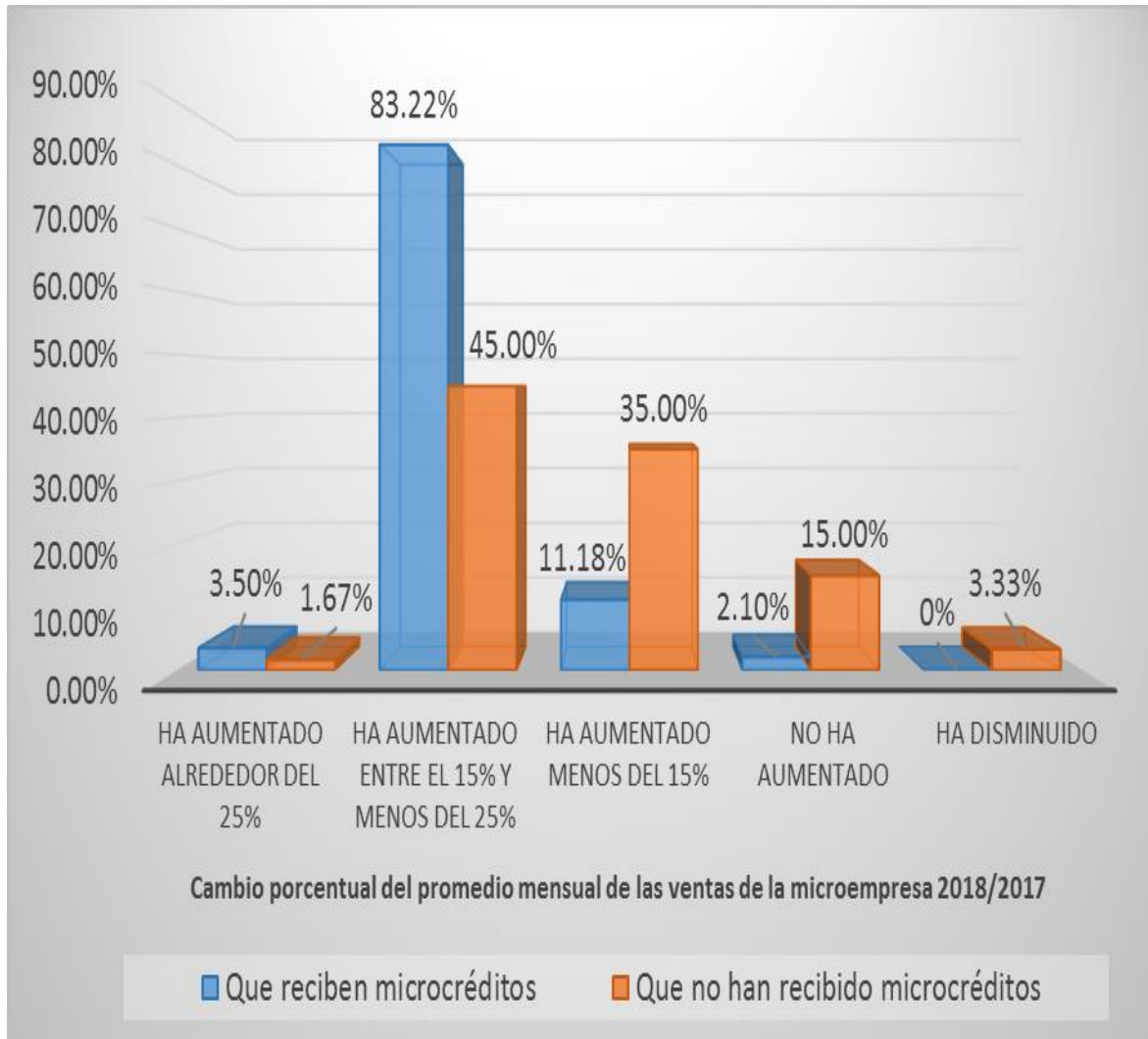
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 12 muestra que existen diferencias significativas con respecto al cambio porcentual del promedio mensual de las ventas de las microempresas que conforman el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, el promedio mensual de las ventas del 83.22% de las microempresas del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, se ha incrementado entre el 15% y menos del 25% en el 2018 con respecto al 2017, lo cual sólo ocurre con el 45% de las microempresas que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en el aumento del cambio porcentual del promedio mensual de las ventas de las microempresas.

FIGURA 12

CAMBIO PORCENTUAL DEL PROMEDIO MENSUAL DE LAS VENTAS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL 2018 CON RELACIÓN AL 2017: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 13

CAMBIO PORCENTUAL DEL PROMEDIO MENSUAL DE LAS UTILIDADES DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL 2018 CON RELACIÓN AL 2017: 2018.

Cambio porcentual del promedio mensual de las utilidades de la microempresa 2018/2017	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
- Ha aumentado alrededor del 25%	5	3.50 %	1	1.67 %
- Ha aumentado entre el 15% y menos del 25%	119	83.22 %	27	45.00 %
- Ha aumentado menos del 15%	16	11.18 %	21	35.00 %
- No ha aumentado	3	2.10 %	9	15.00 %
- Ha disminuido	0	0 %	2	3.33 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

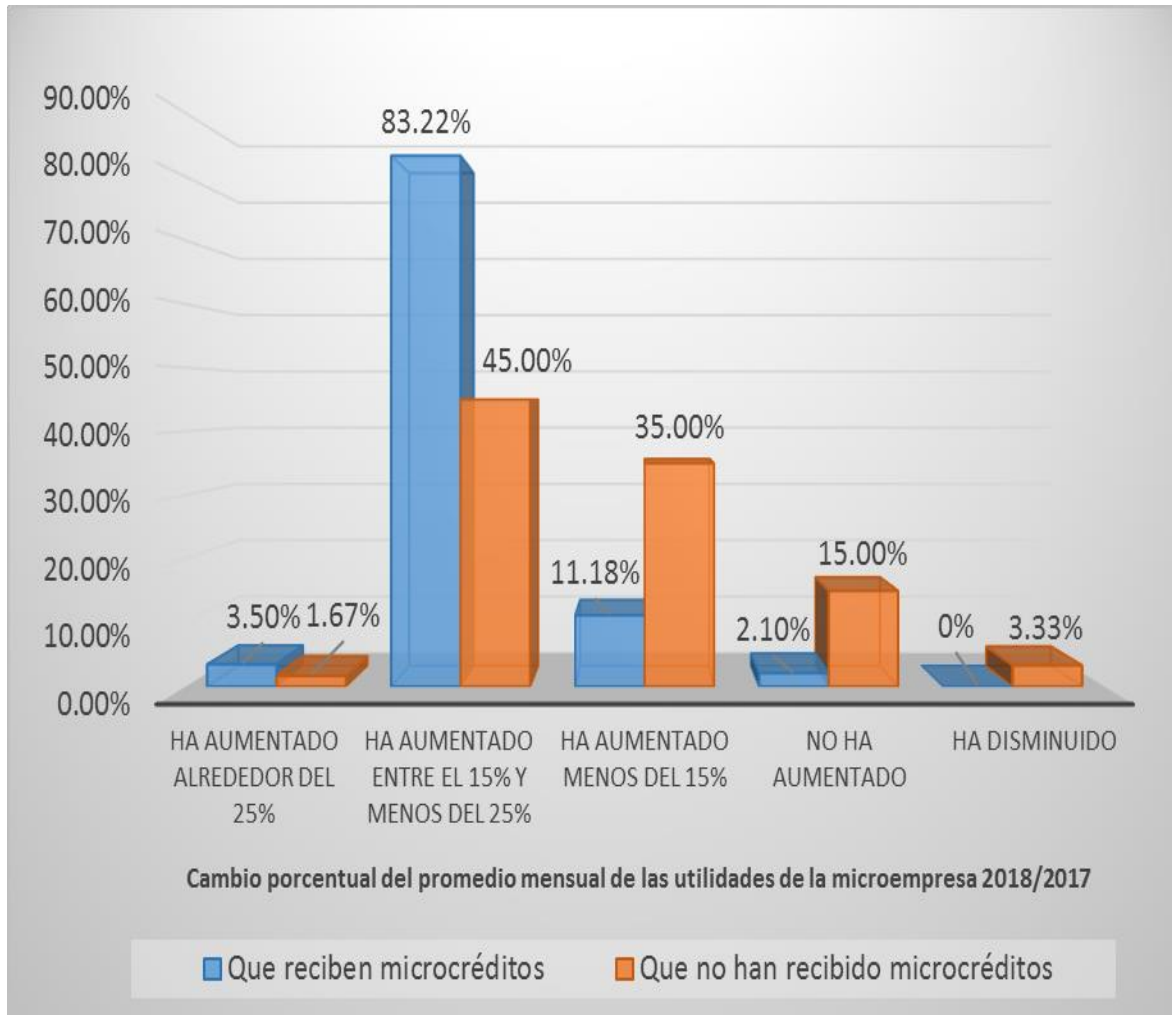
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 13 muestra que existen diferencias significativas con respecto al cambio porcentual del promedio mensual de las utilidades de las microempresas que conforman el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, el promedio mensual de las utilidades del 83.22% de las microempresas del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, se ha incrementado entre el 15% y menos del 25% en el 2018 con respecto al 2017, lo cual sólo ocurre con el 45% de las microempresas que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en el aumento del cambio porcentual del promedio mensual de las utilidades de las microempresas.

FIGURA 13

CAMBIO PORCENTUAL DEL PROMEDIO MENSUAL DE LAS UTILIDADES DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO EN EL 2018 CON RELACIÓN AL 2017: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 14

REDUCCIÓN DE LOS COSTOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO A TRAVÉS DE LA ADQUISICIÓN DE LA MERCADERÍA EN MAYOR VOLUMEN AL POR MAYOR: 2018.

Reducción de los costos de la microempresa a través de la compra de mercadería en mayor volumen al por mayor	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
Sí	135	94.41 %	33	55.00 %
No	8	5.59 %	27	45.00 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

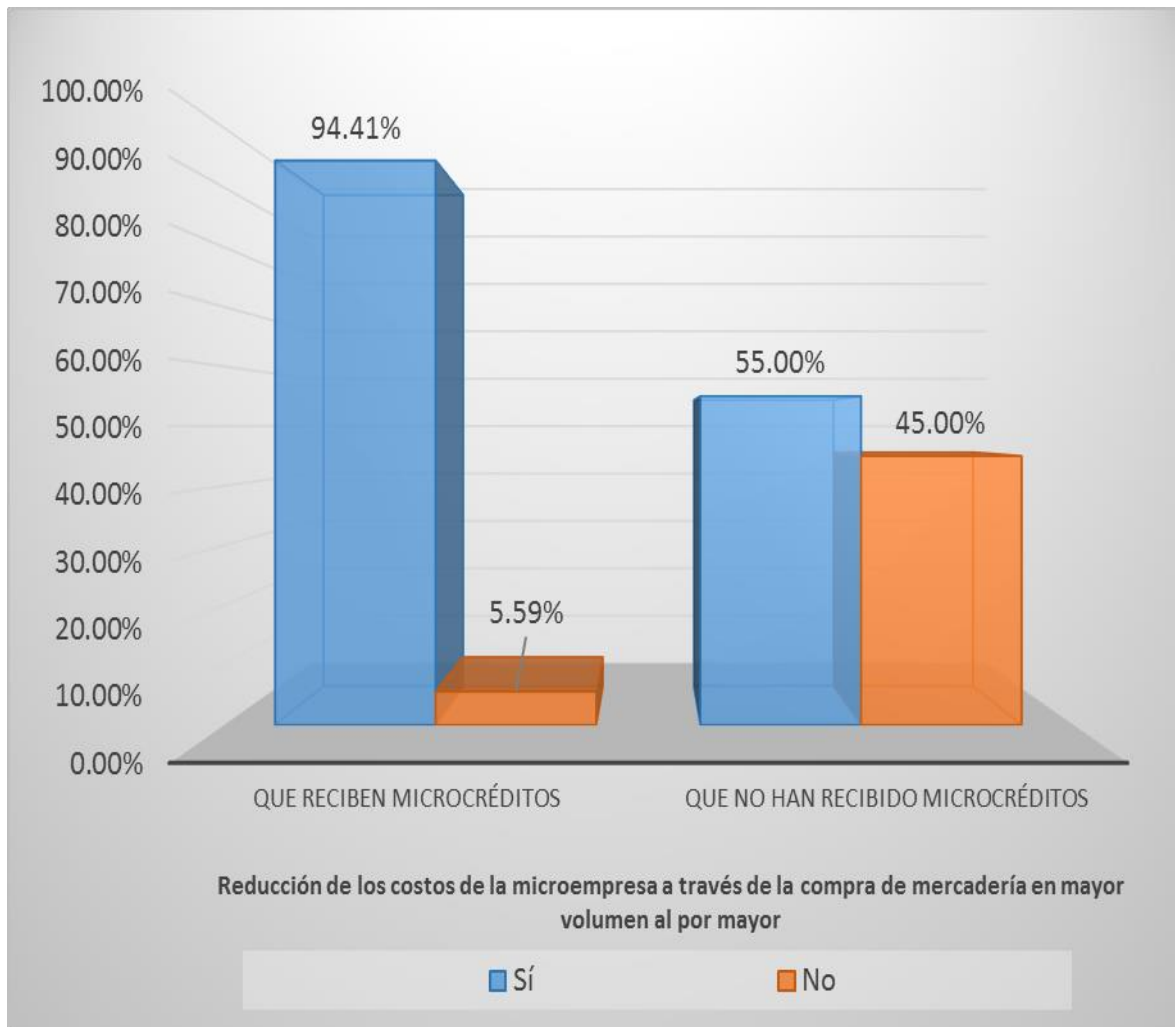
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 14 muestra que existen diferencias significativas con respecto a la capacidad de poder reducir sus costos a través de la compra de mercadería en mayor volumen al por mayor, en las microempresas que conforman el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, se observa que el 94.41% de microempresas del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, lo han logrado, lo cual sólo ocurre con el 55% de microempresas que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en la capacidad de la microempresa para poder reducir sus costos a través de la compra de mercadería en mayor volumen al por mayor.

FIGURA 14

REDUCCIÓN DE LOS COSTOS DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO A TRAVÉS DE LA ADQUISICIÓN DE LA MERCADERÍA EN MAYOR VOLUMEN AL POR MAYOR: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 15

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO MEJORADO LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN A SUS CLIENTES: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
La microempresa ha mejorado la calidad del servicio que brinda a sus clientes	124	86.71 %	26	43.33 %
La microempresa no ha mejorado la calidad del servicio que brinda a sus clientes	19	13.29 %	34	56.67 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

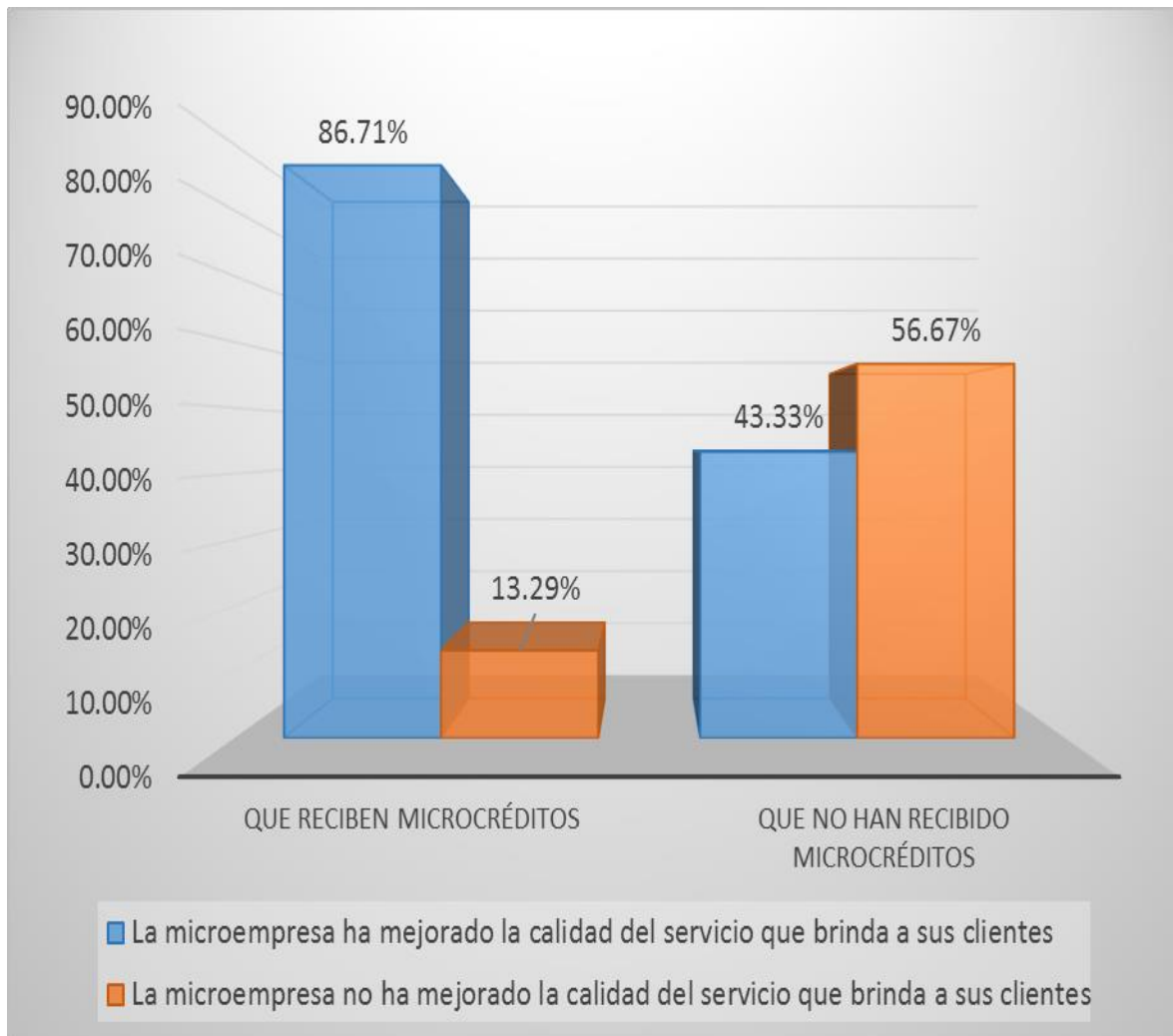
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 15 muestra que existen diferencias significativas con respecto a la capacidad de poder mejorar la calidad del servicio que brindan a sus clientes, en las microempresas que conforman el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, se observa que el 86.71% de microempresas del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, han logrado mejorar la calidad del servicio que brindan a sus clientes, lo cual sólo ocurre con el 43.33% de microempresas que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en la capacidad de la microempresa para poder mejorar la calidad del servicio que brindan a sus clientes.

FIGURA 15

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO MEJORADO LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDAN A SUS CLIENTES: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2.1.4 IMPACTO EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO Y ESTABILIDAD LABORAL DE LOS TRABAJADORES

TABLA 16

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO CONTRATADO MÁS TRABAJADORES EN EL 2018 CON RESPECTO AL 2017: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
La microempresa ha contratado más trabajadores en el 2018 con respecto al 2017.	86	60.14 %	13	21.67 %
La microempresa no ha contratado más trabajadores en el 2018 con respecto al 2017.	57	39.86 %	47	78.33 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

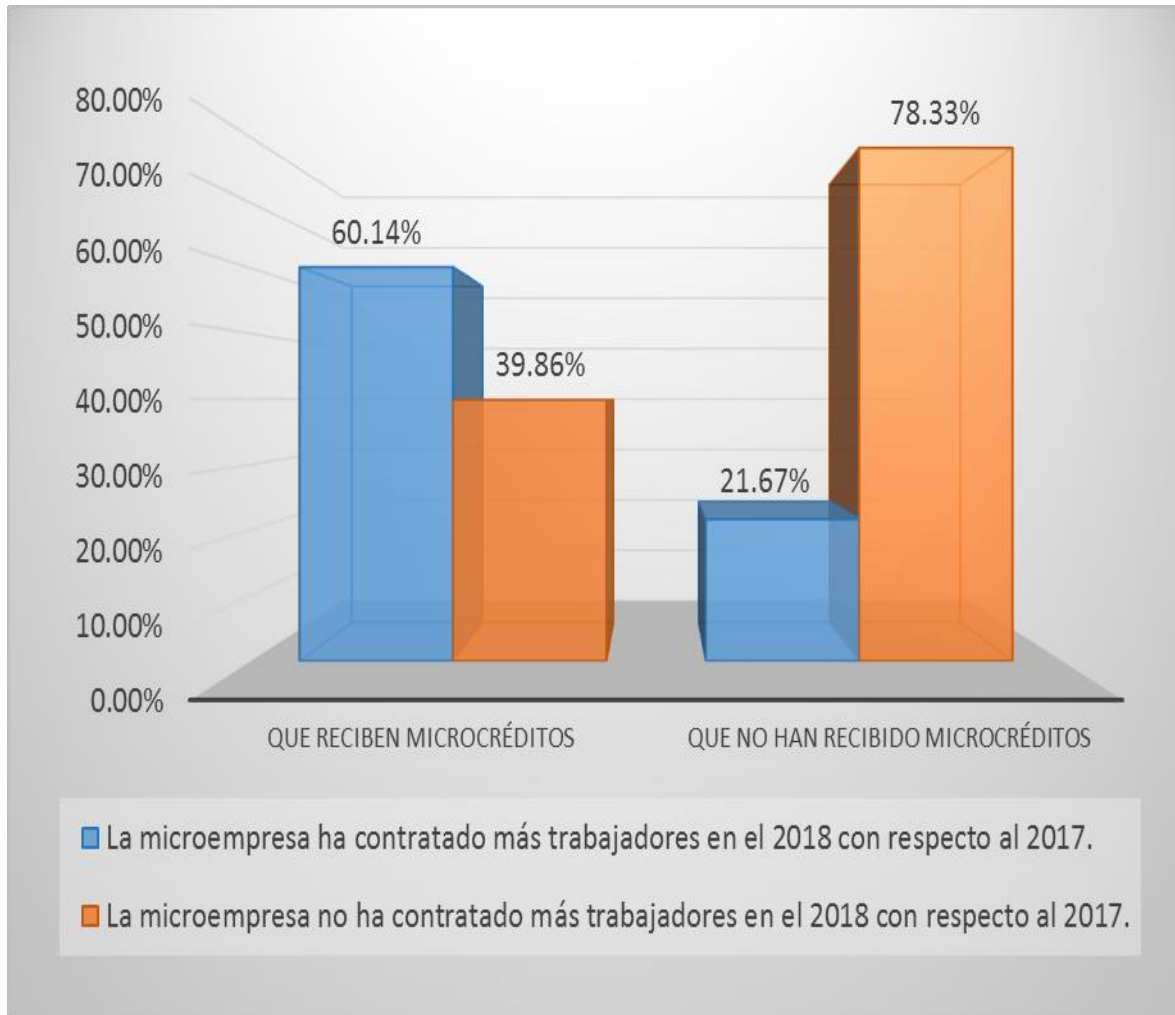
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 16 muestra que existen diferencias significativas con respecto a la capacidad de poder contratar más trabajadores, en las microempresas que conforman el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, se observa que el 60.14% de microempresas del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, han contratado más trabajadores en el 2018 con respecto al 2017, lo cual sólo ocurre con el 21.67% de microempresas que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en la capacidad de la microempresa para contratar más trabajadores.

FIGURA 16

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO CONTRATADO MÁS TRABAJADORES EN EL 2018 CON RESPECTO AL 2017: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 17

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN TENGAN O NO MÁS TRABAJADORES DE FORMA ESTABLE Y QUE NO SON DESPEDIDOS EN EL 2018 CON RELACIÓN AL 2017: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
La microempresa tiene más trabajadores de forma estable y que no son despedidos en el 2018 con respecto al 2017.	86	60.14 %	13	21.67 %
La microempresa no tiene más trabajadores de forma estable y que no son despedidos en el 2018 con respecto al 2017.	57	39.86 %	47	78.33 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

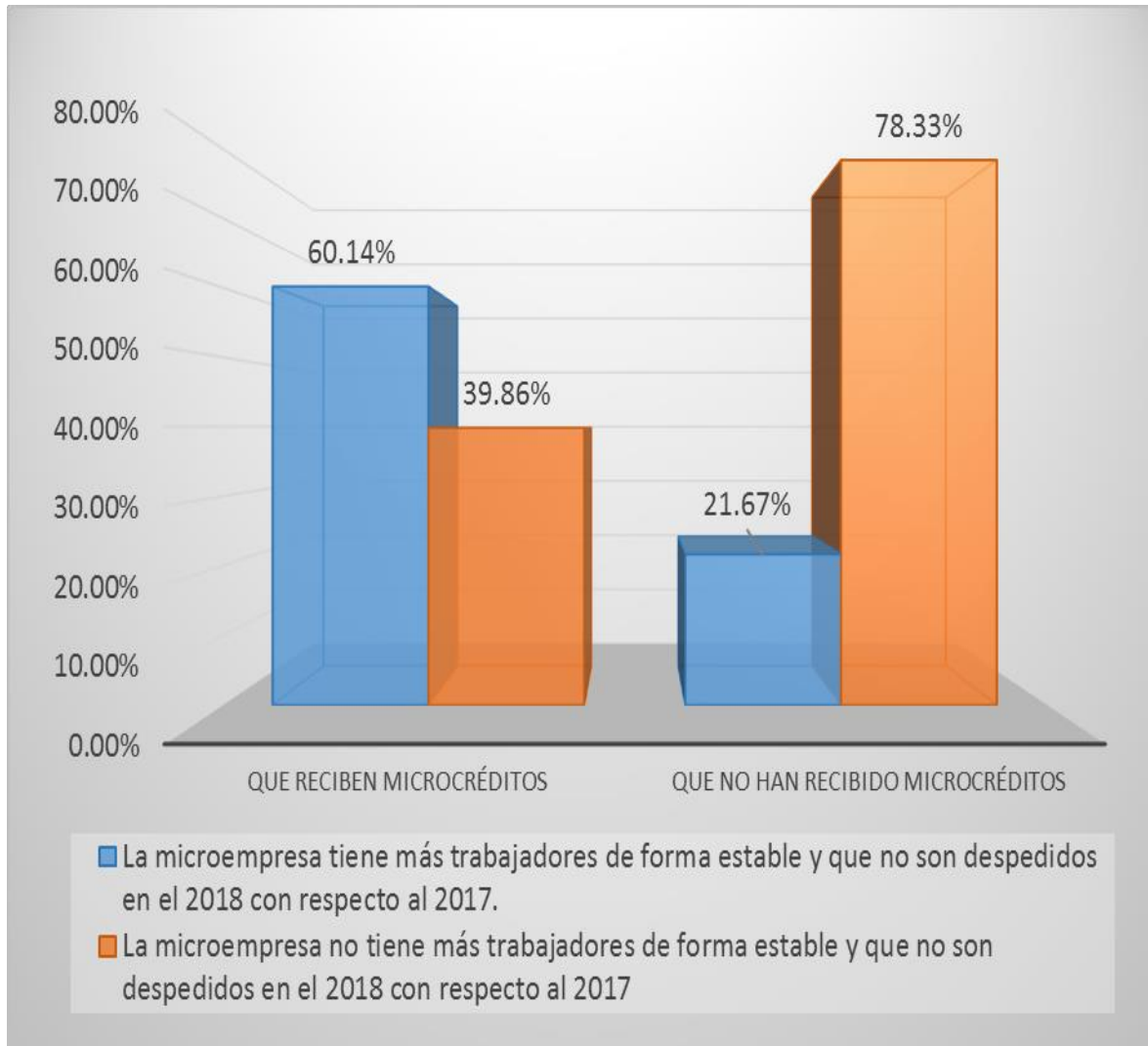
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 17 muestra que existen diferencias significativas con respecto a la capacidad de tener más trabajadores de forma estable y que no sean despedidos, en las microempresas que conforman el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, se observa que el 60.14% de microempresas del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, tienen más trabajadores de forma estable y que no son despedidos en el 2018 con respecto al 2017, lo cual sólo ocurre con el 21.67% de microempresas que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en la capacidad de la microempresa para tener más trabajadores de forma estable y que no sean despedidos.

FIGURA 17

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN TENGAN O NO MÁS TRABAJADORES DE FORMA ESTABLE Y QUE NO SON DESPEDIDOS EN EL 2018 CON RELACIÓN AL 2017: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2.1.5 IMPACTO EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA PARA LOS MICROEMPRESARIOS

TABLA 18

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN TENGAN O NO ACCESO AL CRÉDITO DE CONSUMO: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresas	Porcentaje
El microempresario tiene acceso al crédito de consumo en la Caja Arequipa.	118	82.52 %
El microempresario no tiene acceso al crédito de consumo en la Caja Arequipa.	25	17.48 %
Total	143	100.00 %

FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

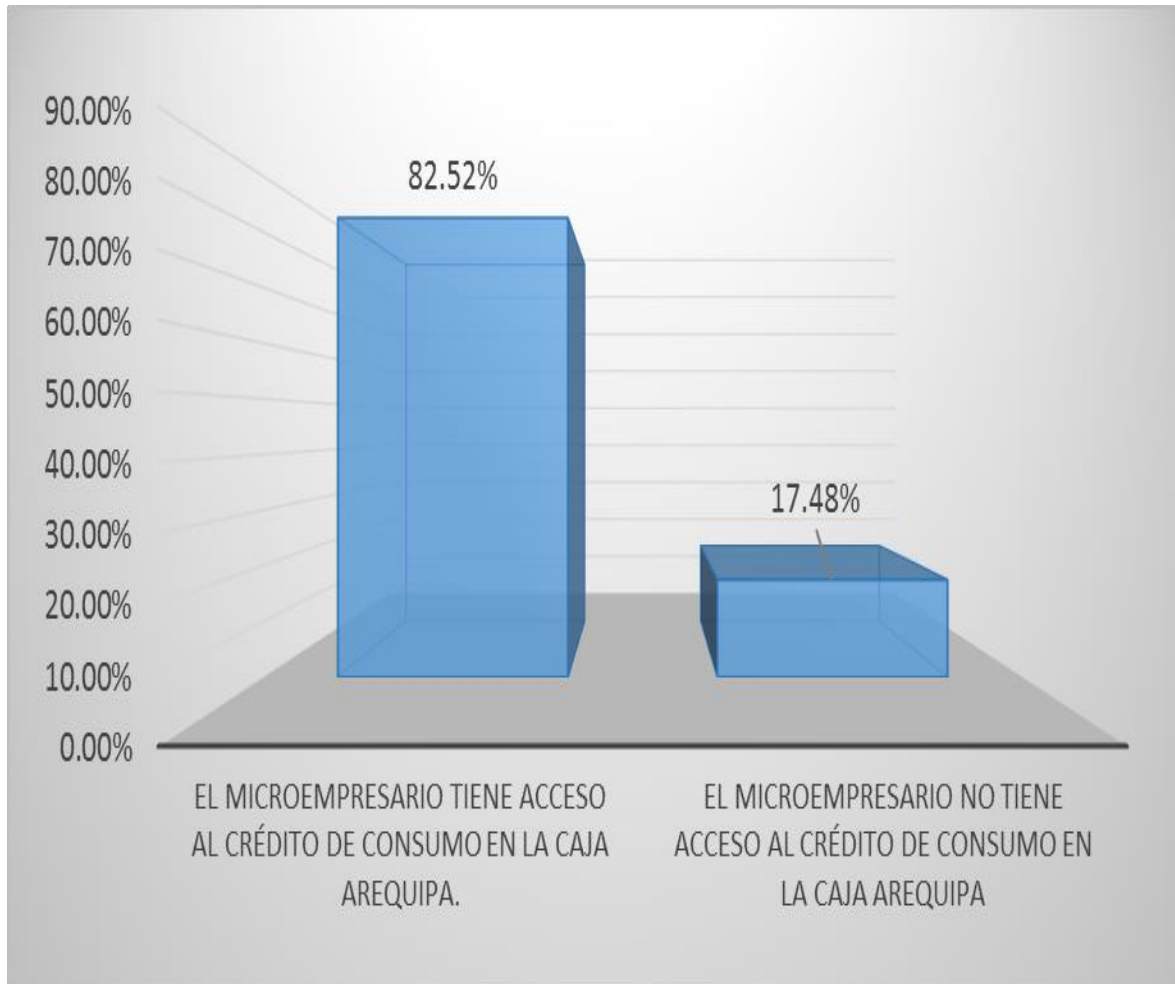
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 18 muestra que la gran mayoría de microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, además de los microcréditos a la microempresa que reciben, tiene acceso al crédito de consumo. En efecto, esto ocurre con el 82.52 de estos microempresarios.

Estos resultados reflejan que el acceso al microcrédito a la microempresa tiene un impacto positivo y significativo en la inclusión financiera de los microempresarios, ya que coadyuva a que puedan tener acceso a otros servicios financieros, como es el caso del crédito de consumo.

FIGURA 18

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN TENGAN O NO ACCESO AL CRÉDITO DE CONSUMO: 2018.



FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 19

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN TENGAN O NO ACCESO A CUENTAS DE AHORROS: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresas	Porcentaje
El microempresario tiene cuentas de ahorros en la Caja Arequipa.	137	95.80 %
El microempresario no tiene cuentas de ahorros en la Caja Arequipa.	06	4.20 %
Total	143	100.00 %

FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

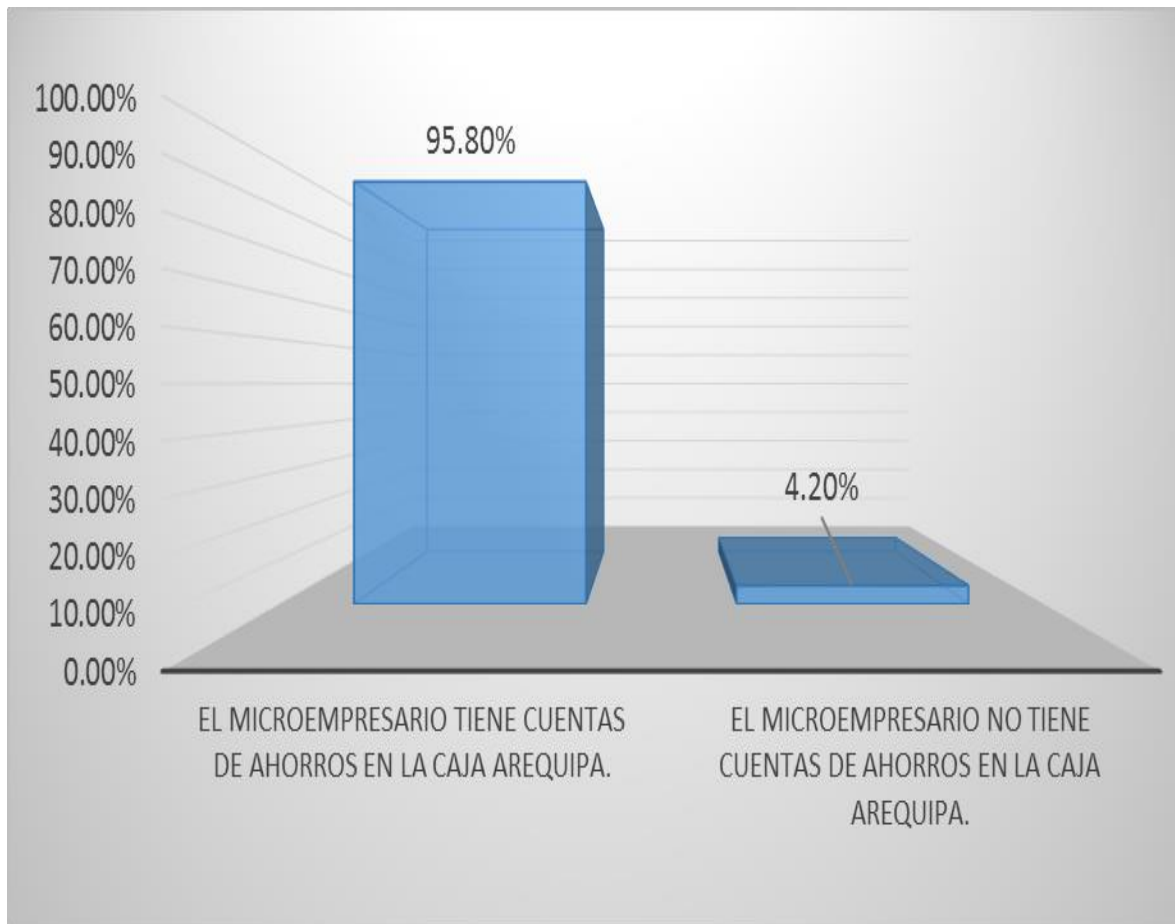
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 19 muestra que la gran mayoría de microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, además de los microcréditos a la microempresa que reciben, tiene cuentas de ahorros. En efecto, esto ocurre con el 95.80% de estos microempresarios.

Estos resultados reflejan que el acceso al microcrédito a la microempresa también tiene un impacto positivo y significativo en la capacidad del microempresario para tener cuentas de ahorros. El acceso a las cuentas de ahorros también es un aspecto muy importante a la inclusión financiera por parte de los microempresarios del sector comercio.

FIGURA 19

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN TENGAN O NO ACCESO A CUENTAS DE AHORROS: 2018.



FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 20

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN TENGAN O NO ACCESO A TARJETAS DE CRÉDITO: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresas	Porcentaje
El microempresario tiene acceso a tarjetas de crédito.	98	68.53 %
El microempresario no tiene acceso a tarjetas de crédito.	45	31.47 %
Total	143	100.00 %

FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

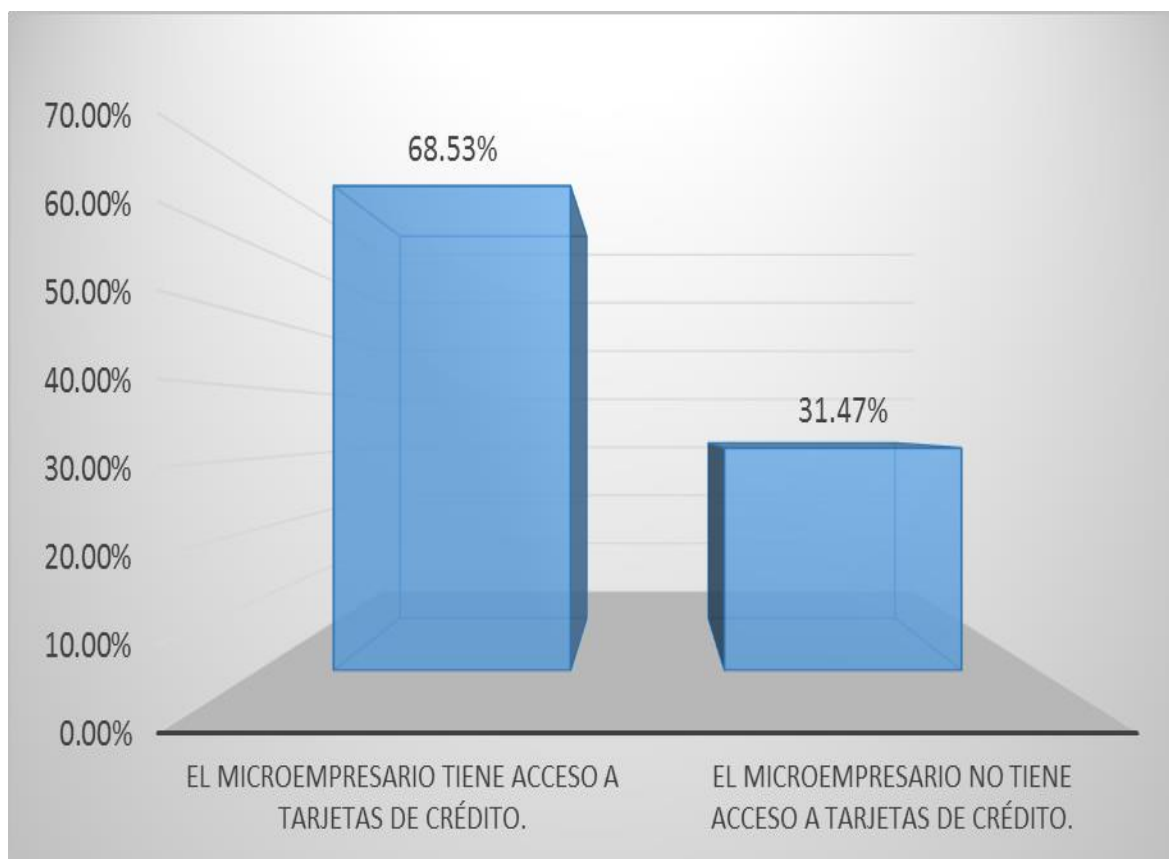
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 20 muestra que la mayoría de microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, además de los microcréditos a la microempresa que reciben, tiene acceso a tarjetas de crédito. En efecto, esto ocurre con el 68.53% de estos microempresarios.

Estos resultados reflejan que el acceso al microcrédito a la microempresa también tiene un impacto positivo y significativo en la capacidad del microempresario para tener acceso a tarjetas de crédito. El acceso a las tarjetas de crédito también es un aspecto importante a la inclusión financiera por parte de los microempresarios.

FIGURA 20

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA SEGÚN TENGAN O NO ACCESO A TARJETAS DE CRÉDITO: 2018.



FUENTE: Encuesta aplicada a los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2.2 IMPACTO SOCIAL DEL MICROCRÉDITO

3.2.2.1 IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LOS HOGARES DE LOS MICROEMPRESARIOS

3.2.2.1.1 UTILIZACIÓN DE PARTE DE LAS UTILIDADES PARA LA MEJORA DE LA CAPACIDAD DE CONSUMO

TABLA 21

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO EL GASTO MONETARIO REFERIDO AL CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS EN EL HOGAR, OCIO Y VIAJES EN EL 2018 CON RESPECTO AL 2017: 2018.

Aumento del gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, en el 2018 con respecto al 2017.	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
Sí	129	90.21 %	24	40.00 %
No	14	9.79 %	36	60.00 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

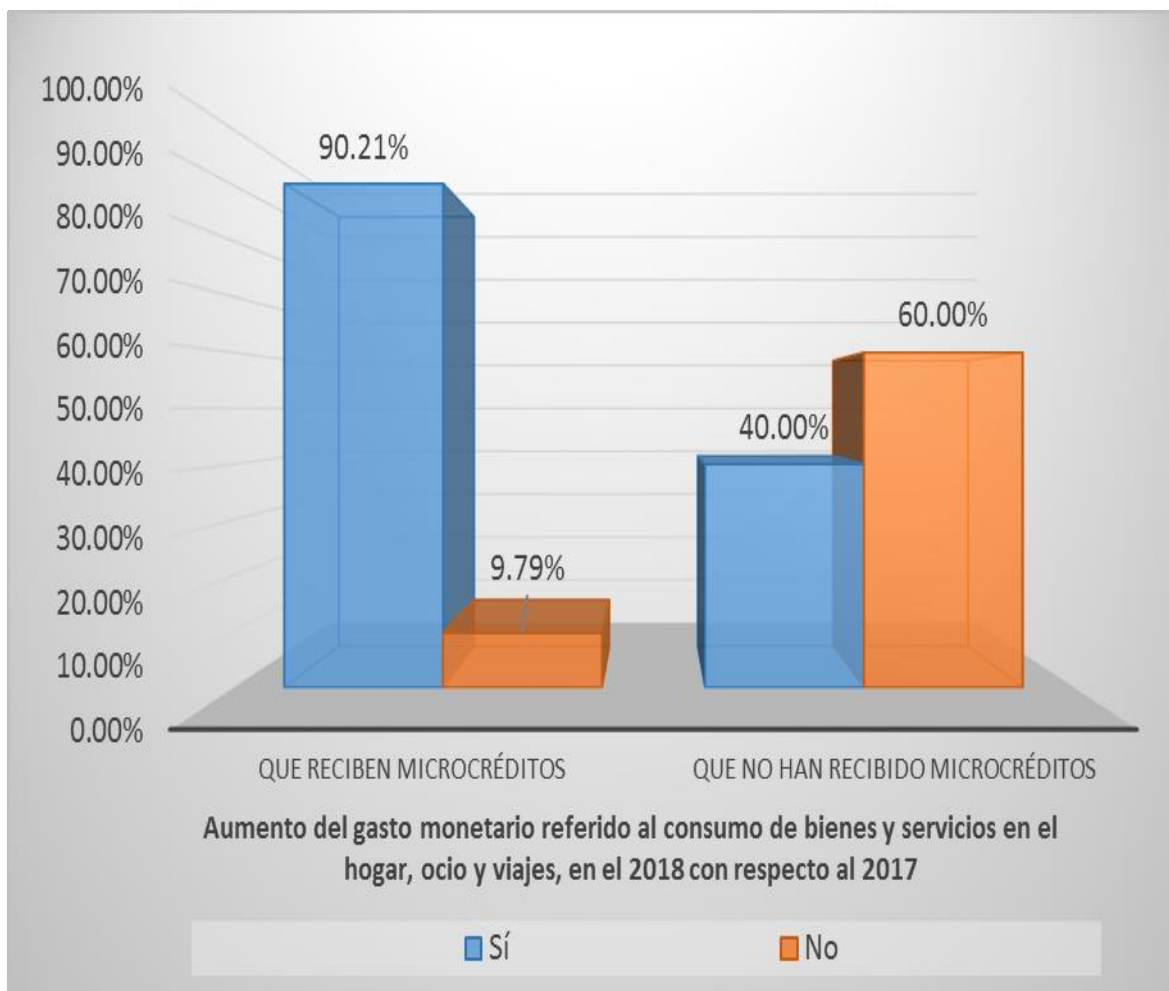
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 21 muestra que el 90.21% de microempresarios del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, han logrado incrementar el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, en el 2018 con respecto al 2017, lo cual sólo ocurre con el 40% de microempresarios que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto positivo y significativo en la mejora de la capacidad de consumo en los hogares de los microempresarios.

FIGURA 21

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO EL GASTO MONETARIO REFERIDO AL CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS EN EL HOGAR, OCIO Y VIAJES EN EL 2018 CON RESPECTO AL 2017: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 22

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO EL GASTO MONETARIO PARA ADQUIRIR VESTIMENTA PARA LA FAMILIA, EN EL 2018 CON RESPECTO AL 2017: 2018.

Aumento del gasto monetario para adquirir vestimenta para la familia, en el 2018 con respecto al 2017	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
Sí	129	90.21 %	24	40.00 %
No	14	9.79 %	36	60.00 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

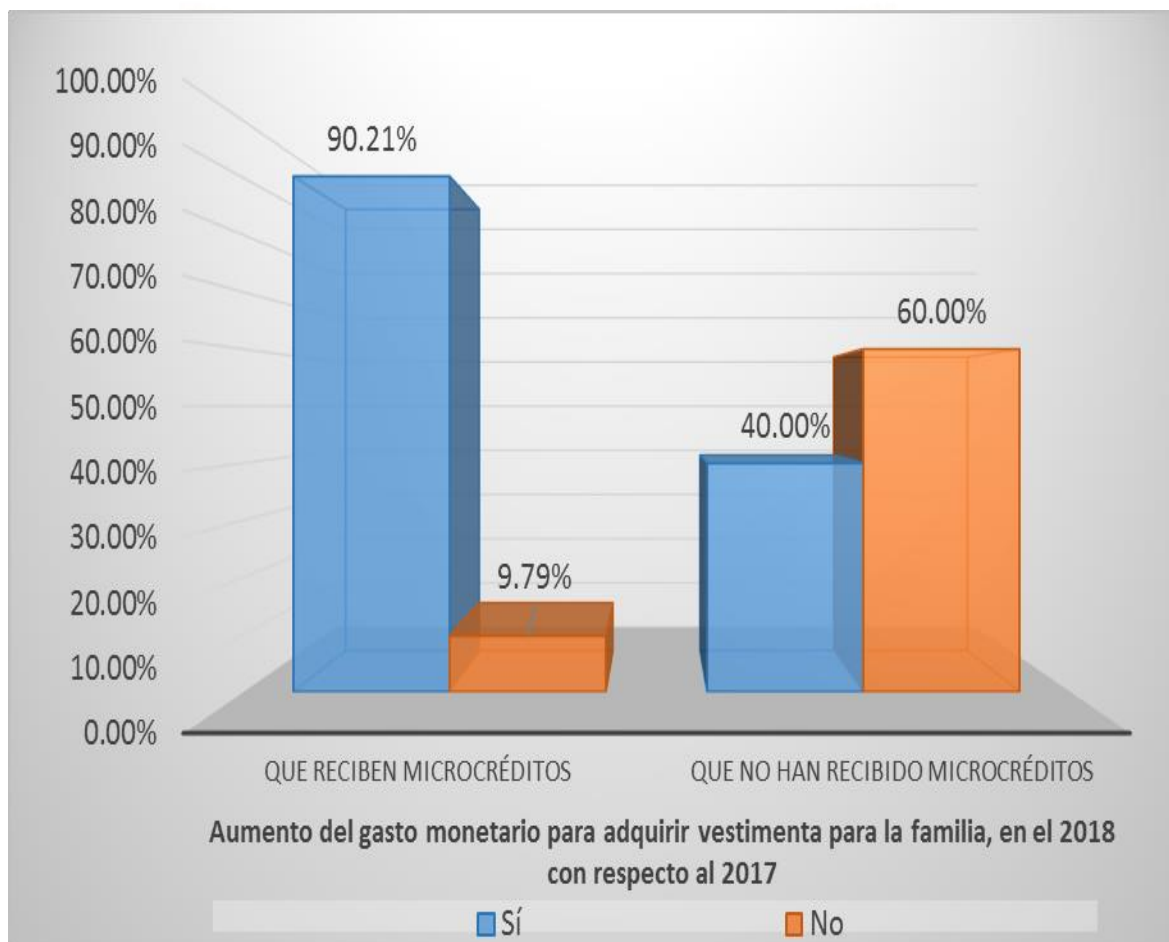
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 22 muestra que el 90.21% de microempresarios del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, han logrado incrementar el gasto monetario para poder adquirir vestimenta para la familia, en el 2018 con respecto al 2017, lo cual sólo ocurre con el 40% de microempresarios que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito también tiene un impacto positivo y significativo en otro aspecto importante de la capacidad de consumo en los hogares de los microempresarios, referido al incremento del gasto monetario para poder adquirir vestimenta para los miembros de la familia del microempresario, que tiene que ver directamente con el mejoramiento de la calidad de vida.

FIGURA 22

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO AUMENTADO EL GASTO MONETARIO PARA ADQUIRIR VESTIMENTA PARA LA FAMILIA, EN EL 2018 CON RESPECTO AL 2017: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2.2.1.2 IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN EL ACCESO A BIENES PARA LOS HOGARES DE LOS MICROEMPRESARIOS

TABLA 23

**DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN
HAYAN O NO ADQUIRIDO BIENES PARA EL HOGAR: 2018.**

Bienes para el hogar adquiridos por el microempresario	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
- Televisor(es)	143	100.00 %	60	40.00 %
- Acceso a Internet	135	94.41 %	31	60.00 %
- Computadora(s)	135	94.41 %	31	60.00 %
- Automóvil(es)	89	62.24 %	19	31.67 %
- Motocicleta(s)	84	58.74 %	16	26.67 %
- Cocina a gas	143	100.00 %	60	100.00 %
- Licuadora(s)	143	100.00 %	60	100.00 %
- Radio	143	100.00 %	60	100.00 %
- Equipo musical	85	59.44 %	14	23.33 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

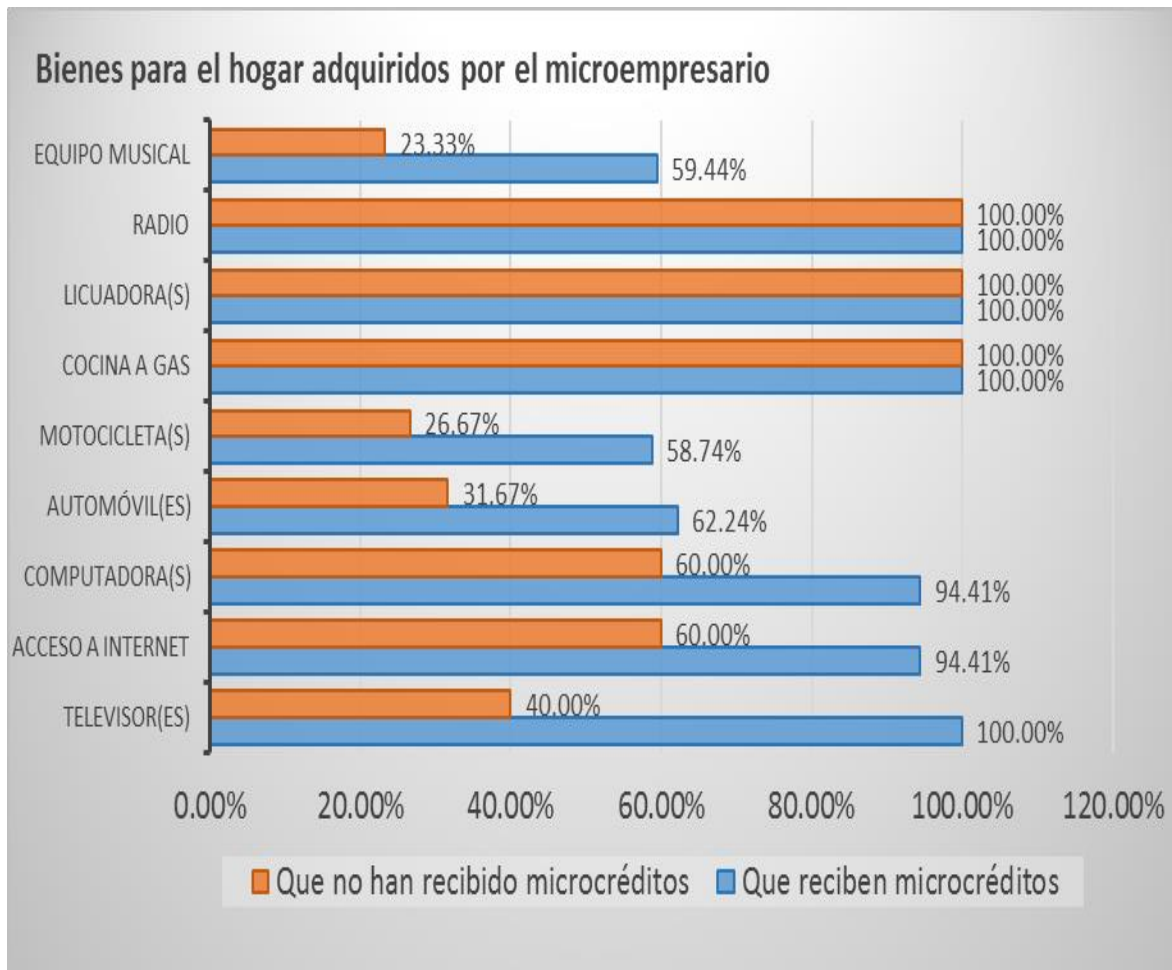
FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 23 muestra diferencias significativas en cuanto al acceso de bienes para el hogar, entre los microempresarios que conforman el grupo de estudio en comparación al grupo de control. En efecto, el 94.41% de los hogares de los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que reciben microcréditos, tiene computadora(s) y acceso a Internet, lo cual sólo ocurre con el 60% de los microempresarios que no han recibido microcréditos. Asimismo, el 62.24% de los que reciben microcréditos tienen automóvil(es), lo cual sólo ocurre con el 31.67% de los que no han recibido microcréditos. Algo similar ocurre con respecto al acceso a la(s) motocicleta(s) y al equipo musical.

FIGURA 23

DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO SEGÚN HAYAN O NO ADQUIRIDO BIENES PARA EL HOGAR: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2.2.2 IMPACTO DEL MICROCRÉDITO EN LA VULNERABILIDAD DE LOS MICROEMPRESARIOS

TABLA 24

CAPACIDAD Y ESTABILIDAD DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO PARA ENFRENTAR PROBLEMAS ECONÓMICOS Y CAMBIOS IMPREVISTOS EN EL MERCADO: 2018.

Descripción	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
El microempresario tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado	129	90.21 %	27	45.00 %
El microempresario no tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado	14	9.79 %	33	55.00 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

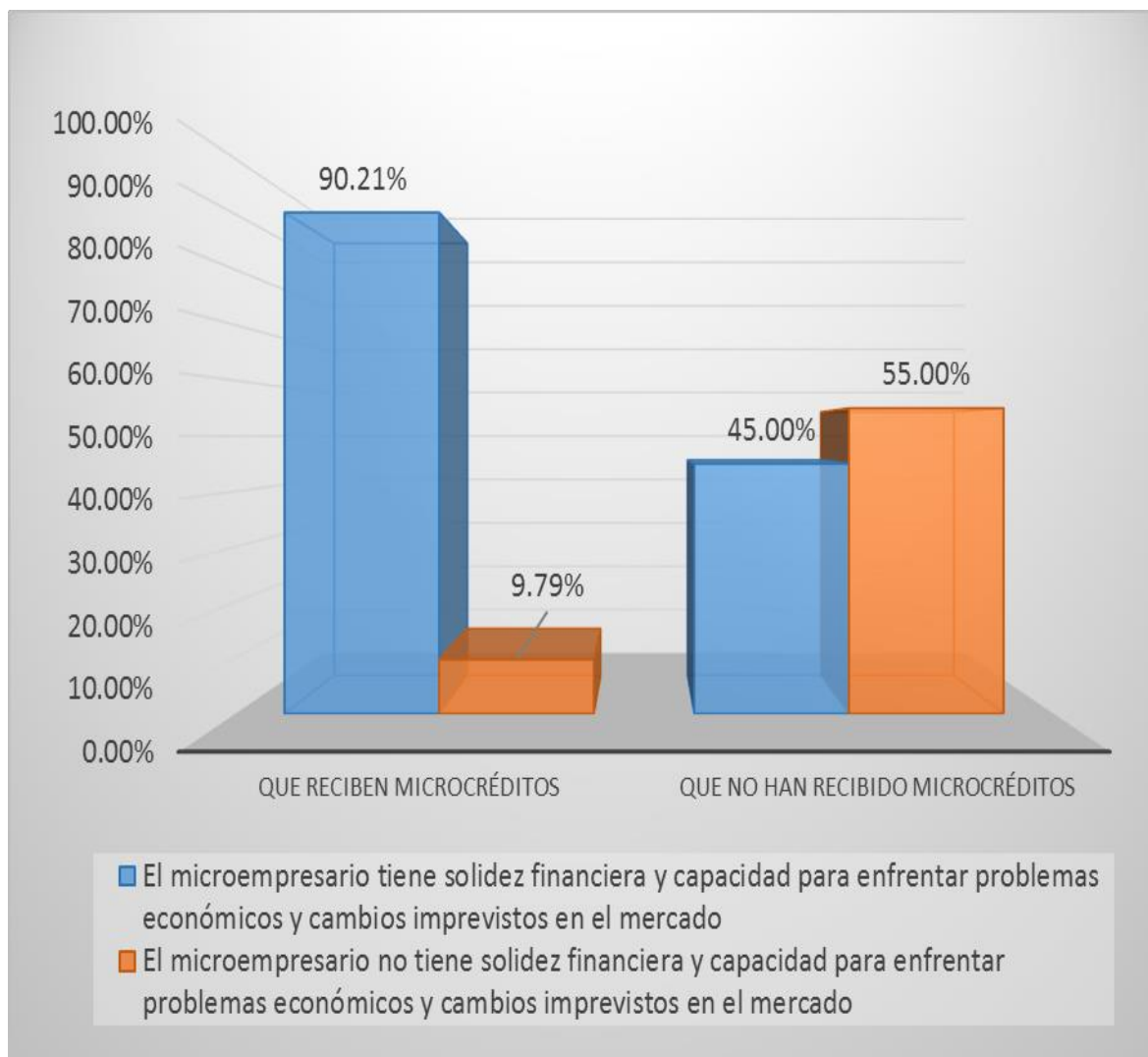
FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 24 muestra que el 90.21% de microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, y que reciben microcréditos, señala que tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado, lo cual sólo ocurre con el 45% de los microempresarios que no han recibido microcréditos. Por lo tanto, el microcrédito también tiene un impacto social positivo en la reducción de la vulnerabilidad de los microempresarios.

FIGURA 24

CAPACIDAD Y ESTABILIDAD DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO PARA ENFRENTAR PROBLEMAS ECONÓMICOS Y CAMBIOS IMPREVISTOS EN EL MERCADO: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.2.2.3 IMPACTO EN LA MEJORA DEL CAPITAL SOCIAL Y LA CONFIANZA DE LOS MICROEMPRESARIOS

TABLA 25

**FORTALECIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES MÁS CERCANAS DE LOS
MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO: 2018.**

Fortalecimiento de las redes sociales más cercanas del microempresario (parentesco, compadrazgo)	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
Se han fortalecido	125	87.41 %	26	43.33 %
Se mantienen igual	18	12.59 %	34	56.67 %
Se han debilitado	0	0.00 %	0	0.00 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

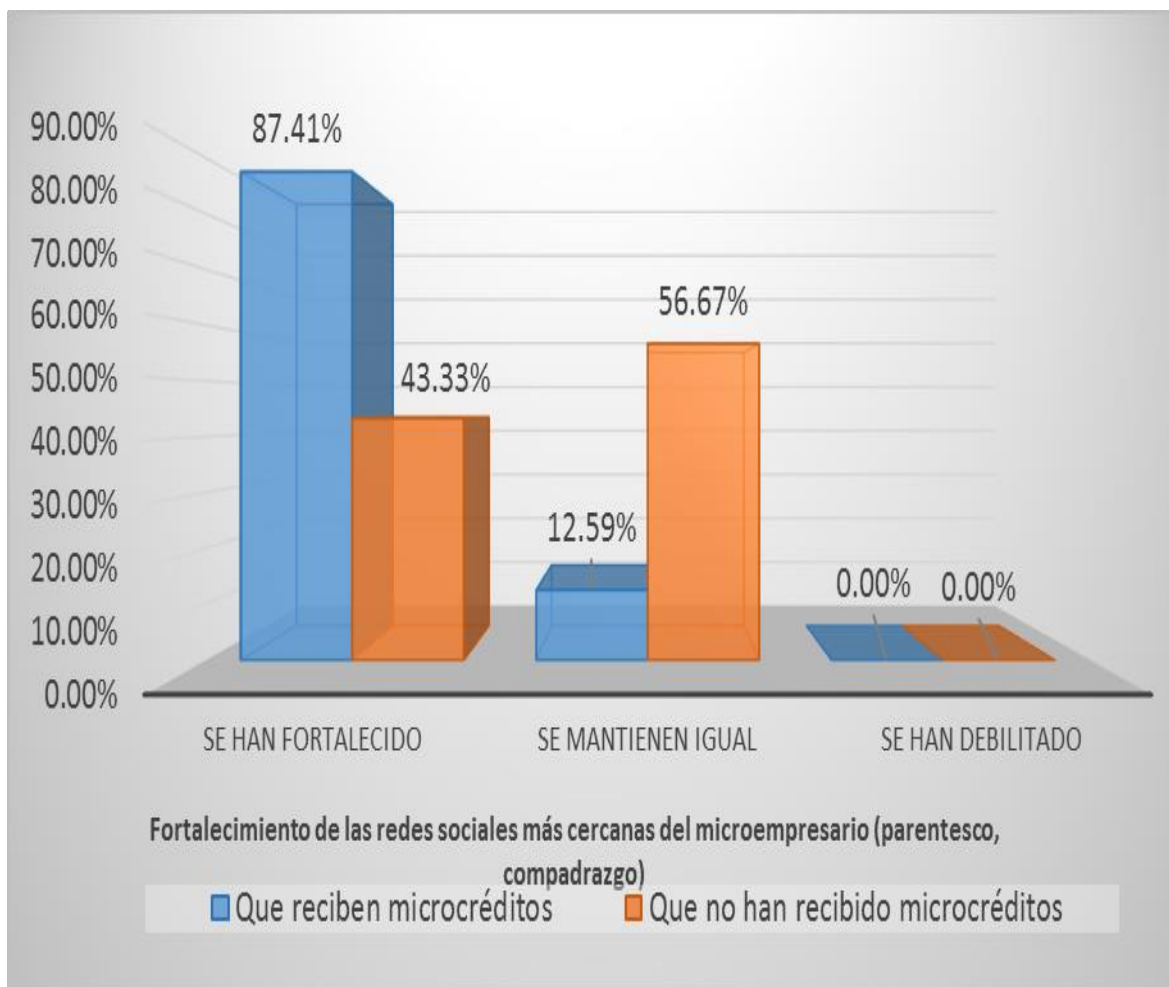
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 25 muestra que el 87.41% de microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, y que reciben microcréditos, señala que sus redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo) se han fortalecido, lo cual sólo ocurre con el 43.33% de los microempresarios que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto social positivo en el fortalecimiento de las redes sociales más cercanas del microempresario. Además, queda claro que el microcrédito contribuye a fortalecer el capital social de los microempresarios.

FIGURA 25

FORTALECIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES MÁS CERCANAS DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

TABLA 26

PARTICIPACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO EN NUEVAS REDES SOCIALES: 2018.

Participación del microempresario en organizaciones sociales que han creado los microempresarios	Cantidad de microempresarios			
	Que reciben microcréditos		Que no han recibido microcréditos	
El microempresario participa en organizaciones sociales que han creado los microempresarios.	125	87.41 %	26	43.33 %
El microempresario no participa en organizaciones sociales que han creado los microempresarios.	18	12.59 %	34	56.67 %
Total	143	100,00 %	60	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

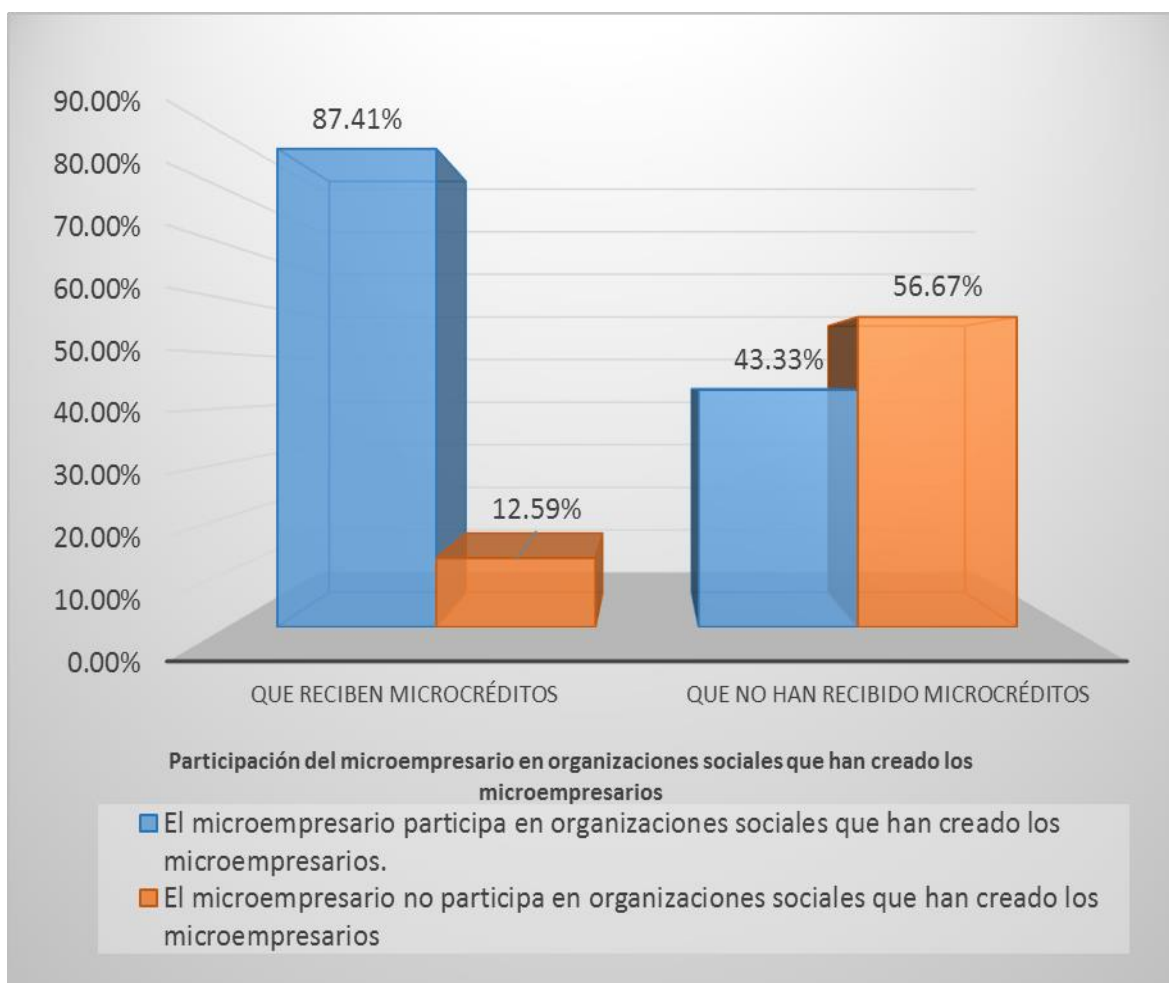
ELABORACIÓN: Propia.

La tabla 26 muestra que el 87.41% de microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, y que reciben microcréditos, señala que participa en organizaciones sociales que han sido creadas por los microempresarios, lo cual sólo ocurre con el 43.33% de los microempresarios que no han recibido microcréditos.

Estos resultados reflejan que el microcrédito tiene un impacto social positivo en la participación del microempresario en organizaciones sociales que han creado los microempresarios, que también es un aspecto importante del capital social de los microempresarios.

FIGURA 26

PARTICIPACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO EN NUEVAS REDES SOCIALES: 2018.



FUENTE: Encuestas aplicadas a los microempresarios del sector comercio que han recibido y a los que no han recibido microcrédito. Arequipa, 2018.

ELABORACIÓN: Propia.

3.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los fundamentos teóricos sobre el impacto del microcrédito se corroboran con los resultados obtenidos en la investigación realizada. Al respecto, para Alegre y Aguilar (1992), el impacto del crédito en las microempresas y microempresarios es positivo y significativo solo cuando el mecanismo a través del cual el crédito se relaciona de forma positiva con las ventas es el capital de trabajo, y que, para lograr incrementar las ventas, el crédito tiene necesariamente que traducirse en poder de compra efectivo de insumos o factores de producción. Estos fundamentos se corresponden con los resultados obtenidos en la tabla 5, que es una condición importante para que el uso del microcrédito genere impactos económicos y sociales positivos y significativos en las microempresas del sector comercio, así como en la calidad de vida de estos microempresarios y sus familias, tal como se ha demostrado en la presente investigación.

Los resultados obtenidos guardan concordancia con la fundamentación realizada por González (2013) y Vargas (2015), para quienes, entre las condiciones básicas para que el microcrédito pueda generar impactos económicos y sociales positivos y significativos en los microempresarios y microempresas, es necesario que éstos sean utilizados fundamentalmente para adquirir capital de trabajo o activos fijos, y que los microcréditos respondan verdaderamente a las necesidades y requerimientos reales de financiamiento de las inversiones que los microempresarios tienen que realizar.

Con respecto a los resultados obtenidos, hay que señalar, en primer lugar, que en la tabla 4 se muestra que el 92.31% de microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, reciben microcréditos que cubren totalmente el financiamiento que requieren, reflejando que tienen un buen acceso al microcrédito en términos de obtener el financiamiento requerido y satisfacer todas sus necesidades de financiamiento. En segundo lugar, la tabla 5 muestra que todos los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa, utilizan los microcréditos únicamente en sus negocios (el 68.53% para adquirir capital de trabajo y el 31.47% para adquirir activos fijos), de acuerdo a los reportes y supervisión realizada por los analistas de créditos. Estos resultados reflejan que estos microempresarios vienen realizando una buena administración y uso de los microcréditos que reciben en la Caja Arequipa.

En tercer lugar, en la tabla 7 se observa que los ingresos del 94.41% de microempresarios del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, se han incrementado durante los últimos 5 años, lo cual sólo ocurre con el 55% de microempresarios que no han recibido microcréditos. Estos resultados guardan concordancia con los obtenidos en los estudios revisados en la sección de antecedentes de la investigación. Lo que ocurre es que, los microempresarios del sector comercio que reciben microcréditos y que hacen un buen uso de ellos, logran financiar en mayor medida y en mejores condiciones las inversiones que realizan, coadyuvando a mejorar sus niveles de ingresos, y, por ende, un impacto económico significativo a nivel de las microempresas, a diferencia de los microempresarios que no han recibido microcréditos, los cuales, frecuentemente, tienen limitaciones financieras para realizar mayores y mejores inversiones. Asimismo, al ser mayores los niveles de utilidades netas que generan los microempresarios que reciben microcréditos en la Caja Arequipa, en comparación a los que no reciben microcréditos, les permite contar con cuentas de ahorros con fondos que superan de forma considerable a las que poseen los microempresarios que no reciben microcréditos.

Complementando los resultados anteriores, se tiene los obtenidos en las tablas 12 y 13. En la tabla 12 se aprecia que el promedio mensual de las ventas del 83.22% de las microempresas del sector comercio que han recibido microcréditos en la Caja Arequipa, se ha incrementado entre el 15% y menos del 25% en el 2018 con respecto al 2017, lo cual sólo ocurre con el 45% de las microempresas que no han recibido microcréditos. En la tabla 13, sucede lo mismo con el promedio mensual de las utilidades netas de estas microempresas.

Con respecto a los impactos sociales, la investigación ha encontrado resultados que también guardan concordancia con los obtenidos en otros estudios, sobre todo, con algunos estudios revisados en la sección de antecedentes de la investigación. En efecto, en la presente investigación, las diferencias son marcadas entre el grupo de microempresarios del sector comercio que ha recibido microcréditos y el que no los ha recibido, ya que el 90.21% de ellos ha incrementado el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, en el 2018 con respecto al 2017, lo cual solo ocurre con el 40% de los que no reciben microcrédito. Lo mismo sucede con relación al acceso de bienes para el hogar.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Las microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana, tienen un buen acceso al microcrédito. En efecto, el 90.21% de microempresarios señala que los microcréditos que reciben están de acuerdo a los montos que solicitan; el último microcrédito que ha recibido el 61.54% de microempresarios supera los S/. 8000 hasta los S/. 12000, y el 76.22% ha recibido de 11 a 15 microcréditos, reflejando el establecimiento de una relación crediticia a largo plazo entre los microempresarios y la Caja Arequipa. Además, estos microempresarios vienen realizando una buena administración y uso de los microcréditos que reciben, ya que el 68.53% los utiliza para adquirir capital de trabajo y el 31.47% para adquirir activos fijos.

SEGUNDA: El microcrédito viene generando un impacto económico positivo en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana, ya que los ingresos y ahorros de la mayoría de ellos, se han incrementado durante los últimos 5 años (94.41% y 85.31%, respectivamente), lo cual solo ocurre con porcentajes menores de los que no reciben microcrédito (55% y 31.67%, respectivamente). Además, para el 77.62% de microempresas que reciben microcrédito, el promedio mensual de sus ventas supera los S/.18000 hasta los S/. 28000, lo cual solo ocurre con el 36.67% de las que no reciben microcrédito. Asimismo, para el 80.42% de las que reciben microcrédito, el promedio mensual de sus utilidades supera los S/. 8000 hasta los S/. 12000, lo cual solo ocurre con el 41.67% de las que no reciben microcrédito.

TERCERA: El microcrédito viene generando un impacto social positivo en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana, ya que el 90.21% de ellos ha incrementado el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, en el 2018 con respecto al 2017, lo cual solo ocurre con el 40% de los que no reciben microcrédito. Además, el 94.41% de los

hogares de microempresarios que reciben microcrédito, han adquirido bienes para el hogar, como, por ejemplo, una computadora y acceso a Internet, lo cual solo ocurre con el 60% de los que no reciben microcrédito, y el 90.21% de los que reciben microcrédito, tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado, lo cual solo ocurre con el 45% de los que no reciben microcrédito. Por otro lado, el 87.41% de microempresarios que reciben microcrédito, señala que sus redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo) se han fortalecido, lo cual solo ocurre con el 43.33% de los que no reciben microcrédito.

CUARTA: La hipótesis de la investigación ha sido verificada. En efecto, los resultados de la investigación muestran que el microcrédito formal está generando un impacto económico y social positivo en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Es recomendable que se generen más mecanismos y condiciones apropiadas en la política microfinanciera y en las tecnologías crediticias que viene aplicando la Caja Arequipa, los cuales permitan mejorar el acceso (en términos de montos del microcrédito) y las condiciones de acceso al microcrédito (en términos de tasas de interés y los plazos de pago que se les aplica) para las microempresas del sector comercio que operan en Arequipa Metropolitana, lo cual coadyuve a generar mayores impactos económicos (sobre todo, en términos de niveles de ventas y utilidades) y sociales positivos (como, por ejemplo, incrementar el gasto monetario de consumo y un mayor acceso de bienes para el hogar) en los microempresarios y microempresas.

SEGUNDA: Es recomendable que todos los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa realicen una administración adecuada de los microcréditos que reciben en dicha Institución de Microfinanzas, dado que es muy relevante para contribuir a generar mayores impactos económicos y sociales en estos microempresarios y microempresas.

TERCERA: Es recomendable que los microempresarios del sector comercio que aún no han recibido microcrédito, reciban programas de capacitación con respecto a la medida, la forma y las condiciones en que pueden hacer uso del microcrédito, con la finalidad de que puedan generarse impactos positivos y significativos en sus microempresas y familias, contribuyendo a generar un mayor nivel de bienestar a nivel económico (de la microempresa) y social (de las familias de los microempresarios).

CUARTA: Es recomendable que se realicen investigaciones explicativas sobre el impacto del microcrédito en las microempresas del sector comercio, de tal forma que pueda determinarse con mayor precisión cuál es el peso específico que tiene el acceso y buen uso del microcrédito en las microempresas, como, por ejemplo, a nivel de las ventas y utilidades que perciben. Para ello, se puede hacer uso de modelos econométricos.

BIBLIOGRAFÍA

- Abruge, C. (2015). Una evaluación crítica para las ONG donantes: Experiencias con crédito. En Bouman, F. y Hospes, O. (Editores), *Paisajes financieros reconstruidos*. Boulder, Colorado, Estados Unidos: Westview Press.
- Adams, D. y Pischke, J. (2011). *Programas de crédito para microempresas*. Washington, D.C: Banco Mundial.
- Alegre, C. y Aguilar, J. (1992). *Impacto del crédito en microempresas urbanas. El caso del Cono Norte de Lima Metropolitana*. Lima: Alternativa. Departamento de Promoción del Empleo.
- Bekerman, M. (2016). *Microcréditos. Una estrategia contra la exclusión*. 2ª edición. Buenos Aires: Norma.
- Carbajal, F. (2014). *Impactos económicos del microcrédito empresarial*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Cheston, S. y Kuhn, L. (2013). *Empoderamiento de las mujeres a través de las microfinanzas*. Nueva York: UNIFEM.
- Diaconia - Frif (2014). *Impacto del microcrédito formal en el desarrollo microempresarial*. La Paz, Bolivia.
- Duarte, A. (2017). *Empresarios tradicionales y los microempresarios en el Perú*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Eman, E. (2013). *Debate entre los enfoques microfinancieros del alivio a la pobreza y los sistemas financieros*. Caracas: Universidad Metropolitana de Venezuela.
- Escobedo, W. (2014). *Demanda legítima de microcrédito, devolución de créditos y sostenibilidad financiera*. Ciudad de México: USAID.

- Escobedo, W. (2016). *Microcrédito y sostenibilidad financiera de las microempresas*. Ciudad de México: USAID.
- Fernández, J. y Fonseca, E. (2016). *Evaluación del Impacto de Programas de Acceso a Servicios Financieros a Pequeñas Empresas del sector textil que operan en Ciudad de México*. Ciudad de México: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ferrer, R. (2012). *El impacto del crédito empresarial en las Micro y Pequeñas Empresas en el sistema financiero peruano: 2010 – 2011*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad San Martín de Porres.
- FEPCMAC. (2016). *Las Cajas Municipales: Descentralización financiera y democratización del crédito en el Perú*. Lima, Perú.
- Freedom From Hunger. (2012). *Impacto del microcrédito en los ingresos y activos de las microempresas*. Washington, D.C.
- Fuenzalida, L. y Fuenzalida, V. (2007). *Evaluación de Propesa*. Santiago de Chile.
- Garson, D. (2011). *Impacto del crédito en el manejo administrativo de microempresas*. San Salvador: Fondo Editorial de la Universidad Dr. Andrés Bello.
- González, C. (2010). *Impacto del crédito en el crecimiento y desarrollo de las microempresas*. Caracas: Corporación Andina de Fomento.
- González, C. (2012). *¿Cómo entender la demanda?* San José, Costa Rica: Universidad Estatal de Ohio.
- Gonzalez, C. (2013). *Condiciones básicas para que el microcrédito pueda generar impactos económicos y sociales en los microempresarios y microempresas*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal de Ohio.

- Gonzalez, C. (2015). *Microcrédito y crecimiento de las microempresas*. Bogotá: Corporación Andina de Fomento.
- Gonzalez, C. (2016). *Las microempresas en América Latina y el Caribe*. Bogotá: Corporación Andina de Fomento.
- González, C., Prado, F. y Miller, T. (2012). *El reto de las microfinanzas en América Latina. La visión actual*. 2ª edición. Caracas: Corporación Andina de Fomento.
- Gulli, H. (1999). *Microfinanzas y Pobreza: ¿Son válidas las ideas preconcebidas?* Washington, D.C: Unidad de Microempresa del BID.
- Gulli, H. (2013). *El desarrollo de las microfinanzas en los países de América Latina y el Caribe*. Washington, D.C: Unidad de Microempresa del BID.
- Gulli, H. (2014). *El microcrédito formal*. Washington, D.C: Unidad de Microempresa del BID.
- Gutiérrez, B. (2006). *El microcrédito: Dos escuelas teóricas y su influencia en las estrategias de lucha contra la pobreza*, en CIRIEC – España, N° 54. Valencia, España, pp. 167 – 186.
- Hinojosa, C. (2012). *Impacto de los créditos otorgados por la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura en el desarrollo socioeconómico de las pequeñas y microempresas de Chachapoyas*. Amazonas: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.
- Hospes, O. (2014): “La cuestión agraria de los paisajes financieros: El caso de Ambón”. En Bouman, F. y Hospes, O. (Editores), *Paisajes financieros reconstruidos*. Boulder, Colorado, Estados Unidos: Westview Press.
- Hulme, D. y Mosley, P. (2010). *Finanzas contra la pobreza*. 2ª edición. Londres, Inglaterra, Reino Unido: Routledge.

- Iglesias, M. (2008). *El impacto social de las microfinanzas*. Buenos Aires: Fondo Editorial de la Universidad de Buenos Aires.
- IPE. (2017). *Análisis del mercado de microcrédito en el Perú*. Lima, Perú.
- Johnson, S. y Rogaly, B. (2014). *Microfinanzas y reducción de la pobreza*. 2ª edición. Oxford, Inglaterra, Gran Bretaña: Oxfam.
- Kala, O. (2008). *Caracterización del comportamiento del mercado de microcrédito empresarial peruano*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Kong, J. y Moreno, J. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José, Lambayeque: 2010 – 2012*. Chiclayo, Lambayeque: Fondo Editorial de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- León, J. y Jopen, G. (2016). *La heterogeneidad del microcrédito en el sector financiero regulado peruano*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Manrique, C. (2014). *Aportes para una correcta caracterización de los microempresarios en el Perú*. Lima: Centro Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Mendoza, J. (2017). *Influencia de las condiciones de acceso a los servicios financieros y su relación con el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas peruanas que exportan joyería de plata, Lima, 2012 – 2014*. Tesis de maestría. Arequipa: Universidad Católica de Santa María.
- Meyer, R. (2013). *Análisis de la vulnerabilidad de los microempresarios*. San José: Universidad Estatal de Ohio y Academia de Centroamérica.

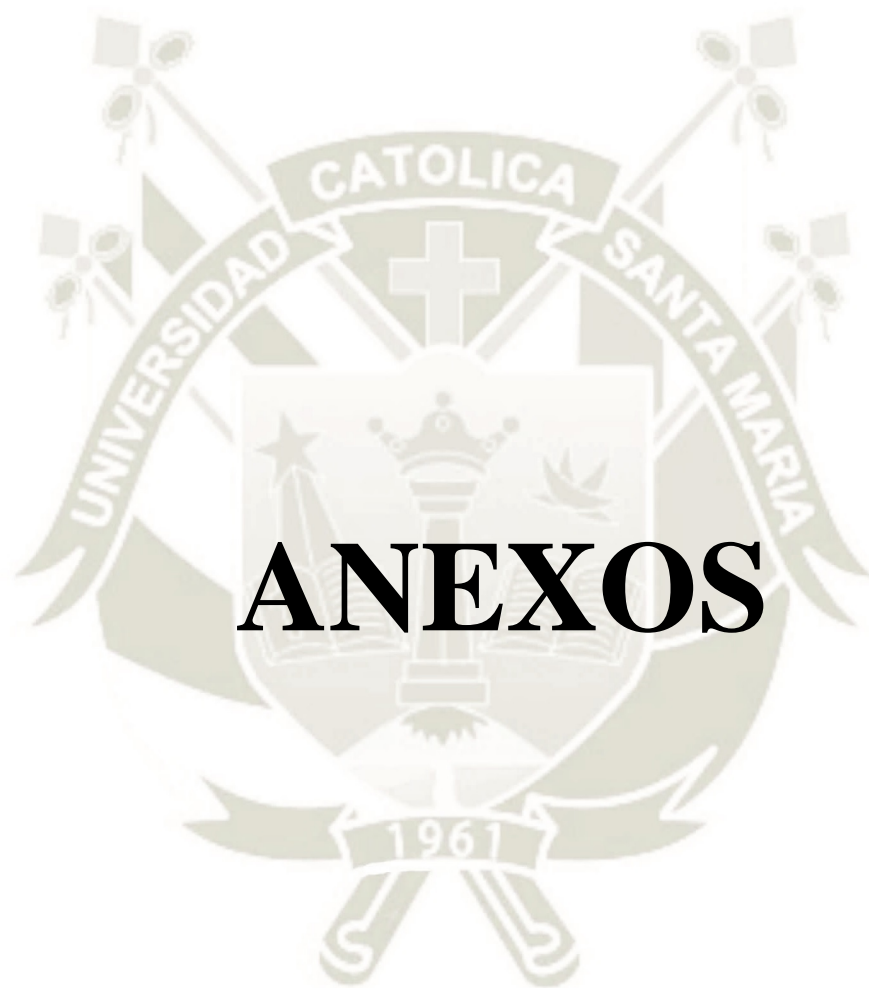
- Meza, M. (2013). *El Microcrédito, la Autosuficiencia Financiera y la Lucha Contra la Pobreza en la Región Arequipa*. Arequipa: Fondo Editorial de la Universidad Católica de Santa María.
- MTPE. (2016). *Caracterización de las microempresas en el Perú*. Lima, Perú.
- MTPE. (2017). *Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa en el Perú*. Lima, Perú.
- Núñez, J. y Torres, F. (2012). *Impacto del crédito formal en microempresas textiles atendidas por Mibanco. Arequipa – 2011*. Tesis de pregrado. Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú.
- Romani, A. (2010). *Impacto del microcrédito en los microempresarios chilenos. Un estudio de caso en la II Región de Chile*. Santiago de Chile: Fondo Editorial de la Universidad de Chile.
- Remenyi, J. y Quiñones, B. (2000). *Impacto de los microcréditos en Indonesia*. Washington, D.C: Banco Mundial.
- Romero, E. (2015). *Impacto social del microcrédito en el bienestar de los microempresarios*. San José: Universidad Estatal de Ohio y Academia de Centroamérica.
- SBS. (2009). *El crédito formal en el Perú*. Lima, Perú.
- SBS. (2015). *Reglamento sobre las instituciones financieras en el Perú*. Lima, Perú.
- Vargas, N. (2015). *Los impactos del microcrédito empresarial*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Villarán, F. (2015). *La realidad de la microempresa en el Perú de hoy*. Lima: MINCETUR.
- Yunus, M. (1998). *Hacia un mundo sin pobreza*. Madrid: Editorial Complutense.

Zapata, R. (2016). *El equilibrio de los objetivos económicos y sociales de las Instituciones de Microfinanzas*. Lima: Centro Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Zeitinger, C. (2015). *Análisis del mercado de microfinanzas en el Perú*. Lima: IPC.

Zeitinger, C. (2016). *Regulaciones del mercado de microcrédito en el Perú*. Lima: IPC.





ANEXOS



ANEXO 1: MODELOS DE ENCUESTAS

ENCUESTA APLICADA A LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO QUE OPERAN EN AREQUIPA METROPOLITANA Y QUE RECIBEN MICROCRÉDITOS EN LA CAJA AREQUIPA

I. MICROCRÉDITO FORMAL

1.1 Acceso al microcrédito formal

1. ¿La Caja Arequipa le otorga microcréditos de acuerdo a los montos que usted solicita?

- a) Siempre ()
- b) Generalmente ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

2. Monto del último microcrédito otorgado al microempresario (base de datos de la Caja Arequipa).

3. El número de microcréditos recibidos por el microempresario desde la primera vez hasta el 10 de mayo del 2018 (base de datos de la Caja Arequipa).

1.2 Financiamiento de las microempresas con los microcréditos recibidos

4. ¿Los microcréditos que usted recibe cubre todo el financiamiento que requiere su microempresa?

- a) Los microcréditos recibidos cubren totalmente el financiamiento requerido por la microempresa ()
- b) Los microcréditos recibidos no cubren totalmente el financiamiento requerido por la microempresa ()

1.3 Administración de los microcréditos

5. Uso específico de los microcréditos por parte de los microempresarios (base de datos de la Caja Arequipa).

1.4 Nivel de superación de limitaciones financieras a través de los microcréditos

6. ¿Los microcréditos que usted recibe, le permite superar las limitaciones financieras que tiene su microempresa?

- a) Totalmente ()
- b) Parcialmente ()
- c) Poco ()
- d) Muy poco ()

II. IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL MICROCRÉDITO EN LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS

2.1 IMPACTO ECONÓMICO DEL MICROCRÉDITO

2.1.1 Impacto en los ingresos de los microempresarios

7. ¿Sus ingresos han aumentado durante los últimos 5 años?

- Sí ()
- No ()

2.1.2 Impacto en los ahorros de los microempresarios

8. ¿Sus ahorros han aumentado durante los últimos 5 años?

- Sí ()
- No ()

9. ¿Usted mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias?

Sí ()

No ()

2.1.3 Impacto en la mejora de las microempresas

A. Flujo de ingresos y utilidades

10. ¿Cuál es el promedio mensual de las ventas de su microempresa?

a) Menos de S/. 10000 ()

b) De S/. 10000 a S/. 18000 ()

c) Más de S/. 18000 a S/. 28000 ()

d) Más de S/. 28000 a S/. 38000 ()

e) Más de S/. 38000 a S/. 48000 ()

11. ¿Cuál es el promedio mensual de las utilidades de su microempresa?

a) Menos de S/. 4000 ()

b) De S/. 4000 a S/. 8000 ()

c) Más de S/. 8000 a S/. 12000 ()

d) Más de S/. 12000 a S/. 16000 ()

e) Más de S/. 16000 a S/. 20000 ()

B. Cambios y mejoras en los negocios

12. El promedio mensual de las ventas de su microempresa en el 2018 con relación al 2017:

a) Ha aumentado alrededor del 25% ()

b) Ha aumentado entre el 15% y menos del 25% ()

c) Ha aumentado menos del 15% ()

d) No ha aumentado ()

e) Ha disminuido ()

13. El promedio mensual de las utilidades de su microempresa en el 2018 con relación al 2017:

- a) Ha aumentado alrededor del 25%
- b) Ha aumentado entre el 15% y menos del 25%
- c) Ha aumentado menos del 15%
- d) No ha aumentado
- e) Ha disminuido

14. ¿Su microempresa ha logrado reducir sus costos comprando mercadería en mayor volumen al por mayor en el 2018?

- Sí
- No

15. ¿En su microempresa se ha logrado mejorar la calidad del servicio que se brinda a los clientes?

- Sí
- No

2.1.4 Impacto en la generación de empleo y estabilidad laboral de los trabajadores

16. ¿En su microempresa se ha contratado más trabajadores en el 2018 con respecto al 2017?

- Sí
- No

17. ¿Su microempresa tiene más trabajadores de forma estable y que no son despedidos en el 2018 con relación al 2017?

- Sí
- No

2.1.5 Impacto en la inclusión financiera para las microempresas

18. ¿Usted tiene acceso al crédito de consumo en la Caja Arequipa?

Sí ()

No ()

19. ¿Usted tiene cuentas de ahorros en la Caja Arequipa?

Sí ()

No ()

20. ¿Usted tiene tarjetas de crédito en la Caja Arequipa?

Sí ()

No ()

2.2 IMPACTO SOCIAL

2.2.1 Impacto del microcrédito en los hogares de los microempresarios

A. Utilización de parte de las utilidades para la mejora de la capacidad de consumo

21. ¿Usted ha incrementado el gasto monetario referido al consumo de bienes o servicios en el hogar, ocio y viajes, etc.?

Sí ()

No ()

22. ¿Usted ha incrementado el gasto monetario para adquirir vestimenta para la familia?

Sí ()

No ()

B. Impacto en el acceso a bienes para los hogares de los microempresarios

23. ¿Qué bienes ha adquirido para el hogar?

- a) Televisor
- b) Internet
- c) Computadora
- d) Automóvil
- e) Motocicleta
- f) Cocina a gas (o eléctrica)
- g) Licuadora
- h) Radio
- i) Equipo musical

2.2.2 Impacto en la vulnerabilidad de los microempresarios

24. ¿Usted tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado?

Sí ()

No ()

2.2.2 Impacto en la mejora del capital social y la confianza de los microempresarios

25. Sus redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo):

a) Se han fortalecido ()

b) Se mantienen igual ()

c) Se han debilitado ()

26. ¿Usted participa en organizaciones sociales que han creado los microempresarios?

Sí ()

No ()

ENCUESTA APLICADA A LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO QUE OPERAN EN AREQUIPA METROPOLITANA Y QUE NO HAN RECIBIDO MICROCRÉDITOS

I. SITUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE LOS MICROEMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS QUE NO HAN RECIBIDO MICROCRÉDITOS

1.1 SITUACIÓN ECONÓMICA

1.1.1 Ingresos de los microempresarios

1. ¿Sus ingresos han aumentado durante los últimos 5 años?

Sí ()

No ()

1.1.2 Ahorros de los microempresarios

2. ¿Sus ahorros han aumentado durante los últimos 5 años?

Sí ()

No ()

3. ¿Usted mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias?

Sí ()

No ()

1.1.3 Mejora de las microempresas

A. Flujo de ingresos y utilidades

4. ¿Cuál es el promedio mensual de las ventas de su microempresa?

- a) Menos de S/. 10000
- b) De S/. 10000 a S/. 18000
- c) Más de S/. 18000 a S/. 28000
- d) Más de S/. 28000 a S/. 38000
- e) Más de S/. 38000 a S/. 48000

5. ¿Cuál es el promedio mensual de las utilidades de su microempresa?

- a) Menos de S/. 4000
- b) De S/. 4000 a S/. 8000
- c) Más de S/. 8000 a S/. 12000
- d) Más de S/. 12000 a S/. 16000
- e) Más de S/. 16000 a S/. 20000

B. Cambios y mejoras en los negocios

6. El promedio mensual de las ventas de su microempresa en el 2018 con relación al 2017:

- a) Ha aumentado alrededor del 25%
- b) Ha aumentado entre el 15% y menos del 25%
- c) Ha aumentado menos del 15%
- d) No ha aumentado
- e) Ha disminuido

7. El promedio mensual de las utilidades de su microempresa en el 2018 con relación al 2017:

- a) Ha aumentado alrededor del 25% ()
- b) Ha aumentado entre el 15% y menos del 25% ()
- c) Ha aumentado menos del 15% ()
- d) No ha aumentado ()
- e) Ha disminuido ()

8. ¿Su microempresa ha logrado reducir sus costos comprando mercadería en mayor volumen al por mayor en el 2018?

- Sí ()
- No ()

9. ¿En su microempresa se ha logrado mejorar la calidad del servicio que se brinda a los clientes?

- Sí ()
- No ()

1.1.4 Generación de empleo y estabilidad laboral de los trabajadores

10. ¿En su microempresa se ha contratado más trabajadores en el 2018 con respecto al 2017?

- Sí ()
- No ()

11. ¿Su microempresa tiene más trabajadores de forma estable y que no son despedidos en el 2018 con relación al 2017?

- Sí ()
- No ()

1.2 SITUACIÓN SOCIAL

1.2.1 Mejoras en los hogares de los microempresarios

A. Utilización de parte de las utilidades para la mejora de la capacidad de consumo

12. ¿Usted ha incrementado el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, etc.?

Sí ()

No ()

13. ¿Usted ha incrementado el gasto monetario para cubrir gastos de vestimenta para la familia?

Sí ()

No ()

B. Acceso a bienes para los hogares de los microempresarios

14. ¿Qué bienes ha adquirido para el hogar?

- a) Televisor
- b) Internet
- c) Computadora
- d) Automóvil
- e) Motocicleta
- f) Cocina a gas
- g) Licuadora
- h) Radio
- i) Equipo musical

1.2.2 Vulnerabilidad de los microempresarios

15. ¿Usted tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado?

Sí ()

No ()

1.2.3 Mejora del capital social y la confianza de los microempresarios

16. Sus redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo):

a) Se han fortalecido ()

b) Se mantienen igual ()

c) Se han debilitado ()

17. ¿Usted participa en organizaciones sociales que han creado los microempresarios?

Sí ()

No ()




ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	SUBVARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES
<p>Analizar el impacto económico y social del microcrédito formal en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.</p>	<p>1. Describir el acceso al microcrédito formal que tienen en la actualidad las microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.</p> <p>2. Describir la administración y uso que le dan a los microcréditos en la actualidad los microempresarios del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.</p>	<p>Dado que el microcrédito es la principal fuente de financiamiento que utilizan los microempresarios para mejorar la ejecución de las inversiones que realizan, siempre y cuando se convierta en poder efectivo de adquisición de capital de trabajo y activos fijos, es probable que el microcrédito formal esté generando un impacto económico y social positivo en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>MICROCRÉDITO FORMAL</p>	<p>Acceso al microcrédito formal</p> <p>Financiamiento de las microempresas con los microcréditos recibidos</p> <p>Administración de los microcréditos</p>	<p>Otorgamiento de microcréditos de acuerdo a los montos solicitados por el microempresario</p> <p>Monto del último micro-crédito otorgado al microempresario</p> <p>El número de microcréditos recibidos por el microempresario desde la primera vez hasta el 10 de mayo del 2017</p> <p>% de microempresas que cubren todo el financiamiento que requieren a través de los microcréditos que reciben</p> <p>Uso específico que le dan a los microcréditos los microempresarios</p>	<p>Siempre Generalmente Algunas veces Casi nunca Nunca</p> <p>Hasta S/. 4000 Más de S/. 4000 hasta S/. 8000 Más de S/. 8000 hasta S/. 12000 Más de S/. 12000 hasta S/. 16000 Más de S/. 16000 hasta S/. 20000</p> <p>Hasta 5 De 6 a 10 De 11 a 15 De 16 a 20 Más de 20</p> <p>Los microcréditos recibidos cubren totalmente el financiamiento requerido por la microempresa.</p> <p>Los microcréditos recibidos no cubren totalmente el financiamiento requerido por la microempresa.</p> <p>Para adquirir capital de trabajo Para adquirir activos fijos Para compra de deuda</p>

	<p>3. Analizar el impacto económico del microcrédito formal en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.</p>		<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL MICROCRÉDITO EN LOS MICRO-EMPRESARIOS Y MICROEMPRESAS</p>	<p>IMPACTO ECONÓMICO:</p> <p>Impacto en los ingresos de los microempresarios</p> <p>Impacto en los ahorros de los microempresarios</p>	<p>Nivel de superación de limitaciones financieras a través de los microcréditos</p> <p>% de microempresarios cuyos ingresos han aumentado durante los últimos 5 años</p> <p>% de microempresarios cuyos ahorros han aumentado durante los últimos 5 años</p> <p>% de microempresarios que mantienen ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias</p>	<p>Totalmente Parcialmente Poco Muy poco</p> <p>Los ingresos del microempresario han aumentado durante los últimos 5 años</p> <p>Los ingresos del microempresario no han aumentado durante los últimos 5 años</p> <p>Los ahorros del microempresario han aumentado durante los últimos 5 años</p> <p>Los ahorros del microempresario no han aumentado durante los últimos 5 años</p> <p>Sí mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias</p> <p>No mantiene ahorros para afrontar inversiones y/o emergencias</p>
--	--	--	--	---	--	--

				Impacto en la mejora de las microempresas:	Promedio mensual de las ventas de las microempresas	Menos de S/. 10000 De S/. 10000 a S/. 18000 Más de S/. 18000 a S/. 28000 Más de S/. 28000 a S/. 38000 Más de S/. 38000 a S/. 48000
				A. Flujo de ingresos y utilidades	Promedio mensual de las utilidades de las microempresas	Menos de S/. 4000 De S/. 4000 a S/. 8000 Más de S/. 8000 a S/. 12000 Más de S/. 12000 a S/. 16000 Más de S/. 16000 a S/. 20000
				B. Cambios y mejoras en los negocios	Cambio porcentual del promedio mensual de las ventas de las microempresas en el 2017 con relación al 2016	Ha aumentado alrededor del 25% Ha aumentado entre el 15% y menos del 25% Ha aumentado menos del 15% No ha aumentado Ha disminuido
					Cambio porcentual del promedio mensual de las utilidades de las microempresas en el 2017 con relación al 2016	Ha aumentado alrededor del 25% Ha aumentado entre el 15% y menos del 25% Ha aumentado menos del 15% No ha aumentado Ha disminuido
					% de microempresas que han logrado reducir sus costos comprando mercadería en mayor volumen al por mayor en el 2017	Sí ha logrado reducir sus costos comprando mercadería en mayor volumen al por mayor No ha logrado reducir sus costos comprando mercadería en mayor volumen al por mayor

				<p>% de microempresas que han mejorado la calidad del servicio que brindan a los clientes</p> <p>Impacto en la generación de empleo y estabilidad laboral de los trabajadores</p> <p>Impacto en la inclusión financiera para los microempresarios (mejoramiento en cuanto al acceso de servicios financieros)</p> <p>Acceso al crédito de consumo en la Caja Arequipa</p> <p>Acceso a cuentas de ahorros en la Caja Arequipa</p> <p>Acceso a tarjetas de crédito en la Caja Arequipa</p>	<p>% de microempresas que han mejorado la calidad del servicio que brindan a los clientes</p> <p>% de microempresas que han contratado más trabajadores en el 2017 con respecto al 2016</p> <p>Porcentaje de microempresas que tienen más trabajadores de forma estable y que no son despedidos</p> <p>Sí tiene acceso al crédito de consumo en la Caja Arequipa</p> <p>Acceso a cuentas de ahorros en la Caja Arequipa</p> <p>Acceso a tarjetas de crédito en la Caja Arequipa</p>	<p>Sí ha mejorado la calidad del servicio que brindan a los clientes</p> <p>No ha mejorado la calidad del servicio que brindan a los clientes</p> <p>Sí ha contratado más trabajadores</p> <p>No ha contratado más trabajadores</p> <p>Sí tiene más trabajadores de forma estable y que no son despedidos en el 2017 con relación al 2016</p> <p>No tiene más trabajadores de forma estable y algunos han sido despedidos en el 2017 con relación al 2016</p> <p>Sí tiene acceso al crédito de consumo</p> <p>No tiene acceso al crédito de consumo</p> <p>Sí tiene cuentas de ahorros</p> <p>No tiene cuentas de ahorros</p> <p>Sí tiene tarjetas de crédito</p> <p>No tiene tarjetas de crédito</p>
--	--	--	--	--	---	---

	<p>4. Analizar el impacto social del microcrédito formal en los microempresarios y microempresas del sector comercio que atiende la Caja Arequipa y que operan en Arequipa Metropolitana.</p>			<p>IMPACTO SOCIAL:</p> <p>Impacto del microcrédito en los hogares de los microempresarios:</p> <p>A. Utilización de parte de las utilidades para la mejora de la capacidad de consumo</p> <p>B. Impacto en el acceso a bienes para los hogares de los microempresarios</p>	<p>% de microempresarios que aumentaron el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, etc.</p> <p>% de microempresarios que aumentaron el gasto monetario referido a los gastos de vestimenta para la familia</p> <p>% de microempresarios que adquirieron bienes para el hogar</p> <p>% de microempresarios que adquirieron bienes para el hogar</p>	<p>El microempresario aumentó el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, etc.</p> <p>El microempresario aumentó el gasto monetario referido al consumo de bienes y servicios en el hogar, ocio y viajes, etc.</p> <p>El microempresario aumentó el gasto monetario par adquirir vestimenta para la familia</p> <p>El microempresario no aumentó el gasto monetario para adquirir vestimenta para la familia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Televisor - Internet - Computadora - Automóvil - Motocicleta - Cocina a gas (o eléctrica) - Licuadora - Radio - Equipo musical - Otros
--	---	--	---	---	--	---

				<p>Impacto en la vulnerabilidad de los microempresarios</p>	<p>Capacidad y estabilidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado.</p>	<p>Sí tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado</p> <p>No tiene solidez financiera y capacidad para enfrentar problemas económicos y cambios imprevistos en el mercado</p>
				<p>Impacto en la mejora del capital social y la confianza de los microempresarios</p>	<p>Fortalecimiento de las redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo)</p> <p>Establecimiento de nuevas redes sociales (entre los micro-empresarios)</p>	<p>Sí se han fortalecido Se mantienen igual Se han debilitado</p> <p>Sí participa en organizaciones sociales que han creado los microempresarios.</p> <p>No participa en organizaciones sociales que han creado los microempresarios</p>

FUENTE: Trabajo de Investigación.

ELABORACIÓN: Propia.