

# **Profundidad de Alcance en un Contexto de Comercialización de las Microfinanzas en el Perú**

*Versión preliminar\**

Irina E. Valenzuela Ramírez

## **Resumen**

Las microfinanzas en el Perú han evolucionado en los últimos años tanto en su nivel competitivo al incorporar nuevos operadores como en la atención a la demanda que no tenía acceso al sistema financiero formal. Esta evolución ha correspondido al enfoque de comercialización de las microfinanzas, el cual es caracterizado por la autosostenibilidad financiera, competencia y supervisión. Es así, que este sector representado por las entidades microfinancieras reguladas (CMAC, CRAC, EDPYME) ha mostrado una evolución creciente en las últimas dos décadas. Sin embargo, no es explícito el desempeño de las instituciones microfinancieras en un contexto de comercialización sobre la profundidad de alcance, ésta última entendida como la atención de clientes de menores ingresos.

El presente trabajo analiza los factores que se relacionan con la profundidad de alcance de las entidades microfinancieras en un contexto de comercialización, para así encontrar cuáles favorecen la profundización y cuáles tienden a desviarla. Para ello, se realizó una estimación de datos panel para el periodo 2002 – 2007.

Noviembre 2008

---

\* El documento final corresponde al trabajo de tesis de licenciatura para la especialidad de economía de la Pontificia Universidad Católica del Perú, sustentado por la autora en diciembre 2009, y cuya publicación estará disponible en el archivo digital de la mencionada casa de estudios (<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio>).