

**MICROCRÉDITOS OTORGADOS POR EL BANCO WWB (WORLD WOMAN
BANKING) EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL DEL DISTRITO ESPECIAL
TURISTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA, PERIODO 2013 AL 2015**

ZULEIMA ANGRINO PEREIRA

**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA EN FINANZAS
RIOHACHA - LA GUAJIRA
2016**

MICROCRÉDITOS OTORGADOS POR EL BANCO WWB (WORLD WOMAN BANKING) EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL DEL DISTRITO ESPECIAL TURISTICO Y CULTURAL DE RIOHACHA, PERIODO 2013 AL 2015

ZULEIMA ANGRINO PEREIRA

Propuesta de grado presentada como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia en Finanzas.

BORIS SANDY ROMERO MORA

Director del trabajo de grado

**UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
ESPECIALIZACION EN GERENCIA EN FINANZAS
RIOHACHA - LA GUAJIRA**

2016

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Presidente del jurado

Firma del Jurado I

Firma del Jurado II

DEDICATORIAS

A Dios que ha sido mi guía en todos los procesos y etapas de mi vida,
Al igual que mi familia que ha sido un apoyo único e incondicional para mí.

Zuleima

AGRADECIMIENTOS

A Dios y mi Familia, por sus bendiciones, su fe y su constante apoyo.

Zuleima

Contenido

INTRODUCCION.....	8
RESUMEN.....	10
ABSTRACT.....	11
CAPITULO 1: PROPUESTA.....	12
1. PROBLEMA DE INVESTIGACION	12
1.1. Planteamiento del problema	12
1.1.1. Formulación del problema.....	20
1.1.2. Sistematización del Problema.....	21
1.2. OBJETIVOS.....	22
1.2.1. Objetivo General.....	22
1.2.2. Objetivos Específicos.....	22
1.3. JUSTIFICACION	23
1.3.1. Conveniencia y Relevancia Social:.....	23
1.3.2. Implicaciones Prácticas:	23
1.3.3. Valor Teórico:.....	24
1.3.4. Utilidad Metodológica:	24
1.4. DELIMITACIÓN	24
1.4.1. Delimitación Temática o Teórica.....	24
1.4.2. Delimitación Geográfica o Espacial	25
1.4.3. Delimitación Temporal o Histórica	25
CAPITULO 2: ANTEPROYECTO	26
2. MARCO DE TEORICO	26
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	26
2.2. BASES TEÓRICAS.....	28
2.2.1. La Teoría del desenvolvimiento Económico y el Microcrédito. (Shumpeter).....	28
2.2.2. Modelo del Patrimonio Económico del Hogar.....	34
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	36
2.3.1. Microcrédito	36
2.3.2. Economía solidaria	37
2.3.3. Microfinanzas.....	37

2.3.4. Caracterización de las Microfinanzas.....	37
2.4. MARCO LEGAL.....	39
2.4.1. Ley 590 de 2000	40
2.4.2. Decreto 3078 de 2006. Banca de las Oportunidades	41
2.5. DISEÑO METODOLÓGICO	42
2.5.1. Tipo de Investigación.	42
2.5.2. Diseño de la Investigación	42
2.5.3. Fuentes de Información.....	43
2.5.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de dato.....	43
2.5.5. Población.....	44
2.5.6. Tamaño de la Muestra	45
2.5.7. Operacionalización de Variables.....	46
2.6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	47
2.7. PRESUPUESTO	48
CAPITULO 3: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1. GENERALIDADES DEL BANCO WWB. (WORLD WOMAN BANKING).	49
3.2. CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO DE MICROCRÉDITO PRESTADO POR EL BANCO WWB. COLOMBIA.	50
3.2.1. Líneas de Crédito.....	50
3.3. PERFIL DEL CLIENTE.....	54
3.4. IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOS BENEFICIARIOS.....	58
3.5. IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS EN EL BIENESTAR SOCIAL DE LOS MICROEMPRESARIOS Y SUS HOGARES.	62
3.6. SATISFACCIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS CON LOS SERVICIOS DEL BANCO WWB.	64
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES.....	70
BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA	71
ANEXOS.....	74
INSTRUMENTO: ENCUESTA.....	74

INTRODUCCION

Buscando facilitar el acceso a la población vulnerable del país, los entes gubernamentales en los últimos años han venido diseñando políticas que faciliten la inclusión de este sector, al sistema financiero de manera más equitativa.

Ante esta situación surge el Microcrédito, entendido éste como una alternativa de solución para la masificación de los servicios financieros en la población vulnerable, excluidos o con dificultades para acceder al sistema financiero tradicional, el cual gracias a sus positivos resultados pronto se expande a diversas latitudes del mundo, entre ellas lógicamente Colombia.

La presente monografía se desarrolla en cuatro capítulos; el primero contiene el planteamiento del problema, la formulación y sistematización, los objetivos general y específico, así como la justificación de la investigación, el propósito de la investigación y la delimitación espacial, temporal y conceptual.

En el segundo capítulo se presenta el Marco Teórico del cual hacen parte los antecedentes investigativos, las bases teóricas, marco conceptual, y el marco legal. Además, el Diseño metodológico: tipo de investigación, diseño, fuentes de información, técnicas e instrumentos, los procedimientos realizados, población y tamaño de la muestra, cuadro de variables, cronograma de actividades y presupuesto.

Seguidamente, en el cuarto capítulo se encuentran el análisis detallado de los resultados de los objetivos planteados. Adicionalmente, las conclusiones y recomendaciones

RESUMEN

Palabras claves: Microcréditos, Microempresarios, Microempresas, Desarrollo Empresarial, Bienestar Social.

El Microcrédito ha venido siendo usado como herramienta eficaz en la lucha contra la pobreza; por tal motivo, en la presente investigación se analizó el impacto del microcrédito otorgado por el Banco WWB, en el sector micro-empresarial del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha durante el periodo de tiempo 2013 – 2015. Las variables investigadas fueron: desarrollo empresarial, bienestar social y el nivel de satisfacción por los servicios prestados por el banco.

Para el desarrollo de la investigación, se tomó una muestra representativa de la población en estudio a la cual se le aplicaron encuestas y entrevista, la cual arrojo la información necesaria para el análisis de las variables seleccionadas.

De los resultados obtenidos se concluyó que el microcrédito constituye una fuente de financiación que ayuda al incremento en las ventas, los cuales a su vez impactan al hogar con una mayor disponibilidad de recursos, situación que llevo a los microempresarios a calificar los créditos como herramientas útiles, algo que se ratifica con sus altos niveles de satisfacción con el servicio prestados por el banco, sin embargo, para lograr mejores resultados se hace necesario implementar políticas de capacitación a los microempresarios, para que administren mejor sus recursos y así lograr minimizar el riesgo y por ende la tasa de interés.

ABSTRACT

Key words: microcredit, entrepreneurs, micro-enterprises, business development and Welfare Social.

Microcredit has come to be used as an efficient tool in the fight against poverty; for this reason, in this research we examined the impact of micro-credit granted by the Bank WWB in the micro-business sector of tourist special district and Riohacha Cultural during the 2013-2015 time period.

The variables investigated were: business development, social welfare and the level of satisfaction with the services provided by the Bank.

For the development of research, took a representative sample of the population study to which we applied surveys and interview, which threw the necessary information for the analysis of the selected variables.

Of the results it was concluded that microcredit is a source of financing that helps the increase in sales, which in turn impact on the home with a greater availability of resources, situation that I've been to micro-entrepreneurs to qualify the credits as useful tools, something that is ratified with their high levels of satisfaction with the service provided by the Bank However, for best results it is necessary to implement training policies to micro-entrepreneurs, so they better manage their resources and thus achieve to minimize the risk and therefore the rate of interest.

CAPITULO 1: PROPUESTA

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Planteamiento del problema

El microcrédito es el modelo crediticio que le facilita préstamos de baja cuantía a personas y a microempresas que desarrollan algún tipo de actividad productiva.

Los beneficiarios de los microcréditos por lo general hacen parte de las clases sociales menos favorecidas, quienes tradicionalmente habían sido relegadas de cualquier posibilidad de participación en el sistema financiero, debido a la imposibilidad de cumplimiento de requisitos legales y la falta de garantías para poder acceder a un crédito.

Así, para efectos del cobro de comisiones y honorarios de que trata la Ley 590 de 2000, el Artículo 39 ibídem establece lo siguiente: *Con el fin de estimular las actividades de microcrédito, entendido como el sistema de financiamiento a microempresas, dentro del cual el monto máximo por operación de préstamo es de veinticinco (25) salarios mínimos mensuales legales vigentes sin que, en ningún tiempo, el saldo para un solo deudor pueda sobrepasar dicha cuantía, autorizase a los intermediarios financieros y a las organizaciones especializadas en crédito micro-empresarial, para cobrar honorarios y comisiones, de conformidad con las tarifas que autorice el Consejo Superior de Microempresa, no repuntándose tales*

cobros como intereses, para efectos de lo estipulado en el artículo 68 de la Ley 45 de 1990¹.

A pesar de la existencia de estos programas de créditos, se siguen presentando problemas tanto para los microempresarios cuando quieren acceder a un crédito, como para las entidades promotoras cuando quieren colocar estos créditos a los microempresarios. El gobierno nacional en aras de buscar salida a estos problemas, desde la presidencia de la república ha creado programas como el de la Banca de Oportunidades². Sin embargo, **FENALCO** es quien más ha analizado esta problemática, apoyando investigaciones en esta área y creando programas como Fenaltiendas³.

Muhammad Yunus creó el concepto del microcrédito el día que decidió ayudar a unos cuantos campesinos que vivían cerca de la Universidad de Chittagong y que, tras una gran hambruna que asoló el país en 1974, estaban pasando por graves dificultades. Elaboró una lista de 42 personas seriamente endeudadas que, en total, debían menos de 27 dólares. Cada uno de ellos recibió la cantidad que adeudaba sin otra condición que la de concentrarse en su trabajo y la de devolver el dinero cuando pudiera.⁴

¹

<https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?lServicio=Publicaciones&lTipo=publicaciones&lFuncion=loadContenidoPublicacion&id=10084639>

² <http://www.bancadelasoportunidades.gov.co/portal/default.aspx>

³ <http://fenaltiendas.blogspot.com/>

⁴ <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/y/yunus.htm>

El éxito de su acción le llevó a crear, en 1976, el Banco Grameen, con la intención de prestar dinero a personas que no tenían acceso a los créditos bancarios tradicionales, dado que no cumplían las condiciones requeridas habitualmente en concepto de aval para garantizar el reembolso de la suma prestada. El banco se creó para conceder créditos únicamente a las personas más desfavorecidas, convirtiéndose éstas en accionistas de la entidad.

Para un gran número de autores, el microcrédito es una poderosa herramienta que utilizada de manera adecuada, a largo plazo tiene la capacidad de generar grandes impactos de corte social y económico, porque facilita la inclusión de los agentes beneficiarios de este tipo de créditos en el sistema financiero. La inclusión de estas clases menos favorecidas puede impactar de manera positiva, porque posibilita la formalización del negocio, el desarrollo del mismo y la generación de empleos, entre otros.

Por otra parte, durante una presentación en el 7º Congreso de Asomicrofinanzas, el Superintendente Financiero, Gerardo Hernández Correa, destacó que el país está avanzando en su consolidación como promotor de la inclusión financiera.

Además, afirmó que el microcrédito es una fuente de financiación con un gran potencial de desarrollo, según Hernández, después del portafolio de vivienda, el microcrédito es la cartera que más ha crecido en los últimos 5 años (37%)⁵.

⁵ <http://www.dinero.com/economia/articulo/situacion-del-microcredito-en-colombia-en-2016/227706>

Por estos motivos, se destacaron los siguientes aspectos generales del microcrédito en el país⁶:

- ✓ *El microcrédito es la segunda cartera con mayor participación en número de deudores después de la de consumo (19%).*
- ✓ *El portafolio de microcrédito es el que presenta una mayor tasa de crecimiento en el número de deudores, entre 2014 y 2015 obtuvo un crecimiento del 25%.*
- ✓ *El 81% de la cartera micro-crediticia se encuentra en los sectores de agricultura, comercio e industria.*
- ✓ *El acceso al microcrédito desde la perspectiva de género muestra que el 43,6% de los usuarios son mujeres y el 39,9% hombres.*
- ✓ *Los usuarios del microcrédito son personas entre 41 y 65 años (54,6%), seguidas por las personas de entre 26 y 40 años (33,3%). Se destaca que estas últimas han ido aumentando su participación.*
- ✓ *Los microcréditos se han caracterizado por ser de corto plazo, el 65,6% de estos están colocados a entre uno y dos años.*
- ✓ *En 2015 el 24% de los créditos desembolsados correspondió a áreas intermedias y el 16% a rurales.*
- ✓ *La cartera bruta del microcrédito ascendió a \$10,7 billones, manteniéndose con una participación de 2.71% del total de la cartera del sistema financiero.*

⁶ *Ibíd.* 3

- ✓ Aunque el 76% de los clientes tienen un solo microcrédito, el número de deudores que tiene más de una operación micro-crediticia cada vez es mayor

Según la Asobancaria, en los últimos siete años la cartera de microcrédito ha crecido a un promedio anual del 20%, gracias al aumento de bancos que han incursionado en este segmento como Banco Mundo Mujer y Bancompartir que entraron en operación durante el último año. El crecimiento durante este periodo fue del 187% con un incremento del 21% en 2015 respecto del año anterior.

GRÁFICO 29. Evolución del saldo de la cartera de microcrédito



Fuente: cálculos de Asobancaria basados en datos de la SFC.
Cifras a diciembre de cada año.

Activar Wii
Ver a Configur

Los desembolsos de microcréditos con montos inferiores a 25 SMMLV tienen una participación del 72% dentro del total y el restante 28% corresponde a los desembolsos entre 25 y 120 SMMLV. Este último rubro ha venido aumentando desde el 2009, año en el cual representaba el 21% del total de microcréditos colocados.

GRÁFICO 30.

Evolución de la composición de la cartera de microcrédito por segmento

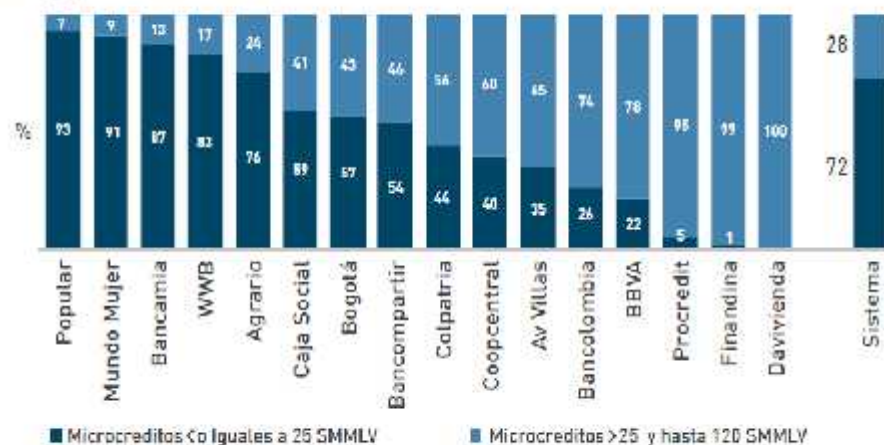


Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Balance y Formulario 453. Cifras a diciembre de cada año.

Dentro de las 16 entidades que participan en esta modalidad, los bancos especializados como Banco Mundo Mujer, Bancamía, WWB y Agrario tienden a concentrarse en microcréditos de bajos montos, es decir, inferiores a 25 SMMLV. Por su parte, bancos como Davivienda, Finandina y Procredit otorgan en mayor medida microcréditos entre los 25 y 120 SMMLV.

GRÁFICO 32.

Cartera de microcrédito por rango de montos desembolsados y por entidad



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia, Formulario 453. Cifras a diciembre de 2015.

Activar Windows

Con relación a la costa atlántica⁷, las operaciones de crédito en la Costa Caribe aumentaron en un 10% en el primer trimestre del año 2015 en comparación con 2014, y representaron un 20% del total del volumen nacional, de acuerdo con los resultados de un estudio de Experian sobre el volumen de nuevas operaciones crediticias en Colombia entre enero y marzo de 2015.

Las nuevas operaciones de crédito registradas en la región aumentaron de 556 mil en 2014 a 615 mil en el 2015. La Costa fue donde menos crecieron. Un análisis regional indica que en el Caribe predominan las operaciones de microcrédito, pues de las 121 mil nuevas operaciones registradas este año, 79 mil correspondieron a este segmento y solo 42 mil al sector real.

La cartera de microcréditos es usada por personas que tienen pequeños negocios y destinan los recursos para la compra de mercancía o maquinaria menor y otros.

En la Costa está concentrado el 25% de la cartera de los microcréditos destinados a mujeres en el país, es la segunda región con mayor participación en el total nacional después del Pacífico, esto quiere decir que en esta región uno de cada cuatro se destina a mujeres.

Este resultado se explica por la mayor oferta de recursos y la participación activa de entidades especializadas en microcréditos.

⁷ <http://www.elheraldo.co/economia/microcreditos-los-mas-usados-en-la-costa-caribe-201643>

Santiago Rodríguez, investigador de la Universidad de los Andes y autor del estudio señala que en el primer trimestre del año los indicadores de crédito muestran un comportamiento dinámico en el país con un incremento en el número de nuevas operaciones (23%) y del valor de los créditos (15%).

Más créditos a mujeres. En este periodo al igual en los dos trimestres anteriores, las mujeres tuvieron una mayor participación del mercado crediticio que los hombres, lo que evidencia su dinámica. La mayoría de estos créditos, con una proporción de uno de cada ocho, son destinados a mujeres microempresarias.

El Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha es un escenario propicio para la proliferación del microcrédito como forma no tradicional de acceso al crédito, porque las difíciles condiciones socioeconómicas regional y nacional conllevan a sus pobladores a optar por llevar a cabo actividades de economía informal, que les aseguran la posibilidad de generar ingresos para cubrir sus necesidades y las de sus familias.

En lo referente a la informalidad en La Guajira, específicamente en Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha, Según el DANE para el año 2015 se registró una tasa de 62,8% del total de ocupados.

Conscientes de esta situación, varias organizaciones facilitadoras de microcréditos operan desde hace varios años en la ciudad, para satisfacer las demandas de recursos por parte de los microempresarios.

El Banco WWB es un establecimiento de crédito que tiene la sede principal de sus negocios en Cali – Colombia, cuyo principal accionista es la Fundación WWB Colombia. El interés principal de su accionista mayoritario es facilitar el acceso al crédito a los sectores social y económicamente menos favorecidos, para lo cual orienta sus actividades principalmente hacia el otorgamiento de créditos al sector de la Micro y Pequeña Empresa. Además, tiene como misión aportar a la calidad de vida de las personas de menores ingresos, facilitándoles productos y servicios financieros sencillos, innovadores y oportunos, de manera responsable, rentable y sostenible.

Teniendo en cuenta el auge actual presentado por el microcrédito a nivel nacional y local, y los posibles beneficios socioeconómicos que este tipo de créditos representan para sus beneficiarios, siempre y cuando se administren de manera eficaz y eficiente, este estudio pretende evaluar el impacto generado por los microcréditos suministrados por el Banco WWB Sede Riohacha, durante el periodo de tiempo comprendido entre los años 2013 al 2015, en el sector micro-empresarial del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha.

1.1.1. Formulación del problema

De acuerdo a los elementos del problema planteado anteriormente surge el siguiente interrogante:

¿Cuál fue el impacto generado por los microcréditos suministrados por el Banco WWB, en el sector micro-empresarial del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha durante los años 2013 al 2015?

1.1.2. Sistematización del Problema

Para dar respuesta al anterior interrogante es necesario desarrollar los siguientes:

¿Cuáles son los servicios de microcrédito ofrecido en los años 2013 al 2015 por el Banco WWB en el Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha?

¿Cuál es el efecto de los microcréditos proporcionados por el Banco WWB en el crecimiento empresarial de los microempresarios del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha favorecidos con los mismos?

¿Cuál es la evolución del bienestar social de los microempresarios del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha beneficiados con los microcréditos y el de su entorno familiar más cercano?

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los microempresarios del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha con relación a todo el proceso de acceso, disfrute y pago de recursos en forma de microcrédito proporcionados?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

Analizar el impacto del microcrédito otorgado por el Banco WWB, en el sector microempresarial del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha durante el periodo de tiempo 2013 – 2015.

1.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Caracterizar el servicio de microcrédito ofrecido en los años 2013 al 2015 por el Banco WWB, en el Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha.
- ✓ Determinar el efecto de los microcréditos proporcionados por el Banco WWB, en el crecimiento empresarial de los microempresarios del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha favorecidos con los mismos.
- ✓ Analizar la evolución del bienestar social de los microempresarios del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha beneficiados con los microcréditos y el de su entorno familiar más cercano.
- ✓ Identificar el nivel de satisfacción de los microempresarios del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha con relación a todo el proceso de acceso, disfrute y pago de recursos en forma de microcrédito proporcionados.

1.3. JUSTIFICACION

1.3.1. Conveniencia y Relevancia Social:

El presente estudio es oportuno y con una alta tasa de favorabilidad para los intereses de los microempresarios, porque con ello se conoce la realidad del impacto de los microcréditos, así como los beneficios que éstos pueden tener cuando se utilizan de forma adecuada. No solo el demandante de los microcréditos, es decir, el microempresario será el beneficiado de los resultados del estudio, la entidad prestadora del servicio en este caso el Banco WWB tendrá la posibilidad de conocer información secundaria que aunque difiera en la metodología y rigurosidad en el proceso de recolección, procesamiento y análisis, poseerá cierto carácter independiente que le permitirá enfocar ciertos aspectos de la investigación de una manera independiente a como lo haría la organización.

1.3.2. Implicaciones Prácticas:

Este estudio facilitará a los microempresarios del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha y al Banco WWB, contar con la información pertinente para mejorar los procesos. Además, El presente se justifica porque siendo las microempresas la fuente generadora de empleo en la ciudad de Riohacha, es importante que éstas logren obtener un desarrollo sostenible, a través de su formalización; logrando con ello obtener créditos financieros, que les permita ampliar su negocio; transformándose en unidades económicas competentes.

1.3.3. Valor Teórico:

Este estudio pretende la revisión, aplicación, discusión y desarrollo de teorías y conceptos básicos de diferentes autores sobre el Microcrédito, aportando nuevos puntos de vista al interpretar la realidad de los microempresarios del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha. Por otra parte, la revisión bibliográfica de este proyecto debe producir datos que pueden servir de base para contrastar con el objeto de estudio donde se validaran teóricamente lo propuesto.

1.3.4. Utilidad Metodológica:

Para lograr el cumplimiento de los objetivos del estudio desde el punto de vista metodológico, el estudio facilitará el diseño de instrumentos para la recolección de información, la cual se organizará y analizará, para que sirva de referencia a posteriores investigaciones que se sigan desarrollando sobre los Microcréditos en la región y el país.

1.4. DELIMITACIÓN

El presente estudio se hará la línea de investigación Universidad y Sociedad.

1.4.1. Delimitación Temática o Teórica

El estudio está enmarcado en el área socioeconómica, específicamente en el Análisis del impacto de los Microcréditos otorgados a los comerciantes del Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha en el periodo de tiempo 2013 al 2015.

1.4.2. Delimitación Geográfica o Espacial

El estudio se desarrollará en el Distrito Especial Turístico y Cultural de Riohacha, y se tendrán como unidad de análisis los Microcréditos otorgados a los comerciantes por el Banco WWB, del año 2013 al año 2015.

1.4.3. Delimitación Temporal o Histórica

Este estudio se realizará en el cuarto trimestre del año 2016 y el primer trimestre del 2017.

CAPITULO 2: ANTEPROYECTO

2. MARCO DE TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones.” Según Fideas Arias “Se refieren a todos los trabajos de investigación que anteceden al nuestro, es decir, aquellos trabajos donde se hayan manejado las mismas variables o se hallan propuestos objetivos similares; además sirven de guía al investigador y le permiten hacer comparaciones y tener ideas sobre cómo se trató el problema en esa oportunidad”⁸ .

Para la presente tesis se realizó un estudio y análisis de diferentes investigaciones, ya concluidas de las que obtuvo los antecedentes de la investigación.

Las siguientes investigaciones servirán como referencias al proyecto:

“El Microcrédito. Una mirada hacia el concepto y su desarrollo en Colombia”.

Rodríguez M. María (2010). Este trabajo hace una revisión del “Microcrédito” partiendo del concepto básico, con el que se establece como opción de financiamiento para aquellas pequeñas unidades productivas que necesitan capital

⁸ ARIAS G, Fideas. El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 5ª. Edición. Ed. Episteme. Caracas Venezuela. 2006. P 106

para generar patrimonio o para obtener activos productivos. El Microcrédito es uno de los mecanismos más importantes que coadyuvan a las pequeñas unidades productivas a acceder a los servicios financieros, por cuanto estas pequeñas unidades productivas necesitan fuentes de financiamiento diferentes a las convencionales en la medida que no cumplen los mismos requerimientos de riesgo de crédito que se les exige a las compañías consolidadas o de mayor tamaño.

Este análisis demuestra que dadas las condiciones de la población, en Colombia, y en general en cualquier país, deberá optarse por un modelo “a la medida” teniendo en cuenta las circunstancias y condiciones locales; un modelo que realmente pueda identificar y satisfacer las necesidades de la población de acuerdo a su riesgo de crédito y a las características específicas de esta población.

Análisis de la evolución del Micro crédito “Banca de las Oportunidades en Colombia”. Castro D. Diego, Londoño B. Catalina, Piramanrique C. Karen (2009).

La investigación tuvo por objeto, la exploración del panorama de la Banca de Oportunidades en el contexto nacional colombiano. El surgimiento de nuevas figuras financieras enfocada esencialmente, a la inclusión de los sectores menos favorecidos de la población al sistema financiero mediante el Microcrédito. Invita a un estudio juicioso, no solo de los orígenes de estas figuras y sus éxitos en otros mercados, si no también, de los objetivos, mecanismos y resultados con que han sido implementados en Colombia, para poder de esta manera, revisar sus posibles desenvolvimientos futuros.

Se concluyó que las políticas de Banca de las Oportunidades tal como está planteada, ha mostrado resultados positivos en términos de Cobertura, Bancarización y Asistencia Técnica a los segmentos a los que se ha dirigido, de tal forma que hoy existe mayor población con acceso a servicios financieros, incluido el crédito e instalación de puntos de atención no tradicional en municipios alejados.

“Impacto socioeconómico causado por el Microcrédito otorgado por el Banco Caja Social Colmena BCSC en el desarrollo empresarial de los microempresarios del Barrio el Pozón de la ciudad de Cartagena durante el periodo 2006-2010”. Coronado Moreno (2011). Obteniendo resultados que dan fe de un impacto positivo de los recursos suministrados a los microempresarios por parte de dicho banco, el cual se materializó gracias a cambios en los comportamientos de los emprendedores, que permitieron generar crecimientos y mejoras en sus negocios, lo que a su vez también contribuyó en mejoras en cuanto a la satisfacción de las necesidades por parte del entorno familiar de los microempresarios.

2.2. BASES TEÓRICAS.

2.2.1. La Teoría del desenvolvimiento Económico y el Microcrédito.

(Shumpeter).

Para Joseph Schumpeter el desenvolvimiento es: “un cambio espontáneo y discontinuo en los cauces de la corriente, alteraciones del equilibrio que desplazan siempre el estado de equilibrio existente con anterioridad”; es decir son aquellos

cambios de la vida económica que no son impuestos a la misma desde el exterior, sino que surgen de su propia iniciativa, desde el interior.

Partiendo de una situación en equilibrio con desempleo, donde existen una gran cantidad de recursos ociosos, se puede poner en práctica nuevas combinaciones de los factores productivos existentes, aunque desempleados, como una forma de desenvolvimiento. Así nuevos agentes eran introducidos en la corriente circular como trabajadores o gerentes. (Roberts, 2003).

Shumpeter distingue cinco casos de desenvolvimiento:

- 1) introducción de nuevos bienes o de bienes de nueva calidad.
- 2) introducción de un nuevo método productivo, ya existente en un sector, que no deriva de algún descubrimiento científico.
- 3) apertura de un nuevo mercado.
- 4) conquista de nuevas fuentes de oferta de materias primas.
- 5) establecimiento de una nueva organización en una determinada industria.

El primer caso puede desarrollarse en cualquier lugar y en todos los niveles de ingreso, ya que siempre existirá alguien que pueda producir un mismo bien con una mejor calidad por el simple hecho de poseer una mayor habilidad natural. Los casos dos y cinco surgen espontáneamente con la división del trabajo, donde la persona va perfeccionando su trabajo a medida que se especializa en dicha área. Si el

objetivo de la apertura del mercado, el caso tres, es la aplicación de este, se puede considerar la profundización del mercado, mediante la introducción de nuevas personas con menores ingresos, como un aumento del volumen del mercado y por lo tanto como un caso de desenvolvimiento; y de las nuevas formas de organización y producción de la gente de menores ingresos salen nuevas fuentes de aprisionamiento de materias primas o bienes semifabricados, caso cuatro. (Roberts, 2003).

Existen dos factores fundamentales en la teoría del desenvolvimiento:

a) El crédito

b) El empresario

La función del empresario es fundamental ya que es quien lleva a cabo las nuevas combinaciones; y no está relacionada con la adquisición de riquezas; ya que el micro emprendedor que solicita el micro crédito es una persona pobre o de muy bajos ingresos.

Por lo tanto si se toma al microemprendedor que toma un microcrédito para emprender una actividad o un negocio, como el empresario del modelo de Shumpeter que realiza una nueva combinación motivado por el deseo de cambio, de progreso, de salir de la pobreza con la ayuda del crédito, se podría relacionar la teoría del desenvolvimiento económico de Shumpeter y el micro crédito.

Dentro de la teoría schumpeteriana es solamente el empresario quien necesita en principio del crédito como transferencia temporal de poder adquisitivo para poder llevar a cabo las nuevas combinaciones. De esta manera solo pueden acceder al crédito las personas que van a realizar una actividad económica. Tanto el futuro empresario como el microemprendedor requieren de un poder adquisitivo antes de adquirir cualquier clase de bienes; convirtiéndose en los deudores típicos de la sociedad capitalista. (Roberts, 2003).

El sistema capitalista promueve la acumulación de capital como condición básica para el desarrollo; sin embargo varios pensadores reconocen la necesidad de mentes creativas empresarios innovadores, como motor del desarrollo capitalista. Cuando alguno de estos empresarios desarrolla una idea exitosa generando una ganancia esto permite que se acumule riqueza, pero para que estas ganancias se vean reflejadas en la economía tienen que ser invertidas en nuevas ideas para de esta manera mantener el ritmo de crecimiento de la economía. (Roberts, 2003).

El motor capaz de hacer pasar el sistema de una situación estacionaria a una situación de desarrollo, es representado en la figura del empresario innovador, cuya actividad típica –la innovación- tiene el efecto de destruir el equilibrio del estado estacionario del flujo circular. Con esta ruptura de las relaciones económicas existentes, aparece el desarrollo económico. La función del empresario es la de poner en marcha nuevas combinaciones de factores productivos, esto es, innovar. Esta función distingue al empresario del simple administrador que toma únicamente las decisiones de rutina. (Shumpeter, 1942).

La introducción de innovaciones supone una disminución en los costes de la empresa que la ha llevado a cabo, o bien, un incremento en el precio de los bienes producidos por la empresa. Así pues, la diferencia entre ingresos y gastos de la empresa innovadora se amplía, y es aquí, en este mayor margen, donde surgen los beneficios. (Shumpeter, 1942).

Trayendo a colación para el caso latinoamericano que se acerca al tema que compete esta investigación, existen una gran cantidad de ideas que no son desarrolladas por falta de mercados de capitales que destinen fondos a nuevas inversiones; y la falta de estos mercados más el difícil acceso a estos recursos, son causantes en gran parte del estancamiento del desarrollo de estas economías, que padecen a su vez de una fuerte polarización de ingresos.

Cuando una persona que tiene una idea innovadora pero no tiene el capital para desarrollarla, debe solicitar el capital de aquel empresario que alguna vez fue innovador y solicitar la participación en este. Entonces el beneficio que había obtenido este empresario deberá ser distribuido entre su consumo y las necesidades de inversión del nuevo empresario; al existir una sola persona que disponga del capital necesario para invertir , exigirá una tasa de interés bastante alta, ya que será el único que deberá asumir todo el riesgo. Mientras que si el dueño de la idea puede acceder al capital de varias personas, disminuirá el riesgo que representa a cada uno de estos su aporte de capital y reducirá la tasa que deberá pagar por este intercambio. (Roberts, 2003).

Suponiendo que es más probable que más personas tengan ideas innovadoras y aceptando el supuesto de acumulación de capital, queda clara la necesidad de un mercado de capitales.

La función de este mercado de capitales o de dinero según Schumpeter: “es el tráfico en con el propósito de financiar el desenvolvimiento” que es luego quien “crea y mantiene dicho mercado” y en el curso del desenvolvimiento lo convierte “en el mercado de las propias fuentes de ingreso”.

Todo empresario que quiera liderar el desenvolvimiento necesita emplear los distintos a factores de la producción; pero necesita emplearlos o contratarlos y para eso necesita poder de compra. Por lo tanto lo normal para un empresario emprendedor es necesitar el crédito para cumplir con dichas obligaciones. He aquí la importancia del microcrédito ya que si los empresarios necesitan de los créditos y los pobres pueden ser empresarios, los pobres también deberán gozar del acceso a créditos para realizarse. (Roberts, 2003).

De una manera general es lógico que la gente pobre necesite de varios microcréditos sucesivos antes de poder consolidar su negocio. Se podría decir que el proceso de desenvolvimiento se genera de una manera más lenta.

Schumpeter establece dos razones que previenen la rápida desaparición del poder de compra de la nueva creación:

a) La mayor parte de las empresas no se realizan en un periodo sino solamente después de una serie de años. El nuevo poder de compra permanece más tiempo en circulación y la redención en la fecha legal toma a menudo el aspecto de una prórroga que se trata solo de métodos para comprobar periódicamente la bondad del negocios. Empresas a largo plazo son financiadas por créditos a corto plazo.

b) Los instrumentos del crédito pueden desaparecer cuando la empresa obtiene éxito, pero si no lo hacen no producen ninguna perturbación en la economía individual o social porque existen mercancías que sustituyen el nuevo poder de compra.

Aquí reside la originalidad del aporte del profesor Yunus por haber demostrado empíricamente que no es solamente dentro de las actividades económicas establecidas o donde ya existe un poder de compra donde puede darse el crédito, sino que su origen es previo a las mismas. El crédito es entonces una condición previa para el desarrollo de los pueblos y no consecuencia del nivel de negocios ya establecidos. (Roberts, 2003).

2.2.2. Modelo del Patrimonio Económico del Hogar. Este modelo ubica al hogar como el centro en torno al cual gira todo el proceso de medición del impacto, entendiéndolo como un elemento que se relacionado estrechamente y en forma directa con la microempresa.

Rico (2006) ejemplifica esta relación de la siguiente forma: Es usual observar como los propietarios de pequeños negocios desarrollan su actividad empresarial

utilizando su vivienda, sus herramientas o sus equipos del hogar o empleando a sus familiares, incluso a sus hijos menores, como mano de obra. Asimismo, los empresarios no siempre destinan los préstamos para financiar el negocio, sino para atender otras necesidades económicas de la familia, como por ejemplo, el consumo, el ahorro o la inversión en educación o salud. La inversión en otros activos distintos de la actividad productiva, les permite, a su vez, mejorar la estabilidad y seguridad económica del hogar, asumir mayores riesgos a medida que consolidan sus empresas o, incluso, iniciarse en nuevas actividades.

Niveles de impacto de las Microfinanzas: Teniendo en cuenta la importante relación que desarrolla entre hogar y microempresa, Sebstad et. al. (1995), citado por La red SEEP (2001) identifica cuatro ámbitos específicos en los cuales se genera el impacto de los microcréditos:

- A nivel de la familia/hogar, las microempresas contribuyen al aumento neto de los ingresos de la familia/hogar, la acumulación de activos y la productividad laboral. Los ingresos invertidos en activos como los ahorros y la educación aumentan la seguridad económica de la familia/hogar al hacer posible que se cubran las necesidades básicas cuando el flujo de ingresos se interrumpe.
- A nivel de la empresa, el impacto está representado por los cambios en los ingresos, el empleo, los activos y el volumen de producción.
- A nivel individual, el cambio se mide en base a la capacidad de los clientes para tomar decisiones y realizar inversiones que mejoren el rendimiento de su negocio

así como sus ingresos personales, lo cual a su vez, fortalece la cartera económica de la familia/hogar y a menudo esto se traduce en un mejoramiento personal.

- A nivel de la comunidad, las microempresas pueden proveer nuevas oportunidades de empleo, estimular los vínculos con otras empresas comunitarias, y captar nuevos ingresos de fuentes externas ajenas a la comunidad. En la medida que los pobres se beneficien del incremento de la actividad económica, las intervenciones a nivel de las microempresas pueden tener impactos adicionales sobre su patrimonio neto.

2.3. MARCO CONCEPTUAL.

2.3.1. Microcrédito⁹: Es la extensión de préstamos muy pequeños a prestatarios pobres que típicamente carecen de un colateral, un empleo fijo o un historial de crédito verificable. Está diseñado no sólo para apoyar a emprendedores y reducir la pobreza, sino también en muchos casos para empoderar a las mujeres y estimular comunidades enteras por su extensión. En muchas comunidades, las mujeres carecen de un historial laboral estable que los prestamistas tradicionales tienden a requerir. Muchas son analfabetas, y por tanto incapaces de completar el papeleo necesario para conseguir préstamos convencionales.

⁹ <https://es.wikipedia.org/wiki/Microcr%C3%A9dito>

“El concepto de microcrédito debe ir dirigido a aumentar la inclusión social y promover la creación de empleo y el trabajo por cuenta propia, especialmente entre las mujeres, los jóvenes, las personas sin empleo y las minorías”¹⁰

2.3.2. Economía solidaria. Se circunscribe en la búsqueda de mejores escenarios para el futuro, pensar que es viable la construcción de ese "otro mundo posible", el fortalecimiento de “Sociedades Vivenciales”, justas, en donde las personas tengan derecho a un mejor vivir, con dignidad, percibidos como sujetos ciudadanos, capaces de realizar actividades libremente y que tienen razón de valorar. Desde luego, que construir mejores escenarios de futuro, exige a las sociedades territoriales, generar capacidades sistémicas - Poder Local, orientadas a la construcción de ciudadanía y democracia, con alternativas claras y viables.¹¹

2.3.3. Microfinanzas. “son aquellos servicios financieros orientados hacia el desarrollo de las pequeñas economías, en especial a las microempresas. En el marco de la globalización, las microfinanzas se han acuñado como un enfoque de las finanzas que apuntan a motivar la inclusión y la democratización de los servicios financieros para aquellos sectores generalmente excluidos por la banca comercial tradicional.¹²

2.3.4. Caracterización de las Microfinanzas: Las Microfinanzas, entendidas como la oferta integral de servicios microfinancieros dirigida a micro organizaciones económicas y personas de escasos recursos que desempeñan labores de

¹⁰ Sugerencias del Parlamento Europeo hacia la implementación del Microcrédito en la Unión Europea, 2008.

¹¹ <http://ucade.org/Publicaciones/FinanzasSociales.pdf>

¹² *Ibid.* 8

autoempleo, responden en términos generales a una serie de características.

Muñoz (2006) caracteriza las Microfinanzas de la siguiente manera¹³:

1. Son servicios financieros para unidades socioeconómicas de pequeña escala:

Las Microfinanzas abarcan múltiples servicios financieros, destacándose los créditos y depósitos, los cuales, al menos al inicio de las operaciones, se caracterizan por pequeñas cuantías utilizadas por unidades socioeconómicas de pequeña escala, generalmente unipersonales o familiares. Nacen así las figuras del microcrédito, el microdepósito, el microseguro, etc. Cada uno de estos servicios financieros ha experimentado un desarrollo muy dispar, siendo el microcrédito el más reconocido a nivel mundial.

2. Multiplicidad de arreglos institucionales basados en relaciones de proximidad: La oferta microfinanciera admite múltiples formas y arreglos tanto formales como semiformales e informales. Pueden encontrarse bancos comerciales que realizan actividades microfinancieras dentro de su operatoria, organizaciones sin fines de lucro que brindan servicios de microcrédito, organismos gubernamentales involucrados no sólo en la regulación sino también en la operación de algunos servicios microfinancieros, cooperativas de crédito, instituciones dedicadas a las actividades microfinancieras de forma exclusiva, etc.

3. Aplicación de mecanismos innovadores para el logro de altas tasas de repago:

Por lo general, la mayoría de los excluidos del sistema financiero tradicional no suelen cumplir con los requisitos de garantías solicitados. De allí que sistemas como

¹³ MUÑOS, Ruth. Alcance de las Microfinanzas para el desarrollo local. Tesis de Maestría en Economía Social. Provincia de Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento, 2006.

los bancos comunales o los grupos solidarios (basados en garantías cruzadas entre los miembros mutuamente responsables por las obligaciones contraídas), constituyen una de las mayores innovaciones dentro del campo microfinanciero. A esta innovación, se agregan los incentivos dinámicos en que las Microfinanzas se basan, entre los que se destaca la progresividad de los préstamos a lo largo del tiempo (sujeta al cumplimiento de requisitos como el pago en término); planes de pago basados en períodos breves y otros mecanismos que funcionan como sustitutos de las garantías que ayudan a mantener tasas de devolución cercanas al 100%.

4. Horizonte de corto plazo de las actividades atendidas: Si bien cada servicio financiero tiene su propia especificidad y requiere de distinta periodicidad, lo breve de dichos períodos es una característica de todo el campo de las microfinanzas. Es común encontrar créditos con plazos mensuales, destinados generalmente a financiar insumos y herramientas o pequeñas maquinarias y ahorros inclusive diarios.

2.4. MARCO LEGAL

El microcrédito está definido formalmente en la legislación bancaria colombiana y tiene una categoría especial, en la medida que los bancos pueden cobrar una comisión hasta del 7% del monto de crédito (anticipada) para asesoría y seguimiento al beneficiario del crédito, lo cual hace que el mismo sea el crédito nominalmente más costoso.

En Colombia existe un marco legal para el microcrédito, más no así para las microfinanzas. Las únicas entidades que pueden captar ahorro del público son los establecimientos de crédito y las cooperativas con actividad financiera; así mismo la expedición de seguros está restringida a compañías de seguros vigiladas por la Superintendencia Financiera. Las ONG's, al no estar autorizadas a captar ahorro del público o a emitir pólizas de seguros, se encuentran bastante restringidas para ofrecer servicios de microfinanzas, más allá del crédito para lo cual no existen mayores restricciones¹⁴.

De manera específica el microcrédito está estrechamente relacionado con una serie de disposiciones jurídicas que lo reglamentan y promocionan, con el objetivo de darle impulso al desarrollo de las microempresas. Sobresalen de estas la Ley 590 de 2000, conocida también como *Ley Mipymes*, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas y la Ley 905 de 2004 por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 anteriormente mencionada y se dictan otras disposiciones, entre otras.

2.4.1. Ley 590 de 2000

En el marco de esta ley, según el artículo 39 Sistemas de microcrédito, correspondiente al capítulo IV Acceso a mercados financieros. El microcrédito es entendido como el sistema de financiamiento a microempresas, dentro del cual el monto máximo por operación de préstamo es de veinticinco (25) salarios mínimos

¹⁴ RODRIGUEZ SERRANO, Javier y GUTIERREZ, María Lorena. Microfinanzas e Instituciones Microfinancieras IMF's. La situación en Colombia. Universidad de los Andes, 2009.

mensuales legales vigentes sin que, en ningún tiempo, el saldo para un solo deudor pueda sobrepasar dicha cuantía.

Con anterioridad en el artículo 35, Democratización del crédito, el gobierno nacional asume la responsabilidad como impulsor del proceso dinamizador del acceso a recursos financieros por parte de las Mipymes. “El Gobierno Nacional tendrá, con relación a las Mipymes, las funciones de formular políticas de democratización del crédito y financiamiento para el establecimiento de nuevas empresas, promover la competencia entre los intermediarios financieros, determinar la presencia de fallas de mercado que obstaculicen el acceso de estas empresas al mercado financiero institucional y adoptar los correctivos pertinentes, dentro del marco de sus competencias”.

2.4.2. Decreto 3078 de 2006. Banca de las Oportunidades.

Como resultado de las recomendaciones de política del documento Conpes 3424 de 2006, se expidió el Decreto 3078 del mismo año que creó el Programa de Inversión Banca de las Oportunidades, le asignó un presupuesto y determinó que su administración sería asignada al Banco de Comercio Exterior (Bancoldex).

El Decreto definió con precisión las actividades a ser realizadas con los recursos y creó la Comisión Intersectorial como órgano rector del Programa. Para lograr su objetivo, el cual es el de promover la inclusión financiera buscando equidad social, la Banca de Oportunidades identifica los factores que limitan el acceso a servicios financieros y propone soluciones requeridas, creando el entorno adecuado y

ofreciendo estímulos a las entidades financieras para que atiendan segmentos sin acceso con productos adecuados.

2.5. DISEÑO METODOLÓGICO

2.5.1. Tipo de Investigación.

El estudio es de tipo descriptivo y analítico, en este sentido Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan que “los estudios descriptivos, pretenden medir o recoger información de manera independiente, o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren”. Según Hurtado de Barrera (2000) la investigación analítica consiste en el análisis de las definiciones relacionadas con un tema, para estudiar sus elementos en forma exhaustiva y poderlo comprender con mayor profundidad. En el estudio se recogerá información sobre las fuentes de financiamiento de los comerciantes del mercado viejo de la ciudad de Riohacha.

2.5.2. Diseño de la Investigación

El estudio se realizará bajo la modalidad de investigación de campo, la investigación de campo es “el análisis sistemático, de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes. Los datos de interés serán recogidos de manera directa de la realidad”.

Finalmente el estudio se orientará por el diseño no experimental, de naturaleza transversal o transaccional, que según Hernández (2010) “recolectan datos en un

solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

2.5.3. Fuentes de Información.

Se utilizaran dos tipos de fuente de información:

Fuente de información primaria: Es aquella que se obtiene directamente de las personas implicadas en el fenómeno objeto de análisis como son los comerciantes del Mercado nuevo, las personas y los entes crediticios de la ciudad de Riohacha. El instrumento utilizado para obtener la información es la Encuesta y la entrevista, teniendo en cuenta que durante el periodo de la investigación, se detalla directamente lo referente al estudio.

Fuentes de información secundaria: Es también denominada documental o bibliográfica, porque a través de ella se buscan todos los escritos referentes al tema de investigación. Los instrumentos utilizados para obtener esta información son los textos, archivos, monografías, revistas, internet, entre otros, que brindan información relacionado con la temática.

2.5.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de dato.

Como instrumentos de recolección de datos se usaran:

1. Observación directa
2. Encuestas

De esta forma se espera contar con información real y confiable, obtenida en primer lugar de los mismos investigadores, quienes en base a sus conocimientos y a lo observado en un primer análisis de la muestra, juzgaran y tomaran nota en base al fenómeno que se está estudiando.

Sin embargo esta primera observación no es suficiente, puesto que se tiende a generalizar situaciones, o a confundir eventos, lo que restaría confianza a la información recolectada. Mediante la aplicación de encuestas, que proporcionarán información de primera mano, y con la veracidad suficiente para apoyar la observación y por lo tanto sustentar la investigación.

2.5.5. Población

La población objeto de estudio está conformada por todos los microempresarios que desarrollan o desarrollaron sus actividades económicas en la ciudad de Riohacha. Además, que se hayan beneficiado de microcréditos en el periodo comprendido entre los años 2013 y 2015 (incluye a quienes aplicaron renovación a créditos anteriores) suministrado por el Banco WWB.

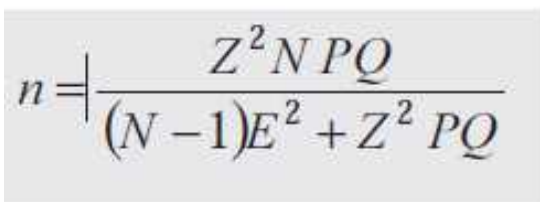
Según las bases de datos de esta Institución Microfinanciera durante dicho periodo fueron 2171 el número de microempresarios beneficiados con más de un Microcrédito.

2.5.6. Tamaño de la Muestra

Según (Levine y Krehbiel), “La muestra aleatoria simple son todos los elementos dentro del marco, tienen las mismas posibilidades de selección de cualquier otro. Además muestra el tamaño fijo tienen las mismas posibilidades de selección de cualquier otra muestra del mismo tamaño. En el muestreo aleatorio simple, la n se utiliza para representar al tamaño de la muestra y la N para representar el tamaño del marco” (p.221).

Según (Martínez) “La muestra aleatoria es recomendable en especial cuando la población no es numerosa y las unidades se encuentran en un área pequeña; por otra parte, la característica no debe tener gran variabilidad, porque implicaría un tamaño muestral muy amplio lo que, a su vez, incrementaría costo y tiempo; por último, la población debe facilitar su enumeración para que permita la aplicación de este método”. (p. 731)

Según Martínez B (2012:306), la fórmula para el tamaño óptimo en el muestreo aleatorio simple, cuando la población es finita, se obtiene:

 $n = \frac{Z^2 N P Q}{(N - 1) E^2 + Z^2 P Q}$	<p>Donde:</p> <p>N = Total de la población</p> <p>$Z_a = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)</p> <p>p = Probabilidad de éxito</p> <p>$q = 1 - p$ (probabilidad de fracaso)</p> <p>E = error</p>
---	---

$$n = \frac{(1.96)^2 (2171) (0.5) (0.5)}{((2171-1) (0.05)^2) + ((1.96)^2(0.5) (0.5))} = 326$$

2.5.7. Operacionalización de Variables

La variable Mercado laboral, se operacionalizará, a través de las respuestas suministradas por los egresados, mediante las respuestas suministradas por los individuos en los cuestionarios diseñados, para tal fin; cuyas dimensiones son: Características demográficas, ejercicio profesional y habilidades administrativas.

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores
Microcrédito	Prestamos formales de bajo monto con relativa facilidad de acceso, los cuales están dirigidos a microempresarios	Beneficiarios del crédito	-Número de préstamos recibidos -Montos recibidos -Plazos de pago -Historial de pagos -Número de refinanciaciones realizadas
Bienestar Social	Aspectos directamente relacionados con la calidad de vida de los microempresarios y sus familias	Educación, Ingresos, Consumo.	-Número de personas del núcleo familiar que han iniciado ciclos de formación -Variación porcentual del ingreso familiar - Número de servicios contratados para uso familiar - Número de productos financieros adquiridos

Desarrollo Empresarial	Proceso de mejoramiento que conlleva a la generación de un mayor grado de productividad en la microempresa.	Operativa Administrativa Financiera	-Aumento porcentual de producción o ventas -Cantidad de activos adquiridos -Número de créditos recibidos -Número de productos financieros adquiridos
Satisfacción del cliente	Consiste en la relación entre las expectativas iniciales del microempresario y la experiencia como cliente de WWB. Colombia	Procedimientos Personal de Servicio	-Número de créditos recibidos -Número de refinanciaciones realizadas -Número de quejas presentadas ante WWB. Colombia

2.6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	I			II			III			IV			V			VI			
Elaboración de la propuesta																			
Correcciones y ajustes de la propuesta																			
Elaboración del anteproyecto																			
Recolección de la información																			
Organización de la información																			
Presentación de la información																			
Interpretación de los resultados																			
Conclusiones y recomendaciones																			
Correcciones y ajustes al proyecto																			
Entrega del proyecto final.																			

2.7. PRESUPUESTO

ITEM	CONCEPTO	CANT.	VALOR MENSUAL	MES	TOTAL ANUAL
1.	PERSONAL				
1.1	Proponentes del estudio	1	1.500.000	6	9.000.000
1.2	Asesor		Global		3.000.000
2.	GASTOS GENERALES				
	Trabajo de campo		Global		2.000.000
	Fotocopias, digitación, impresión, empaste, entre otros.		Global		500.000
	Movilización		Global		200.000
	TOTAL				14.700.000

CAPITULO 3: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. GENERALIDADES DEL BANCO WWB. (WORLD WOMAN BANKING).

El Banco WWB es un establecimiento de crédito que tiene la sede principal de sus negocios en Cali – Colombia, cuyo principal accionista es la Fundación WWB Colombia.

Pensando en la expectativa de acceso a productos financieros que tienen millones trabajadores independientes, microempresarios y personas que se dedican a alguna actividad productiva, el Banco WWB pone al alcance de estos colombianos que construyen país, productos prácticos, oportunos e innovadores en materia de microcrédito, ahorro y microseguros, permitiendo mejorar la calidad de vida de miles de personas y sus familias.

MISION

Aportar a la calidad de vida de las personas de menores ingresos, facilitándoles productos y servicios financieros sencillos, innovadores y oportunos, de manera responsable, rentable y sostenible.

VISION

Un Banco que genera bienestar a sus colaboradores, clientes y demás personas con las que se relaciona, llegando en 2017 a \$1.2 billones en cartera, con diversidad de productos, y énfasis en el ahorro.

3.2. CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO DE MICROCRÉDITO PRESTADO POR EL BANCO WWB. COLOMBIA.

3.2.1. Líneas de Crédito¹⁵

3.2.1.1. Crédito Microempresarial: Crédito para el fortalecimiento del negocio por medio de la compra de activos fijos o para obtener capital de trabajo

Activo fijo: Línea de crédito destinada exclusivamente para adquirir activos fijos nuevos o usados; maquinaria, equipo o inmuebles para el negocio.

Capital de trabajo: Línea de crédito destinada exclusivamente para capital de trabajo; adquirir materia prima, insumos, inventarios y demás gastos operativos y de funcionamiento.

Características:

Antigüedad mínima del negocio: 1 año.

Monto: desde 1 SMMLV hasta 120 SMMLV.

¹⁵ <http://www.bancowwb.com/>

Tasa fija durante toda la vigencia del préstamo.

El plazo será dado de acuerdo al monto y al tipo de cliente.

Requisitos:

Fotocopia de la cédula de ciudadanía

Dos referencias comerciales y/o personales, y una familiar

Facturas de compra del último año y servicios públicos al día

Se otorga a clientes Nuevos, renovación y preferenciales.

3.2.1.2. Credimejora Local

Crédito a mediano plazo para la adquisición, ampliación o remodelación de locales comerciales, bodegas, oficinas o cualquier otro inmueble diferente a la vivienda nueva o usada.

Características:

Antigüedad mínima del negocio: 1 año.

Monto: desde \$1.000.000 hasta 120 SMMLV.

Plazo: de 1 a 36 meses.

Tasa fija y preferencial durante toda la vigencia del préstamo.

Financiación hasta del 100% del valor de la obra, incluyendo materiales y mano de obra.

Se otorga a clientes Nuevos, renovación y preferenciales.

Requisitos

Cotización de materiales y mano de obra.

Fotocopia de la cédula.

No tener otro crédito inmobiliario vigente.

Certificado de tradición o protocolización (con fecha de expedición no mayor a 30 días).

Certificación de los ingresos de todo el grupo familiar (siempre y cuando se incluyan en el análisis) no mayor a 30 días.

3.2.1.3. Credimejora Hogar

Crédito a mediano plazo para la adquisición, ampliación o remodelación de vivienda nueva o usada.

Características:

Antigüedad mínima del negocio: 1 año.

Monto: desde 1 SMMLV hasta 120 SMMLV.

Plazo: de 1 a 48 meses.

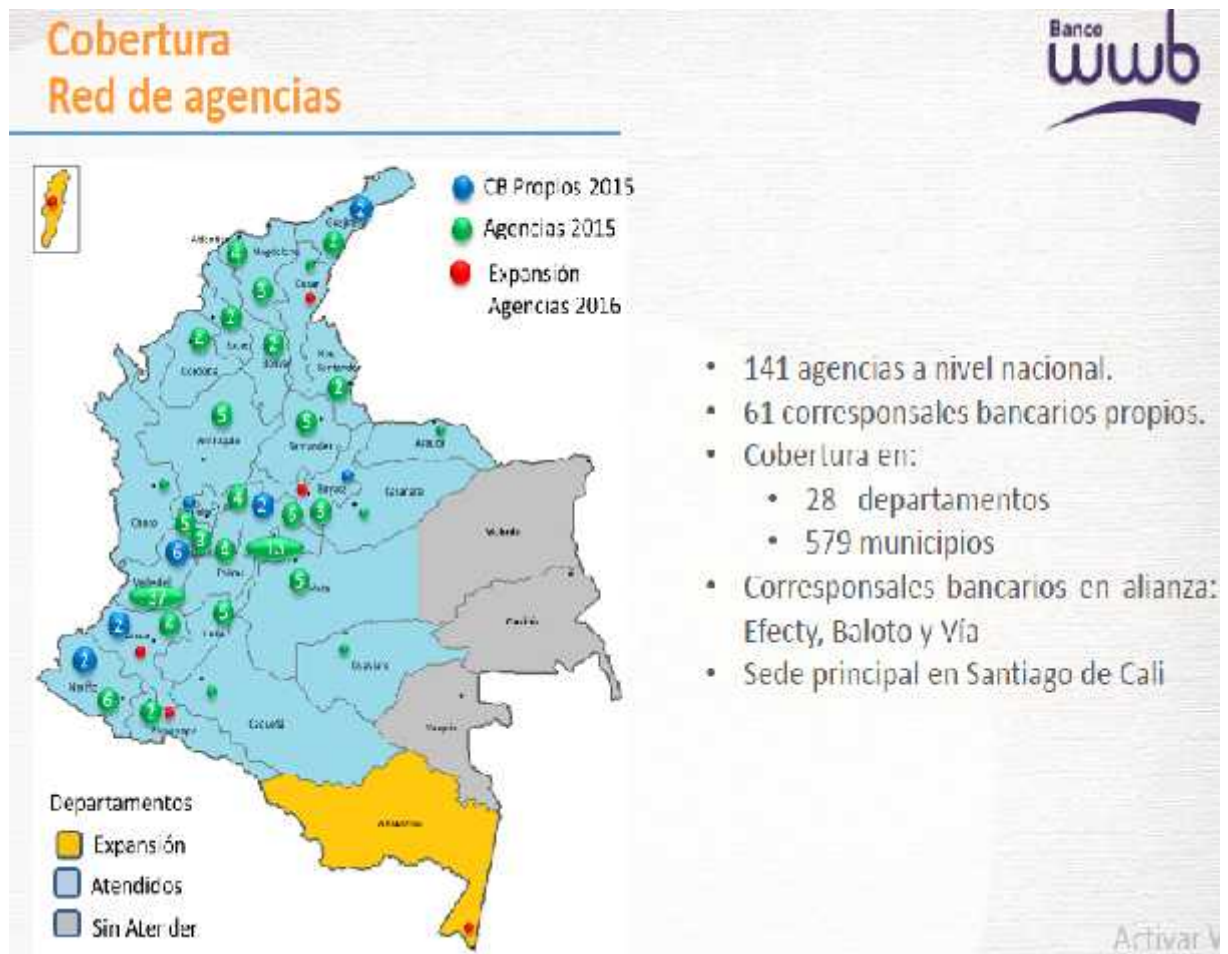
Tasa fija y preferencial durante toda la vigencia del préstamo.

Financiación hasta del 100% del valor de la obra, incluyendo materiales y mano de obra.

Se otorga a clientes renovación y preferenciales.

Tabla 1. TASAS BANCO WWB. COLOMBIA 2º SEMESTRE 2016		
CLENTE	TEM.	TEA.
NUEVO	3,29% Mensual.	47,46% EA.
RENOVACION	3,19% Mensual	45,76% EA.
PREFERENCIAL	2,89% Mensual	40,76% EA.

Fuente: Resultados del estudio.



Nuestras cifras destacadas con cierre a Diciembre de 2015:

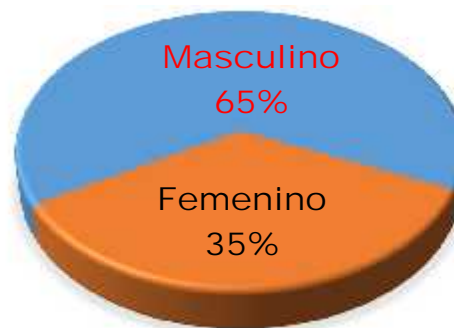


- Cartera total de microcrédito: \$792.156 millones
- Número de clientes de microcrédito: 200.786
- Indicador de mora > 30 días microcrédito: 3,56%
- Número de clientes ahorro: 390.709
- Número de cuentas de ahorro: 417.120
- Saldo captación ahorro: \$68.603 millones
- Número de clientes CDT: 6.883
- Número de CDTs: 8.547
- Saldo captación CDT: \$327.225 millones
- Agencias con las que cerramos en el 2015: 140
- Apertura de agencias en el 2015: 9
 - Chaparral, Tolima
 - Istmina, Chocó
 - Apartadó, Antioquia
 - San José de Isnos, Huila
 - San José del Guaviare, Guaviare
 - Piendamó, Cauca
 - San Vicente del Caguán, Caquetá
 - Funza, Cundinamarca
 - Oficina de libranzas en Cali
- Utilidades 2015: \$43.130 millones

At. Legal

3.3. PERFIL DEL CLIENTE. La aplicación de las encuestas a los beneficiarios del Banco WWB. Colombia en la ciudad de Riohacha de los años 2013 y 2015, facilitó determinar algunas características del perfil sociodemográfico de los clientes de la institución, las cuales se describen a continuación.

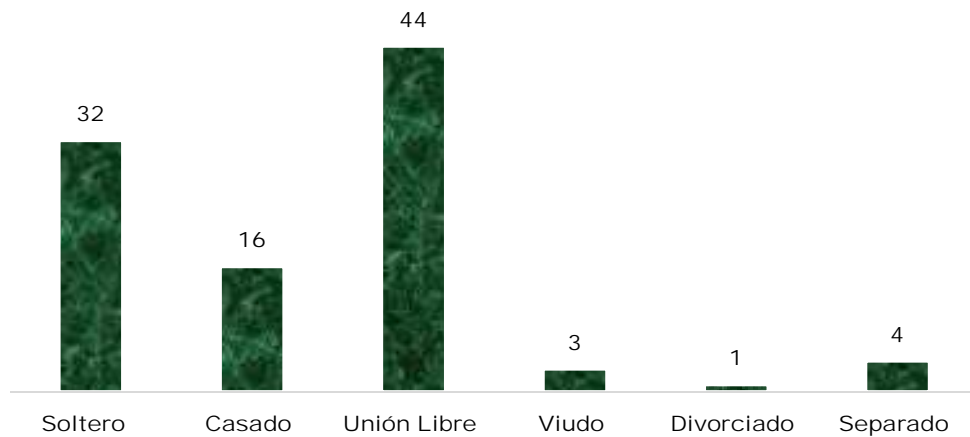
Grafico 1. Genero



Fuente: Resultados del estudio.

En el grafico 1 se evidencia que en los resultados obtenidos en las encuestas, los clientes de Microcréditos en promedio pertenecen en un 65% al género masculino y 35% al género femenino.

Grafico 2. Estado Civil



Fuente: Resultados del estudio.

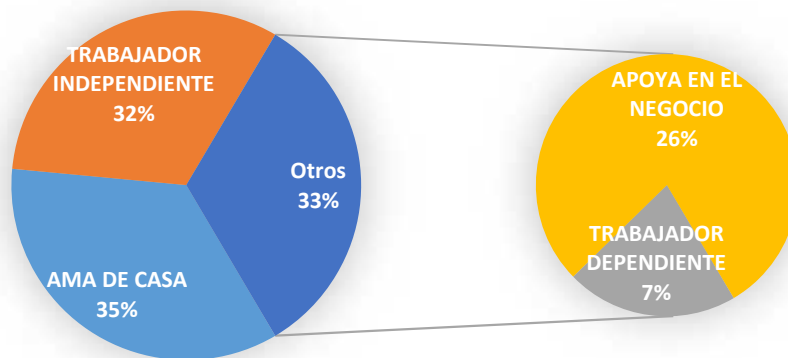
En lo referente al estado civil de la población de microempresarios, de la ciudad de Riohacha, en la gráfica 2 se observa que predomina la unión libre con un promedio del 44% de participación, seguido del estado civil soltero con una participación del 32%, siendo los casados el 16% de la población, los cuales representan los porcentajes más significativos del estado civil de la población del sector microempresarial, para una participación total del 94%, quedando solo un 8% entre separados, viudos y divorciados.

Tabla 2. Nivel Educativo	Riohacha
Primaria completa	13,8%
Primaria incompleta	13,3%
Secundaria completa	26,1%
Secundaria incompleta	26,9%
Técnica	2,7%
Diplomados	1,4%
Universitaria completa	3,4%
Universitaria incompleta	5,0%
Ninguno	4,0%
Otro	3,4%

Fuente: Resultados del estudio.

Con respecto a la tabla 2, se puede observar que el nivel educativo de los clientes de microcréditos está compuesto de la siguiente manera: Un 26,9% tiene secundaria incompleta, el 26,1% terminó la secundaria, seguido por un 13,8% con primaria completa; solo el 5% tiene universitaria incompleta y el 3,4% tiene título universitario.

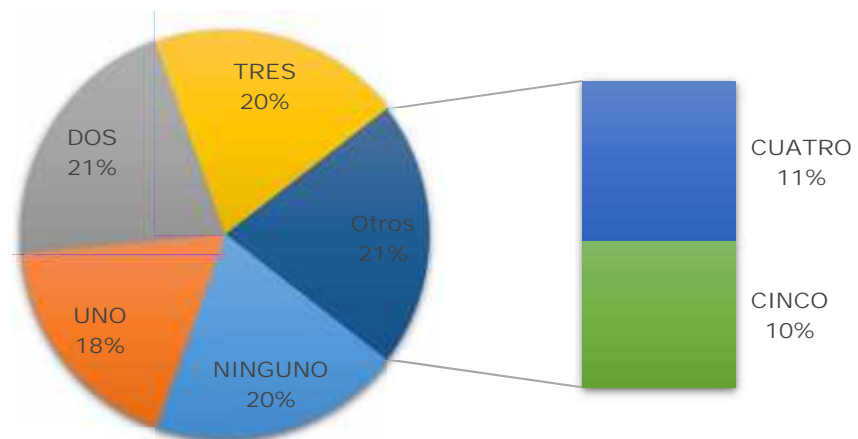
Gráfico 3. Ocupacion del Conyugue



Fuente: Resultados del estudio.

En lo relacionado con la ocupación del conyugue o acompañante, se evidencia que el 35% de la población encuetada se dedica a Ama de casa, seguido por el 32% que trabaja de forma independiente. Además, el 26% apoya en las labores del negocio y el 7% restante es trabajador dependiente; como se observa en el grafico 3.

Grafico 4. Numero de Personas a Cargo



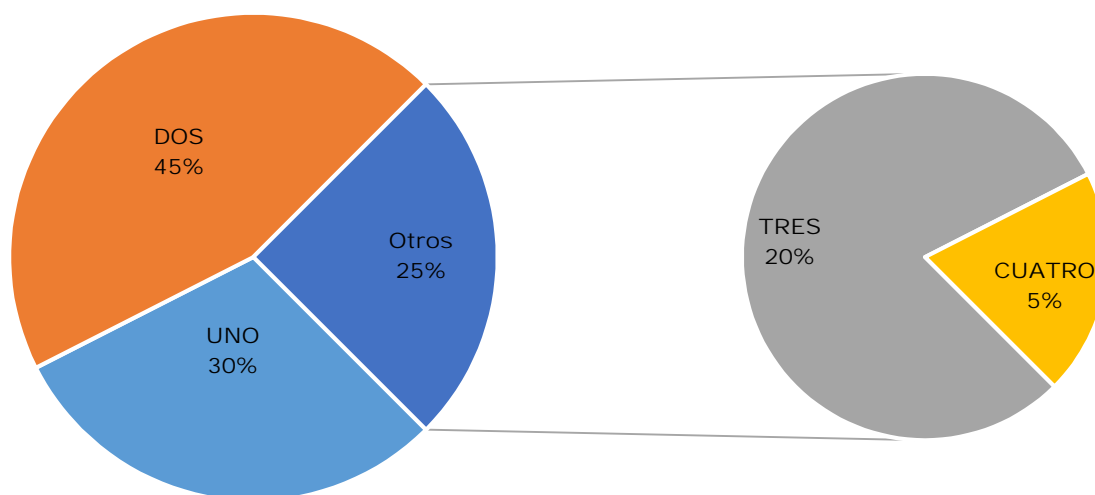
Fuente: Resultados del estudio.

En cuanto a las personas a cargo, como se evidencia en el grafico 4, el estudio arrojó los siguientes resultados: el 21% de las personas que recibieron microcréditos tienen dos personas a cargo, un 20% tiene tres personas a cargo y otro 20% ninguna. Seguidamente un 11% tiene cuatro personas a cargo y el 10% restante tiene cinco.

3.4. IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOS BENEFICIARIOS.

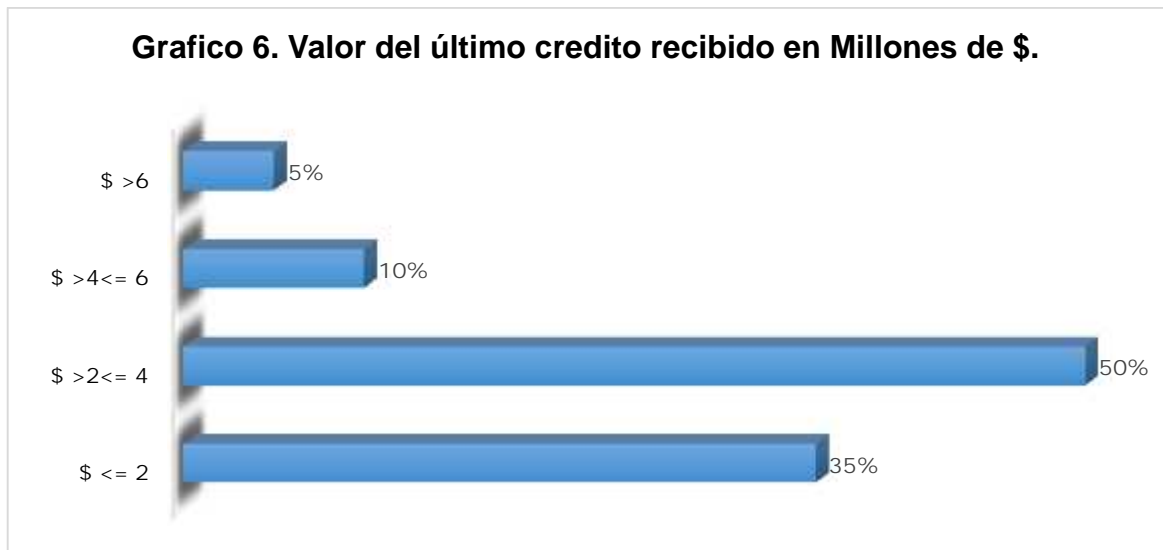
Con relación al impacto de los Microcréditos en el desarrollo empresarial de la ciudad de Riohacha, los resultados de las encuestas fueron los siguientes:

Grafico 5. N° de Creditos Recibidos



Fuente: Resultados del estudio.

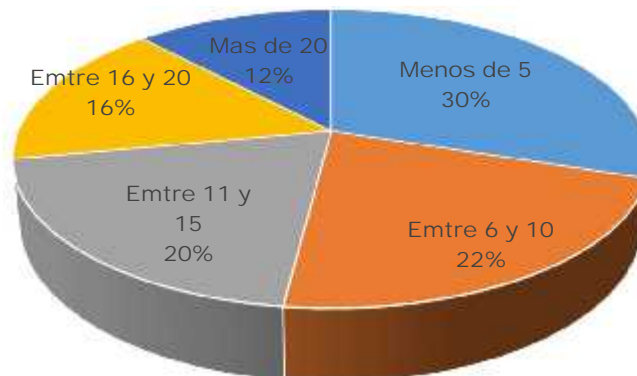
En el gráfico 5, con respecto al número de créditos recibidos en el periodo 2013 al 2015 los clientes del Banco WWB. Colombia se observa que: el 45% recibió dos créditos, el 30% un crédito, un 20% obtuvo tres crédito y el 5% cuatro créditos.



Fuente: Resultados del estudio

En lo relacionado con el monto recibido en el último crédito, en el grafico 6, se observa lo siguiente: el 50% de los microempresarios recibieron préstamo entre 2 y 4 millones de pesos, seguidos por los que recibieron montos menores a dos millones de pesos. Además, el 10% recibió créditos por montos entre cuatro y seis millones y el 5% restante tomó créditos mayores a seis millones de pesos.

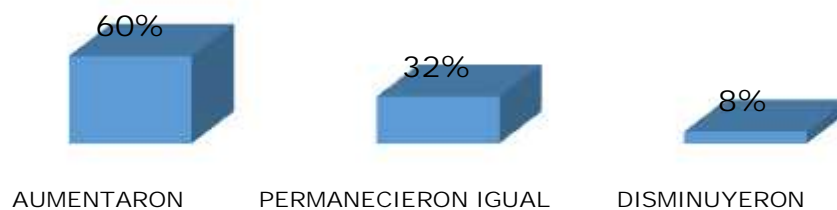
Grafico 7. ANTIGUEDAD DEL NEGOCIO



Fuente: Resultados del estudio

Según el grafico 7, en lo referente a la antigüedad del negocio, de los microempresarios encuestados se evidencia que el 30% tiene menos de cinco años de estar funcionando, el 22% entre seis y diez años y un 20% entre 11 y 15 años. Seguidamente, un 16% tiene una antigüedad entre dieciséis y 20 años y un 12% lleva funcionando más de 20 años.

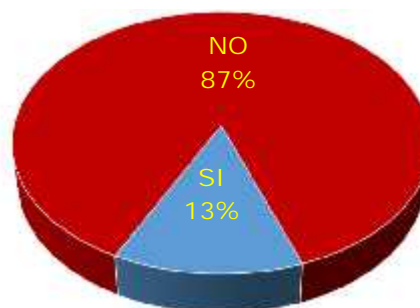
Grafico 8. VARIACION DE LAS VENTAS POST-CREDITO



Fuente: Resultados del estudio

Al preguntarle sobre la variación de las ventas después de haber recibido el crédito, el 60% considera que aumentaron, el 32% opina que se mantuvieron igual y el 8% restante dice que disminuyeron. Como se muestra en la gráfica 8.

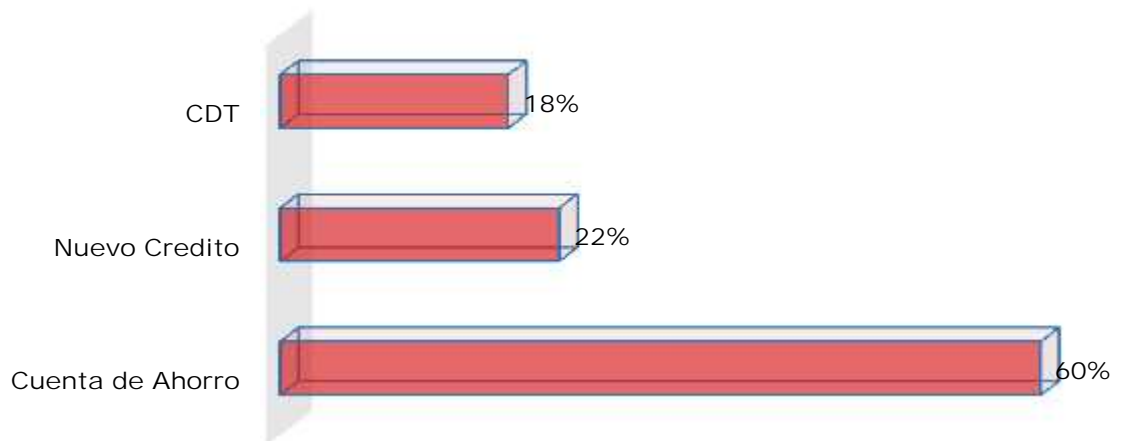
Grafico 9. Ha adquirido otros Productos despues del Crédito



Fuente: Resultados del estudio

En lo referente a si ha adquirido otros productos des pues del crédito, se evidencia en el grafico 9 que el 87% de los clientes de microcréditos, no han tomado otros productos. Mientras que el 13% restante, si lo hizo.

Grafico 10. Qué otros productos a adquirido del banco WWB.

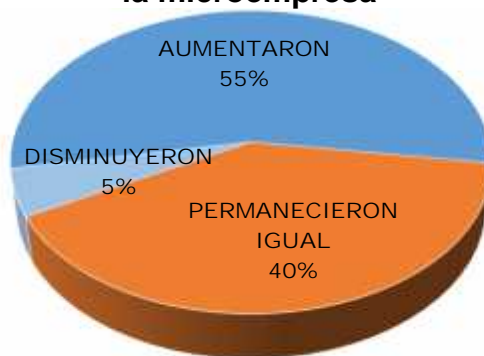


Fuente: Resultados del estudio

Con respecto a los nuevos productos que adquirió del banco WWB, se observa en el grafico 10 que un 60% abrió cuentas de ahorros, el 22% recibió nuevos créditos y el 18% restante, invirtió en CDT.

3.5. IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS EN EL BIENESTAR SOCIAL DE LOS MICROEMPRESARIOS Y SUS HOGARES.

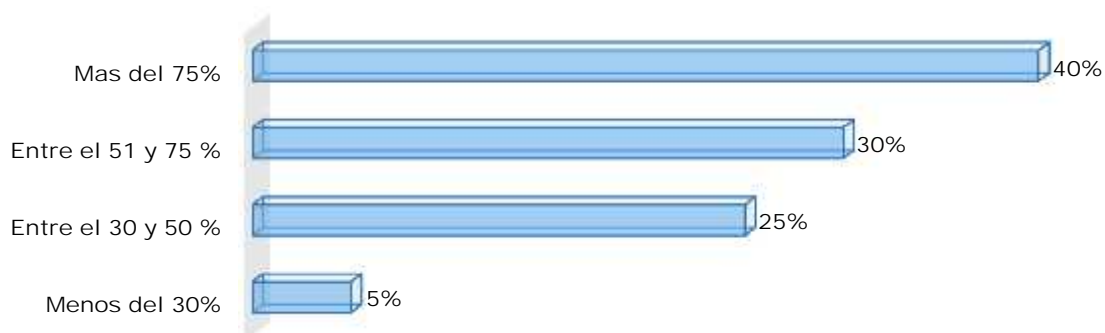
Grafico 11. Variación de los ingresos del hogar provenientes de la microempresa



Fuente: Resultados del estudio

En lo relacionado con la variación de los ingresos del hogar proveniente de la microempresa, en el gráfico 11, se evidencia que el 55% de los microempresarios encuestados manifiesta que aumentaron, un 40% considera que permanecieron igual y el 5% restante opina que disminuyeron.

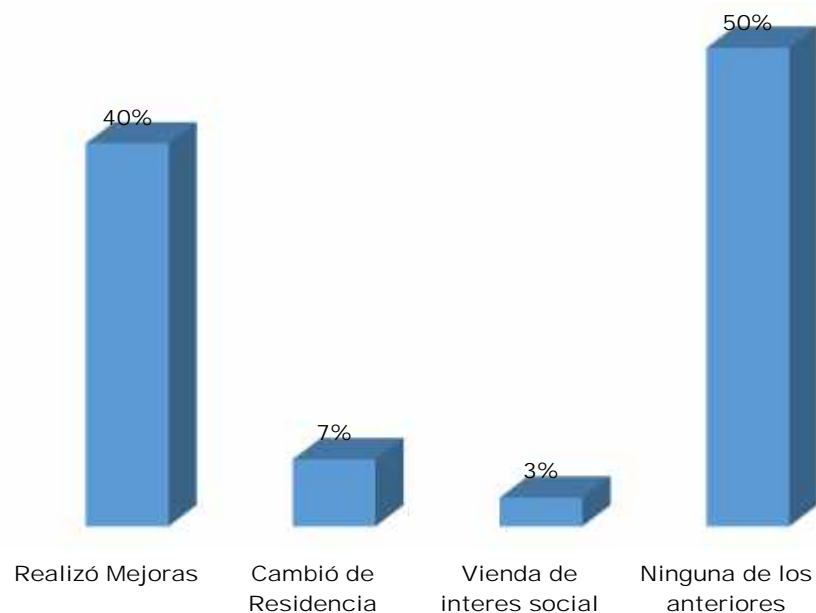
Grafico 12. Contribución de la empresa en los ingresos totales del hogar



Fuente: Resultados del estudio

Con respecto a la contribución del negocio en los ingresos totales del hogar, se observa en el grafico 12, que el 40% de los encuestados opina que la empresa contribuye con más del 75% con los ingresos totales del hogar, seguido por un 30% que considera que la contribución esta entre 51 y 75%. Además, el 25% manifiesta que la contribución esta entre el 30 y 50%, mientras que el 5% restante manifiesta que la contribución es menor del 30%.

Grafico 13. Impacto del crédito en la vivienda



Fuente: Resultados del estudio

En lo referente al impacto del crédito en la vivienda, se evidencia que 50% de los microempresarios encuestados manifiestas que no tuvo ningún impacto, mientras que el 40% manifiesta que realizó mejoras, el 7% cambió de residencia y el 3% invirtió en vivienda de interés social. Como se observa en el grafico 13.

Grafico 14. Además de los gastos del negocio, que otros gastos cubre con el microcredito

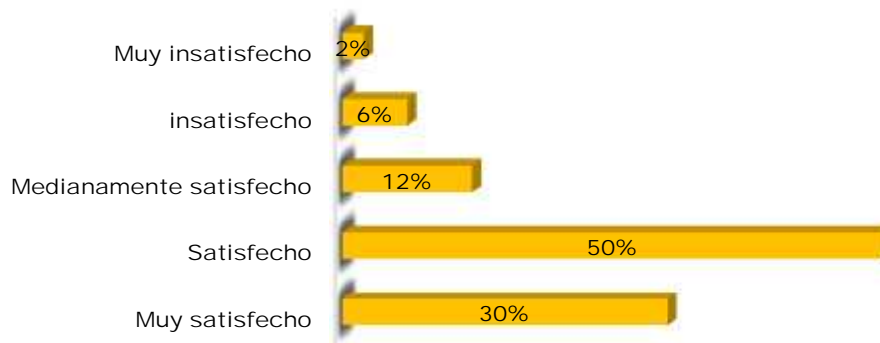


Fuente: Resultados del estudio

En el gráfico 14 se evidencia que además de utilizar el crédito para cubrir los gastos propios de la microempresa. El 63% de los encuestados manifiesta que parte de esos recursos son utilizados para cubrir otros gastos no relacionados con el negocio, el 15% opina que los usa para alimentación, un 12% los utiliza para gastos de salud y el 10% en educación.

3.6. SATISFACCIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS CON LOS SERVICIOS DEL BANCO WWB.

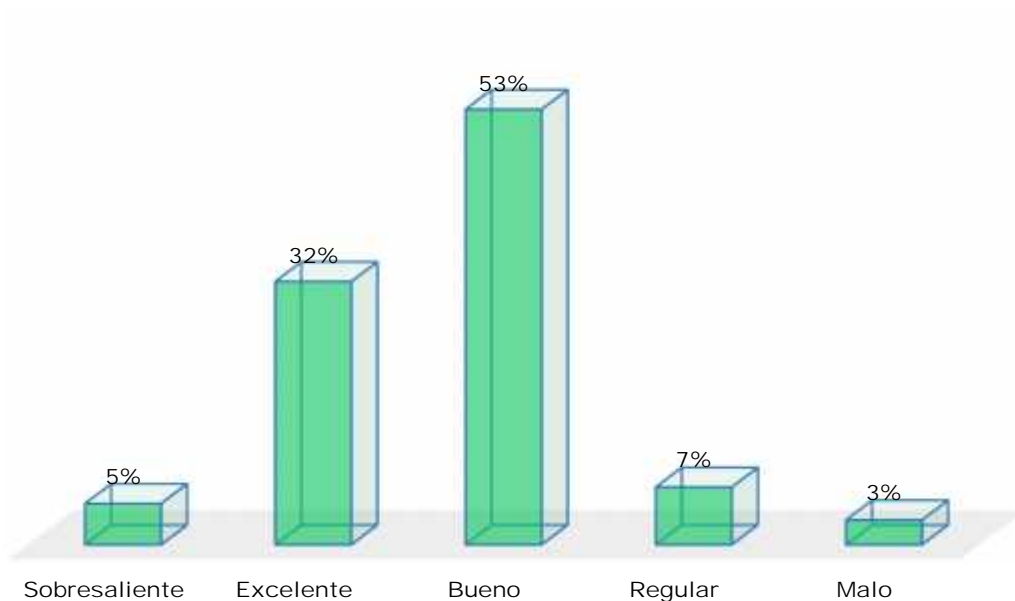
Grafico 15. Satisfaccion del cliente



Fuente: Resultados del estudio

Al consultar sobre la satisfacción de los servicios prestados por el Banco WWB. Colombia, el 50% de los encuestados opinó estar satisfecho, un 30% muy satisfecho y el 12% mediana mente satisfecho. Además, hay un 6% de clientes insatisfechos con los servicios y un 2% muy insatisfecho; como se evidencia en el grafico 15.

Grafico 16. Calificacion del servicio de los Ejecutivos



Fuente: Resultados del estudio

En lo relacionado con la satisfacción de los servicios prestados por los Ejecutivos del Banco WWB. en el grafico 16 se evidencia lo siguiente: un 53% de los encuestados considera que el servicio es bueno, el 32% opina que es excelente y un 7% expresa que es regular. Seguidamente, hay un 5% de clientes que considera el servicio sobresaliente y un 3% opina que el servicio es malo.

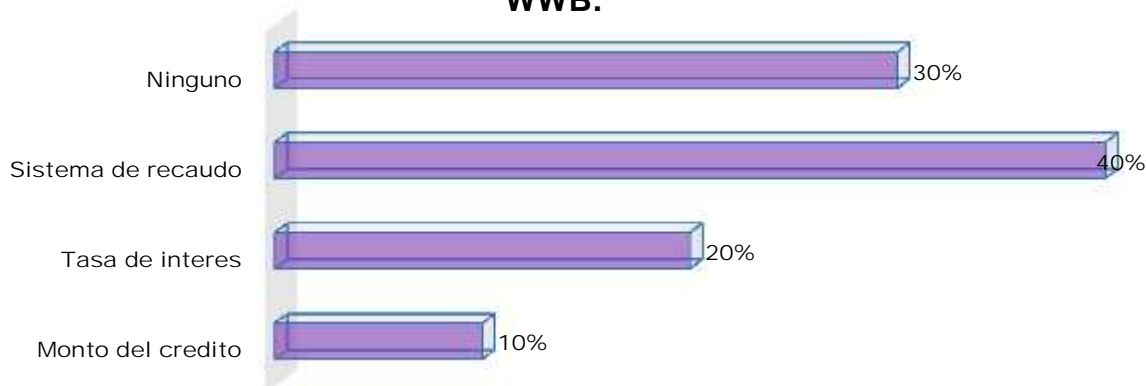
Grafico 17. Aspectos positivos del servicio del Banco WWB.



Fuente: Resultados del estudio

Al consultar sobre los aspectos positivos del Banco WWB., el 62% de los clientes encuestados considera positivo el fácil acceso a los créditos, un 30% opina que las tasas de interés son convenientes. Sólo un 6% expresa que el plazo del crédito es un factor positivo y el 2% opina que otros. Como se evidencia en el gráfico 17.

Grafico 18. Aspectos negativos del servicio del Banco WWB.



Fuente: Resultados del estudio

En lo relacionado con los aspectos negativos del Banco WWB. Colombia, se evidencia en el gráfico 18 que el 40% de los clientes expresa que el sistema de recaudo no es el más adecuado y un 30% opina que no tiene aspectos negativos. Además, un 20% expresa que las tasas de interés es un factor negativo y el 10% opina que el monto del crédito.

CONCLUSIONES

El análisis de los resultados de la investigación presentado a lo largo de este documento, facilita visualizar las diferentes líneas de Microcréditos ofrecidas por el Banco WWB. Colombia y las características demográficas de los clientes de Microcréditos de la institución en mención, en la ciudad de Riohacha.

Teniendo en cuenta que el presente estudio tiene como Objetivo, analizar los Microcréditos otorgados por el Banco WWB. en el sector Microempresarial de la ciudad de Riohacha, mediante la aplicación de encuestas y la observación directa, con el fin de determinar el impacto en el crecimiento empresarial y su evolución en el bienestar social de la familia. Así como identificar el nivel de satisfacción de los usuarios de los créditos; se diseñó un instrumento de recolección de información y después de analizar los resultados obtenidos se puede concluir que:

Con respecto al **Perfil del Cliente** se identificó que el 65% son de género masculino y el 35% restante de género femenino. De lo anterior se puede inferir que a diferencia con el interior del país, por cuestiones culturales, los hombres representan la gran mayoría de los negocios. Seguidamente al analizar el estado civil, predomina la unión libre con un 44%, los solteros con un 32% y los casados con el 16%.

Además, se evidencia que solo el 26% de los clientes terminó la secundaria, el 14% tiene primaria completa y solo un 3,4% es profesional. Al mismo tiempo, en cuanto a la ocupación del conyugue o acompañante el 35% se dedica a ama de casa, un 32% trabaja independiente y el 26% ayuda en las labores del negocio. Adicionalmente, el 70% de los clientes tiene más de una persona a cargo.

En lo referente al **Impacto en el Crecimiento y Desarrollo de la Empresa**, el 60% de los encuestados manifiesta que los microcréditos han estimulado el crecimiento de las ventas. Además, el 70% de ellos han recibido más de un crédito, donde el 50% ha recibido montos entre dos y cuatro millones, y el 35% ha recibido menos de dos millones.

En lo relacionado con el **Bienestar Social de los Microempresarios**, se observa que más del 90% de los microempresarios que manifestaron aumentos en los recursos destinados para su hogar, experimentaron impactos positivos con el uso de los microcréditos. Para todos los microempresarios los recursos producto de las operaciones al interior de sus negocios, son fuente para la satisfacción de sus necesidades básicas individuales y/o de su núcleo familiar, en este sentido en los casos de empresarios con familias conformadas, el grado de contribución de los recursos provenientes de las unidades productivas a los ingresos totales del hogar, dependerá de la existencia o no de otras fuentes que aporten recursos para suplir los múltiples requerimientos al interior de las familias, situación que se fundamenta en la asociación que presentan la variable contribución de la microempresa a los

ingresos totales del hogar y la variable ocupación del conyugue o compañero(a), esto lógicamente para el caso de los microempresarios que manifestaron tener pareja, cifra que en su conjunto (casados y unidos libremente) ascendió al 60% de la totalidad de clientes.

Así mismo, determinar el impacto de los Microcréditos sobre las viviendas de los beneficiarios con certeza, en necesario analizar la información de los microempresarios a quienes los ingresos derivados de sus negocios, les representaron porcentajes mayores al 50% del total de los ingresos percibidos al interior de sus hogares, porque esto permite inferir que en cualquier acción llevada a cabo para alcanzar una mayor satisfacción con su lugar de residencia, es muy probable que estuvieran comprometidos recursos provenientes de la microempresa.

Finalmente, en cuanto al **Nivel de Satisfacción** del cliente con respecto a los servicios ofrecidos por el Banco WWB. el 80% de los clientes está satisfecho y el 90% está satisfecho con la atención de los ejecutivos, especialmente cuando le brindan alternativas de solución cuando presenta retrasos en sus obligaciones. Adicionalmente, en lo relacionado con los aspectos positivos, el 62% de los microempresarios considera el fácil acceso al crédito, seguido por el 30% que consideran que las tasas ofrecidas son económicas y un 6% opina que los plazos del crédito. Mientras que en lo referente a los aspectos negativos, el 40% opina que el sistema de recaudo no es adecuado, el 20% manifiesta que las tasas son altas y el 10% expresa que los montos no son adecuados.

RECOMENDACIONES

Con base a la información recolectada y los resultados analizados en el presente estudio, se plantean las siguientes recomendaciones para los directivos del Banco WWB:

- Debido a que el nivel educativo de los clientes es bajo, donde la mayoría no supera la secundaria, se hace necesario realizar una alianza con el SENA, o la Universidad de la Guajira, para capacitarlos en temáticas de administración de negocios y educación financiera; con el fin de que hagan un mejor uso de los recursos recibidos de los microcréditos.
- Con respecto al sistema de recaudo de los créditos, los clientes en las entrevistas manifestaban que ellos estaban acostumbrados a al sistema de recaudo de los paga-diaros. Por tal motivo se le recomienda diseñar un sistema de recaudo que no sea de cuotas mensuales, si no, semanales. Además, implementar puntos de recaudo en los barrios o cerca donde ellos funcionan, con el fin de facilitar el proceso; porque ellos no tienen cultura de ahorro.
- Promover la cultura del ahorro entre los microempresarios por medio de la implementación del ahorro previo, como requerimiento para beneficiarse con microcréditos.

BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA

ACUERDO NUMERO 001 DE 1993. “Por la cual se reglamentan las modalidades para optar título profesional”

ASOBANCARIA. *La Banca Colombiana en el 2015*.
<http://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2016/06/Informe-de-Tipificaci%C3%B3n-2015-Version-Web.pdf>

Block, S. (2005). Administración financiera. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Bustamante, Juana; Bayter María. Informalidad empresarial y laboral en pequeños comerciantes: nueva evidencia para Colombia. 2013, Ministerio de Hacienda y Crédito Público- Dirección General de Política Macroeconómica.

Hernández, Fernández y Baptista (2010). Metodología de la Investigación. Quinta Edición. México: Editorial McGraw-Hill

Martínez, B C. (2012) Estadística y muestreo. Colombia: Ecoe Ediciones.

Méndez, C. (2007). Metodología. Bogotá: Editorial Limusa.

MUÑOS, Ruth. Alcance de las Microfinanzas para el desarrollo local. Tesis de Maestría en Economía Social. Provincia de Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento, 2006.

RED SEEP. Aprendiendo de los Clientes: Herramientas de Evaluación para los operadores de Microfinanzas. Washington, 2001. [en línea]. Disponible en http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/1130511220364_AI_MSTools_Manual_Spanish_.pdf

RICO GARRIDO, Silvia. Los programas de microcrédito de las cajas de ahorros en España: una evaluación de impacto en la reducción de la exclusión social y financiera. Sección Microcrédito Social. Una evaluación de impacto.

Tesis doctoral en ciencias Económicas y Empresariales. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 2009. [en línea]. Disponible en <http://www.europeanmicrofinance.org/data/file/benchmark/N5_castella2.pdf>

ROBERTS, Andrés. El microcrédito y su aporte al Desarrollo Económico. Tesis. Buenos Aires: Universidad Católica Argentina, 2003. [en línea]. Disponible en

<<http://www.flacso.or.cr/fileadmin/documentos/FLACSO/auraRobert.pdf>>

RODRIGUEZ SERRANO, Javier y GUTIERREZ, María Lorena. Microfinanzas e Instituciones Microfinancieras IMF's. La situación en Colombia. Universidad de los Andes, 2009.

Sugerencias del Parlamento Europeo hacia la implementación del Microcrédito en la Unión Europea, 2008.

<http://www.bancowwb.com/>

<https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?|Servicio=Publicaciones&ITipo=publicaciones&IFuncion=loadContenidoPublicacion&id=10084639>

<http://www.bancadelasoportunidades.gov.co/portal/default.aspx>

<http://fenaltiendas.blogspot.com/>

<http://www.biografiasyvidas.com/biografia/y/yunus.htm>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Microcr%C3%A9dito>

<http://ucade.org/Publicaciones/FinanzasSociales.pdf>

<http://www.dinero.com/economia/articulo/situacion-del-microcredito-en-colombia-en-2016/227706>

<http://www.elheraldo.co/economia/microcreditos-los-mas-usados-en-la-costa-caribe-201643>

www.dane.gov.co

www.uniquajira.edu.co

ANEXOS.

INSTRUMENTO: ENCUESTA

I. PERFIL DEL CLIENTE

Nombre: _____

Edad: _____ **Genero:** Masculino _____ Femenino: _____

Estado civil: Casado ___ Soltero ___ Unión Libre ___ Viudo ___ Separado___

Divorciado _____

Nivel de Estudio: Primaria completa _____ Primaria Incompleta_____

Secundaria completa _____ Secundaria incompleta_____ Diplomado _____

Técnico_____ Universitaria completa_____ Universitaria incompleta _____

Ninguno _____ Otro _____

Ocupación del conyugue: Trabajador independiente_____ Trab. Dependiente _____

Ama de casa ___ Apoya en el negocio ___ Otro _____

N° de personas a cargo: Uno__Dos __Tres ___Cuatro ___Cinco ___ Ninguno__

II. IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOS BENEFICIARIOS.

N° de créditos recibidos: _____

Valor del último crédito recibido en millones de pesos: _____

Antigüedad del negocio en años: _____

Variación de las ventas postcredito: Aumentó ___ Disminuyó___ Igual _____

Adquirió otros productos después del crédito: SI ___ NO _____

Qué otros productos a adquirido del banco WWB: Cuenta de ahorro _____

CDT _____ Tarjetas de cerditos _____

III. IMPACTO DE LOS MICROCRÉDITOS EN EL BIENESTAR SOCIAL DE LOS MICROEMPRESARIOS Y SUS HOGARES.

Variación de los ingresos del hogar, provenientes de la Microempresa:

Aumentó _____ Disminuyó _____ Igual _____

Contribución de la empresa en los ingresos totales del hogar:

Menos del 30%___ Entre 30% y 50 % _____Entre 50% y 75% _____ Más del 75%__

Impacto del crédito en la Vivienda: Realizó mejoras ___Cambio de residencia__

Invirtió en vivienda de interés social _____ Ninguna_____

Además de los gastos del negocio, que otros gastos cubre con el microcrédito

Alimentación _____ Educación _____ Salud _____ Otras deudas _____

IV. SATISFACCIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS CON LOS SERVICIOS DEL BANCO WWB. COLOMBIA

Grado de satisfacción del Cliente: Muy satisfecho ____ Satisfecho _____

Medianamente satisfecho _____ Insatisfecho _____ Muy insatisfecho _____

Como califica el servicio de los ejecutivos: Sobresaliente ____ Excelente _____

Bueno _____ Regular _____ Malo _____

Aspectos positivos del servicio del Banco WWB: Fácil acceso _____ Plazo _____

Tasa de interés _____ Otro _____

Aspectos negativos del servicio del Banco WWB: Monto del crédito ____ Tasa ____

Sistema de recaudo _____ Ninguno _____