

**ANÁLISIS DEL ACCESO Y USO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS DEL
SUBSECTOR DE LA CONFECCIÓN Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA SU
FORTALECIMIENTO COMPETITIVO EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ**

LUIS FERNANDO TORRES RUANO

**Trabajo de grado como requisito parcial para optar por el título de
Magister en Administración**

Director

JANETH GONZÁLEZ RUBIO

Magister en Administración

**UNIVERSIDAD DEL TOLIMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
IBAGUÉ-TOLIMA**

2018



UNIVERSIDAD DEL TOLIMA
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS - MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

LOS JURADOS DEL TRABAJO TITULADO:

Análisis del acceso y uso a los servicios financieros
del subsector de la confección y desarrollo de estrategias,
para su fortalecimiento competitivo en la ciudad de Ibagué.

HACEN CONSTAR:

Qué siendo la(s) 4:00 del día 21 del mes AGOSTO de 2018, realizó la sustentación de tesis de maestría el (la) estudiante:

LUIS FERNANDO TORRES RUBIO

Dirigido por:

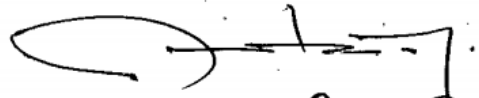
JANETH GONZALEZ RUBIO

OBTENIENDO EL CONCEPTO DE: APROBADO NO APROBADO

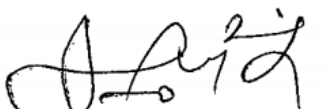
Con una calificación definitiva de trabajo escrito y sustentación de: 4.4

Para constancia se firma en Ibagué, a los 21 días del mes de AGOSTO de 2018.

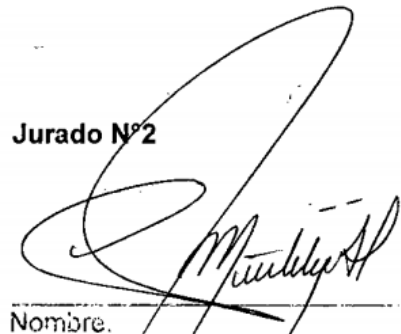
Docente miembro del Comité Curricular


 Nombre: Gustavo fernando Jonez

Jurado N°1


 Nombre: _____

Jurado N°2


 Nombre: CAMILLO EDUARDO MONTEALEGRE H.

AGRADECIMIENTOS

Mis agradecimientos a Janeth González Rubio, Profesor de planta de la Universidad del Tolima, Magister en Administración del Instituto Tecnológico de Monterrey. ITESM - México –UNAB y directora de mi trabajo de grado, por sus aportes, dedicación, tiempo y motivación en la elaboración de este trabajo de investigación, de la misma forma al Economista e investigador Gerardo Pedraza Vega, por su acompañamiento y seguimiento en el proceso de investigación, quien me brindó las herramientas y conocimientos necesarios para culminar con éxito este proceso formativo.

De igual manera, un agradecimiento a los actores que hicieron parte de este proceso de investigación: Cristian Gutiérrez, Cámara de Comercio de Ibagué; Leonard Rodriguez, área de Inclusión financiera del banco de Bogotá; Robinson Díaz, coordinador de microfinanzas del Banco de Bogotá; Jesús Eduardo Barragán, Gerente Corporativo de Bancolombia.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	12
1. EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	15
1.1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1.1 Planteamiento	15
1.1.2 Sistematización	17
1.2 JUSTIFICACIÓN	17
1.3 OBJETIVOS	19
1.3.1 Objetivo General	20
1.3.2 Objetivos Específicos	20
2. MARCO REFERENCIAL	21
2.1 ESTADO DEL ARTE	21
2.1.1 Acceso y Uso a los Servicios Financieros	21
2.2 MARCO TEÓRICO	28
2.2.1 Acceso y Uso a los Servicios Financieros	29
2.2.2 Competitividad Empresarial	32
2.2.3 Estrategias Organizacionales	34
3. METODOLOGÍA	37
3.1 Tipo de investigación	37
3.2 Población y Muestra	37
3.3 Instrumento y Técnicas de Recolección de la Información	39
3.4 Proceso de análisis de la información	103
3.5 Cronograma de actividades	43
3.6 Presupuesto	104
4. RESULTADOS	46

4.1 DIAGNÓSTICO DEL ACCESO Y USO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS FORMALES POR PARTE DE LOS MICROEMPRESARIOS.....	46
4.1.1 Microempresas Del Subsector De La Confección En La Ciudad De Ibagué	52
4.1.2 Infraestructura Financiera En La Ciudad De Ibagué	55
4.1.3 Productos Financieros Para Microempresarios.....	57
4.1.4 Iniciativas De Acceso Y Uso De Los Servicios Financieros En Ibagué	58
4.2 Demanda de los servicios financieros por parte de los microempresarios.....	59
4.3 ACCESO Y USO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS FORMALES Y EL FORTALECIMIENTO COMPETITIVO.....	61
4.4 ESTRATEGIAS DE ACCESO Y USO PARA MICROEMPRESARIOS	65
5. CONCLUSIONES.....	68
REFERENCIAS	71

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Tamaño de la muestra, microempresarios del subsector de la confección en la ciudad de Ibagué.....	38
Tabla 2. Tamaño muestral para la muestra piloto, microempresas del subsector de la confección, Ibagué.....	40
Tabla 3. Recomendaciones para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach.....	41
Tabla 4. Cronograma de actividades	44
Tabla 5. Descripción de los equipos requeridos	104
Tabla 6. Descripción de viajes	104
Tabla 7. Descripción de Insumos y Materiales	104
Tabla 8. Descripción Servicios Técnicos	105
Tabla 9. Costo total del proyecto	105
Tabla 10. Ocupados por sector económico, Ibagué 2017.....	47
Tabla 11. Tasa de informalidad según nivel educativo, Ibagué 2017	48
Tabla 12. Tasa de informalidad por sector económico, Ibagué 2017	49
Tabla 13. Número de empresas, según tamaño, por municipio. Primer semestre 2017	51
Tabla 14. Cobertura de Oficinas Financieras en la ciudad de Ibagué, Septiembre 2017	55
Tabla 15. Iniciativas de Inclusión Financiera en Colombia	58

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Elementos básicos para la inclusión financiera	31
Figura 2. Aspectos de la competitividad empresarial	34
Figura 3. Concepciones teóricas de estrategia	35
Figura 4. Elementos que explican el mejoramiento organizacional.....	36
Figura 5. Resultados de la prueba de consistencia interna, encuesta microempresarios.....	42
Figura 6. Porcentaje del ingreso relativo de las mujeres (respecto a los hombres)	50
Figura 7. Modelo de negocio desarrollado por las microempresas, Ibagué mayo 2018	53
Figura 8. Factores que influyen en la disminución de las ventas, mayo 2018.....	54
Figura 9. Productos y servicios financieros para microempresarios.....	58
Figura 10. Demanda de servicios financieros por parte de los microempresarios	60
Figura 11. Nivel de importancia para escoger productos financieros	61
Figura 12. Uso de plataformas virtuales que ofrecen las entidades financieras.....	62
Figura 13. Frecuencia del uso de los productos transaccionales, microempresarios mayo 2018	63
Figura 14. Destino del dinero que se aprueba en un crédito	64

RESUMEN

La investigación profundiza en el acceso y uso de los servicios financieros formales por parte de las microempresas del subsector de la confección, el cual para el caso de la ciudad de Ibagué no ha sido reseñado académicamente. El estudio se soporta en el marco teórico de inclusión financiera y competitividad empresarial, estrictamente sobre los factores que inciden en la falta de acceso y uso a los servicios financieros, desde el lado de la oferta y la demanda. El estudio hace parte del grupo de investigación Cadenas de Valor y Competitividad Regional de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima.

La investigación es de tipo exploratorio y utiliza una mezcla de técnicas cualitativas y cuantitativas para su desarrollo, a través de ejercicios con esquemas como grupos focales (Microempresas del subsector de confecciones y Entidades Financieras de la ciudad de Ibagué). A partir de un muestreo aleatorio simple, definido por Ospina (2001), como uno de los procedimientos de muestreo probabilístico más usados, que a cada elemento de la población objetivo y a cada posible muestra de un tamaño calculado, da la misma probabilidad de ser seleccionado; se obtuvo, un tamaño muestral de 204 microempresas del subsector de la confección, con un grado de certeza del 95% y un nivel de significancia del 5%, de las 432 microempresas del subsector, ubicada en la ciudad de Ibagué y reportadas por la Cámara de Comercio de Ibagué (CCI) en septiembre de 2017.

Los resultados muestran que el 75% de las microempresas encuestadas prestan el servicio de maquila a otras empresas locales y nacionales. Al mismo tiempo, el 4% solo se dedica hacer marca propia y el restante 21% combina el modelo productivo con marca propia y maquila. Cifras que revelan el pequeño margen de utilidad que reciben los microempresarios por sus actividades y la poca eficiencia de las estrategias productivas, que pretenden garantizar a los microempresarios mayores ganancias.

El nivel de formación académica de los microempresarios es bajo, los resultados muestran que existe un déficit de formación superior, tecnológica y técnica, tan solo el 12% de los microempresarios ha alcanzado alguno de estos niveles, aquellos consideran, que para trabajar en este subsector de la confección, no se requieren altos niveles de formación, pero, los microempresarios manifiestan estar preocupados por la escasez de programas de formación empresarial especializada por parte de las instituciones gubernamentales y privadas de la ciudad, situación que se refleja en la falta de personas capacitadas, con conocimientos adecuados para desempeñar labores de corte y confección, manejo de máquinas industriales, confección de ropa interior, entre otros. Situación que no permite que las microempresas del subsector sean competitivas y capaces de enfrentar los retos que el mercado local y nacional trae consigo, consolidando la dependencia en las medianas y grandes empresas del subsector, que únicamente les contratan para costura de prendas y su pago se ve reflejado en las cantidades que terminen de las mismas.

Los microempresarios afirman estar satisfechos con la atención al cliente y el asesoramiento financiero que reciben por parte de las entidades financieras (25%), sin embargo consideran estar totalmente insatisfechos con las tasas de interés cobradas por las entidades financieras formales, razón por la cual deciden no solicitar créditos a dichas entidades. De esta manera, el 68% de los microempresarios, afirman que las entidades financieras les han negado un crédito, porque no tiene solvencia económica o que no poseen la capacidad de endeudamiento, acompañado además, de la exigencia de historia crediticia que en algunos casos no se tiene.

Palabras Clave: Inclusión Financiera, Subsector de Confecciones, Fortalecimiento Competitivo, Competitividad Empresarial.

ABSTRACT

The research delves into the access and use of formal financial services by micro-enterprises in the clothing subsector, which in the case of the city of Ibagué has not been reviewed academically. The study is supported in the theoretical framework of financial inclusion and business competitiveness, strictly on the factors that affect the lack of access and use to financial services, from the supply and demand side. The study is part of the research group Regional Value and Competitiveness Chains of the Faculty of Economic and Administrative Sciences of the Tolima University.

The research is exploratory and uses a mixture of qualitative and quantitative techniques for its development, through exercises with schemes such as focal groups (micro-companies of the confections and financial institutions of the city of Ibagué). From a simple random sampling, defined by Ospina (2001), as one of the most used probabilistic sampling procedures, which to each element of the target population and to each possible sample of a calculated size, gives the same probability of being Selected It was obtained, a sample size of 204 micro-enterprises of the clothing sub-sector, with a certainty of 95% and a level of significance of 5%, of the 432 micro-enterprises of the subsector, located in the city of Ibagué and reported by the Chamber of Commerce of Ibagué (CCI) in September 2017.

The results show that 75% of the microenterprises surveyed provide maquila service to other local and national companies. At the same time, 4% only dedicates itself to make its own brand and the remaining 21% combines the production model with its own brand and maquila. Figures revealing the small margin of utility those micro entrepreneurs receive for their activities and the low efficiency of productive strategies, which aim to guarantee the most profitable micro-entrepreneurs.

The level of academic training of micro-entrepreneurs is low, the results show that there is a deficit of higher education, technological and technical, only 12% of the micro entrepreneurs has reached any of these levels, those consider, that for Working in this garment sector, there is no need for high levels of training, but micro-entrepreneurs are concerned about the scarcity of specialized business training programmers by government institutions and Deprived of the city, situation that is reflected in the lack of trained people, with adequate knowledge to carry out tasks of cutting and making, handling of industrial machines, making of underwear, among others. Situation that does not allow the micro-enterprises of the sub-sector to be competitive and able to face the challenges that the local and national market brings with it, consolidating the dependence on the medium and large companies of the sub-sector, which only hire them to Sewing of garments and their payment is reflected in the quantities that finish them.

The micro-entrepreneurs claim to be satisfied with the customer service and financial advice they receive from financial institutions (25%), however they consider being totally dissatisfied with the interest rates charged by the entities financial institutions, which is why they decide not to apply for credits to those entities. In this way, 68% of the micro-entrepreneurs say that financial institutions have denied them a credit, because they have no financial solvency or that they do not have the capacity to borrow, accompanied also by the requirement of credit history that in some Cases are not.

Keywords: Financial Inclusion, Subsector of Apparel, Competitive Strengthening, Business Competitiveness.

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta investigación es analizar el acceso y uso de los servicios financieros formales por parte de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué, con el fin de diseñar estrategias de acceso y uso de los servicios financieros que permitan el fortalecimiento competitivo de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué. El proyecto se justifica a partir de la importancia que el tema del acceso y uso de los servicios financieros está teniendo como herramienta fundamental en los procesos de inclusión financiera, bajo esta concepción el G-20 establece el tema, como uno de sus pilares en la Cumbre de Pittsburgh de 2009 (G-20 2009) y bajo más de 50 órganos normativos y regulatorios nacionales se comprometen aplicar estrategias de inclusión financiera en su respectivo país, antecedente que permite en el año 2013 y bajo la dirección del Grupo del Banco Mundial impulsar el objetivo global de acceso universal a servicios básicos de transacción como un hito importante en el camino hacia la total inclusión financiera: un mundo en el que todos tengan acceso a los servicios financieros que necesiten y puedan usarlos para aprovechar oportunidades y reducir su vulnerabilidad (Cull, Robert, Tilman Ehrbeck y Nina Holle, 2014).

Para el presente proyecto de investigación, el marco analítico de inclusión financiera, es abordado a partir de las teorías expuestas por la Alliance for Financial Inclusion AFI, puesto que se considera que “Para adquirir información sobre la calidad, el uso y el bienestar es fundamental contar con información desde el punto de vista del usuario, es decir, con datos recolectados a través de una encuesta realizada sobre el ámbito de la demanda” (Citado por Asobancaria & Superintendencia Financiera de Colombia, 2015).

Asimismo desde el punto de vista teórico y metodológico, se realiza una revisión de literatura sobre los factores que inciden en la falta de acceso a servicios financieros, desde el lado de la oferta y la demanda, con el fin de contrastar los procesos de inclusión financiera que actualmente se están desarrollando en la ciudad de Ibagué a través de la Banca de Oportunidades como: a) Asistencia técnica para transferencia, metodología

con grupos de ahorro; b) Programas de ampliación de coberturas a través de corresponsales bancarios; c) Programa plaza de mercado, inclusión financiera y social, entre otras. De esta manera se pretende contribuir con un proyecto de investigación que permita analizar el grado de inclusión financiera y percepción de los microempresarios de dicho subsector como receptores o beneficiarios de los programas de inclusión financiera en la ciudad de Ibagué.

La metodología empleada en el proyecto es de orden descriptivo y utiliza técnicas de medición fundamentalmente cualitativa y cuantitativa. Se realiza a través de ejercicios con esquemas como grupos focales (Microempresas del subsector de confecciones y entidades financieras vigiladas por la Superintendencia Financiera en la ciudad de Ibagué). La principal razón para seleccionar este enfoque, es la necesidad de utilizar diferentes instrumentos en la recolección de información, como las encuestas y entrevistas a profundidad. La presente investigación descansa en el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación con respecto a la realidad (Corbetta, 2003).

Por ende en la presente investigación se realiza un muestreo aleatorio simple para la población objeto de estudio, a partir de la Ley 905 de 2004, a 432 microempresas del subsector de confecciones de la ciudad de Ibagué, definiéndose un tamaño muestral por activos totales de las microempresas de dicho subsector de 204 en total, con un grado de certeza del 95% y un nivel de significancia del 5%.

Al mismo tiempo, se aplicaron dos tipos de instrumentos de recolección de información, el primero orientado a los expertos en servicios financieros para microempresarios, mediante entrevistas a profundidad y el segundo orientado a los microempresarios del subsector de confección en la ciudad de Ibagué. Para los dos instrumentos se aplicaran inicialmente pruebas piloto a un grupo de microempresarios del subsector de confecciones de la ciudad de Ibagué y algunos expertos del sistema financiero para observar que modificaciones se necesitan para el instrumento, luego bajo el concepto de dos expertos en investigación quienes brindaran las observaciones pertinentes para hacer las correcciones debidas. Con base en las observaciones de los estudiantes y de

los expertos, se construyen los dos instrumentos tipo encuesta constituido cada uno por cuatro módulos con preguntas cerradas, preguntas con escala *Liker*, preguntas abiertas y de opción múltiple que buscan explorar acerca del análisis del acceso y uso de servicios financieros integrales por parte de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué.

Con la información obtenida se realiza una tabulación y previo procesamiento en software estadístico que permita facilitar y agilizar el cruce de variables y la construcción de cuadros de salida y graficas por medio de un análisis estadístico confiable que permita observar la percepción de los microempresarios del subsector de confección, receptores o beneficiarios de los programas de inclusión financiera en la ciudad de Ibagué. El software para la sistematización y procesamiento de información es el SPSS versión 21, del cual la Universidad del Tolima tiene la licencia respectiva.

La presente investigación consta de cinco capítulos: el primero se encarga de describir la investigación. En el segundo capítulo se desarrolla el estado del arte y el marco teórico. En el tercer capítulo se describe la metodología de la investigación. En el siguiente capítulo se abordan los resultados obtenidos en el trabajo de campo con cada uno de los actores de la investigación, haciéndose un análisis detallado de la infraestructura financiera de la ciudad de Ibagué, los servicios de microfinanzas que ofrecen las entidades financieras formales y las microempresas del subsector de la confección que hacen presencia en la ciudad. Finalmente en el quinto capítulo se plantean las conclusiones y respectivas estrategias.

1. EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1.1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1 Planteamiento. El tema del acceso y uso de los servicios financieros ha venido adquiriendo cada vez más importancia a nivel internacional como nacional, principalmente en los últimos 20 años, pues se considera, de acuerdo con el Banco Mundial (2007), una herramienta fundamental para contribuir a reducir la pobreza, reducir la inequidad en la distribución del ingreso y mejorar la calidad de vida de las personas más pobres, a la vez que facilita el crecimiento económico de un país. De la misma manera, su medición también ha adquirido importancia por la necesidad de conocer la efectividad y los resultados de las políticas públicas de acceso y uso de los servicios financieros.

En Colombia, desde 2006 existe una política de inclusión financiera, cuyos resultados se han visto reflejados en el aumento significativo de la cobertura financiera y de la población que tiene acceso a servicios financieros formales, resultados que si bien, se han podido cuantificar y formalizar en estadísticas sobre el acceso y uso de los servicios financieros en Colombia, gracias a que desde el inicio de esta política de inclusión financiera, el gobierno nacional estableció mecanismos formales y rigurosos de reporte de información por parte de las entidades financieras.

Por esta razón, a nivel internacional y nacional, se han hecho importantes esfuerzos en la recolección de información proveniente de la demanda efectiva de servicios financieros formales, que permitan servir de insumo clave para la formulación de políticas públicas sobre inclusión financiera, destacando entre ellos, un estudio de demanda, para analizar la inclusión financiera en Colombia, elaborado por la Banca de Oportunidades (Gallego et al., 2016).

El concepto de inclusión financiera involucra desde la calidad de los productos y servicios financieros, hasta el impacto que estos tiene sobre el bienestar de los consumidores, por lo tanto, Alliance for Financial Inclusion (AFI), considera que existen cuatro ópticas a través de las cuales se puede definir la inclusión financiera: acceso, uso, calidad y bienestar.

Entendiéndose por *acceso* a las capacidades existentes para utilizar los servicios y productos financieros disponibles, ofrecidos por instituciones financieras formales. *Uso*: esta dimensión pone mayor énfasis en la permanencia y la profundidad del uso de productos/servicios financieros. Esto incluye información sobre la regularidad, frecuencia y duración de la utilización a lo largo del tiempo. *Calidad*: muestra la relevancia del servicio o producto financiero dentro de las necesidades del estilo de vida de los consumidores. Abarca la experiencia de los consumidores con el producto o servicio financiero y se manifiesta a través de sus opiniones y actitudes sobre estos; *Bienestar*: mide el impacto de un producto o servicio financiero en la vida de los consumidores (cambios en el consumo, bienestar y actividades empresariales) (Citado por Gallego et al., 2016).

Asobancaria, señaló que Colombia finalizó el año 2016 con 25.7 millones de adultos con al menos un producto financiero, lo que quiere decir que la inclusión financiera se ubicó en el 77.3%. Sin embargo, las metas del Gobierno, indican que antes de finalizar el año 2018, la inclusión financiera deberá alcanzar el 84%, lo que significa, que 3.4 millones de adultos más deberá adquirir productos financieros en lo corrido de este año, un reto inmenso según estimaciones de las propias entidades bancarias. Sin embargo, temas como el 4 por 1.000 y los costos bancarios, no acercan sino que alejan a los colombianos del sistema financiero, según Gallego et al. (2016), el tema del dinero en efectivo entre los colombianos se encuentra lejos de terminar.

Además, el sistema financiero colombiano no cuenta con una política clara de educación financiera, que obligue a las entidades, a generar estrategias de educación que mitiguen los impactos generados por el sobreendeudamiento de los clientes, al punto, que se pretende incluir a los microempresarios a través de créditos de inversión y consumo, sin brindarles una tarjeta de débito y productos de ahorro. Es a partir de lo planteado anteriormente, que no se debe hablar de “inclusión financiera” para los clientes, sino que por el contrario, se debe incluir el término “integración financiera”,

1.1.2 Sistematización. Teniendo en cuenta el panorama anterior, el presente estudio responde a las preguntas de investigación:

¿Cuáles son los servicios ofertados por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera en la ciudad de Ibagué, para los microempresarios del subsector de confección?

¿Cuál es la demanda efectiva de servicios financieros formales por parte de los microempresarios del subsector de las confecciones de la ciudad de Ibagué?

¿Cómo el acceso y uso de servicios financieros formales inciden en el fortalecimiento competitivo de las microempresas del subsector de confecciones de la ciudad?

¿Cuáles son las estrategias de inclusión financiera que permitan fomentar el acceso y uso de servicios financieros formales a los microempresarios del subsector de confecciones de la ciudad?

1.2 JUSTIFICACIÓN

Durante los últimos años, las autoridades normativas a nivel internacional han adoptado el tema del acceso y uso de los servicios financieros como herramienta fundamental en los procesos de inclusión financiera, al mismo tiempo que se destaca como una prioridad importante en materia de desarrollo, bajo esta concepción, el Grupo de los Veinte (G-20)

estableció el tema como uno de sus pilares en la Cumbre de Pittsburgh de 2009 (G-20 2009) y bajo más de 50 órganos normativos y regulatorios nacionales, se comprometen aplicar estrategias de inclusión financiera en su respectivo país, antecedente que permite en el año 2013 y bajo la dirección del Grupo del Banco Mundial, impulsar el objetivo global de acceso universal a servicios básicos de transacción como un hito importante en el camino hacia la total inclusión financiera: un mundo en el que todos tengan acceso a los servicios financieros que necesiten y puedan usarlos para aprovechar oportunidades y reducir su vulnerabilidad (Cull, Robert, Tilman Ehrbeck y Nina Holle, 2014).

Desde entonces, el Gobierno Nacional ha venido trabajando en una serie de reformas regulatorias que faciliten los procesos de inclusión financiera, orientadas a las necesidades de la población de menores ingresos y sector productivo del país, de esta manera, desde el año 2006 se expide el CONPES 3424, donde Colombia adopta la política de inclusión financiera llamada “Banca de las Oportunidades”, bajo una intervención coordinada entre el sector público y privado. Así pues el gobierno nacional ha venido fortaleciendo la política de acceso y uso de los servicios financieros, a través de los Planes Nacionales de Desarrollo (2006-2010) con la ley 1511 de 2007, que fija las condiciones necesarias para facilitar el acceso y uso de servicios financieros integrales, fortaleciendo la institucionalidad de la Banca de Oportunidades. De la misma forma la ley 1540 de 2011 (Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014), adopta por primera vez la meta de garantizar la oferta de servicios financieros en regiones apartadas, diseñando productos adecuados que satisfagan las necesidades de los usuarios del sistema, junto con procesos de educación financiera.

Dada la importancia que tiene a nivel nacional e internacional el tema de acceso y uso de los servicios financieros, el presente estudio, se justifica a partir de la necesidad de conocer como el acceso y uso de servicios financieros formales incidenciden en el fortalecimiento competitivo de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué, subsector que de acuerdo con las estadísticas de la Cámara de Comercio de Ibagué, da cuenta de 455 empresas dedicadas a la confección de prendas

de vestir en la ciudad, para el mes de septiembre de 2017. De acuerdo al monto de los activos declarados (Ley 905 de 2004), en la estructura del subsector de confecciones, predominan las empresas de tamaño micro (95%), seguida de las de tamaño pequeño (4%), de tamaño mediano (0,9%) y empresas de tamaño grande (0,2%), prevaleciendo las pequeñas unidades productivas que proveen fundamentalmente a las grandes empresas, con servicios de parte de su producción (ensamblaje de ciertas partes del producto entregadas por la empresa contratante, o la elaboración del producto en su totalidad utilizando materias primas) funcionando como talleres maquiladores. De esta manera se configura la tercerización en términos de empleo, en tanto que la relación entre la empresa y sus contratistas es concebida como una venta de servicios. (PNUD, 2015).

Además, es importante señalar que el presente estudio aporta información primaria y secundaria de inclusión financiera, desde el punto de vista de la demanda (microempresarios del subsector de confección) y oferta (entidades financieras) para la ciudad de Ibagué, tomando como punto de partida la situación actual que enfrentan los microempresarios del subsector confección al adquirir productos financieros y su incidencia en el fortalecimiento competitivo de las microempresas. Desde el punto de vista teórico y metodológico, en el presente estudio se realiza una revisión de literatura sobre los factores que inciden en la falta de acceso a servicios financieros, desde el lado de la oferta y la demanda, con el fin de contrastar los procesos de inclusión financiera que actualmente se están desarrollando en la ciudad de Ibagué, a través de la Banca de Oportunidades como: a) Asistencia técnica para transferencia, metodología con grupos de ahorro; b) Programas de ampliación de coberturas a través de corresponsales bancarios; c) Programa plaza de mercado, inclusión financiera y social, entre otras.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General. Analizar el acceso y uso a los servicios financieros del subsector de la confección y desarrollo de estrategias para su fortalecimiento competitivo en la ciudad de Ibagué.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico del acceso y uso de los servicios financieros formales por parte de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué, para determinar su incidencia en el fortalecimiento competitivo.
- Caracterizar los servicios ofertados por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera en la ciudad de Ibagué, para los microempresarios del subsector de confección.
- Determinar la demanda efectiva de servicios financieros formales por parte de los microempresarios del subsector de las confecciones de la ciudad de Ibagué.
- Identificar los factores de fortalecimiento competitivo generados a partir del acceso y uso de los servicios financieros formales por parte de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué.
- Diseñar estrategias de acceso y uso de los servicios financieros formales que permitan el fortalecimiento competitivo de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué.

2. MARCO REFERENCIAL

En este capítulo se desarrolla en detalle el estado del arte y el marco teórico de la investigación, con el fin de señalar los elementos teóricos que contribuyen a la formulación de los objetivos de la investigación, su diseño metodológico y, especialmente, el análisis de sus resultados.

2.1 ESTADO DEL ARTE

2.1.1 Acceso y Uso a los Servicios Financieros. Un importante antecedente internacional y esquema primordial para el presente proyecto de investigación es realizado por el Centro de Estudios y Perspectivas de la Oficina de la CEPAL en Montevideo (Sanromán, G., Ferre, Z., Rivero, J., & Santos, G, 2016), quienes analizan la situación económica y financiera de los hogares uruguayos utilizando los resultados de la Encuesta Financiera de Hogares Uruguayos (EFHU-2), permitiéndoles presentar información sobre los activos y pasivos de las familias y sobre su utilización de productos financieros y medios de pago. Todo esto con el fin de describir los efectos de las características socio-demográficas de los hogares y de su localización geográfica sobre las probabilidades de poseer determinados activos y de utilizar productos financieros básicos y medios de pago.

El aporte que genera el presente antecedente para la investigación, parte del hecho de que el estudio se centra en hogares con negocios (microempresarios), de acuerdo con los autores, estos hogares presentan una situación de bajo endeudamiento representada de la siguiente manera:

Un 9% de los hogares uruguayos presentan pasivos que superan los activos y el 10% declara que el pago de las cuotas por créditos representa más del 75% de los ingresos del hogar, para el 2% esos pagos superan los ingresos. (Sanromán, G., et al (2016).

Se cita un importante antecedente nacional sobre el estudio de demanda para analizar la inclusión financiera en Colombia, elaborado por Asobancaria & Superintendencia Financiera de Colombia (2015). Con el objetivo de “Proveer información al Gobierno para el diseño de política pública y seguimiento en materia de uso y acceso a servicios y productos financieros.” (p. 3) Se realizó un estudio de demanda para analizar la inclusión financiera en Colombia, supliendo la necesidad de recolectar información de primera mano a los usuarios (Personas naturales y microempresarios) y no simplemente un análisis de oferta por parte de las entidades bancarias, actores claves en el sistema financiero.

El citado estudio logro determinar que en los municipios rurales el 84% de la población y de los microempresarios tienen facilidades a un Punto de Acceso (PdA) en su municipio y el 16% deben desplazarse a otro municipio para encontrar un PdA, lo que señala que a menor nivel socioeconómico y mayor ruralidad, menor es la disponibilidad de PDA en el municipio. Por otra parte El 67% de las personas y el 55% de los microempresarios tienen al menos un producto financiero. La tenencia de al menos un producto financiero es mayor en los niveles socioeconómicos más altos y en las ciudades.

Por último, en términos de percepción las personas están más satisfechas con sus productos transaccionales que los microempresarios (49% vs. 33%) pero en los dos segmentos, las principales razones de satisfacción e insatisfacción son las mismas. Las principales razones de satisfacción son: disponer del dinero en el momento que lo requieran, la seguridad de los recursos y la buena atención recibida. El costo es la mayor razón de insatisfacción y la mayor barrera para el uso de los productos transaccionales.

Además, cabe señalar el estudio elaborado por Cano et al. (2014) y publicado por el Banco de la Republica de Colombia, titulado “Inclusión financiera en Colombia”, el citado estudio se desarrolla bajo una revisión de la literatura sobre inclusión a los servicios financieros en la cual se expone su importancia, sus determinantes discriminados según demanda y oferta, y según países desarrollados y en desarrollo. De la misma forma se

analiza el estado de la inclusión financiera en Colombia y se presentan los resultados de la encuesta de capacidades financieras del Banco Mundial y el Banco de la República.

Como insumo para el presente proyecto, este estudio se complementa con un ejercicio empírico que evalúa los determinantes del acceso a productos financieros desde el lado de la demanda, en donde se revela la importancia de la educación, en particular de la educación económica y financiera. Con base en la literatura y los resultados del ejercicio empírico se proponen acciones de política para mejorar la inclusión financiera en Colombia.

De la misma forma, como lo han explicado trabajos previos sobre el tema (Morduch, 1995), el acceso y la utilización efectiva de los productos financieros son un vehículo eficiente para suavizar el ingreso y los ciclos del consumo. Con los productos (activos) de ahorro e inversión, los hogares tienen la posibilidad de distribuir su riqueza de forma intertemporales y disfrutar de sus rentas a lo largo de su ciclo de vida. Ya sea con un sistema de pensiones de fondeo individual, o con el sistema de reparto, el acceso al ahorro de largo plazo es un factor común que condiciona el buen funcionamiento de los esquemas de previsión. Por su parte, Gwartney et al. (2006) muestran que en los países en desarrollo caracterizados por tener ingresos volátiles y donde existe bajo acceso a los servicios financieros, los hogares no logran suavizar los ciclos del ingreso y por lo tanto su consumo exhibe una gran volatilidad. Esto por su puesto, disminuye su bienestar.

Desde el lado pasivo para los hogares, la inclusión financiera permite la suavización del consumo y la acumulación de capital humano y físico. El crédito es una de las herramientas más importantes con la que cuentan los hogares para protegerse de los ciclos económicos y es el canal mediante el cual se transfieren recursos de ahorro interno y externo hacia proyectos de inversión eficientes. Dabla-Norris & Srivisal (2013) muestran que la profundización financiera puede disminuir la volatilidad del crecimiento, la inversión, el producto y el consumo, siempre y cuando ésta se encuentre en niveles moderados.

Asimismo, el adecuado desarrollo del sistema financiero tiene efectos positivos sobre el entorno macroeconómico. El mejor acceso al mercado de crédito permite una reducción en las restricciones de liquidez de los hogares, lo que se traduce en un crecimiento mucho más estable del consumo y en una moderación de los ciclos reales de la economía, favoreciendo el comportamiento de los agregados económicos (Cecchetti, et al., 2006).

La importancia macroeconómica del acceso efectivo a productos financieros trasciende los indicadores de ingreso y producción: los efectos sobre la desigualdad y la pobreza han sido comentados en detalle en la literatura. En particular, Chibba (2009), Beck, Demirgüç-Kunt, & Levine (2007) describen los canales que conectan la inclusión financiera y el desarrollo financiero con indicadores como el coeficiente de Gini e índices de pobreza, pobreza extrema e indigencia. Finney y Kempson (2009), utilizaron para el Reino Unido modelos probabilísticos con dos especificaciones alternativas en las cuales se diferencia entre las personas que están en edad de jubilación y las que no. Para los segundos, entre los resultados que encuentran vale la pena destacar que las variables que más influyeron sobre la no bancarización fueron: la tenencia de una cuenta en la oficina de correos del Reino Unido, que el hogar devengue bajos ingresos, pagar arriendo y tener enfermedades de larga duración o ser discapacitado. En el caso de las personas en edad de pensión, los resultados son similares, aunque la edad, el género y el grado de educación no resultan significativos.

En otro estudio también para el Reino Unido, Delvin (2005) utiliza datos de una encuesta similar y usa un concepto de exclusión financiera como aquella situación en la cual los consumidores potenciales de productos financieros no tienen acceso a ellos y no los utilizan en la forma apropiada. El autor analiza el acceso a los siguientes productos financieros por separado: cuentas corrientes, de ahorros, seguros de vivienda, seguros de vida y pensiones; y estima un modelo probabilístico para cada uno. Las variables independientes analizadas son: género, clase social, edad, composición de la familia, ingreso familiar, etnia, región, logro educativo, situación laboral, número de personas en el hogar y tenencia de vivienda. Aunque los resultados difieren un poco entre productos

financieros, algunos son comunes, de tal manera que la población que tiene cualquiera de estos productos financieros es menor de 66 años, tiene vivienda propia, trabaja, no tiene una familia numerosa, es educado y tiene ingresos altos. Adicionalmente, se encontró que la probabilidad de tener cuenta de ahorros es más alta si la persona tiene cuenta corriente. También es interesante que la probabilidad de tener seguros de vida y vivienda aumente con la edad. Así mismo, quienes tienen pensiones suelen tener cuenta corriente.

Rhine y Greene (2006) elaboraron un modelo exclusivamente para inmigrantes tratando de establecer los factores que inciden en la probabilidad de que estén o no bancarizados. Para ello utilizan una encuesta longitudinal en la cual participan durante 4 años más de 80.000 hogares (cerca de un 90% inmigrantes). Los autores utilizan como definición de exclusión financiera la no tenencia de cuenta corriente o cuenta de ahorros. Entre las variables que explican la no bancarización entre los inmigrantes de EEUU se encuentran el ser mujer, tener bajo nivel educativo, devengar ingresos menores a la línea de pobreza y pertenecer a regiones del sur o el este de esa nación.

Para el caso canadiense, Buckland y Simpson (2009) hacen análisis intertemporales sobre la exclusión financiera. Utilizan como concepto de exclusión financiera no tener acceso a ningún producto financiero formal ya sea de pago, ahorro o crédito. Los autores analizan el papel que cumple la alfabetización financiera, y encuentran que una de las causas por las cuales las personas no acceden al sistema financiero es que no entienden los productos ofrecidos por las entidades financieras. Los resultados muestran que -al igual que en los trabajos anteriores- las personas no bancarizadas tienen, por lo general, bajos ingresos y riqueza, son jóvenes, con bajo nivel educativo, una familia numerosa y pertenecen a zonas específicas caracterizadas por pobreza. Por su parte, la edad, el ingreso y la riqueza presentan una relación no lineal con la bancarización de acuerdo a la teoría del ciclo de vida.

El trabajo de Grimes, Rogers, & Campbell S. (2010) también trata de ver el papel que cumple la educación financiera impartida en la escuela, en el proceso de bancarización

de los individuos en la adultez. Para ello utilizan los datos de la Encuesta Nacional de Servicios Financieros y, para medir la educación financiera, utilizan cuatro definiciones. Encuentran una relación positiva y significativa sobre la bancarización en la población adulta de estas cuatro variables

Por ejemplo, Johnson y Nino-Zarazua (2011) estudian los determinantes de la no bancarización en Kenia y Uganda, utilizando el concepto de "Financial Access Strands", que se compone de la siguiente clasificación de los servicios financieros: formales, semi formales e informales. Esta definición les permite ubicar a cada encuestado en una categoría de uso de servicios del sistema financiero única y excluyente, dependiendo del servicio más formal que utilicen y, en cada país, se corre una regresión logística para cada "Financial Access Strand". Para ello se basan en encuestas de acceso a servicios financieros en estos dos países. Los resultados son similares para Uganda y Kenia. En el caso de Uganda, las variables que explican la no bancarización son ser pensionado o vivir de transferencias de la familia y/o los amigos, ser empleado doméstico, vender productos agrícolas, tener un bajo nivel educativo y pertenecer a regiones del centro de ese país. En el caso de Kenia, además de las mencionadas para el caso de Uganda, también influyen negativamente, ser joven, pertenecer al sector rural, vivir en la región nororiental, ser mujer, y no tener suficiente comida para alimentar a la familia.

King (2011) elabora un estudio para Nigeria, caso de interés porque el 80% de la población no se encuentra bancarizada. Además de variables socioeconómicas, el autor incluye otras como desarrollo del sistema financiero, crimen, corrupción e informalidad. Se obtiene que para el acceso al sistema financiero resultan significativas las variables: i) nivel de formalización, ii) ingresos, iii) escolaridad, iv) edad, v) género, vi) si tiene teléfono celular o no, vii) el tiempo que gasta al supermercado más próximo, viii) si vive en el área urbana o rural, ix) la aversión al riesgo, x) el conocimiento acerca del sistema financiero, xi) el acceso a servicios públicos, xii) los sobornos, xiii) la confianza social, xiv) el crimen, xv) el número de sucursales bancarias por millón de habitantes, xvi) el número de cajeros por millón de habitantes, xvii) el número de instituciones de micro finanzas y xviii) el PIB per cápita. Un estudio que cubre a varios países emergentes es

el realizado por Al-Hussainy, Beck, Demirguc-Kunt y Zia (2008). Este trabajo analiza los determinantes de la bancarización en Armenia, Bulgaria, Ghana, Guatemala, Jamaica, Nicaragua y Rumania a través de 12 encuestas sobre acceso a servicios financieros. Utilizan el mismo tipo de variables que se han mencionado hasta ahora y obtienen resultados en la misma dirección.

Solo y Manroth (2006) realizan el único trabajo de características similares para Colombia. Estos autores utilizan un concepto de bancarización que incluye a los hogares o individuos que tienen depósitos en alguna institución financiera formal, incluyendo cooperativas o uniones de crédito reguladas. Utilizan la encuesta general de medios del año 2000, y de sus análisis empíricos concluyen que la mayor parte de los no bancarizados son pobres, tienen una tasa de desempleo tres veces mayor que los bancarizados, por lo general pertenecen al sector informal, son trabajadores domésticos o de un negocio familiar sin paga, tienen niveles educativos más bajos, se encuentran en regiones más alejadas en términos geográficos de donde hay sucursales de entidades financieras y reciben su salario en efectivo.

En cuanto a la literatura que hace énfasis en los determinantes de la exclusión financiera por el lado de la oferta, las barreras claves que se han identificado son las siguientes: i) un deficiente conocimiento sobre las necesidades y preferencias financieras de los hogares y las firmas excluidas; ii) la rigidez de la oferta de productos financieros para adecuarse a dichas necesidades; iii) la ausencia de incentivos que induzcan a los intermediarios financieros a ofrecer tales productos especializados en el mercado potencial de los excluidos; iv) la falta de desarrollos tecnológicos que permitan reducir los costos de la oferta, los altos costos de atender regiones apartadas y la baja rentabilidad que obtiene la población más pobre por el uso de productos financieros formales (Demirguc-Kunt A., Klapper L, 2012).

Desde el lado de la oferta, la mayoría de estudios se han concentrado en el crédito como unidad de análisis (Murcia Pabón, 2007; Trivelli, 1994). Sin embargo, estudios recientes han buscado evidenciar los determinantes del acceso a productos como el ahorro y su relación a veces secuencial con productos como el crédito (Johnston y Morduch, 2008).

Otros estudios también definen la inclusión financiera a través de la tenencia de una cuenta de ahorros o inclusive una cuenta corriente (Devlin, 2005; Rhine y Greene, 2006), por su parte, Devlin (2005) define la inclusión financiera como el uso de productos de seguros, tanto de vida como de vivienda.

Es de recordar que la industria aseguradora hace parte de las entidades financieras que ofrecen productos para las personas naturales. Contar con un seguro a nivel personal o familiar logra que la persona tenga contacto con el sector financiero y puede llevar a que a través de este producto adquiera productos de ahorro o de crédito. De otro lado y de manera novedosa, Cano, Esguerra, García, Rueda y Velasco (2013) definen inclusión financiera a través de la tenencia de un grupo de productos financieros (13 en total), donde crean diferentes índices de acuerdo al número de productos que posee cada persona.

En el caso del estudio de Murcia Pabón (2007), se hace un análisis de los determinantes en los hogares colombianos, pero solo para el producto financiero de crédito. Sin embargo, ahí es donde se encuentra el aporte de esta investigación, ya que en el presente estudio se introducen 2 productos financieros de manera independiente: el ahorro y los seguros. Además, se construye una variable de conjunto (llamada inclusión) que indica si el hogar tiene al menos uno de los 3 productos financieros.

Finalmente Arora (2012), Bernad et al. (2008), Bryson y Buttle (2005), Chibba (2009), Collard (2007), Coppock (2013), Demirguc-kunt y Klapper (2013), Diniz, Birochi, y Pozzebon (2012), Figart (2013), Marshall (2004), McKillop, Ward, y Wilson (2011), Youn y Sophia (2013), encuentran que una variable importante es la política como estrategia para alcanzar una inclusión financiera, puesto que mediante los estudios desarrollados por cada uno de los autores, se han podido relacionar las condiciones que favorecen la inclusión financiera a partir de su implementación.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Acceso y Uso a los Servicios Financieros. El concepto de inclusión financiera es el primer concepto a ser abordado en el presente proyecto de investigación, de esta manera S. Rodríguez-Raga, F.F. Riaño Rodríguez. (2015) plantea el concepto de acceso a los productos financieros como aquel que evalúa la capacidad de los individuos para utilizar los productos y servicios ofrecidos por el sistema financiero. Además cita autores como Beck et al., (2007), Demirguc-Kunt y Martínez Peria. (2005), que definen el *acceso* a los servicios financieros desde el punto de vista de los hogares, como aquel que esta medido por la capacidad que los hogares tienen de utilizar realmente el sistema si así lo quisieran, mientras que el *uso* se define como las características de dicha capacidad. De la misma forma

De la misma forma autores como Valenzuela, C & Cruz, D. (2017), Morduch (1995), Gwartney et al. (2006), Dabla-Norris & Srivisal (2013), Cecchetti, et al., (2006) consideran dentro del análisis de inclusión financiera el termino de exclusión financiera, puesto que según argumentan los autores citados anteriormente, es el acceso y uso limitado de los servicios financieros que tienen los segmentos de una sociedad de una determinada región. Ante lo cual según Valenzuela, C & Cruz, D. (2017) se pueden destacar dos tipos de sujetos de exclusión financiera:

El primero el *sujeto totalmente excluido* se refiere a personas que no tienen acceso a ningún tipo de servicio o producto financiero, ya que no cumplen con los requisitos de acceso a los servicios o bien porque habitan en zonas geográficas donde no existe cobertura del sistema financiero formal e informal y el segundo el *sujeto parcialmente excluido* se refiere a personas que tienen acceso o hacen uso de determinados servicios y productos financieros de forma parcial, por lo que aún no alcanzan una inclusión financiera plena. Por ejemplo: Una persona tiene acceso a una cuenta de ahorro pero no tiene acceso a un servicio especializado de factoraje. (p. 21)

En síntesis las teorías de inclusión financiera en el presente proyecto de investigación se abordan a partir de las teorías expuestas por la AFI, puesto que se considera que “Para adquirir información sobre la calidad, el uso y el bienestar es fundamental contar con información desde el punto de vista del usuario, es decir, con datos recolectados a través de una encuesta realizada sobre el ámbito de la demanda” (Citado por Asobancaria & Superintendencia Financiera de Colombia, 2015), de la misma forma AFI recomienda que para la realización de un estudio de demanda para analizar la inclusión financiera en Colombia, debe entenderse la inclusión financiera a partir de la definición establecida por la Banca de las Oportunidades y por la Superintendencia Financiera de Colombia:

Acceso y uso efectivo de servicios financieros formales por parte de la población y las empresas, que deben ser ofrecidos de manera responsable y sostenible bajo una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor enfocados a satisfacer las necesidades de la población y generar bienestar” (Citado por Asobancaria & Superintendencia Financiera de Colombia, 2015., p. 2).

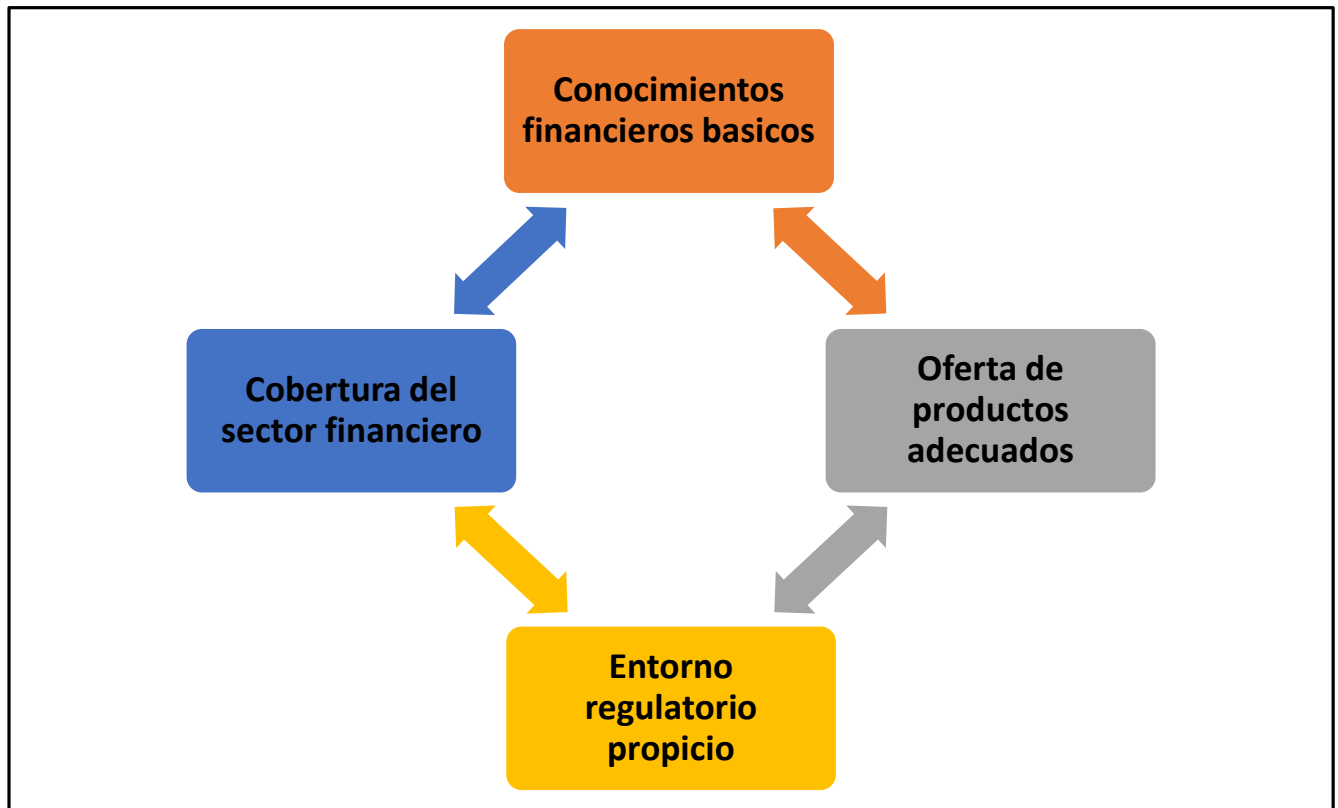
No obstante teóricos como Hannig y Jansen (2010) sugieren que la inclusión financiera podría empeorar los problemas de información asociados a la intermediación financiera, deteriorando el sector financiero o los balances generales. Sin embargo, con varios argumentos muestran cómo una mayor inclusión financiera ofrece distintas oportunidades para promover la estabilidad financiera:

En primer lugar, los autores argumentan que el riesgo de las instituciones de inclusión financiera afecta a instituciones no sistémica. Señalan que los ahorradores y prestamistas de baja renta tienden a mantener un comportamiento financiero sólido durante las crisis financieras, manteniendo sus depósitos en un lugar seguro y pagando sus préstamos (CGAP, 2009).

En segundo lugar, afirman que el riesgo institucional de estos segmentos de población (dado por su amplio número de clientes vulnerables que poseen saldos limitados y

realizan pequeñas transacciones) puede ser tratado con herramientas prudentiales de supervisión y regulación ya conocidas, en especial para los nuevos instrumentos financieros como la banca móvil o los corresponsales bancarios (figura 1).

Figura 1. Elementos básicos para la inclusión financiera



Fuente: Autor con base en Maya (2011)

Finalmente y como cierre a este primer módulo teórico, Hawkins (2006) destaca las distintas intervenciones vía regulación a través de las cuales los bancos centrales pueden promover la estabilidad y la inclusión financiera:

En primer lugar, por medio de la banca de varios niveles (tiered banking), los bancos centrales pueden permitir la entrada de nuevas entidades financieras que complementen a los bancos comerciales, al tiempo que promueven la estabilidad financiera por medio de instrumentos de regulación y supervisión apropiados para estas entidades.

En segundo lugar, al estimular la competencia en el sistema bancario, los bancos centrales no sólo eliminan las barreras de acceso; también garantizan que los productos y los precios sean los apropiados mediante su tarea de supervisor. En tercer lugar, los bancos centrales pueden establecer principios de transparencia de los sistemas de pagos y estándares de acceso y procedimientos, tanto para bancos como para entidades no bancarias.

Por último, destaca el papel de la banca central en la supervisión apropiada de los bancos extranjeros, los cuales en general ayudan a mejorar la eficiencia del sector financiero y el manejo del riesgo. Concluye la autora afirmando que un banco central que lleve a cabo estas estrategias debe estar al tanto del efecto de las estructuras de regulación y supervisión, la jerarquía de políticas, así como los objetivos de las distintas políticas.

2.2.2 Competitividad Empresarial. La competitividad es un concepto que ha causado controversia entre autores de la Nueva Teoría Económica en particular de las teorías de organización industrial. En primera instancia Esser et al (1996) desde el enfoque de la competitividad sistémica plantea que la competitividad es el resultado de la interacción dinámica de los esfuerzos que se realizan en los niveles, meta, macro, meso y micro. Como categoría novedosa a destacar y que se incluye en la presente investigación se encuentra la meso economía. Este concepto representa un punto intermedio entre el nivel macro y micro y define los esfuerzos que se realizan a nivel de sector o región para propiciar un entorno competitivo favorable a las firmas e incluye políticas a nivel de ciencia y tecnología, educación y capacitación, infraestructura para la competitividad, políticas focalizadas de importaciones y exportaciones etc.

Michael Porter, en su libro *La ventaja competitiva de las naciones* (1991, p.75) presentó las bases de lo que sería una teoría de la competitividad: Según el citado autor: “La prosperidad de una nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual esta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias pero no suficientes para asegurar una economía próspera.

La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender entonces los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional”.

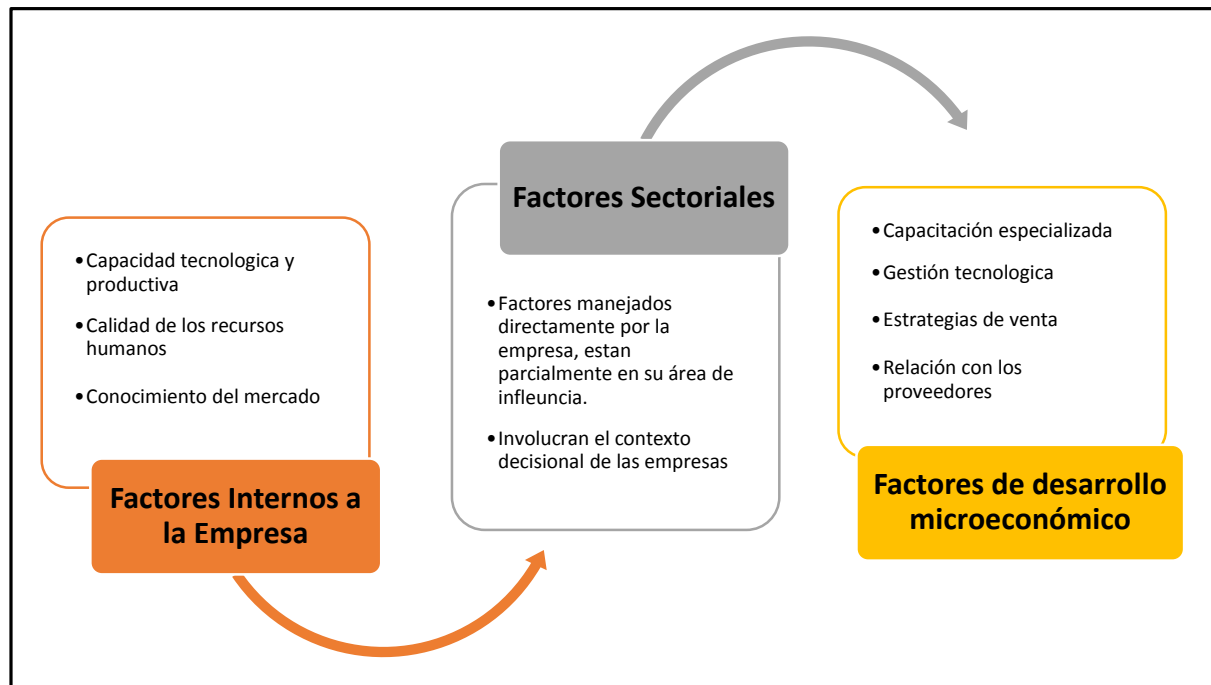
Para el análisis de los factores que determinan la competitividad y por ende para la identificación de las estrategias y tipos de respuestas de las firmas, se tendrá en cuenta lo sugerido por Porter (1991, p.111) en su diamante de competitividad. A través de este esquema analítico, el citado autor propone los siguientes factores determinantes de la ventaja competitiva: condiciones de los factores, condiciones de la demanda, sectores afines y de apoyo; estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, los cuales según sus hallazgos se influyen mutuamente y en conjunto determinan la ventaja competitiva de las empresas, regiones y naciones.

La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender entonces los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional. De esta manera el término competitividad en la presente investigación se enfoca inicialmente a la economía empresarial, teniendo en cuenta los aportes teóricos de Antonorsi (1999):

La competitividad implica a toda la empresa y es el producto de toda ella. No solamente de su función de mercadeo. Para ser competitiva, la empresa debe ser capaz de diseñar, producir y mercadear productos y servicios competitivos; para lograrlo, toda la organización debe apoyar estas capacidades. La competitividad es una capacidad, una habilidad de la empresa en conjunto. (p. 20).

Por su parte, Rojas et al. (2000) señalan que la medición de la competitividad implica la determinación de los componentes o factores que la generan y el grado de impacto de los mismos. Estos autores establecen que el desempeño competitivo de una empresa, industria o nación está condicionado por la conjugación de diversos factores (figura 2).

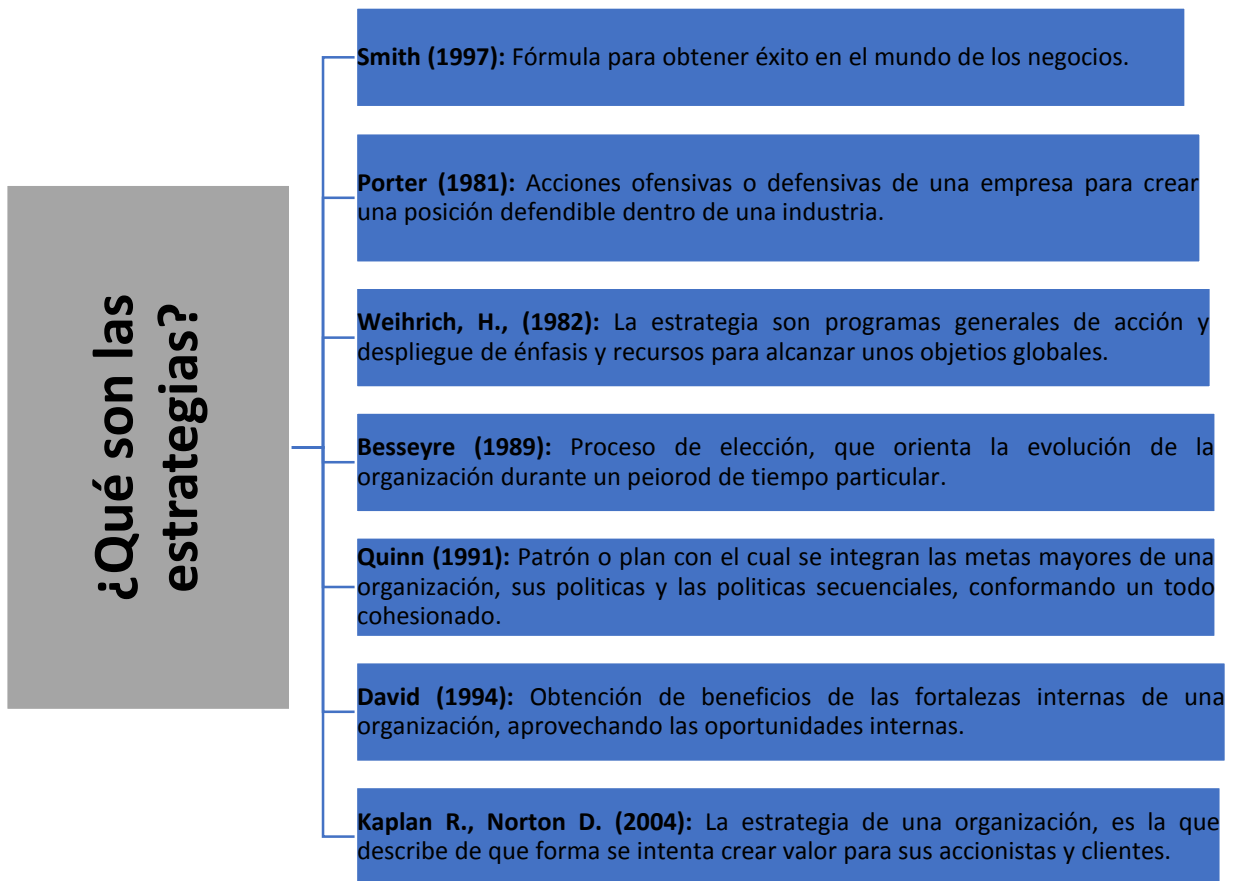
Figura 2. Aspectos de la competitividad empresarial



Fuente: Autor con base en Castro, M. & Teresa, A. (2013)

2.2.3 Estrategias Organizacionales. Algunos estudiosos de las teorías que engloban la concepción misma de estrategias, han realizado diferentes planteamientos, que acercan la definición de la estrategia como componente del diseño organizacional (Galbraith, 1995). A continuación en la figura 3 se encuentran plasmados, algunos de estos teóricos más relevantes.

Figura 3. Concepciones teóricas de estrategia



Fuente: Martínez y Moreno (2013)

Tomta, D & Chiatchoua, C. (2009) aportan la concepción de una estrategia competitiva, como el conjunto de acciones ofensivas que permite mantener la posición competitiva de la empresa en el sector en la que se desempeñe, mejorarla según determinada política de desarrollo o buscar una nueva posición dentro de su sector, para obtener rendimiento del capital invertido. Destacándose el concepto de cadenas productiva para el desarrollo de las empresas, tanto en los países desarrollados como en desarrollo. Sin embargo, en los países en desarrollo, los principales agentes económicos, que son las empresas, no han sabido convertir este elemento en una ventaja competitiva. Peor aún, en México donde la política económica no ha sido diseñada de acuerdo a las necesidades del sector

productivo, lo que se refleja por el bajo rendimiento de la economía en su conjunto (figura 4)

Figura 4. Elementos que explican el mejoramiento organizacional



Fuente: Hernández (2003)

3. METODOLOGÍA

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La metodología empleada en el proyecto es de orden descriptivo y utiliza una técnica de medición mixta, cualitativa y cuantitativa. Se realiza a través de ejercicios con esquemas como grupos focales (Microempresas del subsector de confecciones y entidades financieras vigiladas por la Superintendencia Financiera en la ciudad de Ibagué). El enfoque cuantitativo "Es aquel que permite al investigador examinar los datos de manera numérica, cuantificable y verificable, con miras a generalizarlos, usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar una teoría, con el proceso centrado en el método hipotético- deductivo" (Calix, et al., 2008). Por el contrario el enfoque cualitativo, admite la subjetividad, su fin es descubrir, comprender e interpretar los fenómenos a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de las participantes (Sampieri, 1996).

La principal razón para seleccionar este enfoque, es la necesidad de utilizar diferentes instrumentos en la recolección de información, como las encuestas y entrevistas a profundidad. La presente investigación descansa en el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación con respecto a la realidad (Corbetta, 2003).

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

En la presente investigación, se realiza un muestreo aleatorio simple para la población objeto de estudio, definido por Ospina (2001), como uno de los procedimientos de muestreo probabilístico más usados, que a cada elemento de la población objetivo y a cada posible muestra de un tamaño calculado, da la misma probabilidad de ser seleccionado.

La población objeto de estudio, estuvo conformada por las 455 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir en la ciudad, registradas por la Cámara de Comercio de Ibagué (CCI), en septiembre de 2017. De acuerdo al monto de los activos declarados (Ley 905 de 2004), en la estructura del subsector de confecciones, predominan las empresas de tamaño micro 95% (432), seguida de las de tamaño pequeño 4% (18), de tamaño mediano 0,9% (4) y empresas de tamaño grande 0,2% (1).

Se obtuvo, un tamaño muestral de 204 microempresas del subsector de la confección, con un grado de certeza del 95% y un nivel de significancia del 5%, de las 432 microempresas del subsector, ubicada en la ciudad de Ibagué (formula 1 y tabla 1)

Tabla 1. Tamaño de la muestra, microempresarios del subsector de la confección en la ciudad de Ibagué

Tamaño de la Población (N)	432
Nivel de confianza	95%
Puntuación de Z (z)	1,96
Margen de error (e)	5%
Proporción (p)	0,5
Tamaño de la Muestra (n)	204 Microempresas.

Fuente: Autor.

Fórmula 1. Calculo del tamaño de la muestra en Muestreo Aleatorio Simple (MAS)

$$n = \frac{\frac{z^2 \cdot p (1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \cdot p (1 - p)}{e^2 \cdot N}\right)} \quad 204 = \frac{\frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{(0,05)^2}}{1 + \left(\frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{(0,05)^2 \cdot (432)}\right)}$$

Fuente: Autor con base en Ospina (2001)

3.3 INSTRUMENTO Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La presente investigación tiene en cuenta la aplicación de la encuesta, como el método más utilizado en la investigación de Ciencias Sociales. A su vez, ésta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para recoger información. Según Ferrando (1993), "prácticamente todo fenómeno social puede ser estudiado a través de las encuestas". A partir de lo anterior, se consideran las siguiente cuatro razones que fundamentan lo anteriormente descrito: a) Las encuestas son una de las escasas técnicas de que se dispone para el estudio de las actitudes, valores, creencias y motivos. b) Las técnicas de encuesta se adaptan a todo tipo de información y a cualquier población; c) Las encuestas permiten recuperar información sobre sucesos acontecidos a los entrevistados. d). Las encuestas permiten estandarizar los datos para un análisis posterior, obteniendo gran cantidad de datos a un precio bajo y en un período de tiempo corto.

De acuerdo con lo anterior, se aplicaron dos tipos de instrumentos de recolección de información, el primero orientado a los expertos en servicios financieros para microempresarios, mediante entrevistas a profundidad (anexo 1), y el segundo orientado a los microempresarios del subsector de confección en la ciudad de Ibagué (Anexo 2).

Para el segundo instrumento, se aplicó una prueba piloto a 20 microempresas que corresponden al 10% de la muestra. Según Malhotra (2004), la prueba piloto es la aplicación de un cuestionario a una pequeña muestra de encuestados, para identificar y eliminar los posibles problemas de la elaboración de un cuestionario. Se seleccionaron de la respectiva base de datos, al azar las siguientes microempresas:

Tabla 2. Tamaño muestral para la muestra piloto, microempresas del subsector de la confección, Ibagué.

N.MICROEMPRESAS	RAZON SOCIAL	DIR-COMERCIAL
CCI		
4	GONZALEZ LUZ STELLA	CL 17 N 2-113
26	ARIAS SIERRA LUCERO	MZ 11 CSA 26
30	GARCIA OLIVERO CARMEN TULIA	CR 2 SUR N 12-56
41	BOGOYA ESCOBAR NONDIER	CR 6 N 28-71
46	BONILLA ORJUELA ORLANDO	CR 4 TAMANA N 31-35
51	ESPINOSA GUTIERREZ YANETH	CL 16 21 20
52	CONFECCIONES YY S.A.S.	CR 5 N 25 - 34
54	AVILES CONFECCIONES S.A.S.	CL 17 N 4-28 ST
78	LOPEZ SALAZAR LLOLMY	SM 10 MZ 3 CS 5
84	AVILA LEAL GLORIA	CL 12 N 2-62
93	QUICENO GIL RUBEN DARIO	CR 2B N 2-04 BRR LIBERTADOR PARTE ALTA
101	CACERES ZULUAGA CLAUDIA PATRICIA	MZ 18 CA 9 BRR JORDAN II ET
128	GAMEZ GOMEZ LUZ DARY	MZ 33 CA 5
129	SALAZAR TOVAR EDGAR	MZ 38 CASA 14
138	ROJAS QUINTERO LUZ MARIA	CC COMBEIMA LC B15 PISO 2
146	ALZATE ALVAREZ MARCELO	CL 37 N 7-76
156	DUARTE OLAYA VITALINA	CR 2 A NRO. 30-68
165	GONZALEZ SUZUNAGA DORIS AMANDA	MZ 54 CA 1
168	RINCON CIFUENTES NUBIA	CC ARKACENTRO LC E2-B06A NIVEL 2
171	RESTREPO VILLEGAS GLORIA PATRICIA	CL 24 N 4A-79

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué, septiembre de 2017. Elaboración propia.

Con la finalidad de observar que modificaciones podría tener el instrumento aplicado a la muestra piloto de microempresarios, se realiza un análisis de consistencia interna de los ítems del instrumento, a partir de lo planteado por Welch & Comer (1998), que le definen de la siguiente manera:

La validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir. Y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach. La medida de la

fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems (**medidos en escala tipo Likert**) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados. (Citado por Frias-Navarro, Dolores. Dolores Frias-Navarro's <<https://www.uv.es/friasnav/>>.)

Tabla 3. Recomendaciones para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach

Coeficiente	Evaluación
Coeficiente alfa > 0.9	es excelente
Coeficiente alfa > 0.8	es bueno
Coeficiente alfa > 0.7	es aceptable
Coeficiente alfa > 0.6	es cuestionable
Coeficiente alfa > 0.5	es pobre
Coeficiente alfa < 0.5	es inaceptable

Fuente: George y Mallery (2003, p. 231)

Los resultados del análisis de consistencia interna arrojaron niveles de confiabilidad y consistencia del instrumento “buenos”, de acuerdo con la tabla 3. Lo anterior significa, que dicho instrumento cuenta con el soporte estadístico para ser aplicado en la presente investigación y, de esta manera ser tenido en cuenta para la aplicación en otras realidades.

Finalmente el instrumento aplicado a los 204 microempresarios del subsector de la confección, está conformado por cinco módulos a saber: Caracterización de los microempresarios, Acceso a los servicios financieros, Uso de los servicios financieros, Formación empresarial y Fortalecimiento empresarial. De los cuales, los primeros tres de ellos presentaron los siguientes resultados:

Figura 5. Resultados de la prueba de consistencia interna, encuesta microempresarios
Modulo A. Caracterización de los microempresarios

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,830	,833	6

Modulo B. Acceso a los Servicios Financieros

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,763	,764	7

Modulo C. Uso de los Servicios Financieros

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,834	,826	20

Fuente: Autor

3.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El cronograma de actividades de la presente investigación se desarrolló en tres fases, que permitieron el análisis de las categorías del proyecto, durante el tiempo proyectado (10 meses).

En la primera fase: se hizo una caracterización de los servicios financieros integrales que ofrecen las entidades bancarias de la ciudad de Ibagué a los microempresarios del subsector de confección, lo cual permitió conocer los procesos de acceso y uso de los sistemas financieros que brindan los bancos a los microempresarios del subsector. Este se realizó, a partir de los informes de inclusión financiera desarrollados por Asobancaria, la Superintendencia Financiera, la Cámara de Comercio de Ibagué y los documentos anexos brindados por cada uno de los actores claves, durante las entrevistas a profundidad.

De la misma forma, mediante la Ley 905 del 02 de Agosto de 2004, por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000, que promociona el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana en el Artículo 2º, que define el número de trabajadores para *microempresas Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores*, se realizó el muestreo probabilístico aleatorio simple, definido en secciones anteriores.

En la segunda fase: se trabajó en la identificación de los factores de fortalecimiento organizacional, desde el acceso y uso de los servicios financieros por parte de los microempresarios del subsector de confección, en la ciudad de Ibagué, con el fin de realizar el diseño y aplicación del instrumento de levantamiento de información primaria a partir de fuentes secundarias y teorías planteadas en el marco referencial de la presente investigación.

Por último, **en la tercera fase** se realizó el análisis del diagnóstico de las condiciones de acceso y uso de servicios financieros integrales por parte de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué, a partir de la información primaria y

secundaria recolectada con el instrumento, tipo encuesta, dicho análisis estará fundamentado con el rigor estadístico y técnicas de análisis estadístico descriptivo y de asociatividad, con el fin de Identificar la percepción de los microempresarios del subsector receptores o beneficiarios de los programas de inclusión financiera en la ciudad de Ibagué. Por último, se procede a diseñar las estrategias de inclusión financiera que permitan fomentar el acceso y uso de servicios financieros integrales en el fortalecimiento institucional de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué.

En la siguiente tabla 4, se describe y especifica el cronograma desarrollado a lo largo de las tres fases expuestas anteriormente.

Tabla 4. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN						
	Octubre de 2017	Noviembre y Diciembre de 2017	Febrero y Marzo de 2018	Abril de 2018	Mayo de 2018	Junio de 2018	Julio de 2018
Aprobación de la propuesta de investigación, Comité de Maestría en Administración.							
Diseño del marco teórico							
Diseño de instrumentos para recolección de información							
Visita a las entidades financieras para conocer los procesos de inclusión financiera.							
Aplicación de la muestra piloto, microempresarios del subsector de la confección.							
Sistematización de la información.							
Análisis de la información.							

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

ACTIVIDADES	Octubre	Noviembre	Febrero	Abril	Mayo	Junio	Julio
	de 2017	y Diciembre de 2017	y Marzo de 2018	de 2018	de 2018	de 218	de 2018
Aplicación de la encuesta a los 204 microempresarios.							
Elaboración y entrega del informe final (julio 2018)							

Fuente: Autor

4. RESULTADOS

Los resultados del trabajo de campo se presentan en cuatro secciones a saber: en la primera se muestra el diagnóstico del acceso y uso de los servicios financieros formales por parte de los microempresarios del subsector de la confección de la ciudad de Ibagué. En la segunda sección se abordan la demanda de los servicios financieros por parte de los microempresarios. En la tercera sección se analizan las categorías correspondientes al acceso y uso de los servicios financieros y el fortalecimiento competitivo de los microempresarios. Finalmente en la cuarta sección se describen las estrategias de fortalecimiento competitivo, generadas a partir del acceso y uso de los servicios financieros formales.

4.1 DIAGNÓSTICO DEL ACCESO Y USO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS FORMALES POR PARTE DE LOS MICROEMPRESARIOS

La investigación se desarrollara en la ciudad de Ibagué, capital del departamento del Tolima, con un área total de 1.403.2 Km², de los cuales 33,78 Km² son de área urbana y 1.369,40 Km² son de área rural, de acuerdo con Tolima en Cifras (2010) y una participación significativa de 37.4% en el PIB departamental y una tasa de desempleo para el año 2017 del 12.9%, según el Departamento Nacional de Planeación (DNP). Ibagué fue una de las cuatro ciudades que presento una reducción en el desempleo para el año 2017, evidenciándose una disminución de 0.3 puntos porcentuales, con respecto al año anterior. Esta disminución se explica primordialmente por las construcciones en los niveles de ocupación en cuatro de las ocho ramas de empleo, al disiparse alrededor de 1.400 plazas de trabajo en 2017. Según los cálculos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la contracción más fuerte en la ciudad se registró en el comercio, donde se perdieron 5.100 puestos de trabajo, lo que representa una caída de 5.7% durante el año. Sin embargo, dicha perdida fue parcialmente estabilizada por el sector de servicios sociales y personales, donde hubo un incremento del 7.2% en los niveles de ocupación, generando cerca de 3.800 empleos (tabla 10).

Tabla 5. Ocupados por sector económico, Ibagué 2017

Sector Económico	Ibagué		13 Áreas sin Ibagué	
	2017 creación de empleo (personas)	Variación 2016-2017 (porcentaje)	2017 creación de empleos (personas)	Variación 2016-2017 (porcentaje)
Ocupados	-1.379	-0.6	-330	0.0
Servicios sociales y personales	3.810	7.2	6.795	0.3
Construcción	481	2.6	1.490	0.2
Otras ramas	175	2.5	1.266	0.8
Intermediación financiera	86	2.0	-17.911	-7.4
Actividades inmobiliarias	-211	-0.9	55.228	4.3
Transporte y comunicaciones	-244	-1.1	17.764	1.9
Industria	-425	-1.3	-19.347	-1.2
Comercio	-5051	-5.7	-45.615	-1.4

Fuente: DANE – GEIH, Cálculos DNP

Al comparar con el promedio del resto de las 13 áreas (13 áreas sin Ibagué), se puede observar que el desempleo en la ciudad tuvo un mejor desempeño que el del resto de las 13 áreas, donde se registró un incremento en la tasa de 0.6 puntos porcentuales en 2017, para alcanzar un resultado de 10.6%. Según el DNP Ibagué sigue presentando una de las tasas de desempleo más altas a nivel metropolitano, superando en 2.3 puntos porcentuales al resto de las 13 áreas en 2017.

La informalidad en la ciudad de Ibagué, explicada por la relación inversamente proporcional que tiene con el nivel educativo, no solo en Ibagué sino a nivel nacional, se evidencia que la población sin educación y la población con primaria incompleta, alcanzaron tasas (Dane-OIT) de 81.8% y 88.0%, respectivamente, mientras que la población con educación terciaria y pos terciaria, situaron su tasa en 32,4% y 8,3%. En el resto de las 13 áreas, se evidenció un comportamiento similar al de Ibagué. (Tabla 11)

Tabla 6. Tasa de informalidad según nivel educativo, Ibagué 2017

Nivel Educativo	Ibagué		13 Áreas sin Ibagué	
	DANE - OIT	Seguridad social	DANE - OIT	Seguridad social
Sin educación	81.8	89.0	85.9	86.7
Primaria incompleta	88.0	89.0	81.4	80.6
Primaria Completa	79.5	78.5	76.1	73.5
Secundaria incompleta	76.5	78.2	70.2	71.6
Secundaria completa	57.4	56.3	48.7	48.9
Terciaria	32.4	39.8	25.0	30.3
Pos terciaria	8.3	19.0	6.0	15.0

Fuente: DANE – GEIH, Cálculos DNP

En cuanto a los sectores económicos, tanto en la ciudad de Ibagué como en el resto de las 13 área metropolitanas, la rama con mayor informalidad según el DNP (2018) fue comercio con un 71.1% (tabla 12). Se observa un comportamiento a la baja en la informalidad (Dane-OIT), con reducciones en todas las ramas excepto por la de “otras ramas”, donde se destaca la caída del indicador en los sectores de transporte y

comunicaciones (5.3 puntos porcentuales) y actividades inmobiliarias (5.1 puntos porcentuales), en 2017.

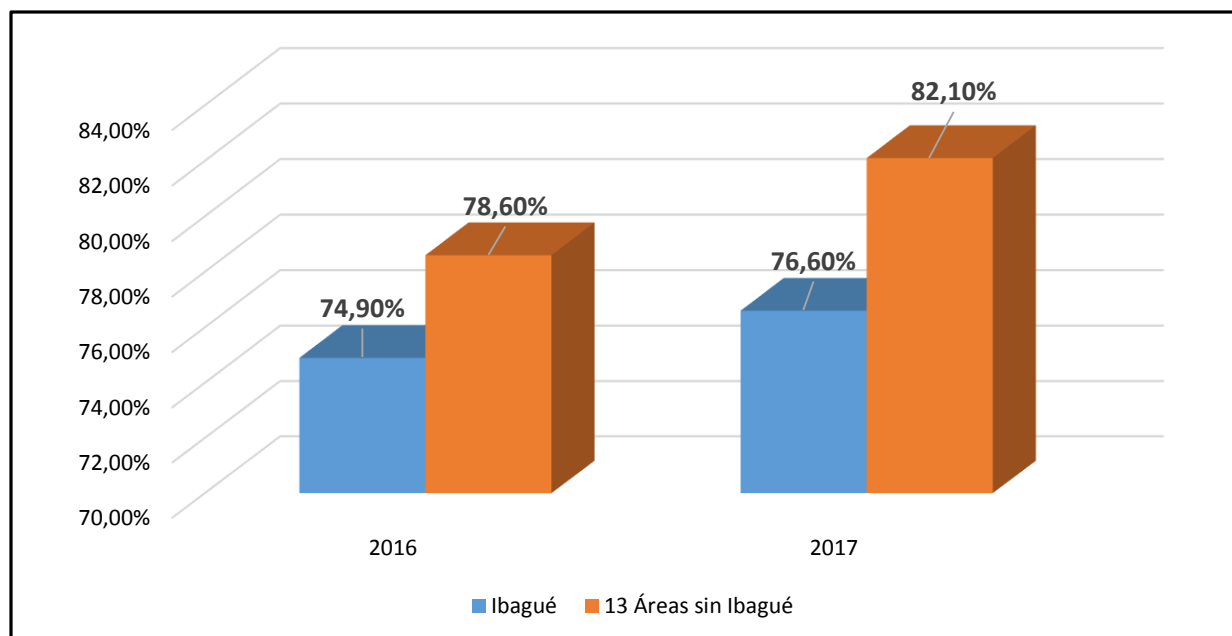
Tabla 7. Tasa de informalidad por sector económico, Ibagué 2017

Sector Económico	Ibagué		13 Áreas sin Ibagué	
	DANE - OIT	Seguridad social	DANE - OIT	Seguridad social
Comercio	71.1	74.8	63.7	66.4
Construcción	65.1	68.8	61.7	63.0
Transporte y comunicaciones	62.9	43.2	56.3	49.8
Actividades inmobiliarias	52.2	54.1	32.3	35.2
Industria	50.1	61.6	37.7	45.3
Otras ramas	40.9	45.4	29.4	32.3
Servicios sociales y personales	32.3	37.2	36.3	37.3
Intermediación financiera	13.7	17.6	8.5	12.0

Fuente: DANE – GEIH, Cálculos DNP

De acuerdo con las cifras del DANE, el ingreso nominal que percibe una persona promedio en Ibagué fue de \$ 1.064.000, al mes. Según estas cifras la ciudad presenta un aumento de 4.4% en el ingreso nominal promedio, el cual comparado con el resto de las 13 áreas es superior (3.7%).

Figura 6. Porcentaje del ingreso relativo de las mujeres (respecto a los hombres)



Fuente: DANE – GEIH, Cálculos DNP

Para el primer semestre del año 2017, según la información de las tres cámaras de comercio (Cámara de comercio de Ibagué, Suroriente del Tolima y Honda) se encuentran registradas en los 47 municipios del departamento del Tolima 36.956 empresas: Cámara de comercio de Honda –CCH- 4.731 (12,8%), Cámara de comercio sur oriente del Tolima –CCSUROR- 9.247 (25,02%), Cámara de Comercio de Ibagué –CCI- 22.978 (62,18%). Respecto a su forma jurídica el 12,76% corresponde a la categoría de personas jurídicas y el 87,24% se clasifica como personas naturales.

En lo pertinente al tamaño las micro representan el 96,75%, las pequeñas el 2,65%, las medianas el 0,51% y las grandes el 0,11% en su distribución dentro de los sectores económicos, el primario concentra el 1,95% de las empresas, el secundario manufacturero el 12,53% y el terciario (comercio y servicios) el 85,52%.

En la ciudad de Ibagué, se encuentran ubicadas el 61.5% de las microempresas del departamento del Tolima, dedicadas especialmente al sector terciario, destacándose subsectores como el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas (18.042 empresas) y el alojamiento y servicios de comida (4.964).

Tabla 8. Número de empresas, según tamaño, por municipio. Primer semestre 2017

MUNICIPIO	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	MICRO	TOTAL
CÁMARA DE COMERCIO DE IBAGUÉ (CCI)	34	164	737	22.043	22.978
Ibagué	34	163	722	20.337	21.256
Venadillo	-	-	5	290	295
Cajamarca	-	-	2	442	444
Rovira	-	-	2	225	227
Santa Isabel	-	-	-	96	96
Alvarado	-	1	4	145	150
San Antonio	-	-	1	161	162
Anzoátegui	-	-	1	97	98
Piedras	-	-	-	95	95
Ronces valle	-	-	-	82	82
Valle de San Juan	-	-	-	68	68
Sin ID Municipio	-	-	-	5	5

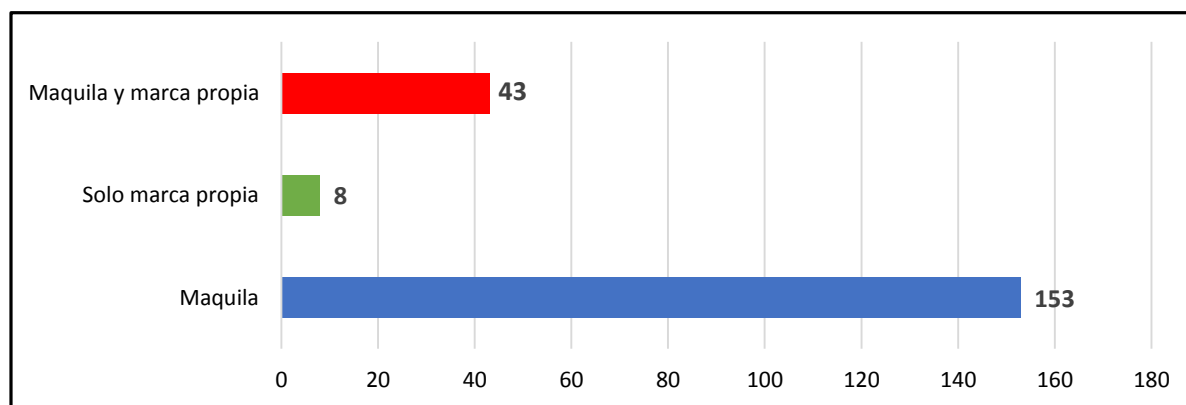
Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué, 2017.

4.1.1 Microempresas Del Subsector De La Confección En La Ciudad De Ibagué. El subsector de confecciones de la ciudad de Ibagué, se caracteriza por la participación de las pequeñas unidades productivas que proveen fundamentalmente a las grandes empresas, con servicios de parte de su producción (ensamblaje de ciertas partes del producto entregadas por la empresa contratante, o la elaboración del producto en su totalidad utilizando materias primas) funcionando como talleres maquiladores. De esta manera se configura la tercerización en términos de empleo, en tanto que la relación entre la empresa y sus contratistas es concebida como una venta de servicios. (Programa de Naciones Unidas para El Desarrollo & Otros, 2015).

El subsector de confecciones de acuerdo con la base de datos suministrada a inicios del mes de septiembre de 2017 por la CCI, da cuenta de 455 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir en la ciudad. De acuerdo al monto de los activos declarados (Ley 905 de 2004), en la estructura del subsector de confecciones predominan las empresas de tamaño micro 432 que constituiría la población objeto de estudio de la presente investigación y sobre la cual se definió un tamaño muestral de 204 microempresas, por medio de un muestreo aleatorio simple. A continuación se realiza una breve descripción de los microempresarios del subsector de la confección en la ciudad de Ibagué.

4.1.1.1 Caracterización De Las Microempresas En La Ciudad De Ibagué. El modelo de negocio que predomina en las microempresas del subsector de la confección en la ciudad de Ibagué, es el de maquila (75%), las microempresas prestan este servicio a otras empresas locales y nacionales. Al mismo tiempo, que el resto solo se dedica hacer marca propia y a combinar el modelo productivo con marca propia y maquila. Cifras que revelan el pequeño margen de utilidad que reciben los microempresarios por sus actividades y la poca eficiencia de las estrategias productivas, que pretenden garantizar a los microempresarios mayores ganancias (figura 7).

Figura 7. Modelo de negocio desarrollado por las microempresas, Ibagué mayo 2018



Fuente: Autor

Por tipo de contrato, se logra evidenciar que las empresas encuestadas cuentan con alrededor de tres personas con contrato a término fijo y con dos personas contratadas por obra o labor que reciben salario a destajo. Según las declaraciones de los microempresarios, sus empleados contratados, en su gran mayoría son mujeres que oscilan en edades entre 31 y 35 años de edad, que son contratadas por su gran capacidad de trabajo, rendimiento en las labores, disciplina y facilidad en el manejo de las maquinas. Es importante destacar que el 88% de los encuestados tiene ubicada su microempresa en su misma vivienda, frente a un 12% que la tiene en su vivienda, pero es un local independiente.

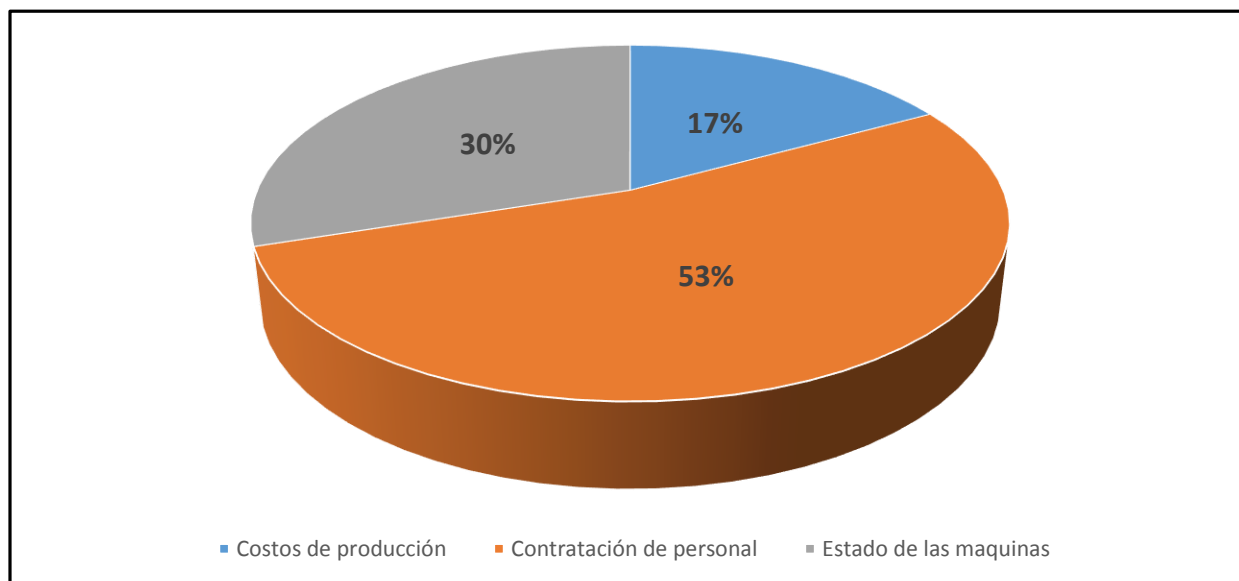
Con respecto a los microempresarios que desempeñan como modelo de negocio la marca propia, el 38% afirma ser el único trabajador, el 46% tiene un empleado y el 16% tiene dos. Cifras que revelan lo poco rentable que tiende ser este modelo.

El nivel de formación académica de los microempresarios es bajo, los resultados muestran que existe un déficit de formación superior, tecnológica y técnica, tan solo el 12% de los microempresarios ha alcanzado alguno de estos niveles, aquellos consideran, que para trabajar en este subsector de la confección, no se requieren altos niveles de formación, pero, los microempresarios manifiestan estar preocupados por la escasez de programas de formación empresarial especializada por parte de las

instituciones gubernamentales y privadas de la ciudad, situación que se refleja en la falta de personas capacitadas, con conocimientos adecuados para desempeñar labores de corte y confección, manejo de máquinas industriales, confección de ropa interior, entre otros.

Con respecto a la pregunta ¿Cuál de los siguientes aspectos o factores no le permiten un aumento en sus ventas? Los microempresarios consideran que los costos de producción han venido aumentando cada vez más, factor que influye de manera directa en sus niveles de producción, al mismo tiempo, que la contratación de personal es escasa y la dificultad presente en el estado de las maquinas. Respuestas generalizadas de acuerdo al modelo de producción de la microempresa.

Figura 8. Factores que influyen en la disminución de las ventas, mayo 2018



Fuente: Autor

De acuerdo con esta breve caracterización de los microempresarios, se lora evidenciar que existen factores latentes, que no permiten que las microempresas del subsector sean competitivas y capaces de enfrentar los retos que el mercado local y nacional trae consigo, consolidando la dependencia en las medianas y grandes empresas del subsector, que únicamente les contratan para costura de prendas y su pago se ve reflejado en las cantidades que terminen de las mismas. En las siguientes secciones se

empezaran a calcular los niveles de asociatividad de las anteriores variables analizadas y el acceso y uso a los servicios financieros.

4.1.2 Infraestructura Financiera En La Ciudad De Ibagué. Según el último reporte publicado por la banca de oportunidades en septiembre de 2017, en la ciudad de Ibagué existen 110 oficinas financieras, vigiladas por la superintendencia financiera y por la supersolidaria, estas últimas para el caso de las cooperativas (tabla14).

Tabla 9. Cobertura de Oficinas Financieras en la ciudad de Ibagué, Septiembre 2017

Tipo de Entidad	Nombre de Entidad	# de Oficinas
Banco	Banco De Bogotá	9
Banco	Banco Popular	10
Banco	Itaú	2
Banco	Bancolombia	8
Banco	Citibank	1
Banco	Banco Gnb Sudameris	1
Banco	Bbva Colombia	9
Banco	Banco De Occidente	3
Banco	Banco Caja Social	4
Banco	Banco Davivienda	7
Banco	Colpatria Red Multibanca	4
Banco	Banagrario	1
Banco	Av Villas	5
Banco	Bancamía S.A.	2
Banco	Banco W S.A.	2
Banco	Bancoomeva	1
Banco	Banco Falabella S.A.	2
Banco	Banco Pichincha S.A.	1
Banco	Coopcentral	1
Banco	Banco Mundo Mujer S.A.	6
Banco	Bancompartir S.A.	1
Compañía de Financiamiento	Giros & Finanzas C.F.	6

Tipo de Entidad	Nombre de Entidad	# de Oficinas
Compañía de Serfinansa Financiamiento		1
Compañía de Leasing Corficolombiana Financiamiento		1
Compañía de Financiera Pagos Internacionales S.A. Compañía De Financiamiento Financiamiento		1
Compañía de Financiera Juriscoop C.F. Financiamiento		1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SOCIAL LTDA PROSPERANDO	3
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA DE LOS PROFESIONALES DE LA SALUD COASMEDAS	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA DE MAESTROS Y EMPLEADOS DE LA EDUCACION DEL TOLIMA	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA DE TRABAJADORES DEL GRUPO CARVAJAL,LTDA	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA JUDICIAL DEL TOLIMA	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA LABOYANA DE AHORRO Y CREDITO	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE LOS TRABAJADORES DEL ISS	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA MULTIACTIVA DEL INEM DE IBAGUE	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA MULTIACTIVA EMPRESARIAL COOVITEL	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA NACIONAL DE TRABAJADORES DE LA INDUSTRIA DE LAS GASEOSAS Y BEBIDAS	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA SAN SIMON	1
Cooperativa de Carácter Financiero - SES	COOPERATIVA TOLIMENSE DE AHORRO Y CREDITO COOFINANCIAR	1
ONG	Actuar Tolima	2
ONG	Contactar	1

Tipo de Entidad	Nombre de Entidad	# de Oficinas
ONG	Fundación De la mujer	3
TOTAL		110

Fuente: Banca de las Oportunidades

A partir del trabajo de campo realizado en la ciudad de Ibagué, se logró constatar que tan solo 37 de las 110 oficinas ubicadas en la ciudad de Ibagué, brindan productos financieros para los microempresarios. Algunos expertos consideran que dicha situación se presenta, debido a que el modelo de algunas entidades financieras no está enfocado a cubrir este tipo de mercados, pues afirman que son muy bajas las utilidades y altísimo el riesgo que se corre con los microempresarios. Además que los programas de banca microempresarial resultan costosos, debido al reducido monto de las operaciones y muchas veces no se puede operar empleando para ellos los mecanismos y estructuras tradicionales.

4.1.3 Productos Financieros Para Microempresarios. De acuerdo con Betancur (2004), el concepto de banca microempresarial es definido como el conjunto de operaciones de intermediación financiera de baja cuantía, prestos a asistir financieramente a la microempresa. La cual tiene sus inicios en los mercados financieros informales. Algunos expertos entrevistados, consideran que los productos y servicios financieros de pequeña cuantía son, en general, poco ofertados en Colombia, entre los cuales se destacan:

Figura 9. Productos y servicios financieros para microempresarios



Fuente: Autor con base en Betancur (2004)

4.1.4 Iniciativas De Acceso Y Uso De Los Servicios Financieros En Ibagué. En Colombia se han venido desarrollando un conjunto de iniciativas de inclusión financiera desde el año 2006, el gobierno nacional, con el apoyo del sector privado, emprendieron la tarea de apoyar las iniciativas que promuevan la inclusión financiera como estrategia para reducir los niveles de inequidad social y fortalecimiento competitivo de las empresas, dentro de las cuales se destacan en la tabla 15 las siguientes:

Tabla 10. Iniciativas de Inclusión Financiera en Colombia

Iniciativa	Decreto	Año	Descripción
Banca de Oportunidades	3078	2006	Promueve acceso al crédito y servicios financieros a familias de ingresos bajos, micro, pequeñas y medianas empresas.
	1119	2008	Reglamenta la apertura de cuentas de ahorros de bajo

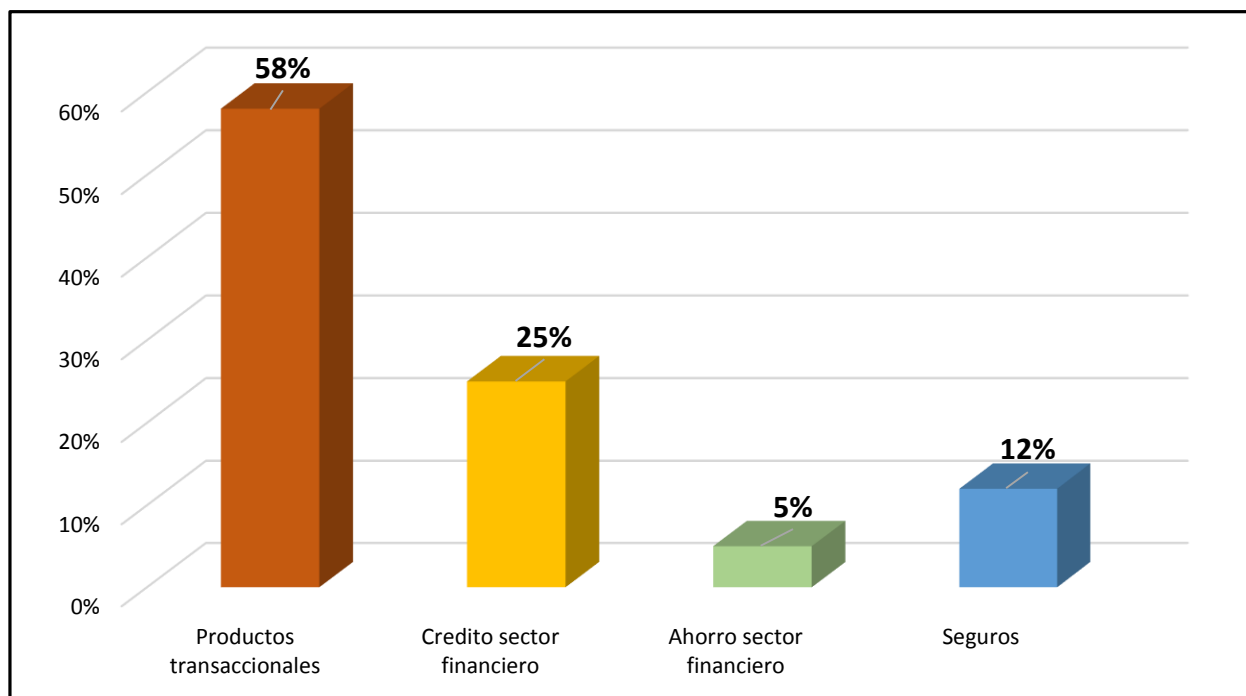
Iniciativa	Decreto	Año	Descripción
Cuentas de Ahorro Electrónicas			monto, y creación de cuentas electrónicas, respectivamente.
Deposito Electrónico	4687	2011	Crea normas para depósitos electrónicos para promover el acceso y la profundización de servicios financieros.
SED PES	1735	2014	Promueve el acceso a los servicios financieros transaccionales.
Comisión de Inclusión Financiera	2338	2015	Organiza la Comisión de Inclusión Financiera.

Fuente: Carlos, Paola, y Dario. (2017).

4.2 DEMANDA DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS POR PARTE DE LOS MICROEMPRESARIOS

La demanda de los servicios financieros por parte de los microempresarios del subsector de la investigación, estuvo conformada de la siguiente manera:

Figura 10. Demanda de servicios financieros por parte de los microempresarios

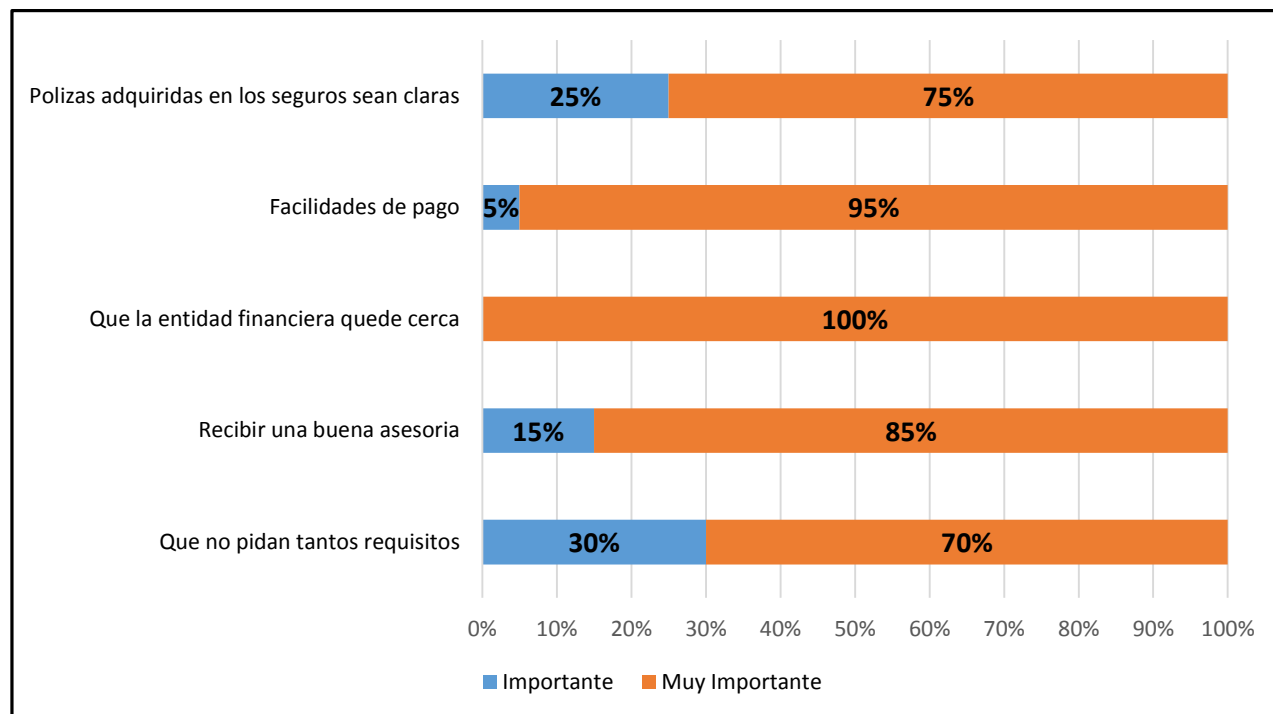


Fuente: Autor

Los productos que más tienen son productos transaccionales, crédito y seguros. El ahorro en el sector financiero es el de menor tenencia (figura 10). Según los encuestados, no tienen sus ahorros o inversiones en una entidad financiera, debido a que en primer lugar no confía en las entidades financieras, en segundo lugar, consideran que es muy costoso ahorrar en las entidades y por último se encuentran inconformes con las opciones de ahorro que les ofrecen.

Con respecto a la pregunta, ¿Sin importar si usted tiene productos financieros para su negocio, como cuenta de ahorro, cuenta corriente, créditos o seguros, seleccione el nivel de importancia de los siguientes criterios que tendría en cuenta al momento de elegir estos productos? Los microempresarios consideran que es muy importante para ellos que la entidad financiera quede cerca, al mismo tiempo, que no soliciten tantos requisitos para poder disfrutar de un producto financiero, seguido del recibir una buena asesoría (figura 11).

Figura 11. Nivel de importancia para escoger productos financieros

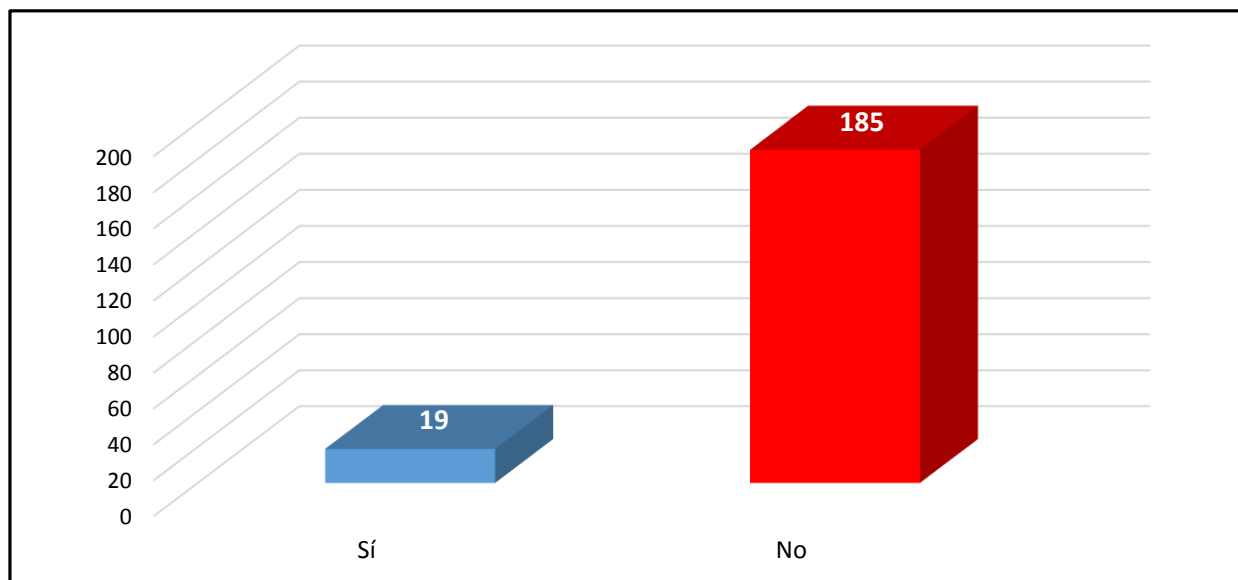


Fuente: Autor

4.3 ACCESO Y USO DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS FORMALES Y EL FORTALECIMIENTO COMPETITIVO

Los microempresarios respondieron a la siguiente pregunta: ¿Usted utiliza las plataformas virtuales que ofrecen las entidades financieras? como p.ej.: enviar o recibir dinero, hacer o recibir pagos, etc. El 91% afirma no utilizarlas debido a que, no saben cómo hacer transacciones financieras electrónicas, no cuentan con un equipo electrónico para hacerlo, les parece inseguro utilizarlas y tienen la concepción de que la tecnología no es para ellos. Al mismo tiempo que afirman realizar los pagos en efectivo.

Figura 12. Uso de plataformas virtuales que ofrecen las entidades financieras

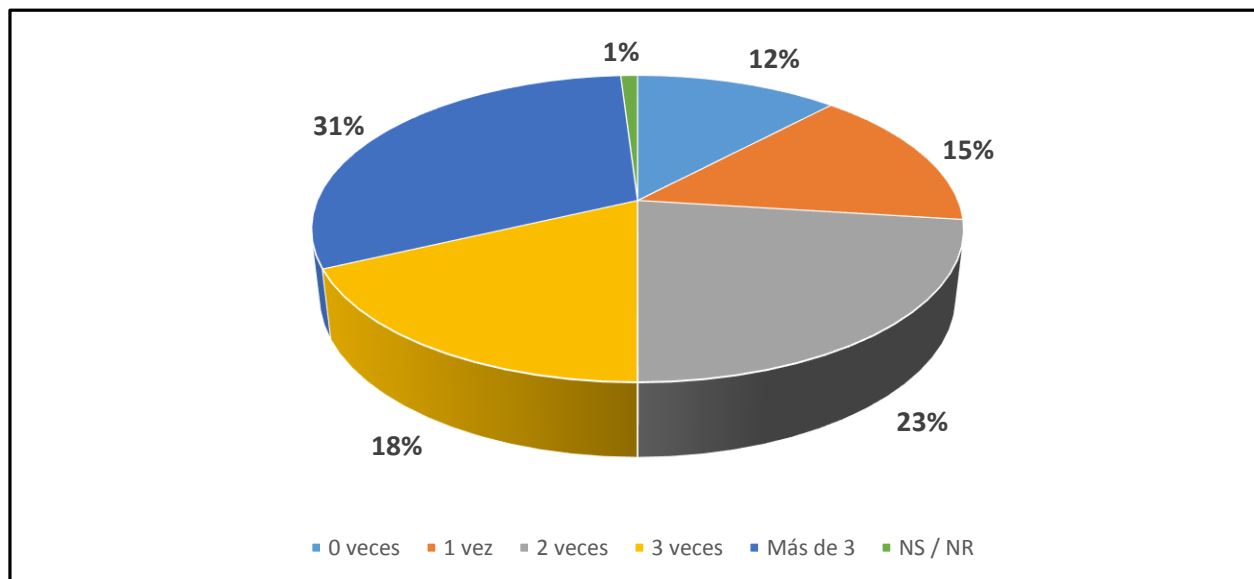


Fuente: Autor

Estos resultados revelan el atraso al que se encuentran sometidos los microempresarios, por falta de iniciativas de educación financiera especializadas, que le brinde las herramientas necesarias para que su acceso y uso sea efectivo. Sin embargo el 9% de los microempresas que manifestaron sí usar las plataformas virtuales, consideran que les permite ahorrar tiempo, y es además barato y seguro.

Para conocer la frecuencia de uso, se preguntó al 58% de los microempresarios que tienen productos transaccionales, aproximadamente cuántas veces al mes hacen transacciones con las cuentas que tienen. Se encontró que 72% las usa frecuentemente, es decir, que realiza dos o más transacciones al mes y 28% las usa poco, es decir, que realiza una transacción al mes o menos (figura 13). La frecuencia de uso está relacionada con su nivel de ventas mensuales. Los microempresarios reciben en sus ventas mensuales entre 1 y 5 SMLV, sin embargo, aquellos no mantienen separado los ingresos, gastos y en general el dinero de su negocio, de los ingresos, gastos y dinero personales del hogar

Figura 13. Frecuencia del uso de los productos transaccionales, microempresarios mayo 2018

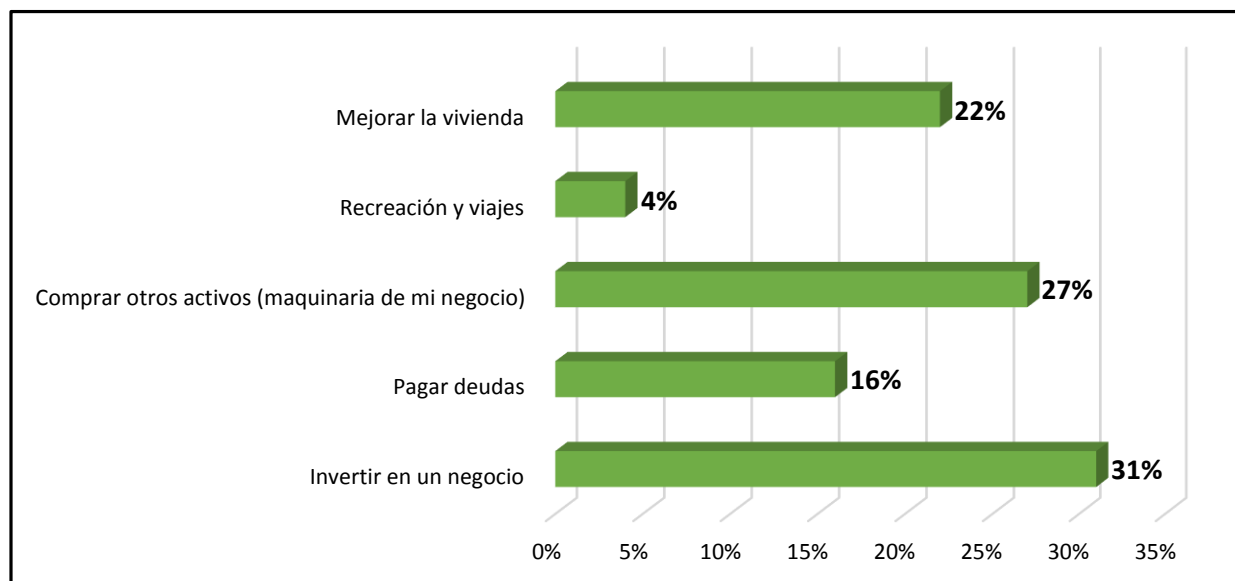


Fuente: Autor

Los microempresarios afirman estar satisfechos con la atención al cliente y el asesoramiento financiero que reciben por parte de las entidades financieras (25%), sin embargo consideran estar totalmente insatisfechos con las tasas de interés cobradas por las entidades financieras formales, razón por la cual deciden no solicitar créditos a dichas entidades. De esta manera, el 68% de los microempresarios, afirman que las entidades financieras les han negado un crédito, porque no tiene solvencia económica o que no poseen la capacidad de endeudamiento, acompañado además, de la exigencia de historia crediticia que en algunos casos no se tiene.

De acuerdo con la figura 14, los microempresarios tienen la concepción de invertir el dinero que es aprobado por un crédito en sus negocios, sin embargo, es preocupante que algunos encuestados (4%) señalen, que utilizan el dinero para pagar deudas, es decir, que los microempresarios del subsector, ven el crédito como la posibilidad de mejorar sus viviendas y negocios, pero al mismo tiempo como aquel que les ayuda a solventar sus deudas, teniendo en cuenta que dicha acción repercute directamente en su bolsillo.

Figura 14. Destino del dinero que se aprueba en un crédito



Fuente: Autor

Finalmente, y con respecto al fortalecimiento competitivo que generan el acceso y uso de los productos y servicios financieros en los microempresarios, se logró evidenciar que los microempresarios ven la contribución del ahorro y del crédito al progreso de su negocio y esto lo reconocen como una de las razones de satisfacción con estos productos.

Adicionalmente, 68% de los microempresarios está de acuerdo en que tener acceso a una entidad financiera le ha servido para progresar en su negocio y el 48% opina que mejoró su negocio, gracias al crédito. De esta manera, el ahorro y el crédito han contribuido en igual proporción al progreso del negocio, en efecto, el principal propósito de los microempresarios cuando ahorran o solicitan crédito es tener recursos para capital de trabajo (inversión en el negocio), por esta razón, los mayores beneficios de estos productos tienen que ver con la compra de inventario y materia prima y con la obtención de mejores precios en las compras a sus proveedores, gracias a lo cual han podido ser más competitivos. Los microempresarios también ahorran para invertir en su negocio (12%) y adquieren crédito con este mismo propósito (31%). Por esta razón, han podido

comprar equipos, electrodomésticos y otros activos, su negocio ha crecido y han podido contratar más empleados.

4.4 ESTRATEGIAS DE ACCESO Y USO PARA MICROEMPRESARIOS

Se recomiendan las siguientes estrategias de acceso y uso de los servicios financieros formales que permitan el fortalecimiento competitivo de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué:

- a. **Creación de una mesa de trabajo.** La Cámara de Comercio de Ibagué, debería crear una mesa de trabajo, que articule con representantes de los gremios del sector textil-moda, la alcaldía de Ibagué, los gerentes de cada una de las instituciones financieras vigiladas por la superintendencia (Bancos, Cooperativas, ONGs, entre otras) e incluso la academia, para diseñar un plan de acción que incluya capacitaciones especializadas a los microempresarios en aspectos productivos, comerciales y de educación financiera, para brindarles herramientas con las cuales puedan fortalecer competitivamente sus microempresas, contribuyendo al mejoramiento de sus niveles de endeudamiento e inclusión al sistema financiero formal. Para desarrollar esta labor la mesa de trabajo debe articular junto con la academia y las entidades financieras un conjunto de unidades didácticas, compuestas especialmente por talleres, dirigidos por profesionales en el área de las microfinanzas y economía, que brinden este tipo de capacitaciones. Además la mesa de trabajo, tendrá como tarea inicial, identificar un grupo de microempresarios potenciales en la ciudad de Ibagué, en este caso en específico, del subsector de la confección, para fortalecer e incentivar sus modelos de producción y trasciendan de la microempresa a la pequeña empresa o en el mejor de los casos a una mediana empresa.
- **Innovación en los Modelos de Negocios.** Es importante, que la articulación que se cree en la mesa de trabajo, estudie las necesidades que enfrentan los microempresarios del subsector de la confección, con respecto a sus procesos

de financiación, incentivando aún más los planes de financiación semilla, que permita que los microempresarios puedan adquirir maquinaria de punta, y mejorar sus instalaciones de trabajo. Por otra parte, es fundamental no dejar a un lado la capacitación activa de los microempresarios en temas como Modistería básica y femenina, corte y confección, diseño y confección de ropa femenina en tejido de punto, confección de ropa interior femenina y masculina, confección de vestidos de baño, manejo de máquinas industriales para la confección, confección de vestidos para muñecas, entre otros.

b. Estrategias reales de Inclusión Financiera. Para lograr una mayor efectividad en las líneas de crédito que solicitan los microempresarios, es importante mejorar los requisitos e instrumentos públicos y privados disponibles para ello, a partir de las siguientes recomendaciones:

- Es importante crear una iniciativa nacional de acceso y uso de los servicios financieros por parte de los microempresarios, pues según el hallazgo de esta investigación, el 68% de los microempresarios está de acuerdo en que tener acceso a una entidad financiera le ha servido para progresar en su negocio y el 48% opina que mejoró su negocio, gracias al crédito. De esta manera, el ahorro y el crédito han contribuido en igual proporción al progreso del negocio, en efecto, el principal propósito de los microempresarios cuando ahorran o solicitan crédito es tener recursos para capital de trabajo (inversión en el negocio), por esta razón, los mayores beneficios de estos productos tienen que ver con la compra de inventario y materia prima y con la obtención de mejores precios en las compras a sus proveedores, gracias a lo cual han podido ser más competitivos. De esta manera se debe prestar especial atención, a los programas de educación financiera para productos como el leasing y en algunos casos el factoring. No sin dejar a un lado que la educación financiera podría ser diferencial para microempresa con líneas de créditos recurrentes. Las instituciones financieras, deben reformar sus modelos de educación financiera, dejando el enfoque de

responsabilidad social, a pasar a un enfoque totalmente educativo y de libre acceso.

5. CONCLUSIONES

- En términos de mercado laboral, la ciudad de Ibagué para el año 2017, presentó una tasa de desempleo del 12.9%, según el Departamento Nacional de Planeación (DNP), ubicándose como una de las cuatro ciudades que presentó una reducción en el desempleo para el año 2017, con una disminución de 0.3 puntos porcentuales, con respecto al año anterior. Disminución, que se explica primordialmente por las construcciones en los niveles de ocupación en cuatro de las ocho ramas de empleo, al disiparse alrededor de 1.400 plazas de trabajo en 2017. Según los cálculos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la contracción más fuerte en la ciudad se registró en el comercio, donde se perdieron 5.100 puestos de trabajo, lo que representa una caída de 5.7% durante el año. Sin embargo, dicha pérdida fue parcialmente estabilizada por el sector de servicios sociales y personales, donde hubo un incremento del 7.2% en los niveles de ocupación, generando cerca de 3.800 empleos.
- En cuanto a los sectores económicos, tanto en la ciudad de Ibagué como en el resto de las 13 áreas metropolitanas, la rama con mayor informalidad según el DNP (2018) fue comercio con un 71.1%. Se observa un comportamiento a la baja en la informalidad (Dane-OIT), con reducciones en todas las ramas excepto por la de “otras ramas”, donde se destaca la caída del indicador en los sectores de transporte y comunicaciones (5.3 puntos porcentuales) y actividades inmobiliarias (5.1 puntos porcentuales), en 2017. De acuerdo con las cifras del DANE, el ingreso nominal que percibe una persona promedio en Ibagué fue de \$ 1.064.000, al mes. Según estas cifras la ciudad presenta un aumento de 4.4% en el ingreso nominal promedio, el cual comparado con el resto de las 13 áreas es superior (3.7%).
- El subsector de confecciones de la ciudad de Ibagué, se caracteriza por la participación de las pequeñas unidades productivas que proveen fundamentalmente

a las grandes empresas, con servicios de parte de su producción (ensamblaje de ciertas partes del producto entregadas por la empresa contratante, o la elaboración del producto en su totalidad utilizando materias primas) funcionando como talleres maquiladores. De esta manera se configura la tercerización en términos de empleo, en tanto que la relación entre la empresa y sus contratistas es concebida como una venta de servicios. (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo & Otros, 2015). De acuerdo con la base de datos suministrada a inicios del mes de septiembre de 2017 por la CCI, da cuenta de 455 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir en la ciudad. De acuerdo al monto de los activos declarados (Ley 905 de 2004), en la estructura del subsector de confecciones predominan las empresas de tamaño micro 432 que constituiría la población objeto de estudio de la presente investigación y sobre la cual se definió un tamaño muestral de 204 microempresas, por medio de un muestreo aleatorio simple. A continuación se realiza una breve descripción de los microempresarios del subsector de la confección en la ciudad de Ibagué.

- El modelo de negocio que predomina en las microempresas del subsector de la confección en la ciudad de Ibagué, es el de maquila (75%), las microempresas prestan este servicio a otras empresas locales y nacionales. Al mismo tiempo, que el resto solo se dedica hacer marca propia y a combinar el modelo productivo con marca propia y maquila. Cifras que revelan el pequeño margen de utilidad que reciben los microempresarios por sus actividades y la poca eficiencia de las estrategias productivas, que pretenden garantizar a los microempresarios mayores ganancias.
- Los productos que más tienen los microempresarios del subsector de confecciones, son productos transaccionales, de crédito y seguros. El ahorro en el sector financiero es el de menor tenencia. Según los encuestados, no tienen sus ahorros o inversiones en una entidad financiera, debido a que en primer lugar no confía en las entidades financieras, en segundo lugar, consideran que es muy costoso ahorrar en las

entidades y por último se encuentran inconformes con las opciones de ahorro que les ofrecen.

- Los microempresarios afirman estar satisfechos con la atención al cliente y el asesoramiento financiero que reciben por parte de las entidades financieras (25%), sin embargo consideran estar totalmente insatisfechos con las tasas de interés cobradas por las entidades financieras formales, razón por la cual deciden no solicitar créditos a dichas entidades. De esta manera, el 68% de los microempresarios, afirman que las entidades financieras les han negado un crédito, porque no tiene solvencia económica o que no poseen la capacidad de endeudamiento, acompañado además, de la exigencia de historia crediticia que en algunos casos no se tiene.

REFERENCIAS

- AFI. 2010. La Medición de la Inclusión Financiera para Entes Reguladores: Diseño e Implementación de Encuestas. Documento sobre políticas.
- Alianza para la inclusión Financiera & Bankable Frontiers Associates (2010). La medición de la inclusión financiera para entes reguladores: Diseño e implementación de encuestas
- Al-Hussainy, E., Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Zia, B. (2008). Household use of financial services. Working paper.
- Asobancaria & Superintendencia Financiera de Colombia. (2015). Inclusión financiera en Colombia: Estudio de Demanda para Analizar la Inclusión Financiera en Colombia, Informe de Resultados. Recuperado de: http://bancadelasoportunidades.gov.co/documentos/Estudio%20de%20demanda/primer%20estudio%20de%20demanda/Estudio_demanda_para_analizar_inclusi%C3%B3n_financiera_en_colombia.pdf
- Arora, R. U. (2012). Financial Inclusion and Human Capital in Developing Asia : the Australian connection. *THhird World Quarterly*, 33(1), 179–199.
- Banca de las Oportunidades (2013). Reporte de Inclusión Financiera 2012.
- Bernad, C., Fuentelsaz, L., y Gómez, J. (2008). Deregulation and its long-run effects on the availability of banking services in low-income communities. *Environment and Planning A*, 40(7), 1681–1696.
- Bryson, J. R., y Buttle, M. (2005). Enabling inclusion through alternative discursive formations: the regional development of community development loan funds in the United Kingdom. *The Service Industries Journal*, 25(2), 273–288.
- Brugué, Q., Gomà, R. y Subirats, J. (2005) Anàlisis de los Factores de Exclusión Social. Documentos de Trabajo 6. Madrid: Fundación BBVA.
- Buckland, J., & Simpson, W. (2009). Examining evidence of financial and credit exclusion in Canada from 1999 to 2005. *The Journal of Socio-Economics*, 966—976.
- Cámara de Comercio de Ibagué (2017). Base de datos registros mercantiles Sistema Moda, septiembre 2017.

- Cano, C. G., Esguerra, M., García, N., Rueda, L. y Velasco, A. (2013). Acceso a servicios financieros en Colombia. *Borradores de Economía*, (776), 1–38.
- Cecchetti, S., Flores-Lagunes, A., & Krause, S. (2006). Financial Development, Consumption Smoothing, and the Reduced Volatility of Real Growth. Working Paper AEA
- Collard, S. (2007). Toward Financial Inclusion in the UK: Progress and Challenges. *Public Money and Management*, 27(1), 13–20.
- Chibba, M. (2009). Financial Inclusion, Poverty Reduction and the Millennium Development Goals. *European Journal of Development Research* (21), 213-230.
- Cecchetti, S., Flores-Lagunes, A., & Krause, S. (2006). Financial Development, Consumption Smoothing, and the Reduced Volatility of Real Growth. Working Paper AEA
- Cull, Robert, Tilman Ehrbeck y Nina Holle (2014), “La inclusión financiera y el desarrollo: Pruebas recientes de su impacto”, *Enfoques* n.º 92, Washington, DC: CGAP.
- Dabla-Norris, E., & Srivisal, N. (2013). Revisiting the Link Between Finance and Macroeconomic Volatility. *IMF Working Papers* (13/29).
- Delvin, J. (2005). A detailed study of financial exclusion in the UK. *Journal of Consumer Policy*, 28, 75-108.
- Demirguc-kunt, A., y Klapper, L. (2013). Measuring Financial Inclusion: Explaining Variation in Use of Financial Services across and within Countries. *Brookings Papers on Economic Activity*, 279–340.
- Demirguc-Kunt, A., & Klapper, L. (2012). Measuring Financial Inclusion: The Global Findex Database. *Policy Research Working Paper* (6025).
- Diniz, E., Birochi, R., y Pozzebon, M. (2012). Triggers and barriers to financial inclusion: The use of ICT-based branchless banking in an Amazon county. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(5), 484–494.
- Figart, D. M. (2013). Institutional Policies for Financial Inclusion. *Journal of Economic Issues*, 47(4), 873–894.
- Finney, A., & Kempson, E. (2009). Regression analysis of the unbanked: Using the 2006-07 Family Resources Survey.

- Grimes, P., Rogers, K., & Campbell, R. (2010). High school economic education and access to financial services. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 317-335.
- Gwartney, J., Holcombe, R., & Lawson, R. (2006). Institutions and the Impact of Investment on Growth. *KYKLOS*, 59 (2), 255-273.
- Hudon, M. (2008). Should Access to Credit be a Right? *Journal of Business Ethics*, 84(1), 17–28.
- Johnson, S., & Nino-Zarazua, M. (2011). Financial access and exclusion in Kenya and Uganda. *Journal of Development Studies*, 47(3), 475--496.
- King, M. (2011). The unbanked four-fifths: Barriers to financial services in Nigeria. Working paper.
- Maldonado, J.H., R. P. Giraldo y C.A. Barrera. (2011). Los programas de transferencias condicionadas: hacia la inclusión financiera de los pobres en América Latina? International Development Research Centre. Serie Análisis Económico No. 26. Ottawa.
- Marshall, J. N. (2004). Financial institutions in disadvantaged areas: a comparative analysis of policies encouraging financial inclusion in Britain and the United States. *Environment and Planning A*, 36(2), 241–261.
- Morduch, J. (1995). Income Smoothing and Consumption Smoothing. *Journal of Economic Perspectives*, 9 (3), 103-114.
- Murcia Pabón, A. (2007). Determinantes del acceso al crédito de los hogares colombianos. *Ensayos Sobre Política Económica*, 25(55), 40–83.
- McKillop, D. G., Ward, A.-M., y Wilson, J. O. S. (2011). Credit Unions in Great Britain: Recent Trends and Current Prospects. *Public Money y Management*, 31(1), 35–42.
- Midgley, J. (2005). Financial inclusion, universal banking and post offices in Britain. *Area*, 37(3), 277–285.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo & Otros. (2015). El Sector Confección. Condiciones laborales de la población que trabaja en las confecciones en Ibagué: un estudio con perspectiva de género. Capítulo II. (Pp.27-60).
- Rhine, S. L. & Greene, W. H. (2006). The determinants of being unbanked for U.S immigrants. *Journal of Consumer Affairs* 40(1): 21-40.

- Sanromán, G., Ferre, Z., Rivero, J., & Santos, G. (2016). Situación económico-financiera de los hogares uruguayos Análisis a partir de la Encuesta Financiera de los Hogares Uruguayos (EFHU). Estudios y Perspectivas – Oficina de la CEPAL en Montevideo. Series (24), 1-50. Recuperado de <http://www.cepal.org/es/publicaciones/40630-situacion-economico-financiera-hogares-uruguayos-analisis-partir-la-encuesta>.
- Solo, T. M., & Manroth, A. (2006). Access to financial services in Colombia. World Bank Policy Research Working Paper (3834).
- Superintendencia Financiera de Colombia & Banca de las oportunidades. (2012). Reporte de Inclusión Financiera.
- The World Bank. (2008). Finance for all: Policies and Pitfalls in Expanding Access.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. Yale University Press.
- Trivelli, C. (1994). Créditos en los Hogares Rurales del Perú. Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES).
- Youn, Y., y Sophia, L. (2013). Policy Implications for Inclusive Growth in the Republic of Korea. *Korea and the World Economy*, 14(3), 607–651.

ANEXOS

Anexo A. Encuesta, actores clave en el proceso investigativo

TITULO

Análisis del acceso y uso a los servicios financieros del subsector de la confección y desarrollo de estrategias para su fortalecimiento competitivo en la ciudad de Ibagué.

Línea de Investigación: Desarrollo Regional Sostenible

RESUMEN

El propósito de este proyecto de grado es analizar el acceso y uso de los servicios financieros formales por parte de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué, con el fin de diseñar estrategias de acceso y uso de los servicios financieros que permitan el fortalecimiento competitivo de las microempresas del subsector de confección de la ciudad de Ibagué.

CONSULTA EXPERTO

Información relacionada con respecto al subsector de la confección en el departamento del Tolima y en especial en la ciudad de Ibagué:

- Historia del subsector de la confección, primeros inicios en el departamento del Tolima, influencia sobre la economía regional y local.
- Elementos teóricos relacionados con el subsector de la confección.
- Estadísticas del subsector de la confección, relacionadas con su crecimiento empresarial, productividad, proveedores, empleo e innovación.
- Comportamiento empresarial en el subsector de la confección, estado de las microempresas con respecto a sus actividades y su fortalecimiento competitivo.

¿Considera que el acceso y uso de servicios financieros formales inciden en el fortalecimiento competitivo de las microempresas?

¿Considera que los microempresarios buscan más el crédito formal o informal, Por qué?

¿Conoce algunas barreras de accesibilidad a los servicios financieros por parte de los microempresarios del subsector de la confección?

Gracias por su colaboración

Anexo B Encuesta microempresarios del subsector de la confección

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS ENCUESTA
PARA MICROEMPRESARIOS DEL SUBSECTOR DE CONFECCIONES DE LA
CIUDAD DE IBAGUÉ**

No. ____

Fecha: Día Mes Año

Estimado responsable de la microempresa: La presente encuesta busca recoger los elementos más importantes para el estudio y medición del acceso y uso de los servicios financieros del subsector de la confección en la ciudad de Ibagué. El proyecto hace parte de la labor del grupo de investigación *Cadenas de valor y competitividad regional* de la Universidad del Tolima. Este cuestionario contiene algunas preguntas de la Encuesta de demanda de Inclusión Financiera (2016) programa Banca de Oportunidades. Las respuestas son anónimas, la información será utilizará con fines estrictamente académicos.

A. CARACTERIZACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS

1. Nombre de la Microempresa:	
2. Genero del responsable de la Microempresa:	() Hombre () Mujer
3. Edad del responsable de la Microempresa:	() Menos de 25 () 25-30 () 31-35 () 36-39 () 40 y más
4. Usted ha asistido a escuela primaria. Señale el ultimo grado cursado:	Sí () No () () 1 () 2 () 3 () 4 () 5
5. Usted ha asistido a colegio bachiller. Señale el ultimo grado cursado:	Sí () No () () 6 () 7 () 8 () 9 () 10 () 11

6. Usted ha tenido la oportunidad de hacer un curso técnico. Indique el ultimo cursado:	Sí () No () ¿Cuál? _____
7. Usted ha asistido a un curso tecnológico. Indique el ultimo cursado:	Sí () No () ¿Cuál? _____
8. Usted posee algún título de pregrado o posgrado	Sí () No () ¿Cuál? _____
9. Tiempo de funcionamiento de la microempresa en la ciudad de Ibagué:	() Menos de 6 meses () 6 meses - 1 año () 1 - 3 años () 3 - 5 años () 5 - 10 años () Más de 10 años
10. Cantidad de empleados por tipo de contrato. Señale el número de empleados:	() Ninguno, soy el único trabajador () Contrato a término fijo () Contrato a término indefinido () Contrato de obra o labor () Contrato por prestación de servicios () Contrato de aprendizaje () Contrato Ocasional de trabajo
11. Su empresa está ubicada en:	() Su misma vivienda. () Está en su vivienda, pero es un local independiente. () Es un local comercial, usted vive en otra parte.

12. Algunos microempresarios mantienen separado los ingresos, gastos y en general el dinero de su negocio, de los ingresos, gastos y dinero personales del hogar. Otros no lo hacen. ¿Usted qué hace?

Mantiene separado lo del negocio () No Mantiene Separado lo del Negocio ()

¿Por qué? _____

13. Sus ventas mensuales oscilan entre:

Menos de 1 SMLV () 1 y 5 SMLV () 5 y 10 SMLV () 10 SMLV y 15 SMLV ()

Más de 15 SMLV ()

14. ¿En los últimos 12 meses a su negocio le ha pasado que las ventas mensuales no son suficientes para cubrir los gastos del mismo mes?

Sí () No ()

¿Por qué? _____

15. Algunos tipos de negocio hacen la mayoría de ventas en alguna o algunas temporadas especiales y el resto del año tienen pocas ventas. ¿Cómo es su negocio?

Es de ventas de temporada () Vende más o menos lo mismo siempre ()

16. De acuerdo con el modelo de negocio desarrollado por su microempresa, señale el grado de influencia que tienen los siguientes aspectos o factores en la disminución de sus ventas, siendo

(1) No tiene influencia (2) De poca influencia (3) Influencia moderada (4) Tiene Influencia

(5) Mucha influencia

Modelo de negocio / Factores	Solo Maquila	Solo Marca Propia	Paquete Completo	Marca Propia y Paquete Completo	Maquila y Paquete Completo	Marca Propia y Maquila	Otra, ¿Cuál?
	()Sí	()Sí	()Sí	()Sí	()Sí	()Sí	()Sí
	()No	()No	() No	() No	() No	()No	() No
Nivel de Influencia de los factores o aspectos sobre la disminución en ventas							
	1		2		3		4
							5

Dificultades con los proveedores					
Contratación de personal					
Nivel de endeudamiento					
Desaprovechamiento de las líneas de crédito					
Deficientes canales de distribución					
Estado de las maquinas					
OTRO ¿Cuál?					

B. ACCESO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS

17. Con qué producto financiero cuenta usted **actualmente** y en qué entidad financiera.

Productos Financieros para Microempresarios		Entidad	Entidad	Entidad	Entidad	Entidad
Productos de ahorro	Cuenta de Ahorros					
	Cuentas de ahorro programado					
	Cuenta Corriente					
	CDT's					
	() Ninguno					
Productos Financieros para Microempresarios		Entidad	Entidad	Entidad	Entidad	Entidad
	Crédito de consumo					

Productos de Crédito	Crédito comercial					
	Tarjeta de crédito					
	() Ninguno					
Seguros	De vida					
	SOAT (De auto o moto)					
	Daño al vehículo					
	Negocio (robo, incendio)					
	() Ninguno					

18. Sin importar si usted tiene productos financieros para su negocio, como cuenta de ahorro, cuenta corriente, créditos o seguros, **seleccione el nivel de importancia** de los siguientes criterios que tendría en cuenta al momento de elegir estos productos. Siendo:

(1) Sin importancia (2) De poca importancia (3) Moderadamente importante

(4) Importante (5) Muy importante

	1	2	3	4	5
Costos del producto					
Que presten el monto que se solicita					
Que la entidad financiera quede cerca					
Que no pidan tantos requisitos.					
Recibir una buena asesoría					
Pólizas adquiridas en los seguros sean claras					
Facilidades de pago					

19. ¿Por qué actualmente no tiene usted ninguna cuenta de ahorros y/o cuenta corriente para manejar el dinero de su empresa? (Preguntar en caso de que no responda pregunta.17)

Prefiero manejar el dinero de mi negocio en efectivo	
Es difícil abrir una cuenta: Trámites / Procedimientos / documentos requeridos muy complejos	
Es costoso tener una cuenta (4x1000, costo transacciones, tarjeta débito, etc.)	
Me exigen dejar un dinero en la cuenta (saldo mínimo)	
La entidad financiera queda muy lejos (distancia)	
No sé qué se requiere para abrir una cuenta	
No sé a dónde se puede abrir una cuenta	
No lo necesito	
No confío en las entidades financieras	

20. ¿Por qué no tiene sus ahorros o inversiones en una entidad financiera? (Preguntar en caso de que no responda pregunta.17)

No confío en las entidades financieras	
La entidad financiera queda muy lejos	
La entidad financiera se negó a abrirle una cuenta	
No me gustaron las opciones de ahorros que me ofreció la entidad financiera	
Es muy costoso, cobran impuestos	
Siempre está lleno (largas filas) – toma mucho tiempo	
Piden requisitos que no tengo	
El saldo mínimo que piden es muy alto	
El banco se queda con parte de los ahorros	
Los intereses que genera/la rentabilidad son bajos.	
Hay otras opciones más convenientes / sencillas/ accesibles.	
Ninguna entidad financiera me ha ofrecido un producto de ahorro.	
Otro, ¿cuál?	
No sabe () No responde ()	

21. ¿Por qué no tiene créditos con ninguna entidad financiera? (Preguntar en caso de que no responda pregunta.17)

No me interesa, no lo necesito, no lo he solicitado	
Los intereses y comisiones son altos	

No confío en las entidades financieras	
Las entidades financieras prestan un mal servicio	
No cumplo con los requisitos exigidos (garantías, codeudores, avales, fiadores)	
No me gusta endeudarme	
Creo que me van a rechazar la solicitud	
La sucursal de la entidad financiera queda muy lejos	
No sé cómo solicitar un crédito	
He solicitado pero me lo han negado	
Las cuotas son fijas y los ingresos de mi negocio son variables	
Tengo acceso a créditos de otras fuentes	
No me prestan la cantidad que necesito	
Estoy reportado en centrales de riesgo	
Yo o alguien que conozco tuvo una mala experiencia con el sector financiero	
Toman mucho tiempo en dar respuesta (el análisis de la solicitud de crédito es lento)	
No tienen un producto que sirva a las necesidades de mi negocio	

22. Indique las razones por las que usted **no tiene ningún seguro para su empresa o solamente tiene seguros obligatorios. (Preguntar en caso de que no responda pregunta.17)**

No sé qué es un seguro ni cómo beneficia mi negocio	
Confío en que nada malo le va a pasar a mi negocio, por eso pienso que no vale la pena tener un seguro	
No es importante / no lo necesito	
No tengo confianza en las compañías de seguros / agentes	
Tener un seguro es costoso	
No tengo cosas que valga la pena asegurar	
Mi negocio no cumple los requisitos que exige la aseguradora (ej. No aseguran este tipo de negocio)	
No aseguran en este barrio o zona	
No sé qué tipo de seguros hay disponibles	
No sé a dónde se puede comprar un seguro	
No tengo la capacidad económica para pagar por un seguro	
Es difícil hacer reclamaciones a las compañías de seguros	
Una vez pagué por un seguro y la aseguradora no me valió la reclamación (no me lo pagó)	
No hay seguros que me sirvan	
Otra ¿cuál?	

23. ¿Usted utiliza las plataformas virtuales que ofrecen las entidades financieras? como p.ej.: enviar o recibir dinero, hacer o recibir pagos, etc.

Por qué Sí		Por qué No	
Es fácil		No sé cómo hacer transacciones financieras electrónicas	
Es barato		Prefiero seguir utilizando otros medios de pago (internet, etc.)	
Es seguro		No cuento con un equipo electrónico para hacerlo	
Las transacciones se pueden hacer a cualquier hora		Me parece inseguro utilizarlas	
Las transacciones se pueden hacer desde cualquier lugar		No tengo conectividad	
Permite ahorrar tiempo		La tecnología no es para mí	
Me gusta usar las nuevas tecnologías		Prefiero seguir utilizando los medios convencionales (sello o timbre)	
Otra razón. ¿Cuál?		No tengo productos con una entidad financiera	
		Otra razón. ¿Cuál?	

24. ¿Qué hace cuando las ventas de su negocio no son suficientes para cubrir los gastos, o cuando está en los meses que **NO** son de temporada de ventas? **Escoja las que considere**

Utilizar excedentes de ingresos de meses anteriores	
Despedir empleados	
Empeñar cosas del negocio, como bienes, enseres, muebles o maquinaria	
Pagar tarde alguna cuenta	
Adquirir mercancías o materias primas fiadas o con crédito de proveedores	
Refinanciar las deudas del negocio	
Solicitar un préstamo a una entidad financiera	
Solicitar un préstamo a un "Gota Gota"	
Solicitar un préstamo a un familiar	
Usar la tarjeta de crédito personal para cubrir el gasto	
Otra ¿Cuál?	

C. USO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS

25. De qué forma efectúa el pago de las obligaciones de su negocio

	Con Efectivo	Pagos desde mi teléfono celular	Directamente desde Cuenta (pagando con mi tarjeta débito o crédito en un datafono o por débito automático)	Por internet	Personalmente no hago este tipo de pagos
Pago de servicios públicos del negocio					
Pago de arriendo del local donde opera el negocio					
Pago de proveedores / Surtido del Negocio					
Pago de empleados / Ayudante					
Renovación de matrícula mercantil					
Pago de PILA					
Otros ¿Cuál?					

26. De las siguientes transacciones financieras, cuantas hace al mes:

(1) Cero veces (2) Ninguna no tengo (3) Una y dos veces (4) Tres y cuatro (5) Más de cinco Veces

	1	2	3	4	5
Retiros en efectivo					
Consulta de saldos y movimientos					
Pago con tarjetas de crédito					
Pago con tarjetas debito					
Pago de servicios públicos y privados					
Transferencias de dinero					

27. Indique su nivel de satisfacción con respecto a los productos y servicios que le brinda las Entidades Financieras, En un rango de 1 a 4 (siendo 4 Totalmente satisfecho y 1 Totalmente insatisfecho), califique su percepción

(1) Totalmente insatisfecho (2) Insatisfecho (3) Satisfecho (4) Totalmente satisfecho.

Servicios	1	2	3	4
Atención que le brinda la entidad financiera en oficina				
Asesoramiento financiero de cta. Ahorros y financiación				
Seguridad en sus productos financieros				
Facilidad en la disponibilidad de su dinero				
Servicios digitales para pagos y transferencias				
Productos				
Portafolio de productos ofrecidos por la entidad financiera				
Costo de la cuota de manejo (Tarjeta débito y crédito)				
Tasas de interés cobradas por la entidad financiera				
Tasas de interés pagadas por la entidad financiera				

28. Indique su percepción con los productos de ahorro que le ofrecen las entidades financieras **Escoja las que considere**

(1) Totalmente insatisfecho (2) Insatisfecho (3) Satisfecho (4) Totalmente satisfecho.

	1	2	3	4	5
CDT's					
Cuentas de ahorro tradicional					
Cuentas de ahorro programado					
Cuenta de ahorro simplificado					
Ahorro para el fomento para la construcción y negocio					

29. Sí ha solicitado créditos con entidades financieras en los últimos cinco años, cuénteme cuantos fueron:

Aprobados: _____ Negados: _____ Están en Trámite: _____

30. ¿Cuántos créditos realiza por año para su microempresa?	
31. ¿Cuántos créditos ha realizado durante el tiempo de funcionamiento de su microempresa?	

32. A que destina usted el dinero que le aprueban en su crédito

Invertir en un negocio	
Comprar otros activos (maquinaria de mi negocio)	
Pagar la educación	
Comprar una propiedad	
Mejorar la vivienda	
Pagar deudas	
Pagar gastos de salud	
Comprar carro para uso del negocio	
Comprar carro para uso personal y/o familiar	
Recreación y viajes	

33. Qué obstáculos encuentra cuando solicita su crédito: **Identifique y Califique las variables que son inconvenientes al solicitar su crédito.**

	Totalmente De acuerdo	Desacuerdo
Ingresos insuficientes		
Trámites y requisitos		
Tasas de interés elevadas		
Poca disponibilidad de recursos		
Montos aprobados son bajos		
Desconfianza		
Productos que no se ajustan a sus necesidades		
Créditos anteriores negados		
Otro ¿Cuál?		

D. FORMACIÓN EMPRESARIAL

34. Como microempresario ha participado en alguna capacitación relacionada con los siguientes temas: **Señale la entidad que le invito.**

Áreas Formativas	Temas Específicos	Participo		No ha sido ofrecida por ninguna entidad	¿Para qué le ha servido?	Entidad
		Sí	No			
Marketing- Ventas- Comunicación	La comunicación en la empresa					
	Marketing y Gestión Comercial					
	Plan de negocios					
	Protocolo y Etiqueta en la empresa					
	Sistemas de calidad en el sector textil					
	Mercados Potenciales					
	Otros ¿Cuáles? _____					
Recursos Humanos / Relaciones Laborales	Relaciones Laborales					
	Selección del Personal					
	Habilidades Directivas					
	Dirección de Recursos Humanos					
	Otros ¿Cuáles? _____					
Áreas Formativas	Temas Específicos	Participo		No ha sido ofrecida por ninguna entidad	¿Para qué le ha servido?	Entidad
		Sí	No			
	Gestión en la Microempresa					
	Gestión Financiera Educación Financiera					

Gestión Económica / Contable / Financiera	Manejo de créditos Niveles de Endeudamiento Productos Financieros para microempresarios					
	Gestión Contable en la Empresa					
	Gestión de compras, Almacenaje y Distribución					
	Otros ¿Cuáles? _____					
Áreas Formativas	Temas Específicos	Participo		No ha sido ofrecida por ninguna entidad	¿Para qué le ha servido?	Entidad
		Sí	No			
Administración	Técnicas administrativas					
	Como mejorar el servicio y la atención al cliente					
	Competencias en Dirección					
	Contabilidad y Finanzas para no Financieros					
Administración	Otros ¿Cuáles? _____					
Confección	Modistería Básica Femenina					
	Corte y Confección					
	Diseño y Confección de ropa Femenina en tejido de punto (Manejo de lycras)					
	Confección de ropa interior femenina y masculina					
	Confección de vestidos de baño					
	Manejo de máquinas industriales para la confección					

	Confección de vestidos para muñecas barbies				
	Otros ¿Cuáles? _____				

E. FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

35. Cuéntenos usted que ha logrado en su microempresa gracias sus ahorros o gracias a algún crédito.

	Sí, gracias ahorros	Sí, gracias a un crédito	Sí, gracias a los dos	No le ha pasado esto
Ha obtenido mejores precios en las compras a sus proveedores (Ej. Porque puede comprar mayor volumen).				
Ha podido comprar más inventario o más materia prima.				
Ha podido comprar equipos, electrodomésticos u otros activos para su negocio.				
Mi negocio ha crecido (he abierto nuevas sucursales o lo he ampliado)				
Ha podido contratar más empleados o tener más personas ayudándole en el negocio.				
Ha visto que aumentaron sus ventas.				
Ha podido ser más competitivo				
Se han reducido sus costos de financiamiento (el gota a gota).				
Ha logrado mejores plazos de financiamiento.				

Anexo C. Muestra poblacional, microempresarios del subsector de la confección de la ciudad de Ibagué

N.MICROEMP RESAS CCI	V1.Nom	V1.1 DIR-COMERCIAL
1	GONZALEZ MALDONADO ILDER ALFONSO	CL 18 N. 3-59
2	BENJUMEA CHAMUCEROS CONSUELO	CL 15 NO 4-66 APT 206 EDF SANTA LIBRADA
4	GONZALEZ LUZ STELLA	CL 17 N 2-113
5	GARZON SARMIENTO MIGUEL ANGEL	CC SANANDRESITO LC 47 NIVEL 3
7	GARCIA RAMOS MARGARITA	CL 15 N 10-85 BRR ANCON
8	GOMEZ DORIS	AV FERROCARRIL 31-36
9	HORTUA ROZO ERIKA MARCELA	SMZ 5 CS 18
10	MEGATEX DOTACIONES S.A.S.	CR 5 N 17 - 22
11	OLARTE YOSSA ENRIQUE	CLL148 CS 9
12	SALAZAR ROJAS GONZALO DE JESUS	CL 1B N 11B -49
14	CASTILLA GARCIA EDNA MARGARITA	MZ A CA 31
18	AYA TORRES VIVIANA DEL MAR	MZ 41 CA 22
20	CONFECCIONES NICOS IBAGUE S.A.S	CR 21 N 63-48
21	RODRIGUEZ ALVAREZ DIANA ANDREA	CR 11A N 35 - 16
23	DOCTOR MENDEZ ROSA ELENA	MZ 17 CS 1
24	CANIZALEZ GOMEZ MERCEDES	MZ I CA 14
27	GIRALDO LLANOS DANIEL	CL 27 N 4C -64

28	GAVIRIA PUENTES CAROLINA	MZ G CS 2
29	B&G INDITEX S.A.S.	AP 201 CL 73 - 18 A 107 ED VISTA HERMOSA
31	PEREZ CARDONA ALEXANDRA VICTORIA	CERRO AZUL DEL VERGEL CS 45
32	RAMIREZ BOTERO GLORIA AMPARO	CL 17 N 2-86 PS 4
33	RINCON MENDOZA RAQUEL SORLEY	CL 13A N 13-11
34	CAICEDO DAZA ESNEIDER	MZ B CS 2
38	LINA-ROC SAS	ED MIRADOR DE CANTABRIA TO 3 APTO 302
39	ALVAREZ QUICENO MARTHA CONSUELO	MZ D CA 37
41	BOGOYA ESCOBAR NONDIER	CR 6 N 28-71
43	BARAJAS CASTRO SANDRA MARITZA	CLL 28 N 5-80 LC 4
47	CARMEN OSPINA ORLANDA	CR 11 A N 1 A - 117
50	CASTRO Y OCHOA S.A.S	CL 39 N 7- 50
53	URUEÑA CALENTURA YULI ALEJANDRA	MZ O CA 7
56	LOZANO RODRIGUEZ FRANCY YANETH	MZ F CS 11
57	MORA PEDRAZA EDNA RUTH	MZ 19 CS 1 LC 2
59	SANCHEZ AREVALO MIYERLAY	CR 23 N17 -37 BRR LLANO LARGO
60	CHAVARRO PEÑA ABINAEI	CR 3 N 16-16
61	MARTINEZ RESTREPO HENRY	MZ T CA 12
65	IBIS S.A. EN REORGANIZACION	CRA 5 N 14 - 77

66	ROOTT CO S.A.S.	ZN INDUSTRIAL EL PAPAYO ANT INSTALACIONES CRUZ ROJA
67	SALAZAR CHAVEZ Y CIA S. EN C.	CR 2 N 41 - 129
68	MALDONADO SALAZAR OSCAR JULIO	CL 25A N. 6A - 23 SUR
69	NARANJO HERRERA BEATRIZ	CR 4 C CEN 26 26 34
70	OLAYA GUAYARA HERNAN	MZ N CS 1
72	MOLINA MELO PARMENIDES	MZ B CS 11 PS 1
73	NUÑEZ PRADA OLGA LUCIA	CL 22 N 4B-20
74	RODRIGUEZ AYA SANDRA ESNEIDA	CC COMBEIMA LC 251
79	NARANJO NOVOA GLORIA LUCIA	CL 77 N 11B - 26 CA 10
80	SABOGAL GOMEZ JULIE PAULINE	CC COMBEIMA P 2 LC B6
81	ROJAS ANDRADE FREDY.	MZ 29 C 19
84	AVILA LEAL GLORIA	CL 12 N 2-62
85	MONCALEANO TORRES JUAN CARLOS	MZ 30 CA 5 ET
88	MORENO RAMIREZ ORFILIA	MZ E CA 9
90	PRIETO LOZANO DIANA MARIA	CR 5 SUR N 83-20 P2
93	QUICENO GIL RUBEN DARIO	CR 2B N 2-04 BRR LIBERTADOR PARTE ALTA
97	ALBAN GODOY LINA PATRICIA	CL 24 N 10 - 18 P2
98	BERNAL YARA DIANA MILENA	MZ 3 CA 22
101	CACERES ZULUAGA CLAUDIA PATRICIA	MZ 18 CA 9 BRR JORDAN II ET
102	MENDEZ IBANEZ CLARA INES	CL 39 N 11-65
103	BOTERO GOMEZ MARIA GABRIELA	CL 17 N 2-86 P 2

105	CIFUENTES CANIZALES LUZ DARY	FCA EL BOSQUE BRR LA UNION
115	MUNOZ RODRIGUEZ NANCY	SM 11 MZ 3 CA 7
116	VIDAL ORJUELA LILIANA	MZ C BG 15
117	RUIZ NARVAEZ MAICOL FERNANDO	CR 11 N 37-44
118	PUENTES PAJOY JHON EISENHOWER	CL 6A 58 10
123	ARTUNDUAGA RODRIGUEZ MILES	MZ K CS 25 URB AMBICAIMA
124	PARRA GONZALEZ SAMUEL	AV 1 CLL 29B 1 SUR - 25
126	GOMEZ SALAZAR LUIS EDUARDO	MZ A CS 10 CONDOM LA LADERA
131	TORRES RICO LEONIDAS	CR 5 N 16-09
132	SABOGAL GOMEZ DAYANA JISETH	CC ARKACENTRO LC E1 A-03
135	CABRERA VANEGAS RAFAEL	CR 13 N 147-30
138	ROJAS QUINTERO LUZ MARIA	CC COMBEIMA LC B15 PISO 2
140	LIEVANO DE ROJAS FLOR	MZ J CS 13
141	RODRIGUEZ BETANCOURT DAMARIS	CLL 10 N 2-36
145	LONDOÑO CRUZ GLADYS ELENA	CR 3 N 15 - 41 CC LOS PANCHES LC 253
146	ALZATE ALVAREZ MARCELO	CL 37 N 7-76
150	RINCON MORALES PILAR ANDREA	CR 3 N 39-23 BRR LA CASTELLANA
152	DIAZ ROJAS JOSE VICENTE	CL 20 N 19 SUR - 20
153	CUELLO DE EALO REBECA ISABEL	MZ A CA 22
154	CHALA CARDONA PAOLA ANDREA	CALLE 46 N 5 A - 05 EDBARLOVENTO APT 302
155	DIAZ DE GOMEZ LIGIA	CR 3A NRO.44-19

156	DUARTE OLAYA VITALINA	CR 2 A NRO. 30-68
159	ZULUAGA SANCHEZ ELIANA LUCIA	CL 13 N 3-83 LC 203
161	LOZANO GONZALEZ ALBA MARIA	CR 10 N. 17-13
162	RUIZ BENAVIDES ALVARO ANTONIO	MZ 6 CA 6
165	GONZALEZ SUZUNAGA DORIS AMANDA	MZ 54 CA 1
168	RINCON CIFUENTES NUBIA	CC ARKACENTRO LC E2-B06A NIVEL 2
169	VARON ALVIS EUTALIA	CR 1A N 27-49
171	RESTREPO VILLEGAS GLORIA PATRICIA	CL 24 N 4A-79
173	GALINDO SANCHEZ HENRY	CL 4B N 4-140
174	CASTAÑO RINCON DIVA	MZ 6 CA 10 ET 2
175	OTALORA DE ROMERO LUZ ANGELA	CR 6 SUR N 16B-02
178	OSPINA GUZMAN MARIA MARLENE	CALLE 22 N 5A - 46
179	RINCON SALCEDO SANDRA PATRICIA	MZ G CA 21
180	VALENCIA TELLO CIELO MAYERLY	CL 17 N 4-52 CENTRO
181	BERNAL YARA JOHN OMAR	CL 64 N 16-44
182	AVENDAÑO SAUREZ MARLY SOLAINLLY	MZ G CS 5
183	DUARTE ACUÑA FELIPE	CR 12 SUR N 20-35 PS 3
188	SALAZAR JARAMILLO JHON JAIRO	MZ C CS 3
189	MONTALVO SEGURA LILIANA LUCIA	CLL 69 N?11A - 173 TORRE 2 AP 801
194	AMOROCHO VARON GILMA	CR 1A N 27-14

196	BERNAL VELASQUEZ DIANA LORENA	CLL 14 N 7-77
198	MONTOYA LEYVA ANA MARIA	CRA 6 N 28-77
199	ZARATE ORTIZ ELIZABETH	CL 16 N 10-23 SUR
200	OTALVARO BETANCUR ORLEY	MZ B CS 15
201	MURCIA PEREZ DORA ELIZABETH	MZ 39 CA 5
202	GRAJALES CASTRO EDISON FELIPE	MZ 14 CA 28 ET 4
203	BOTERO LOZANO MARTHA LIGIA	CR 6 N. 27 - 71
206	TORRES CARANTON LUZ MARY	MZ 19 CS 25
207	URBANO VILLAMARIN ROSA ALICIA	CL 44 A N 5-51
209	ORREGO OCAMPO CAROLINA	MZ I CASA 1 PARQ RES LA PRIMAVERA
210	CRUZ GUTIERREZ OSCAR IVAN	CR 48 SUR N 83-14 KM 4
212	FORERO CARDOSO GLORIA BRISNEYDI	MZ 43 CA 5
216	CARDONA ORJUELA NORMA CONSTANZA	MZ P CS 21
217	FAJAS MADELCA S.A.S.	MZ 47 CA 5
218	DUQUE URQUINA MAGDALENA	CR 3 N 15 - 41 LC 34 LOS PANCHES
219	PAJOY QUINTERO ANGELICA	MZ 64 CS 4 APTO 202
221	LOPEZ ORTIZ JOSE HEVER	CR 3 N 95B - 36
223	FIGUEROA MUÑOZ OLGA MARIA	AV 15 N 2 -73 LC 101 C
226	RIAÑO MONTEALEGRE LUIS EDUARDO	MZ 59 CA 4 P1
230	CRUZ RODRIGUEZ URIEL	CR 13 N 145-51
231	SAAVEDRA HERRERA EDILMA	CR 10 N 24-87 B SEC SUR
236	BOLAÑOS OYOLA LUZ DARY	CR 4 ESTADIO N 40-46

237	PATIÑO GALVIS GONZALO	CR 13 69-43
238	BONILLA CHACON YORLE STELLA	AV 60 N 1A-29
243	RIGOL OCAMPO CAROLINA	CRA 14 B SUR N 95-120 TO C APTO 506
245	CHAVARRIA GUZMAN MARIA DEYANIRA	MZ E CS 8
246	SANCHEZ OTALVARO MERCEDES	MZ B CA 15
247	RAMIREZ VILLANUEVA LEIDY VIVIANA	MZ 5 CS 22 P 2
248	MARTINEZ TORRES GUSTAVO ADOLFO	CL 16 N 1 - 32 P2
249	BUITRAGO MURCIA SANDRA MILENA	MZ R CS 12
251	RUBIO ARIAS GLADYS	CL 39 N 6-28
253	HERRERA DE JARAMILLO NORA	MZ 46 CS 3
254	CIFUENTES SANCHEZ DIANA MILENA	MZ 52 CS 9
256	EMPROD S.A.S.	CL 27A CA 46
258	DIAZ PERDOMO ROCIO	CR 20 SUR N 107A-12 C4
259	HERNANDEZ CAMPUZANO RAUL ANDRES	CLL 17 N 1-49
260	ALZATE GIRALDO GUSTAVO ADOLFO	CLL 17 N 3-41 PISO 3
261	PARRA QUINTERO MARIA TERESA	MZ B CA 35
264	CARDOSO MEDINA LUZ FANNY	CL 16 3 68 LC 61 C.C SANANDRESITO
268	PALACINO BARRERO ESTEFANIA	INTERIOR 2 CASA 48
269	SALINAS PENAGOS EDNA LILIANA	CR 5 16 47 LOCAL 104 CENTRO
272	DIAZ VARGAS ELVIA	CA 29 A BRR SAN MARTIN PICALÉ?A

275	ROJAS BLANCA DORIS	CALLE 17A N 31- 22
276	VARGAS BUITRAGO EDUARDO	CRA 4BIS NRO. 28-15
277	SANCHEZ CERQUERA FABIO ENRIQUE	MZ H CA 6
278	MONTENEGRO POLANIA OLGA	MZ ? CS 1
279	ALDANA CASTRO SONIA JERSEY	CR 11 N 3-23
281	CONFECCIONES M & J SAS	CR 6 N 32-05
283	MENDEZ MEDINA LUZ ANGELICA	CLL 4 N 5-29 PTE BAJA
285	MEDINA GONZALEZ DAVID RICARDO	MNZ 14 CSA 5 VARSOVIA IV
286	PRECIADO ALDANA JORGE REINALDO	LC 42 CC VILLA CAFE
287	ORTIZ CAICEDO SANDY MARCELA	CR 7 N 57-129 LC 4
288	RODRIGUEZ SALDAÑA FANNY	MZ D CA 3
290	SEGURA ROJAS SANDRA PATRICIA	AV AMBALA N 39-24 PISO 3
292	ANGEL GONZALEZ ARLES CAMILO	CR 3 NRO. 17 - 30
296	LOPEZ LOZANO DIEGO FERNANDO	CRA 7 N 39-23
297	CONFECCIONES REIMOL SAS	CL 17 N 4-68 IN 106
299	GLOBAL DOTACIONES DE COLOMBIA SAS	CL 17 N 8-24 P 2
300	CATA FIT S.A.S	CONJ RESIDENCIAL EL VERGEL CS 3
303	ARISTIZABAL MARTINEZ ELVIRA	MZ 11 CA 10 ET 1 URB NAZARETH
306	GUTIERREZ MESA MARIA FENIVAR	MZ 35 CS 3 ET 2
308	SABOGAL MESA ERNESTO	CRA 5 N 62-31 LC E1 A09 ARKACENTRO

310	SALINAS CASTELLANOS SEGUNDO LUIS ALBERTO	MZ P CS 21
311	PLATINUM CONFECCIONES S.A.S	CR 1 N 18-61 P 3
312	RONDON FORERO ALVARO ANDRES	MZ E CS 8
316	ROMERO LOZANO MAURICIO	CL 18 N 19-08
317	ARTIMOTOS MAVI S.A.S	CL 134 N 7 BIS - 81
318	GARCIA LEAL LEIDY MARGOTH	DIAG 19 N 6-93
319	BEDOYA PEÑA FERNEY	CR 1 SUR N 70-66
322	NUÑEZ DE PACHON ROSALBA	MZ P CS 11
323	RIOS JUAN DE DIOS	MZ J CASA 20
327	SANDOVAL BETANCUR LUZ MILA	CR 35 SUR N 18-23
330	FERNANDEZ OLIVAR ANABEIBA	MZ B CS 23
331	GIRALDO PEREZ GLADIS STELLA	MZ N CS 31 2 PS
332	MOLINA YARA YOLIMA	MZ I53 CS 10
333	SUAREZ VARGAS SANDRA PATRICIA	MZ D CA 12C
334	SERNA MONJE LEIDY JOHANNA	MZ 3 CA 22
335	DEGRADE LIVI S.A.S	MZ 37 CS 2
336	ARIZA BENAVIDEZ ASTRID YAMILE	MZ 22 CAS 4
337	ROJAS ROJAS AYDE	CL 66 N 20- 32
340	PEÑA GORDILLO ALVARO	MZ 25 CA 24 1 ET CIUDADELA SIMON BOLIVAR
341	INFANTE BAYONA RAFAEL	CL 20 N 16- 11 SUR
342	ZARATE RAMOS JOSE ELIAS	MZ 58 CA 13
345	OLAYA FAJARDO AMIRA	MZ 27 CS 12
349	ZAMUNDIO ROSA INES	CLL 46 N 11-15 BRR CALARCA

350	ECHAVARRIA CELEMIN JENNY ROCIO	CL 4A N 1A - 01 SUR
351	ALBADAN JIMENEZ LIBIA	CC COMBEIMA LC 264
353	PINZON PACUALY LINA MARCELA	CRA 4 B BIS N 32B -14
354	MAHECHA MORENO YENNY PAOLA	CR 11A N 17-35
355	ESPINOSA DIAZ OSWALDO	CL 20 B N 14 A -22 SUR B/ VILLAS DEL RICAURTE
357	DIMAS MOGOLLON ANA SOFIA	MZ C CA 2 BRR EL BUNDE
358	MARTINEZ SEGURA CARLOS ALBERTO	CR 7 N 14-45
362	MONJE CARVAJAL SALOMON	CR 8 N 25 A 04 SUR
364	HERNANDEZ TARQUINO SAMUEL	CR 3 N 33C-54
366	RUEDA VALDERRAMA ARON JAVIER	TV 1 SUR N 44-229
367	SANCHEZ RODRIGUEZ FILOMENA	CL 77 MZ A CS 8
370	VARON FALLA BERNARDO	MZ 6 CA 22
371	ORDOÑEZ RODRIGUEZ MARIA INES	CL 29 N 6 - 31
379	ROMERO HINESTROZA ANGELICA PATRICIA	MZ C CS 8 ZOTANO
380	ORTIZ LOZADA MARTHA YANED	VD POTOSI LAS DELICIAS CS 4
383	FLOREZ ROJAS GERALDINE	MZ 41 CS 7
387	GARCIA PALOMINO MARIELA	MZ 9 CS 16
388	ARIAS PERALTA EDNA CAROLINA	CL 10 1-22
389	HERNANDEZ PRADA CINDY PAOLA	CLL 26 N.3-75
391	OSPINA PEREZ DIANA MILENA	MZ C CA 1

392	LASTRA CAMACHO JUAN SEBASTIAN	CLL 5A N 12-04 PS 2
------------	----------------------------------	---------------------

Fuente: Autor con base en la Cámara de Comercio de Ibagué

Anexo D. Proceso de análisis de la información

Con la información obtenida se realiza una tabulación y previo procesamiento en software estadístico que permita facilitar y agilizar el cruce de variables y la construcción de cuadros de salida y graficas por medio de un análisis estadístico confiable que permita observar la percepción de los microempresarios del subsector de confección, receptores o beneficiarios de los programas de inclusión financiera en la ciudad de Ibagué. El software para la sistematización y procesamiento de información es el SPSS versión 21, del cual la Universidad del Tolima tiene la licencia respectiva.

El análisis de la información se realiza de manera descriptiva, utilizando herramientas como las tablas de contingencia, para determinar los niveles de asociatividad entre las variables, al mismo tiempo, que se emplean gráficos de múltiples respuestas y de apilada. Lo anterior con el fin de cumplir con los objetivos propuestos en la presente investigación.

Anexo E. Presupuesto

En el desarrollo del presente estudio, el investigador incurrió en los siguientes gastos, adicionales a su costo de la matrícula académica para el último semestre del año 2017 y el primer semestre del año 2018.

Tabla 11. Descripción de los equipos requeridos

No. Equipo	Justificación uso en proyecto	No. Unidad	Adquisición	Arriendo	Valor Unitario \$	Total \$
1	Grabadora para realizar entrevistas	1	X		\$250.000	\$250.000
TOTALES					\$250.000	\$250.000

Tabla 12. Descripción de viajes

No.	Lugar	Estadía (días)	Justificación ¹	Total \$
1	Bogotá	10	Consulta documental. Trabajo de Campo, información primaria. Fernando Torres	\$1.200.000
2	Ibagué		Entrevista microempresarios. Fernando Torres.	\$600.000
Total				\$ 1.800.000

Tabla 13. Descripción de Insumos y Materiales

Nombre	Uso	Cantidad	
--------	-----	----------	--

			Total \$
Memoria USB de 16 GB	Almacenamiento de información	2	\$90.000
Resmas de papel carta	Impresión de documentos	5	\$60.000
Resmas de papel oficio	Impresión de documentos incluyendo encuestas	5	\$60.000
Lapiceros negros		1 docena	\$12.000
Totales			\$222.000

Tabla 14. Descripción Servicios Técnicos


Nombre	Justificación	Cantidad	Total \$
Experto en el manejo de información estadística y contratación de personal encuestador.	Asistencia técnica en los procesos de elaboración y ajuste de instrumentos y de sistematización de la información.	1	\$2.100.000
Totales			\$2.100.000

Tabla 15. Costo total del proyecto

Nombre	Total Costos
Equipo	\$250.000
Insumos y Materiales	\$222.000
Viajes	\$1.800.000

Servicios Técnicos	\$2.100.000
Totales	\$4.372.000

Fuente: Autor del autor.

	PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN DE USUARIOS AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	Página 1 de 3
		Código: GB-P04-F03
		Versión: 03
		Fecha Aprobación: 15 de Febrero de 2017

Los suscritos:

LUIS FERNANDO TORRES RUANO	con C.C N°	71769408
_____	con C.C N°	_____
_____	con C.C N°	_____
_____	con C.C N°	_____
_____	con C.C N°	_____

Manifiesto (an) la voluntad de:

Autorizar

No Autorizar **Motivo:** _____


La consulta en físico y la virtualización de **mi OBRA**, con el fin de incluirlo en el repositorio institucional de la Universidad del Tolima. Esta autorización se hace sin ánimo de lucro, con fines académicos y no implica una cesión de derechos patrimoniales de autor.

Manifestamos que se trata de una OBRA original y como de la autoría de LA OBRA y en relación a la misma, declara que la UNIVERSIDAD DEL TOLIMA, se encuentra, en todo caso, libre de todo tipo de responsabilidad, sea civil, administrativa o penal (incluido el reclamo por plagio).

Por su parte la UNIVERSIDAD DEL TOLIMA se compromete a imponer las medidas necesarias que garanticen la conservación y custodia de la obra tanto en espacios físico como virtual, ajustándose para dicho fin a las normas fijadas en el Reglamento de Propiedad Intelectual de la Universidad, en la Ley 23 de 1982 y demás normas concordantes.

La publicación de:

Trabajo de grado	<input checked="" type="checkbox"/>	Artículo	<input type="checkbox"/>	Proyecto de Investigación	<input type="checkbox"/>
Libro	<input type="checkbox"/>	Parte de libro	<input type="checkbox"/>	Documento de conferencia	<input type="checkbox"/>
Patente	<input type="checkbox"/>	Informe técnico	<input type="checkbox"/>		
Otro: (fotografía, mapa, radiografía, película, video, entre otros)					<input type="checkbox"/>

 Universidad del Tolima	PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN DE USUARIOS AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	Página 2 de 3
		Código: GB-P04-F03
		Versión: 03
		Fecha Aprobación: 15 de Febrero de 2017

Producto de la actividad académica/científica/cultural en la Universidad del Tolima, para que con fines académicos e investigativos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad del Tolima. Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982. En concordancia suscribo este documento en el momento mismo que hago entrega del trabajo final a la Biblioteca Rafael Parga Cortes de la Universidad del Tolima.

De conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982 en los artículos 30 “**...Derechos Morales. El autor tendrá sobre su obra un derecho perpetuo, inalienable e irrenunciable**” y 37 “**...Es lícita la reproducción por cualquier medio, de una obra literaria o científica, ordenada u obtenida por el interesado en un solo ejemplar para su uso privado y sin fines de lucro**”. El artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “**los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores**” y en su artículo 61 de la Constitución Política de Colombia.

- Identificación del documento:

Título completo: **ANÁLISIS DEL ACCESO Y USO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS DEL SUBSECTOR DE LA CONFECCIÓN Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA SU FORTALECIMIENTO COMPETITIVO EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ**

- Trabajo de grado presentado para optar al título de:


MAGISTER

- Proyecto de Investigación correspondiente al Programa (No diligenciar si es opción de grado “Trabajo de Grado”):

- Informe Técnico correspondiente al Programa (No diligenciar si es opción de grado “Trabajo de Grado”):

- Artículo publicado en revista:

- Capítulo publicado en libro:

 Universidad del Tolima	PROCEDIMIENTO DE FORMACIÓN DE USUARIOS AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	Página 3 de 3
		Código: GB-P04-F03
		Versión: 03
		Fecha Aprobación: 15 de Febrero de 2017

- Conferencia a la que se presentó: _____

Quienes a continuación autentican con su firma la autorización para la digitalización e inclusión en el repositorio digital de la Universidad del Tolima, el:

Día: 04 Mes: SEPTIEMBRE Año: 2018

Autores:

Firma

Nombre: LUIS FERNANDO TORRES RUANO



C.C. 71769408

Nombre: _____

C.C. _____

Nombre: _____

C.C. _____

Nombre: _____

C.C. _____

El autor y/o autores certifican que conocen las derivadas jurídicas que se generan en aplicación de los principios del derecho de autor.