

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ESCUELA DE POSTGRADO DOCTORADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



**IMPACTO DEL ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA EN
EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LA CAJA
AREQUIPA EN MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR.
AREQUIPA, 2015. PERÍODOS COMPARATIVOS: 2005 Y 2015.**

**Tesis Doctoral presentada por el Magíster:
Mag. Leiva Flores, Edgard Fredy
Para optar el Título de:
Doctor en Economía y Negocios Internacionales**

AREQUIPA – PERÚ

2016



DEDICATORIA:

En primer lugar, a Dios, por darme la fortaleza que se requiere para culminar con este reto profesional. En segundo lugar, a toda mi familia, por su apoyo incondicional.



AGRADECIMIENTO:

Al jurado dictaminador, por su contribución en la mejora permanente de la investigación realizada. Muchas gracias.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN	01
CAPÍTULO I: ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA DE LA CAJA AREQUIPA: 2005 Y 2015	03
1.1 Escala del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa	03
1.1.1 Cobertura financiera para las MYPES	03
1.1.2 Cobertura de atención para las MYPES	04
1.2 Profundidad del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa	05
1.2.1 Nivel de penetración financiera hacia las MYPES	05
1.2.2 Nivel de profundidad del alcance financiero hacia las MYPES	06
1.3 Calidad del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa	07
1.3.1 La tecnología crediticia de la Caja Arequipa aplicada a las MYPES	07
1.3.2 Capacitación y especialización de los analistas de créditos que evalúan a las MYPES	09
1.3.3 Relación crediticia a largo plazo entre las MYPES y la Caja Arequipa	10
CAPÍTULO II: IMPACTO EN EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LA CAJA AREQUIPA: 2005 Y 2015	11
2.1 Impacto en la calidad del servicio y la adecuación de los servicios financieros a las necesidades reales de las MYPES manufactureras	11
2.1.1 Expectativas que tienen los empresarios que administran MYPES manufactureras sobre la calidad del servicio que les brinda una entidad financiera excelente (lo deseable)	11
2.1.2 Percepción que tienen los empresarios que administran MYPES manufactureras sobre la calidad del servicio que les brinda la Caja Arequipa (sobre la base de la experiencia vivida)	21
2.1.3 Percepción que tienen los empresarios que administran MYPES manufactureras sobre las condiciones de acceso a los servicios financieros que reciben en la Caja Arequipa	39

2.2 Impacto en la mejora de las condiciones socioeconómicas de las MYPES manufactureras	45
2.2.1 Impacto a nivel económico	45
2.2.2 Impacto en la generación de empleo y credibilidad ante sus clientes	47
2.2.3 Impacto en la mejora del capital social de las MYPES manufactureras	49
PROPUESTA	51
Tabla de indicadores del desempeño social en microfinanzas para las Instituciones de Microfinanzas (IMF)	51
Otras políticas que pueden medirse por el impacto generado por la política financiera aplicada por las IMF	52
CONCLUSIONES	54
RECOMENDACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS	67
Anexo 1: Plan de Tesis	68
Anexo 2: Encuesta	138

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA N° 1: Porcentaje de las colocaciones totales de la Caja Arequipa hacia las MYPES: 2005 y 2015	03
TABLA N° 2: Porcentaje de los créditos otorgados por la Caja Arequipa a las MYPES: 2005 y 2015	04
TABLA N° 3: Tasa de crecimiento de las colocaciones de la Caja Arequipa hacia las MYPES: 2005 y 2015	05
TABLA N° 4: Tasa de crecimiento de los créditos que otorga la Caja Arequipa a las MYPES: 2005 y 2015	06
TABLA N° 5: Tipo de tecnología crediticia aplicada a las MYPES por parte de la Caja Arequipa: 2015	07
TABLA N° 6: Niveles de capacitación y especialización de los analistas de créditos que evalúan a las MYPES que atiende la Caja Arequipa: 2015.	09
TABLA N° 7: Porcentaje de MYPES que han establecido una relación crediticia a largo plazo con la Caja Arequipa: 2005 y 2015	10
TABLA N° 8: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según expectativas del empresario sobre la dimensión de confiabilidad: 2005 y 2015.	11
TABLA N° 9: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según expectativas del empresario sobre la dimensión de responsabilidad: 2005 y 2015.	13
TABLA N° 10: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según expectativas del empresario sobre la dimensión de seguridad: 2005 y 2015.	14
TABLA N° 11: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según expectativas del empresario sobre la dimensión de empatía: 2005 y 2015.	16
TABLA N° 12: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según expectativas del empresario sobre la dimensión de bienes tangibles: 2005 y 2015.	18

TABLA N° 13: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la preponderancia de la calidad del servicio para el empresario: 2005 y 2015.	20
TABLA N° 14: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción del empresario sobre la dimensión de confiabilidad: 2005 (el antes)	22
TABLA N° 15: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción del empresario sobre la dimensión de confiabilidad: 2015 (el después)	24
TABLA N° 16: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción del empresario sobre la dimensión de responsabilidad: 2005 (el antes)	26
TABLA N° 17: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción del empresario sobre la dimensión de responsabilidad: 2015 (el después)	28
TABLA N° 18: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción del empresario sobre la dimensión de seguridad: 2005 (el antes)	30
TABLA N° 19: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción del empresario sobre la dimensión de seguridad: 2055 (el después)	32
TABLA N° 20: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción del empresario sobre la dimensión de empatía: 2005 (el antes)	34
TABLA N° 21: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción del empresario sobre la dimensión de empatía: 2015 (el después)	36
TABLA N° 22: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción del empresario sobre la dimensión de bienes tangibles: 2005 y 2015	38
TABLA N° 23: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según el monto del crédito que recibieron: 2005 y 2015.	40

TABLA N° 24: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la tasa de interés activa que pagaron por los créditos recibidos: 2005 y 2015.	41
TABLA N° 25: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según el tiempo promedio en que reciben el crédito: 2005 y 2015.	42
TABLA N° 26: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la medida en que los servicios financieros que reciben responden a sus necesidades reales: 2005 y 2015.	43
TABLA N° 27: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según percepción que tienen sobre la rapidez con que reciben los servicios financieros: 2005 y 2015.	44
TABLA N° 28: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según niveles de ventas mensuales: 2005 y 2015.	45
TABLA N° 29: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según niveles de utilidades brutas mensuales: 2005 y 2015.	46
TABLA N° 30: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la cantidad de empleos generados: 2005 y 2015.	47
TABLA N° 31: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según la credibilidad que tienen ante sus clientes: 2005 y 2015.	48
TABLA N° 32: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según el fortalecimiento de sus redes sociales más cercanas: 2005 y 2015.	49
TABLA N° 33: Distribución de MYPES manufactureras con potencial exportador según el establecimiento de nuevas redes sociales: 2005 y 2015.	50

SIGLAS UTILIZADAS

AFP	: Administradoras de Fondos de Pensiones
BCRP	: Banco Central de Reserva del Perú
BID	: Banco Interamericano de Desarrollo
CMAC	: Caja Municipal de Ahorro y Crédito
FEPCMAC	: Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito
IMF	: Instituciones de Microfinanzas
MTPE	: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
MYPES	: Micro y Pequeñas Empresas
PEA	: Población Económicamente Activa
PBI	: Producto Bruto Interno
SBS	: Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs
SUNAT	: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
TLC	: Tratado de Libre Comercio
UIT	: Unidad Impositiva Tributaria

RESUMEN

La investigación trata sobre el impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador. El ámbito geográfico de la investigación es la ciudad de Arequipa. Para medir el impacto se ha utilizado dos periodos comparativos: el 2005 y el 2015, es decir, que hay un antes y un después, que es una condición básica para poder medir el impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas, de acuerdo a los manuales del Banco Mundial y del BID.

El estudio es relacional, documental, de campo y comparativo. Es por ello que se ha utilizado como técnicas la observación documental y la encuesta, y como instrumentos, la ficha de observación documental y el cuestionario. El muestreo es aleatorio. Además, la hipótesis de investigación, en el sentido de que la política financiera aplicada por la Caja Arequipa está generando un impacto positivo y significativo en su desempeño social en microfinanzas en MYPES manufactureras que tienen potencial exportador.

En general, el estudio concluye que:

- a) La escala del alcance refleja una buena cobertura financiera y de atención para las MYPES, así como un buen nivel de penetración financiera y profundidad del alcance financiero, acorde con su misión social. Asimismo, que la calidad del alcance muestra el uso de una tecnología crediticia apropiada para este tipo de empresas, así como Programas de Capacitación y Especialización apropiados para los analistas de créditos, además del establecimiento de una relación crediticia a largo plazo entre estos empresarios y la Caja Arequipa.
- b) El impacto de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en las MYPES manufactureras que tienen potencial exportador, se ve reflejado en las mejoras generadas en la calidad del servicio brindado, en las condiciones de acceso que tienen a los servicios financieros, en el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de estas empresas y en el fortalecimiento de la mejora de su capital social.

SUMMARY

The research deals with the impact of the scope of financial policy on the social performance in microfinance of Caja Arequipa in micro and small manufacturing enterprises with export potential. The geographical scope of the investigation is the city of Arequipa. To measure the impact, two comparative periods have been used: 2005 and 2015, that is, there is a before and after, which is a basic condition to be able to measure the impact of the scope of financial policy on social performance in microfinance , According to the World Bank and BID manuals.

The study is relational, documentary, field and comparative. It is for this reason that the documentary observation and the survey have been used as techniques, and as instruments, the documentary observation sheet and the questionnaire. Sampling is random. In addition, the research hypothesis, in the sense that the financial policy applied by Caja Arequipa is generating a positive and significant impact on its social performance in microfinance in manufacturing MYPES that have export potential.

In general, the study concludes that:

- a) The scale of the scope reflects a good financial coverage and attention for the MYPES, as well as a good level of financial penetration and depth of financial reach, in accordance with its social mission. Also, the quality of the scope shows the use of appropriate credit technology for this type of business, as well as Training and Specialization Programs appropriate for credit analysts, in addition to establishing a long-term credit relationship between these entrepreneurs and the Caja Arequipa.
- b) The impact of financial policy on Caja Arequipa's social microfinance performance in manufacturing MYPES that have export potential is reflected in the improvements generated in the quality of the service provided, in the conditions of access to financial services, In the improvement of the socio-economic conditions of these companies and in the strengthening of the improvement of their social capital.

INTRODUCCIÓN

La evaluación del desempeño social en microfinanzas por parte de las IMF es en la actualidad una herramienta que cada vez va tomando mayor importancia, sobre todo, por las implicancias que puede generar en los propios resultados económicos y financieros de estas instituciones financieras. Lo que ocurre es que, si la aplicación de la política financiera de una determinada IMF, genera impactos positivos y significativos en el desempeño social en microfinanzas en las MYPES (que son los clientes por excelencia de las IMF), como por ejemplo, en la calidad del servicio brindado, en las condiciones de acceso a los servicios financieros, en las condiciones socioeconómicas de las MYPES, así como en el fortalecimiento de su capital social, entonces, significa que los clientes de la IMF están mejorando económica, financiera y socialmente, y por lo tanto, lo más probable es que la calidad de la cartera de créditos (principal activo financiero de una institución financiera) sea buena, con un control adecuado de la morosidad crediticia y minimizando el riesgo de las operaciones crediticias.

En este contexto, y sobre la base de la fundamentación realizada, es que el objetivo de la investigación es analizar el impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa. Para el cumplimiento del objetivo, especialmente en relación a la medición del impacto, es que se ha comparado un antes (información del año 2005, a través de una encuesta que fue aplicada por un grupo de especialistas que contrató la Caja Arequipa en ese entonces. Por lo tanto, al transcurrir 10 años, ha sido posible medir el impacto, gracias a la aplicación de una encuesta que recoge el mismo tipo de información, pero en el año 2015 (que es el después).

Es relevante hacer hincapié en la relevancia que tiene la realización de este tipo de estudios, sobre todo por el esfuerzo realizado, tomando en cuenta que los propios manuales del Banco Mundial y del BID indican de forma precisa que debe transcurrir como mínimo 10 años, de tal forma que sea posible medir lo que estos manuales denominan: “Impacto consistente de la política financiera en el largo plazo”. Felizmente, al haberse realizado la primera medición en el año 2005, el año 2015 era el

momento preciso para poder volver a aplicar la encuesta, además de verificar si la misión de la Caja Arequipa continuaba siendo cumplida cabalmente, a través del análisis de los indicadores de su política financiera, sabiendo que su mercado meta son las MYPES, y que fue creada precisamente para financiar las actividades económicas de este vasto sector económico y social.

La introducción realizada lo que busca es familiarizar más al lector con la información, el contexto y las precisiones referidas a la investigación. En ese sentido, es relevante mencionar que el tema de estudio, por las variables de estudio analizadas, es novedoso. Además, la investigación pretende incentivar al desarrollo de investigaciones que tengan que ver no sólo con el análisis de aspectos estrictamente económicos y económicos, sino también que vaya enriquecido con el análisis del desempeño que tienen las instituciones financieras en general, y de las IMF en particular, considerando que atienden a las MYPES, incluyendo a las que tienen potencial exportador, que tienen la posibilidad de contribuir a generar mayores niveles de empleo, así como la calidad del empleo para más peruanos.

El informe de investigación tiene la siguiente estructura capitular:

- a) El primer capítulo contiene información referida al alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa (2005 y 2015).
- b) El segundo capítulo está referido al análisis del impacto de la política financiera de la Caja Arequipa en el desempeño social emicrofinanzas en MYPES manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en la ciudad de Arequipa.
- c) Luego se presentan las conclusiones, recomendaciones y bibliografía utilizada.
- d) Finalmente, se presenta los anexos de la investigación (el plan de tesis y el modelo de la encuesta aplicada a los dueños de las MYPES exportadoras que tienen potencial exportador y que operan en la ciudad de Arequipa).

Finalmente, es necesario realizar una precisión final. La encuesta ha sido aplicada a los dueños de las mismas empresas (en el 2015) que fueron encuestados en el año 2005.

CAPÍTULO I

ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA DE LA CAJA

AREQUIPA: 2005 Y 2015

1.1 ESCALA DEL ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA DE LA CAJA AREQUIPA

1.1.1 COBERTURA FINANCIERA PARA LAS MYPES

TABLA N° 1

PORCENTAJE DE LAS COLOCACIONES TOTALES DE LA CAJA AREQUIPA HACIA LAS MYPES: 2005 Y 2015

Año	Porcentaje de las colocaciones totales de la Caja Arequipa hacia las MYPES
2005	69,46 %
2015	68,20 %

FUENTE: Memorias Caja Arequipa correspondientes a los años 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 1 muestra que el otorgamiento de la mayor parte de las colocaciones hacia las MYPES es un elemento fundamental de la política financiera que aplica la Caja Arequipa. En efecto, en el 2005 el 69,46% de las colocaciones fueron otorgadas al sector de las MYPES. Algo similar ocurre 10 años después, en el 2015, en donde el 68,20% de las colocaciones son otorgadas a las MYPES. Esto demuestra que el crédito, expresado en términos de colocaciones hacia las MYPES, es una dimensión importante del alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa.

Estos resultados respaldan el hecho de que las Cajas Municipales han sido creadas fundamentalmente para financiar las actividades económicas de las MYPES, contribuyendo al desarrollo de los procesos de descentralización financiera (a nivel regional) y democratización del crédito (llegando a sectores que tradicionalmente eran excluidos del sistema financiero formal).

1.1.2 COBERTURA DE ATENCIÓN PARA LAS MYPES

TABLA N° 2

PORCENTAJE DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS POR LA CAJA AREQUIPA A LAS MYPES: 2005 Y 2015

Año	Porcentaje de los créditos otorgados por la Caja Arequipa a las MYPES
2005	69,16 %
2015	68,00 %

FUENTE: Memorias Caja Arequipa correspondientes a los años 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 2 muestra que el otorgamiento de la mayor parte de los créditos a las MYPES también es un elemento fundamental de la política financiera que aplica la Caja Arequipa. En efecto, en el 2005 el 69,16% de los créditos fueron otorgados a las MYPES. Algo similar ocurre 10 años después, en el 2015, en donde el 68% de los créditos son otorgados a las MYPES.

Por lo tanto, estos resultados demuestran que desde el año 2005 hasta el año 2015, la Caja Arequipa viene brindando una importante cobertura a las MYPES. Por lo tanto, lo que prueba este indicador es que, no sólo la mayor parte de las colocaciones están orientadas a las MYPES, tal como se aprecia en la tabla N° 1, sino también que la mayor parte de los créditos son otorgados a los Micro y Pequeños Empresarios que administran MYPES, lo cual guarda absoluta concordancia con su misión social, que es un aspecto que todos los años se evalúa en términos del alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa.

De esta forma, al analizar los resultados de las tablas N° 1 y N° 2, queda claro que la mayor de las colocaciones y de los créditos son otorgados por la Caja Arequipa a las MYPES.

1.2 PROFUNDIDAD DEL ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA DE LA CAJA AREQUIPA

1.2.1 NIVEL DE PENETRACIÓN FINANCIERA HACIA LAS MYPES

TABLA N° 3

TASA DE CRECIMIENTO DE LAS COLOCACIONES DE LA CAJA AREQUIPA HACIA LAS MYPES: 2005 Y 2015

Año	Tasa de crecimiento de las colocaciones de la Caja Arequipa hacia las MYPES
2005	22,30 %
2015	24,10 %

FUENTE: Memorias Caja Arequipa correspondientes a los años 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 3 muestra un fuerte nivel de penetración financiera hacia las MYPES por parte de la Caja Arequipa. El punto central de análisis radica no sólo en que la mayor parte de las colocaciones estén orientadas hacia las MYPES, sino también en que las tasas de crecimiento de las mismas son considerables cada año con respecto al año anterior. En efecto, en el 2005, las colocaciones hacia las MYPES crecieron en el orden del 22,30% con respecto al 2004. Diez años después, en el 2015, las cifras son incluso superiores, ya que las colocaciones a este sector crecieron en el orden del 24,10% con respecto al 2014, reflejando una mayor profundidad del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa que aplica al sector de las MYPES.

Si bien las colocaciones totales de la Caja Arequipa vienen aumentando significativamente, las que son otorgadas a las MYPES se están incrementando en mayor medida en comparación al aumento porcentual de las colocaciones totales. Este hecho explica claramente el por qué se menciona que hay una mayor profundidad del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa en el sector de las MYPES.

1.2.2 NIVEL DE PROFUNDIDAD DEL ALCANCE FINANCIERO HACIA LAS MYPES

TABLA N° 4

TASA DE CRECIMIENTO DE LOS CRÉDITOS QUE OTORGA LA CAJA AREQUIPA A LAS MYPES: 2005 Y 2015

Año	Tasa de crecimiento de los créditos que otorga la Caja Arequipa a las MYPES
2005	21,80 %
2015	23,52 %

FUENTE: Memorias Caja Arequipa correspondientes a los años 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 4 muestra un fuerte nivel de profundidad del alcance financiero hacia las MYPES por parte de la Caja Arequipa. Una vez más, no sólo se comprueba que la mayor parte de los créditos son otorgados a las MYPES, sino también que la tasa de crecimiento de estos créditos es significativa. En efecto, en el 2005, los créditos otorgados a las MYPES crecieron en el orden del 21,80% con respecto al 2004. Diez años después, en el 2015, las cifras son incluso superiores, ya que los créditos otorgados a las MYPES crecieron en el orden del 23,52% con respecto al 2014, reflejando otra dimensión de la mayor profundidad del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa que aplica al sector de las MYPES.

Si bien es cierto que los créditos otorgados por la Caja Arequipa vienen aumentando de forma significativa, también lo es el hecho de que la tasa de crecimiento de los créditos que son otorgados a las MYPES, está incrementándose en mayor medida en comparación a la tasa de crecimiento del total de créditos otorgados. Este hecho también contribuye a explicar con mayor precisión el por qué hay una mayor profundidad del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa en el sector de las MYPES.

1.3 CALIDAD DEL ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA DE LA CAJA AREQUIPA

1.3.1 LA TECNOLOGÍA CREDITICIA DE LA CAJA AREQUIPA APLICADA A LAS MYPES

TABLA N° 5

TIPO DE TECNOLOGÍA CREDITICIA APLICADA A LAS MYPES POR PARTE DE LA CAJA AREQUIPA: 2015

Institución financiera	Características de la tecnología crediticia aplicada a las MYPES
Caja Arequipa	- De crédito individual, implementada por la IPC de Alemania, basada en el crédito de empresa a empresa, o de persona a persona, en pequeños montos. - Está basada en la evaluación técnica de la unidad económica y de la unidad familiar, para poder determinar la capacidad y voluntad de pago. Enfatiza el análisis del negocio a financiar, así como el contexto en que se desenvuelve la unidad económica. - El rol de la garantía es un rol de presión psicológica como sanción potencial sobre el prestatario para motivarlo a reembolsar el crédito puntualmente, pero de ninguna manera se le considera como elemento de juicio decisivo en el otorgamiento de crédito. - Se trata de una tecnología crediticia adaptable al tipo de mercado y de clientes que atiende, ya que las MYPES en su gran mayoría carecen de garantías reales. - Determina el tamaño del crédito requerido, el grado de capitalización de la empresa y la posibilidad de distribuir los costos de otorgar el crédito entre el propio cliente y la Caja Arequipa.

	- Busca establecer una relación a largo plazo entre los analistas de créditos y los Micro y Pequeños Empresarios. - Permite el otorgamiento del crédito de forma rápida y oportuna, contribuyendo a que el empresario pueda aprovechar las oportunidades productivas atractivas que les ofrece el mercado.
--	---

FUENTE: Elaborada sobre la base de la información proporcionada por la Caja Arequipa.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 5 muestra que la tecnología crediticia de la Caja Arequipa se caracteriza por el uso de una tecnología intensiva en información, con respecto a la unidad del hogar – empresa, donde cualquier bien dado en garantía, adecuado a la situación de la clientela, juega un papel secundario; el contacto directo del analista de créditos con el cliente; el desarrollo de una relación personal de largo plazo entre el cliente y el analista de créditos y, a través de este, con la organización; un procedimiento ágil y rápido, con minimización del tiempo de resolución, gracias a que se opera a partir de una infraestructura reducida y ubicada en proximidad con el cliente; un trámite sencillo mediante procedimientos simplificados, gracias al uso de la informática; el seguimiento estricto del calendario de pagos, con apoyo de un sistema informático ágil, y la intervención del analista de créditos desde el primer día de atraso, y la seriedad en la definición de las obligaciones contractuales y la severidad en el tratamiento de la falta de pago.

Por lo tanto, la tecnología crediticia de la Caja Arequipa está constituida por el conjunto de sistemas y procedimientos que utiliza para poder satisfacer, a un costo razonable, las necesidades crediticias de su mercado objetivo (especialmente de las MYPES) y enfrentar de manera exitosa los riesgos propios del mismo, garantizando así la sostenibilidad de la institución.

1.3.2 CAPACITACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN DE LOS ANALISTAS DE CRÉDITOS QUE EVALÚAN A LAS MYPES

TABLA N° 6

NIVELES DE CAPACITACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN DE LOS ANALISTAS DE CRÉDITOS QUE EVALÚAN A LAS MYPES QUE ATIENDE LA CAJA AREQUIPA: 2015.

Institución financiera	Capacitación y especialización de los analistas de créditos que atienden y evalúan a las MYPES
Caja Arequipa	- La capacitación y especialización que recibe un analista de créditos le permite ser un especialista en el otorgamiento de crédito, preparado para la promoción, evaluación y recuperación del crédito (la aprobación se da a través de un comité). - En la parte de la promoción requiere de un alto nivel de preparación en marketing, ventas, trato al cliente, etc. - Con respecto a la fase de evaluación, requiere de conocer el entorno, las variables macro y micro, de aspectos contables para desarrollar el balance, flujos de caja, procesos de producción, procesos de comercialización, almacenamiento, márgenes de rentabilidad, ratios, etc. - En el proceso de recuperación del crédito requiere conocer de aspectos legales, técnicas de recuperación de créditos, etc.

FUENTE: Elaborada sobre la base de la información proporcionada por la Caja Arequipa.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 6 muestra que la descripción de los niveles de capacitación y especialización de los analistas de créditos de la Caja Arequipa, permite atender en condiciones óptimas a las MYPES, reflejando la potencialidad de un aspecto importante de la política financiera que viene aplicando en este sector.

1.3.3 RELACIÓN CREDITICIA A LARGO PLAZO ENTRE LAS MYPES Y LA CAJA AREQUIPA

TABLA N° 7

PORCENTAJE DE MYPES QUE HAN ESTABLECIDO UNA RELACIÓN CREDITICIA A LARGO PLAZO CON LA CAJA AREQUIPA: 2005 Y 2015

Institución financiera	Año	Porcentaje de MYPES que han establecido una relación crediticia a largo plazo con la Caja Arequipa (han recibido crédito no menos de 10 veces)
Caja Arequipa	2005	62,29 %
	2015	89,11 %

FUENTE: Departamento de Información Comercial de la Caja Arequipa.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 7 nos muestra el establecimiento de una relación crediticia a largo plazo la Caja Arequipa y las MYPES que atiende. En efecto, para el 2005, el 62,29% de MYPES que atiende la Caja Arequipa, habían establecido una relación crediticia a largo plazo con la Caja Arequipa. Para el 2015, esto ocurre con el 89,11% de MYPES atendidas por la Caja Arequipa.

Este aspecto del alcance de la calidad del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa es relevante, sobre todo, porque refleja, en general, que la MYPES que reciben créditos en esta importante Institución de Microfinanzas (IMF), tienen capacidad de pago. No hay que olvidar que una MYPE para recibir créditos de forma permanente, tiene que haber devuelto en los plazos establecidos los montos de crédito recibidos, más los intereses que correspondan.

CAPÍTULO II

IMPACTO EN EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LA CAJA AREQUIPA: 2005 Y 2015

2.1 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA ADECUACIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS A LAS NECESIDADES REALES DE LAS MYPES MANUFACTURERAS

2.1.1 EXPECTATIVAS QUE TIENEN LOS EMPRESARIOS QUE ADMINISTRAN MYPES MANUFACTURERAS SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE LES BRINDA UNA ENTIDAD FINANCIERA EXCELENTE (LO DESEABLE)

TABLA N° 8

**DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL
EXPORTADOR SEGÚN EXPECTATIVAS DEL EMPRESARIO SOBRE LA
DIMENSIÓN DE CONFIABILIDAD: 2005 Y 2015.**

DESCRIPCIÓN	En total desacuer- do: 1		2		3		4		5		6		Totalmente de acuerdo: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	F	%
1. Cuando una entidad financiera excelente promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100%
2. Cuando un cliente tiene un problema, una entidad financiera excelente muestra sincero interés por resolverlo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100%

3.Una entidad financiera excelente desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100%
4.Una entidad financiera excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100%
5.Una entidad financiera excelente mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a brindar los servicios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 8, referida a las expectativas de los clientes sobre la dimensión de confiabilidad, muestra que el 100% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa, está totalmente de acuerdo en que una entidad financiera excelente, cuando promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple; cuando un cliente tiene un problema, muestra sincero interés por resolverlo; desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez, proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo y mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a brindar los servicios.

Queda claro que estos empresarios tienen la expectativa de que si se cumplen estas condiciones, entonces, se trata de una institución financiera exitosa que es confiable. Por lo tanto, la dimensión de confiabilidad para el empresario que recibe servicios financieros se ve reflejada claramente en el cumplimiento cabal del conjunto de condiciones que, el empresario tiene la expectativa que se den en la realidad, por ejemplo al solicitar un crédito.

TABLA N° 9

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EXPECTATIVAS DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE RESPONSABILIDAD: 2005 Y 2015.

DESCRIPCIÓN	En total desacuer do:1		2		3		4		5		6		Totalmente de acuerdo: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Los empleados de una entidad financiera excelente brindan el servicio con prontitud a los clientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
2. Los empleados de una entidad financiera excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
3. Los empleados de una entidad financiera excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 9, referida a las expectativas de los clientes sobre la dimensión de responsabilidad, muestra que el 100% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa, están totalmente de acuerdo en que los empleados de una entidad financiera excelente brindan el servicio con prontitud, se muestran dispuestos a ayudar y que nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente, es decir, que tienen la expectativa de que si se cumplen estas condiciones, se trata de una institución financiera exitosa que es responsable.

TABLA N ° 10

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EXPECTATIVAS DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE SEGURIDAD: 2005 Y 2015.

DESCRIPCIÓN	En total desacuerdo:1		2		3		4		5		6		Totalmente de acuerdo:7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. El comportamiento de los empleados de una entidad financiera excelente le inspira confianza.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
2. Al realizar transacciones con una entidad financiera excelente el cliente se debe sentir seguro.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
3. Los empleados de una entidad financiera excelente tratan a los clientes siempre con cortesía.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
4. Los empleados de una entidad financiera excelente cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 10, referida a las expectativas de tienen los clientes sobre la dimensión de seguridad, muestra que, el 100% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que viene atendiendo la Caja Arequipa, están totalmente de acuerdo en que:

- a) El comportamiento de los empleados de una entidad financiera excelente les inspira confianza.
- b) Al realizar transacciones con una entidad financiera excelente el cliente se debe sentir seguro.
- c) Los empleados de una entidad financiera excelente tratan a los clientes siempre con cortesía.
- d) Los empleados de una entidad financiera excelente cuentan con el conocimiento para responder a las consultas de los clientes.

Queda claro que estos empresarios tienen la expectativa de que si se cumplen estas condiciones, entonces, efectivamente se trata de una institución financiera exitosa que sí es segura.

Por lo tanto, la dimensión de seguridad para el empresario que recibe servicios financieros se ve reflejada claramente en el cumplimiento cabal de este conjunto de condiciones señaladas, que, el empresario, tiene la expectativa que se den en la realidad, por ejemplo al solicitar un crédito o al abrir una cuenta de ahorros.

Esta expectativa de los empresarios saca a relucir la importancia que tiene para ellos la necesidad de que las instituciones financieras que les brindan servicios financieros sean seguras, y esto es algo que realmente ellos valoran al momento de solicitar servicios financieros y de establecer una relación a largo plazo con la entidad financiera.

TABLA N° 11

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EXPECTATIVAS DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE EMPATÍA: 2005 Y 2015.

DESCRIPCIÓN	En total desacuerdo:1		2		3		4		5		6		Totalmente de acuerdo:7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Una entidad financiera excelente le brinda atención individual.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
2. Una entidad financiera excelente cuenta con empleados que le brindan atención personal.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
3. Una entidad financiera excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
4. Los empleados de una entidad financiera excelente entienden sus necesidades específicas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 11, referida a las expectativas de tienen los clientes sobre la dimensión de empatía, muestra que el 100% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que viene atendiendo la Caja Arequipa, están totalmente de acuerdo en que:

- a) Una entidad financiera excelente brinda atención individual a sus clientes.
- b) Una entidad financiera excelente cuenta con empleados que le brindan atención personal.
- c) Una entidad financiera excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.
- d) Los empleados de una entidad financiera excelente entienden las necesidades específicas de sus clientes.

Queda claro que estos empresarios tienen la expectativa de que si se cumplen estas condiciones, entonces, efectivamente se trata de una institución financiera exitosa con la que tienen empatía.

Por lo tanto, la dimensión de empatía para el empresario que recibe servicios financieros se ve reflejada claramente en el cumplimiento cabal de este conjunto de condiciones señaladas, que el empresario tiene la expectativa que se den en la realidad.

Esta expectativa de los empresarios saca a relucir la importancia que tiene para ellos la necesidad de que las instituciones financieras que les brindan servicios financieros tengan empatía con sus clientes, y esto es algo que realmente ellos valoran al momento de solicitar servicios financieros y de establecer una relación a largo plazo con la entidad financiera.

TABLA N ° 12

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EXPECTATIVAS DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE BIENES TANGIBLES: 2005 Y 2015.

DESCRIPCIÓN	En total desacuer do:1		2		3		4		5		6		Totalmente de acuerdo: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. La apariencia de los equipos de una entidad financiera excelente es moderna.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
2. Las instalaciones físicas de una entidad financiera excelente son visualmente atractivas.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
3. La presentación de los empleados de una entidad financiera excelente es buena.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
4. Los materiales asociados con el servicio (como folletos, o catálogos) de una entidad financiera excelente son visualmente atractivos.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %
5. Los horarios de actividades de una entidad financiera excelente son convenientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 12, referida a las expectativas que tienen los clientes sobre la dimensión de bienes tangibles, muestra que, el 100 % de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador con potencial exportador que viene atendiendo la Caja Arequipa, están totalmente de acuerdo en que:

- a) La apariencia de los equipos de una entidad financiera excelente es moderna.
- b) Las instalaciones físicas de una entidad financiera excelente son visualmente atractivas.
- c) La presentación de todos los empleados de una entidad financiera excelente es buena.
- d) Los materiales asociados con el servicio (como folletos, o catálogos) de una entidad financiera excelente son visualmente atractivos.
- e) Los horarios de las actividades de una entidad financiera excelente son convenientes.

Queda claro que estos empresarios tienen la expectativa de que si se cumplen estas condiciones, entonces, efectivamente se trata de una institución financiera exitosa con bienes tangibles adecuados.

Por lo tanto, la dimensión de bienes tangibles para el empresario que recibe servicios financieros se ve reflejada claramente en el cumplimiento cabal de este conjunto de condiciones señaladas, que, el microempresario, tiene la expectativa que se den en la realidad.

Esta expectativa de los empresarios saca a relucir la importancia que tiene para ellos la necesidad de que las instituciones financieras que les brindan servicios financieros tengan bienes tangibles adecuados, y esto es algo que realmente ellos valoran al momento de solicitar servicios financieros y de establecer una relación a largo plazo con la entidad financiera.

TABLA N° 13

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA PREPONDERANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PARA EL EMPRESARIO: 2005 Y 2015.

DESCRIPCIÓN	Muy importante		Importante		Relativamente importante		Poco importante		No es importante	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. La apariencia de las instalaciones, equipo, personal y materiales de comunicación.	124	100 %	-	-	-	-	-	-	-	-
2. La habilidad de la empresa para desempeñar el servicio prometido confiable y correctamente.	124	100 %	-	-	-	-	-	-	-	-
3. La disponibilidad de la compañía para ayudar a los clientes y proveer un pronto servicio.	124	100 %	-	-	-	-	-	-	-	-
4. El conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar confianza.	124	100 %	-	-	-	-	-	-	-	-
5. El cuidado y la atención personalizada que la compañía brinda a sus clientes.	124	100 %	-	-	-	-	-	-	-	-

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 13, referida a la preponderancia que tienen los clientes sobre la calidad del servicio, muestra que el 100% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa señala que:

- a) La apariencia de las instalaciones, equipo, personal y materiales de comunicación de una entidad financiera excelente es muy importante.
- b) La habilidad de una entidad financiera excelente para desempeñar el servicio prometido confiable y correctamente es muy importante.
- c) La disponibilidad de una entidad financiera excelente para ayudar a los clientes y proveer un pronto servicio es muy importante.
- d) El conocimiento y cortesía de los empleados de una entidad financiera excelente y su habilidad para inspirar confianza es muy importante.
- e) El cuidado y la atención personalizada que una entidad financiera excelente brinda a sus clientes es muy importante.

2.1.2 PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS EMPRESARIOS QUE ADMINISTRAN MYPES MANUFACTURERAS SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE LES BRINDA LA CAJA AREQUIPA (SOBRE LA BASE DE LA EXPERIENCIA VIVIDA)

A diferencia de las expectativas del empresario sobre lo que esperan de una entidad financiera excelente, la percepción que tienen sobre la calidad del servicio que les brinda la Caja Arequipa, está basada en la experiencia vivida, es decir, que se forma luego de recibir servicios financieros.

Para cada una de las dimensiones (confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y bienes tangibles), se presenta información comparativa, es decir, la que se obtuvo de la encuesta aplicada en el 2005 por la Caja Arequipa, con la que se obtiene 10 años después, de la encuesta aplicada en el 2015. Ambas encuestas tratan exactamente sobre los mismos aspectos sobre la evaluación de la percepción de la calidad, con relación a la percepción que tienen los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa. La información obtenida en el 2005 es el antes y la obtenida en el 2015 es el después, para poder medir el impacto de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa.

TABLA N° 14

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE CONFIABILIDAD: 2005 (EL ANTES)

DESCRIPCIÓN	No es totalmente satisfe- cha:1		2		3		4		5		6		Es absoluta- mente satisfecha: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Cuando la Caja Arequipa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26 %
2. Cuando usted tiene un problema, la Caja Arequipa muestra sincero interés por resolverlo.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26 %
3. La Caja Arequipa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26 %
4. La Caja Arequipa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26%
5. La Caja Arequipa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a brindar los servicios.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26%

FUENTE: Encuesta aplicada a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 14 muestra que en el 2005, el 82,26% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador y que son atendidas por la Caja Arequipa, tiene la percepción de que:

1. Cuando la Caja Arequipa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple, es absolutamente satisfecha.
2. Cuando tienen un problema, la Caja Arequipa muestra sincero interés por resolverlo, es absolutamente satisfecha.
3. La Caja Arequipa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez, es absolutamente satisfecha.
4. Cuando la Caja Arequipa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo, es absolutamente satisfecha.
5. La Caja Arequipa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a brindar los servicios, es absolutamente satisfecha.

En este caso, se puede afirmar que no hay diferencias significativas entre las expectativas y la percepción que tienen estos empresarios con respecto a la dimensión de confiabilidad en el 2005.

TABLA N° 15

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE CONFIABILIDAD: 2015 (EL DESPUÉS)

DESCRIPCIÓN	No es totalmente satisfecha: 1		2		3		4		5		6		Es absolutamente satisfecha: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Cuando la Caja Arequipa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03 %	119	95,97 %
2. Cuando usted tiene un problema, la Caja Arequipa muestra sincero interés por resolverlo.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03 %	119	95,97 %
3. La Caja Arequipa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03 %	119	95,97 %
4. La Caja Arequipa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03 %	119	95,97%
5. La Caja Arequipa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a brindar los servicios.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03 %	119	95,97%

FUENTE: Encuesta aplicada a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 15 muestra que, 10 años después, en el 2015, el 95,97% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador y que son atendidas por la Caja Arequipa, tiene la percepción de que:

1. Cuando la Caja Arequipa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple, es absolutamente satisfecha.
2. Cuando tienen un problema, la Caja Arequipa muestra sincero interés por resolverlo, es absolutamente satisfecha.
3. La Caja Arequipa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez, es absolutamente satisfecha.
4. Cuando la Caja Arequipa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo, es absolutamente satisfecha.
5. La Caja Arequipa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a brindar los servicios, es absolutamente satisfecha.

En este caso, se puede afirmar que no hay diferencias significativas entre las expectativas y la percepción que tienen los microempresarios con respecto a la dimensión de confiabilidad en el 2015.

Por lo tanto, se puede concluir que la política financiera aplicada por la Caja Arequipa genera un impacto positivo en la dimensión de confiabilidad del servicio brindado. En efecto, el porcentaje de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que tiene la percepción de que la dimensión de confiabilidad respecto a la calidad del servicio brindado, **es absolutamente satisfecha, es mayor en el 2015 (95,97%) en comparación al 2005 (82,26%).**

Queda claro que con respecto a la dimensión de confiabilidad, la gran mayoría de estos empresarios tienen la percepción de que la calidad del servicio brindado por la Caja Arequipa es muy buena.

TABLA N° 16

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE RESPONSABILIDAD: 2005 (EL ANTES)

DESCRIPCIÓN	No es totalmente satisfecha: 1		2		3		4		5		6		Es absolutamente satisfecha: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Los empleados de la Caja Arequipa le brindan el servicio con prontitud.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26 %
2. Los empleados de la Caja Arequipa siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26%
3. Los empleados de la Caja Arequipa nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26%

FUENTE: Encuesta aplicada a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005.

ELABORACIÓN: Propia

La tabla N° 16 muestra que en el 2005, el 82,26% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador y que son atendidas por la Caja Arequipa, tiene la percepción de que:

- a) Los empleados de la Caja Arequipa les brindan el servicio con prontitud, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- b) Los empleados de la Caja Arequipa siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- c) Los empleados de la Caja Arequipa nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.

En este caso, se puede afirmar que no hay diferencias significativas entre las expectativas y la percepción que tienen estos empresarios que atiende la Caja Arequipa, con respecto a la dimensión de responsabilidad.

Por lo tanto, se puede afirmar que la percepción de la calidad del servicio brindado por la Caja Arequipa con respecto a la dimensión de responsabilidad, es la calidad esperada o deseada por la mayoría de los dueños de las MYPES manufactureras que atiende.

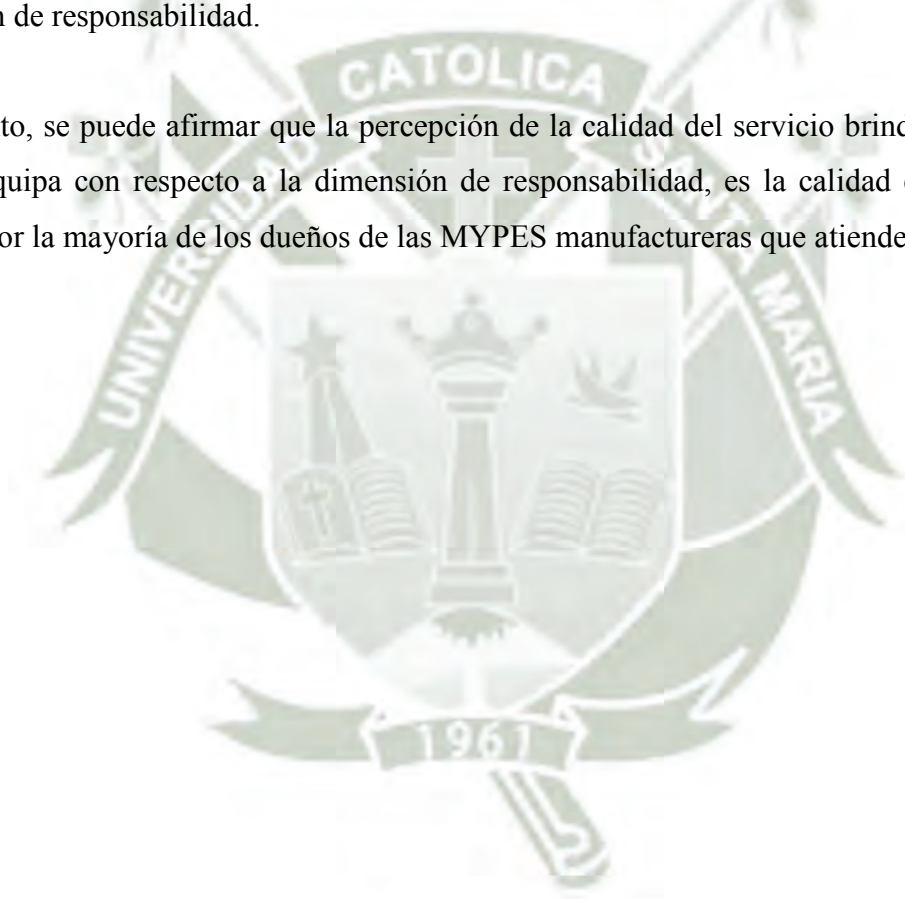


TABLA N° 17

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE RESPONSABILIDAD: 2015 (EL DESPUÉS)

DESCRIPCIÓN	No es totalmente satisfecha: 1		2		3		4		5		6		Es absolutamente satisfecha: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Los empleados de la Caja Arequipa le brindan el servicio con prontitud.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03%	119	95,97 %
2. Los empleados de la Caja Arequipa siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03%	119	95,97 %
3. Los empleados de la Caja Arequipa nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03%	119	95,97 %

FUENTE: Encuesta aplicada a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 17 muestra que en el 2015, el 95,97% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador y que son atendidas por la Caja Arequipa, tiene la percepción de que:

- a) Los empleados de la Caja Arequipa les brindan el servicio con prontitud, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- b) Los empleados de la Caja Arequipa siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- c) Los empleados de la Caja Arequipa nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.

En este caso, se puede afirmar que no existen diferencias significativas entre las expectativas y la percepción que tienen estos empresarios que atiende la Caja Arequipa, con respecto a la dimensión de responsabilidad.

Por lo tanto, se puede concluir que la política financiera aplicada por la Caja Arequipa genera un impacto positivo en la dimensión de responsabilidad del servicio brindado. En efecto, el porcentaje de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que tiene la percepción de que la dimensión de responsabilidad respecto a la calidad del servicio brindado, **es absolutamente satisfecha, es mayor en el 2015 (95,97%) en comparación al 2005 (82,26%).**

Entonces, queda claro que con respecto a la dimensión de responsabilidad, la gran mayoría de estos empresarios tienen la percepción de que la calidad del servicio brindado por la Caja Arequipa es muy buena.

TABLA N° 18

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE SEGURIDAD: 2005 (EL ANTES)

DESCRIPCIÓN	No es totalmente satisfe- cha:1		2		3		4		5		6		Es absoluta- mente satisfecha: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. El comportamien- to de los emplea- dos de la Caja Municipal de Arequipa le inspi- ra confianza.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03%	102	82,26 %
2. Se siente seguro al realizar tran- sacciones con la Caja Municipal de Arequipa.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100,00 %
3. Los empleados de la Caja Municipal de Arequipa lo tratan siempre con cortesía.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03%	102	82,26 %
4. Los empleados de la Caja Municipal de Arequipa cuentan con el conocimiento pa- ra responder a sus necesidades.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03%	102	82,26 %

FUENTE: Encuesta aplicada a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005.

ELABORACIÓN: Propia

La tabla N° 18 muestra que en el 2005, el 82,26% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador y que son atendidas por la Caja Arequipa, tiene la percepción de que:

- a) El comportamiento de los empleados de la Caja Arequipa le inspira confianza, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- b) Los empleados de la Caja Arequipa lo tratan siempre con cortesía, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- c) Los empleados de la Caja Arequipa cuentan con el conocimiento para responder a sus necesidades, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.

Además, el 100% de estos empresarios tiene la percepción de que se sienten seguros al realizar transacciones con la Caja Arequipa. En este caso, la percepción es que esta necesidad es absolutamente satisfecha.

En este caso, se puede afirmar que no hay diferencias significativas entre las expectativas y la percepción que tienen estos empresarios que atiende la Caja Arequipa, con respecto a la dimensión de seguridad.

Por lo tanto, se puede afirmar que la percepción de la calidad del servicio brindado por la Caja Arequipa con respecto a la dimensión de seguridad, es la calidad esperada o deseada por estos empresarios.

TABLA N° 19

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE SEGURIDAD: 2015 (EL DESPUÉS)

DESCRIPCIÓN	No es totalmente satisfecha: 1		2		3		4		5		6		Es absolutamente satisfecha: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. El comportamiento de los empleados de la Caja Arequipa le inspira confianza.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03%	119	95,97%
2. Se siente seguro al realizar transacciones con la Caja Arequipa.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100,00%
3. Los empleados de la Caja Arequipa lo tratan siempre con cortesía.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03%	119	95,97%
4. Los empleados de la Caja Arequipa cuentan con el conocimiento para responder a sus necesidades.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03%	119	95,97%

FUENTE: Encuesta aplicada a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2015.

ELABORACIÓN: Propia

La tabla N° 19 muestra que en el 2015, el 95,97% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador atendidas por la Caja Arequipa, tiene la percepción de que:

- a) El comportamiento de los empleados de la Caja Arequipa le inspira confianza, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- b) Los empleados de la Caja Arequipa lo tratan siempre con cortesía, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- c) Los empleados de la Caja Arequipa cuentan con el conocimiento para responder a sus necesidades, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.

Además, el 100% de estos empresarios tiene la percepción de que se sienten seguros al realizar transacciones con la Caja Arequipa. En este caso, la percepción es que esta necesidad es absolutamente satisfecha.

En este caso, se puede afirmar que no existen diferencias significativas entre las expectativas y la percepción que tienen estos empresarios que atiende la Caja Arequipa, con respecto a la dimensión de seguridad.

Por lo tanto, se puede concluir que la política financiera aplicada por la Caja Arequipa genera un impacto positivo en la dimensión de seguridad del servicio brindado. En efecto, el porcentaje de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que tiene la percepción de que la dimensión de seguridad respecto a la calidad del servicio brindado, **es absolutamente satisfecha, es mayor en el 2015 (95,97%) en comparación al 2005 (82,26%).**

Queda claro que con respecto a la dimensión de seguridad, la gran mayoría de estos empresarios tienen la percepción de que la calidad del servicio brindado por la Caja Arequipa es muy buena.

TABLA N° 20

**DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR
SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE EMPATÍA:
2005 (EL ANTES)**

DESCRIPCIÓN	Totalmente en desacuerdo: 1		2		3		4		5		6		Es absolutamente satisfecha: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. La Caja Arequipa le brinda atención individual.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26 %
2. La Caja Arequipa cuenta con empleados que le brindan atención personalizada.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26 %
3. La Caja Arequipa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26 %
4. Los empleados de la Caja Arequipa entienden sus necesidades específicas.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	17,74%	102	82,26 %

FUENTE: Encuesta aplicada a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005.

ELABORACIÓN: Propia

La tabla N° 20 muestra que en el 2005, el 82,26% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador y que son atendidas por la Caja Arequipa, tiene la percepción de que:

- a) La Caja Arequipa le brinda atención individual, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- b) La Caja Arequipa cuenta con empleados que le brindan atención personalizada, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- c) La Caja Arequipa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- d) Los empleados de la Caja Arequipa entienden sus necesidades específicas, por lo cual están absolutamente satisfecha.

En este caso, se puede afirmar que no hay diferencias significativas entre las expectativas y la percepción que tienen estos empresarios que atiende la Caja Arequipa, con respecto a la dimensión de empatía.

Por lo tanto, la percepción de la calidad del servicio brindado por la Caja Arequipa con respecto a la dimensión de empatía, es la calidad esperada o deseada por estos empresarios.

TABLA N° 21

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE EMPATÍA: 2015 (EL DESPUÉS)

DESCRIPCIÓN	Totalmente en desacuerdo: 1		2		3		4		5		6		Es absolutamente satisfecha: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. La Caja Arequipa le brinda atención individual.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03 %	119	95,97 %
2. La Caja Arequipa cuenta con empleados que le brindan atención personalizada.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03 %	119	95,97 %
3. La Caja Arequipa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03 %	119	95,97 %
4. Los empleados de la Caja Arequipa entienden sus necesidades específicas.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	05	4,03 %	119	95,97 %

FUENTE: Encuesta aplicada a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2015.

ELABORACIÓN: Propia

La tabla N° 21 muestra que en el 2015, el 95,97% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que son atendidas por la Caja Arequipa, tiene la percepción de que:

- a) La Caja Arequipa le brinda atención individual, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- b) La Caja Arequipa cuenta con empleados que le brindan atención personalizada, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- c) La Caja Arequipa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- d) Los empleados de la Caja Arequipa entienden sus necesidades específicas, por lo cual están absolutamente satisfecha.

En este caso, se puede afirmar que no hay diferencias significativas entre las expectativas y la percepción que tienen estos empresarios que atiende la Caja Arequipa, con respecto a la dimensión de empatía.

Por lo tanto, se puede concluir que la política financiera aplicada por la Caja Arequipa genera un impacto positivo en la dimensión de empatía del servicio brindado. En efecto, el porcentaje de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que tiene la percepción de que la dimensión de empatía respecto a la calidad del servicio brindado, **es absolutamente satisfecha, es mayor en el 2015 (95,97%) en comparación al 2005 (82,26%).**

De esta forma, queda claro que con respecto a la dimensión de empatía, la gran mayoría de estos empresarios tienen la percepción de que la calidad del servicio brindado por la Caja Arequipa es muy buena.

TABLA N° 22

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO SOBRE LA DIMENSIÓN DE BIENES TANGIBLES: 2005 (EL ANTES) y 2015 (EL DESPUÉS)

DESCRIPCIÓN	No es totalmente satisfecha: 1		2		3		4		5		6		Es absolutamente satisfecha: 7	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. La apariencia de los equipos de la Caja Arequipa es moderna.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100,00 %
2. Las instalaciones de la Caja Arequipa son visualmente atractivas.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100,00 %
3. La presentación de los empleados de la Caja Arequipa es buena.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100,00 %
4. Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la Caja Arequipa son visualmente atractivos.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100,00 %
5. Los horarios de actividades de la Caja Arequipa son convenientes.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia

La tabla N° 22 muestra que, tanto en el 2005 como en el 2015, el 100% de los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador atendidas por la Caja Arequipa, tiene la percepción de que:

- a) La apariencia de los equipos de la Caja Arequipa es moderna, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- b) Las instalaciones de la Caja Arequipa son visualmente atractivas, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- c) La presentación de los empleados de la Caja Municipal de Arequipa es buena, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- d) Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la Caja Arequipa son visualmente atractivos, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.
- e) Los horarios de actividades de la Caja Arequipa son convenientes, siendo esta necesidad absolutamente satisfecha.

En este caso, se puede afirmar que, tanto en el 2005, como en el 2015, no existen diferencias significativas entre las expectativas y la percepción que tienen estos empresarios que atiende la Caja Arequipa, con respecto a la dimensión de bienes tangibles. Por lo tanto, se puede afirmar que la percepción de la calidad del servicio brindado por la Caja Arequipa con respecto a la dimensión de bienes tangibles, es la calidad esperada o deseada por los dueños de las MYPES manufactureras.

2.1.3 PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS EMPRESARIOS QUE ADMINISTRAN MYPES MANUFACTURERAS SOBRE LAS CONDICIONES DE ACCESO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS QUE RECIBEN EN LA CAJA AREQUIPA

Se ha tomado en cuenta sólo las condiciones de acceso a los servicios financieros que más importan a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador.

TABLA N° 23
DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EL MONTO DEL CRÉDITO QUE RECIBIERON: 2005 Y 2015.

Monto del crédito que recibieron en la Caja Arequipa (rangos que corresponden a diferentes tasas de interés)	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
De S/. 500 a S/. 2999	05	4,03 %	02	1,61 %
De S/. 3000 a S/. 5999	08	6,45 %	04	3,23 %
De S/. 6000 a S/. 9999	25	20,16 %	13	10,48 %
De S/. 10000 a S/. 19999	60	48,39 %	79	63,71 %
De S/. 20000 a S/. 49999	21	16,94 %	15	12,10 %
De S/. 50000 a S/. 79999	05	4,03 %	11	8,87 %
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Departamento de Información Comercial de la Caja Arequipa.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 23 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en los montos de crédito que recibieron las MYPES manufactureras con potencial exportador durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras que recibieron montos de crédito que oscilan entre S/. 10000 y S/. 19999 era del 48,39%, para el 2015, este porcentaje fue del 63,71%, es decir, que se incrementó en 15,32 puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005. Asimismo, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras que recibieron montos de crédito entre S/. 50000 y S/. 79999 era apenas del 4,03%, para el 2015, este porcentaje fue del 8,87%, es decir, que se incrementó en el orden del 15,32% en el 2015 con respecto al 2005, reflejando un incremento sustancial (más del doble).

TABLA N° 24
DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA TASA DE INTERÉS ACTIVA QUE PAGARON POR LOS CRÉDITOS RECIBIDOS: 2005 Y 2015.

Tasa de Interés Efectiva Anual (TEA) que pagaron por los créditos que recibieron	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
Más del 49 %	05	4,03 %	-	-
Entre 45% y 49 %	14	11,30 %	01	0,81 %
Entre 40% y menos del 45%	30	24,19 %	06	4,84 %
Entre 35% y menos del 40%	12	9,68 %	13	10,48 %
Entre 30% y menos del 35%	58	46,77 %	93	75,00 %
Entre 25% y menos del 30%	05	4,03 %	11	8,87 %
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Departamento de Información Comercial de la Caja Arequipa.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 24 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en la Tasa de Interés Efectiva Anual (TEA) que pagaron las MYPES manufactureras con potencial exportador durante el período 2005 – 2015, por los créditos que recibieron. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras que pagaron una TEA entre 30% y menos del 35% fue sólo del 46,77 %, para el 2015, este porcentaje fue del 75%, es decir, que se incrementó en 28,23 puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

Por la naturaleza del indicador (estrictamente de tipo financiero), queda absolutamente claro que la política financiera aplicada por la Caja Arequipa es el factor asociado al hecho de la mayoría de estas empresas estén pagando TEA mucho menores en el 2015 en comparación al 2005.

TABLA N° 25
DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EL TIEMPO PROMEDIO EN QUE RECIBEN EL CRÉDITO: 2005 Y 2015.

Tiempo promedio en que recibieron el crédito	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
De 3 a 4 días	70	56,45 %	104	83,87 %
De 5 a 8 días	49	39,52 %	20	16,13 %
Más de 8 días	05	4,03 %	-	-
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 24 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en el tiempo promedio en que recibieron los créditos las MYPES manufactureras con potencial exportador durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras con potencial exportador que recibió el crédito de 3 a 4 días fue sólo del 56,45%, para el 2015, este porcentaje fue del 83,87%, es decir, que se incrementó en 27,42 puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

Por otro lado, mientras que en el 2005, el 4,03% MYPES manufactureras con potencial exportador recibió el crédito en un tiempo que supera los 8 días calendario, para el 2015, no hay algún caso en donde esto haya ocurrido, es decir, que siempre es menor a los 8 días, y generalmente, y en la mayoría de los casos entre 3 y 4 días calendario. Este resultado también es reflejo del impacto que genera la política financiera de la Caja Arequipa.

TABLA N° 26

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA MEDIDA EN QUE LOS SERVICIOS FINANCIEROS QUE RECIBEN RESPONDEN A SUS NECESIDADES REALES: 2005 Y 2015.

La medida en que los servicios financieros que reciben responden a sus necesidades reales.	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
Totalmente	76	61,29 %	110	88,71 %
Parcialmente	34	27,42 %	14	11,29 %
No responden a las necesidades	14	11,29 %	-	-
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 26 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en la medida en que los servicios financieros que reciben las MYPES manufactureras con potencial exportador, responden a sus necesidades reales, durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras con potencial exportador que recibió servicios financieros que responden totalmente a sus necesidades reales fue sólo del 61,29%, para el 2015, este porcentaje fue del 88,71%, es decir, que se incrementó en 27,42 puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

Además, mientras que en el 2005, el 11,29% de MYPES manufactureras con potencial exportador recibió servicios financieros que no respondían a sus necesidades reales, para el 2015, ya hay caso alguno donde esto ocurra.

TABLA N° 27

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN PERCEPCIÓN QUE TIENEN SOBRE LA RAPIDEZ CON QUE RECIBEN LOS SERVICIOS FINANCIEROS: 2005 Y 2015.

Percepción sobre la rapidez con que reciben los servicios financieros	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
Son otorgados rápidamente	70	56,45 %	104	83,87 %
No son otorgados rápidamente	54	43,55 %	20	16,13 %
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 27 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en la percepción de los empresarios sobre la rapidez con que reciben los servicios financieros las MYPES manufactureras con potencial exportador, durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras con potencial exportador que recibió los servicios financieros de forma rápida era de sólo del 56,45%, para el 2015, este porcentaje fue del 83,87%, es decir, que se incrementó en 27,42 puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

2.2 IMPACTO EN LA MEJORA DE LAS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS DE LAS MYPES MANUFACTURERAS

2.2.1 IMPACTO A NIVEL ECONÓMICO

TABLA N° 28

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN NIVELES DE VENTAS MENSUALES: 2005 Y 2015.

Niveles de ventas mensuales	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
Más de S/. 8000 hasta S/. 12000	25	20,16 %	02	1,61 %
Más de S/. 12000 hasta S/. 18000	35	28,23 %	04	3,23 %
Más de S/. 18000 hasta S/. 25000	08	6,45 %	14	11,29 %
Más de S/. 25000 hasta S/. 32000	54	43,55 %	96	77,42 %
Más de S/. 32000 hasta S/. 45000	02	1,61 %	06	4,84 %
Más de S/. 45000 hasta S/. 55000	-	-	02	1,61 %
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 28 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en los niveles de ventas mensuales de las MYPES manufactureras con potencial exportador, durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras con potencial exportador con niveles de ventas que superan los S/. 25000 hasta los S/. 32000, era de sólo el 43,55%, para el 2015 este porcentaje fue del 77,42%, es decir, que se incrementó en 33,87% puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

TABLA N° 29
DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN NIVELES DE UTILIDADES BRUTAS MENSUALES: 2005 Y 2015.

Niveles de utilidades brutas mensuales	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
Más de S/. 4500 hasta S/. 6500	25	20,16 %	02	1,61 %
Más de S/. 6500 hasta S/. 9500	35	28,23 %	04	3,23 %
Más de S/. 9500 hasta S/. 12500	08	6,45 %	14	11,29 %
Más de S/. 12500 hasta S/. 16500	54	43,55 %	96	77,42 %
Más de S/. 16500 hasta S/. 23000	02	1,61 %	06	4,84 %
Más de S/. 23000 hasta S/. 29000	-	-	02	1,61 %
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 28 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en los niveles de utilidades brutas mensuales de las MYPES manufactureras con potencial exportador, durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras con potencial exportador con niveles de utilidades brutas mensuales que superan los S/. 12500 hasta los S/. 16500, era de sólo el 43,55%, para el 2015 este porcentaje fue del 77,42%, es decir, que se incrementó en 33,87% puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

2.2.2 IMPACTO EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO Y CREDIBILIDAD ANTE SUS CLIENTES

TABLA N° 30

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA CANTIDAD DE EMPLEOS GENERADOS: 2005 Y 2015.

Cantidad de empleos generados	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
Hasta 10	59	47,58 %	32	25,81 %
Entre 11 y 20	65	52,42 %	92	74,19 %
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 30 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en la cantidad de empleos generados por las MYPES manufactureras con potencial exportador, durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras con potencial exportador que generaba entre 11 y 20 empleos era de sólo el 52,42%, para el 2015, este porcentaje fue del 74,19%, es decir, que se incrementó en 21,77 puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

TABLA N° 31

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN LA CREDIBILIDAD QUE TIENEN ANTE SUS CLIENTES: 2005 Y 2015.

Credibilidad ante los clientes	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
Alta	89	71,77 %	118	95,16 %
Regular	35	28,23 %	06	4,84 %
Baja	-	-	-	-
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 31 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en la credibilidad que tienen las MYPES manufactureras con potencial exportador ante sus clientes, durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras con potencial exportador que tenían una alta credibilidad ante sus clientes era del 71,77%, para el 2015, este porcentaje fue del 95,16%, es decir, que se incrementó en 23,39 puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

2.2.3 IMPACTO EN LA MEJORA DEL CAPITAL SOCIAL DE LAS MYPES MANUFACTURERAS

TABLA N° 32

DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EL FORTALECIMIENTO DE SUS REDES SOCIALES MÁS CERCANAS: 2005 Y 2015.

Fortalecimiento de las redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo)	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
Sí se han fortalecido	73	58,87 %	111	89,52 %
Se mantienen igual	51	41,13 %	13	10,48 %
Se han debilitado	-	-	-	-
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 32 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en el fortalecimiento de las redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo) de las MYPES manufactureras con potencial exportador, durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras con potencial exportador que habían logrado fortalecer sus redes sociales más cercanas era del 58,87%, para el 2015 este porcentaje fue del 89,52%, es decir, que se incrementó en 30,65 puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

TABLA N° 33
DISTRIBUCIÓN DE MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR SEGÚN EL ESTABLECIMIENTO DE NUEVAS REDES SOCIALES: 2005 Y 2015.

Establecimiento de nuevas redes sociales	F 2005 (el antes)	Porcentaje	F 2015 (el después)	Porcentaje
Sí participa en organizaciones sociales que han creado las MYPES	66	53,23 %	94	75,81 %
No participa en organizaciones sociales que han creado las MYPES	58	46,77 %	30	24,19 %
TOTAL	124	100,00 %	124	100,00 %

FUENTE: Encuestas aplicadas a los dueños de las MYPES manufactureras con potencial exportador que atiende la Caja Arequipa: 2005 y 2015.

ELABORACIÓN: Propia.

La tabla N° 33 muestra un impacto positivo y significativo de la política financiera aplicada por la Caja Arequipa en el establecimiento de nuevas redes sociales de las MYPES manufactureras con potencial exportador, durante el período 2005 – 2015. En efecto, mientras que en el 2005, el porcentaje de MYPES manufactureras con potencial exportador que habían logrado participar en organizaciones sociales que han creado las MYPES era del 53,23%, para el 2015 este porcentaje fue del 75,81%, es decir, que se incrementó en 22,58 puntos porcentuales en el 2015 con respecto al 2005.

PROPUESTA

TABLA DE INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS PARA LAS INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS (IMF)

DIMENSIONES DE ANÁLISIS	INDICADORES	SUBINDICADORES
La calidad del servicio y la adecuación de los servicios financieros a las necesidades reales de las MYPES.	Expectativas sobre la calidad del servicio (lo deseable) Percepción sobre la calidad del servicio recibido (sobre la base de la experiencia vivida) Percepción del cliente sobre las condiciones de acceso a los servicios financieros	- Confiabilidad - Responsabilidad - Seguridad - Empatía - Bienes materiales o tangibles El monto del crédito. La tasa de interés activa que pagan por los créditos recibidos. El tiempo promedio en que reciben el crédito. La medida en que los servicios financieros que reciben responden a sus necesidades reales. Percepción que tienen sobre la rapidez con que reciben los servicios financieros.
Impacto en la mejora de las condiciones socioeconómicas de las MYPES	Impacto a nivel económico Impacto en la generación de empleo y credibilidad ante sus clientes	Niveles de ventas Utilidad promedio mensual La cantidad de empleos generados La credibilidad de la empresa ante los clientes
Impacto en la mejora del capital social de las MYPES	Fortalecimiento de las redes sociales más cercanas Establecimiento de nuevas redes sociales	En las redes de parentesco, compadrazgo, etc. Participación en organizaciones que crean los Micro y Pequeños Empresarios

FUENTE: Trabajo de investigación.

ELABORACIÓN: Propia.

OTRAS POLÍTICAS QUE PUEDEN MEDIRSE POR EL IMPACTO GENERADO POR LA POLÍTICA FINANCIERA APLICADA POR LAS IMF

En el desempeño social en microfinanzas, las IMF pueden tener otras políticas que pueden medirse por el impacto generado por la política financiera que aplican. Así por ejemplo:

- Contribuir a la reducción de la pobreza
- Alcanzar a personas excluidas de los servicios financieros
- Empoderar a las mujeres que son Micro o Pequeñas Empresarias

La gestión del desempeño social en microfinanzas tiene beneficios tanto a nivel del negocio, como a nivel de la clientela. En efecto, las IMF pueden mejorar sus servicios si conocen los que el mercado “quiere” y saben cuáles son las necesidades de desarrollo de su clientela. Este conocimiento forja la lealtad de la clientela, reduce la mora e incrementa la demanda por servicios de ahorro, crédito y otros. Es así que la gestión del desempeño social en microfinanzas debería ser vista como un componente central de las buenas prácticas del negocio.

Expansión de los negocios de los clientes: La consideración de las necesidades de la clientela, las condiciones del mercado local y de factores tales como el tamaño del crédito, el plazo de pago, el periodo de gracia y los costos de transacción y de oportunidad, contribuye a la exitosa provisión de crédito para el desarrollo empresarial.

La reducción de la pobreza: La consideración sobre cuándo, donde y como los servicios financieros son provistos ayudará a generar el máximo impacto en la pobreza.

El empoderamiento de las mujeres que son Micro o Pequeñas Empresarias: La comprensión de las relaciones de género a nivel de la comunidad, la institución y los hogares, incrementa la probabilidad de empoderamiento de las mujeres y reduce el riesgo de incrementar las inequidades y las tensiones.

Por otro lado, la cobertura en un número significativo de clientes con determinadas características:

Para las IMF es importante saber si sus servicios están llegando o no a los grupos meta que se desea alcanzar.

La provisión de servicios adecuados a lo que quiere y necesita el mercado de clientes: Si los servicios son adecuados es más probable que sean atractivos y benéficos para la clientela, tornando a la IMF en más competitiva y asegurando la generación de impactos positivos.

Los cambios económicos y sociales en clientes, sus familias, sus negocios y en la comunidad más amplia: Al monitorear los cambios ocurridos en los clientes se puede evaluar si los supuestos del camino de impacto son correctos, asegurando una respuesta temprana a problemas y el ajustar los servicios cuando esto sea necesario. La comprensión de los cambios más amplios es importante si se tiene la intención de conocer el rango completo de impactos que los servicios de la institución financiera está generando.



CONCLUSIONES

PRIMERA: Las características del alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa son las siguientes: en primer lugar, que la escala del alcance refleja una buena cobertura financiera para las MYPES (69,46% y 68,29% de las colocaciones totales para los años 2005 y 2015, respectivamente), así como una buena atención (69,16% y 68% del total de créditos otorgados para los años 2005 y 2015, respectivamente). En segundo lugar, se aprecia un buen nivel de penetración financiera (con tasas de crecimiento de las colocaciones totales hacia las MYPES del orden del 22,30% y 24,10% para los años 2005 y 2015, respectivamente), así como una buena profundidad del alcance financiero, acorde con su misión social (con tasas de crecimiento de los créditos que otorga a las MYPES del orden del 21,80% y 23,52% para los años 2005 y 2015, respectivamente). En tercer, lugar, la calidad del alcance muestra el uso de una tecnología crediticia apropiada para este tipo de empresas, así como Programas de Capacitación y Especialización apropiados para los analistas de créditos, además del establecimiento de una relación crediticia a largo plazo entre estos empresarios y la Caja Arequipa (62,29% y 89,11% del total de MYPES para los años 2005 y 2015, respectivamente).

SEGUNDA: El impacto de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en las MYPES manufactureras que tienen potencial exportador, se ve reflejado en **las mejoras generadas en la calidad del servicio brindado** (el 82,26% y el 95,97% para los años 2005 y 2015, respectivamente, percibe que la calidad del servicio es buena en cuanto a las dimensiones de confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía, y el 100% en la dimensión de bienes tangibles), y sus **condiciones de acceso a los servicios financieros ha mejorado de forma significativa** (en cuanto al monto del crédito, la TEA que pagan, etc.). Asimismo, en **el mejoramiento de sus condiciones socioeconómicas**, ya que el porcentaje que percibe ventas mensuales que superan los S/. 25000 hasta los S/. 32000, se ha incrementado del 43,55% en el 2005 al 77,42%

en el 2015, y las mismas tendencias se mantienen con respecto a las utilidades brutas mensuales; y el porcentaje que genera de 11 a 20 empleos ha aumentado del 52,42% en el 2005 al 74,19% en el 2015. Además, se observa **el fortalecimiento de la mejora de su capital social**, ya que el porcentaje que ha fortalecido sus redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo), ha aumentado del 58,87% en el 2005 al 89,52% en el 2015, y finalmente, también se ha incrementado el porcentaje que participa en organizaciones sociales que han creado las MYPES, del 53,23% en el 2005 al 75,81% en el 2015.

TERCERA: La hipótesis de investigación ha sido verificada. En efecto, los resultados obtenidos de la investigación muestran que el alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa está generando un impacto positivo y significativo en el desempeño social en microfinanzas en las MYPES manufactureras que tienen potencial exportador, reflejado en el mejoramiento generado en la calidad del servicio brindado, en sus condiciones de acceso a los servicios financieros, en sus condiciones socioeconómicas, así como en el fortalecimiento de la mejora de su capital social. Estos impactos generados en el 2015 (el después) en comparación al 2005 (el antes) son positivos y significativos, los cuales están descritos detalladamente en las diferentes tablas presentadas.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Es recomendable que las Instituciones de Microfinanzas realicen una evaluación no sólo de su desempeño económico – financiero, sino también de su desempeño social en microfinanzas en sus clientes, coherente con la responsabilidad social que deben asumir, lo cual permita contribuir a que puedan cumplir cabalmente su misión social, que es la razón de ser de cada una de estas instituciones financieras. Por lo menos, debería de incluirse los siguientes indicadores del desempeño social en microfinanzas, que se presenta a continuación:

PRINCIPALES INDICADORES PARA MEDIR EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LAS IMF

- 1. La calidad del servicio y la adecuación de los servicios financieros a las necesidades reales de las MYPES** (se requiere analizar las brechas entre las expectativas y la percepción del cliente sobre el servicio recibido, así como la percepción que tienen sobre las condiciones de acceso a los servicios financieros que reciben).
- 2. El impacto en la mejora de las condiciones socioeconómicas de las MYPES** (a nivel económico, la generación de empleo y la credibilidad ante sus clientes).
- 3. El impacto en la mejora del capital social de las MYPES** (fortalecimiento de sus redes sociales más cercanas y el establecimiento de nuevas redes sociales).

SEGUNDA: Es recomendable que las Instituciones de Microfinanzas puedan abordar en mayor medida las condiciones de acceso a los servicios financieros para las MYPES, así como mejorar la calidad del servicio y la adecuación de los servicios financieros a sus necesidades reales, contribuyendo a que las expectativas y la percepción de los dueños de estas empresas sean similares, en el sentido de que las consideren instituciones financieras excelentes, así como para que puedan impactar positiva y significativamente en su desempeño social en microfinanzas.

TERCERA: Es recomendable que las instituciones financieras, incluyendo a las Instituciones de Microfinanzas, busquen mejorar el acceso a los servicios financieros para las MYPES, adaptando las tecnologías financieras a las necesidades reales de sus clientes, como por ejemplo, que se enfatice más en la evaluación de la capacidad y voluntad de pago del Micro o Pequeño Empresario, en lugar de solicitarles garantías reales, además de que el rol de la garantía debe ser de presión psicológica como sanción potencial sobre el prestatario para motivarlo a reembolsar el crédito puntualmente, pero de ninguna manera como elemento de juicio decisivo en el otorgamiento de crédito.



BIBLIOGRAFÍA (FORMATO APA 2016, 6ª EDICIÓN)

Acosta, F. (2013). *Tecnología crediticia para la Micro y Pequeña Empresa. La sostenibilidad de las organizaciones de microfinanzas*. (2ª edición). Bogotá: Uniandes.

Aliaga, I. (2016). *Desempeño Social en Microfinanzas* (3ª edición). La Paz: PROFIN.

Alvira, F. y García, J. (2012). "El cliente. Nuevo centro de la estrategia bancaria", En: *Papeles de Economía Española*, N° 43, pp. 202 – 225. Madrid.

Alzate, M., Gómez, M. y Deslauriers, J.P. (2014). *Cómo hacer tesis de maestría y doctorado. Investigación, escritura y publicación* (2ª edición). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Arango, J. (2008). *El desempeño social en Instituciones de Microfinanzas* (1ª edición). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

BANCOEX (2009). *Análisis del Potencial Exportador* (4ª edición). Caracas, Venezuela.

Banco Mundial (2016). *Informe sobre el Desarrollo Industrial*. Washington DC.

Berry, L., Bennet, D. y Brown, C. (2011). *Calidad de servicio. Una ventaja estratégica para las instituciones financieras* (2ª edición). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Bertucci, J. (2005). *El Capital social en los proyectos de alivio de la pobreza* (3ª edición). Londres: Institute of Development Studies de Gran Bretaña.

Bourdieu, P. (1986). "Los tipos de capital". En: J.G. Richardson (Editor). *Manual de teoría e investigación para la sociología de la educación*, pp. 26 - 43. Greenwood, New York.

Busquets, J; Tercero, C. y Peral, J. (2013). "Auditoría de la calidad de servicio. Un reto para la empresa española en la próxima década", En: *Revista Nueva Empresa. Suplemento N° 347*, pp. 16 – 18.

Buswell, D. (2013). "Medición de la calidad de servicio al cliente en la sucursal, En: *Revista Internacional de Marketing Bancario*, volumen 1, n° 1, pp. 26 – 41. Londres.

Cabrera, S. y Rubilar, L. (2010). *Análisis y Evaluación del Desempeño Social de las Instituciones de Microfinanzas* (2ª edición). Antofagasta: Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte.

Cañada, F. (2010). *La calidad total en entidades financieras: El Banco Guipuzcoano* (1ª edición). Madrid: Editorial Cinco Días.

Carpintero, S. (2009). *El desempeño social en microfinanzas. La visión actual* (3ª edición). Bilbao: Editorial Deusto.

Castelló, E. (2015). *Dirección y organización de entidades financieras* (1ª edición). Madrid: Editorial ESIC.

Cegarra, J. (2013). *Metodología de la investigación científica* (2ª edición). México, D.F: Ediciones Díaz de Santos.

CERISE (2009). *El desempeño social y la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas* (2ª edición). París.

CERISE (2015). *La política financiera de las Instituciones de Microfinanzas* (1ª edición). París.

Chávez, J. (1998). *La banca y la problemática en torno a la microempresa. II Encuentro Anual de Banca: Las microfinanzas y la gestión de centrales de riesgo*. Lima: Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima.

Cheston, S. y Kuhn, L. (2011). *Medición del desempeño social en las Instituciones de Microfinanzas* (3ª edición). Nueva York: Microcredit Summit.

Copestake, J. (2010). *La Política financiera de las Instituciones de Microfinanzas y su influencia en el desarrollo de las pequeñas y microempresas* (1ª edición). Universidad de Bath, Inglaterra.

Copestake, J. (2011). *El desempeño social en las Instituciones de Microfinanzas* (3ª edición). Universidad de Bath, Inglaterra.

Decreto Ley N° 23039 que norma el funcionamiento de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Perú. Lima, Perú, 1990.

Decreto Supremo N° 013 – 2013. *Texto Único de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial* (2013). Lima, Perú.

Dongo, W. (2014). *El desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas en la sostenibilidad de las Micro y Pequeñas Empresas* (2ª edición). Lima: Universidad ESAN.

Dongo, W (2015). *El papel de la Caja Arequipa en el desarrollo del mercado de microfinanzas en Arequipa y otras zonas del Perú* (1ª edición). Lima: FEPCMAC.

Dongo, W. (2015). *Las tecnologías crediticias de las Instituciones de Microfinanzas en el Perú* (1ª edición). Lima: Universidad ESAN.

Eiglier, P. y Langeard, E. (2009). *Servucción. El marketing de servicios* (1ª edición). Madrid: McGraw-Hill.

Elorriaga, A. (2011). *La gestión de calidad en los servicios bancarios* (2ª edición). Madrid: Editorial Cinco Días.

Escobedo Zegarra, W. (1999). *Microfinanzas y pobreza. Sostenibilidad versus alcance. El caso de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Arequipa, Perú*. II Foro Interamericano de la Microempresa. Buenos Aires, Argentina, 24 - 26 de junio de 1999.

Escobedo Zegarra, W. (2011). *Importancia del alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas* (2ª edición). USAID, México, D.F.

Escobedo Zegarra, W. (2012). *Tecnologías crediticias exitosas para las Micro y Pequeñas Empresas en América Latina* (1ª edición). USAID, México, D.F.

Escobedo Zegarra, W. (2014). *Principales indicadores para la medición del alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas* (2ª edición). USAID, México, D.F.

Fernández, M. (2015). "Calidad del servicio. Una valoración de la banca", En: *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 4, n° 3, pp. 127 - 136.

Forstmann, D. (2009). *Importancia del desempeño social en microfinanzas*. Nuevos alcances (1ª edición). Buenos Aires: Editorial "El Ateneo".

García Baldárrago, W. (2013). *La calidad del servicio en las instituciones financieras* (2ª edición). Madrid: Club Gestión de la Calidad.

García Mestanza, J. (2011). "La gestión de la calidad en las empresas de servicios: un repaso al panorama español", En: *Harvard Deusto Business*, n° 67, pp. 89-94.

González Vega, C. (2008). *El papel del alcance de la política financiera en el desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas* (1ª edición). Washington D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.

González Vega, C.; Prado, F. y Miller, T. (2012). *El reto de las microfinanzas en América Latina. La visión actual* (3ª edición). Caracas: Corporación Andina de Fomento.

González Vega, C.; Prado, F. y Miller, T. (2013). *El alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas*. (2ª edición). Caracas: Corporación Andina de Fomento.

González Vega, C. (2015). *Impacto de la política financiera en el desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas* (3ª edición). Washington D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.

Gronroos, C. (2008). "La calidad del servicio de los seis criterios de buena calidad de servicio", En: *Review of Business*, pp. 19 - 28. New York: Johns University Press.

Gulli, H. (1999). *Microfinanzas y Pobreza: ¿Son válidas las ideas preconcebidas?* (1ª edición) Washington, D.C: Unidad de Microempresa del Banco Interamericano de Desarrollo.

Gulli, H. (2011). *Medición del desempeño social en las Instituciones de Microfinanzas de América Latina y el Caribe y las políticas financieras* (3ª edición). Washington, D.C: Unidad de Microempresa del Banco Interamericano de Desarrollo.

Gulli, H. (2014). *Impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas* (2ª edición). Washington, D.C: Unidad de Microempresa del BID.

Hernández Sampieri, C. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª edición). México, D.F: Mc Graw Hill Interamericana de México, S.A. de C.V.

Huerta De Soto, J. (2014). *El crédito bancario* (2ª edición). Madrid: Unión Editorial, S.A.

Lapeneu, C. (2014). *Del desempeño financiero al desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas* (1ª edición). Por encargo del FIDA, y con el auspicio de la Fundación Ford.

Lehtinen, U. y Lehtinen, J.R. (2005). *Calidad de servicio. Un estudio de las dimensiones de calidad* (3ª edición). Helsinki: Service Management Institute.

Lepp, A. (2005). *El microcrédito en el Perú* (1ª edición). Lima: Financiado por la GTZ (Alemania) y publicado por la FEPCMAC.

Lewis, R. (2011). *La calidad del servicio* (1ª edición). Helsinki: Service Management Institute.

Ley N° 26702. *Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la SBS*.

Memoria Caja Arequipa 2015.

Organización Mundial del Comercio (2008). *El potencial exportador de las Micro y Pequeñas Empresas en países en desarrollo* (2ª edición). Ginebra, Suiza.

Owens, M. (2011). *Desempeño social y misión de las Instituciones de Microfinanzas* (1ª edición). Washington, D.C: Banco Interamericano de Desarrollo.

Paredes Bullón, D. (2009). *Elaboración del plan de negocio de exportación* (1ª edición). Lima: PROMPERÚ.

Parker, C., Cauas, D. y Rivas, G. (1999). “Nuevas orientaciones de política social: A partir de nuevos enfoques sobre pobreza e impacto en programas sociales”, En: *¿Cómo reducir la pobreza y la inequidad en América Latina?* (2ª edición), Enrique Vásquez H. (editor). Programa Latinoamericano de Políticas Sociales.

Pistelli, M., Simanowitz, A. y Thiel, V. (2011). *Informe de 405 Instituciones de Microfinanzas que reportaron datos de desempeño social a MIX en 2009 – 2010*. Por encargo del Microbanking Bulletin. Washington, D.C.

Putnam, R. (1995). “Bowling alone: Americas declining social capital”, In: *Journal of Democracy*, vol. 6, N° 1.

Ramírez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica* (2ª edición). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Robison, L, Siles, M. y Schmid, A. (2003). “El capital social y la reducción de la pobreza: Hacia un paradigma maduro”. En: *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: En busca de un nuevo paradigma* (1ª edición), pp. 42 - 57. Santiago de Chile: CEPAL.

Rodríguez Parada, S. (2010). *Calidad de servicio. Exigencia actual para las entidades financieras competitivas* (3ª edición). Madrid: Club Gestión de la Calidad.

Sasser, W.E, Olsen, RP. y Wyckoff, D.D (2003). *Gestión de operaciones de servicios* (1ª edición). Nueva York: Allyn y Bacon Inc.

Schmidt, R. y Zeitingner, C.P. (2013). *El papel de las tecnologías crediticias* (2ª edición). Bogotá: Sociedad Alemana de Cooperación Técnica (GTZ).

Sebstad, M. y Gregory, F. (2010). *El desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas en un contexto de competitividad* (1ª edición). México, D.F: Universidad Nacional Autónoma de México.

Serida, J. et al (2010). *Emprendimiento global* (1ª edición). Lima: Universidad ESAN.

Von Pischke, J.D. (2010). *Análisis de las dimensiones del desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas* (2ª edición). Washington, DC: Banco Mundial.

Wai, E. (2012). *Tecnologías de crédito para las microempresas* (3ª edición). Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

Valdivia, N. (2003). “El heterogéneo mundo de la pequeña y microempresa en el Perú”. En: *Revista Gerencia*, 30-04-2003, pp. 11 - 14. Lima.

Villarán de la Puente, F. (2013). *El mundo de la pequeña empresa* (2ª edición). Lima: MINCETUR.

Zeitinger, C. P. (2004). “La realización de un proyecto”, en: Tello, María del Pilar (editora). *Promesas de Progreso. Cajas Municipales de Ahorro y Crédito* (1ª edición), pp. 35 - 48. Lima: FEPCMAC. pp. 17 - 27.

Zeitinger, C.P. (2007). *Caracterización de las Micro y Pequeñas Empresas con Potencial Exportador* (1ª edición). Lima: IPC de Alemania.

Zeitinger, C.P. (2012). *Importancia de las condiciones de acceso al crédito formal para las pequeñas empresas* (2ª edición). Lima: IPC de Alemania.

Zeitinger, C. P. (2014). *Alcance de las políticas financieras de las Instituciones de Microfinanzas en América Latina* (3ª edición). Lima: Sociedad de Cooperación Técnica Alemana.



PÁGINAS WEB

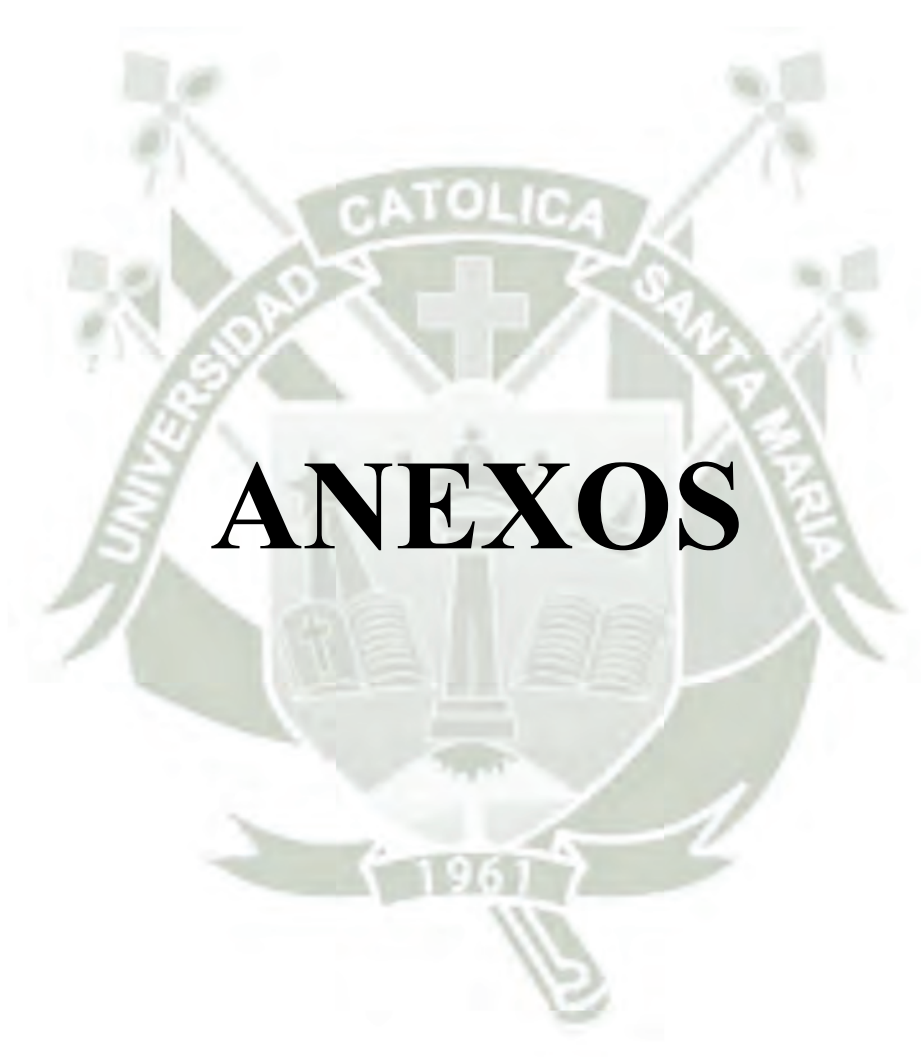
www.cajaarequipa.pe

www.fpcmac.org.pe/files/librofepcmac.pdf

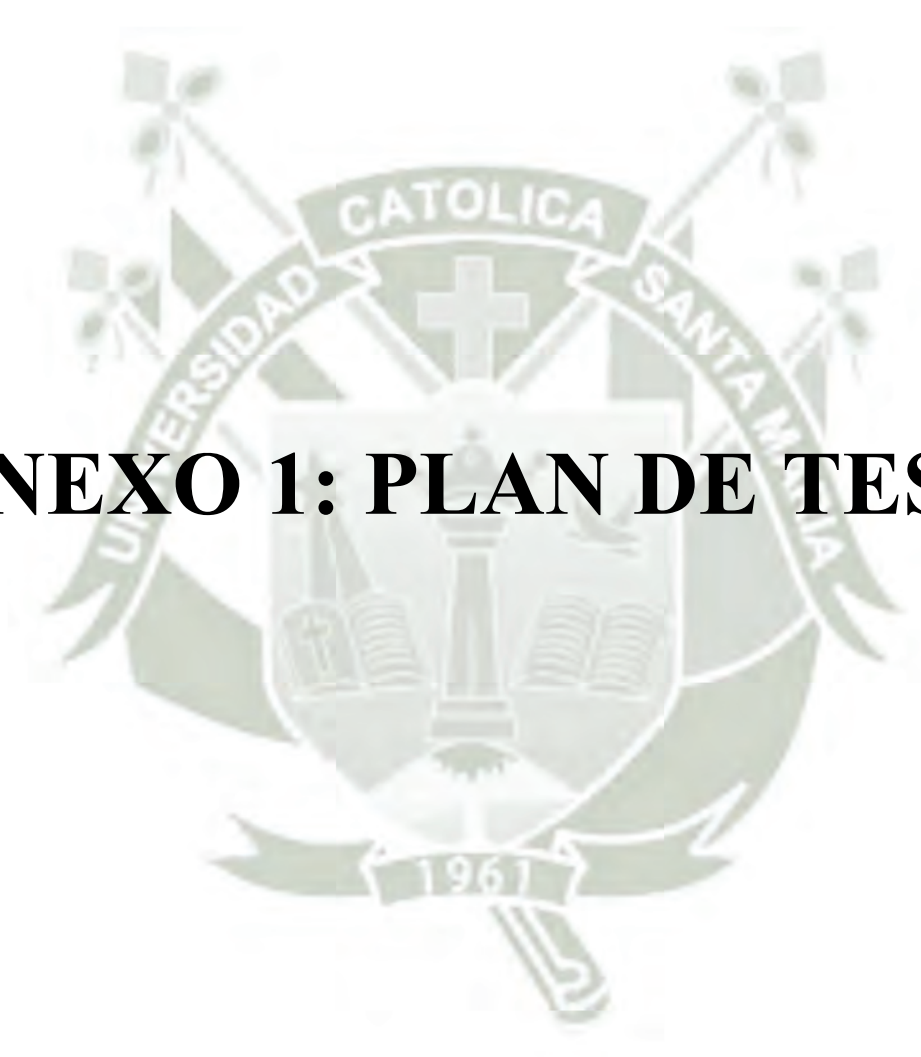
www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/616/3/berberisco_js.pdf

www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/Equilibrium%20CMAC%20Arequipa%202015%2006.pdf





ANEXOS



ANEXO 1: PLAN DE TESIS

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ESCUELA DE POSTGRADO DOCTORADO EN ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



**“IMPACTO DEL ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA EN
EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LA CAJA
AREQUIPA EN MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR.
AREQUIPA, 2015. PERÍODOS COMPARATIVOS: 2005 Y 2015.**

**Plan de Tesis Doctoral presentado por el
Magíster:
Mag. Leiva Flores, Edgard Fredy
Para optar el Título de:
Doctor en Economía y Negocios Internacionales**

AREQUIPA – PERÚ

2016

CONTENIDO DEL PLAN DE TESIS

I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1 Problema de investigación

1.1.1 Enunciado del problema

1.1.2 Descripción del problema

1.1.2.1 Campo, área y línea de investigación

1.1.2.2 Descripción

1.1.2.3 Variables de estudio

1.1.2.4 Operacionalización de las variables

1.1.2.5 Tipo y nivel de investigación

1.1.2.6 Interrogantes básicas

1.1.3 Justificación del problema

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Marco conceptual

1.2.1.1 Alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas

1.2.1.2 Impacto en el desempeño social en microfinanzas de las IMF

1.2.1.2.1 Impacto en la calidad del servicio financiero

1.2.1.2.2 Impacto en la adaptación de servicios financieros a los requerimientos y necesidades reales de las MYPES

1.2.1.2.3 Impacto en las condiciones socioeconómicas de las MYPES

1.2.1.2.4 Impacto en la mejora del capital social de las MYPES

1.2.1.3 Conceptos utilizados en la investigación

1.2.1.3.1 Definición actual de Microempresa en el Perú

1.2.1.3.2 Definición actual de Pequeña Empresa en el Perú

1.2.1.3.3 Crédito bancario

1.2.1.3.4 Microcrédito

1.2.1.3.5 Instituciones de Microfinanzas

1.2.1.3.6 Micro y Pequeñas Empresas con potencial exportador

1.2.1.3.7 Potencial exportador

1.2.2 Base teórica

1.2.2.1 Impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de las IMF en las MYPES

1.2.2.2 Desempeño social de las IMF y la mejora del capital de los Micro y Pequeños empresarios

1.2.2.3 Desempeño social de las IMF y niveles de capacitación de los empresarios que administran MYPES

1.2.2.4 Desempeño social de las IMF y las posibilidades de exportación de las MYPES

1.2.2.5 Desempeño social de las IMF y sostenibilidad de las MYPES

1.2.2.6 Desempeño social de las IMF y capacidad de inversión y adecuación al mercado de las microempresas

1.2.2.7 El desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas en la competitividad de las MYPES

1.2.28 Importancia de la gestión del desempeño social

1.3 Análisis de antecedentes investigativos

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

1.4.2 Objetivos específicos

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

1.5.2 Hipótesis específicas

1.6 Modelo de comprobación de hipótesis para hallar diferencias mediante el impacto

II. DESCRIPCIÓN DE LA CAJA AREQUIPA E IMPORTANCIA DEL SECTOR MANUFACTURERO EN EL PERÚ

2.1 Historia y desarrollo de las Cajas Municipales

2.2 Nacimiento de la Caja Arequipa

- 2.3 Marco legal que regula a la Caja Arequipa
- 2.4 Organización y recursos humanos de la Caja Arequipa
- 2.5 Situación actual de la Caja Arequipa
- 2.6 Misión de la Caja Arequipa
- 2.7 Visión de la Caja Arequipa
- 2.8 Principios y valores institucionales
 - 2.8.1 Honestidad
 - 2.8.2 Integridad
 - 2.8.3 Respeto
 - 2.8.4 Meritocracia
 - 2.8.5 Compromiso
 - 2.8.6 Trabajo en equipo
- 2.9 Objetivos
 - 2.9.1 Objetivos generales
 - 2.9.2 Objetivos estratégicos
- 2.10 Análisis FODA de la Caja Arequipa
 - 2.10.1 Análisis interno
 - 2.10.2 Análisis externo
- 2.11 Importancia de los estados financieros para la Caja Arequipa
- 2.12 Indicadores del mercado de microcrédito en Arequipa
- 2.13 Importancia del sector manufacturero en el Perú

III. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

- 3.1 Técnicas, instrumentos y escala utilizadas
 - 3.1.1 Técnicas
 - 3.1.2 Instrumentos
 - 3.1.3 Escala
- 3.2 Campo de verificación
 - 3.2.1 Ubicación espacial
 - 3.2.2 Ubicación temporal
 - 3.2.3 Unidades de estudio
 - 3.2.3.1 Criterios de inclusión
 - 3.2.3.2 Población

3.2.3.3 Muestra

3.2.3.4 Tipo de muestreo

3.3 Estrategia de recolección de datos

3.3.1 Organización para la obtención de información y la medición del
impacto

3.3.2 Recursos

3.3.2.1 Recursos materiales

3.3.2.2 Recursos humanos

3.3.2.3 Recursos económicos

3.3.3 Validación de los instrumentos

3.3.4 Criterios para el manejo de resultados

3.3.4.1 Revisión de los datos

3.3.4.2 Codificación de los datos

3.3.4.3 Clasificación de los datos

3.3.4.4 Recuento de los datos

3.3.4.5 Presentación de resultados

3.4 Cronograma del trabajo

I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador que operan en Arequipa, 2015. Períodos comparativos: 2005 y 2015.

1.1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.1.2.1 CAMPO, ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Campo: Ciencias Económicas y Empresariales

Área: Economía y Negocios Internacionales

Línea de investigación: Microfinanzas

1.1.2.2 DESCRIPCIÓN

Generalmente, el desempeño social en microfinanzas, por parte de las instituciones de microfinanzas, no ha sido abordado suficientemente. En efecto, el desempeño de las instituciones de microfinanzas ha sido analizado, fundamentalmente, en términos económicos y financieros, es decir, desde el punto de vista de las instituciones de microfinanzas, y no del rol que juegan en el crecimiento y desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES). Por otro lado, no se conoce el desempeño social en microfinanzas que tienen estas instituciones financieras en la actualidad, en el sector de las MYPES, que también es un aspecto crucial del análisis de esta problemática.

Es necesario precisar que el desempeño social en microfinanzas incluye: la calidad del servicio que brindan las instituciones de microfinanzas y la adecuación de los servicios financieros a las necesidades reales de las MYPES, el impacto en la mejora de las condiciones socioeconómicas de las MYPES (a nivel económico, administrativo y de vulnerabilidad) y el impacto en la mejora del capital social de las MYPES.

En este contexto, es relevante señalar, que el factor más influyente en el desempeño social en microfinanzas, es el alcance de la política financiera que aplican las instituciones de microfinanzas, bajo un conjunto de condiciones y circunstancias (contexto).

Otra precisión importante tiene que ver con el hecho de que las pequeñas empresas manufactureras que tienen potencial exportador, dada su capacidad de poder generar más empleo de calidad, requieren, entre otras cosas, que el desempeño social en microfinanzas, de las instituciones financieras que les brindan servicios financieros, incluyendo el crédito, no solamente mejore a manera que transcurre el tiempo, sino también, que refleje estrictamente, la misión que deben cumplir estas entidades financieras.

Por lo tanto, el análisis del desempeño social en microfinanzas, por parte de las instituciones de microfinanzas, en el sector de las MYPES manufactureras, debe ser abordado académicamente, dado que se encuentra relacionado a un sector muy importante para poder consolidar el crecimiento y desarrollo de la economía nacional, sobre todo, considerando su aporte al Producto Bruto Interno (PBI).

Hay que señalar, que en la actualidad, del total de empresas manufactureras que operan en la Región Arequipa (8115, según la información brindada por la SUNAT, a marzo del 2016), el 99,49% son Micro y Pequeñas Empresas (8074), y sólo el 0,51% (41) son Medianas o Grandes Empresas. Dentro de las MYPES manufactureras, las que corresponden al rubro de la elaboración de alimentos y bebidas, concentran el 20,10% del total; las del rubro de Fabricación de prendas de vestir, concentran el 12,80%; las del rubro de Fabricación de productos de metal, concentran el 12,30% del total. Las MYPES del rubro de fabricación de muebles, concentran el 12,29%; las del rubro de curtido de adobos y cueros, concentran el 11,50% del total; las del rubro de edición e impresión, concentran el 10,30% del total, entre las principales. Estos rubros concentran al 86% de MYPES manufactureras que operan en la Región Arequipa. En cambio, las MYPES que pertenecen a los rubros de manufactura de madera, otros minerales no metálicos, maquinarias y equipos, vehículos automotores, productos químicos, reciclamiento, caucho y plásticos, papel y productos de papel, maquinarias y aparatos eléctricos, metales comunes, instrumentos metálicos, ópticos, relojes, y otras industrias

manufactureras, sólo concentran el 14% de MYPES manufactureras que operan en la Región Arequipa.

Ahora bien, dentro del universo de MYPES manufactureras, podemos distinguir entre aquellas que tienen potencial exportador y las que no lo tienen (que aún son la gran mayoría). Es relevante señalar que el potencial exportador se origina, primeramente, del conjunto de características de las empresas, entre las cuales se puede incluir el comportamiento que tiene en el mercado doméstico, así como los recursos y productos que posee. Asimismo, es importante mencionar que las MYPES manufactureras que tienen potencial exportador son intensivas en mano de obra y generan empleo de mayor calidad en comparación a las que no tienen potencial exportador. Es por ello, la mayor relevancia que tiene abordar el problema de investigación planteado.

Dentro de las principales características de las MYPES manufactureras que tienen potencial exportador podemos señalar las siguientes:

- a) Cuentan con un local propio.
- b) Ubicación estratégica del local.
- c) Tienen una inversión pequeña por cada unidad de producto.
- d) Retorno rápido de las inversiones.
- e) Evaluación positiva del análisis del potencial exportador.
- f) Tienen capacidad de operar con bajos costos operativos.
- g) Tienen acceso al uso de la materia prima y los insumos del lugar donde operan.
- h) Cuentan con una estructura empresarial simple y flexible, que puede adaptarse fácilmente a las fluctuaciones que se generan en el mercado.
- i) Trabajan de forma estructurada.
- j) Tienen finanzas sanas.
- k) Están dispuestos a recibir asistencia técnica si fuera necesario.
- l) Cuentan con mano de obra apropiada y calificada para participar en procesos de exportación de bienes o servicios.

- m) Los dueños de estas microempresas tienen la convicción de poder incrementar sustancialmente sus niveles de ventas e ingresos, así como una mayor y mejor generación de empleo, a través del acceso a los mercados internacionales.
- n) Están dispuestos a participar en un proceso de asociatividad y formar conglomerados de microempresas con potencial exportador para poder atender de forma conjunta los volúmenes de producción de bienes o servicios que demandan las grandes empresas importadoras internacionales.

La presente investigación busca analizar el impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador que vienen operando en la ciudad de Arequipa.

1.1.2.3 VARIABLES DE ESTUDIO

VARIABLE INDEPENDIENTE:

“ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA DE LA CAJA AREQUIPA”

VARIABLE DEPENDIENTE:

“IMPACTO EN EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LA CAJA AREQUIPA”

1.1.2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La matriz de consistencia es la siguiente:

MATRIZ DE CONSISTENCIA

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	SUB VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES
Analizar el impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa.	Describir las principales características del alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa. Evaluar el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en el sector de las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y	HIPÓTESIS GENERAL: Dado que: Tomando en cuenta que los objetivos centrales del alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas son: el fiel cumplimiento de su misión social, brindar un servicio de calidad y adecuado a las necesidades reales de sus clientes, promover la mejora de las condiciones socioeconómicas de las Micro y Pequeñas Empresas, así como fortalecer la mejora del capital social de estas empresas. Es probable que: El alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa esté generando un impacto positivo y significativo en el desempeño social que está alcanzando en el sector de las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa.	VARIABLE INDEPENDIENTE: ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA DE LA CAJA AREQUIPA * Las subvariables (o dimensiones de análisis), indicadores y subindicadores del alcance de la política financiera de las Cajas Municipales han sido desarrollados por la FEPCMAC.	Escala del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa Profundidad del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa	Cobertura financiera para las MYPES Cobertura de atención para las MYPES Nivel de penetración financiera hacia las MYPES Nivel de profundidad del alcance financiero hacia las MYPES La tecnología	% de las colocaciones totales hacia las MYPES en los años 2005 y 2015 % de los créditos totales hacia las MYPES en los años 2005 y 2015 Tasa de crecimiento de las colocaciones totales hacia las MYPES en los años 2005 y 2015 Tasa de crecimiento de los créditos totales hacia las MYPES en los años 2005 y 2015

	que operan en Arequipa. Determinar el impacto del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa en el desempeño social en microfinanzas que está alcanzando en el sector de las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS: La escala, profundidad y calidad del alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa, estaría reflejando una buena cobertura financiera y de atención para las MYPES, un nivel de penetración financiera y de profundidad del alcance financiero hacia las MYPES acorde con su misión social, el uso de una tecnología crediticia apropiada para este tipo de empresas, así como Programas de Capacitación y Especialización apropiados para los analistas de créditos, y el establecimiento de una relación crediticia a largo plazo entre estos empresarios y la Caja Arequipa. El impacto de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en el sector de las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa, se vería reflejado en: mejoras en la calidad	VARIABLE DEPENDIENTE: IMPACTO EN EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LA CAJA AREQUIPA	Calidad del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa Impacto en la calidad del servicio y la adecuación de los servicios financieros a las necesidades reales de las MYPES manufacturera	crediticia de la Caja Arequipa aplicada a las MYPES Capacitación y especialización de los analistas de créditos que evalúan a las MYPES Relación crediticia a largo plazo entre las MYPES y la Caja Arequipa % de MYPES manufactureras con potencial exportador según expectativas que tienen sobre la calidad del servicio que les brinda una entidad financiera excelente (lo deseable)	% de MYPES que han establecido una relación crediticia a largo plazo con la Caja Arequipa (2005 y 2015) % de MYPES manufactureras con potencial exportador para los años 2005 y 2015 según criterios de: - Confiabilidad - Responsabilidad - Seguridad - Empatía - Bienes materiales o tangibles
--	--	--	---	---	--	--

		del servicio que se les brinda (adecuado a las necesidades reales de sus clientes), en la mejora de las condiciones socioeconómicas de estas empresas, así como en el fortalecimiento de la mejora de su capital social.	Calidad del serv = Expec - Percepción (definición operacional) Definición basada en los conceptos sobre la calidad del servicio financiero dados por Buswell (2013), Berry, Bennet y Brown (2011) y Lewis (2011), que han desarrollado los estudios más recientes y relevantes sobre la calidad del servicio financiero.	% de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción que tienen sobre la calidad del servicio que brinda la Caja Arequipa (sobre la base de la experiencia vivida) % de MYPES manufactureras con potencial exportador según la percepción que tienen sobre las condiciones de acceso a los servicios financieros en la Caja Arequipa	% de MYPES manufactureras con potencial exportador para los años 2005 y 2015 según criterios de: - Confiabilidad - Responsabilidad - Seguridad - Empatía - Bienes materiales o tangibles % de MYPES manufactureras con potencial exportador para los años 2005 y 2015 según: El monto del crédito. La tasa de interés activa que pagan por los créditos recibidos. El tiempo promedio en que reciben el crédito. La medida en que los servicios financieros que reciben responden
--	--	---	---	---	--

						a sus necesidades reales. Percepción que tienen sobre la rapidez con que reciben los servicios financieros.
				Impacto en la mejora de las condiciones socio económicas de las MYPES manufacturera	Impacto a nivel económico	% de MYPES manufactureras con potencial exportador para los años 2005 y 2015 según: Niveles de venta Utilidades promedio mensual
					Impacto en la generación de empleo y credibilidad ante sus clientes	% de MYPES manufactureras con potencial exportador para los años 2005 y 2015 según: La cantidad de empleos generados La credibilidad de la empresa ante los clientes

				Impacto en la mejora del capital social de las MYPES manufacturera	Fortalecimiento de las redes sociales más cercanas Establecimiento de nuevas redes sociales	- Sí se han fortalecido - Se mantienen igual - Se han debilitado - Participación en organizaciones sociales que han creado las MYPES manufacturera. - No participan en organizaciones sociales que han creado las MYPES manufacturera.
--	--	--	--	---	---	--

FUENTE: Trabajo de Investigación.

ELABORACIÓN: Propia.

1.1.2.5 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación indica que la **investigación es comparativa (el antes corresponde al año 2005 y el después al año 2015, con la finalidad de medir el impacto).**

También es una investigación relacional, dado que el estudio busca analizar la medida en que la variable independiente (alcance de la política financiera de la Caja Arequipa) influye en la variable dependiente (desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa).

El tipo de investigación indica que:

Por su finalidad: Básica, documental y de campo.

De acuerdo al diseño de investigación: No experimental.

De acuerdo a su prolongación temporal: se trata de una investigación longitudinal y retrospectiva (2005 y 2015).

1.1.2.6 INTERROGANTES BÁSICAS

1. ¿Cuáles son las características del alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa?
2. ¿Cuál es el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en el sector de las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa?
3. ¿Cuál es el impacto del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa en el desempeño social en microfinanzas que está alcanzando en el sector de las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa?

1.1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Las razones que justifican el problema de investigación son:

- a) **Tiene relevancia social.** En efecto, la investigación explica cómo la aplicación de la política financiera por parte de una institución de microfinanzas, orientada fundamentalmente al sector de las MYPES, contribuye a una mejor inserción de estas unidades económicas, bajo la lógica productiva y de integración al mercado. Además, el mayor alcance de la política financiera permite, a las instituciones de microfinanzas, tener un desempeño social importante en la generación de mayor crecimiento y articulación de desarrollo para los distintos sectores de las MYPES, incluyendo las que corresponden al sector manufacturero.
- b) **Por la necesidad de contribuir a un mejor desarrollo conceptual y de conocimientos** referidos al tema del alcance de la política financiera y su impacto en el desempeño social en microfinanzas de las IMF, dado que en nuestro país existe una carencia de estudios relacionados a esta línea de investigación, y en este caso, más aún, tratándose del principal intermediario de microfinanzas en Arequipa.
- c) **Porque ayudará a desarrollar otras investigaciones** que tengan relación con la temática y el problema de investigación.
- d) **Porque tiene utilidad práctica.** En efecto, la información que se obtendrá contribuirá al desarrollo de algunas estrategias de desarrollo que estén orientadas a mejorar, fundamentalmente, el desempeño social en microfinanzas de las IMF.
- e) **Se considera que en la actualidad es un tema de actualidad.** En efecto, los principales organismos internacionales, los Estados de los países en desarrollo, las universidades, centros de investigación y las IMF), muestran interés con respecto al hecho de que puedan realizarse investigaciones con respecto a esta temática, con la finalidad de conocer los resultados que estas muestren a todos los actores involucrados en esta temática.

1.2 MARCO TEÓRICO

1.2.1 MARCO CONCEPTUAL

1.2.1.1 ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA DE LAS INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS

Escobedo Zegarra (2011) considera que “la función principal del alcance de la política financiera de las instituciones de microfinanzas es la reducción y el control de los factores que limitan el acceso a los servicios financieros, a través de la redistribución de los recursos, servicios y oportunidades, buscando, sobre todo, potenciar las capacidades de las pequeñas y microempresas, y aplicando un conjunto de medidas y criterios orientados a poder articular desarrollo para los sectores populares”.

“El alcance de la política financiera de una determinada institución de microfinanzas, está definido como el conjunto de directrices, orientaciones, criterios técnicos y lineamientos, que ésta aplica, con la finalidad de brindar servicios financieros (incluyendo el crédito) que aborden y respondan de forma eficiente a las necesidades reales de financiamiento de sus clientes, y, muy en especial, de las Micro y Pequeñas Empresas” (González Vega, Prado Guachalla y Miller Sanabria, 2013: 29). Estos autores también señalan que los beneficios del crecimiento y desarrollo financiero deben alcanzar a los diferentes segmentos sociales de un país, con la mayor equidad e inclusión social posible.

Por otro lado, para Zeitingger (2014), “el alcance de la política financiera de las instituciones de microfinanzas, es la forma que, por medio de estrategias y políticas concretas, tienen estas entidades financieras, para influir de forma positiva en su desempeño en microfinanzas con respecto a sus clientes, incluyendo a las MYPES”. Para este autor, el alcance de la política financiera de las instituciones de microfinanzas, tiene como fin principal, facilitar la convergencia entre los intereses financieros de estas entidades financieras y los intereses comunes de sus clientes.

Para efectos de la presente investigación, para poder medir la variable: “Alcance de la política financiera de las instituciones de microfinanzas”, vamos a utilizar las siguientes

subvariables e indicadores desarrollados por Escobedo Zegarra (2014), precisamente, para la medición de esta variable, que son los siguientes:

A. La escala del alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas

La escala del alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas se mide a través de:

1. La cobertura financiera para las MYPES

Es el porcentaje de las colocaciones totales de una Institución de Microfinanzas que se otorga a las MYPES en un periodo determinado (generalmente un año). Mide la relación existente entre las colocaciones hacia las MYPES y las colocaciones totales.

2. La cobertura de atención para las MYPES

Es el porcentaje de los créditos totales de una Institución de Microfinanzas que se otorga a las MYPES en un periodo determinado (generalmente un año). Mide la relación existente entre los créditos hacia las MYPES y el total de créditos otorgados.

B. La profundidad del alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas

La profundidad del alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas se mide a través de:

1. El nivel de penetración financiera hacia las MYPES

El nivel de penetración financiera hacia las MYPES se mide a través del crecimiento de las colocaciones orientadas a las MYPES de una determinada Institución de Microfinanzas en un periodo determinado (generalmente un año).

2. El nivel de profundidad del alcance financiero hacia las MYPES

La medición del nivel de profundidad del alcance financiero hacia las MYPES se realiza a través del crecimiento de los créditos orientados a las MYPES de una Institución de Microfinanzas, en un periodo determinado (generalmente un año).

C. La calidad del alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas

La calidad del alcance de la política financiera de las IMF se mide fundamentalmente con los siguientes indicadores:

1. El tipo de tecnología crediticia aplicada a las MYPES

González Vega et al (2012) definen la tecnología crediticia como “el conjunto de acciones y de procedimientos necesarios para resolver los problemas de información, incentivos y cumplimiento de contratos, enfrentado por los posibles participantes en una transacción crediticia.

Escobedo Zegarra (2014) señala que “la tecnología crediticia puede definirse como el conjunto conjunto de procedimientos diseñados para analizar analizar solicitudes de crédito de clientes potenciales, enmarcados dentro de una política financiera, encaminados a la minimización del riesgo crediticio, y a la vez, proporcionan agilidad, sencillez y satisfacción en el servicio prestado”.

Para Dongo (2015) “la tecnología crediticia comprende todos los lineamientos técnicos que utiliza una institución financiera, con la finalidad de otorgar facilidades de pago a sus clientes, la misma que implica la determinación de la selección del crédito, las normas del crédito y las condiciones del crédito”.

Por lo tanto, una determinada tecnología crediticia debe incluir los siguientes elementos:

- a) Tdos los criterios de acceso al crédito para el prestatario.
- b) Todo el procedimiento de evaluación y aprobación del crédito.
- c) El análisis de todas las condiciones de acceso al crédito para el prestatario.
- d) Todo proceso de seguimiento y recuperación de los créditos que son otorgados.

Para Escobedo Zegarra (2012) “un elemento central de las tecnologías crediticias exitosas es que el analista de créditos asume la responsabilidad principal, tanto durante la evaluación y otorgamiento del préstamo, como durante el seguimiento del deudor y el eventual cobro”. De esta forma, para este autor, “no sólo se crean incentivos para que el analista de créditos sea diligente en sus esfuerzos, sino que también se desarrolla una relación personal con el deudor”. Este autor señala que “esta relación personal incrementa el nivel de información del analista de créditos e incentiva al deudor a ser cuidadoso en sus pagos. La información acumulada por el analista de créditos facilita nuevos otorgamientos, mientras que la asignación de responsabilidad permite estructurar un sistema de remuneraciones que incluya incentivos al personal, basados en el rendimiento de cada analista de créditos”.

Acosta (2013) refuerza la idea anterior, en el sentido de que “a la vez, esta relación personal permite una reacción inmediata del analista de créditos responsable del préstamo, cuando se presenta un atraso. La celeridad de la reacción permite poner de manifiesto el rigor institucional en la recuperación de los fondos y contribuye a eliminar la morosidad debida a la falta de voluntad, a diferencia de la falta de capacidad de pago”. Este autor señala que “debido al conocimiento personal del cliente, en caso de atrasos justificados, el analista de créditos puede formular, junto con el deudor, una propuesta de solución. El seguimiento inmediato de las operaciones permite sustituir el papel de las garantías reales”.

Por otro lado, Wai (2012) señala que “otro elemento central de estas tecnologías de crédito es la celeridad con que la solicitud de préstamo es atendida y con que el resultado de la gestión es comunicado al deudor. En ese sentido, el plazo de aprobación de una solicitud nueva se reduce a unos pocos días y, en caso de renovaciones, los desembolsos ocurren pocas horas después de solicitados”. Este autor hace hincapié en el hecho de que “para lograrlo, estas tecnologías necesitan sustentarse en un sistema

automatizado de administración de la cartera y de la cobranza. El cumplimiento del plan de pagos es controlado diariamente, con un seguimiento meticuloso de la recuperación”.

Para Schmidt y Zeitinger (2013) “toda tecnología crediticia requiere la utilización de insumos (capital físico, capital humano, información) costosos, y que el propósito de las innovaciones en tecnologías crediticias es reducir estos costos y ampliar los ámbitos en que las transacciones pueden tener lugar”. Estos autores señalan que “una tecnología de crédito eficiente es necesaria para establecer la condición de sujetos de crédito de los solicitantes, mediante la acumulación de información y su utilización en el proceso de aprobación de los préstamos, darle seguimiento a los préstamos otorgados, diseñar correctamente los términos y condiciones de los contratos y hacerlos valer en caso de incumplimiento”. Finalmente, señalan que “estos procesos y los insumos necesarios son caros. Los costos resultantes son una función de la distancia (geográfica, ocupacional, étnica, cultural) entre acreedores y deudores, del tamaño del mercado y la densidad de la población meta en ese mercado, de la diversidad de sus características y del empleo de tecnologías crediticias apropiadas en la producción de estos servicios”.

2. Capacitación y especialización de los analistas de créditos que atienden y evalúan a las MYPES

Escobedo Zegarra (2011) señala que “la capacitación y especialización de los analistas de créditos que atienden y evalúan a las MYPES, se puede definir como la formación técnica que recibe el analista de créditos para llevar a cabo una adecuada promoción, evaluación y recuperación de los créditos otorgados a las MYPES”. En ese sentido, este autor enfatiza en el hecho de que “el analista de créditos requiere de una alta preparación en marketing, ventas, trato al cliente, etc”. Asimismo, indica que “con respecto a la fase de evaluación, requiere tener sólidos conocimientos y habilidades con respecto al análisis del entorno, las variables macro y micro, sobre aspectos contables para desarrollar el balance, flujos de caja, procesos de producción, procesos de comercialización, almacenamiento, márgenes de rentabilidad, ratios, etc”. Finalmente, el autor menciona que “con respecto al proceso de recuperación del crédito, el analista de créditos requiere conocer de aspectos legales, técnicas de recuperación, etc.”.

3. La relación crediticia a largo plazo entre las MYPES y la Institución de Microfinanzas

Dongo (2015) la define como “la relación que se establece entre los empresarios que administran Micro y Pequeñas Empresas y la Institución de Microfinanzas, la cual gira en torno a las transacciones de crédito que se llevan a cabo entre ambas partes”. Además, este autor señala que “el empresario, con frecuencia, le comunica al analista de créditos las potencialidades, oportunidades, limitaciones e inconvenientes que tiene que enfrentar en el mercado, con sus proveedores, con sus clientes, etc”. Este autor enfatiza el hecho de que “el establecimiento de este tipo de relación favorece la evaluación de la capacidad y voluntad de pago de los Micro y Pequeños Empresarios, lo cual es fundamental para garantizar el otorgamiento y devolución de los créditos”.

Para fines prácticos, este indicador mide el porcentaje de MYPES que han establecido una relación crediticia en el largo plazo con una determinada Institución de Microfinanzas, y lo hace a través de la distribución de las MYPES según el número de veces que han sido sujetas de crédito.

1.2.1.2 IMPACTO EN EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LAS IMF

“El desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas es el resultado obtenido en términos de acción y de impacto en sus clientes, producto del proceso de llevar la misión social de una institución de microfinanzas a la práctica” (Arango, 2008). Von Pischke (2010) señala que “el desempeño social de una Institución de Microfinanzas es el proceso de llevar su misión social a la práctica”. Carpintero (2009) indica que, para que dicho proceso sea efectivo, debe realizarse en línea con los siguientes valores sociales:

- a) El alcance de un número creciente de clientes que anteriormente eran excluidos del sistema financiero, de manera sostenible.
- b) La mejora de la calidad y la adaptación de los servicios que se brindan a los requerimientos y necesidades reales de la clientela meta.
- c) La mejora de las condiciones socioeconómicas de los clientes.

- d) El comportamiento socialmente responsable con la clientela, los recursos humanos, las comunidades atendidas y el medio ambiente.

Cheston y Kuhn (2011) definen el desempeño social de una Institución de Microfinanzas como “la manera en que respeta y alcanza su misión social, midiéndola a través de los principios, las acciones y las medidas correctivas implementadas”.

Sin embargo, para autores como Forstmann (2009), Cabrera y Rubilar (2010) y Owens (2011), las definiciones del desempeño social que se han realizado son amplias y variadas. Para estos autores, aún está pendiente el hecho de que las IMF puedan llegar a consensos con respecto a poder definir con mayor amplitud, pero también, con mayor precisión, lo que realmente implica el desempeño social para estas instituciones financieras. Según estos autores, se logra identificar algunas temáticas respecto al debate existente sobre el desempeño social que deben tener las IMF:

1. Para las IMF implica la existencia de una relación entre las partes, es decir, entre la IMF y la sociedad civil en su conjunto.
2. Debe relacionar el impacto social que genera la IMF con su misión social y los objetivos de naturaleza social que persigue.

Para Sebstad y Gregory (2010) “el desempeño social de una Institución de Microfinanzas es la traducción efectiva de su misión social en la práctica (acciones, medidas correctivas, seguimiento de los resultados)”. Estos autores, señalan, además, que el desempeño social también implica la práctica de principios de naturaleza social de las Instituciones de Microfinanzas, ubicándose en el primer eslabón de la cadena de actividad de estas instituciones financieras, como elemento que contribuye al impacto final que pueden generar en la calidad de vida de la clientela de las IMF. Asimismo, que el objetivo social global de una Institución de Microfinanzas consiste, por lo general, en mejorar la calidad de vida de sus clientes y de sus familias, sobre una base de sostenibilidad, y ampliar la gama de oportunidades socioeconómicas para la comunidad.

Para efectos de la presente investigación, el desempeño social tiene las siguientes dimensiones de análisis:

a) El impacto en la calidad del servicio y la adaptación de los servicios financieros a los requerimientos y necesidades de las MYPES. En esta dimensión de análisis los indicadores son los siguientes:

- La percepción y expectativas de los clientes sobre la calidad del servicio.
- La percepción y expectativas de los clientes sobre el acceso a todos y cada uno de los servicios financieros en las IMF.

b) El impacto en la mejora de las condiciones socioeconómicas de las MYPES.

En esta dimensión de análisis los indicadores son los siguientes:

- El impacto a nivel económico.
- El impacto en la generación de empleo y credibilidad ante sus clientes

c) El Impacto en la mejora del capital social de las MYPES. En esta dimensión de análisis los indicadores son los siguientes:

- El fortalecimiento de las redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo)
- El establecimiento de nuevas redes sociales entre los Micro y Pequeños Empresarios
- La relación de confianza entre las MYPES y la Institución de Microfinanzas.

1.2.1.2.1 IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO FINANCIERO

Antes de definir lo que significa la calidad del servicio financiero, es necesario definir qué son los servicios financieros.

• Definición de los servicios financieros

“Son definidos como el conjunto de actividades genéricas que son desarrolladas por las diversas entidades financieras, es decir, un conjunto de procesos en los cuales se ofertan una amplia variedad de servicios financieros, para lo cual tienen que intervenir varios tipos de factores” (García Mestanza, 2011). Para este autor, estos factores son:

- a) **Los factores técnicos**, que se constituyen por el soporte físico y tecnológico que permite concretar una relación de tipo financiero entre clientes y proveedores.
- b) **Los factores humanos**, representados por los actores encargados de participar en todo el conjunto de procesos que implican la prestación de un servicio financiero.
- c) **Los factores financieros**, que se refieren a la definición de los productos y servicios que brindan las entidades financieras a sus clientes, como por ejemplo, las cuentas de ahorros, los créditos, entre otros más.

Precisamente, Rodríguez Parada (2010) señala estos tres factores, en los cuales fundamenta una propuesta que implica triple dimensionamiento en lo concerniente a la calidad de los servicios financieros.

Por otra parte, para Berry, Bennet y Brown (2011) los servicios financieros tienen algunas características que los distinguen:

- 1.- **En primer lugar, la intangibilidad**, que se refiere a la inmaterialidad de los servicios financieros. Así por ejemplo, se tienen las tarjetas de crédito, los cheques, etc., que representan el servicio financiero, pero, que no son el servicio. Para enfrentar la intangibilidad, las instituciones financieras deben aplicar un conjunto de estrategias que puedan asociar el servicio financiero con objetos tangibles fáciles de ser percibidos por el cliente.
- 2.- **En segundo lugar, la heterogeneidad**. Se refiere a que todos los servicios son diferentes, es decir, que no hay forma de ofrecer servicios exactamente iguales, ni a la clientela, ni tampoco en todas las entidades financieras, sobre todo, por no ser posible la estandarización de la forma en que actúan los seres humanos.
- 3.- **En tercer lugar, la inseparabilidad de la producción y el consumo de forma simultánea**, es decir, que los servicios financieros se consumen a medida que se realiza con los clientes. Entonces, el servicio financiero tiene que ser óptimo, con la finalidad de que el cliente lo perciba de esa forma.
- 4.- **En cuarto lugar, la caducidad de los servicios financieros**, es decir, que los servicios financieros no pueden almacenarse. De esta forma, si los servicios financieros no se usan cuando están disponibles, la capacidad que tienen se pierde.

Al llegar a este punto hay que volver a incidir en que el servicio financiero será considerado de calidad si se cumplen las condiciones de encontrar las necesidades del cliente y de satisfacer las expectativas del mismo. El servicio de calidad debe ajustarse, como dicen Berry, Bennet y Brown (2011), sobre todo a las especificaciones del cliente, aunque no sólo a esto.

Ahora sí estamos en condiciones de poder definir lo que significa la calidad del servicio financiero. En ese sentido, hay que señalar que hay dos puntos de vista desde los cuales se puede definir la calidad del servicio financiero. Precisamente, autores como Sasser, Olsen y Wyckoff (2003); Lehtinen y Lehtinen (2005); Gronroos (2008); Eiglier y Langeard (2009), Lewis (2011) y Bennet y Brown (2011) señalan que la calidad del servicio financiero se puede definir de dos formas:

- a) Definiendo el servicio financiero como una variable que tienen varias dimensiones de análisis, en las cuales se explican cada uno de los determinantes de la calidad.
- b) Definiendo el servicio financiero como la variable, en la cual, la calidad va a depender fundamentalmente del conjunto de expectativas y percepciones que tiene la clientela de la entidad financiera.

Lewis (2011), Berry, Bennet y Brown (2011) y Buswell (2013) coinciden en que la calidad del servicio que se brinda en las diversas instituciones financieras se viene analizando, tomando en cuenta cada vez más lo que opinan, piensan y cree la clientela, así como la de los directivos y empleados. Para Cañada (2010), Elorriaga (2011), Alvira y García (2012), Busquets, Tercero y Peral (2013), García Baldárrago (2013), Fernández (2015) y Castelló (2015), además de tomar en cuenta la opinión de los clientes, se debe considerar el terreno de la gestión de la calidad. En este estudio interesa fundamentalmente la opinión de la clientela.

- **Percepción del cliente de las instituciones financieras**

La percepción del cliente de las instituciones financieras se refiere a como éste estima que la entidad financiera está cumpliendo con la entrega del servicio, de acuerdo a como él valora lo que recibe.

- **Expectativas del cliente de las instituciones financieras**

Se puede definir las expectativas de los clientes de las instituciones financieras como lo que esperan que sean los servicios financieros que les brindan dichas instituciones. Estas se forman por experiencias pasadas del cliente, por sus necesidades reales, por la comunicación con otros clientes e información de naturaleza externa.

- **Percepción y expectativas generales de los clientes sobre:**

- 1) **La confiabilidad del servicio**

Es la habilidad de poder desarrollar el servicio financiero en las condiciones en que se acordó y con precisión y absoluta exactitud.

- 2) **La responsabilidad de la institución financiera**

Es la voluntad de la institución financiera de apoyar a su clientela, así como otorgar el servicio de forma rápida.

- 3) **La seguridad que brindan los empleados de la entidad financiera**

Es el conocimiento que tiene el personal de la entidad financiera con respecto a lo que realizan, así como la capacidad que tengan para poder dar confianza al cliente.

- 4) **La empatía del personal con los clientes**

Es la capacidad del personal de brindar una atención personalizada a la clientela.

- 5) **Los bienes materiales (tangibles)**

Se relacionan con la apariencia que muestra la institución financiera con respecto a sus instalaciones físicas, el equipo, así como el personal y el material de comunicación.

1.2.1.2.2 IMPACTO EN LA ADAPTACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS A LOS REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES REALES DE LAS MYPES

- **Percepción de los clientes sobre:**

- El monto del crédito.
- La tasa de interés activa que pagan por los créditos recibidos.
- El tiempo promedio en que reciben el crédito.
- La medida en que los servicios financieros que reciben responden a sus necesidades reales.
- La Percepción que tienen sobre la rapidez con que reciben los servicios financieros.

1.2.1.2.3 IMPACTO EN LAS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS DE LAS MYPES

- **Impacto a nivel económico**

Para efectos de la presente investigación, el impacto a nivel económico en las MYPES manufactureras que tienen potencial exportador se mide a través de:

- a) Las ventas de las MYPES.
- b) Utilidades mensuales en promedio.

- **Impacto en la generación de empleo y credibilidad ante sus clientes**

Para efectos de la presente investigación, el impacto a nivel administrativo en las MYPES, se mide a través de:

- a) El número de personas que laboran en las MYPES.
- b) La credibilidad que tienen las MYPES ante su clientela.

1.2.1.2.4 IMPACTO EN LA MEJORA DEL CAPITAL SOCIAL DE LAS MYPES

- **Capital social**

“El capital social es el el agregado de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo” (Bourdieu, 1986). Este concepto ve que la socialidad es reconocida como un capital, ya que permite acceder a recursos a partir de vínculos sociales que tienen como componente principal los elementos simbólicos que las caracterizan. Asimismo, desde el análisis de las redes sociales se ha desarrollado la noción de capital social, considerando al capital como aquella inversión con expectativa de retorno traducida en un factor potencial para el acceso a recursos acumulables. El capital social se reconoce como tal en cuanto viabiliza el acceso a recursos que están insertados en las redes sociales del individuo.

“El grado de confianza existente entre los actores sociales de una sociedad o grupo social, las normas de comportamiento y el nivel de asociatividad, son elementos que conforman el capital social, los mismos que evidencian la riqueza y la fortaleza del tejido social interno de una sociedad, comunidad o grupo social determinado” (Putnam, 1995). Además, el concepto de red social puede ser considerado como una de las dimensiones claves del capital social.

El concepto de capital social en los proyectos de reducción de la pobreza es un nuevo enfoque que procura fortalecer la capacidad de los pobres para mejorar su situación a través de la asociación y el desarrollo de la confianza. “Entre las estrategias de reducción y alivio de la pobreza, el concepto de capital social es un enfoque nuevo que se diferencia de los criterios exclusivamente asistencialistas aplicados por la mayoría de los programas” (Bertucci, 2005). Organismos y agencias, exclusivamente han promovido en los últimos años, estudios y líneas de acción destinadas a fortalecer la capacidad de los pobres para mejorar su situación formando redes asociativas basadas en la cooperación y la confianza dentro de sus comunidades y con la sociedad más amplia. Además, una de las causas importantes de la pobreza persistente es la falta de capital social que tienen los pobres dentro de redes ricas en recursos. “Cualquier opinión acerca del desarrollo económico y la reducción de la pobreza debe tener en cuenta la

influencia del capital social en la productividad de otras formas de capital y la distribución de los beneficios” (Robison, Siles y Schmid, 2003).

Es importante señalar que en nuestro país la mayoría de Micro y Pequeños Empresarios recurren a diferentes estrategias para mejorar sus negocios, a través de una ética de trabajo y una amplia red social de apoyo y ayuda mutua. Por lo general, las iniciativas empresariales de estos empresarios emergentes involucran recursos y decisiones de círculos familiares y comunales más amplios. “Puede afirmarse que, además del capital económico, el empresario hace uso de un capital social, definido como el conjunto de redes sociales a las cuales recurre para salir adelante y plasmar su proyecto empresarial, así como utilizar mejor los recursos con los que cuenta, incluyendo el uso del crédito” (Valdivia, 2003).

La mayoría de Micro y Pequeños Empresarios que operan en espacios urbanos, y que generalmente provienen del mundo andino, cuentan con cierta acumulación de capital social en las ciudades. Las relaciones de parentesco y de paisanaje, la valoración que se les da a las prácticas sociales de reciprocidad y solidaridad, el grado de asociatividad que han alcanzado, así como el conjunto de relaciones sociales que han desarrollado en las ciudades, juegan un papel importante en la instalación, crecimiento y desarrollo de estas empresas, impactando positivamente en sus niveles de ingreso. “La existencia de vínculos familiares y de paisanos ha posibilitado el logro de una mayor eficiencia, sobre todo en una primera etapa de formación de la empresa. A través de estas redes el migrante no sólo consigue información, capital y conocimientos del mercado, sino que obtiene importantes ahorros de costos en el proceso productivo, facilitando a la vez un uso racional de los escasos recursos con que cuenta” (Adams y Valdivia, 1994). “Este conjunto de relaciones familiares y sociales, así como la práctica de valores como la reciprocidad y la solidaridad, además de la capacidad organizativa que han logrado, contribuyen de manera significativa a que el microcrédito sea utilizado con mayor eficiencia y en condiciones más favorables para el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas” (Zeitinger, 2004).

En el campo de las Instituciones de Microfinanzas, el capital social de los Micro y Pequeños Empresarios, utilizado como información por los analistas de créditos, es fundamental para mejorar el alcance del crédito (Lepp, 2005). Además, “el tema de la

presión social, del compromiso social, es muy importante, ya que mientras mayor grado de cohesión social hay entre el grupo social y las microfinanzas, la probabilidad de recuperar el crédito es mayor” (Chávez, 1998). Si esto es así, entonces, el analista de créditos que se dedica a estos créditos, requiere tener una formación no sólo en economía y finanzas, sino también que requiere obtener un conocimiento hasta cierto punto sociológico o antropológico, que le permita hacer una evaluación de este tipo” (Escobedo, Zegarra, 1999).

“Con respecto al concepto de asociatividad hay que señalar que aparece como clave para comprender contactos y redes sociales de estos empresarios en un determinado territorio o fuera de él, redes que son relevantes para potenciar su actividad económica” (Parker, Cauas y Rivas, 1999). Es más, “en algunos casos, la colaboración familiar de paisanos y amigos, en un nivel empresarial más consolidado de las Micro y Pequeñas Empresas, constituye un factor fundamental para la complementación productiva y comercial, desde diferentes unidades de producción que actúan conjuntamente para la atención de grandes pedidos” (Adams y Valdivia, 1994).

1.2.1.3 CONCEPTOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

1.2.1.3.1 DEFINICIÓN ACTUAL DE MICROEMPRESA EN EL PERÚ

En el año 2013 se promulgó y entró en vigencia el **Decreto Supremo N° 013 – 2013**. Al revisar este Decreto Supremo, denominado **Texto Único de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial**, resulta que, específicamente, en el contenido de **los artículos 4 y 5 del Título I**, se define a la microempresa como la **unidad económica que está constituida por una persona natural o jurídica**, que puede estar bajo cualquier forma o tipo de organización, o de gestión empresarial, tomando en cuenta, para ello, la legislación actual. Además, en estos artículos, se menciona que **la microempresa puede desarrollar diversas actividades económicas, ya sean estas de extracción, de transformación, de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios**, siempre y cuando sus ventas anuales no excedan de **las 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)**.

Para la Superintendencia de Banca, Seguros y AFPs (SBS), de acuerdo al nivel de endeudamiento de la microempresa con el sistema financiero, esta unidad empresarial tienen un nivel total de endeudamiento que es inferior a los S/. 20000.

“Desde el punto de vista crediticio podemos definir las microempresas como unidades económicas cuyas necesidades de financiamiento son fundamentalmente para capital de trabajo” (Zeitinger, 2012: 12). Asimismo, Villarán (2013: 13) señala que “la microempresa es la forma organizacional de actividades productivas de pequeña escala, cuyos dueños generalmente laboran en sus empresas, el número de trabajadores no excede de 10 y el valor total de las ventas no excede de las 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)”.

1.2.1.3.2 DEFINICIÓN ACTUAL DE PEQUEÑA EMPRESA EN EL PERÚ

Según el mismo Decreto Supremo (N° 013 – 2013), la principal diferencia de la Pequeña Empresa con respecto a la microempresa, radica en que las ventas anuales de estas unidades empresariales sí superan las 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), pudiendo alcanzar sus ventas anuales como máximo el monto de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Ahora bien, para la SBS, tomando en cuenta sólo el nivel de endeudamiento de la pequeña empresa con el sistema financiero, estas unidades empresariales tienen un nivel total de endeudamiento que supera los S/. 20000, hasta un monto no mayor a los S/.300000, analizando sólo los últimos seis meses. Es decir, que, en general, hay diferencias significativas con respecto a la capacidad de endeudamiento y de acceso al crédito, entre las pequeñas empresas y las microempresas.

Para Villarán (2013: 14) “La pequeña empresa es la forma organizacional de actividades productivas de pequeña escala, cuyo número de trabajadores no excede de 100 y el valor total de las ventas no excede de las 1700 Unidades Impositivas Tributarias”.

1.2.1.3.3 CRÉDITO BANCARIO

“El crédito bancario es el otorgamiento de dinero por parte de una institución financiera, por el que la persona o empresa se compromete a devolver el monto solicitado en el

plazo definido, según las condiciones establecidas para dicho crédito, más los intereses, comisiones y otros costos asociados, si los hubiera. El crédito presenta como elementos más importantes: el monto desembolsado, las amortizaciones periódicas del mismo, un plazo determinado y una tasa de interés, incluyendo comisiones u otros recargos; todos ellos pactados entre la entidad de intermediación financiera y el cliente” (Huerta De Soto, 2014: 36).

Es relevante señalar que el crédito bancario aporta un primer grado de autonomía en la economía de las empresas, desde la que se puede asentar una actividad de generación de ingresos de forma sostenible.

1.2.1.3.4 MICROCRÉDITO

“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” (Gulli, 1999), pero que “está limitado por las regulaciones financieras vigentes y las condiciones del sistema financiero” (Zeitinger, 2012).

1.2.1.3.5 INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS

“Las Instituciones de Microfinanzas (IMF) son aquellas que suministran servicios financieros en pequeña escala a empresas y familias que tradicionalmente se han mantenido al margen del sistema financiero tradicional, especialmente del sistema bancario” (Escobedo, 2011: 16).

1.2.1.3.6 MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS CON POTENCIAL EXPORTADOR

Zeitinger (2007) señala que las MYPES con potencial exportador tienen las siguientes características:

- a) Cuentan con un local propio.
- b) Ubicación estratégica del local.
- c) La inversión que requieren realizar por cada unidad de producto es pequeña.

- d) Generalmente, se estima que el retorno de inversiones que realizan, es rápido.
- e) Evaluación positiva del análisis del potencial exportador.
- f) Generalmente operan con costos operativos bajos.
- g) Generalmente, suelen utilizar la materia prima y los insumos que se producen en la zona geográfica donde operan.
- h) Generalmente, la estructura organizacional que tienen es simple y bastante flexible, lo cual permite que puedan adaptarse fácilmente a los diversos cambios que se generan en el mercado.
- i) Trabajan de forma estructurada.
- j) Tienen finanzas sanas.
- k) Están dispuestos a recibir asistencia técnica si fuera necesario.
- l) Cuentan con mano de obra apropiada y calificada para participar en procesos de exportación de bienes o servicios.
- m) Los dueños de estas microempresas tienen la firme convicción de poder incrementar sustancialmente sus niveles de ventas e ingresos, así como una mayor y mejor generación de empleo, a través del acceso a los mercados internacionales.
- n) Los empresarios que administran estas empresas, están dispuestos a participar en un proceso de asociatividad y formar conglomerados de microempresas con potencial exportador para poder atender de forma conjunta los volúmenes de producción de bienes o servicios que demandan las grandes empresas importadoras internacionales (Organización Mundial del Comercio, 2008).

1.2.1.3.7 POTENCIAL EXPORTADOR

“El potencial exportador es la capacidad que tiene una empresa para poder exportar, bajo un conjunto de fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, para aprovechar las oportunidades que le ofrece el mercado internacional. El análisis del potencial exportador es vital para la inserción de la empresa en el mercado global, ya que identifica las capacidades en las diferentes etapas del proceso del comercio exterior” (BANCOEX, 2009).

El desarrollo de proyectos de exportación de bienes o servicios, implica que las unidades empresariales puedan estar en una situación óptima de poder exportar, además de tener suficiente capacidad de producir, así como la suficiente capacidad técnica de poder responsabilizarse por los compromisos que tienen que enfrentar en el mercado internacional. Además, “la empresa debe precisar la finalidad de una política exportadora, conociendo aspectos tales como los objetivos de crecimiento, los tipos de mercados, la estructura de la organización, los objetivos financieros, etc.” (Paredes, 2009).

1.2.2 BASE TEÓRICA

1.2.2.1 IMPACTO DEL ALCANCE DE LA POLÍTICA FINANCIERA EN EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LAS IMF EN LAS MYPES

“El impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de las Instituciones de Microfinanzas, en las Micro y Pequeñas Empresas, **se refiere específicamente a los cambios cuantitativos y cualitativos que se generan en los procesos de crecimiento y desarrollo de estas empresas, producto de las características y bondades de la política financiera que aplican las Instituciones de Microfinanzas**” (Gulli, 2014).

González Vega (2015) señala que “el impacto del alcance de la política financiera que aplica una determinada Institución de Microfinanzas en el desempeño social que alcanza en el bienestar y la calidad de vida de sus clientes, depende fundamentalmente de la naturaleza, características y lineamientos específicos que contenga la política financiera que se aplique, bajo un conjunto de condiciones y circunstancias”. Es decir, que la naturaleza de la relación que existe entre alcance de la política financiera y desempeño social de una determinada Institución de Microfinanzas, depende, sobre todo, del tipo de política financiera aplicada y de la forma en que se aplica. Este autor señala que “la política financiera delimita el conjunto de políticas crediticias y financieras que permiten establecer la medida en que la misión social de una Institución de Microfinanzas es cabalmente cumplida, y por lo tanto, determina la medida y la forma en que pueden influir en el desempeño social en sus clientes”.

Por otro lado, Aliaga (2016) señala que “para que el desempeño social sea efectivo, debe realizarse en línea con los siguientes valores sociales: el alcance de un número creciente de clientes que tradicionalmente eran excluidos del sistema financiero convencional (de manera sostenible), la mejora de la calidad y la adecuación de los servicios a las necesidades de la clientela meta, la mejora de las condiciones socioeconómicas de la clientela meta, y finalmente, el comportamiento socialmente responsable con la clientela, los recursos humanos, las comunidades atendidas y el medio ambiente”.

Si bien hay consenso en que los objetivos sociales de la evaluación del desempeño social en microfinanzas son la focalización sobre los clientes (especialmente las MYPES), la adaptación del servicio financiero a los requerimientos y necesidades reales de la clientela, así como el capital social y el capital político de la clientela, además de la responsabilidad social que tienen las Instituciones de Microfinanzas, sin embargo, CERISE (2015) indica que “el cumplimiento de estos objetivos sociales depende, en gran medida, de las políticas financieras que apliquen las Instituciones de Microfinanzas bajo determinadas condiciones y circunstancias. Además, “el alcance de la política financiera puede generar un impacto positivo en el desempeño social en sus clientes, siempre que se vea reflejado en el incremento del bienestar de sus clientes, en la mejora de la calidad de los servicios que brindan, y en la mejora del capital social de sus clientes” (Copestake, 2010).

Es relevante señalar que el desempeño social y el desempeño financiero son las dos columnas, igualmente importantes, que sustentan el alcance de la misión de una determinada Institución de Microfinanzas. La gestión, tanto de los objetivos sociales, como de los objetivos financieros, permite balancear ambos aspectos al momento de tomar decisiones importantes y asegurar el alcance que tiene la misión social de manera sostenible, es decir, el doble equilibrio esperado de las microfinanzas. Al respecto, Lapeneu (2014) señala que “si bien es cierto que las Instituciones de Microfinanzas deben garantizar la sostenibilidad financiera, sin embargo, es necesario buscar un punto de equilibrio entre el desempeño financiero y el desempeño social, y que la política financiera que se aplica es fundamental en el desempeño social que puedan alcanzar las Instituciones de Microfinanzas”.

Finalmente, hay que mencionar que “las evaluaciones tradicionales del desempeño social en microfinanzas se han enfocado en el impacto (que se refiere a los cambios en el bienestar y la calidad de vida de los clientes que pueden ser directamente atribuibles a las Instituciones de Microfinanzas). Sin embargo, el impacto es sólo uno de los elementos del desempeño social. El desempeño social examina todo el proceso por el cual el impacto es generado” (Escobedo Zegarra, 2014). Por lo tanto, queda claro que el análisis del desempeño social en microfinanzas es un proceso que tiene varias dimensiones de análisis.

1.2.2.2 DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS IMF Y LA MEJORA DEL CAPITAL DE LOS MICRO Y PEQUEÑOS EMPRESARIOS

“Un elemento importante del desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas está referido a contribuir en la mejora del capital de los Micro y Pequeños Empresarios: capital financiero, capital de trabajo, capital social, etc.” (González Vega, 2008).

El **capital financiero** del empresario se refiere a la parte del capital total que se encuentra en términos de dinero.

Por otro lado, las Instituciones de Microfinanzas buscan, también, poder financiar la inversión suficiente en **capital de trabajo** por parte del empresario, sobre todo, a través del acceso al crédito. “La inversión en capital de trabajo, que generalmente es muy inferior en monto a la que se hace en infraestructura o equipamiento, puede ser determinante en el éxito o fracaso de un nuevo emprendimiento. Aunque omitirla cambia de manera mínima el resultado de la rentabilidad calculada, sin embargo, es uno de los factores más críticos para que el negocio sea viable” (Forstmann, 2009).

Por otro, lado hay que señalar que debe considerarse 5 variables importantes para el cálculo de la inversión:

- Cuál va ser la forma de abastecimiento.
- Con respecto a los insumos que se requiere para la producción del bien o servicio, es fundamental que estos estén disponibles mucho antes de comenzar el proceso productivo y la producción.

- Es importante entender que generalmente todo lo que se produce, no es vendido en el mismo día en que ha sido producido.
- Para que la competencia y la venta se realice rápidamente, muchas veces requiere del otorgamiento de créditos a la clientela.
- Frecuentemente, los proveedores de las empresas suelen otorgar un determinado plazo para el respectivo pago.

El cálculo del valor del capital de trabajo implica la realización de un presupuesto de caja diario, en el cual se ven los detalles, así como el momento en que se concreta cada pago, y, por ende, el recibimiento de cada uno de los ingresos. Hay que señalar que muchas veces este procedimiento resulta ser engorroso para este tipo de empresarios.

1.2.2.3 DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS IMF Y NIVELES DE CAPACITACIÓN DE LOS EMPRESARIOS QUE ADMINISTRAN MYPES

“Un aspecto importante del desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas en Micro y Pequeñas Empresas, está referido al papel que pueden jugar para contribuir en la capacitación que deben recibir los Micro y Pequeños Empresarios, incluyendo la educación financiera que se les brinda, para que puedan acceder a una amplia gama de servicios financieros en buenas condiciones de mercado” (González Vega, 2008). En ese sentido, hay que tomar en cuenta la relevancia que tienen el conocer cómo éstos empresarios, generalmente suelen valorar los aspectos concernientes a la capacitación, así como su relación con el mejoramiento de la capacidad de competir y la eficiencia empresarial. Esto permite localizar con mayor precisión los esfuerzos que las Instituciones de Microfinanzas contribuyen a realizar en esta materia.

Forstmann (2009) señala que “si bien las Instituciones de Microfinanzas no brindan directamente programas de capacitación a los Micro y Pequeños Empresarios, excepto en el campo de la educación financiera, sin embargo, los programas de microcrédito y el acceso de estos empresarios a los diversos servicios financieros, facilitan los mecanismos para que puedan recibir capacitación técnica adecuada”. En ese sentido, este autor incluye la capacitación a los empresarios que administran MYPES en los siguientes aspectos:

- a) Implementación adecuada de una Micro o Pequeña Empresa.
- b) Capacitación y asesoramiento en materia de formalización empresarial.
- c) Mayor conocimiento del mercado.
- d) Capacitación en materia de marketing.
- e) Progrmaas de capacitación y asesoramiento técnico en materia de todos los aspectos sobre la comercialización de bienes o servicios.
- f) Asesoramiento en el manejo adecuado de la contabilidad que deben de llevar estas empresas.

1.2.2.4 DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS IMF Y LAS POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN DE LAS MYPES

El acceso y las condiciones de acceso al crédito formal, es un factor relevante para que las MYPES que tienen potencial exportador, puedan exportar bienes y servicios a los mercados internacionales. Es necesario precisar que “el potencial exportador es la capacidad que tiene una empresa para poder exportar, bajo un conjunto de fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, para aprovechar las oportunidades que le ofrece el mercado internacional, y que el análisis del potencial exportador es vital para la inserción de las MYPES en el mercado global, ya que identifica las capacidades en las diferentes etapas del proceso del comercio exterior” (BANCOEX, 2009).

Aliaga (2016) señala que “otro aspecto del desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas es contribuir a poner en acción el potencial exportador de las MYPES que lo tienen”. En ese sentido, este autor, señala que las IMF deben favorecer el potenciamiento de las fortalezas de las MYPES con potencial exportador.

1.2.2.5 DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS IMF Y SOSTENIBILIDAD DE LAS MYPES

“Contribuir a consolidar el proceso de sostenibilidad de las MYPES es uno de los principales aspectos del desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas en el bienestar empresarial de estas unidades económicas, y, en ese sentido, el acceso al crédito y a una amplia gama de servicios financieros, como por ejemplo, los depósitos de ahorro a corto y largo plazo” (González Vega, 2008).

Justamente, porque la gran mayoría de MYPES no poseen garantías reales, además de que este tipo de empresarios muchas veces no diferencian la economía empresarial de la economía familiar, es que las Instituciones de Microfinanzas buscan tener un desempeño social importante en contribuir a que éstos empresarios puedan estabilizar sus niveles de ingreso y el consumo de sus familias, especialmente a través de la aplicación de la política financiera que aplican, coherente con la misión social que deben de cumplir” (Escobedo Zegarra, 2011).

“Este elemento del desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas en el bienestar de estas empresas, es especialmente importante, sobre todo, considerando que en la actualidad el sector de la Micro y Pequeña Empresa absorbe al 74% de la Población Económicamente Activa (PEA), genera 8 de cada 10 puestos de trabajo en la economía nacional y contribuye al 40% de la formación del Producto Bruto Interno” (Dongo, 2014). Además, el fortalecimiento y la modernización de las MYPES son fundamentales para el crecimiento y desarrollo sostenido de la economía peruana.

Adicionalmente, el desempeño social de las IMF también busca favorecer un mejor acceso a los mercados para los sectores populares. Este aspecto es importante en el marco de la necesidad de poder contribuir a garantizar la sostenibilidad de las MYPES.

1.2.2.6 DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS IMF Y CAPACIDAD DE INVERSIÓN Y ADECUACIÓN AL MERCADO DE LAS MICROEMPRESAS

“Las Instituciones de Microfinanzas pueden influir de forma positiva y significativa en la capacidad de inversión y la adecuación al mercado de las MYPES, básicamente, contribuyendo a que puedan incrementar sus niveles de capitalización, la ampliación de los negocios y la mejora de la calidad de los activos, para generar bienestar a nivel empresarial y familiar” (Escobedo Zegarra, 2011).

Este autor explica que todo esto es posible gracias a que los Micro y Pequeños Empresarios que tienen oportunidades productivas, son beneficiarios del alcance de la política financiera. En este contexto, las Instituciones de Microfinanzas pueden tener un desempeño social importante en el objetivo de poder apoyar la mejora de la capacidad de inversión y la adecuación de las MYPES al mercado, el cual cada vez experimenta

cambios más rápidos, especialmente con relación a la competencia que se genera, sobre todo, en lo referido a un conjunto de cambios en términos de los gustos y las preferencias del consumidor, así como a la calidad del servicio que deben de brindar a los clientes, etc.

Los aspectos descritos son fundamentales para el desarrollo de las MYPES, ya que la capacidad de inversión y adecuación al mercado de las MYPES, son elementos importantes para poder consolidar el proceso de crecimiento y desarrollo de estas unidades económicas. Así por ejemplo, la capacidad de inversión del empresario va a influir de forma significativa en el capital en infraestructura, así como en lo referente al activo fijo que realice. Asimismo, en la mejora del capital de trabajo, en los niveles de ventas, ingresos y empleo que pueda generar, así como en relación a la calidad del bien o servicio que se produce (González Vega, 2008). Es precisamente en este terreno donde las instituciones de microfinanzas tratan de mejorar su desempeño social, tratando cada vez de que más microempresarios puedan ser beneficiarios de la política financiera.

1.2.2.7 EL DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES

“Estudios preliminares en los principales *clusters* empresariales en el Perú sugieren que las iniciativas de fomento concentradas en el accionar gubernamental no han tenido un efecto sostenido en la competitividad ni la productividad. La evidencia sugiere que los servicios de desarrollo empresarial tienen incidencia limitada porque dependen solo de intervenciones externas, a diferencia de los emprendimientos exitosos, que se explican mejor por capacidades endógenas” (Serida, 2010).

“La competitividad externa de las MYPES es la capacidad que tienen estas empresas de poder aprovechar, tomando en cuenta su entorno, alcanzar un desempeño que permita mejorar su participación en el mercado. Para ello es fundamental la información confiable, la calidad de los procesos y productos, así como el sistema de precios y servicios que se brinda a los clientes, y finalmente, el conjunto de estrategias de marketing, y lo que se conoce como el servicio posventa (González Vega, 2008).

En este contexto, es relevante señalar que el acceso y buen uso del crédito puede contribuir a mejorar la competitividad del empresario. Así por ejemplo, puede ayudar en la mejora de la calidad del bien o servicio ofrecido, así como a mejorar la calidad del servicio brindado y las estrategias de mercado, con la finalidad de contribuir a la mejora de la posición de la empresa en el mercado. En ese sentido, el alcance de la política financiera juega un rol importante para que las Instituciones de Microfinanzas tengan un buen desempeño social en el ámbito de la competitividad de las MYPES.

1.2.2.8 IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO SOCIAL

“El interés renovado por identificar el impacto que las Instituciones de Microfinanzas tienen sobre la población atendida y por evaluar el cumplimiento de sus objetivos sociales, vuelve a poner en perspectiva el propósito esencial que dio origen al surgimiento de las microfinanzas, la necesidad de ofrecer a la población mejoras en sus condiciones de vida” (Aliaga, 2016).

Para este autor “la gestión del desempeño social es importante por dos razones generales. La primera tiene que ver con un compromiso, basado en principios, con la transparencia y el cumplimiento de la misión. La segunda tiene que ver con sus beneficios prácticos para las partes interesadas del sector”. Por tanto, los fundamentos concretos para mejorar los aspectos concernientes a la gestión del desempeño social son:

- “Las Instituciones de Microfinanzas tienen la responsabilidad ética de dar cuenta de su desempeño social de una manera razonablemente transparente. Las Instituciones de Microfinanzas afirman tener un impacto social. Solicitan financiamiento e inversión con base en aseveraciones de impacto social. Esto conlleva, a su vez, la responsabilidad de dar cuenta de su desempeño social de una manera que sea razonablemente transparente con los donantes, inversionistas y otros grupos de partes interesadas” (González Vega, 2008).
- “La gestión del desempeño social es parte esencial en el mantenimiento de la misión social de las microfinanzas. Las medidas del desempeño moldean profundamente los valores y conductas dentro de las organizaciones. En la medida en que las

consideraciones financieras dominen las consideraciones sociales al evaluar el desempeño de las Instituciones de Microfinanzas, existe el peligro de que el desempeño social disminuya progresivamente de importancia. La gestión del desempeño social es necesaria para asegurar que las microfinanzas sigan sujetas a sus raíces sociales históricas” (Copestake, 2010).

- “La gestión del desempeño social beneficia a los clientes de las Instituciones de Microfinanzas. El proceso de gestionar el desempeño social rinde potencialmente numerosos beneficios a los clientes, incluyendo servicios más adecuados a sus necesidades, más variedad de productos a elegir, mejor servicio al cliente y una mayor voz en las operaciones y políticas del programa” (Gulli, 2014).
- “La gestión del desempeño social ayuda a las Instituciones de Microfinanzas a crear una organización más centrada en los clientes y con productos y servicios más orientados a la demanda” (CERISE, 2015).
- “La gestión del desempeño social facilita un mejor desempeño financiero. Gestionar y mejorar el desempeño social permitirá a la institución de microfinanzas proseguir con el crecimiento del programa, haciendo a la institución de microfinanzas más atractiva para clientes potenciales y aumentando la retención de clientes mediante el monitoreo de las experiencias de los clientes en el programa, y receptividad de las mismas” (Lapeneu, 2014).
- “La gestión del desempeño social posibilita a los gerentes de las instituciones de microfinanzas medir y gestionar los desfases entre desempeño financiero y social. Las Instituciones de Microfinanzas son organizaciones con una doble línea de resultados y buscan una combinación de retornos financieros y sociales” (Pistelli, Simanowitz y Thiel, 2011).

1.3 ANÁLISIS DE ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

- 1) Un estudio realizado por: **González Vega, Claudio (2008)**, titulado: **“El papel del alcance de la política financiera en el desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas”**, por encargo del **Banco Interamericano de Desarrollo**, concluye, que la política financiera delimita el conjunto de lineamientos crediticios y financieros, que permiten establecer la medida en que la misión social de las IMF es cabalmente cumplida, y que por lo tanto, determinan la medida y la forma en que pueden influir en el desempeño social en microfinanzas que logran alcanzar estas instituciones financieras en el bienestar de su clientela.
- 2) Un estudio realizado por: **Aliaga, Irina (2016)**, titulado: **“Desempeño social en microfinanzas”**, por encargo de la **Fundación PROFIN, Bolivia**, concluye, que la política financiera aplicada por una determinada Institución de Microfinanzas, ejerce una influencia significativa en el desempeño social que tenga en el nivel de bienestar de sus clientes. Asimismo, que el desempeño social en microfinanzas, para que sea efectivo, debe realizarse en línea con los siguientes valores sociales: el alcance de un número creciente de clientes que tradicionalmente eran excluidos de manera sostenible, la mejora de la calidad y la adaptación de los servicios financieros a los requerimientos reales de los clientes, la mejora de las condiciones socioeconómicas de los clientes, y finalmente, el comportamiento socialmente responsable con la clientela, los recursos humanos, las comunidades atendidas y el medio ambiente.
- 3) Un estudio realizado por **CERISE (2009)**, titulado: **“El desempeño social y la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas”**, concluye, que los objetivos sociales de la evaluación del desempeño social en microfinanzas son: la focalización sobre los clientes, la adaptación del servicio financiero a los requerimientos reales de su clientela, así como el capital social y el capital político. Asimismo, la responsabilidad social de las IMF. Asimismo, que el cumplimiento de estos objetivos sociales depende, en gran medida, de las políticas financieras que apliquen las IMF, bajo determinadas condiciones y circunstancias.
- 4) Un estudio realizado por: **Copestake, James (2011)**, titulado: **“El desempeño social en las Instituciones de Microfinanzas”**, publicado en la **Universidad de Bath**,

Inglaterra, concluye, que el alcance de la política financiera aplicada por las IMF puede generar un impacto positivo en el desempeño social de estas entidades, siempre que se vea reflejado en el incremento del bienestar de sus clientes, en la calidad del servicio, así como en el mejoramiento del capital social de sus clientes.

5) Un estudio realizado por: **Pistelli, Micol; Simanowitz, Anton y Thiel, Veronika (2011)**, titulado: **“Informe de 405 Instituciones de Microfinanzas que reportaron datos de desempeño social a MIX en 2009 – 2010”**, por encargo del **MICROBANKING BULLETIN, Washington, D.C.**, concluye que:

- a) Las IMF que operan en los mercados más competitivos y/o maduros, han recibido alguna forma de capacitación en gestión del desempeño social, tienen fuerte apoyo de las redes locales de microfinanzas o reciben fondos de inversionistas, que basan sus decisiones de inversión en información sobre desempeño social, tienden a ser las más activas en monitorear y reportar el desempeño social.
- b) La industria ya no percibe la gestión del desempeño social como un área separada de investigación, pertinente sólo para el mundo de las instituciones sin fines de lucro, sino más bien como parte integral de las operaciones de cualquier IMF.
- c) Las Instituciones de Microfinanzas reconocen cada vez más la importancia de las políticas de protección al consumidor, pero, estas todavía deben expandirse y mejorarse, especialmente dados los altos niveles de sobreendeudamiento que se observan en ciertas subregiones. Solo el 15% de las Instituciones de Microfinanzas reportaron tener los seis Principios de Protección del Cliente de la Smart Campaign.
- d) Existe un creciente reconocimiento entre las IMF de que la inversión en recursos humanos, capacitación del personal e incentivos, son clave para garantizar altos niveles de retención de personal y clientes. Sin embargo, las Instituciones de Microfinanzas están luchando por encontrar el equilibrio apropiado de recompensas orientadas hacia el desempeño social y financiero para el personal.
- e) La medición del alcance a los clientes que tradicionalmente eran excluidos del sistema bancario, es cada vez más tomado en cuenta por una mayor cantidad de IMF, y los datos sobre esta proyección, a pesar de ser relativamente complicados de ser evaluados de forma comparativa, debido a la variedad de herramientas

disponibles. Sin embargo, cada vez vienen realizando mayores esfuerzos y destinando más recursos orientados a la realización de dichas evaluaciones.

- f) Las metas orientadas al género generalmente son prominentes entre las IMF: las mujeres representan una proporción relativamente alta - usualmente la mayoría - de clientes entre las regiones y la mitad de las IMF, ofrecen servicios no financieros, específicamente diseñados para satisfacer las necesidades de las mujeres. Sin embargo, la tendencia a priorizar las metas de desarrollo de género, no se refleja en la estructura de recursos humanos de las IMF. Aunque la vasta mayoría de políticas de recursos humanos promueven iguales oportunidades, las mujeres son una significativa minoría dentro de las gerencias de las IMF.
-
- 6) Un estudio realizado por: **Lapeneu, Cecile (2014)**, titulado: **“Del desempeño financiero al desempeño social de las Instituciones de Microfinanzas”**, por encargo del **FIDA**, y con el auspicio de la **Fundación Ford**, concluye, que, si bien es cierto, que las IMF deben garantizar la sostenibilidad financiera, sin embargo, es necesario buscar el equilibrio necesario entre los desempeños financiero y social, y que la política financiera que se aplica, es fundamental en el desempeño social que puedan alcanzar las IMF.
 - 7) Un estudio realizado por **Gulli, Hege (2011)**, titulado: **“Medición del desempeño social en las Instituciones de Microfinanzas de América Latina y el Caribe y las políticas financieras”**, por encargo del **BID**, concluye que:
 - a) Los desempeños sociales que están alcanzando las IMF en todos los países en desarrollo de la Región de América, difieren sustancialmente de un país a otro, así como de una Institución de Microfinanzas a otra.
 - b) Uno de los factores que más impacta en el desempeño social de las IMF es el alcance de la política financiera que aplica cada una de ellas, ya que influye en la cobertura de atención a la clientela, así como en la calidad de los servicios brindados, en el impacto que pueden tener en las condiciones socioeconómicas de sus clientes y en su capital social.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto del alcance de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador que operan en la ciudad de Arequipa.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Describir las características del alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa.
2. Evaluar el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa.
3. Evaluar el impacto del alcance de la política financiera de la Caja Arequipa en el desempeño social en microfinanzas que está alcanzando en las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa.

1.5 HIPÓTESIS

1.5.1 HIPÓTESIS GENERAL

Dado que: Tomando en cuenta que los objetivos centrales del alcance de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas son: el fiel cumplimiento de su misión social, brindar un servicio de calidad y adecuado a las necesidades reales de sus clientes, promover la mejora de las condiciones socioeconómicas de las Micro y Pequeñas Empresas, así como fortalecer la mejora del capital social de estas empresas.

Es probable que: El alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa esté generando un impacto positivo y significativo en el desempeño social que está alcanzando en las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa.

1.5.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

1. La escala, profundidad y calidad del alcance de la política financiera que viene aplicando la Caja Arequipa, estaría reflejando una buena cobertura financiera y de atención para las MYPES, un nivel de penetración financiera y de profundidad del alcance financiero hacia las MYPES acorde con su misión social, el uso de una tecnología crediticia apropiada para este tipo de empresas, así como Programas de Capacitación y Especialización apropiados para los analistas de créditos, y el establecimiento de una relación crediticia a largo plazo entre estos empresarios y la Caja Arequipa.
2. El impacto de la política financiera en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa en las Micro y Pequeñas Empresas manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa, se vería reflejado en: mejoras en la calidad del servicio brindado (adecuado a las necesidades reales de sus clientes), en el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de estas empresas, así como en el fortalecimiento de la mejora de su capital social.

1.6 MODELO DE COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS PARA HALLAR DIFERENCIAS MEDIANTE EL IMPACTO

El Manual de Evaluación del Impacto de la Política Financiera de las Instituciones de Microfinanzas, publicado por el Banco Mundial (2010), así como la metodología usada para medir el impacto de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas, establecida por el BID (2012), señalan que:

- a) **Tiene que utilizarse dos períodos de tiempo para poder medir el impacto de la política financiera de las Instituciones de Microfinanzas.** Para el caso de la investigación los períodos son: el año 2005 (el antes) y el año 2015 (el después).
- b) **Con los resultados obtenidos de cada período, se establece las diferencias halladas, y por lo tanto, se determina el impacto de la política financiera.**
- c) **La diferencia entre ambos períodos no debe ser menor a los 10 años, de tal forma que las diferencias encontradas, reflejen realmente el impacto de la política financiera** (para la investigación: $2015 - 2005 = 10$ años).

II. CONTEXTO: DESCRIPCIÓN DE LA CAJA AREQUIPA E IMPORTANCIA DEL SECTOR MANUFACTURERO EN EL PERÚ

2.1 HISTORIA Y DESARROLLO DE LAS CAJAS MUNICIPALES

“A fines de la década de los años setenta la economía peruana registraba un cada vez más un creciente protagonismo por parte de ciudadanos emprendedores, quienes requerían apoyo financiero para emprender sus negocios. Esta necesidad no era adecuadamente atendida por el sistema financiero tradicional. Históricamente, la banca tradicional nunca llegó a los pequeños sectores empresariales debido a la falta de garantías, el alto riesgo que implicaba la recuperación de los créditos, los elevados costos operativos de mantener una cartera numerosa de pequeños créditos y su complicado trámite. Es así que la historia de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) comienza cuando el gobierno militar en el Perú llega a su fase final”¹.

“En 1979 la Asamblea Constituyente elegida un año atrás termina de redactar una nueva Constitución Política. En uno de los artículos de la Carta Magna, se señala que el Estado otorga a las Municipalidades facultad y autonomía para crear sus propias empresas para el desarrollo local y regional, y para la promoción del ahorro comunal. Bajo este marco constitucional, en 1980 se publica el Decreto Ley 23039, mediante el cual se aprueba la creación de las cajas municipales, las cuales son autorizadas para captar ahorros del público en las provincias. El objetivo fue constituir instituciones financieras descentralizadas orientadas a la atención de aquellos segmentos de población que no tenían acceso al sistema crediticio formal” (www.fpcmac.org.pe/files/librofepcmac.pdf).

Para que no hubiera algún tipo de influencia política en la gestión de las Cajas, se tomó un conjunto de principios que aplican las cajas alemanas, en el sentido de que el Directorio estuviera compuesto sólo por personas que no tuvieran relación alguna con las Municipalidades Provinciales, especialmente con alcaldes o regidores. Para ello, se convocan, fundamentalmente, a especialistas en el área de finanzas de la comunidad, así

¹ www.fpcmac.org.pe/files/librofepcmac.pdf

como personas que forman parte de las cámaras de comercio y de la Iglesia, con la finalidad de poder dar suficiente confianza a la población, de tal forma que se garantice una adecuada administración de los recursos, pudiendo otorgar los préstamos, sobre todo, a las MYPES.

Con este modelo y el asesoramiento de la Cooperación técnica alemana se formó las Cajas Municipales. “En 1984 se estableció la segunda CMAC en la ciudad de Trujillo. Luego, entre 1985 y 1990, se crearon las CMAC en las provincias del Santa, Arequipa, Sullana, Maynas, Huancayo, Ica, Cusco y Paita. Más tarde, en 1992, se autorizó el funcionamiento a las CMAC Pisco y Tacna, siendo en total 12 instituciones financieras no bancarias reguladas por la SBS e integradas alrededor de una federación. Más adelante, en el año 2003, el Sistema CMAC fue autorizado para operar en la capital peruana, convirtiéndose entonces la CMAC Arequipa en la primera en ingresar al mercado de Lima. Actualmente también cuentan con agencias en Lima las CMAC Cusco, Huancayo, Ica, Maynas, Piura, Sullana, Tacna y Trujillo” (www.fpcmac.org.pe/files/librofepcmac.pdf).

Cuando las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito ingresaron a la ciudad de Lima, se comenzó a incrementar el nivel de competencia en el sistema financiero peruano, lo cual ha coadyuvado a disminuir el costo de los créditos y una mayor tasa de interés que se paga por los ahorros del público.

Es relevante señalar que las Cajas Municipales han logrado superar varias crisis económicas, como por ejemplo la generada en el año 1998 o la propia recesión del año 2008, así como el proceso de desaceleración económica que aún continua en una buena parte del mundo. La explicación radica en el cumplimiento de todas las normas de Basilea II, no entrando nunca a la especulación con instrumentos financieros.

“Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (cajas municipales) claramente se inscriben dentro del nuevo paradigma en la provisión de servicios a las microempresas y a los sectores más necesitados de la población. En términos del principio del crédito, por ejemplo, las cajas municipales al estar ubicadas en localidades específicas están cerca de su mercado objetivo. Más aún, al cargar tasas de interés comerciales que son más elevadas que la tasa de interés bancaria de Lima, pero que son más bajas que las

tasas informales (el costo de oportunidad de los pobladores de estas zonas), están tomando en cuenta que el poblador de la zona busca primordialmente la conveniencia del préstamo. Asimismo, los préstamos de las cajas municipales son usualmente de corta duración, no mayores a un año, siendo su objetivo apoyar al capital de trabajo de los microempresarios de la zona de su influencia” (www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/616/3/berberisco_js.pdf).

2.2 NACIMIENTO DE LA CAJA AREQUIPA

“La Caja Arequipa se constituyó como asociación sin fines de lucro por Resolución Municipal N° 1529 del 15 de julio de 1985, al amparo del Decreto Ley N° 23039, otorgándose la Escritura Pública de constitución y estatuto el 12 de febrero de 1986 ante el Notario Público, Dr. Gorky Oviedo Alarcón, y está inscrita en los Registros Públicos de Arequipa en el rubro “A” ficha 1316, de personas jurídicas. Su único accionista desde su constitución es el Municipio Provincial de Arequipa”².

“La Caja Arequipa inició sus operaciones el 10 de marzo de 1986 como institución de intermediación financiera de derecho público, con autonomía económica, financiera y administrativa. La Entidad fue autorizada a funcionar mediante Resolución SBS N° 042 – 86 del 23 de enero de 1986, y se rige por el Decreto Supremo N° 157 – 90 – EF, la Ley General del Sistema Financiero y la Ley General de Sociedades” (www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/Equilibrium%20CMAC%20Arequipa%202015%2006.pdf).

2.3 MARCO LEGAL QUE REGULA A LA CAJA AREQUIPA

“Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, fueron creadas por el D.L. 230393, norma que regulaba el funcionamiento de las Cajas Municipales ubicadas fuera del perímetro de Lima y Callao. En mayo de 1990 fue promulgado el D.S. 157-90EF, el cual adquiere jerarquía de ley por el Decreto Legislativo 770 en 1993” (www.cajaarequipa.pe).

² www.cajaarequipa.pe

³ Decreto Ley N° 23039 que norma el funcionamiento de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Perú. Lima, Perú, 1990.

“En la actualidad, La ley 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Ley Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, promulgada en diciembre de 1996, dispone en su quinta disposición complementaria, que las Cajas Municipales, como empresas del sistema financiero, sean regidas además por las normas contenidas en sus leyes respectivas” (www.cajaarequipa.pe).

Hay que señalar que las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito son supervisadas por por la SBS el BCRP, debiendo cumplir todas las normas en lo concerniente al encaje, así como a otras normas obligatorias. Además, son miembros del Fondo de Seguro de Depósitos.

Es relevante señalar que la Ley General del Sistema Financiero⁴⁴ ha coadyuvado al crecimiento de las operaciones de las entidades financieras. Además, la Caja Arequipa es una institución de microfinanzas (no bancaria), la cual vienen cumpliendo los requisitos que exige la respectiva ley, los cuales son obligatorios para introducir otros productos y servicios financieros, tal como lo establece el artículo 290 de esta ley.

2.4 ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS DE LA CAJA AREQUIPA

“La Caja Arequipa, en la actualidad, es reconocida como una institución financiera sólida y con respaldo, sustentada en el compromiso del equipo que lo conforma, por su alto grado de profesionalismo basado en sus valores éticos y morales, orientada a la obtención de resultados y la satisfacción del cliente. Esto se logra con funcionarios motivados y con una cultura organizacional que se desenvuelve en un ambiente de mejora continua” (Dongo, 2015).

De acuerdo a la información proporcionada por la Caja Arequipa, actualmente son 3053 los trabajadores que laboran en dicha institución financiera, y que vienen desarrollándose profesionalmente, gracias al fuerte crecimiento y desarrollo que ha experimentado. Su cobertura se ha ampliado a una mayor cantidad de ciudades del Perú, con la finalidad de mejorar el servicio brindado.

4 Ley N° 26702. Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la SBS.

La Caja Arequipa cuenta con una Gerencia Mancomunada. Para el año 2016, el personal está distribuido de la siguiente manera:

DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL DE LA CAJA AREQUIPA: 2016

GRUPO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Créditos	1894	62 %
Cobranzas	170	6 %
Operaciones	549	18 %
Ahorros	59	2 %
Administración	381	12 %
TOTAL	3053	100 %

FUENTE: www.cajaarequipa.pe

“Es política de la Caja Arequipa brindar constante capacitación a sus empleados, incrementando las horas de capacitación. Este esfuerzo tiene como fin estimular el desarrollo de una cultura de liderazgo de calidad, para favorecer el logro del máximo potencial y efectividad de su equipo de trabajo, consolidando a su vez un proceso sostenido en el mejoramiento de la calidad de atención a sus clientes, y en el servicio personalizado, que caracteriza su gestión empresarial, como líderes en microfinanzas” (www.cajaarequipa.pe).

“La Caja Arequipa invierte cada vez mayores recursos financieros en capacitar a su personal. Durante el año 2015, se desarrollaron 197 cursos de capacitación (interna y externa), de los cuales, el 75% corresponde a eventos de capacitación externa. Entre los principales programas de capacitación externa se benefició a más de 1900 participantes a nivel nacional y el monto invertido fue mayor a un millón de nuevos soles. Adicionalmente, la Caja Arequipa desarrolla programas de capacitación interna, llamadas “Escuelas de Formación”, en las que se brinda capacitación al personal nuevo que ingresa a la institución, principalmente en el área de créditos y operaciones” (www.cajaarequipa.pe).

	Escuelas para analistas de créditos	laboratorios auxiliares de operaciones
Número de Escuelas/Laboratorios	13	06
Número de personal capacitado	426	66

FUENTE: www.cajaarequipa.pe

2.5 SITUACIÓN ACTUAL DE LA CAJA AREQUIPA

La Caja Arequipa es una empresa líder dedicada a la microintermediación financiera. Nació el 10 de marzo del año 1986, con el objetivo de beneficiar a los diversos sectores de la población que no contaban con respaldo financiero de la banca tradicional, promoviendo el crecimiento, desarrollo y el trabajo de la colectividad arequipeña, así como el apoyo y atención a todos sus clientes en las diferentes ciudades del Perú.

Han pasado 30 años de impecable trabajo y la Caja Arequipa viene cumpliendo este objetivo, beneficiando a más de 490000 clientes (entre prestatarios y ahorristas), ofreciendo productos y servicios para todas las necesidades de la población, y promoviendo el ahorro a través de las diversas cuentas que ofrece, lo que la ha convertido en indiscutible líder de la categoría.

En la página web de la Caja Arequipa se describe que, en un constante crecimiento, la entidad cuenta en la actualidad con más de 200000 clientes en créditos y más de 370000 en ahorros; clientes que han depositado sus esperanzas en esta empresa que ha sabido retribuir a su confianza. Actualmente cuenta con una creciente Red de Atención, compuesta por 462 Agentes Caja Arequipa, colocados estratégicamente en diferentes lugares para facilitar la atención a sus clientes, y alrededor de 150 cajeros automáticos propios, así como cajeros de la Red Unicard en el Norte del país. Asimismo, que la Caja Arequipa cuenta con 120 agencias a nivel nacional, ubicadas en los departamentos de Arequipa (su sede principal), Apurímac, Ayacucho, Cusco, Huánuco, Ica, Junín, Lima, Madre de Dios, Moquegua, Pasco, Puno, Tacna y Ucayali. Adicionalmente, la Caja cuenta con 21 locales compartidos con el Banco de la Nación, 182 cajeros automáticos, 834 cajeros corresponsales y 100 quioscos multimedia. En este contexto, la Caja Arequipa tiene proyectado continuar la apertura de nuevas agencias en diversas

ciudades del país, lo cual beneficiará a más clientes, quienes podrán realizar diversas transacciones financieras desde cualquiera de las agencias, sin pagar ningún costo adicional.

En la actualidad, la Caja Arequipa ha reforzado su presencia en los sectores económicos emergentes, afianzando el crédito rural y microempresarial, contribuyendo a la inclusión social de la Región Arequipa y del país. Asimismo, como empresa responsable, ha creado el Área de Responsabilidad Social, con la finalidad de contribuir a generar cambios positivos en la sociedad y a construir mejores relaciones con diversos grupos de interés. El eje de trabajo del área es el desarrollo de la persona humana a nivel integral, bajo los principios de sostenibilidad ambiental y social.

La Caja Arequipa ofrece productos de capital de trabajo, como Credioficios y Micropyme, orientados a fortalecer los negocios de los Micro y Pequeños Empresarios. También brinda créditos agropecuarios, orientados a atender a un sector importante de la población, con productos como: Crédito Ganadero y Cosechando.

2.6 MISIÓN DE LA CAJA AREQUIPA

“Brindar servicios de intermediación microfinanciera de calidad y con compromiso hacia nuestros clientes y trabajadores, ofreciendo soluciones financieras integrales, ágiles y oportunas para las pequeñas y microempresas de forma rentable, sostenible y socialmente responsable”.

2.7 VISIÓN DE LA CAJA AREQUIPA

“Ser la empresa líder en la prestación de servicios microfinancieros a nivel nacional”

2.8 PRINCIPIOS Y VALORES INSTITUCIONALES

2.8.1 HONESTIDAD

Es anteponer la verdad en los pensamientos, expresiones y acciones, actuando con sinceridad y transparencia.

2.8.2 INTEGRIDAD

Es actuar con rectitud.

2.8.3 RESPETO

Es el reconocimiento del valor propio, honrando el valor de los demás, así como la consideración al orden institucional.

2.8.4 MERITOCRACIA

Impulsar la gestión basada en el mérito y la responsabilidad con factores determinantes para otorgar y conseguir reconocimiento y beneficios dentro de la empresa. El mérito incluye otorgar el desempeño, los conocimientos técnicos, la perseverancia y habilidades profesionales de las personas.

2.8.5 COMPROMISO

Es demostrar constantemente voluntad y confianza con los clientes y la organización, dando lo mejor de sí, para alcanzar los objetivos institucionales.

2.8.6 TRABAJO EN EQUIPO

Trabajar de forma coordinada complementando habilidades y conocimientos entre áreas funcionales para alcanzar metas comunes, tanto por iniciativa propia como por espacios y mecanismos que así lo faciliten.

2.9 OBJETIVOS

2.9.1 OBJETIVOS GENERALES

La Caja Arequipa⁵⁵ se ha planteado los siguientes objetivos generales:

⁵⁵ Memoria Caja Arequipa 2015.

- Crecimiento en cuanto a su participación en el mercado
- Fortalecimiento institucional
- Rentabilidad

2.9.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

La Caja Arequipa se ha planteado 3 objetivos estratégicos:

- Triplicar los activos totales (US\$ 2500 millones)
- Lograr una rentabilidad superior al promedio de las 5 más grandes del sector (ROE).
- Incursionar exitosamente en al menos un país de América Latina.

2.10 ANÁLISIS FODA DE LA CAJA AREQUIPA

De acuerdo a la información proporcionada por la Caja Arequipa, concordante con la información contenida en la última Memoria de esta institución financiera, nos presenta el siguiente análisis interno y externo:

2.10.1 ANÁLISIS INTERNO

A. FORTALEZAS

- Liderazgo en el sector de Cajas Municipales e importante posicionamiento en la zona sur del país y especialmente en la Región Arequipa.
- Adecuados indicadores de liquidez, cubriendo holgadamente los nuevos requerimientos por parte de la SBS.
- Adecuada cobertura de la cartera pesada, lo cual a su vez se ve reflejado en el compromiso patrimonial neto.

B. DEBILIDADES

- Limitado respaldo patrimonial del accionista.
- Incremento en sus indicadores de morosidad.

- Disminución del crecimiento de las colocaciones debido al menor crecimiento económico del país y a una mayor competitividad en el mercado.
- Deficiencia en cuanto a la emisión de algunos reportes claves para la gestión del negocio.

2.10.2 ANÁLISIS EXTERNO

A. OPORTUNIDADES

- Desarrollo de nuevos productos con la finalidad de atender nuevos segmentos de mercado.
- Búsqueda de alianzas estratégicas con otras instituciones.
- Reducido nivel de bancarización a nivel nacional.

B AMENAZAS

- Injerencia política en las decisiones de la Caja Arequipa.
- Incremento de la competencia en la colocación de créditos a pequeñas y medianas empresas por la incursión de otras entidades financieras.
- Desaceleración en el ritmo de crecimiento de las colocaciones con mayores niveles de morosidad.
- Sobreendeudamiento de los clientes.
- Mayor desaceleración de la economía local.

2.11 IMPORTANCIA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS PARA LA CAJA AREQUIPA

Los resultados de toda empresa se reflejan en los estados financieros. Los activos de la Caja Arequipa han ido creciendo año a año, siendo las colocaciones el principal rubro del activo, al igual que el disponible, reflejo de la liquidez y el respaldo de las obligaciones de la empresa en el corto y largo plazo. El crecimiento de los depósitos son una muestra del excelente rol que cumple la Caja Arequipa en el proceso de microintermediación, dirigiendo los ahorros del público hacia el financiamiento de

actividades productivas y de consumo, otorgando rentabilidad a los ahorristas y brindando los mejores productos y servicios a sus clientes de créditos, ayudando al desarrollo económico de la región ⁶⁶

El crecimiento del patrimonio mejora la solidez y permite una mejor posición para negociar adeudos y mejorar el apalancamiento financiero de esta importante institución de microfinanzas.

2.12 INDICADORES DEL MERCADO DE MICROCRÉDITO EN AREQUIPA

Es relevante señalar que, de acuerdo a la información proporcionada por la SUNAT, a julio del 2016, en la Región Arequipa, hay 90879 empresas formales, de las cuales:

Microempresas: 95,8% del total.

Pequeñas empresas: 3,8% del total.

Medianas empresas: 0,1% del total.

Grandes empresas: 0,3% del total.

Asimismo, según la base de datos del MTPE, a julio del 2016, en la Región Arequipa, el 61,5% de la PEA Ocupada trabaja en microempresas. Por otro lado, según el MTPE, a julio del 2016, en la Región Arequipa, de cada 100 personas que pertenecen a la PEA Ocupada, 13 son conductoras de una microempresa, pequeña o mediana empresa. Además, La Cámara de Comercio e Industria de Arequipa señala que, al 31 de julio del 2016, el 80% de la PEA Ocupada en la Región Ocupada, trabaja en Micro o Pequeñas Empresas (MYPES).

Por otro lado, de acuerdo a la información proporcionada por la SBS, al 30 de julio del 2016, de las colocaciones totales realizadas en la Región Arequipa:

- El 10,7% corresponde al sector de la microempresa
- El 24,8% corresponde a la pequeña empresa
- Las colocaciones en otros tipos de créditos, representan el 66,5% del total.

⁶⁶ Memoria Caja Arequipa 2014.

Por lo tanto, al 30 de julio del 2016, el 35,5% de las colocaciones totales corresponden al sector de las MYPES. En ese sentido, la evolución de las colocaciones para el sector de las MYPES en la Región Arequipa para el periodo 2010 – 2015 es el siguiente:

2010: 37,6%

2011: 38,7%

2012: 36,2%

2013: 34,9%

2014: 34,0 %

2015: 35,0 %

A julio del 2016: 35,5%

Por otro lado, según la SBS, al 30 de julio del 2016, alrededor del 62% de las colocaciones de las IMF en Arequipa, corresponden al sector de las MYPES. Asimismo, hay que indicar que existen diferencias significativas con respecto a las tasas de interés activas que se cobra a las empresas en Arequipa, dependiendo del estrato empresarial. Al 30 de julio del 2016, la SBS señala que las tasas de interés activas promedio son las siguientes:

- Para las microempresas: 33%
- Para las pequeñas empresas: 20,6%
- Para las medianas empresas: 9,5%

Otro indicador importante está referido al índice de morosidad por tipo de crédito, según el tamaño de la unidad empresarial. La SBS indica que, al 30 de julio del 2016, los índices de morosidad en Arequipa son los siguientes:

- En las microempresas: 5,33%
- En las pequeñas empresas: 8,58%
- Del crédito total (todos los tipos de crédito): 2,88%

2.13 IMPORTANCIA DEL SECTOR MANUFACTURERO EN EL PERÚ

El estudio de la consultora PwC denominado "Doing Bussiness and investing in Peru 2016" mencionó que el **sector manufacturero** ha representado el 15% del PBI en promedio durante los últimos cinco años.

Del mismo modo, el informe menciona que el desarrollo de esta actividad ha sido impulsado por los Tratados de Libre Comercio (TLC) y que presenta muchas oportunidades de crecimiento durante los próximos años.

El sector manufacturero agrupa a los segmentos de alimentos y bebidas, productos metalmecánicos, producción procesada intermedia, cueros, calzados, industria farmacéutica, industria química, maquinarias y equipos, muebles, industria del papel, industrias plásticas, etc.

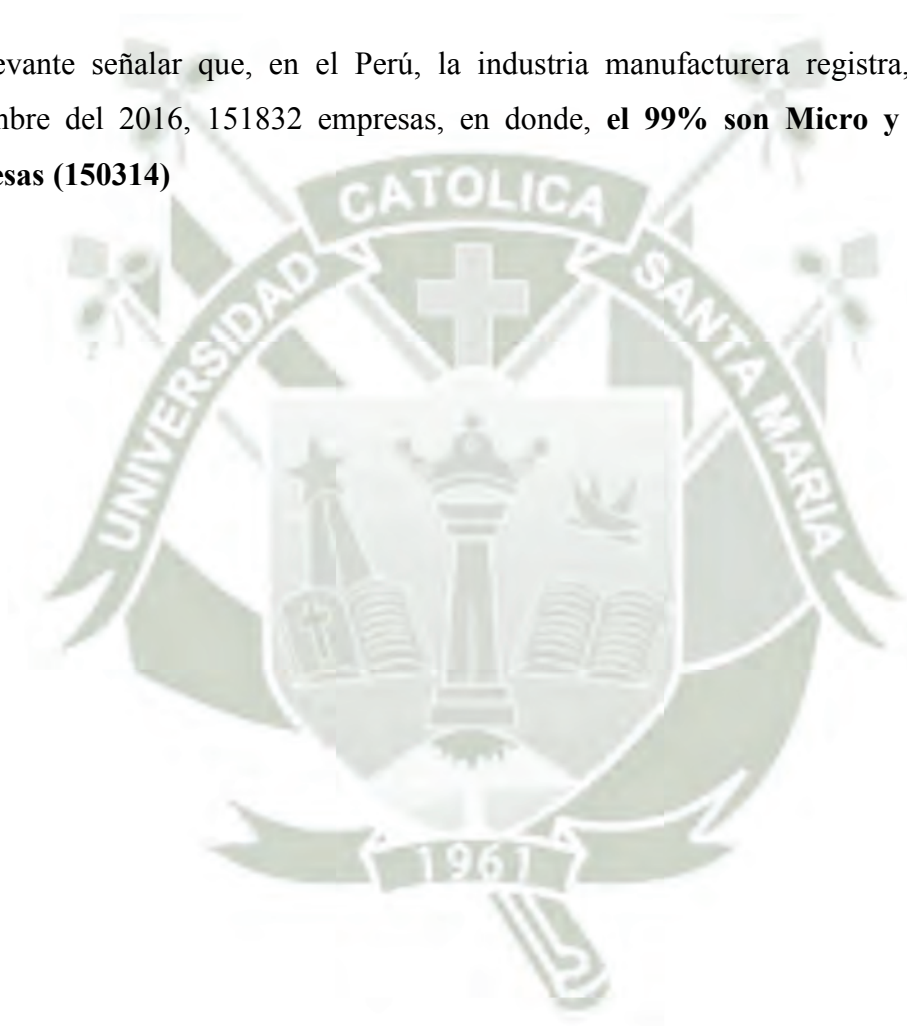
La dinámica del sector manufacturero no se ha detenido, inversiones en renovación de equipos y maquinarias, así como nuevas inversiones en infraestructura de planta, se están realizando continuamente. Por ejemplo, se tiene la nueva planta de Vainsa en Lurin, apostando por el crecimiento del sector de la construcción; la Megaplanta de Lindley en Lima, una gigantesca construcción preparada para atender el creciente mercado de las bebidas, pese a haberse construido dos años antes (2013) la planta nueva de Trujillo. El Grupo Gloria acaba de desarrollar la ampliación de la planta de Huachipa y la nueva planta de panetones y derivados lácteos de Trujillo, Backus y Johnston, ha inaugurado una planta nueva en Pucallpa, cuya inversión asciende a más de U\$ 70 millones, y anuncia una nueva inversión de más de U\$ 100 millones durante el 2016, pues los resultados financieros del primer semestre alcanzan una utilidad superior a los S/. 450 millones, es decir, más del 25% del crecimiento respecto al año anterior. Pero, vienen más inversiones, Artesco, Laive, etc., y otras empresas del sector.

Quizá el mayor reto para la industria manufacturera es alcanzar un nivel de productividad alto, que le permita competir en mercados mucho más grandes y más sostenibles. Esto sólo se conseguirá con inversión en Tecnología y contando con personal calificado. Está última variable depende de la promoción e inversión del Estado en educación tecnológica, campo donde el Perú sí está bastante rezagado.

Según el último Informe sobre el Desarrollo Industrial 2016, publicado por el Banco Mundial, las manufacturas dominan el comercio mundial.

En el Perú, las empresas cuyos trabajadores fabrican textiles y prendas de vestir representan el 26,7% del total de empresas manufactureras. Otras actividades industriales que concentran el mayor número de empresas son las que se dedican a la elaboración de productos alimenticios (15,8%), metal mecánica (11,3%), imprentas (11,1%) y a la fabricación de muebles (8,6%).

Es relevante señalar que, en el Perú, la industria manufacturera registra, al 31 de septiembre del 2016, 151832 empresas, en donde, **el 99% son Micro y Pequeñas Empresas (150314)**



III. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

3.1 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y ESCALA UTILIZADAS

3.1.1 TÉCNICAS

a) La observación documental

Para medir la variable independiente: “El alcance de la política financiera de la Caja Arequipa”

b) La encuesta

Para medir la variable dependiente: “El desempeño social en microfinanzas”

3.1.2 INSTRUMENTOS

a) **Ficha de observación documental:** Uso de información proporcionada por la Caja Arequipa.

b) El cuestionario

- Información obtenida de la encuesta aplicada a los empresarios que administran estas MYPES, que son atendidas por la Caja Arequipa y que operan en Arequipa.

3.1.3 ESCALA

Para la medición de la calidad del servicio se utilizará **la escala de Servqual**, que es un cuestionario con preguntas estandarizadas para la medición de la calidad del servicio. Se trata de **un instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez que las empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio**”. A continuación se presenta la escala de Servqual:

En total desacuerdo: 1

Totalmente de acuerdo: 7

Cuando no se está en total desacuerdo ni totalmente de acuerdo: 2, 3, 4, 5, 6

Escala de Servqual: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3.2 CAMPO DE VERIFICACIÓN

3.2.1 UBICACIÓN ESPACIAL

El ámbito geográfico: La ciudad de Arequipa.

El ámbito funcional: El que corresponde a las MYPES manufactureras con potencial exportador, atendidas por la Caja Arequipa, y que funcionan en la ciudad de Arequipa.

3.2.2 UBICACIÓN TEMPORAL

La presente investigación es estructural. Hay información que corresponde a dos años diferentes: 2005 y 2015 (un antes y un después), para poder medir el impacto.

3.2.3 UNIDADES DE ESTUDIO

3.2.3.1 CRITERIOS DE INCLUSIÓN

Las MYPES manufactureras con potencial exportador y que operan en la ciudad de Arequipa, son las unidades de estudio. Los criterios de inclusión son los siguientes:

- a) Recibir créditos en la Caja Arequipa.
- b) El último crédito recibido se realizó entre los meses de julio y septiembre del 2015.
- c) Que los ingresos familiares provengan única y exclusivamente de los negocios, corroborado con los reportes de los analistas de créditos.

3.2.3.2 POBLACIÓN DEL ESTUDIO

Se trata de 182 MYPES manufactureras que tienen potencial exportador y que operan en Arequipa, cuyos dueños fueron encuestados durante el año 2005, y volverán a ser encuestados en el año 2015, de tal forma que poder determinar el impacto.

POBLACIÓN DEL ESTUDIO = 182 MYPES MANUFACTURERAS

NOTA: Por encargo de la Caja Arequipa, en el año 2005, una consultora especializada fue quien determinó qué MYPES manufactureras tienen potencial exportador. La recolección de este tipo de información era de interés para la Caja Arequipa, dado que se encontraba, en ese momento, evaluando el alcance de la política financiera que viene aplicando.

3.2.3.3 MUESTRA

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

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población = 182

Z = Valor correspondiente a la distribución de Gauss, que depende del nivel de confianza elegido = **1.96**, para un nivel de confianza del 95%. El nivel de confianza es la probabilidad a priori de que el intervalo de confianza a calcular contenga al verdadero valor del parámetro de la población.

$Z^2 = (1.96^2)$, correspondiente a un nivel de confianza del 95%.

En este caso específico no se conoce exactamente la probabilidad de ocurrencia en la población (p), así como la probabilidad de no ocurrencia (q). En estos casos, la estadística recomienda que en vez de obtenerlos mediante una muestra piloto, pueden sustituirse por: $p = q = 0,5$, lo que conduce al máximo valor exigible de n (tamaño de muestra óptimo), ya que cualquier otra combinación de valores de p y q, al multiplicarlos, daría una valor inferior a 0,25. De esta forma, tenemos que:

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%)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0,5)(0,5)(182)}{(0,05)^2(182 - 1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

De donde: $n = 123.71208$

TAMAÑO DE LA MUESTRA = 124 MYPES MANUFACTURERAS

3.2.3.4 TIPO DE MUESTREO

Se trata del **muestreo aleatorio**. La importancia de utilizar este tipo de muestreo, radica, en que la muestra es representativa de la población. En este caso, es altamente probable que los resultados que se obtienen y las conclusiones a las que se arriban, haciendo uso de la muestra, sean muy similares a los resultados que se obtendrían y a las conclusiones a las que se arribaría, si es que se hiciera uso de la población.

3.3 ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1 ORGANIZACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN Y LA MEDICIÓN DEL IMPACTO

Se usará la técnica documental para elaborar el marco teórico. En ese sentido, se revisará detalladamente libros, revistas y algunas fuentes de internet, publicados mayormente con una antigüedad no mayor a los diez años.

Luego, se procederá a realizar el trabajo de campo. Es relevante señalar que se tomará información de las variables “Alcance de la Política financiera” de la Caja Arequipa e “Impacto en el desempeño social en microfinanzas de la Caja Arequipa” en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador, en dos momentos del tiempo (2005 y 2015). Al respecto hay que señalar lo siguiente:

- a) En el año 2005, la Caja Arequipa realizó dos estudios:
 - Uno sobre el alcance de la política financiera que aplica al sector de las MYPES, realizado en el año 2005 (primer momento).

- Otro sobre el desempeño social que tuvo en las MYPES manufactureras con potencial exportador, realizado en el año 2005 (primer momento).
- b) Para poder analizar el impacto de la política financiera de la Caja Arequipa en el desempeño social en microfinanzas en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador, se procederá de la siguiente manera:
 - Se aplicará la técnica de la observación documental para la obtención de los indicadores de la variable “Alcance de la Política financiera” de la Caja Arequipa, para el año 2015.
 - Se volverá a aplicar la encuesta sobre el desempeño social de la Caja Arequipa en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador, luego de transcurridos 10 años, es decir, en el año 2015.
- c) Con la información obtenida de ambas variables en los dos períodos: 2005 (el antes) y el 2015 (el después), será posible determinar las diferencias halladas, y por lo tanto, poder analizar el impacto de la política financiera de la Caja Arequipa en el desempeño social que tiene en Micro y Pequeñas Empresas manufactureras con potencial exportador, y que operan en Arequipa.

3.3.2 RECURSOS

3.3.2.1 RECURSOS MATERIALES

- Una computadora con su impresora.
- Papel bond
- Publicaciones, artículos y páginas web relacionadas a la investigación.
- Acceso a Internet.

3.3.2.2 RECURSOS HUMANOS

El investigador realizará toda la investigación, incluyendo la aplicación de encuestas. Sólo se contratará un bachiller, para que apoye en la tarea de obtener toda la información necesaria para la realización de la investigación.

3.3.2.3 RECURSOS ECONÓMICOS

El investigador financiará todo el costo económico asociado a la elaboración de la tesis doctoral.

3.3.3 VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

MEDIDA	DEFINICIÓN	INTERPRETACIÓN
Alfa de Cronbach	Para medir la consistencia interna	Cuando el alfa de Cronbach tiene valores que superan a 0.7, entonces, el instrumento sí es Fiable

3.3.4 CRITERIOS PARA EL MANEJO DE RESULTADOS

3.3.4.1 REVISIÓN DE LOS DATOS

Se revisará los instrumentos que serán utilizados, los cuales tengan concordancia con relación al objeto de investigación. Por lo tanto, se cumplirá los parámetros de confiabilidad y calidad de la investigación, de tal forma que sea posible hacer las correcciones necesarias.

3.3.4.2 CODIFICACIÓN DE LOS DATOS

Es importante tomar las previsiones necesarias respecto al proceso de la información, debiendo estar codificada y etiquetada, facilitando el análisis de la información.

3.3.4.3 CLASIFICACIÓN DE LOS DATOS

Se realizará sobre la base de la adecuada codificación, así como de los indicadores utilizados.

3.3.4.4 RECUENTO DE LOS DATOS

Para verificar los datos se utilizará la estadística descriptiva.

3.3.4.5 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En el informe de investigación se hará uso de tablas estadísticas, presentadas ordenadamente. Asimismo, la interpretación y el correspondiente análisis de los datos obtenidos.

3.4 CRONOGRAMA DEL TRABAJO

DE NOVIEMBRE DEL 2015 HASTA AGOSTO DEL 2016

ACTIVIDADES	Nov. 2015	Dic. 2015	Enero 2016	Feb. 2016	Marzo 2016	Abril 2016	Mayo 2016	Junio 2016	Julio 2016	Agosto 2016
Plan de tesis y su aprobación	X									
Diseño de investigación y recolección de información		X	X							
Sistematización				X						
Verificación de hipótesis					X					
Desarrollo del Marco Teórico					X	X				
Elaboración del informe de investigación							X	X		
Revisión final									X	
Presentación oficial										X



ANEXO 2: ENCUESTA

ENCUESTA SOBRE EL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROFINANZAS DE LA CAJA AREQUIPA EN MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS MANUFACTURERAS QUE SON BENEFICIARIAS DE LA POLÍTICA FINANCIERA QUE APLICA (2015)

(Muestra del estudio)

I. IMPACTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA ADECUACIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS A LAS NECESIDADES REALES DE LAS MYPES MANUFACTURERAS CON POTENCIAL EXPORTADOR

SOBRE LA PERCEPCIÓN Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES SOBRE:

- Confiabilidad
- Responsabilidad
- Seguridad
- Empatía
- Bienes materiales o tangibles

Cuestionarios

Evaluación de las expectativas de la calidad del servicio que recibe

- 1.- Instrucciones
- 2.- Cuestionario sobre expectativas de calidad del servicio

Evaluación de la preponderancia de las dimensiones de la calidad de servicio

- 1.- Instrucciones
- 2.- Cuestionario sobre preponderancia de las dimensiones de calidad de servicio

Evaluación de las percepciones sobre calidad de servicios

- 1.- Instrucciones
- 2.- Cuestionario sobre percepciones

EVALUACIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

1.- Instrucciones

Basado en su experiencia como cliente piense en una entidad financiera que le brindaría una excelente calidad en el servicio. Piense en la entidad financiera con la que usted estaría complacido de ser cliente.

Por favor, indique el grado que usted piensa que una entidad financiera excelente debe tener respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados. Si usted siente que la característica no es totalmente esencial, encierre el número 1. Si cree que la característica es absolutamente esencial para una empresa excelente, encierre el número 7. Si su decisión no es muy definida, encierre uno de los números intermedios. No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a las entidades financieras que ofrecen una excelente calidad en el servicio.

2.- Cuestionario sobre expectativas de calidad de servicios

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de confiabilidad

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. Cuando una entidad financiera excelente promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. Cuando un cliente tiene un problema, una entidad financiera excelente muestra sincero interés por resolverlo

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. Una entidad financiera excelente desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

4. Una entidad financiera excelente proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

5. Una entidad financiera excelente mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de responsabilidad

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. Los empleados de una entidad financiera excelente brindan el servicio con prontitud a los clientes.

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. Los empleados de una entidad financiera excelente siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. Los empleados de una entidad financiera excelente nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de seguridad

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. El comportamiento de los empleados de una entidad financiera excelente le inspira confianza

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. Al realizar transacciones con una entidad financiera excelente el cliente se debe sentir seguro

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. Los empleados de una entidad financiera excelente tratan a los clientes siempre con cortesía

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

4. Los empleados de una entidad financiera excelente cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de empatía

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. Una entidad financiera excelente le brinda atención individual

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. Una entidad financiera excelente cuenta con empleados que le brindan atención personal

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. Una entidad financiera excelente se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

4. Los empleados de una entidad financiera excelente entienden sus necesidades específicas

Declaraciones sobre expectativas de la dimensión de bienes tangibles

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. La apariencia de los equipos de una entidad financiera excelente es moderna

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. Las instalaciones físicas de una entidad financiera excelente son visualmente atractivas

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. La presentación de los empleados de una entidad financiera excelente es buena

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

4. Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de una entidad financiera excelente son visualmente atractivos

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

5. Los horarios de actividades de una entidad financiera excelente son convenientes

EVALUACIÓN DE LA PREPONDERANCIA DE LAS DIMENSIONES DE CALIDAD DEL SERVICIO

1.- Instrucciones

A continuación se listan cinco características de las entidades financieras que ofrecen servicios.

Deseamos conocer que tan importante es cada una de esas características si usted está evaluando a una entidad financiera excelente.

Por favor, señale para cada una de las características si es:

Muy importante

Importante

Relativamente importante

Poco importante

No es importante

2.- Cuestionario sobre preponderancia de las dimensiones de calidad de servicio

Concepto Puntaje

1. La apariencia de las instalaciones, equipo, personal y materiales de comunicación

Muy importante ()

Importante ()

Relativamente importante ()

Poco importante ()

No es importante ()

2. La habilidad de la empresa para desempeñar el servicio prometido confiable y correctamente

Muy importante ()

Importante ()

Relativamente importante ()

Poco importante ()

No es importante ()

3. La disponibilidad de la compañía para ayudar a los clientes y proveer un pronto servicio

Muy importante ()

Importante ()

Relativamente importante ()

Poco importante ()

No es importante ()

4. El conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar confianza

Muy importante ()

Importante ()

Relativamente importante ()

Poco importante ()

No es importante ()

5. El cuidado y la atención personalizada que la compañía brinda a sus clientes

Muy importante ()

Importante ()

Relativamente importante ()

Poco importante ()

No es importante ()

EVALUACIÓN DE LAS PERCEPCIONES SOBRE CALIDAD DE SERVICIOS

1.- Instrucciones

Piense en como la Caja Arequipa brinda la calidad del servicio al cliente e indique su percepción en cada pregunta del cuestionario.

Por favor, indique el grado que usted piensa que la Caja Arequipa tiene respecto a las características descritas en cada uno de los enunciados. Si usted siente que la característica no es totalmente satisfecha, encierre el número 1. Si cree que la característica es absolutamente satisfecha por esta institución, encierre el número 7. Si su decisión no es muy definida, encierre uno de los números intermedios. No existen respuestas correctas ni incorrectas, sólo interesa obtener un número que realmente refleje lo que usted piensa respecto a la calidad del servicio que brinda la Caja Arequipa a sus clientes.

2.- Cuestionario sobre percepciones

Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de confiabilidad

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. Cuando la Caja Arequipa promete hacer algo en un tiempo determinado, lo cumple

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. Cuando Ud. tiene un problema, la Caja Arequipa muestra sincero interés por resolverlo.

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. La Caja Arequipa desempeña el servicio de manera correcta a la primera vez.

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

4. La Caja Arequipa proporciona sus servicios en la oportunidad en que promete hacerlo.

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

5. La Caja Arequipa mantiene informados a los clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de responsabilidad

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. Los empleados de la Caja Arequipa le brindan el servicio con prontitud

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. Los empleados de la Caja Arequipa siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. Los empleados de la Caja Arequipa nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de seguridad

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. El comportamiento de los empleados de la Caja Arequipa le inspira confianza

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. Se siente seguro al realizar transacciones con la Caja Arequipa

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. Los empleados de la Caja Arequipa lo tratan siempre con cortesía

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

4. Los empleados de la Caja Arequipa cuentan con el conocimiento para responder sus consultas

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de empatía

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. La Caja Arequipa le brinda atención individual

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. La Caja Arequipa cuenta con empleados que le brindan atención personalizada.

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. La Caja Arequipa se preocupa de cuidar los intereses de sus clientes

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

4. Los empleados de la Caja Arequipa entienden sus necesidades específicas

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Declaraciones sobre las percepciones de la dimensión de bienes tangibles

Total desacuerdo: 1

Total acuerdo: 7

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

1. La apariencia de los equipos de la Caja Arequipa es moderna

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

2. Las instalaciones físicas de la Caja Arequipa son visualmente atractivas

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

3. La presentación de los empleados de la Caja Arequipa es buena

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

4. Los materiales asociados con el servicio (como folletos o catálogos) de la Caja Arequipa son visualmente atractivos

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

5. Los horarios de actividades de la Caja Arequipa son convenientes

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES SOBRE LAS CONDICIONES DE ACCESO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA CAJA AREQUIPA

1) La Caja Arequipa le otorga créditos:

Entre S/. 500 y S/. 2999 ()

Entre S/. 3000 y S/. 5999 ()

Entre S/. 6000 y S/. 9999 ()

Entre S/. 10000 y S/. 19999 ()

Entre S/. 20000 y S/. 99999 ()

2) La Tasa Efectiva Anual (TEA) que paga por los créditos que recibe en la Caja Arequipa es:

37,67 % () Para créditos entre S/. 500 y S/. 2999

36,07% () Para créditos entre S/. 3000 y S/. 5999

34,49% () Para créditos entre S/. 6000 y S/. 9999

32,92% () Para créditos entre S/. 10000 y S/. 19999

31,37% () Para créditos entre S/. 20000 y S/. 99999

3) El tiempo promedio en que recibe el crédito en la Caja Arequipa es generalmente:

Menos de 3 días ()

De 3 a 5 días ()

De 6 a 8 días ()

4) Los servicios financieros que recibe responden a sus necesidades reales:

Totalmente ()

Parcialmente ()

De forma marginal ()

5) Usted considera que los servicios financieros que recibe en la Caja Arequipa son otorgados:

Rápidamente ()

Ni rápida ni lentamente ()

Lentamente ()

6) Usted considera que la Caja Arequipa le solicita:

a) Pocos requisitos ()

b) Muchos requisitos ()

II. IMPACTO EN LA MEJORA DE LAS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS

- IMPACTO A NIVEL ECONÓMICO

1. ¿Cuál es el nivel de ventas promedio que percibe usted cada mes?

Hasta S/. 4000 ()

Más de S/. 4000 a S/. 6000 ()

Más de S/. 6000 a S/. 10000 ()

Más de S/. 10000 a S/. 20000 ()

Más de S/. 20000 a S/. 30000 ()

Más de S/. 30000 ()

2. Sus ventas:

No han aumentado ()

Han aumentado hasta en un 25% ()

Han aumentado más del 25% hasta el 50% ()

3.- ¿Cuál es la utilidad bruta promedio mensual que percibe usted?

- Hasta S/. 2000 ☐
- Más de S/. 2000 a S/. 3000 ☐
- Más de S/. 3000 a S/. 5000 ☐
- Más de S/. 5000 a S/. 10000 ☐
- Más de S/. 10000 a S/. 15000 ☐
- Más de S/. 15000 ☐

4. Sus utilidades brutas promedio mensual:

- No han aumentado ☐
- Han aumentado hasta en un 25% ☐
- Han aumentado más del 25% hasta el 50% ☐

- IMPACTO EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO Y CREDIBILIDAD ANTE SUS CLIENTES

1. ¿Cuántos años viene operando su empresa en el mercado?

2. ¿Cuántas personas vienen laborando actualmente en su empresa?

- Hasta 5 ☐
- De 5 a 10 ☐
- Más de 10 ☐

3. Usted considera que la credibilidad que tiene su empresa ante los clientes es:

- Alta ☐
- Regular ☐
- Baja ☐

III. IMPACTO EN LA MEJORA DEL CAPITAL SOCIAL

1) Usted considera que sus redes sociales más cercanas (parentesco, compadrazgo):

- Se han fortalecido
- Se mantienen igual
- Se han debilitado

2) Usted:

- Participa en organizaciones sociales que han creado los Micro y Pequeños Empresarios.
- No participa en organizaciones sociales que han creado los Micro y Pequeños Empresarios.

