



Resultado de investigación

**CARACTERIZACIÓN DEL NIVEL DE BANCARIZACIÓN Y POLÍTICAS DE
INVERSIÓN PARA LAS TIENDAS DE LOS ESTRATOS 1 Y 2 DEL MUNICIPIO
DE BELLO**

Juan Felipe Ceballos López¹

Julián David Moreno Morales²

Resumen

Dentro del mercado financiero existen diferentes tipos de clientes los cuales se deben atender según sus necesidades y condiciones; las tiendas que todos conocemos dentro de nuestros barrios son uno de esos cliente a los cuales el mercado del microcrédito le está apostando, pero estos establecimientos deben cumplir algunas características especiales para poder acceder a todos los servicios y beneficios que tiene dicho mercado.

Se considera entonces que es importante que las entidades financieras que prestan los servicios de bancarización para los pequeños comerciantes en nuestro caso de investigación las tiendas del municipio de Bello pertenecientes a los estratos 1 y 2, aporten elementos que indiquen estrategias para cumplir con dichos requisitos por parte de los comerciantes, esto con el fin de incursionar dentro del mercado bancario, no sólo con los sistemas tradicionales de ahorro, sino a partir del conocimiento de los nuevos sistemas transaccionales de la red bancaria, creados específicamente para este tipo de establecimientos.

¹ Estudiante de la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. Trabajo de investigación presentado como requisito de grado previamente aprobado en la misma institución

² Estudiante de la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia. Trabajo de investigación presentado como requisito de grado previamente aprobado en la misma institución

El presente trabajo se realizó con base en un instrumento de aplicación donde se lograron identificar las variables determinantes para la toma de decisiones por parte del equipo investigativo al momento de establecer los resultados de dicha investigación que arroja como resultado las pocas políticas de bancarización con que cuentan las tiendas del municipio de bello debido a las diferentes variables que se plasmaran a lo largo del desarrollo del trabajo, y que en consecuencia se logró evidenciar cuales son las políticas determinantes dentro de los establecimientos financieros para lograr acceder a servicios bancarios.

Como resultado de dicha investigación se logra plasmar en el instructivo desarrollado para tener control de las políticas económicas y financieras de los establecimientos por parte de los propietarios para poder sustentar su negocio al momento de querer ingresar o acceder a servicios financieros logrando para el propietario desarrollar nuevas habilidades de control y políticas estándares para tener las bases necesarias para el sustento económico y contable del negocio.

Palabras claves: Microcrédito, control, rentabilidad, sistema financiero, soportes contables, políticas, finanzas.

Abstract

Within the financial market there are different types of customers which should cater to your needs and conditions, the stores that we all know in our neighborhoods are one of those customers to which the microcredit market is betting, but these facilities must comply some special features to access all the services and benefits they have that market.

Is considered then it is important that financial institutions that provide banking services for small businesses in our research case stores Bello municipality in strata 1 and 2 , provide evidence to suggest strategies to meet these requirements by the traders , this in order to venture into the banking market , not only with the traditional saving schemes , but from knowledge of new systems transactional banking network , created specifically for this type of establishment.

The present work was carried out based on an implementation tool which variables could be identified determinants for decision making by the research team at the time of establishing the results of such research , which gives as a result the few banking policies with that count township stores beautiful because of the different variables that were translated along the development of the work , and that therefore evidence was obtained which policies are determinants within financial institutions to gain access to banking services.

As a result of this research is accomplished to capture in the instruction developed to take control of economic and financial policies of the facilities by the owners in order to sustain their business when wanting to enter or access to financial services for the homeowner making develop new political control skills and standards to have the necessary foundation for the economic livelihood and business accounting.

Keywords: Microcredit, control, profitability, financial system, financial supports, policies, finances

Introducción

El obtener servicios financieros ha alcanzado suma importancia en los últimos tiempos. En una forma continua tanto las entidades, como los gobiernos de las regiones afectadas por la ausencia de dichos servicios, han venido buscando alternativas que profundizan el acceso de la población de bajos ingresos, especialmente en los estratos 1 y 2.

La bancarización, busca promover el desarrollo en zonas apartadas con poblaciones de bajos ingresos y dirigir los ahorros a las actividades productivas más convenientes que faciliten a la economía ser más eficiente. Para alcanzar dicha eficiencia, se debe acudir al mando del gobierno para la atracción de los servicios financieros, que aún no se usan, sea porque no los entienden, porque los consideran costosos, porque no tienen fácil acceso o porque hay demasiados requisitos para adquirirlos.

El fin es ofertar a las poblaciones con menores ingresos y tiendas pequeñas, unas condiciones menos extenuantes mediante instructivos que les ayude a obtener, cuentas bancarias, uso de dinero plástico o pago de cuentas mediante herramientas electrónicas innovadoras.

Desde la preocupación que este trabajo de investigación plantea, y es precisamente cuáles son las estrategias administrativas, contables, comerciales y financieras que se pueden insertar en las tiendas de los estratos 1 y 2 del Municipio de Bello para que éstas acudan al mercado financiero y a los productos de bancarización. Ello es sumamente importante, y por tanto se plantea que es necesario indagar sobre las falencias que presentan las tiendas de barrio de los estratos 1 y 2 del Municipio de Bello en temas de estrategias contables, administrativas, comerciales y financieras; analizar el potencial de bancarización en las tiendas de barrio pertenecientes a los estratos 1 y 2 del Municipio de Bello, reconociendo los riesgos y beneficios que tienen estos establecimientos al incursionar en un mercado financiero, y por supuesto proponer un instructivo didáctico en el cual se evidencien las estrategias básicas a implementar por parte de las tiendas de barrio de los estratos 1 y 2 del Municipio de Bello para cumplir con los requisitos que el sector financiero exige para acceder a productos de bancarización, como resultado final de este proceso de investigación

Metodología Aplicada

El tipo de estudio a realizar por parte del equipo de investigación para darle desarrollo de este trabajo, será de tipo cualitativo y propositivo, ya que la preocupación principal es la descripción de características que expliquen fenómenos similares al planteado en el problema de investigación, mediante la exploración y descripción de situaciones de la vida real.

Para este tipo de investigación se tienen diferentes soportes de técnicas para obtener la información necesaria, tales como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. Debido a que esta investigación contiene varias de las características

mencionadas anteriormente se puede incluir dentro de este tipo de estudios, dado las condiciones de la búsqueda de la información y el tipo de recolección que se va a realizar.

El trabajo a desarrollar se basa principalmente en el método de investigación deductivo, ya que este método permite conocer más del objeto de estudio desde lo general a lo particular, con lo cual se puede explicar la importancia de la investigación al público objeto y discutir diversos enfoques del sector de la bancarización.

Resultados

Contexto

Al aplicar el instrumento se determinan variables que posibilitan el estudio y análisis de cada una de los establecimientos a los cuales se les aplico dicho instrumento, gracias a los propietarios que respondieron voluntariamente a nuestra encuesta se puede identificar que no existen diferencias determinantes entre los estratos 1 y 2, que tienen más similitudes entre ellos ya que un 54% pertenece al estrato socio económico dos y el resto de los encuestados al 1 y la mayoría de las personas en un 90% son dueños del local donde funciona su negocio, lo que genera que su utilidad pueda ser mayor en comparación con tiendas donde los propietarios deben cubrir el rubro de arriendo con las ventas realizadas, gracias a esto se puede destinar este dinero para cubrir otras necesidades o simplemente para llevarlo al ahorro, que según los resultados del análisis en un 58% no destinan nada de sus utilidad para el ahorro.

Gráfica 1. Estrato socio económico



Fuente: Construcción propia a partir de la información de las fuentes primarias

A propósito de la variable ingreso en las tiendas de barrio de los estratos 1 y 2 del Municipio de Bello; se evidencia que es una variable determinante dentro de las de las tiendas encuestadas, que como resultado del instrumento aplicado se obtiene que en un 100% tales rubros están entre \$1.000.000 y \$4.000.000 lo que para la investigación es importante ya que se identifica que los dineros que le ingresan a dichos establecimientos están nivelados dentro de los locales encuestados, y permite identificar que este segmento del mercado puede por sus ingresos tener los mismo niveles de competitividad y determinar las políticas de control de ventas para manejar de manera más eficiente estos dineros que ingresan a la tienda por el desarrollo continuo de la actividad económica. Permitiéndole de este modo saber cuánto verdaderamente le está ingresando al establecimiento en el momento en que realiza las ventas de los productos que tienen dentro de sus catálogo o inventario por vender.

Igual de determinante para el establecimiento es el nivel de egresos o también llamados gastos que se está teniendo, en el momento de realizar la actividad económica, es por eso que dentro del instrumento aplicado es de importancia para los investigadores destacar que en un 100% de las personas encuestadas dieron como respuestas que sus gastos o egresos se encuentran dentro de un rango de \$1.000.000 a \$4.000.000, y ese dato permite sacar

importantes interpretaciones dentro de la investigación ya que determina que se está teniendo un control directo de los gastos por que según las respuestas obtenidas por los investigadores se evidencia que el nivel de ingresos no está siendo superado por el nivel de gastos o egresos, lo que significa para los establecimientos que a nivel general no están generando pérdidas dentro de su procesos de ventas, y que su acciones diarias están generando un equilibrio dentro de estos dos rubros importantes para el funcionamiento de dicha tienda.

Para los propietarios de los establecimientos o también llamados dentro del comercio y la investigación tiendas, es importante tener un control de estos dos elementos de las finanzas y la contabilidad; porque llegándose a presentar una diferencia significativa a favor de los egresos se estaría incurriendo en pérdidas para los propietarios ya que no estaría siendo rentable dichos acciones que está realizando dentro de sus labores diarias, por lo que tendría que entrar a tomar decisiones determinantes para tratar de minimizar esta diferencia y en lo posible hacer que sea mayor el nivel de ingresos, para así obtener una rentabilidad o utilidad, realizando acciones que como consecuencias generen que la diferencia sea a favor de los ingresos incrementando el porcentaje de estos y tratando de controlar o minimizar los gastos para así día a día ir generando mayor utilidad.

El ingreso y el ahorro: Análisis comparativo

Se encuestaron 50 tiendas del municipio de Bello de los estratos 1 y 2 sobre qué porcentaje de los ingresos del negocio eran destinados al ahorro, bien fuera para expansión del mismo, para pagos operacionales, para eventos fortuitos, entre otros. Se presentaron las siguientes opciones que ayudaron a determinar cuánto porcentaje se destina al ahorro: nada, entre 5% y 10%, entre 10% y 20%, entre 30% y 40% y más del 40%.

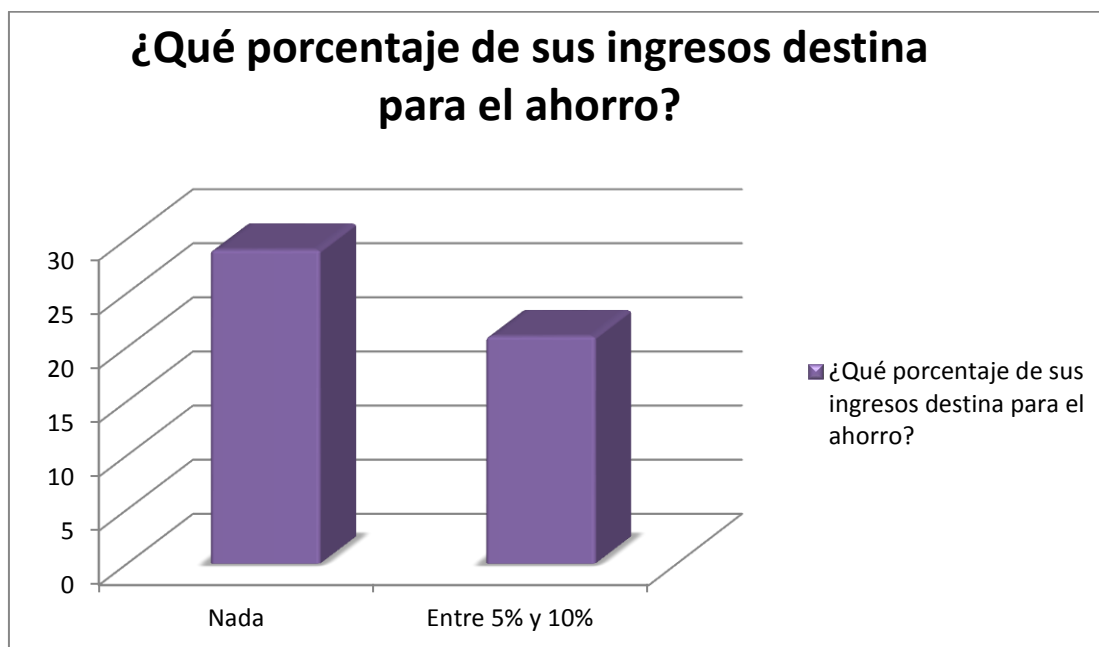
Se obtuvo un 58% de esas tiendas encuestadas que respondieron que no destinaban algún porcentaje al ahorro de sus ingresos, lo que indica la ausencia de ahorro que rompe la premisa de la transición de ahorro a la inversión, ya que al obtener un beneficio financiero que en este caso se propone como bancarización, se adquiere la responsabilidad de

respaldarlo, ya que al adquirir bien sea un crédito o un servicio financiero que requiera cumplimiento, no se tendría la capacidad de pago e incurriría en morosidad o incapacidad de pago lo que trae consigo problemas como la bancarrota o la propia pérdida del negocio.

El otro 42% de las tiendas encuestadas, respondieron haber ahorrado entre un 5% y un 10%, dato que arroja buena solvencia y buena capacidad de pago en caso de obtener algún crédito o servicio financiero y es un mercado al que le interesa la bancarización, teniendo en cuenta los ingresos de un negocio que se encuentre ubicado en los estratos socioeconómicos 1 y 2, y tenga ingresos aproximados mensuales de entre \$1000000 y \$4000000.

Tienen la capacidad de expandir su negocio y prestar un mejor servicio ya que pueden diversificar su inventario. Para ejemplarizar lo anteriormente expuesto, observar la gráfica 2.

Gráfica 2. Porcentaje de ahorro.



Fuente: Construcción propia a partir de la información de las fuentes primarias.

En la gráfica anterior se muestra, el nivel de ahorro que tienen las tiendas de estratos 1 y 2 en el municipio de Bello y el cual tendrá una variación significativa, con el ejercicio de bancarización, analizado en secciones posteriores de este ejercicio

Acceso a productos de bancarización

De los establecimientos encuestados, de esta pregunta, 29 de los 50 negocios respondieron que cuentan con productos financieros de los cuales se dividen de la siguiente manera: créditos bancarios 8, tarjetas de crédito 3, cuentas de ahorro o corrientes 11 y otros no especificados 7; lo que significa que el 28% de esas 29 tiendas encuestadas cuentan con créditos bancarios que aunque puede significar una ayuda al crecimiento del establecimiento, no asegura la máxima optimización de dichos recursos, ya que no se cuenta con un sistema organizacional estandarizado por falta de conocimiento financiero y que es en sí el apunte de esta investigación.

Se logró identificar que en un 10% de los mismos 29 negocios que tienen por lo menos un historial crediticio a favor, en cuanto a actividad financiera que les ayude por lo menos abastecer en caso de ser necesario, su negocio mediante el uso de dicha herramienta tarjeta de crédito; sin embargo al saber que dicha tarjeta tiene un cupo limitado, se reduce la posibilidad de un crecimiento mayor para el negocio por las limitantes tiempo de pagos y cupo limitado.

Se tiene también que las personas encuestadas han tenido o tienen cuentas de ahorro equivalentes a un 38% de esos 29 negocios, que significa una participación en el mercado financiero, pero que no significa un nivel de bancarización considerable y óptimo que ayude al máximo nivel de crecimiento que puede alcanzar un negocio de estrato 1 y 2.

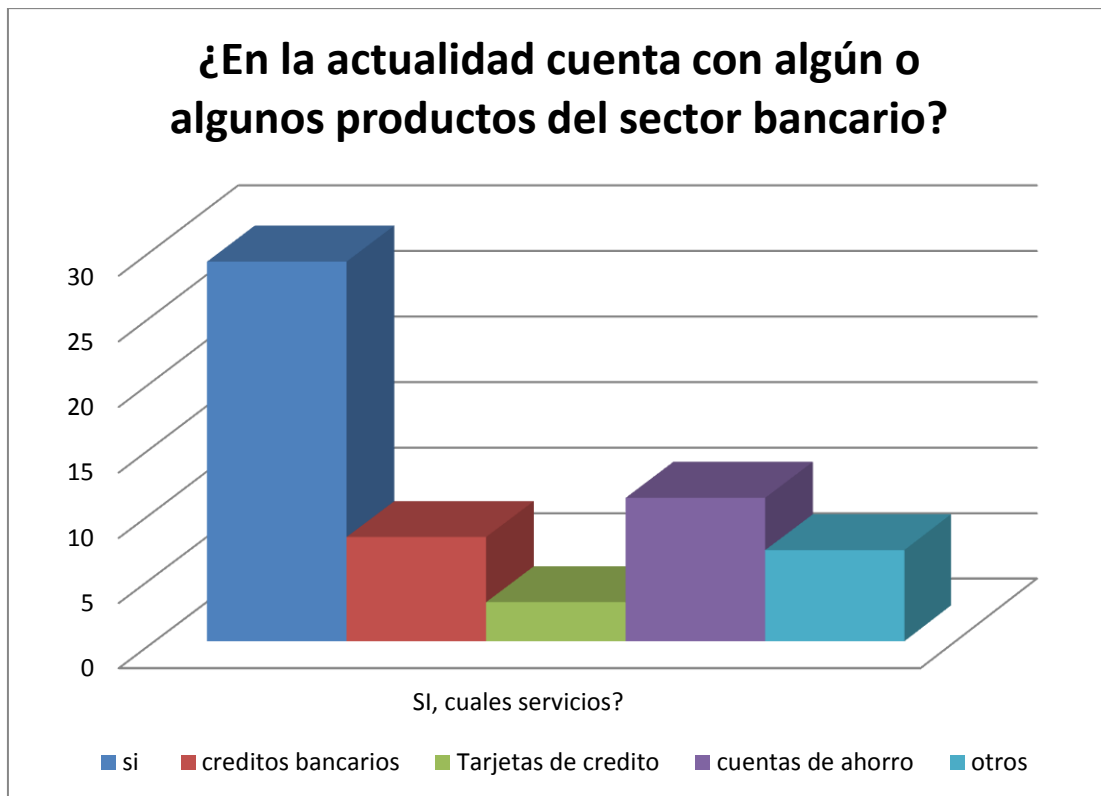
Y el 24% de las tiendas encuestadas cuentan con otros productos financieros no especificados, que al igual de los anteriores, no son utilizados de la mejor manera para el buen funcionamiento del negocio.

Algunas de las principales causas por las cuales los 21 negocios del total 50 encuestados, no cuentan con algún tipo de producto financiero divididos así: 10% de los 21 negocios encuestados indican que exigen muchos requisitos para obtener algún tipo de producto financiero, lo cual significa que los encuestados han pensado obtener como mínimo un producto del sector financiero, y que han desistido por esta razón ya que no cuentan en sus negocios con los elementos o requisitos suficientes para cumplir y aplicar en la obtención de dicho producto y que es el fin de la investigación de la bancarización de estos estratos.

El 5% de las 21 respuestas de las cuales indican la razón del porque no tienen algún producto financiero, informan que no tienen historial crediticio, lo que evidencia una falta de comunicación e información de los beneficios del sistema financiero para los establecimientos de estratos 1 y 2.

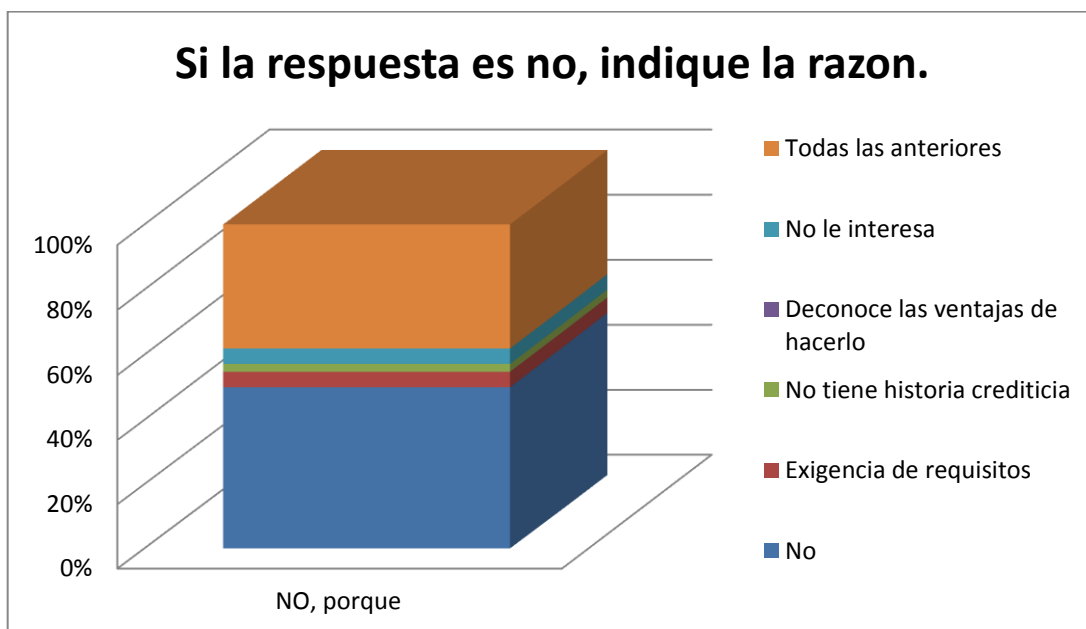
También se tiene un 10% de los 21 negocios que no tienen algún producto financiero afirma decir que no le interesa y la mayoría de las respuestas de estas 21 tiendas aseguran no tener los productos equivalente a un 76% por todas las anteriores razones explicadas, dato considerable al momento de realizar planes de bancarización que ayuden al crecimiento de las tiendas de los estratos 1 y 2 en el municipio de Bello.

Gráfica 3. Productos bancarios en la actualidad



Fuente: Construcción propia a partir de la información de las fuentes primarias

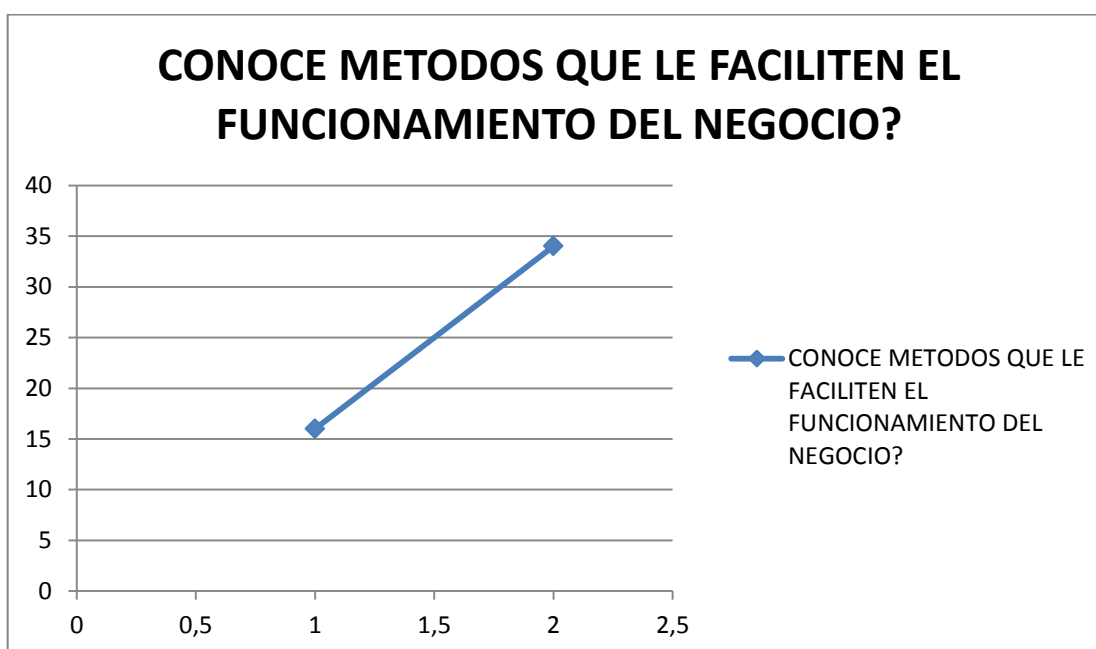
Gráfica 4. Razones para no acceder a servicios financieros

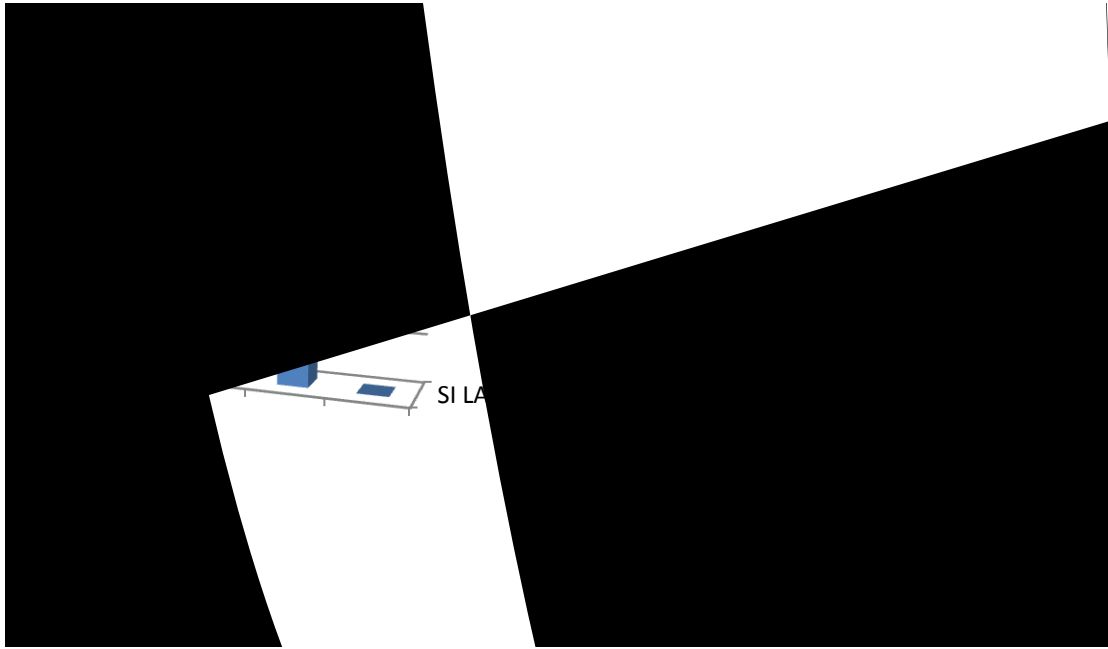


Fuente: Construcción propia a partir de la información de las fuentes primarias

Estrategias de control para el funcionamiento comercial

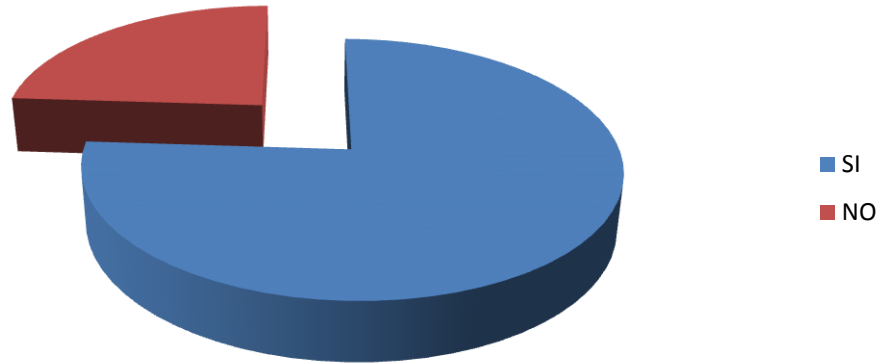
Preguntamos a 50 tiendas de estratos 1 y 2 en el municipio de Bello, sobre que formas de control interno de gastos, organización contable conocían y aplicaban, y este es el resultado en las últimas dos gráficas, 32% de los encuestados respondieron haber usado uno de los métodos presentados en la encuesta, sistema de costos, gastos, salidas y entradas de dinero, u otras y las respuestas no fueron las más óptimas; aquí es entonces donde la bancarización cumple con el papel de presionar a las tiendas para que esta pueda ingresar con mayor facilidad y generar crecimiento.



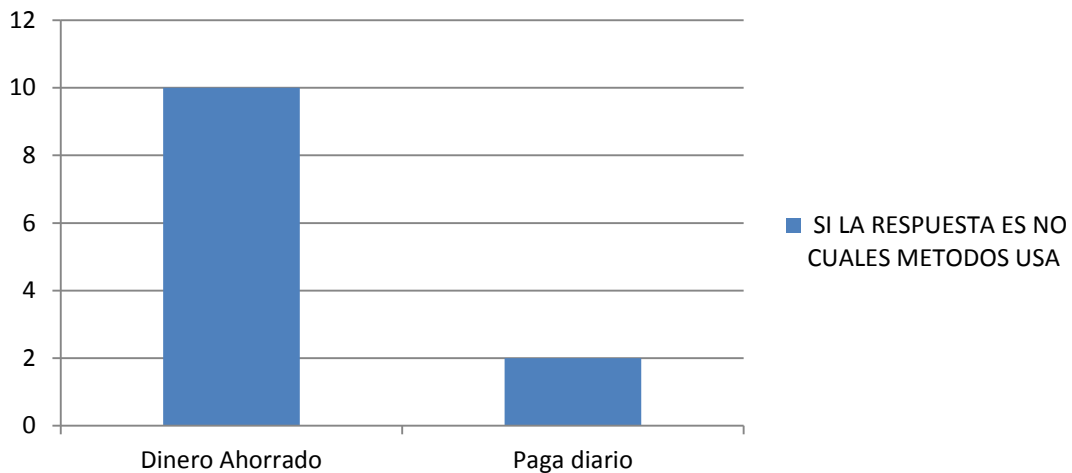


Con esta grafica de datos, determinamos que cantidad de tiendas están interesadas hacer crecer su negocio, para presentarles la bancarización como método útil para lograr dicho crecimiento.

PIENSA OBTENER ALGUN TIPO DE CREDITO QUE LE AYUDE A OBTENER DICHA EXPANSIÓN?



SI LA RESPUESTA ES NO CUALES METODOS USA



En las dos últimas gráficas, identificamos las tiendas que quieren ingresar al sistema financiero, obteniendo algún servicio financiero para el desarrollo de sus negocios, pero con desconocimiento de aquellos requisitos que impidan lograr dicha participación, además, que los establecimientos que respondieron NO, usan algún otro tipo de financiación, que puede ser hasta ilegal o poco convencional. Es entonces como se entera esta investigación acerca de cómo se puede ingresar a estos negocios, que son muchos, por

medio de la bancarización, presentando propuestas de orden interno, para el fácil acceso a la bancarización o sistema financiero para desarrollo local y regional.

Conclusiones

Realizada la indagación dentro de las tiendas de los estratos 1 y 2 del Municipio de Bello se determina por parte de los integrantes del grupo investigativo; que una de las falencias más representativas que tienen estos establecimientos se encuentran en el no manejo de un sistema contable y administrativo estandarizado, que aunque no es obligatorio por la ley si les permitiría tener un mayor control de los rubros de su negocio tales como: ingreso, gastos, inventario, cartera; y utilidades del negocio ya que se evidencia que por falta de este sistema se presentan diferentes eventos que no permiten tener soportes administrativos y contables al momento de tomar decisiones donde se vea involucrada alguna entidad financiera.

El nivel de bancarización de las tiendas o establecimientos analizados está determinado esencialmente por la posibilidad que tuvieron en algún momento estos establecimientos de ingresar al sector bancario; después de aplicado y analizado el instrumento nos arroja que en un 58% han accedido a algún producto o servicio financiero y que de estos la mayor cantidad han utilizado una cuenta de ahorros o corriente, debido a que las exigencias del mercado financiero para los propietarios de las tiendas al momento de ellos querer acceder a otro tipo de servicio son mayores y ellos no cuentan con los soportes válidos y exigidos para poder cumplir a cabalidad con estos requisitos. Al igual que según los análisis después de las conversaciones tenidas con los propietarios se identifica que los riesgos de otros productos o servicios del sector financiero son mayores y que no y no tienen claros cuales son realmente los beneficios que se pueden obtener si llegasen a solicitar otro producto.

Como alternativa para tener un mejor control de cada uno de los rubros que se ven afectados en el desarrollo habitual de los establecimientos denominados tiendas, pertenecientes a los estratos 1 y 2 del municipio de Bello, se creó un instructivo donde se proponen alternativas y estrategias que se pueden aplicar dentro del negocio, para llevar un mayor control de todos los movimientos que se realicen día a día, por lo que le facilitara al

propietario o administrador tener mayores evidencias para presentar al sector bancario en el momento en que desee acceder a diferentes productos para el beneficio y crecimiento del negocio, ya que esto le permitirá tener mayor confiabilidad al sector bancario al momento de aprobar las solicitudes de los clientes y a los propietarios al momento de realizar dichas solicitudes.

Al abordar cada uno de los establecimientos se identificaron inconvenientes para tener soportes contables y financieros para acceder al sector bancario, debido a esto se decidió realizar un instructivo donde se le explique al tendero o propietario de dicho negocio cuales son las estrategias a seguir para tener control y dominio de los diferentes aspectos que afectan positiva o negativamente el negocio como lo son ingresos, egresos e inventarios las estrategias y sugerencias están plasmadas dentro del instructivo realizado y entregada a cada uno de los establecimientos que nos dieron la posibilidad de ingresar a realizar el estudio investigativo

Bibliografía

Andersen. (2009). *informality and productivity in Bolivia: A gender differentiated empirical analysis*.

ASOBANCARIA. (2011). Microcrédito . *Semana Económica*, 25-30.

Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades*.

EL MUNDO. (13 de Octubre de 2006). Mohamed Yunus, 'padre' de los microcréditos, premio Nobel de la Paz. *EL MUNDO*, pág. 45.

Gathak. (1977). *Modern ideologycal administration*.

Giraldo, B. H. (2005). *Micro finanzas en Colombia; 49 Paginas*. FEDESARROLLO.

Legerwood., J. (1999). *Micro_nance handbook: And institutional and_nancial perspective*. Washington D.C: Banco mundial.

Lucas, R. (1995). *Teoría del crecimiento*, .

Luzon, F. (2002). *Bancarizar a la población: la nueva frontera latinoamericanos*. Buenos Aires.

Pintamalli, A. (Dirección). (2006). *Del capital semilla a la empresa que florece* [Película].

Rodríguez, J. S. (05 de 2009). *Eclac*. Recuperado el 25 de 10 de 2013, de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/36802/lcl3055p.pdf>

Ruiz, R. (2007). *Historia y evolución del pensamiento científico*.

Salazar, G. Q. (05 de 2009). *Asfi*. Recuperado el 25 de 10 de 2013, de <https://www.asfi.gob.bo/Portals/0/Documentos/BancarizacionBolivia.pdf>

SOTO, H. (2004). *LOS MISTERIOS DEL CAPITAL*. PROSPECTA CONSULTORES. *uned*. (s.f.). Recuperado el 16 de Mayo de 2013, de uned: <http://www.uned.es/curso-desarrollo-economico/microcreditos.PDF>

Universidad La sallista. (2007). *Fuentes de Información*.

VARGAS, A. J. (09 de 02 de 2011). *PORTAFOLIO*. Recuperado el 35 de 10 de 2013, de <http://www.portafolio.co/economia/retos-la-bancarizacion-colombia>

Vargas, J. A. (s.f.). *Retos de bancarización en Colombia*, págs. <http://www.portafolio.co/economia/retos-la-bancarizacion-colombia>.