Cartagena, 26 de Oct. 1987

Señores MIEMBROS DEL COMITE DE GRADUACION Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Cartagena S. D

Estimados Señores:

Atentamente presentamos a Uds. nuestra tésis de grado ti tulada "IMPACTO SOCIOECONOMICO DEL PROGRAMA GENERACION DE INGRESOS PARA TRABAJADORES INDEPENDIENTES DEL CENTRO DE DE SARROLLO VECINAL DE CARTAGENA", con el fin de someterlo a su aprobación.

Nuestro Asesor y Director es el Dr. Claudio Osorio Lentino.

Les agradecemos anticipadamente la atnción prestada.

Cordialmente,

anital almama I. ANIBAL ALMANSA IGLESIAS

7 331.1 A62 E5.1

IMPACTO SOCIOECONOMICO DEL PROGRAMA GENERACION DE INGRESOS
PARA TRABAJADORES INDEPENDIENTES DEL CENTRO DE DESARROLLO
VECINAL DE CARTAGENA

ANIBAL ALMANSA IGLESIAS ALVARO MENDOZA FERNANDEZ



58914

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

PROGRAMA DE ECONOMIA

Cartagena-1987,

108

8P T 331.1 A 62

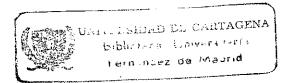
IMPACTO SOCIOECONOMICO DEL PROGRAMA GENERACION DE INGRESOS

PARA TRABAJADORES INDEPENDIENTES DEL CENTRO DE DESARROLLO

VECINAL DE CARTAGENA



ANIBAL ALMANSA IGLESIAS
ALVARO MENDOZA FERNANDEZ





Trabajo de Grado presen tado como requisito para optar el título de Econo mistas.

Asesor:

Claudio Osorio Lentino

58914

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.

PROGRAMA DE ECONOMIA Cartagena - 1987

Min brown grand

4

Nota de Aceptación
Presidente del Jurado
:
Jurado

Cartagena, Octubre 26 de 1987

Jurado

DEDICATOR: IA

A Mi madre y hermanos por su contribución material y y moral en la consecución de este objetivo.

Anībal Almansa Iglesias.

DEDICATORIA

- A Mis Padres y hermanos, porque gracias a su esfuerzo y apoyo he logrado alcanzar este objetivo.
- A Mi Esposa e Hijos por el apoyo moral y espiritual que siempre me han brindado.

Alvaro Mendoza Fernández

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos:

- A CLAUDIO OSORIO LENTINO, Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena y Asesor de este trabajo.
- A CARMIÑA BARRIOS VARGAS, Directora del Centro de Desa rrollo Vecinal de Cartagena.
- A todas aquellas personas que de una u otra forma colabo raron en la realización del presente trabajo

TABLA DE CONTENIDO

		pág
0. I	NTRODUCCION	1
Ò.1 F	ORMULACION DEL PROBLEMA	3
0.2 · D	ELIMITACION DEL PROBLEMA	. 3
0.2.1 D	elimitación Formal	3
0.2.1.1.	Delimitación Espacial	3
0.2.1.2.	Delimitación del Tiempo	4
0.2.2.	Delimitación Material	4
0.3	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	4
0.3.1	Objetivo General	4
0.3.2	Objetivo Específico	4
0.4	IMPORTANCIA DEL TEMA	5
0.5.	FORMULACIÓN DE LA HIPOTESIS	7
0.5.1	Hipótesis General	. 7
0.5.2	Hipótesis de Trabajo	7
0.6	OPERACIONALIZACION DE LA HIPOTESIS	7
0.6.1	Definiciones Operativas	8
0.7	MARCO TEORICO	9
0.8	METODOLOGIA	14
1. CEN	TRO DE DESARROLLO VECINAL DE CARTAGENA	1
1.1 ANT	ECEDENTES	1
.2 ORI	GEN DEL PROGRAMA	3
1.3 OPE	RACIONALIZACION DEL CENTRO DE DESARROLLO	•
VEC	INAL DE CARTAGENA	8

		pā;
1.3.1	Definición	9
1.3.2	Objetivos	9
1.3.3	Funciones	11
1.3.4	Organismos de Dirección, Administración	
	y Coordinación	12
1.3.4.1	Junta Directiva	12
1.3.4.1.1	Funciones	13
1.3.4.2	Director Ejecutivo	14
1.3.4.2.1	Funciones Operativas	14
1.3.4.3	Comité de Coordinación	17
1.3.4.4	Funciones	17
1.4	PROGRAMAS	18
1.4.1	Salud	18
1.4.2	Educación	19
1.4.3	Atención al Menor y a la Familia	19
1.4.4	Actividades Recreativas y Culturales	19
1.4.5	Vivienda e Infraestructura Física	19
1.4.6	Provisión de Alimentos	20
1.4.7	Programa de Promoción a pequeñas Empre	
	sas	20
1.4.7.1	Capacitación y Asistencia Técnica	. 20
1.4.8	Crédito	. 21
2. ASPE	CTOS GENERALES DEL PROGRAMA DE GENERA	22
CION	DE INGRESOS	22
2.1 ANTE	CEDENTES	22
2.2 COMP	ONENTES BASICOS DEL PROGRAMA	50
2.2.1	Crédito	50
2.2.1.1	Promoción	53
2.2.1.2	Consolidación de los Grupos	54
2.2.1.3	Reuniones de Orientación e Información	55
2.2.1.4	Encuesta socioeconómica de entrada	59
2 2 1 5	Entresa de Créditos	60

÷.	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	pá
2.2.1.6	Seguimiento	60
2.1.7	Reglamento del Fondo de Crédito	61
2.2.1.7	Forma de Pago	64
2.2.1.9	Refinanciación	65
2.2.2	Ahorro	65
2.2.2.1	Fondo de Ahorro	66
	Retiro de Ahorro	69
	Crédito del Fondo de Ahorro	69
	Requisitos	70
2.2.2.3.2	MOnto del Crédito	-70
2.2.2.3.3	Plazos y Formas de Pago	70
2.2.2.3.4	Intereses	7 O#
2.2.2.4	Liquidación de Intereses a los Usuarios	71
2.2.2.5	Entrega del Ahorro al Usuario	71
2.2.2.6	Renta del Fondo de Ahorro	71
2.2.3	Capacitación	71
2.2.3.1	Asistencia Técnica	72.
2.2.3.2	Organización	73
•		
3. IMPAG	CTO SOCIAL	75
3.1 PART	ICIPACION COMUNITARIA	. 79
3.1.1	Participación en Proyectos Comunales	79
3.1.2	Vinculación a Organizaciones Comunita	
	-rias	81
	ICIPACION EN EL PROGRAMA	83
3.2.1	Participación en Organización de Grupos	
	Solidarios	83
3.2.2	Aplicación de la Capacitación	85
	DE VIDA -	87
3.4 SOLID		94
	Apoyo en el Pago de Cuotas	95
3.4.2	Ayuda Mútua	95

	,	pág
3.4.3	Actividad en el Programa	98
3.4.4	Compras en Conjunto	9.8
	BIOS DE ACTITUD	102
3.5.1	Participación Activa	102
3.5.2	Comunicación	102
3.5.3	Presentación Personal	105
4. IMF	PACTO ECONOMICO-	107
4.1 MOV	IMIENTO DEL CREDITO	107
4.2 GEN	ERACION DE INGRESOS	110
4.2.1	Compras	111
4.2.2	Ventas	114
4.2.3	Gastos	116
4.2.4	Ingres ò 5 Neto	118
4.3. PUE	STOS DE TRABAJO	120
4.4 AHC	RRO**	123
4.5 DES	ARROLLO DE LA MICROEMPRESA	126
4.5.1	Sistema de Cuenta	127
4.5.2	Mejorameinto del Local	127
4.5.3	Compra de Maquinaria	130
4.5.4	Venta o Producción de Artículos Nuevos	130
4.5.5	Uso de Agiotistas	134
4.5.6	Compras a crédito a Mayoristas	134
5 CON	CLUSIONES Y RECOMENDACIONES	138
BTRI TOCK	ΑΓΤΔ	145

(7)

LISTA DE TABLAS

			pág
TABLA	1.	Distribución por Sexo	25
TABLA	2.	Distribución por Grupos de Edad	26
TABLA	3.	Estado Civil	27
TABLA	4.	Nivel Educativo	28
TABLA	5.	Composición Familiar	29
TABLA	6.	Distribución por Sexos de las Personas	
		que componen el Grupo Familiar	30
TABLA	7	Distribución por Niveles de Edad de	
		las Personas del Grupo Familiar	31
TABLA	8.	Ocupación de las otras personas del	
		Grupo Familiar	32
TABLA	9.	Nivel de Ingresos de Grupo Familiar	33
TABLA	10.	. Nivel Educativo, de las Otras Perso	
		nas del Grupo Familiar	34
TABLA	11	Nivelidé Ingréso aMensualidel Negocio	35
TABLA	12	Lugar de Trabajo	36
ΓAΒLΑ	13	Horas de Trabajo por dia	37
ΓABLA	14.	Días de Trabajo por Semanas	38
TABLA	15.	Meses de Trabajo por año	39
rabla	16.	Artīculos que venden	40
rabla	17.	Inversión Diaria	41
ΓABLA	18.	Puede vender toda su mercancia?	42
TABLA	19.	Posibilidades de Expansiôn	43

		·	pag
		en e	
TABLA	20.	Fuente de Financiación Actual	44
TABLA	21	Tasas de Interés Mensual	45
TABLA	22	Necesidad de Préstamo	47
TABLA	23	Posibilidad de participar en un Grupo	
		Solidario .	48

LISTA DE CUADROS

		pág
CUADRO 1.	Participación en Proyectos Comuna	
	les	80
CUADRO 2.	Vinculación a Organizaciones Comu	00
	nales	82
CUADRO 3.	Participación en organizaciones	,
·	-de-Grupos-Solidarios	83
CUADRO 4.	Aplicación de la Capacitación	83
CUADRO 5.	Mejora en la Vivienda	89
CUADRO 6.	Mejora del Nivel de Vivienda	91
CUADRO 7.	Tenencias y Mejoras de la jeu	
	Vivienda	93
CUADRO 8.	Razones para mejora de Nivel de	
	Vida	93
CUADRO 9.	Apoyo en pago de cuotas según el	•
	Tiempo (96
CUADRO 10.	Ayuda Mútua	97
CUADRO 11.	Activos del Programa	99
CUADRO 12.	Compras Conjuntas	100
CUADRO 13.	Ejecución de Actividades Colectivas	101
CUADRO 14.	Participación Activa	103
CUADRO 15.	Efectividad de la Comunicación	104
CUADRO 16.	Cambios en la Presentación Personal	106
CUADRO 17.	Monto de Crédito Mensual	109

			pág
CUADRO	18.	Compras Mensuales	112
CUADRO	20.	Gastos Mensuales	116
CUADRO	21.	Ingreso Neto Mensual	119
CUADRO	22.	Presupuesto del Trabajo	121
CUADRO	23.	Ahorro Mensual	125
CUADRO	24.	Sistema de Cuentas	128
CUADRO	25.	Mejoramiento del Local	129
CUADRO	26.	Compra de Maquinaria y Equipo	131
CUADRO	27.	Venta de Nuevos Productos	133
CUADRO	28.	Uso de Agiotistas	134
CUADRO	29.	Compra a: Mayoristas	137

O. INTRODUCCION

La tasa sin precedentes de inmigración rural al sector ur bano, que ha acompañado a los modelos de modernización de países, posterior a la Segunda Guerra Mundial, ha generado gran concentración de población sin una adecuada educación formal. La incapacidad de los sectores industriales en las urbes, de absorber esta oferta de mano de obra no calificada ha dado como resultado un dramático crecimiento de la pobreza en el sector urbano. Un número cada vez mayor de esta área, se ha convertido en trabajador independiente.

de esta área, se ha convertido en trabajador independiente. Hoy, millones de familias de bajos ingresos en sectores ur banos de América Latina y el Caribe, viven de las ganancias de pequeñas empresas informales ocupadas en una gran varie dad de actividades comerciales que venden sus productos en las calles o casetas provisionales.

Reconociendo la importancia de este creciente sector, los gobiernos de Latinoamérica y las instituciones privadas han pretendido diseñar programas que intensifiquen las ac tividades económicas de estas microempresas. Una estrate

gia ideada para llegar al más pobre en este sector, elabo rada con base en la experiencia del proyecto del Banco Grameen en Bangladesh y el foro de la "Mujer Trabajadora" en India, el cual pretendió integrar el otorgamiento de re cursos con la promoción de la acción colectiva entre los pobres del sector urbano, es llamada "La estrategia del grupo solidario", y está basada en la formación de grupos solida rios integrados por microempresas (micronegociantes y micro productores) que tengan acceso a crédito y capacitación otor gados por un programa de grupos solidarios.

En Cartagena un organismo que realiza este programa es el Centro de Desarrollo Vecinal de Cartagena (CDV). Nuestra investigación consistirá en hacer una evaluación del pro grama, que contendrá informaciones sobre los principios, na turaleza y fundamentos, así como la cobertura del organis mo en que se acuna. También obtendremos información en torno a la educación, nivel de vida, vivienda, etc., que nos permitan determinar el impacto social del programa; y sobre el ingreso mensual, puesto de trabajo, microempresa para evaluar el impacto económico.

Por todos los factores mencionados este es un tema que ha despertado gran interés en entidades de carácter oficial, pero también en entidades privadas que de alguna forma han estado vinculadas a estos proyectos que tienen una gran proyección social.

0.1 FORMULACION DEL PROBLEMA

f(z)

Las grandes, medianas y pequeñas ciudades del país, día a día, se ven agobiadas por los cordones de miseria y pobre za absoluta que han constituído en gran parte, fenómenos sociales, políticos y económicos que son temas de estudio por parte del actual gobierno, y que se materializa en la falta del capital de trabajo; la inadecuada capacitación empresarial para las microempresas; la falta de apoyo comu nitario; el agiotismo, que impiden el mejoramiento en la forma de vida y la generación de ingresos de individuos y familias de escasos recursos económicos.

Debido a estas situaciones surge el siguiente interrogante:
¿ Proporcionar los recursos financieros y capacitación a los
microempresarios ayudaría a mejorar su nivel de vida ?

- 0.2 DELIMITACION DEL PROBLEMA
- 0.2.1 Delimitación Formal.
- 0.2.1.1. Delimitación espacial.

Esta investigación para los micronegociantes se circunscri be a la zona suroriental. Para los microproductores será realizada a nivel de toda la ciudad de Cartagena.

0.2.1.2 Delimitación de Tiempo.

El período de evaluación del programa está comprendido entre Junio de 1983 y Junio de 1987.

0.2.2 Delimitación Material.

Variable Independiente: Financiación. Capacitación.

- O.3 OBJETIVOS EN LA INVESTIGACION
- 0.3.1 Objetivo General

Realizar la evaluación del programa "Generación de Ingresos", ejecutado por el Centro de Desarrollo Vecinal para conocer su beneficio social y económico, con miras a presentar el resul tado como alternativa para la erradicación de la pobreza absoluta y orientación del sector informal de la economía.

0.3.2 Objetivo Específico

Realizar un diagnóstico del nivel de vida de los usuarios.

Evaluar las estrategias de capacitación del programa.

Analizar la incidencia del crédito en la realización del programa.

Evaluar capacidad de ahorro del usuario.

Determinar la generación de puestos de trabajo.

O.4 IMPORTANCIA DEL TEMA

La importancia de esta investigación se basa en la presentación de un estudio que evalúe el programa que desarrolla el Centro de Desarrollo Vecinal (CDV) sobre generación de ingresos a los trabajadores independientes, de manera que se puedan mostrar sus repercusiones en los aspectos social y económico.

El programa otorga créditos a grupos de trabajadores, per mitiéndoles a éstos contar con un capital que le sirve pa ra superar calamidades domésticas, reparación y adecuación de equipos y contingencias que se presentan en el negocio; aprovechar las ventajas del trabajo en forma solidaria y eolectiva; despertar el interés hacia el ahorro. Además se les brinda algunos beneficios en los aspectos de capa citación, salud, vivienda, etc.

Por otra parte, los promotores que adelantan las tareas del programa se sentirán satisfechos al conocer el resultado de su labor como asesores, y estudiar las estrategias de ampli ar y cumplir con más personas que están necesitando de los servicios de Centro de Desarrollo en sus diferentes programas.

El desarrollo de la investigación dará la oportunidad, a quienes trabajen en ella, de aplicar gran parte del contex to teórico estudiado durante la carrera.

También se pretende que esta investigación sirva al Centro de Desarrollo como diagnóstico para adoptar con más fé el desarrollo del programa en bien de las clases marginadas y de bajos ingresos de nuestra comunidad.

El resultado de este estudio proporcionará una prueba de gran aceptación al propósito del gobierno actual en materia de la erradicación de la pobreza absoluta y orientación del sector informal de nuestro país, dado que esta clase de programas pueden llevarse hasta las ciudades intermedias y o tras en donde no se adelanta en la actualidad ningún tipo de programa en pro del beneficio social y económico del país.

0.5 FORMULACION DE LA HIPOTESIS

0.5.1 Hipótesis General

Mediante mayores incentivos económicos a las microempresas se obtendrá un mayor desarrollo del sector informal.

0.5.2 Hipótesis de Trabajo

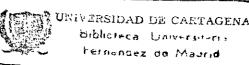
La financiación y capacitación de los microempresarios en sus actividades les mejorará su nivel de vida.

0.6 OPERACIONALIZACION DE LAS HIPOTESIS

NIVEL DE VIDA: Se refiere a las distintas formas de vivir de las personas, de acuerdo con aspectos tales como sus in gresos y beneficios sociales.

FINANCIACION: Se refiere a la forma de obtener dinero que sirva para cubrir los gastos derivados de la ejecución de un plan, programa o proyecto.

CAPACITACION: Son métodos de instrucción que buscan in crementar el desarrollo personal y de grupo, contribuyen do al cambio de actitudes, superación de limitaciones existentes y rompimiento de barreras.



MICROEMPRESAS: Se pueden dividir en micronegociantes y microproductores. Las primeras están constituidas por ven dedores ambulantes, estacionarios y pequeños tenderos; los segundos están constituidos por el pequeño productor casero, de subsistencia y acumulación simple.

0.6.1 Definiciones Operativas

·	VARIABLE	INDICADORES	FUENTES	
	Nivel de Vida	Ingresos	Microempresa	
		Vivienda	T1	
		Alimentación	**	
6		Educación	**	
•				
	Financiación	Valor del crédito	C. D. V.	
		Administración del crédito	**	
		Tasa de interés en		
-		el mercado	! 1	
Ó			÷	
•	Capacitación	Conocimiento del mer	•	
		cado	Microempresa	
	•	Conocimiento conta	-	
		ble	Ħ	
,		Cooperación y solidari	idad "	

Participación comunitaria

0.7 MARCO TEORICO

En términos generales, las microempresas son unidades pro ductivas o económicas que dirigen sus mercancías y servi cios hacia los mercados locales, factor que las diferencia de la industria orientada hacia la exportación. Aunque mu chas de estas empresas son de una sola persona, sus acti vidades implican la coordinación de una gran variedad de funciones, dinero, mercado y administración para un fin productivo economicamente especificado.

"La actividad microempresarial existe en casi todos los sectores de la economia y puede ser categorizada con base en la manufactura, el comercio y losservicios".

Todas las microempresas sin tener en cuenta su subsector, comparten características que la diferencian de otros mo delos de producción comunes en países en desarrollo, y nos permitan separarlas de la producción de grandes, medianas y aún pequeñas empresas.

El empresario dueño de una microempresa es también emplea do remunerado y participa directamente en el proceso de pro ducción. En medianas y grandes empresas, como una empresa de procesamiento textil, el empresario es el dueño del capi tal de la empresa, pero no contribuye con su trabajo a la pro

ducción de mercancías y servicios, y puede aún no conocer mucho acerca del proceso de producción. En las microem presas, el trabajo del resto de la familia, generalmente es una extensión de la participación del propietario en el proceso de producción. En un sentido real, el empresario es aún el trabajador.

La división del trabajo, entre los trabajadores de una mi croempresa es mínima, porque debido a la flexible organización informal de la misma, los trabajadores están encar gados usualmente de una serie de actividades relacionadas con el proceso de producción, desde la compra de la mate ria prima y el uso de varias piezas de equipo, hasta la distribución del producto final. Por ejemplo, un aprendiz de sastrería domina el oficio, concentrándose no so lamente en un aspecto de la producción, sino aprendiendo gradualmente todos los pasos.

La gran intensidad de trabajo y el uso de niveles bajos de tecnología también diferencia las microempresas de otras empresas. Herramientas manuales y equipo simple que son fáciles de mantener y no requieren de gran capital de in versión predominan en la actividad microempresarial.

Sobre la base anterior se pueden diferenciar las microem presas de las pequeñas y grandes empresas y definirlas co

unidades de producción de mercancías y servicios, donde existe una pequeña o ninguna separación entre capital y trabajo, división limitada del trabajo entre sus trabaja dores y el uso de niveles bajos de tecnología.

Aunque el tamaño de la empresa es utilizado más comunmente como el punto de partida lógico para su clasificación, se puede utilizar efectivamente con las tres características nombradas anteriormente como antecedente. Las cantidades del activo fijo (maquinaria y equipo) y el número de em pleados con remuneración, son indicadores cuantificables del tamaño de las empresas. Aunque existe una gran varia ción en el uso de estos indicadores, y cada país, gobierno o institución define el límite mayor de activos fijos y número de empleados de acuerdo con sus prioridades y necesidades, se puede generalizar y decir que para la Latinoamé rica y el Caribe, una empresa es considerada microempresa cuando emplea no más de cinco personas (remuneradas) y tie ne activos fijos menores de 10.000 dólares ("concepto del grupo solidario").

Existen medidas cualitativas del tamaño, que clarifican am pliamente la naturaleza de las microempresas. Algunas son:

Localización: Las microempresas operan comunmente fuera de la casa de su propietario, o en casetas. Producción y Organización: La administración de una micro empresa, planeación, contable y registro, se resuelve so bre una base diaria y sin una forma planeada o sistematiza da. La producción varía en calidad dentro de la misma em presa y puede ser completamnte diferente de semana a sema na. La financiación para capital de trabajo usualmente pro viene de prestamistas locales y se extiende a la familia.

, ele 1

Niveles de conocimiento: La mayoría de las microempresas tienen niveles bajos de educación formal y registran altas tasas de analfabetismo. Carecen también de educación formal y registran altas tasas de analfabetismo. Carecen también de capacitación vocacional formal y utilizan los cono cimientos transmitidos a lo largo de la familia, adquiridos a través de la práctica, mientras servían como aprendices.

Suministro interno de la inversión: La mayoría de las mi croempresas tienen acceso limitado al suministro del pro ceso productivo, como financiación, capital importado, in versiones intermedias, conocimientos sobre técnicas efecti vas de producción y asistencia en el mejoramiento y adminis tración de la empresa. El acceso limitado en estas áreas aumenta la vulnerabilidad de la empresa y el márgen de ries go.

El acceso a capital, especialmente en la forma de crédito,

es uno de los mayores obstáculos que enfrentan los micro empresarios. Los prestamistas, con tasas usureras de in terés, son la principal fuente de crédito para personas que no llenan los requisitos del sector formal comercial para el crédito. Desde que la gran mayoría de los micro empresarios necesitan capital de trabajo inmediato, la ha bilidad del prestamista para responder y otorgar financia ción a corto plazo hace que sea la única alternativa acce sible.

El acceso a capacitación en ningún caso, ya sea para el dia rio manejo y administración de la empresa o en los mecanis mos de producción, está disponible a los microempresarios. En muchos casos, la falta de educación formal y recursos, limita su capacidad de acceso a los programas de gobierno o del sector privado.

Las microempresas comercializan sus productos básicamente a través de las ventas al menudeo, las cuales incluyen to das las actividades que se refieren a la venta de bienes o servicios directamente al consumidor final para su uso per sonal y no de negocios. Por otra parte un minorista es cualquier actividad de negocio cuyos volúmenes de venta pro vienen fundamentalmente de vental al por menor.

Los microempresarios pobres operan, en su mayoría, en el

sector informal y sus actividades económicas se escapan generalmente de reconocimiento, reglamentos, protección del ggbierno o remuneración. Es en este contexto en el que se constituye una microempresa y en el que prevalecen las represiones más urgentes del microempresario.

0.8 METODOLOGIA

La metodología empleada para realizar la presente investi gación se desprende de los estudios descriptivos, tomando como fuente de información datos secundarios mediante la observación documental proveniente de libros, revistas, fo lletos e informes de las entidades gestoras. También se obtendrán datos primarios, los cuales estarán basados en encuestas y entrevistas estructuradas a las personas obje to de este estudio.

Se realizarán estudios de mercado que muestren la viabili dad económica del programa y losbeneficios económicos y so ciales que éste pueda desencadenar.

Debido al gran volumen de la población en estudio, se desig narán muestras, de tal forma que proporcionen información representativa de la población total.

Para determinar la muestra se utilizará la formula:

$$n = K^{2} \cdot N \cdot P \cdot Q \cdot K^{2} \cdot P \cdot Q \cdot (N-1)E^{2}$$

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Error

Universo = 412

Hombres = 205

Mujeres = 207

$$P_{-}=\frac{205}{412}=0.5$$
 $Q=\frac{207}{412}=0.5$

$$n = \frac{2^{2}.412.0.5.0.5}{2^{2}.0.5.0.5.0.5(412-1)0.5^{2}} = 203.$$

$$n = 203; 49 \%$$

- INSTRUMENTO

SEGUIMIENTO INDIVIDUAL	Identificación de la Muestra
Usuario (<u> </u>	GrupoadIntegrantese Ingresoe Aplicación M1
Actividad	Integrantes
Fecha de Ingreso	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
Fecha de Aplicación M1	
Fecha de Aplicación M2	
Fecha de Aplicación M3	

DETALLE		. : : :	M 0	MENTO	
I- MONTO DÉ CREDITO	. ,		1	2	3
II- INGRESO MENSUAL		:	1	2	3
 Compras Ventas Gastos 					
3.1 Transporte3.2 Arriendo3.3 Sueldos3.4 Otros	● # :				
4. Ingreso neto		• • •			
III-PUESTO DE TRABAJO			1	2	3
1. Tiempo Completo 2. Temporal 3. Remunerado 4. No remunerado					-

- · · · · · · ·	DETALLE		. M C	M E N	T O
IV- AI	HORRO	.1		2	3
2	Mínimo Voluntario . Total				
V- NI	EGOCIO	1		2	3
1	. Ha llevado sistema de cuentas	Si	No	Si No	Si No
2	. Ha mejorado el local	Si	No	Si No	Si No.
3	. Ha comprado maquinaria/ equipo	Si	No	Si No	Si No
. 4	 Vende/produce productos nuevos 	Si	No ·	Si No	Si No
5	. Usa agiotistas para el negocio	Si	No	Si No	Si No
0	BSERVACIONES:				
_					`

	D-E-T-A-L-L-E	1.	м о		E N	T O	
VI-	PARTICIPACION EN LA COMUNIDAD				· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	-	
	1. Participa en proyectos comunales.	Si	No	Si	NO :	Si	No .
	2. Miembro organización comu-	Si	No.	Si	No	Si	No ~
	OBSERVACIONES:						· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
		· · · ·	· · · · · · ·		 	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
			·				
		. کا باکار داد سک	<u> </u>				
VII-	PARTICIPACION EN EL PROGRAMA	1		2		- 3	
	1. Ha organizado grupos solidarios.	Si	No	Si	No:	Si	No :
	2. Participado	Si	No	Si	No:	Si	No
	3. Ha aplicado la capacita- ción.	Si	No	Si	No	Si	No
	OBSERVACIONES:						
					- W W S () W		

DETALLE		W O		N T	0	:
					3	
VIII.NIVEL DE VIDA	1.		2			
1. Su familia come mejor	Si	No :	Si	No :	Si	No
2. Casa alquilada/dueño	А	D ;	A	D	А	D
(Su dueño), ha mejorado?	Si	No:	Si	No	Si	No
3. Su familia vive mejor	Si	No	Si	No	Si	N
(Si. Si) cuánto?	Poco Much	0 : :	Po Muc	co :ho	Poo Mucl	
4. Por qué:	;					
A) Más Ingreso negocio	Si	No	Si	No	Si	Ņ
B) Otro ingreso familiar	Si	No	Si	No	Si	N
(Si ambos) más importante	A A	В	A	В	Α	
OBSERVACIONES:						
UNSERVACIONES.						:

- 1. Apoyan al pago de cuota
- 2. Se ayudan mutuamente

- 3. Son activos en el programa4. Hacen compras conjuntas5. Mantienen actividad colectiva Siempre Nunca

1 2 3 4 5

Mucho						ŀ	,) (C)	
			 ٠.	٠.		٠.		٠.			•
			٠.								

OBSERVACIONES:

D E T A L L E		M () M (E N	ΤО			
		1			2		. 3	
X CAMBIOS DE ACTITUD		1			2		2	
1. Participación activa								
Poco 1 2 3 4 5 mucho								
2. Comunicación								
Inefectiva 1 2 3 4 5 Efectiva								
3. Presentación personal Mala 1 2 3 4 5 Buena		· · ·						
OBSERVACIONES:							·	
			-					
	<i>:</i> .						· .	
					.,	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		
Responsable de la aplicación			м 1		· ···			
			м 2					-

м з____

~	-
•	4
1.	

Q

Q

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

AC7,1,1000	0 ^ 4 \S	JUNIO	Julio	AGOSTO	т П	Oct	> 0 N	2 اھ	
					, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,				
RECOLECTION DE INFORMACION									
ELABORACION					:				
ANTEPROYECTO									
PRESENTACION. ANTEPROVECTO									
BNCCESTAN									
_		·							
PROCESAMIENTO									
ANALISIS DE DATOS				-					
PRESENTACION DE									
<i>*</i>		·							<u></u>
					,				7
			···:					-	· · · ·
							•		

1. CENTRO DE DESARROLLO VECINAL DE CARTAGENA

1.1 ANTECEDENTES

El fenómeno de la marginalidad urbana se ha enfocado tradi cionalmente como un problema eminentemente físico, es decir, deterioro urbano, déficit de los servicios públicos, invasio nes y escasez de vivienda. Como resultado de esta aprecia ción, las soluciones que se han planteado buscan ante todo, el mejoramiento de las áreas tuguriales mediante programas de erradicación, planes de vivienda e instalación de servicios públicos.

Actualmente se entiende que, si bien es cierto que existen no torios problemas de desarrollo físico, "la marginalidad es fundamentalmente una condición social resultante de la falta de oportunidad de empleo para un amplio sector de la pobla ción urbana," todo lo cual tiene hondas repercusiones económicas y sociales que se traducen en la no participación de un grupo cada vez mayor de la población de los beneficios del crecimiento económico.

En Colombia la población urbana marginada está creciendo ace leradamente por la alta tasa de natalidad de las familias ur banas de bajos recursos y por los movimientos migratorios pro ducidos por el amplio desequilibrio entre el campo y la ciu dad. Sin embargo los sectores industriales no han sido capa ces de dar empleo a esta fuerza de trabajo. En consecuencia surgen los barrios nuevos, ilegalmente establecidos. Estos barrios además de no solucionar el problema impiden el creci miento ordenado de la ciudad.

A partir del gobierno del Dr. Alfonso López Michelsen se empezó a hacer énfasis en la necesidad de estimular la par ticipación de la comunidad en la solución de sus problemas y la integración de servicios del Estado a través del "Pro grama de Integración de Servicios y Participación Comunita ria en zonas marginadas urbanas".

Posteriormente en el gobierno de Julio César Turbay Ayala, con el "Plan de Integración Nacional" (PIN) se continúa con esta política cuyo objetivo fundamental fué proporcionar en forma integrada servicios sociales, crédito e infraestructu ra a sectores de población que anteriormente habían tenido acceso limitado a los beneficios del crecimiento, teniendo en cuenta para ello una activa participación de la comunidad.

El programa contempla tres componentes a saber:

- 1. Incremento del ingreso familiar mediante la generación de oportunidades de trabajo que sean el resultado de la ca pacitación de la fuerza laboral, la organización comunitaria, el otorgamiento de créditos y asistencia técnica a empresas individuales.
- 2. Protección a la familia, con especial atención a la población infantil y madres, mediante la prestación de servicios tales como: Atención integral al pre-escolar, salud, educación, cultura, recreación y complementarios.
- 3. Mejoramiento de las condiciones físicas e higiénicas de las zonas donde se encuentran situadas las comunidades objeto del programa, mediante la dotación de acueductos, la construcción y reparación de vivienda.

1.2 ORIGEN DEL PROGRAMA

El interés por encontrar soluciones a los problemas creados por el asentamiento ilegal en la zona sur oriental de la ciu dad de Cartagena, se inicia en 1966 cuando el Instituto Geo gráfico Agustín Codazzi propuso el "Plan Piloto para Carta gena", donde se planteaba la posibilidad de recuperar ese sector con relleno hidráulico. Desde entonces se han reali zado numerosos estudios y propuestas por parte del municipio

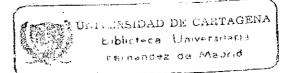
de Cartagena, la Corporación Nacional de Turismo, El Departa mento Nacional de Planeación y el Instituto de Crédito Terri torial.

Posteriormente en el año de 1975 se adoptaron los proyectos de Desarrollo Urbano para las zonas marginales con base en el inventario de zonas subnormales, realizado por el Instituto de Crédito Territorial.

En el año de 1976, mediante el decreto 105 de la Presidencia de la República, se crea la Junta Administradora de la Zona Sur Oriental (JAZSO) se definen las funciones de ésta y se designa el Instituto de Crédito-Territorial como secretaría jecutiva de la misma, para controlar los estudios técnicos preliminares a la ejecución de las obras.

En el año de 1977 bajo esa política se iniciaron las obras en la zona sur oriental, dentro del "Programa de Mejoramien" to de las condiciones de vida en barrios subnormales de la ciudad de Cartagena".

En ese mismo año el gobierno nacional solicitó el Banco Mun dial su asistencia técnica y financiera para llevar a cabo el "Programa de Integración de Servicios y Participación Co munitaria". El Banco después de evaluar el proyecto, elabo rado por el Departamento Nacional de Planeación como elemen



to central del Plan Nacional de Desarrollo Social y Econó mico para 1975-1978, debido al singular medio ambiental y fí sico del área del proyecto en Cartagena, decidió excluirla del paquete de las veintitrés ciudades que conforman el "Pri mer Proyecto de Desarrollo Urbano de Colombia" (Contrato 15 58-CO) al cual presta su asistencia técnica y financiera el banco, y firmó entonces el 31 de Agosto de 1979 con el Gobier no Nacional y el Instituto de Crédito Territorial el "Segun do Proyecto de Desarrollo Urbano de Colombia" (Contrato 1964 -CO) que se ejecuta en la Zona Sur Oriental de Cartagena y el corregimiento de Pasacaballos.

Para la realización del proyecto se firmaron el 18 de Abril de 1980 convenios entre la entidad ejecutora (Instituto de Crédito Territorial) y los ministerios especializados del Es tado, participantes en el proyecto, (Ministerio de Educación, Ministerio de Salud, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

INstituto Colombiano de Bienestar Familiar I.C.B.F., Electri ficadora de Bolívar. ELECTRIBOL. Empresas Públicas Municipa les de Cartagena, Instituto Geográfico Agustín Codazzi), con el fin de definir responsabilidades, las funciones y proce dimientos administrativos de cada uno con relación a progra mas de servicios sociales, producción y empleo que se rea lizan a través del Centro de Desarrollo Vecinal y el Progra ma de mejoras físicas y ambientales que se realiza bajo la responsabilidad directa del Instituto de Crédito Territorial.

Compartida con los organismos del Estado especializados en los diferentes campos de Desarrollo Urbano. Estos son:

MINISTERIO DE SALUD PUBLICA. Por intermedio del Servicio Sec cional de Salud de Bolívar, suministra losservicios básicos de salud dando prioridad a las madres embarazadas y niños me nores de cinco años, ofreciéndole a la población dicho servi cio a través de los Modulos de Ampliación de Cobertura (MAC), adquirir e instalar lòsequipos minimos de salud que requiere para para el funcionamiento del Organismo de Salud en el Cen tro de Desarrollo Vecinal (C.D.V.), seleccionar, capacitar y nombrar-al personal que laborará en los MAC; orientar a la comunidad en coordinación con el Instituto Colombiano de Bienes tar Familiar sobre la utilización de los servicios que éste presta en materia de nutrición, promoción social y asisten cia legal, diseñar en coordinación con el Instituto de Cré dito Territorial una metodología de promoción, educación y prestación de servicios de salud que permita la participación de la comunidaden la planeación, ejecución y evaluación del Proyecto de Servicios Básicos de Salud.

INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR. Brindar atención integral a ninos menores de siete años a través de cinco hoga res infantiles los cuales debe crear, organizar, administrar y controlar, seleccionar y capacitar al recurso humano nece sario en estos centros, promover con el Instituto de Crédito

Territorial la participación de la Comunidad en el programa, coordinar con el Servicio Seccional de Salud la atención a los menores de siete años atendidos en los Hogares Infanti les.

INSTITUTO GEOGRAFICO AGUSTIN CODAZZI. Elaborar un programa catastral para la totalidad de la ciudad de Cartagena, que incluya la formación catastral de los 16.000 predios, apro ximadamente, ubicados en la Zona Sur Oriental, poniendo a la disposición el recurso humano, equipo o elementos necesarios para ello.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA). Colaborar con la elaboración del diagnóstico socio-económico del área del Pro yecto y definir las especialidades y oficios resultantes de éste, que se constituirán en las actividades básicas de for mación y asistencia técnica, realizar estudios socio-económicos para la organización de grupos asociativos y asesorar los de acuerdo con los resultados de los estudios, asignar el recurso humano necesario para el desarrollo de los diferentes proyectos, asesorar al Instituto de Crédito Territo rial en la selección y contratación de mano de obra calificada que exista en las zonas para adelantar obras propias del proyecto.

INSTITUTO NACIONAL DE FOMENTO MUNICIPAL Y EMPRESAS PUBLICAS MUNICIPALES DE CARTAGENA. Elaborar los planos, normas, es pecificaciones requeridas que van a ser ejecutadas por el Ins tituto de Crédito Territorial, ejercer la interventoría de las obras, una vez terminadas estas velará por su mantenimien to.

MUNICIPIO DE CARTAGENA. Conjuntamente con el Instituto de Crédito Territorial hizo un estudio sobre las finanzas del Municipio de Cartagena, incluyendo detalles del sistema impo sitivo municipal y el de planificación actuales, y desarrollan do las sugerencias para el mejoramiento de éstos, una vez ter minadas las obras el municipio continuó cumpliendo sus obli gaciones o funciones que institucional o estatutariamente le han sido asignadas.

ELECTRIFICADORA DE BOLIVAR. Actuó en calidad de interventor, una vez finalizadas las obras el Instituto de Crédito Terri torial se las entregó para su operación, administración y man tenimiento.

1.3 OPERACIONALIZACION DEL CENTRO DE DESARROLLO VECINAL DE CARTAGENA

Es una unidad operativa donde los representantes de las enti dades del Estado y la comunidad se reunen para planear, ejecu tar y evaluar los programas de servicios sociales, de producción y de empleo. El programa se ha diseñado para lo grar a través de un proceso gradual, que los Centros de De sarrollo Vecinal lleguen a ser dirigidos por Cooperativas Comunitarias.

1.3.1 Definición.

El Centro de Desarrollo Vecinal de Cartagena constituye un esfuerzo interinstitucional, organizado con el propósito de contribuir al desarrollo local de una amplia zona de espe ciales condiciones socio-económicas, localizadas en el área Sur Oriental de la ciudad de Cartagena (sectores I, II, III, IV). Su desarrollo administrativo se ha basado en un mode lo de organización privado para la prestación de servicios que plantea ventajas comparativas con relación a otras or ganizaciones de este mismo orden localizadas en otras regio nes del país.

1.3.2 Objetivos.

Los principales objetivos del C.D.V. son:

1. Prestar los servicios básicos de educación, salud, aten ción a la familia y capacitación, actividades culturales, re creacionales y deportivas de cada una de las entidades par

ticipantes, y coordinada de acuerdo a los presentes estatutos.

- 2. Promover la participación de la comunidad en las actividades y servicios del C.D.V., tomando en cuenta sus inicia tivas y estímulando sus aptitudes creativas.
- 3. Promover, desarrollar y asesorar programas de producción comunitaria, industrias familiares, adiestramiento en el tra bajo, recreación y cultura, atención a la familia e informa ción sobre los servicios oficiales que contribuyen a mejorar las condiciones de vida y de trabajo.
- 4. Promover en forma permanente seminarios, conferencias y reuniones de tipo general, con participación de sus miem bros y de personas invitadas, sobre cuestiones de caracter científico, técnico, jurídico o simplemente de interés co mún y orientadas al mejor entendimiento de los problemas de la comunidad.
- 5. Promover, formar, organizar y prestar asistencia técnica y asesoría a organizaciones populares, y financiar grupos de trabajo que desarrollen actividades iguales o complementa rias a losdel Centro.
- 6. Ofrecer cooperación, asistencia técnica y asesoría a las

organizaciones populares, juntas de Acción Comunal, Sindicatos, etc.; en la preparación de proyectos específicos orientados a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la Zona Sur Oriental.

- 7. Publicar libros, revistas y documentos en general rela cionados con el objeto del C.D.V.
- 1.3.3 Funciones.
- 1. Prestar servicios de salud a través de atención médica preventiva, odontológica, materno infantil y de saneamiento ambiental.
- 2. Prestar y promover servicios de educación en los campos de educación primaria, alfabetización de adultos y fomento de las actividades culturales y deportivas.
- 3. Prestar atención al menor y a la familia mediante accio nes preventivas, curativas y promocionales en las áreas sico social, nutricional y legal.
- 4. Prestar y promover acciones de capacitación a través de la formación profesional.

 UNIVERSIDAD DE CARTAGENA Bibliciesa Universidad
- 5. Fomentar y apoyar las pequeñas empresas existentes y pro mover la creación de nuevas, mediante asesoría técnica en ma

reinendez da Maurid

teria de planificación, comercialización, producción y crédito.

- 6. Promover la participación activa de la comunidad en las diferentes actividades y servicios del Centro de Desarrollo Vecinal.
- 1.3.4 Organismos de Dirección Administración y Coordinación

Los organismos de dirección, administración y coordinación existentes en el Centro de Desarrollo Vecinal de Cartagena

Junta Directiva

Director Ejecutivo

Comité de Coordinación

1.3.4.1 Junta Directiva

La integran los directivos regionales de las entidades participantes como Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (I.C.B.F.), Ministerio de Salud Pública, un delegado del Ministerio de Educación, el Director Regional del Instituto de Crédito Territorial en ca lidad de secretario de la Junta Administradora de la Zona Sur Oriental (JAZSO), el director del Proyecto de la Zona Sur O

riental, dos representantes de la comunidad, un representan te de los Hogares Infantiles, el Rector de la Universidad de Cartagena, el Alcalde Municipal de Cartagena y el Direc tor del Centro de Desarrollo Vecinal, quien actúa en cali dad de secretario con voz pero sin voto.

1.3.4.1.1 Funciones

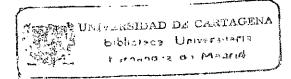
- a. Adoptar los estatutos del C.D.V. y cualquier reforma que a ellos se introduzca.
- b. Aprobar el presupuesto anual y efectuar las modificacio nes presupuestales necesarias para la ejecución de sus programas.
- c. Formular políticas del C.D.V. y aprobar los planes y programas a ejecutar.
- d. Establecer y modificar la estructura y organización ad ministrativa del Centro.
- e. Determinar la planta de personal y señalar sus funciones y asignaciones.
- f. Examinar las cuentas y balances cada vez que lo estime conveniente.

conveniente.

- g. Nombrar y remover el Revisor Fiscal para el Centro.
- h. Celebrar y/o autorizar los contratos que por diferen tes conceptos deben suscribirse, que no hayan sido delega dos por ella misma en le Director.
- i. Delegar en el Director del C.D.V., cuando se estime conveniente, aquellas funciones administrativas para el de sarrollo de la gestión regular del mismo.
- j. Fijar los aportes ordinarios y las contribuciones extraordinarias a sus miembros.
- k. Los demás que sean necesario desarrollar conforme a su naturaleza de órgano de dirección del C.D.V.
- 1.3.4.2 Director Ejecutivo

Es la persona seleccionada por la Junta Directiva y asume las siguientes funciones:

1.3.4.2.1 Funciones Operativas



a. Proponer, para consideración y aprobación de la Junta

Directiva y dictar los actos y realizar las operaciones ne cesarias para el cumplimiento de las funciones conforme a las disposiciones legales, estatutarias y a los acuerdos de la Junta.

- b. Celebrar los contratos necesarios para el cumplimiento de los objetivos del Centro, conforme a la reglamentación establecida por la Junta Directiva para el efecto.
- c. Vincular y remover al personal al servicio del C.D.V., conforme a las políticas de reclutamiento y selección adoptados por la Junta Directiva.
- d. Proponer a la Junta Directiva modificaciones a la orrga nización interna que debe tener el C.D.V. y la planta de per sonal que requiera para su normal funcionamiento.
- e. Elaborar y someter a consideración de la Junta Directiva el proyecto de presupuesto anual, las modificaciones presu puestales, los estados financieros, los informes mensuales sobre la ejecución del presupuesto y demás asuntos que esti me conveniente par el normal funcionamiento del Centro.
- f. Ordenar los gastos con cargo al presupuesto, realizar los pagos y recaudar los fondos, conforme a los acuerdos, la de legaión o autorización de la Junta Directiva.

- g. Controlar la ejecución del presupuesto, manejar, la ca ja menor adoptando las medidas administrativas que sean del caso implementar.
- h. Presentar a la Junta Directiva los documentos, informes y conceptos que ésta requiera para el ejercicio de sus funciones.
- i. Tramitar ante los organismos nacionales e internaciona les lo relacionado con programas de cooperación, asisten cia técnica y financiera, conforme a las autorizaciones re cibidad de la Junta Directiva.
- j. Reglamentar el uso y distribución de las dependencias, velando por el mantenimiento, conservación y la seguridad de la infraestructura básica y de los servicios que allí se prestan.
- k. Desempeñar el cargo de Secretario en todas las reunio nes de la Junta Directiva y cumplir con las funciones que de éste se deriven.
- 1.3.4.3 Comité de Coordinación
- El Comité de Coordinación está integrado por el Director del C.D.V. quien lo preside, un delegado de cada una de las

instituciones que prestan servicios en el C.D.V., y tres representantes de la comunidad.

Su denominación obedece al propósito de comprometer mucho más a los funcionarios que, perteneciendo a las diversas en tidades prestan sus servicios a programas que permanente o transitoriamente desarrolla el C.D.V..De otra parte, por ser las personas que tienen el contacto directo con la comunidad, poseen la experiencia directa de las necesidades de la misma y están en capacidad de plantear las posibles soluciones.

Corresponderá al Comité de Coordinación la detección de las necesidades de la comunidad y la elaboración permanente del diagnóstico dle C.D.V., tendiente a dar mayor cobertura de servicios, mediante una labor de divulgación y fomento de los servicios. Esta tarea será la base fundamental sobre la cual la Junta Directiva podrá tazar las políticas institucio nales y tomar decisiones un poco más ligadas a las necesida des y expectativas comunales.

1.3.4.4 Funciones

- a. Ejecutar la programación anual del C.D.V. elaborando los informes sobre el desarrollo de los mismos.
- b. Promover y fomentar la organización de grupos asociati

vos e instrumentos de participación de la comunidad impartiendo la asesoría que fuere del caso.

- c. Coordinar acciones de divulgación de los servicios y acer camiento de la comunidad, canalizando sus intereses con obser vacioens y recomendaciones hacia la Junta Directiva a través del Centro.
- d. Elaborar propuestas de trabajo para aprobación de la Jun ta Directiva.
- e. Las demás acciones que dentro de su naturaleza coadyuven al desarrollo social y promoción de la comunidad.

1.4 PROGRAMAS

Los programas para efectos de que tenga más identidad y fa cilitar con ello posibles integraciones y la propagación de esfuerzos comunes, se han agrupado en:

Programs de servicios sociales

1.4.1 Salud

Comprende atención médica preventiva, odontología, materno in fantil, saneamiento ambiental, estas acciones se efectúan a

través del puesto de salud y la Universidad de Cartagena.

1.4.2 Educación

Sus acciones se orientan a la educación primaria, alfabeti zación de adultos y al fomento de las actividades culturales y deportivas como un mecanismo de desarrollo social para los miembros de la comunidad y motivar la integración de ésta al C.D.V.

1.4.3 Atención al menor y a la familia

Se realiza mediante acciones preventivas, curativas y promo cionales en las áreas psicosocial, nutricional y legal.

1.4.4 Actividades recreativas y culturales

Motivación y organización de grupos deportivos, culturales y recreativos como mecanismo de integración de la comunidad. En esta área se cuenta con la participación directa de la comunidad en la organización de eventos deportivos como campeo natos enlas diferentes ramas del deporte, eventos culturales en el área de expresiones artísticas y folclóricas.

1.4.5 Vivienda e infraestructura física

El Instituto de Crédito Territorial realiza acciones coordina

nadas con institutos descentralizados para recuperación y adecuación de terrenos, remodelación y adecuación de vías, infraestructura de servicios públicos, créditos para la le galización de la tenencia de la tierra y mejoramiento de la vivienda; estas acciones se efectúan a través de Comités de mejoras que se organizan con miembros de la comunidad.

1.4.6 Provisión de alimentos

Como servicio complementario de éstos tenemos los que pres ta el Instituto de Mercadeo Agropecuario (IDEMA), con la ubi cación de un centro de expendio en el C.D.V. que permita a la comunidad adquirir los productos a bajo costo.

1.4.7 Programs de Promoción a Pequeñas Empresas

1.4.7.1 Capacitación y Asistencia Técnica

Para la implantación de estos proyectos el SENA realizó en el año de 1975 un diagnóstico socioeconómico del sector I, e instaló en el C.D.V. "La Esperanza", la maquinaria nece saria para la ejecución de los cursos de capacitación pro gramados: Carpintería. electricidad, electrónica y repara ción de electrodomésticos, modistería, primeros auxilios y contabilidad. La programación de estos cursos se efectúa de acuerdo a la demanda que se presenta a la comunidad.

1.4.8 Crédito

Este proyecto lo implementa a través del Programa Generación de Ingresos, el cual está encaminado a mejorar el ingreso de las familias del sector, utilizando la metodología de grupos solidarios con créditos para financiar las actividades de mi cronegociantes y microproductores.

Con este programa además de incrementar el ingreso familiar se pretende mejorar otros aspectos básicos de la familia, por esta razón se realizan acciones complementarias en forma in terdisciplinaria. Teniendo en cuenta el propósito de soli daridad del proyecto fomenta la interrelación directa de la comunidad con losfuncionarios del Centro de Desarrollo Veci nal.

2. ASPECTOS GENERALES DEL PROGRAMA DE GENERACION DE INGRESOS

2.1 ANTECEDENTES

La población con que se inició actividades para conocer la factibilidad del programa generación de ingresos, fueron mi cronegociantes que vivían en el sector I de la Zona Sur o riental de Cartagena.

Se tomó como muestra ochenta y cinco micronegociantes que vendían productos alimenticios. Inicialmente se tuvo como referencia la relación de las personas encuestadas por el C.D.V. sobre "las características socioeconómicas del sec tor I de la zona Suroriental" y que estaban clasificadas co mo "vendedores ambulantes". Luego se verificó que dichas per sonas, en su mayor parte, negociaban con artículos de contra bando o cigarrillos y que no reunían las condiciones prima rías para participar en el proyecto que había excluido esas actividades y optado por vendedores de productos alimenticios.

En un 90 % los micronegociantes se encontraban ubicados en el sector de las playas y al final de las calles. Su con centración en uno u otro barrio se aprecia en la distribución de la muestra así:

La Candelaria		54.2 %
La Esperanza		32.8 %
Puerto de Pescadores		10.6 %
La María	* b	2.4 %

Esta pesquiza fué realizada con el objeto de tener una base objetiva sobre la cual considerar la vialidad o no de un pro yecto de generación de ingresos para micronegociantes, utilizándose la metodología de "grupossolidarios".

Objetivos Genrales. Realizar un perfil socioeconómico que permita identificar posibles participantes en un programa de generación de ingresos, con la metodología de "grupos solida rios, para promocionar micronegociantes en la Zona Sur Orien tal (Sector I) de Cartagena.

Identificar a través de una encuesta lossiguientes factores socioeconómicos: Distribución por sexo y grupo de edad, es tado civil, nivel educativo, composición familiar (número de personas, distribución por sexo y edad, nivel educativo, ocu pación y nivel de ingresos). Descripción de la actividad eco



nómica, ingresos mensuales, lugar de trabajo, horas, días y meses dedicados al trabajo, artículos que venden, inver sión diaria, salida de los productos al mercado, posibili dades de expansión del negocio, fuentes de crédito, tasas de intereses mensuales, necesidad de préstamo para mejorar el negocio y posibilidad de formar un grupo solidario y par ticipar en el programa de generación de ingresos.

Metodología. La investigación fué realizada mediante la aplicación de una encuesta con preguntas de tipo abierto que identifican la información referente a los items ano tados. Dicha aplicación fué realizada por dos entrevista dores mediante trabajo de campo, visitando a losentrevis tados en su casa y en el C.D.V.

Se hizo un análisis estadístico descriptivo, de losdatos, complementado por un análisis cualitativo.

Recursos.

Recursos Humanos. Se recurrió a los servicios de una Tra bajadora Social y un Economista que desempeñaron la función de entrevistadores.

Recursos Materiales. Ochenta y cinco encuestas, que fueron

aplicadas en el período comprendido entre el 14 de Marzo y el 15 de Abril de 1983.

DATOS GENERALES

TABLA 1.

DISTRIBUCION POR SEXO

HOMBRES	No.	%
···		
Hombres	66	78
Mujeres	19	- 22
	· -	
TOTAL	85	100

Análisis:

La mayoría de los integrantes de la muestra son hombres (78 %), y mujeres solamente el 22 %.

TABLA 2.

DISTRIBUCION POR GRUPOS DE EDAD

	· * · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
EDAD	No.	%
Más de 46	8	9.4
36 a 45	18	21.2
26 a 35 ·	26	30.5
18 a 25	30	35.3
No informa	3 · ·	3.6
		·.
TOTAL	85	100.0 %

El mayornúmero de personasa en la muestra, se encontraba entre los 18 a 25 años (35.3%) y entre los 26 a 35 años (30.5%) o sea que existía un gran porcentaje de personas jóvenes ocupadas en esta actividad. Con 46 y más existían solamente el 9.4 % de la muestra.

TABLA 3
ESTADO CIVIL

		7.75 7.75
E.C.	No.	%
Unión Libre	39	46.0
Casado	23	27.0
Separado	12	14.0
Viudo	2	2.4
Soltero	7 .	8.3
No informa	2	2.3
		<u>. </u>
TOTAL	85	100.0

O

La mayoría de la población muestral (46.%) vivía en unión libre. Son casados el 27 % y el número de separados 12, ocupaba el 14 %. Solteros solamente 8.3 % de la muestra. Lo que indica que aún jóvenes estas personas asumen respon sabilidad de constituir una familia.

TABLA 4.

NIVEL EDUCATIVO

N.E	No.	%
	<u> </u>	
Analfabeta	25	29.4
Lee y escribe	15	17.7
Primaria incompleta	32	37.7
Primaria completa	5	5.9
Bachillerato incomp.	6	7.0
No informa	2	2.3
TOTAL	85	100.0

El mayor número de la población muestral estuvo comprendi do entre las categorías de "analfabetas" y "lee y escribe" lo que revela el bajo nivel de instrucción de estas perso nas. Un significativo porcentaje (37.7%) habían cursado los primeros años de primaria. Solamente el 7% ha llegado al bachillerato, pero sin todavía concluirlo. En la cate goría de primaria completa está el 5.9 % de las personas pertenecientes a la muestra.

65

TABLA 5.

COMPOSICION FAMILIAR

NUMERO DE PERSONAS QUE COMPONEN EL GRUPO FAMILIAR

No. Personas	No.	%
Hasta 3	42	49.4
4 a 5	24	28.3
6 a 10	16	18.8
No informa	3 •	3.5
TOTAL	85	100.0

Análisis:

El grupo familiar se reveló relativamete pequeño. Casi la mitad de ellos estaba formado por un númeor de "hasta 3 personas". La mayoría (77.7%) tenían hasta 5 personas. De 6 a 10 personas sólo el 18.8% de la muestra. La tota lidad de las personas que forman los 85 grupos familiares es de 315, lo que da un promedio de 3.7 personas por fami lia. Un factor que puede explicar el tamaño del grupo fa miliar es la juventud de las parejas.

TABLA 6

DISTRIBUCION POR SEXO DE LAS PERSONAS QUE COMPONEN EL GRUPO FAMILIAR

No.	%
170	54
145	46
315	, 100 %
	170 145

Poco más de la mitad de las personas que conformaban los grupos familiares de la muestra pertenecían al sexo mascu lino (54 %) y (46 %) al sexo femenino.

TABLA 7.

DISTRIBUCION POR NIVELES DE EDAD DE LAS PERSONAS DEL

GRUPO FAMILIAR

		i
NIVEL DE ÉDAD	No.	%
Menos de 7	106	33.7
7 a 8	98	31.0
9 a 17	50	15.9
18 a 25	36	11.4
26 a 40	12	3.9
Más de 40	13	4.1
TOTAL	315	100.0

La mayoría de las personas que conformaban los grupos fami liares de la muestra (64.7%) tenía hasta 8 años. En el in térvalo de 9 a 17 está el 15.9% de la población encuestada. De 18 a 25 años se encontró el 11.4% lo que permite concluir que el 92.% de la pobl. muestral tenía hasta 25 años.

TABLA 8.

OCUPACION DE LAS OTRAS PERSONAS DEL GRUPO
FAMILIAR

ACTIVIDAD	No.	%
Estudiante	120	38.1
Ama de casa	66	21.0
Menor	61	19.4
Vendedor	16	5.0
Desempleados	-12	3.8
Empleados	8	2.5
Otros .	32	10.2
TOTAL	315	100.0

La mayoría de los miembros del grupo familiar (57.5%) son estudiantes y niños que aún no estaban en capacidad de tra bajar. Amas de casa el 21 %. La categoría de otras (10.2%) está conformada por personas ancianas o sin condiciones de salud para ejercer una actividad remunerada. De las perso nas que ejercían actividad remunerada 3.8 % no tenían un em pleo formal. Así, sólo 7.5% de las otras personas del gru po familiar estaban aportando recursos a la economía domés tica.

TABLA 9.

NIVEL DE INGRESOS DEL GRUPO FAMILIAR

NIVEL	No.	z %
Menos de 7000	16	18.8
7001 a 15000	46	54.1
Más de 15000	20	23.5
No informa	3	3.6
-		
TOTAL	85	100.0

La mayor parte de los gruposfamiliares (54.1) registraban un nivel de ingresos entre \$7.001 a \$15.000. Una parte sig nificativa (23.5%) tenía ingresos superiores a \$15.000 y el 18.8 % tenía ingresos inferiores a \$7.000.

TABLA 10

NIVEL EDUCATIVO DE LAS OTRAS PERSONAS DEL

GRUPO FAMILIAR

	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
No.	%
34	10.8
184	58.4
5	1.6
31	9.8
61	19.4
315	100.0
	No. 34 184 5 31

El mayor porcentaje se encontró en los que cursaron la primaria(58.4%) con bachillerato incompleto se registró el 10.8%. Analfabetas el 9.8% y en la categoría de "lee y escribe" se encontró el 1.6%. Niños sin edad escolar son 19.4% de la muestra.

52602

TABLA 11

ACTIVIDAD ECONOMICA

NIVEL DE INGRESO MENSUAL DEL NEGOCIO

NIVEL	No.	%
Menos de \$ 7:000	19	22.4
7.001 a 9000	28	32.9
9.001 a 11.000	8	9.4
11.001 a 13.000	,5	5.9
13.001 a 15.000	14	16.5
Más de 15.000	14	9.4
No informan	3	3.5
ГОТАL	85	100.0

Análisis:

La mayoría de la población muestral (53.3%) registraban in gresos hasta \$9.000 mensuales. En el nivel \$9.001 a \$11.000 se encontraban el 9.4% de los negocio. De \$11.001 a \$15.000 se encontraban sólo el 22.4 de los micronegoc.

TABLA 12.

LUGAR DE TRABAJO

SITIO	No.			%
N 1 1 Promote	38			44.7
Mercado de Bazurto				
Barrios	44			51.8
Centro	03			3.5
TOTAL	85	-	•	100.0

El lugar de trabajo de mayor concentración de losmicronego ciantes fue el Mercado de Bazurto con 44.7%, debido a su gran importancia como centro de distribución de alimentos, y también por estar cerca del área en donde viven losvende dores encuestados. Así mismo la mayoría de ellos (51.8%) vendían sus mercancías como ámbulantes, recorriendo losba rrios, incluso en la propia zona sur oriental. Solamente el 3.5 % vendían sus mercancías en el centro de la ciudad.

TABLA 13
HORAS DE TRABAJO POR DIA

HORAS	No.	%
Hasta 7	18	01.1
8 a 12	64	21.1 75.3
Más de 12	03	3.6
ГОТАЬ	85	100.0

La mayoría de los micronegociantes (75.3%) tenían una jor nada diaria de trabajo entre 8 y 12 horas. Solamente el 3.6 % de la población tenían jornadas de más de 12 horas. Con una jornada de 7 horas y menos de trabajo estaba el 21.1%, principalmente las mujeres, que se dedicaban un po co más a las labores domésticas.

TABLA 14.
DIAS DE TRABAJO POR SEMANA

DIAS	No.	. %
Menos de 7	12	14
7	73	86
TOTAL	85	100

La gran mayoría de losmicronegociantes (86.%) trabajan to dos los días de la semana. Sábados y Domingos erán los días de mayores ventas. Solamente el 14 % trabajaban me nos de 7 días por semana.

TABLA 15

MESES DE TRABAJO POR AÑO

MESES	No.	%
Menosde 12	2	2.3
12	83	97.7
TOTAL	85	100.0

La casi totalidad de losmicronegociantes trabajaban todo el año. Con menos de 12 meses de trabajo por año, solamen te fué encontrado el 2.3 %.

TABLA 16.
ARTICULOS QUE VENDEN

ARTICULOS	No.	%
Pescado	36	42.3
Verduras	12	14.1
Plátano, ñame, yuca	,	
pescado	1.0	. 11.7
Ñame, Yuca	9	10.6
Coco	6	.7.1
Varios	12	14.2
Total	85	100.0

Análisis: Un porcentaje significativo de la muestra ven día pescado. Las verduras eran vendidas por un 14.1%. Plá tano, ñame y yuca erán artículos vendidos por 11.7 % de los encuestados, mientras que 10.6% vendían pescado, plátano, yu ca y ñame. Venden coco 7.1% 14.2% comercializaban varios de estos artículos.

TABLA 17.

INVERSION DIARIA

NIVEL DE INVERSION	No.	%
,		
Hasta 3.000	62	73
3.001 a 5.000	15	17.7
5.000 a 10.000	05	5\$8
Más de 10.000	02	2.4
No informan	, 01	1.1
TOTAL	85	100.0

La mayoría de los micronegociantes encuestados (73 %) rea lizaban una inversión diaria en su negocio de hasta \$3000 En el intérvalo de \$3.001 a \$5.000 se encontraban 17.7%, es decir 90.7 % de los encuestados trabajaban con un capital diario de hasta \$5.000. Hay una situación extrema (inversión de más de \$10.000) en la cual sólo se encontraba 2.4% de la muestra total.

TABLA 18.

PUEDE VENDER TODA SU MERCANCIA ?

SALIDA	No.	%
Si	70	82 4
No	15	17.6
		·
TOTAL	8.5	100.0

Se encuentra un porcentaje significativo (82.4%) que daban una respuesta afirmativa en cuanto a la salida de los productos al mercado. Los demás afirmaban que no vendían to dos los productos.

TABLA 19.
POSIBILIDADES DE EXPANSION

POSIBILIDAD	No.	%
		<u> </u>
Si	49	57.6
No ·	35	41.2
No informan	01	1.2
		<i>;</i>
TOTAL	85	100.0

La mayoría de la población muestral afirmó que podrían ex pandir su negocio. A la pregunta de como lo harían: 75.5% de éstas anotaron que comprando más mercancía, 14,3% vendien do nuevos artículos y 10.2% cambiando para un sitio más ade cuado su actividad. 41.2% consideraron que no tienen posi bilidad de expansión de su negocio.

TABLA 20. FUENTE DE FINANCIACION ACTUAL

No.	%
40	• • •
23	27.1
14	16.5
. 04	4.7
0.4	* 4 . 7
85	100.0
	40 23 14 04 0.4

La gran mayoría de los micronegociantes (81=95.3%) necesi taban de crédito para capital de trabajo. Sólo 4.7% dis ponían de capital propio. De los que tomaban dinero pres tado 49.3 % lo hacían a prestamistas. 28.4% a personas ami gas, 17.3% a familiares y 5 % utilizaban otras fuentes.

TABLA 21.

TASAS DE INTERES MENSUAL

TASAS	No.	%
300	25	29.4
150	10	11.7
140	41 .	48.3
20	7	8.2
10	2	2.4
TOTAL	85	100.0

Los micronegociantes que tomaban dinero prestado para capi tal de trabajo (la casi totalidad), declararon estar pagan do elevadas tasas de interés que van de un extremo de 300% hasta 10%. mensual que les quitaba la posibilidad de progre sar en sus negocios y le convertía en virtuales generadores de ganancias para losdueños del capital. Las tasas de usu ra mensuales quedan encubiertas por pagos de intereses dia rios de 5,5.8 y 10 %.

La mayoría de loseoncuestados (48.3%) están sometidas a un sistema de préstamo, por lo cual reciben \$2000 y deben abonar \$200.00 diarios durante 24 días. Al final del período tendrán pagado intereses más capital (\$4.800), lo que corresponde a una tasa diaria de 5.8 %.

Se encontraba que 29.4 % pagaban inteareses de 300 %, 12.3% pagaban 20 % y sólo 2.5 % pagaban 10. % de interés mensual.

TABLA 22

NECESIDAD DE PRESTAMO

MONTOS	No.	%
		/6
Hasta 1.000	3	3.5
1.001 a 3.000	19	22.3
3.001 a 5.000	18	21.1
5.001 a 10.000	7	8.2
Más de 10.000	5	5.9
No necesitaba	9	10.6
No informan	24	28.4
TOTAL	85	100.0
TOTAL	85	100

Se encontraba que la mayoría de losoencuestados anotaron necesitar de crédito para mejorar su negocio, Nueve(10.6%) declararon que no y 28.4% no contestaron. De los que desean crédito 76.9% lo necesitaban hasta \$5000., 13.4% lo desean en el intérvalo de \$5.001 a \$10.000 y sólo 9.6% indican una importancia superior a \$10.000.

TABLA 23.

POSIBILIDAD DE PARTICIPAR EN UN GRUPO SOLIDARIO

POSIBILIDAD	No.	%
Sī	81	95.3
No	04	4.7
TOTAL	85	100.0

Es de anotar que esta pregunta se hizo a todos losencuesta dos, incluyendo a aquellas personas que consideraron la po sibilidad de no tomar préstamo. Sorprendentemente, de en cuestados que anotaron la posibilidad de participar en un grupo solidario (95.3%) fué bien superior al porcentaje de los que declararon tener necesidad de un préstamo para mejo rar su negocio (61 %)

FINANCIACION

El proyecto contó inicialmente, para su ejecución con el apoyo financiero del Fondo de las Naciones Unidas para el Resarrollo de la Infancia (UNICEF), el cual ha venido ha ciendo donaciones en la medida en que este ha ido crecien so, siendo la primera donación de \$454.000, efectuada en Agosto 17 de 1983, de los cuales \$300.00 se destinaron al fondo de crédito y \$150.000 a gastos de administración.

UNICEF también ha financiado la asistencia a seminarios, tanto nacionales como internacionales, con el fin de capa citar al personal que ejecuta el programa.

Además, también se ha donado lo siguiente:

Un vehículo (año 1985)
Un mimeográfo
Una nevera
Un proyector de diapositivos
Un megáfono

Existen otras instituciones que también han contribuido al desarrollo y permanencia de este programa, como son:

C.R.S. (Catholic Relief Services), entidad norteamericana



sin ánimo de lucro, la cual hizo una donación en el mes de Junio de 1986 de \$4.900.000, destinados al Fondo de Credito.

Actualmente el programa cubre sus gastos de administración con losintereses que genera el fondo de crédito, siendo la autosuficiencia operativa de casi el 100 %. Em la medida en que el programa crezca en número de ususarios, su car tera vigente también, lo que requiere de nuevas inyeccio nes financieras, para ésto se tiene diligenciado ante to das las instituciones financieras que prestan apoyo a és te, la donación de nuevas sumas de dinero.

Se espera que a mediano plazo, la autosuficiencia operativa pueda sobrepasar el 100 %.

2.2 COMPONENTES BASICOS DEL PROGRAMA

2.2.1 Crédito

El objetivo que tiene el Centro de Desarrollo Vecinal de Cartagena con el otorgamiento de créditos es lograr el me joramiento del nivel de vida de los micronegociantes, mi croproductores y familiares de éstos, mediante la finan ciación, que les permita obtener capital de trabajo y evitar el pago de intereses de usura.



Los usuarios de este programa deben reunir los siguientes requisitos:

Micronegociantes:

- Tener seis meses minimo de experiencia en la actividad comercial.
- 2. Vivir en la zona sur oriental de Cartagena
- 3. Asistir a las reuniones de información y orientación
- 4. Particiapr en un grupo solidario
- 6. Ser usuario del Fondo de Ahorro
- 7. Tener capital de trabajo hasta de:

Ambulantes	\$ 20.000
Estacionarios	40.000
Tenderos	100.000

Microproductor:

- Tener un año minimo de experiencia en la actividad pro ductiva
- 2. Vivir en la ciudad de Cartagena
- 3. Asistir a las reuniones de información y orientación.
- 4. Presentar lossiguientes estados financieros: Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias e inventarios.



- 5. Participar en un grupo solidarios
- 6. Participar en el programa de capacitación
- 7. Ser usuario del Fondo de Ahorro
- Tener máximo tres empleados permanentes y/o 6 eventua les.
- 9. Tener capital de trabajo hasta de \$100.000
- 10. Un ingreso neto hasta 3.5 salarios minimos.

Criterios para la formación del grupo solidario:

- Lostrabajadores independientes seleccionan sus propios compañeros del grupo, sin interferencia de institución ejecutora, obedeciendo a un principio básico: conoci miento, amistad y confianza.
- Los grupos deben ser preferiblemente homogéneos en cuan to a la rama de actividad y tipo de producto.
- 3. No pueden pertenecer a un mismo grupo, personas que tengan primer grado de consanguinidad y/o afinidad.
- 4. La mayoría de los miembros del grupo deben tener sitio de trabajo fijo.
- 5. Los grupos son formados por un minimo de cuatro inte grantes.

- 6. Cada miembro debe ser dueño de su propio negocio
- 7. Los miembros del grupo deben estar concentrados por sitio de trabajo o zona geográfica de residencia.
- 8. Los integrantes del grupo deben ser homogéneos en cuan to a período de rotación de capital de trabajo y monto de crédito.

2.2.1.1. Promoción

Al iniciar el programa es necesario que se haga una labor de promoción, a través del contacto directo del asesor con los posibles usuarios. La investigación casi siempre iden tifica personas que manifiestan interés en participar el programa. Promover reuniones de información general y moti vación para la formación de grupos los cuales dan buenos re sultados, se tiene especial cuidado de contactar personas que por su nivel económico estén contempladas por el programa.

La divulgación puede ser hecha, también, con la colaboración de otras instituciones a través del organismo de la propia comunidad. Lo importante en esta fase es lograr la formación de los primeros dos o tres grupos que van a servir como

"efectosde demostración" y de promotores ante loshabitan tes de una comunidad determinada.

Se debe evitar la tentación de "facilitar las cosas" para tener listos los primeros grupos. Estos deben seguir ri gurosamente la metodología adoptada. Una vez formados los preimeros grupos se inicia el proceso de autopromoción con la participación de losusuarios.

2.2.1.2 Consolidación de los Grupos

Una vez formados los grupos, en la etapa de Promoción, se inicia el proceso de consolidación de los grupos con un do ble objetivo:

- a. Social: Obtener mayor cohesión del grupo e iniciar un proceso de cooperación y solidaridad que no se da expontáneamente, sino que es apoyado por una labor educativa.
- b. Económico: Crédito solidario, buena recuperación de cartera, estimular el ahorro.

El producto de esa fase debe ser la obtención de grupos con hesos (efectivamente responsables en caunto el crédito so lidario), con conocimiento del programa, de la institución y concientes de su particiapación y responsabilidad.

Se debe buscar un mayor contacto con las personas, para que se sientan dueñas del programa y respondan mejor al mismo.

Para esa labor se cuenta con lossiguientes instrumentos:

Reuniones de información y orientación Encuesta socioeconómica Visita al puesto de trabajo

2.2.1.3 Reuniones de Orientación e Información

Las reuniones de orientación e información se hacen con un máximo de cinco grupos y sólo es permitida la participación del grupo que esté con todos sus miembros. Como método se utiliza básicamente la pedagogía de la "pregunta" facilitan do el diálogo entre los miembros del grupo y entre estos y los asesores. Las reuniones de orientación e información tienene el siguiente contenido:

a. Información institucional.

Filosofia

Objetivos

Programa que se desarrolla

- b. Objetivos del programa de grupos solidarios
- c. Requisitos para participar en el programa
- d. Criterio para formar los grupos solidarios

Una vez se explican los anteriores aspectos, el asesor pro cede a entrevistar a los grupos con el objetivo de:

- 1. Detectar el grado de conocimiento y amistad entre los miembros del grupo y elnivel de su compromiso con la fianza solidaria. Se trata de verificar si efectiva mente el grupo se formó obedeciendo al criterio de amistad y confianza mútua o si al contrario, se constitutivo en forma improvisada con el punico objetivo de tener el crédito.
- 2. Conocer la actividad económica de losgrupos. Qué producto vende y/o fabrica ? Que formas de venta adopta. Al contado Si es crédito, a cuántos días ? Monto de las ventas Capital de trabajo Monto de la inversión Forma de adquisición del capital de trabajo Compras Valor de las compras

Dónde ?
En qué condiciones ?
Utilidades

Se determina a través de un estudio de caso de los micro negociantes o microproductores, especificando monto de las ventas, inversión en mercancía y/o en materia prima y gas tos del negocio. Se motiva a los demás participantes pa ra que tomando como ejemplo, apliquen estos conocimientos a su propio negocio.

Segunda reunión

1. Es necesario que desde el inicio se transmita la idea de cooperación y solidaridad entre los participantes del programa, motivándolos hacia el deseo de superación y el proceso de sus actividades y de sus familias. Esas ideas dan el sentido de pertenencia a un movimiento, ayudan a fo mentar la organización y actitud empresarial de los usua rios.

Se trabaja en lossigueintes temas:

Qué quiere decir la palabra solidario ?

Cómo demuestran la solidaridad los socios de un grupo ?

Qué importancia tiene el ahorro para la seguridad de la familia y para la actividad económica ?

Podemos ahorrar ?, Cómo ?

2. Por otro lado también es importante que desde un comien zo estén enterados de los aspectos operativos del programa y debidamente informados de las ventajas, consecuencias y desventajas del crédito.

Reglamento del Fondo Rotatorio
Reglamento del Fondo de Ahorro
Aspectos Operativos
Aspectos Positivos y negativos del crédito

Tercera Reunión:

Constitución formal del grupo
Llenar acta de constitución
Elección del primer coordinador y orden de rotación de esa
función.

Nombre y número del grupo Apertura de la cuenta

Determinación del monto de ahorro de cada miembro del gru po.

Determinación del día de la semana para recibir el primer preéstamo de acuerdo al cupo disponible.

2. Introducción a la capacitación e introducción a la im portancia y necesidad de llevar algún sistema de cuentas en los negocios.

El producto esperado por la participación de los grupos en las tres reuniones planteadas, es un grupo sólido, concien te e informado tanto de los beneficios como de las obliga ciones del programa y con una buena actitud en cuanto a su estabilidad y permanencia en el programa.

2.2.1.4 Encuesta socio económica de Entrada

Después de las tres reuniones de orientación e información es aplicada en la sede de la institución y de una forma ob jetiva, eliminando el caracter de paternalismo, pero dentro de un ambiente de familiaridad.

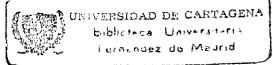
Los datos deben ser verificados posteriormente en el sitio de trabajo del solicicitante por medio de una visita intem pestiva del asesor.

Esta encuesta de entrada tiene como objetivo:

Determinar la necesidad real del capital de trabajo

Determinar períodos de rotación del capital de trabajo

Determinar la capacidad de pago del solicitante



Recoger datos de base para el proceso de evaluación Proyectar necesidades y programar actividades del programa.

2.2.1.5 Entrega de Créditos

Después de la tercera reunión, y con base en losdatos de la encuesta socioeconómica de entrada, la comprobación de éstos por la visita del asesor, la solicitud de crédito di ligenciada, y las reuniones previas realizads (asesor-gru po), se reúne el comité de crédito con el objeto de anali zar, estudiar y aprobar o no los montos solicitados.

Se procura que para la entrega dle primer crédito (primario), el tiempo transcurrido entre el primer contacto del usuario con la institución y el desembolso, no sea más de tree sema nas.

2.2.1.6 Seguimiento

0

El seguimiento se hace con relación a las actividades econó micas facilitando el intercambio de experiencias entre los miembros de los grupos en cuanto a compras, ventas, aplica ción del crédito.

Este proceso posibilita la ayuda entre los micronegociantes

y microproductores. Otro aspecto del seguimiento son las orientaciones impartidas por el asesor sobre que, poco a poco, losusuarios adquieran una visión de su actividad co mo negocio que debe y puede progresar.

El registro de seguimiento ofrece la historia del grupo, pu diéndose constatar su avance y desarrollo.

El seguimiento se realiza en el campo, a través de las vi sitas a los puestos de trabajo, y en las reuniones de gru po.

La visita se realiza preferentemente, una vez se entrega el primer crédito, con el objeto de asesorar y verificar la ejecución.

La planificación de las visitas de seguimiento, tienen en cuenta primordialmente a aquellos grupos que presentan mo rosidad, problemas de cohesión, etc., para ser realizadas más frecuentemente.

2.2.1.7 Reglamento del Fondo de Crédito

1. Los créditos son exclusivamente para invertir en el ne gocio de cada usuario.

2. Los préstamos tendrán lossiguientes montos:

Micronegociantes:

a.	Ambulantes	\$ 2.000	a	20.000
	•			

b. Estacionarios 2.000 a 40.000

c. Tiendas o colmenas 2.000 a 100.000

Microproductores:

Cualquier actividad \$ 2.000 a 100.000

- 3. Los créditos se hacen al grupo solidario y este es el responsable del mismo.
- 4. Los miembros del grupo afirman un pagaré o letra de cam bio conjunto.
- 5. Los créditos primarios deberán ser aprobados por el co mité de crédito al igual que las renovaciones o no de los gruposque presenten problemas.
- 6. Incremento de los préstamos

Para aumentar el monto de los créditos se deberán cumplir las siguientes condiciones:

- a. Crecimiento del negocio
- b. Cumplimiento enlos pagos
- c. Comportamiento del grupo como tal

El valor de los incrementos son lossigueintes:

- a. Ambulantes hasta \$ 2.000
- b. Estacionarios 5.000
- c. Tienda o colmena 10.000
- d. Microproductor 10.000
- 7. Se cobrarán losintereses vencidos y la tasa será de 3% mensual y tendrá la sigueinte distribución:

Administración 2.25 %

Fondo de Garantía 0.75 %

8. Los rendimientos del Fondo de Crédito para Capital de trabajo se distribuirá cada seis meses en la siguiente forma:

Fondo de Garantía 50 %

Administración del proyecto 50 %

2.2.1.8 Forma de Pago

Micronegociantes:

- a. Los préstamos serán cancelados en un plazo mínimo de quince días y máximo de treinta días.
- b. Los préstamos podrán ser cancelados de la siguiente for ma: Dos cuotas y una cuota.

Microproductor:

- a. Los préstamos serán cancelados en un plazo minimo de un mes y máximo de cuatro meses.
- b. Los préstamos se cancelarán de la siguiente forma:

 Un sólo contado de un mes que incluye capital más intereses

 Dos contados al mes, distribuidos de la siguiente forma:

 En la primera cuota 50% del capital

 En la segunda cuota 50% del capital

 Tres cuotas: Lo pagará de la sigueinte forma:

1 cuota: 15% del crédito más intereses sobre saldo

2 cuota: 15% del crédito más intereses sobre saldo

3 cuota: 70% del crédito más intereses sobre el saldo. Cuatro cuotas: Cada una de 25% mensuales más intereses sobre saldo.

La forma de la cancelación del crédito será escogido por el grupo con el visto bueno del asesor.

2.2.1.9 Refinanciación

Tiene como objetivo la aprobación de un nuevo monto de di nero para la recuperación del negocio o empresas del usua rio en casos comprobados de robo o pérdidas parciales o to tales.

La refinanciación se hace a personas bajo el consentimien to del grupo, hasta por un valor máximo del 50% del crédi to vigente, con los mismos plazoa e intereses.

La diferencia del concepto refinanciación con el concepto prórroga, consiste en que éste último es simplemente un nuevo plazo para cancelar la deuda pendiente con el progra ma.

2.2.2 Ahorro

El ahorro tiene como finalidad básica ayudar en la capita lización del usuario, en cierto período, puede también fun cionar, como fondo, posibilitando crédito a los socios en caso de calamidad doméstica.

2.2.2.1 Fondo de Ahorro

El ahorro se puede depositar conjuntamente con las cuotas de crédito o cuando el usuario lo considere conveniente, cumpliendo con la cantidad estipulada por el programa en cada préstamo. También se podrá depositar cantidades su periores a las establecidas por el programa.

Cada usuario del programa debe participar en el Fondo de Ahorro, de conformidad con la siguiente tabla para la aplicación mensual.

- a. Micronegociante
- b. Microproductores.

TABLA 24.

APLICACION MENSUAL DEL AHORRO PARA MICRONEGOCIANTES

	•			
	VALOR DEL PRESTAMO	VALOR DEL AHORRO		
:	2.000 a 5.000	\$ 400		
_	5.001 a 10.000	600		
_	10.001 a 15.000	800		
0	15.001 a 20.000	1.000		
**	20.001 a 25.000	1.200		
	25.001 a 30.000	1.600		
	30.001 a 35.000	1.800		
	35.001 a 40.000	2.000		
	40.001 a 45.000	2.200		
	45.001 a 50.000	2.400		
0	50.001 a.55.000	2.600		
	55.001 a 60.000	2.800		
	60.001 y más	3.000		

TABLA 25.

APLICACION MENSUAL DEL AHORRO PARA MICROPRODUCTORES

VALOR DEL PRESTAMO	VALOR DEL AHOR	VALOR DEL AHORRO		
2.000 a 10.000	\$ 500			
10.001 a 20.000	800			
20.001 a 30.000	1.100			
30.001 a 40.000	1.300			
40.001 a 50.000	1.600			
50.001 a 60.000	2.000	• •		
60.001 a 70.000	2.500			

2.2.2.2 Retiro de Ahorro

Los retiros de ahorro podrán ser de la siguiente forma:

Normales: a. Es el que el usuario puede realizar cuando el ahorro obligatorio exceda el valor del crédito para ca pital de trabajo.

b. En los casos de ahorro voluntario.

Para cancelar crédito: Son las transferencias del fondo de ahorro al fondo de crédito autorizadas por el usuario y aprobadas por el asesor.

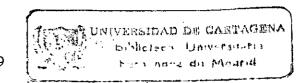
Retiro definitivo del programa: Son las que se producen cuando el usuario deja de pertenecer al programa.

Los retiros normales y definitivos se entregan máximo dos días hábiles después de la solicitud.

2.2.2.3 Crédito del Fondo de Ahorro

Al Usuario se le prestará para:

a. Calamidad doméstica



- b. Reparación y adecuación de equipos
- c. Emergencias del negocio

2.2.2.3.1 Requisitos

Los créditos se podrán realizar a los usuarios de la siguien te forma:

- a. Micronegociantes: Que hallan recibido tres créditos
 y su saldo mínimo ahorrado sea \$2.000
- b. Microproductores: Que hallan recibido dos créditos y tengan un saldo mínimo ahorrado de \$6.000.

2.2.2.3.2 Monto del Crédito

Se otorgará el crédito por un valor equivalente a dos veces su capital ahorrado y no se podrá exceder a \$20.000

2.2.2.3.3 Plazos y Formas de Pago

El plazo máximo para la cancelación del crédito será de tres meses y los préstamos se pagarán de la siguiente forma: 24, 16,12,4; 3 cuotas, las cuales serán escogidas por el usuario y con la aprobación de los asesores del programa.

2.2.2.3.4 Intereses

A los créditos se les cobrará un interés del 1.5 % mensual sobre saldo.

2.2.2.4 Liquidación de Intereses a los Usuarios

A los Usuarios se les liquidarán y pagarán intereses tri mestralmente de conformidad a la reglamentación bancaria.

2.2.2.5 Entrega del Ahorro al Usuario

Cuando un Usuario se retira del programa, recibe su capi tal ahorrado más losintereses si no tiene deudas con el Fondo de Crédito y/o con el Fondo de Ahorro.

2.2.2.6 Renta del Fondo de Ahorro

Los intereses generados por los créditos del Fondo de Ahorro son asignados a la administración del programa.

2.2.3 Capacitación

La capacitación es una de las bases más sólidas para asumir con responsabilidad los créditos (y demás actividades del programa), asegurándose así la cartera. Se busca la forma ción de grupos con el objeto de asumir solidariamente la res ponsabilidad de un crédito, de buscar formas de organización

y ayuda mútua que permitan el crecimiento de sus activida des económicas y mejoren el nivel de vida de sus miembros ésto hace necesaria la existencia de una labor educativa, sistemática y permanente, capaz de apoyar el grupo en su desarrollo, de ofrecer elementos que permitan cumplir de manera eficiente con sus objetivos y encontrar la forma más adecuada para su organización interna y superación de sus problemas. En otras palabras, la cooperación y soli daridad que se exige del grupo (crédito solidario) será más efectiva y alcanzará nuevos niveles (formación de aso ciaciones) si está acompañada de una labor educativa basa da en una concepción pedagogica que haga énfasis en la participación, incorpore las experiencias vividas por los miembros del grupo y fomente la solidaridad.

La capacitación debe desarrollarse paralelaemnte en dos sentidos: el primero afianzando en los grupos los valo res de cooperación, solidaridad y ayuda mútua, y el se gundo desarrollando temas que le permitan a los usuarios un mayor control de sus actividades empresariales, tales como cuentas, costos, ventas, finanzas, etc.

2.2.3.1 Asistencia Técnica

El programa desarrolla la labor de asistencia técnica a través de la asesoría que se le presta a los usuarios,

con el fin de encaminar al usuario a una aplicación de la capacitación técnica empresarial. Por eso luego, del otor gamiento del crédito se realiza una verificación de la in versión propuesta por el microempresario, ayudando a realizar los ajustes necesarios para una mayor eficacia de la inversión.

2.2.3.2 Organización

52602

La metodología de grupos solidarios implica un proceso cre ciente de socialización (desarrollo del sentimiento colec tivo-de-la solidaridad social y del espíritu de cooperación de los individuos asociados) y de participación de los usua rios. Inicialmente la persona es motivada para participar en un pequeño grupo. A este nivel asume compromisos y res ponsabilidades; luego debe participar de reuniones con va rios grupos, analizar sus problemas comunes y desarrollar su capacidad de cooperación a través de la capacitación.

Seguidamente empieza a participar el grupo en asambleas ge nerales con todos los demás usuarios, o en asambleas por rama de actividad según el caso, adquiere el sentimiento de pertencia en movimiento y a su ideología, lo cual inci de en el progreso individual, la ayuda mútua y la respon sabilidad para con el programa. En esta etapa toma mayor conciencia de sus necesidades y plantean iniciativas y for

mas de organización. La solución (para el programa y para los usuarios) está en ampliar y profundizar su propia participación en actividades del programa, transfiriendo para ellos el mayor número de responsabilidad posibles.

Además, se le hace un seguimiento a la empresa, a travésde la evolución y orientación en el desarrollo de sus ac
tividades productivas y comerciales, y orientación de sus
necesidades. La asistencia, es pués un componente básico
para la consecución de los fines del programa, ya que me
diante esta se puede lograr una mejor marcha en todas sus
actividades.

3. IMPACTO SOCIAL

El análisis de la información recolectada, que permitirá evaluar el impacto social y el impacto económico, del programa de generación de ingresos se hará comparándola con la recolectada en los dos cortes anteriores efectuados a éste, el primero de ellos fué realizado en el mes de Junio de 1986 y el 20. en el mes de Diciembre de 1986.

A Junio 30 de 1987, fecha de corte para efectos de evalua ción, el programa presenta un total de 412 usuarios acti vos, se identificaron individualmente un total de 377, al no incluirse a aquellos grupos que al momento del corte se encontraban morosos y lo más seguro era que no iban a con tinuar en el programa.

Establecido el universo en 377 usuarios, observamos las siguientes características:

Sexo: 179 hombres

198 Mujeres

Actividad:

245 micronegociantes

132 microproductores

Antigüedad: 0 a 6 meses =

 $6 \ a \ 12 \ meses = 61$

12 y más =

Se presentará un análisis comparativo observando, tanto cua litativa como cuantitativamente las características presen tadas por los usuarios, de acuerdo a su antigüedad en el programa, a su actividad y al sexo, que permita determinar el impacto social y económico del programa en sus usuarios.

MESES	0	a 6			6	a 12		12 y más			
ACTIVIDAD	MIC	RONEG.	MICE	ROPR.	MIC	RONEG.	MICROPR.	MICRONEG.	MI	CROF	. TOTAL
SEXO UNIVERSO MUESTRA	M 48 24	F 44 22	M 38 19	F 29 14	M 28 13	F 40 20	M F 25 32 12 16	M F 39 46 19 22	M 1	F 7 3	377 185

Para efectos de evaluación del programa de generación se efectúan cortes semestrales, en el primer corte realizado en Julio de 1986 se clasificó a los usuarios entre 3grupos o categorías de acuerdo a su antigüedad en el programa, así: De O a 6 meses, de 6 a 12 meses y de 12 meses y más.

200

En esta ocasión la información recolectada fué consignada en la primera columna o momento 1 (M1) para cada uno de los grupos.

En el segundo corte efectuado en Diciembre de 1986, la in formación fué consignada en la segunda columna o momento2 (M2), para los usuarios que participaron en el corte ante rior, pasando los de O a 6 a la categoría de 6 a 12 y los de 6 a 12 a la categoría de 12 y más. La categoría de O a 6 para æsa ocasión estuvo conformada por las personas que ingresaron al programa del mes de Junio de 1986 a Di ciembre de 1986.

En este tercer corte la información la información es con signada de la siguiente manera.

-Momento 1 (M 1): Los usuarios que hicieron sus ingresos al programa de Enero de 1987 a Junio de 1987 o sea de O a 6 meses de antigüedad.

-Momento 2 (M 2): Los usuarios que en el segundo corte estaban ubicados en la categoría de 0 a 6 meses. Y ahora lo están en la de 6 a 12 meses.

Momento 3 (M3): Los usuarios que en el segundo corte es taban en la categoría de 6 a 12 meses , más aquellos ubi cados en la categoría de 12 y más, que siguen ubicados en esta al no existir otra que permita reubicarlos.

Dentro de los objetivos sociales del programa de generación de ingresos se establecen lossiguientes:

- a: Fomentar el nivel de socialización de los trabajadores independientes.
- b. Obtener mayor cohesión en losgrupos solidarios e ini ciar un proceso de cooperación y solidaridad, apoydo por una labor educativa.

Se pretende con el análisis de las variables que están re lacionadas directamente con estos objetivos, evaluar en que medida, el programa ha contribuido al cumplimiento de éstos.

PARTICIPACION COMUNITARIA

3.1.1 Participación en Proyectos Comunales

Como se puede apreciar en el Cuadr 1. existe la tenden cia de los usuarios del programa a no participar en pro yectos comunales, reflejado en el primer corte con un 89. 42 %, en el segundo con un 90.44 %, y en el tercero con un 94.05 % de ususarios que no participan en la realiza ción de proyectos comunales, tales como arreglo de vias, campañas de arborización y campañas de salud.

La participación en estos proyectos decreció en 1.02 % del primero al segundo corte y en 3.61 % del segundo al terce ro, lo que significa un decrecimiento progresivo de la vin culación de los usuarios, a estas actividades.

Cabe destacar que del 5.95 % que si participaron en este corte, el 2.7 % está constituido por micronegociantes hom bres, de los cuales la mayoría están ubicados en la catego ría de 12 y más.

Todo lo anterior conlleva a pensar que este es un fiel refle jo de lo que existe en estas comunidades con características subnormales, en donde es visible la falta de deseos de mejo las condiciones del barrio en que viven.

CUADRO 1.

Ø

PARTICIPACION EN PROYECTOS COMUNALES

-			ā	1	T	,	1 🕔	7
. á	ь.	! 	10.58	9.56	5.95	89.42	90,44	٥
	tejo	ΣΙ	11	15	11	. 93	142	174
	pro	드	,	7	3	9	20	99
a1	Micropro- ductor	W	i	2	.2	2	15	30
Sub-total	Microne- Micropi Rociante ductor	لبر	_	2	F	67		63
ર્જ	Micr	W	7	7	5	٤١/	97	51
	pro-	Ī	j	1	1	67	, -	3
âs	Micro	М	-	1	1	-	1	1
12 y más	nego-	Ь	3	ı	-	00	14	21
12	Micronego-Micropro-	M	J	3	Ն	14	10	16
	pro-	낸	-	-	3	2	2	13
2	Microp ductor	М	!		. 1	2	_	12
a 12	lego-	ᅜ	2	1	-	14	20	20
9 .	Micronego- Micropro- ciante. ductor	M	Ι	3	-	ις	14	12
		Ľι	i	3	1	₽	17	14
	Microproductor.	М	1	т-1	2	ı	15	17
0 a 6	-ogəı	H	2		1	20	27	22
0	Micronego-Micropro- ciante. ductor.	М	7			24	22	23
		sexo						
		corte	7	2	3	1	2	3.
MESES	ACTIVIDAD	Participa		SI			NO N	

A nivel social uno de los problemas detectados desde el inicio del programa, fué la baja motivación hacia el de sarrollo de la comunidad, representado en la baja partici pación en las actividades comunitarias.

Esto llevó al programa a fijarse un objetivo específico dentro de programa de capacitación, el cual fue:

Contribuir a desarrollar la capacidad de los grupos soli darios, para incidir en la vida de sus comunidades y esti mular su desarrollo.

Se introdujeron entonces dentro de la capacitación elemen tos que contrarrestarán este fenómeno. En el logro de es te objetivo se ha encontrado el obstáculo de la prolifera ción de movimientos políticos, que han viciado la partici pación espontánea de los moradores de estas comunidades.

3.1.2 Vinculación a Organizaciones Comunitarias

Este tema refleja una âlta tasa de usuarios que no perte necen a ningún tipo de organización, aunque del primero al segundo corte este porcentaje disminuyó en un 11.41 % del segundo al tercer corte vuelve a incrementarse en un 4.5%, este incremento es motivado esencialmente por la disminución

CUADRO 2.

VINCULACION A ORGANIZACIONES COMUNITARIAS

•	-	₽%		7,69	19.10	14.60	92,31	80.90	85.40
•	Tot	al		. ∞	30	27	96	127	158
•		opro or.	ഥ	1	10	10	9	14	23
	tal	Micropro ductor.	Σ	,	3	9	2	14	23
	Suķ-total	1 ()	ޱ4	5	11	2	77	52	62
	Su	Microne gociant	М	£ ,	9;	9	77	25	50
		opro or	ഥ	_	ı	ı	3	2	3
	más	-Microne-Micropro gocianteductor	W	_	1	·4:	I .	I	1 ;
	Ą	one- ante	고	7	3	1	2	11	21
	12	-Micr goci	М.	Ţ	ı	3	13	13	16
		ro	-	1	2	8	2	- !	- 8
	2	Microp ductor	M	1	_	1	2	1	11
	a 1	icrone- ociante	Ħ	I	8	_	15	13	20
	9		Ψ	-	3	1	5	14	12
	an Astronomy	Microne- Micro- M gociante product g	<u>Г</u> ч	1	8	2	1	12	12
	9	Micro- produc	M	ı	2	8	ı	14	11
	СÜ	one- ante	F.	ĭ	1		22	28	21
	0	Microne- gociante	M	2	3	2	26	20	22
			sexo corte	1	. 2	က	, 	2	3
	MESES	Actividad	Vinculación		SI			NO	

D DE CARTAGENA
Universitaria
La on Maurid

presentada en la participación de las mujeres micronego ciantes a la vinculación de organizaciones, las cuales de un 7.00 % en el segundo corte pasaron a un 1.08 %.

Otro aspecto importante es que del 14.60 % de usuarios que respondieron si un 10.27 % corresponde a microproduc tores (tanto hombres como mujeres) y un 3.24 % a microne gociantes hombres, los cuales pertenecen a organizaciones tales como ASOMEBOL (Asociación de Microempresarios de Bolívar), AMECAR (Asociación de Microempresarios de Cartage na), ACONBOL (Asociación de Confeccionistas de Bolívar), ASADECAR (Asociación de Sastres de Cartagena), La Asocia ción de Tenderos de la Zona Sur Oriental, cuyos tenderos participan en el programa social de Colombia del I.C.B.F. sirviéndoles de proveedor a los hogares de las madres comunitarias.

3.2 PARTICIPACION EN EL PROGRAMA

3.2.1 Participación en Organización de Grupos Solidarios

Uno de los aspectos que contribuyen al crecimiento constan te del programa de generación de ingresos, es la autopromo ción.

La auto promoción es realizada por los usuarios del programa

CUADRO 3.

P ARTICIPACION EN ORGANIZACION DE GRUPOS SOLIDARIOS

				·				-				i	,			-	•		,
MESES		0 a	a 6	,		9,	6 a 12			12	12 y más			Sub	Sub total	-		ΥΓ	ь«
ACTIVIDAD		Microne ciante	Micronego Micropro- ciante ductor	Microp; ductor	pro-	Microne- Rociante		Micropro-	pro-	Micr goci	Microne- gociante	Micropro ductor	opro or	Micronego Micropro ciante ductor	nego e	Micro	pro	TOT	
PARTICIPAN	sexo	M.	[ī-	W	দ.	М	뇬	M		M	ഥ	М	F.	М	Į.	М	댼		-
	-	2	٣	1	1	2	5	1	I	5	5	I	ı	12.	13	1	ľ	25	24.03
IS	2	1.2	6	7	7	7	11	1 1	-	6	9	1		28	16	∞	8	70	44.58
	3	. 7	2	2	4	7	9	3	8		14		_	22	22	15	2	Ę	32.08
		23	19	1	1	3	11	2	2	6	9	1	m	35	36	7	g	7.67	75.97
ON	2	11.	19	6	13	10	10	i	2	7	00	i		25	37	0	16.	87	55.42
	3	20	20	17	10	9	14	6	8	8	8	1	3	34	42	27	21	124	67.02
	A																		

0

. .

mediante la motivación que éstos hacen a sus familiares y amigos para que se vinculen al programa.

En estos puntos se observa en el primer corte, una parti cipación del 24.03 %, incrementándose en forma general en el segundo corte en un 20.55 %, para un total de 44.58 % En este tercer corte, este porcentaje disminuye en un 11.6 % con respecto al segundo, lo que demuestra una actitud inestable de las personas en la organización de grupos so lidarios, aunque estas cifras no son del todo desalentado ras, se hace necesario una mayor predisposición de los usuarios a promocionar el programa, lo cual conllevaría a ampliar la cobertura de éste.

3.2.2. Aplicación de la Capacitación

Es la capacitación uno de los aspectos más importantes, para asumir conciencia, responsabilidad y compromiso los créditos para capital de trabajo.

Por medios de esta se buscan formas de organización y ayu da mútua que permiten el desarrollo socio-económico de los usuarios del programa.

Este componente del programa ha presentado por lo general

CUADRO 4.

0

0

APLICACION DE LA CAPACITACION

	%			90.38	76.43	92.43	9,62	23.57	7 50
		JATO	L	76	120	171	10	37	
		pro-	더	5	19	31	1	7	2
	tal	Micropro- ductor.	Σ	2	7	29	l	11	3
	Sub-total	Microne- gociante	ĹŢ	97	67	58	3	14.	9
	Sı		M	41	95	53	9	7	3
		Micropro- ductor	দ	2	. 2	3	Ţ	l	1
	más	Micropi	Z	1		1-1	١٠ -	1	1
	12 y más	Microne- gociante	بتا.	10	1	22	1	3	-
	1	Micr goci	M	13	11	19	1	2	1
_		ro-	F	2	11	15		1	
	1.2	Micropro- ductor	M	2	1	6	1	-	3
	a 1		· [五	16	18	15	ı	3	5
	9	Microne- gociante	M	5.	17	11	J	ı	7
		opro r.	ഥ	1	16	13	_	4	i
		Microne- Micro gociante ductor.	М	i	5	19	1	11	ì
	0 a 6	one- ante	ĮŦį	20	20	21	2	8	.
٠	0	Microne- Micropro gociante ductor.	Ж	23	18	23	2	2	,1
			Sexo						
	·	Q	orte		2	3	1	2	3
	S	ACTIVIDAD		-	!				
-	MESES	ACTI	APLICACION		SI		<u>.</u>	S	
J			1			ı			1

resultados favorables en cada uno de los cortes, en el pri mer corte un alto porcentaje 90.38 %, de los usuarios apli caban la capacitación en sus empresas y con sus compañeros de grupo.

En el segundo corte se presenta una disminución, con respec to al primero de 13.95 %., dando como resultado un 76.43 % de usuarios que si aplicaban la capacitación.

En el tercer corte se observa un aumento del 16 % con res pecto al segundo, para un total de 92.43 %. Todo lo ante rior demuestra la importancia de este componente del pro grama. Esta situación se refleja también en el porcentaje de personas que llevan sistemas de cuentas, puesto que la tendencia es ascendente de corte en corte, acercándose al 50 % (Ver Cuadro 24).

3.3: NIVEL DE VIDA

Para medir el nivel de vida de las unidades familiares, be neficiarias del programa, se utilizan indicadores que po nen de manifiesto los cambios reales que han tenido estas unidades durante su permanencia en el programa.

En el Cuadro 6, se observa que los usuarios encuestados en el primer corte de estudio, 85.57 % manifestaron mejoras

en el nivel de vida de loscuales 79.80 % eran micronego ciantes, y 5.77 %, microproductores. De 88 Micronegocian tes (Hombres y Mujeres), muestrados en el primer corte, 73 que representan el 82.95 %, revelaron haber evolucio nado en su nivel de vida, mientras que en los microproduc tores, este incremento en el nivel de vida era del 40% con respecto del total de ellos.

Este cambio en el nivel de vida de los micronegociantes, fué debido básicamente a que la gran mayoría de ellos con siguieron generar ingresos en su negocio que les permitie ra alcanzar una mejor forma de alimentarse y de obtener muebles y enseres para sus viviendas, como también el me joramiento de éstas.

En el segundo corte de los encuestados, un 95.08 % decla ró haber mejorado su nivel de vida, lo que significa un incremento con respecto al primer corte del 12.51 % y un porcentaje de casi la totalidad de la muestra, determinan do básicamente por un cambio en la alimentación, de este corte con respecto al anterior, alcanzando niveles de 93.63 % (Ver Cuadro 5.).

En este corte el 50.40 % afirmó haber mejorado la vivienda presentandose un incremento de 5.95 % con respecto al anterior (Cuadro 70).

CUADRO 5.

MEJORA EN LA ALIMENTACION

		·		T.	<u></u>	<u> </u>] -]_		T		
		₽4	2.	70 0	93.63	4	224#	6.37	0.54	5.76		1
		JAT	OL	7.5	147	γά.	23	10		9		
		ro ucto	Ŧ	1	22	19	2	2	ı	2	1	1
		Micro product.	Æ		17	13	1	1	-		 	- - -
	Sub-Total	Microne	[24	07	59	41	7	4	1	2	1	
	Sub-	Microne	E	33	49	32	13	7	-	I	1	-1
.]		Micropro	ĮΉ	ı	2	3	2	1	ı	1	ı	1
	S1	Microp	Σ	,		p-i4	ı	ı	ı	Ţ	-	1
	12 y más	Microne	ĹΉ	6	14	22	2		ŧ		ı	L
	17	Microne	Σ	12	11	19	2	7	1	-	1	1
		opro	[II.	1	•	16	1	1	_	J	I	1
	12	Micropro ductor	Σ		1	12	1	I	1	-	1	-
	6 a 12	nego	T.	15	20	19	_	ı	-1	1	1	1
		Micropro Micronego ductor ciante	Σ	7	17	13	П	-	-	ı	ı	J
		opro		-	19	14	-	1	ı	1	ī	ı
	9	Microp) ductor	J W	1	16	19	l	_	I	ı	ł	1
	ದ	Micronego ciante	F	16	25	22	7	3	_	2	-	. 1
	0	Micre	M	17	21	24	10	2	_	1	1	_
ſ			sexo	-								
			corte	1	2	ന		2	3	1	7	3
		ACTIVIDAD		1			i				,	-
	MESES	ACT.1	MEJORO								IGUA1	
			WE,		SI			NO	300 114 paras (114)		ICI	
L												

En este tercer corte el porcentaje de personas encuesta das que declararon haber mejorado su nivel de vida, dismi nuyó con respecto al segundo corte en un 11.06,% aunque al canzó un nivel superior al obtenido en el primer corte (Cuadro 6))

Este incremento en el nivel de vida está determinado, más que todo, por una mejora en la alimentación, ya que el 99. 46 % del total de la muestra manifestaron haber consegui do con mayor facilidad una forma superior de alimentarse desde que pertenecen al programa.

Otro indicador importante para medir el nivel de vida de los usuarios es la vivienda, teniendo que ver directamen te tanto si son propietarios o no, como si han efectuado algunas mejoras a esta.

Se observa en el Cuadro 7, que el porcentaje de usuarios que posee vivienda propia, se encuentra en niveles supe riores al 80 % en los tres cortes, aunque en su mayoría no tienen legalizada la tenencia de la tierra.

En este cuadro también se observa, que del 82.70 de perso nas que poseen viviendas sólo un 39.22 % han efectuado me joras a éstas, lo que indica que la mayoría de los ingre

0

CUDRO 6.

MEJORA DEL NIVEL DE VIDA

,		84		85.58	98.08	87 02	14.42	1.92	12 98
•		JATOI		80	157	161	15	3	2.6
) Ict.	ĪΨ	5	24	21			2
	tal	Micronego Micro ciante product	M	1	17	25	1	1	7 .
•	Sub -Total	onego te	[±4	44	63	54	ī	6	10
	Sul		M	39	20	51	8	1	2
		Micropro ductot	Ţ	2	2	3	1	-	-
	más		M	_	I	1	1	#	1
	уш	Microne gociante	댼	11	14	22	ı	-	-,
	12	Microne gociante	М	13	13	19	1	1	1
		opro or	F	2	2	16	I		; 1
	12	Micropro ductor	М	1	ł	12	1	_	-
	а	e ogau	দ	15	21	20	1	1	
	9	Micronego ciante	Æ	7	17	13	1	1	i
		opro or	F	-	20	12.	1		2
	9	Micropro ductor	W	J	16	12	-	—	7
	0 a	nego e	Ţ	18	28	12	7	જ	10
	0	Micronego ciante	Σ	22	20	19	9	_	2 :
			sexo	-	. 2	3	-	2	3
	MESES	ACTIVIDAD	VIVE MEJOR		IS	1		Ç	OM.

CUADRO 7.

TENENCIA Y MEJORA DE LA VIVIENDA

MESES		0	в 6			9	a 12	~		12	12 y más			Sub	Sub total		·		:
ACTIVIDAD		Microne ciante	085	Micropro ductor		Micronego ciante	nego	Micropro ductor	pro	Micron	Micronego	Micropro ductor	ļ	Microne- gociante	-	Micropro ductor	oro	tal	5 %
VIVIENDA	sexo corte	М	[1-4	W.	ᄕᅺ	M	ű.	M	[IL	Σ	[Ex.	M		Ψ	Ŀ	×	Ŀ	οΤ	
	1	2	.3	_	-	2	2	-			2	1	-	řι	57	 	†		10 / 61
ALQUIDADA	2	5	4	7	3	2	2	1	 1-	2	,	-				9	4	9 6	19.10
	3	2	3	7	. 2	·	I.	3	-6-	3	3			11	ص	6	9	# £	17.30
-		25	19	1	-	3.	14	-)	13	6		2	42	42		5	6	
PROPIA	2	18	24	-	17.	15	16	ı	2	11	12	ľ	1	77	52	11	20	127	80 00
	3	19	19	14	12	10	20	-6	13	16	19	i	2	45	82	23	27	153	
		11	7	l	ı	2	8	Ţ	1	7	3	ı	2	20	16	_		UV	44.45
SI LA HA	2	2	14	5	7	9	6	_	2	7	80	1		<u>~</u>	2.	5	10	99	50.40
MEJORADO	3	, 9	2	2	3	7	11.	5	7	6	6	_	2	22	22	7	11	09	39,22
		15	14	1	П	1	9	-	-	9	9	1	-	22	26	,	2	50	55.55
NO LA HA	2	13	10	9	10	6	7.	I	. 1	7	4	ı	1	26	21	9	10	73	49.60
MEJUKADO	3	13	17	12	6	3	6	4	6	7	10		-	23	36	16	18	93	60.78
									-										

CUADRO 8.

RAZONES PARA MEJORA DEL NIVEL DE VID

	ar Vi	ъч		84.61	91	100	9.61	19.7	19.81	8,65	1528	15.00	1	3.82	4.71
	-	JATO	\mathbf{I}	88	144	161	10	31	21	6	24	16	1 -	9	. 5
		pro-	ᅜ	5	18	19	ean	10	7	1	2	3	1	4	4
		Micropro ductor	M		17	13	1	<u>,</u> 1	1	1	4	1	1	I	_
	Sub- Total	oné- ante	Т ч	44	61	35	5	14	10	5	8	10	1	2	-
	-qnS	Microné- gociante	×	38	48	32	ربغ	, 7	4	7	2	3	1	1	1
		pro	ĒΞΙ	2	1	3	1	1	ŀ	1		1	ı	î	l ——
	. Rò	Micropro ductor	Œ	i	Ţ		1	ľ	t	1		1	1	1	1
	y más	ne- intè	Œ	10	14	22	2	ო	0	_	8	10			
	12	Microne- gociantė	М	13	10	19	ζþ		7	_	-	3	1	1	
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	pro- r	딘	2	1	16		-				-67			7
	12.4	Micropro ductor	M		ı	12	1	- -	1	,			1	1	_
ĺ	Ø		[L	15	20	20	6	5	ı	,	,	<u></u>	,		
		Micronego cianter	W	7	17	13	H.	7		-	·	1		- 	
-		opro	伍	-	16	12	1	6	1		٠,	1-		3	1
	абба	Micronego- Micropro ciante ductor	М	1	16	12	,				,	1		1	,
		nego- e	ᡏ᠇	19	27	12	_	ی ا	, ,	,	, ,	1	'		1
	0	Micron	W	21	21	19	7	2	1 1	٠	٠ ،	1			
			sexo	-	2	3			3	-		3		2	rn.
	MESES	ACTINIDAD	RAZON		MAS INGRESO	EN EL NEGOCIO		MAS INGRESO	FAMILIAR		INGRESO	NEGOCIO		INGRESO	FAMILIAR

sos que generan lo canalizan hacia la alimentación o lo reinvierten en su actividad comercial o productiva.

En términos generales podemos decir que las unidades fa miliares beneficiarias del programa, están caracterizadas por un nivel de vida próximo al de subsistencia, que lo hacen notorio, sus bajos ingresos, el gran porcentaje del presupuesto dedicado a gastos de alimentación, en la mayo ría de los casos, las precarias condiciones de vivienda y los bajos niveles de educación.

Pese a no existir las mejores condiciones para esta acti vidad y a la situación de crísis del país, se ha presenta do cierto mejoramiento en el nivel de vida de casi la to talidad de las personas usuarias del programa.

3.4 SOLIDARIDAD

La labor educativa del programa llevada a cabo mediante la capacitación socio empresarial, se evidencia en algunos cambios de actitud presentados por los usuarios en las relaciones en su grupo.

Existen algunos indicadores que nos permiten saber, en que medida, este componente del programa está contribuyendo a

a una mejor predisposición del usuario tanto para con su grupo como para con el programa.

3.4.1 Apoyo en el Pago de Cuotas

Los cambios tanto personales como grupales se reflejan en última instancia en el negocio, es por ésto que el apoyo en el pago de cuotas, refleja la cooperación económica que se puede dar entre los miembros de un grupo. Si ob servamos el Cuadro 9, nos damos cuenta que en lostres cor tes, la mayoría de los usuarios apoyan a sus compañeros en el pago de cuotas, ya que en una escala de calificaciones de la 5, la gran mayoría o sea el 91.35 % manifestó ha ber apoyado, por lo menos alguna vez, a un compañero en el pago de cuotas. Esta situación aunque denota por un lado un alto grado de problemas económicos en los grupos, nos sirven para concluir que si se está aplicando la capacita ción en lo que respecta al apoyo en el pago de cuotas.

3.4.2 Ayuda Mutua

Cuando se analiza el Cuadro 10, también se observa que los usuarios del programa en su gran mayoría más del 80 % en el primer y segundo corte y más del 90 % en el tercero, evidencia una gran inclinación a ayudarse mutuamente, lo

TX

CUADRO 9.

APOYO EN PAGO DE CUOTAS SEGUN TIEMPO EN EL PROGRAMA

		Ьч	,	7.30	١.	• •	80	10.83	5.40	19,23	1,66	3.80	6.53	47.13	1 1	7 11		1.35
			_	-	1 13	<u> </u>	4.				2	7	3		7 36	3 7.9		
	· .	JAT	OΨ	18	21	9	5	17	10	20	34		. 38	7.4	_	23	11	2
		Micropro- ductor	FI		∞	2		1	2	1	2	15	3	12	11	3	 1	3
	ta1	Microp	Σ	-	4	П	ŀ	Н	2	-	3	17	1	6	6		i	3
	Sub-Total	me- inte	[도 ₄	σ	9	7	2	6	3	6	18	25	18	25	26	12	. 2	œ
	S	Microne- gociante	М	. 6	3	F	Ġ	9	3	11	11	77	16	28	2.1	8	5	7
			된	1	ı	ı	_	1	-	ı	t	1	1	1	2	3	1	ļ
	ري ب	Micropro- ductor	Σ	1:	-	ļ		ı	ı	ı	1	_	ı	1	1	ŀ	_	ı
	y más	ne- nte	F	2	7	·I	1	9	3	_	5	1	2	1	15	9	1	2
	12	Microne- gociante	М	1		1	_	1		77	9	4	ıl i	4	12	7	2	-
_		pro r	- H		T	2		·	2	, — ! —	1	3	2	1	9	ı		
		Micropro ductor	M			1	l		2	1	ļ	- 1	Ţ		8	1	_	-
	12				3		H	<u>.</u>		5	5	7	7	9	11	3	3	1
	a	Microne- gociante	드					2	2	3	2	-	1	11	6	1	1	н
-			M	l	1	1	_											
		Micropro- ductor	Tr.	1.	7	1	'	1	ł	1.	7	11	1	10	-	1		3
			М	I	4	ı	1	-	!	1	3	16	1	8	1	ı	1	3
	a 6	Micronego- ciante	দ	9	2	1	١	2	ı	4	∞	17	6	15	ı	3	1	5
	0	Micron ciante	M	ω	Ţ	1	Э	7		7	ო	19	.10	13	l	3	2	5
<u> </u>			sexo		2	3	1	2	3	-	2	3	1	2	3	ī	2	3
	MESES	ACTIVIDAD	CALIFICACION		1			2			ď			7			٠.	

San Jan

3

CUADRO 10

AYUDA MUTUA

									-										
MESES		0	a 6			9	a 12			.12	y mās	m		Sub-Total	otal				
ACTIVIDAD	(Micronego-	nego-	Micropro- ductor	pro-	Micronego ciante	ego	Mictopro-		Micronego ciante		Micropro- ductor	ro-	MICRO-Ne gociante		Micropro ductor	pro-	JAT	ъ.
CALIFICACION	corte sexo	Σ	ഥ	N.	ļ <u>r</u>	M	ഥ	М	ĒT4	М	£r.	M	īz.	Ж	-	M	F	OT	
		5	3.	ı	1	1	ı	1	1		1		2	ŔĊ	7	1	2	1.2	11,53
	2		ri	4	4	1	2			2	Ţ	1	Į.	2	4	4	5	15	9.55
	3	1	-	_	1	1	1	1	I-	i	1	1	ı			1	ı	2	1 08
	1	3	2	_	1	1	-1	-1		-	-	ı	ŀ	4	4]		X	7.69
2	2	7		ı	. 2	7	, I ·	ı	⊣ ı—	-	1	7	Ţ	9	2		33	12	7.64
	3	18	12	6	9	2	ı	2	÷2-	2	2	1	Н	4	2	2	3	11	5,95
	Ţ,	5	12	l	1	2	9	1	1	5	1	9	_	12	19	į.	·	31	29.80
m	2	5	11	7	F.	2	7	_		5	7	ı	1	12	25	4	3	77	28.02
	3	18	1.2	9	9	¥⊷	9	1	_ 4	4	7	1.	2.	23	22	6	12	99	35.67
	1	12	3	۱		1	9	1	-2	5	2	I	ĵ	18	1.1	-	Ю	33	46.51
~	2	11	13	8	1.2	12	1.0	- 1		4	3		l	2.7	26	. 8	12	73	4.6 5]
J	3	1	١	, 13 10 1	ľ	6	12	8	-6	12	14		ı	21	26	6	9 6	.65	35.14
		3	2	: 	i	2	3	× 1]-	3	9	ı		œ	11	Į.	•	20	19, 23
ı	2	3	2	ţ		П	2	1		2	2	ı	ı	9	9	· -1		1.3	8.28
	3	9	10	10	80	,		.	- 	1	2	ı	-	8	13	11	6	4.1	22.16
	prodykanski filozika i prajetičkom prijetičkom								,-										

lo que demuestra el alto grado de compañerismo existente entre ellos.

3.4.3 Actividad en el Programa

En lo que tiene que ver con la actividad de éstos en el programa se observa (Cuadro 10) que la gran mayoría más de un 80% en el primer corte y más de un 90 % en el segun do y tercero, son activos en elprograma, o sea que mante niendo una actitud positiva, en lo que respecta al desarro llo de todos los componentes del programa.

3.4.4 Compras en Conjunto

Las actividades de compras en conjunto se han tornado en una tarea bastante difícil de realizar por los usuarios, a pesar de ser uno de los objetivos principales de la aso ciación de tenderos de la zona sur oriental de Cartagena.

El bajo porcentaje de usuarios, que realizan compras con juntas está constituido por pequeños grupos que, de mane ra espontánea y por una necesidad de momento, se organizan para efectuar sus compras, no siendo el resultado de una actividad planificada de compras. (Cuadro 11).

CUADRO 11.

ACTIVOS EN EL PROGRAMA

	-		65	ı	90	53	36	7.0	29	13	90		. 5	0.5	38	20.4	09	
	P6		8		1.	11	9	2.	43	47	4.1	16	, ,	34	1.5	3.	2.1	
	JAT0	L	6	ı	2	12	10	5	45	7.4	76	66	89	63	16	C.	39	
	pro	F	1	1	1	1	2	-	3	10	12	3	12	1	-	ì	6	
	Micropro ductor	М	1	1	,	_	2	1	_	6	8	Ţ	6	10	1	ı	13	
Sub-Total	nego e		4	1		8	7	3	24:	3.5	28	7	23	21	9		11	
Sub	Micronego ciante	М	7	_	1	7	2	1	18	23	28	IΙ	24	.21	10	7	9	
	ro	F	ı	ı	J	1	.1	ı	1	· 	2	2	2	1		1	4	
ß	Microp	М	ı	ı		_	1	_	l	H	ŀ	. 1	ŀ	1	_	1	1	
y más	nego e	ĹΤι	1	-	1	1	ľ	2	3	8	8	3	7	6	3	1	2	
12	Micronego ciante	М	I	1		7	-	1	4	7	5	1	3	12		, 3	$\overline{}$	
	- I	F	1	-	1		 I	- }	- 1	-2	÷Ω:	- ↓	-1	10	-!-		-ı-	<u> </u>
	Micropro ductor	М	,	ı		1	ı	1	ı	ı		1	ŀ	6	- 1	_	-	
1 12	ego	F		ŀ	-	4	F-T	1	7	12	7	2	8	12	2	1	1	
б в	Micronego ciante	М	1	I	1	-	1	ļ	2	7	4	3	8	6	1	1	1	
	-	[Ľ	1	1	1	-	2	ı	1	∞	5	1	10	1	ı	ı	6	
	Micropro ductor	М	1	J	1	_	2	1	ı	5	7	ı	6	ı	1	l	12	
a, 6	l	ഥ	2	_	1	3	2	1	14	1.5	13	2	11	-	1	ı	6	
0	Micronego- ciante	w.	7	_	ı	2	1	1	12	6	19	7	13	1	3		5	
		sexo	1	2	3	7	2	3	1	2	3	€-4	2	3	1	2		
MESES	ACTIVIDAD	CALIFICACION					2			3			7			IJ	'n	

CUADRO 12.

COMPRAS CONJUNTAS

									İ										
. MESES	-	O	0 a	9			a 12			12	y más			Sub.	Sub-Total	H		J	<u> </u>
ACTIVIDAD	D	Micron ciante	Micronego ciante	Microps ductor	Micropro ductor	Microne- Rociante	one- inte	Micropro ductor	prio r	Micronego		Micropro ductor	6	Microne gociante	d)	Micropro ductor	pro	ATOT	₽6
CALIFICACION	sexo corte	М	Įτι	М	F	M	[II.	M	표.	M	币	Σ	ĮΣq	M	F	М	伍	,	
	1.	19	15	j	1	ı	7	2	1	6	11	ī	3	28	30	2	5 5	5	62.50
•	2	12	25	13	15	11	18	ı	2	11	13	1		34	56	14	18	122	77,70
1	3	1	_	j	1	3	18	9	14	16	18	1	3	19	36	7	17	7.9	42.70
	1	2	3,	ĺ	_	3	8		1	3	1	ı	_	8	1.1	Ţ	1	20	19.23
2	2	7	2	<u> </u>	2	1	1	I	_j -	1	1	1	1	5	2	1	3	11	7.0
	೯	1	ı	i	-1	9	2	1		i	1	-	1	9	3	1	ı	10	5.40
		-1	-1	1		2	3			2	1	ı	1	5	, 7	ı	1	6	8,65
3	2	Ţ	_	1	Į.	·I	2	1		1	1	1	l	3	3	1	1 -	80	5.09
	3	24	22	19	12	2	l	1	1.		1		ŀ	26	23	20	12	8.1	43.80
	,	5	1	_					1	-	_	L		5	1	1	1	Ç	5.76
7	2	2	1	1	_	3	_			1	1	1	ı	9	1	1	l		5.09
	3	1	1	1		2	-	3	2	3	1	ı	l	5	1	3	2	11	5.94
	1	1	3	-	1		1	-		ı	1	_	1	1.	£ 3	1	ا.	7	3.84
Ľ	2	7	1_	-	2	1	$\begin{bmatrix} 1 \\ 1 \end{bmatrix}$	l	-	1	1	l	I .	5	1	1	3	8	5.09
n —	က	1	1	1	2	i	:	-1	<u>!</u>	-	$\begin{bmatrix} 1 \end{bmatrix}$	ı	_	1		FI	1	4	2,16

CUADRO 13.

10

EJECUCION DE ACTIVIDADES COLECTIVAS

									-										-
MESES		0	В	9		୍ଷ	q 12			1.2	P E	mās		8 7	SUB TOTAL	AL			
ACTIVIDAD	,	Micronego- ciante	nego- e	Micropro ductor	pro-	Micronego ciante	nego e	Micropro ductor	opro or	Micron	Micronego ciante	Microp ductor	Micropro ductor	Microne- gociante	one- ante	Micro product	ict.	JAT	_8~
CALIFICACION	Sexo	M	뜌	М	F	M	ഥ	М	<u>н</u>	М	ᅜ	Σ	Ľ±,	Σ	ĒL,	Σ	ഥ	OT	
	, ,	1.1	14	i	1	Ī	7	2		6	7	1	3	20	22	2	2	67	47.1
	. 2	2	9	3	7	9	8	T		9	9	ı	2	17	20	3	œ		30.5
	3	ŀ	F.	ı	!	2	1		1-	6	1	_	-	8	2	Н	,		10.3
	1	7	9	ì	1	5	8	I	· - •	3	1	ĵ	1	12	15	1	, i	28	26.
2	2	I	1	ı	1	I	Ţ.	-	-l	-	- 7	1	١	-	9	1			7.
	3.	ı	١	ı	1	1	1	2	-	2	5	1	1	2	9	3	Ţ	٦	-
		2	ŀ	ı	-	'	2	ı		-	1	_	ŀ	9	3	-	j ·	6	8.6
m	2	7	10	.C	4	9	∞	1	I	ω	2	-	-	16	20	5	7	45	28.
	ĵ.	١	١	-	1	1	3	2	-ഹ-	2	4	-	<u>-</u> -	3	7	2	4	16	1.5.0
	į.	5	7	1	'	1	2	i		1	2	1	ı	9	5	ı	1	1.	10.5
	, 2	6	11	∞	5	4	7	1			2	ı	1	14	17	8	9	4 5	28.6
7	3	_	_	1		8	15	7	_=	8	12	ŀ	1	16	27	7	12	62	58,
	1-1	3	,-	-	1	i	ì	I	1-	1	3	.J	ı	3	4	ı	ļ	7	9
	2	5	1	l	Ţ		1	i	1	1	1	_	-	9	t	,	5	11	7 O.
5	3	i	_	-	-	2	I	-	7_		_	I	ı	3		1	2	r,	4.7

3.5 CAMBIOS DE ACTITUD

Existen ciertos indicadores, que nos permiten evaluar los cambios de actitud que los usuarios puedan presentar con respecto a ellos mismos, como son la participación activa de ellos en el programa, la comunicación de sus problemas e inquietudes tanto a sus compañeros como a los asesores del programa y los cambios que se puedan efectuar en su presentación personal.

3.5.1 Participación Activa

En lo que respecta a la participación activa, de los usua rios en el programa, se observa que existe un alto porcen taje de ellos, en los tres cortes que calificaron en una escala de 1 a 5 con una nota de 3 o 4, lo que significa un alto sentido de colaboración y vinculación a las actividades y eventos realizados por el programa (Cuadro 17)

3.5.2 Comunicación

0

La relación entre los miembros de los grupos, arroja bue nos resultados, ya que cuando se analiza la efectividad de la comunicación entre éstos, se observa que la mayoría, más del 50 % en los tres cortes, en una escala de l a 5, obtuvieron una calificación entre 4 y 5 lo que significa

a

0

CUADRO 14

PARTICIPACION ACTIVA

									-						\$ C. C.				
MESES			0 a 6			9	a 12			12 y	y más			Sub	Sub-Total				
ACTIVIDAD		Microne- gociante	one-	Microp	Micropro ductor	Microne- gociante	one-	Micropro- ductor		Micronego ciante	ogat	Micropro	 	Microne- gociante		Micropro	pro	JATO	6%
CALIFICACION	sexo corte		뇬	M	1 24	Æ	Ŀ	Σ.		Σ	দ	Σ		Σ <u>.</u>	╂┈	Σ	[24	L	
	1	9	1	I	ı	,	1	-	- . ₁ , -	ļ	_	,	,	9	2	,	1	6	8.65
F1	2	l	ı	i	1	_	1	l		1		,1		ı					1
	3	. 1	1	_	I	ŧ	ı	1	-1	1									
c	,	4	5	_	1	_	3			2		1	-	٠	8		1		73.46
. 7	2	1	2	2	2	J	J	,	 !	1		i			ď	,	2	_	7. OG
	3	l		ı	ı	1	1			,_	2	1	ı	2	3	-	,	1	3.24
	1	10	14	-	1	3	7	1		4	. 2	1	. [17	23	1	3	77	42.32
8	2	6.	15	4	8	7	12	I	[2	9	7	П	1	22	34	2	10	7.1	45.22
	3 '	11	12	8	4	2	4	.2	-5	9	4	1	гì	19	20	10	10	59	31.89
		7	2	I		2	5	ı		2	3	1	1	11	10	,	1	22	21.15
7	2	13	11	10	10	6	6	l	- -	3	7	1	2	25	24	10	12	71	5
	. 2	13	10	6	ω	10	1.5	6	-	11	15	-	2	34	40			114	• •
		-	-			1	2	1	1	9	3	ţ	2	7	9		2	1.5	14,42
v	2	1	1	-			1	-		4	2	1	1	5	2	_	ı	7	4.47
	3	ı		2	1	1	_	_	-1-	1	1	_	١,	1	1	2	2	9	3.24

0

CUADRO 15.

EFECTIVIDAD DE LA COMUNICACION

		B	९	ı	0.63	ı	8.65	1.27	1.62	25.00	4.1 40	h _1	49.0	9	64,32	17,30	7.02	5.96
		JAT	DΤ	,		ı	6	2	3	26	7. 9	T	51	82	119	18	111	.1.1
	-	Micropro ductor	[24	1	1	:I	ı	ı	_	1	11	6	3	11	25	2	2	2
	Total		<u>. </u>	-	ı	ı	1	1	1	1,	6	6	1	9	21		2	131
	Sub- To	Microne- gociante	[T-4	ı	,I	ı	9	2	2	13	27	17	21	32	43	6	1	2
	'nŚ		Σ	1	ı	. 1	3	1	_	11	18	20	26	29	30	7	9	9
		Micropro ductor	- [I .,	1	i	i	1	I	ı	1	1	ŀ	ŀ	2	3	2	1	1
	18	Mic	M	1	ļ	1		I	_	1	1	ı	1	1	-	1	1	랴
	y más	Microne- gociante	Ŧ	ı	1	1	1	П	2	2	7	7	2	8	15	7	1	1
	12	Mico	М	ı	1	-	_	-	1	4	7	7	8	9	10	2	3	2
		Micropro- ductor	<u> </u>	.1 –	1	-1-		- — -	~-1 -		Ţ	3-	2	-,	13	1	-1-	T
	12	Microp ductor	Ж	-	ı	ı	j	- J	1	rL	ı	2	1	!	6	ı	1	1
	6 а	ficronego :iante	뵤	-	1	_	7	1	1	1	10	5	6	6	15	2	1	-
		Micron ciante	M	ŀ	i	١	-	}	1	1	7	3	7	6	8	I	1	2 .
		Micropro- ductor	ᅜ	I	1	1	J	i	ı	ı	10	3	-	8	6	ı	2	2
	9	Microp ductor	М	ı		ı	1	I	1	-	∞	7	1	9	1.1	-	2	1
	0 a	one- ante	ᄄ	1	1	l	2	1	1	10	13	8	10	15	13	l 	ı	r-i
		Microne- gociante	Σ	I	ı	_	3	-	ı	9	7	10	1.4	14	12	5	2	2
			corte sexo	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	6	3
	MESES	ACTIVIDAD	CALIFICACION		•	1		2							7			S

un buen desempeño de los usuarios en la transmisión de sus problemas e inquietudes.

3.5.3 Presentación Personal

Es evidente el camblo favorable que se ha presentado en la presentación personal de los usuarios, se observa que de un 4.8 % de éstos que calificaron con dos en el pri mer corte , se redujo a un 2.55 % en el segundo y a un 1.08 % en el tercero.

Vale resaltar, que más del 70 % de los usuarios en los tres cortes calíficaron entre 4 y 5, lo que demuestra que por lo general los usuarios asisten bien presentados a todas las actividades que desarrollan con el programa.

CUADRO 16

CAMBIOS EN LA PRESENTACION PERSONAL.

MESES		0	a 6		• • •	9	a 12	61			12 y	y más	·	S.	Sub-Total	al			
ACTIVIDAD		Mich	Microne goicante	Microp	Micropro ductor.	Microne- gociante	one-	Micropro-	pro-	Microne-		Micro	Micropro	Microne-	one-	Micropro	opro	ΊΓ	6%
CALIFICACION	sexo		다	M	[בּיִ	M	الت.	V	. <u> </u>	N	1	N N		Bockanice M H	LT LT	M duck	i i	TOT	
	Ţ	-	1		-	, to t			1	1	,						<u>,</u>	1	
	2	1	ı	J	I	- 1	1	1	1	1		!							
	33	1	-	1			J	,	1										
		1	J	1	_	1.	2	1		2	1		-	2	3.			<u>Г</u>	00
2 .	2		ı	ı	. 1	2	ı	1	1	1	-	-	-	. ~					4 11
	က	1			ı	ı		1			-				 	-			3 -
	7	7	6	1	_	_	3	ľ	1	2	-	J	-	9	12		2	0	19.23
ന	2	10	7	3	1	8	5	ı I	-1	2	1	ı		20	 	<u>س</u>		37	23.57
	3	5	3	2	Į.	9	, 4	2	1	5	1	ı	ı	16	8			29	15.67
	1	11	4	1	1.	2		ı	-	2	2	,		1.8	~			 	6
7	2	8	17		9	7	10	1		7	10	ı		-			-	 	-4
	3	18	117	1.4	7	٦	14	7	2	α	1	1		31	-	19	10	+	• •
,	1	13	6	_	1	3	7	2	1	5	8	t	2	21	21	2	4	+-	ğ.
Ŋ	2	7	4	2	11	1	9	1	1	4	2	П	1	8	12	8	13		
	3		2	3	9	2	2	7	1.4	9	6	-	2	6	13				,
									ļ :									1	

4. IMPACTO ECONOMICO

Se medirá las repercusiones del programa en la economía de las unidades familiares usuarias del programa, reali zando un análisis de la parte concerniente a la dotación de recursos financieros (crédito) por parte del programa, hasta las consecuencias en los aspectos económicos bási cos que tiene sobre los microempresarios. Para ésto se hace necesario un estudio del movimiento del crédito a tra vés de los distintos períodos de corte, la generación de ingresos para el microempresario, generación de puestos de trabajos, el ahorro y el desarrollo de la microempresa.

4.1 MOVIMIENTO DEL CREDITO

Con miras a formarnos una concepción clara, de como ha sido el comportamiento del crédito, en aspectos tales como en la evolución de los montosdisponibles por losmicroempresarios de acuerdo a su actividad y la administración del crédito se hará un análisis comparativo de los distintos cortes.

El Cuadro 17. nos muestra que la categoría de préstamos más utilizada por los usuarios era la comprendida entre \$10.001 a \$20.000 con un porcentaje de 44.23 % de los cua les 41.35 % eran micronegociantes y 2.28 % eran microproduc tores. También se aprecia en este cuadro la tendencia de los hombres a alcanzar niveles más altos de crédito, ésto debido a la misma naturaleza de estas unidades familiares en donde el hombre es quien se dedica en forma más integral a las actividades productivas, mientras que la mujer las combina con la atención del hogar.

Para el segundo corte siguió siendo la categoría de \$10.001 a \$20.000 la más utilizada por los usuarios del programa con 35.03 %, especialmente para las mujeres.

El rango de 10.001 a 20.000 siguió siendo el de mayor ubi cación de los usuarios para el tercer corte con un 31.36% Estos comportamientos de los usuarios a mantenerse en esta categoría es debido a que la mayoría de los micronegocian tes son vendedores ambulantes, que ocupan un gran porcen taje de la muestra a quienes por reglamentación del progra ma no se les presta una cantidad superior a \$20.000. Aun que en este rango, se han ubicado durante lostres cortes la mayoría de los usuarios, sin embargo esta ubicación ha descendido de un corte a otro, lo que denota la incursión

CUADRO 17.

٥

(6)

MONTO DELL CREDITO MENSUAL

						Y-			. 										
MESES		0	a 6			9	a 12			12	y más			Su	Sub-Total	11	- Carried Anna	The second secon	
ACTIVIDAD		Micr	Microne- gociante	Micropro	opro	Microne-	ne-	Micropro ductor	opro	Micron	Micronego ciante	Micropi	Micropro	Microne	one	Micropro	pro	٦V	
OLIOM	sexo corte	Σ	댼	E	낸	M	F	M	ᄕᅺ	М	ഥ	Σ	Ŀ	Σ	[E ₄	Σ	i ii	TOT	<i>b</i> %
	1	6	6	,	_	1	7	1	-	7	9	1		14	19	1	-		32 70
2.000 a	2	_	6	3	1		7	ı	-1	2	3	1	ı	10		8	İ	700	۰ «
10.000	3		6	1	4	3	4	+ 1	-1	1	3	ij	1	80	16	· 60	7	3.1	•
1.0 001 9	1	13	13	-	-	1	6	1	2	7	7	_	1	[-	26	1-	T	7	
	2	7	6	ω.	3	9	11	J		1	6	1	ı		29	1 ∞		7.0	74.43
000.01	3	12	7	7	4	3	10	2		8	7	1	1	23	24	9	2	7 :	31.36
	1	4	i	,	1			1	1-	-1	1	-	1	9,	2		H	10	1 0
zo.001 a	2	3	9	3	6	3	7	J	I	2	4	ı	ļ	8	10	3	. 6	30) <u> </u>
30.000	3	7	7	7	5	2	7	9	<u>-</u> -⊡	I	7	1		7	12	01	1.1) (- L
30.001 a	Ç	2	1	I	: :11	2	2	Įi.		5	,	्राः	2.	10		-) L	1,
40.000	2	9	7	2	8	7	2	1	- (8	2	1	2	21	, œ	, c.	-] :	27.39
	3	П	П	9	1	ш	3	1	ģ	2	1	ı	1	7	4	7	1	22	1 00
40.001 a	1	-	1	1	ı	1	1	_	I	ī	_	,			. 1	1	,		1
50.000	2	1	1			1	-	ı	1-	١	_	1	ı		1	. 1	1	1	1
	3	2	, i	2	-	-	1	1.	4	1	-	1	1	3	2	2	5.	1.2	6 49
50.001 a	1	'	1	,	1	l	ı	Ι	-l	ì	ı	l	ı	-	-	1	1	,	ł
	2	ı	!	1	ı	'		ı	[ı	-	-	J	ı	1	,	1	1	J
	3	_	_	2	1	1	ı	1	—I-	1	, 	1	ı	2	1	e د		9	3.24
		i	-	1	1		1	l		ı	_	_	1	-	1	1	,) E	
00.001 a	2	'	1	l	l	1.	_	ı	-	ı	1	Ī	ı	ı	j.		1		
000.07		1	1	. 1	Ī	ı	ı	1	_	1		ı			i	ı		2	1.08
		i	1	1	I	İ	1	1	_l	_	i	_	1	1	1	'	1		
70.000 y	2	1	1	1	-	ı			1	ı	-	-	ı	I	<u>.</u>	ı		1	l;
.mās	3	1 1		ı	í	3	F-1	П	1	4	7		1-	8	5	1		4	7,14

en el programa de nuevos usuarios, que no son micronegocian tes ambulantes y que requieren de una mayor financiación y también los reajustes que se hacen en el otorgamiento del crédito debido a la inflación.

En el último corte (Cuadro I7) se observa un porcentaje de 7.56% de usuarios ubicados en la categoría "70.000 y más", este porcentaje está formado casi en su totalidad por ten deros que pertenecen al programa social que desarrolla el I.C.B.F. y se encargan de suministrar alimentos a los ho gares populares.

Gradualmente el programa ha aumentado el volumen de crédito lo que está de conformidad con la política del fondo de am pliar su capacidad de financiación, si las pequeñas empre sas muestran cumplimiento de sus obligaciones con el programa, y desarrollo de sua actividades.

4.2 GENERACION DE INGRESOS

En este capítulo se analizará el aspecto de los ingresos que ha generado el programa, y la forma como ha distribui do el usuario estos ingresos el trabajo en procura de ob tener cada vez mayores utilidades.

Es de importancia examinar como el desarrollo del progra

ma ha incidido sobre el comportamiento del volúmen de compras, de ventas y sobre los gastos que tiene el traba jador en su microempresa.

La diferencia que obtiene el microempresario entre las ventas y la suma de las compras más los gastos le repre senta el ingreso líquido, con que cuenta para, en la ma yoría de los casos destinar a la manutención de sus fami lias.

4.2.1 Compras

El aumento de las compras significa, que el microempresa rio ha aumentado su capital de trabajo, que puede ser, como se da en los usuarios que apenas empiezan en el programa, directamente por loscréditos recibidos o en general, bási camente, por la mayor generación de utilidades producidas por un aumento en las ventas, que es el fín último del programa.

El programa inicialmente le da el impulso a los microem presarios para que puedan alcanzar sus metas, consistentes en proyectos que permitan la ampliación de sus activida des y mayor estabilidad y disminuir $l\bar{a}$ presión que siente ante la falta de capital.

4/4/80

CUADRO 18

COMPRAS MENSUALES

	6 8		32,69	26, 11	42.71	67.31	73.89	23.78	-	-	££ 76	∢ .		9.18
	JATC)L	78	7.7	79	70	116	77	1		45			17
	Micropro ductor	Ŀ	۲	12	23	3	12.	σc) I	1	. ;	ı	1	2
tal`	Microp	Σ		10	19	2		∞	,		8			2
Sub-Total	Micronego	[L	75	12	27	24	49	14			19	<u>'</u>	1	4
Su	Micron	∑ ,	9		10	41	48	14	1	1	23		1	6
	Micropro-	[<u>-</u>			2	2	2		1.	1	,	1	1	
mas		X		-	ļ	, 	1	1		1	-1	1		-
>	Micronego clante.	[24	9	4	Ó	5	10	7	1	1	6	1		1
12	Micr	Σ		ı	2	13	13	7	1	1	9	1		4
 	Micropro ductor	[±,		2	13			 		1		1	ı	
. 2	 	Σ		ı	10	2	1	2		1	J	1	l I	1
. B	dicronego ciante	ᄺ	5	5	. 00	11	16	7		٠,	5	1	1	3
9 .	/	Œ		1	2	5	16	3		1	9		1	2
	Micropro ductor	ᄄ	1	10	8	ı	10	5	Į	-	ļ.	1	1	1
.6	A Mic	Σ	_	. 6	6	i	7	9	1	1	2]	1	2
) a 6	Micronego- ciante.	[±i	14	7	10	ω	23	9		I	5	ı		1
O` .	Microne ciante.	M	ĵ.	7	9	23	19	4	_	ľ	1.1	ŀ	1	3
	,	sexo	1	2	3	~; ==	2	3	-	2			2	3
MESES	ACTIVIDAD	OTNOM		MENOS DE	100.000	DE 100.001		A 200.000	DE 200 001	100.007	A 500.000		500,001 Y	MAS

Se observa en el primer corte que la gran mayoría de los usuarios (67.31%), tienen compras mensuales superiores a \$100.000 pero inferiores a \$200000, el mismo fenómeno ocu rre en el segundo corte, en donde la gran mayoría (73.89)% presentan compras mensuales superiores a \$100.000 pero in feriores a \$200.000.

En el tercer corte cambia la situación, ya que un 24.33% de los usuarios efectúan compras superiores a \$200.000 e inferiores a \$500.000 y sólo un 9.18% realizan compras superiors a \$500.000.

Este fenómeno tiene su explicación en la reciente vincula ción de usuarios, especialemnte tenderos, al programa so cial que adelanta el I.C.B.F. en la zona suroriental de Car tagena, los cuales suministran alimentos a los hogares po pulares.

La vinculación, a este programa social, de los tenderos del programa de generación de ingresos, le ha permitido a éstos, obtener un mayor, ya que al aumentar su nivel de ven tas, al tener un nuevo cliente, necesariamente requieran un mayor capital de trabajo y por lo tanto sus compras mensua les van a ser mucho mayor.

4.2.2 Ventas

En el primer corte el mayor porcentaje de usuarios tenía ventas inferiores a \$100.000, lo que representaba un 37.5% porcentaje éste que era reflejo de poca capacidad de venta sinembargo un significado porcentaje (33.65%) poseía ventas en el rango de \$200.001 a \$500.000. El porcentaje ubicado en la categoría "menos de 100.000", estaba representado bá sicamente por usuarios con menos de seis meses de antigüe dad de los cuales la mayoría pertenecían al sexo femenino.

En el segundo corte cambia el comportamiento, el mayor por centaje de usuarios se encontraba en la categoría de \$200. 001 a \$500.000, lo que relativamente significa el 42.68% ésto debido a la incursión al programa de usuarios con ma yores niveles de venta, pero también a un aumento en la capacidad de venta de los usuarios de mayor antigüedad. Es ta misma categoría siguió siendo lade más concentración de usuarios en el último corte , aunque disminuye con respec to al corte anterior, ya que algunos microempresarios se ubicaron en cateorías superiores. El 12.97% tenía ventas superiores a \$500.000 que sumados al porcentaje de usuarios o sea (31.89 %) con ventas entre "200.001 a \$500.000, nos da un total de 44.86 % con ventas superiores a \$200.000.

Podemos destacar en forma general, una tendencia de los

CUADRO 19.

VENTAS MENSUALES

													-						1
MESES		0	a 6		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		ta	12		12	y	mâs		Sub	Sub-Total	11	-		Б
ACTIVIDAD)	Mic	Microne- gociante	Mictopro	pro	Microne gociante	1	Micrópro- ductor		Micronego ciante		Micropro ductor	Ī	Microne gociante		Micro product.	ct.	JATOT	<u> </u>
OLNOW	sexo	М	ĒΨ	М	ы	М	Įτι	М	Гъ	Σ	뚀	Σ	[IL]	Σ	ŢŢ.	Σ	丘	,	
MENOS DE	1	7	14	1	Ţ	П	9	ı	1		.7	1		6	27	-	3	39	37.5
	2	3	6	∞	10	-	7	-	2	I ^r	7	,	ı	7	20	_∞	12	7/7/	28.02
100.000	3	_	6	4	&	1	9	4	9	1	8	1	2	2	23	8	16	7.0	26.49
		12	5	Ē.	ı	1	4	1		9	2	· 1	,	18	11	1	1	30	28.85
UE IOU.UUI A	2	7	∞	7	8	7	5	_	1	2	4	J	 	16	17	5	8	97	29.30
200,000	3	8	5	6	2	3	9	5	9 ,	3	3	ı	ı	14	14	14	11	53	28.65
		6	ഗ.	1	1	7	9	2		7	2	i	2	20	11	2	2	35	33.65
DE ZOO.OOI	2	13	11	7	2	6	6	1	-	11	. 9	ł	1	33	26	4	4	67	89 67
500.000	3	11	7	7	3	7	4	2		8		F -1 ,	1	26	22	7	7	50	31.89
100	1	I	Į	I	1	ı	ļ	-		1				,	.,			ı	s. 1
700.00T	2	ı	I i	ı	ì	1	ı	ŀ		J	,	1	,						
I MAO	3	4	-	2	-	3	4	1		7	1			14	5	3	2	24	12.97

usuariós a aumentar sus ventas gradualmente durante su per manencia en el programa.

Existe actualmente un mayor porcentaje de micronegocian tes, ubicados en las categorías superiores, muestra de és to es que de los 12.97% que tienen ventas superiores a \$500,000, 10.27 % son micronegociantes siendo el 7.57 % del sexo masculino y el restante 2.7% al sexo femenino. Es ta preponderancia de los micronegociantes en losniveles más altos de ventas ha sido factible gracias a su mayor rotación de inventarios.

4.2.3 Gastos

En este rubro se observa que en lostres cortes, existe un porcentaje significativo de usuarios que no tienen gastos en el negocio, ésto debido a que tienen instalado el nego cio en su vivienda, evitando así el pago de arriendos y de servicios públicos.

También se observa en lostres cortes, que el el mayor por centaje de usuarios, se encuentran ubicados en el rango de menos de \$5.000, son usuarios que por lo general no pa gan arriendos, ni servicios públicos y que el único gasto que tienen es el de transporte y otros gastos de menor cuantía.

139 W

CUADRO 20 GASTOS MENSUALES

0

Microne Micronego Micronego Microprogo ductor ciante ducto					+										-				
Microne Micrope Micr		0		5						12		is		Sub	Total				,
Sex O M F <td></td> <td>Micr gocia</td> <td>one ante</td> <td>Micro ducto</td> <td></td> <td>icron</td> <td></td> <td>Micro</td> <td>pro r</td> <td>MIcro</td> <td>nego e</td> <td>Micr ducto</td> <td>opro r</td> <td>Micro</td> <td>nego e</td> <td>Microproprodu</td> <td>ict.</td> <td>JATOI</td> <td>%</td>		Micr gocia	one ante	Micro ducto		icron		Micro	pro r	MIcro	nego e	Micr ducto	opro r	Micro	nego e	Microproprodu	ict.	JATOI	%
2 2 -	l /	Σ	· [7	Σ	ſτ	Σ			<u></u>	Σ	[Ta	Σ	ĹΉ	Σ	ĹΤι	М	Ĺ	Ĺ	
2 8 2 6 8 - 1 3 2 - 1 1 1 19 2 6 38 2 3 2 6 6 8 1 1 3 2 7 20 6 4 37 2 6 4 37 2 6 4 37 2 6 4 37 2 6 4 37 2 6 4 37 2 6 4 37 2 6 4 37 2 1 2 1 1 1 5 8 1 2 1 2 1 2 3 4 7 1 2 1 2 1 4 1 1 4 1 1 4 1 1 4 1 1 4 1 1 4 1 1 4 1 1 4 1 <t< td=""><td>1</td><td>2</td><td>,</td><td>. '</td><td> </td><td>,</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td> </td><td>,</td><td>,</td><td>σ</td><td>7</td><td>_</td><td>I</td><td></td><td>12,50</td></t<>	1	2	,	. '		,						,	,	σ	7	_	I		12,50
2 9 5 1 3 2 7 - 7 20 6 4 37 2 1 20 14 1 3 4 1 3 2 7 - 7 20 6 4 37 2 1 14 7 9 10 13 - 2 7 - 1 32 34 7 12 75 6 3 17 7 2 10 8 12 7 - 1 3 4 7 1 2 7 1 2 3 4 1 1 2 4 4 1 1 4 4 1 4 4 1 4 4 1 4 4 1 4 4 1 4 4 1 4 4 1 4 1 4 4 1 4 4	2	, ,	1 00	\ \ \	9	9	α α	ı			c.	1	ļ	11	19	2	. 9		24.20
20 14 - 1 5 10 1 5 8 - - 30 32 1 2 75 6 17 14 7 9 10 13 - 2 5 7 - 1 32 34 7 12 85 3 17 2 10 8 12 5 7 - 1 32 34 7 12 85 4 4 1 2 1 4 4 1 - 6 1 2 1 2 1 4 4 1 - 1 4 1 - 1 4 1 - - 1 4 1 - - 1 4 1 - - 1 4 1 - - 1 4 1 - - - 1 1 1 - -	3	2	6	. 5	-	3:	7	1	-6	2	7	ı	1	7	20	9	4		20.00
1 1	1	7.0	1,'		-	ъ	10	1	1	5	8	_	_	08.	32	1	2		62,50
3 17 7 2 10 8 12 15 15 15 15 15 15 15 15 15 16 17 34 9 20 10 1 6 1 2 1 2 1 4 1 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 4 1 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1 2 1	2	17	14	7	6	10	13		2	5	7	-	-	32	34	7		85	54.14
5 6 - - - 1 1 3 - 6 12 - 2 20 2 3 1 2 - 1 4 1 - 2 14 8 4 4 1 - 1 2 - 3 3 - - 8 6 1 3 18 8 1 4 4 1 - 1 2 - 3 3 - - 8 6 1 3 18 1 1 2 - 1 - - - - 4 5 1 1 1 1 <td>3</td> <td>17</td> <td>7</td> <td>2</td> <td>10</td> <td>8</td> <td>12</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>12</td> <td>15</td> <td>l</td> <td>2</td> <td>37</td> <td>34</td> <td>6</td> <td>20</td> <td>100</td> <td>54.06</td>	3	17	7	2	10	8	12	7	8	12	15	l	2	37	34	6	20	100	54.06
2 3 1 -		5	9	,	-	_	3		1	1	3	ı	l	9	12	ı	2	20	19.24
4 4 4 1 2 - 3 3 - - 8 6 1 3 18 1 - - - - - - - 1 - - - - 1 -	2	2	6.	-	2	1	ŀ	ı	1_	, 7	,I	ı	ı	7	2	П	2	14	8.92
1 -	3	7	7	-	ŀ	1	2	_	_ന	3	1	l.	_	80	9	1	3	18	9.73
Image: Line Are all and a control of the co	1					-	1	ı			1	-	1	-	ı		1		96,0
1 3 4 - 1 1 - - - 2 2 3 2 9 1 1 2 2 2 1 - - - 1 -	1 	7	,									1		ı	7	2	ì	6	5,74
- - - - - - - - - - 1 - 1 - 1 - - - - - - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 -	3			2	2	-	F-1	17	1	r1	 		1 .	2	2	3	2	6	4.86
1 - - - - - - - 1 -							,-				'	_ '	-	1	1	ı	ı	,1	1
- 1 2 - - - - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 2 1 - 1 2 4 1 - - - - - - - - 1 2 2 1 2 4 9 1 - - - - - - - - - 1 1 1 1 1 1 1	2	<u> </u> -	1 1			1		1.	-	1		1	'		1	Π.	1	2	1.27
- - - - - - - - - - - 1 - - 1 2 1 - 1 2 4 1 - - - - - - - - 1 2 2 1 4 9 - - - - - - - - - 1 1 1 1 1 1	3			2	,	<u>'</u>	1	3		1	1.	H	1	r-1	П	9	-	8	4
1 - 1 3 - - - - 1 2 2 1 4 9 - - - - - - - 1 1 1 7 4 13	, , , , , ,		!	1	1	Ŀ	Ļ	-	-	-	<u>'</u>		2	1	1		2	4	3.84
7	-	<u> </u>	,	-	۳.	1	ı	I		 ",4	. 7		1	2	2		7	6	5,73
	7	4 !		1 -	-	_	ļ-	1	-0	. 1	,	1			- 2	7	4	13	7.03
			Sex o	Sexo Microne gociante 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	Sexo Microne gociante gociante 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	Sexo Microne Microprogociante ductor Sexo M F M F 2 2 2 2 8 2 6 2 9 5 1 17 14 7 9 17 7 2 10 2 6 2 3 4 1 1 2 2 1 1 1 2 1 1 1 2 2 1 1 1 2 1 1 1 2 2 1 1 1 2 1 1 1 2 2 1 1 1 1	Sexo Microne Microprogociante ductor Sexo M F M F 2 2 2 2 8 2 6 2 9 5 1 17 14 7 9 17 7 2 10 2 6 2 3 4 1 1 2 2 1 1 1 2 1 1 1 2 2 1 1 1 2 1 1 1 2 2 1 1 1 2 1 1 1 2 2 1 1 1 1	Sexo Microne Micropro Micronego gociante ductor ciante 2 2 2 2 2 4 2 2 6 6 8 12 17 14 7 9 10 13 12 17 14 7 9 10 13 12 17 14 7 9 10 13 12 17 14 1 1 2 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	Sexo Microne Micropro Micronego gociante ductor ciante 2 2 2 2 2 4 2 2 6 6 8 12 17 14 7 9 10 13 12 17 14 7 9 10 13 12 17 14 7 9 10 13 12 17 14 1 1 2 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	Sexo Microne Micropro Micronego Microprogrante ductor ciante Sexo Microne Micropro Micronego Micropro Gociante ductor ciante ductor c	Sexo Microne Micropro Micronego Micropro Micronego gociante ductor ciantee ductor ciantee ciantee ductor ciantee ciantee ductor ciantee ciantee ductor ciantee ciantee ductor ciantee ciantee ductor ciantee c	Nicrone Micropro Micronego Micropro Micronego Agociante Auctor Ciante Nicrone Micropro Micronego Micropro Micronego Agociante Auctor Ciante Nicrone Micropro Micronego Micropro Micronego Micropro Micropro Micropro Micropro Micropro Micropro Micropro Micropro Micropro Micropro	Sexo Micrope Micropeo	Nicrone Micropro Micronego Micropro Micronego Nicrone Micropro Micronego Micropro Micronego Micronego	Nictone Micropeo Micropeo M				

Se aprecia también que en el rango de menos de \$5.000 se encuentran ubicados algunos microproductores, los cuales no poseen gastos por concepto de mano de obra, debido a la utilización de mano de obra familiar.

El resto de usuarios (25.94 %) se encuentran ubicados en los rangos superiores, debido a que son usuarios, a los cuales el tamaño de sus negocios les permite disponer de empleados temporales o permanentes, generando así, pues tos de trabajo, que contribuyen a disminuir la alta tasa de desempleo existente actualmente en la ciudad.

4.2.4 Ingreso Neto

La información contenida en el Cuadro 21, muestra que para el primer corte, la mayor concentración de usuarios (40. 38 %) sus actividades las generaba utilidades inferiores a \$ 20.000 lo que significaba una difícil situación econó mica y social para aquellas personas que en su gran mayoría dependían casi o totalmente de estos ingresos. Sinembargo, en el segundo corte el 40.77 % se ubica en el rango de ingresos netos entre 20.001 a 40.000, indicando el mejora miento en el nivel de ingresos que han tenido los usuarios ya que la categoría menos de 20.000 ocupó apenas 20.38% de los usuarios cifra significativa si la comparamos con

CUADRO 21

INGRESO NETO MENSUAL

		TAT.	OT	42 40.38	32 20.38	15 8,10	30 28.85	64 40.77	69 37.30	32 30.77	61. 38.85	45 24,33	1	1	33 17.84	1	_	15 8,11	1	1	
		o luct.	Ľъι	1	8	4	3	5	13	2	11	8	ŀ	1	5	1	l I	2	,	1	
	a1	Micro Product	М		1	2		6	111	2	7	7	ı	1	6	1	l	3	۱.	<u> </u>	
	Sub-Total	ر 0.	뇬	1,2	16	8	12	26	27	10	21	11	1	1	6	*: -	1	4	1	ı	
	Sr	Micro negoc	М	- 1	7	1	15	24.	18	18	22	19	1	1	10	-1	1	.9	1	Ī	
		opro or	ഥ		_	1	1	1	2	2	2		-	ı	-		1	1	-	i	
	más	Micropro ductor	М		1	1	1		1	1	,	<u>'</u>	,	ı		1	<u> </u>	1.1	1	-	
	2 y	Microne gociante	ഥ	7	3	2	3	8	10	1-1	3	5	1		4	Ŀ	<u> </u>	- ;	_	-	
	. 1	Microne gociant	M	5	1	1		9	6	_∞	9	4	Ľ	ı	3	'	1	3.	1.	1	
_		pro r	ĬΉ		1	3	2	3	6	-	1			-1	3	-1	-	1;	1		
		Micropr ductor	Σ	-	1	H	i	1	7	2		3			2	1		2		<u> </u>	
	a 12	cronego ante	Ţ	α	9	5	7	8	7	7	7	<u>~</u>	1	1	7	<u> </u>		\ <u>\</u>	<u>,</u>	1	
i	9	Micron ciante	Σ	-	2	,	2	6	4	2	9	2			3	,		(E)	1	<u> </u>	
		pro	[I	-	· &		,	3	2	-	6	7			2	-		2	-	.	
		Micropro ductor	×		1	1	_	6	7		9	, ,			9						
	a 6	nego	[-	, ,	7	1	5	10	10	2	, =				1-	1	1	-	1	1,	
	0	Micronego ciante	Σ		Σ 7		12	6	. ا ب) «	10	1 9		1 1	7			2		1	
			Sexo	7 7 707	1 2	3		2		-	۲.	7	G.		7 %		1 0	× ×) -	2	
	MESES	ACTIVIDAD	MONTO		MENOS DE	20,000		DF 20.001	40.000	DE 40001 A	202101 DZ	200		DE 60,000	A 80.000		DE 80.001 A	100,000		100.000 Y MAS.	

el primer corte. Podemos observar también que para este corte un 38.86% de los usuarios tenían un ingreso neto mensual superior a los \$40.000.

En este tercer corte siguió siendo el rango de "20.001 a 40.000" en donde ubicó un mayor porcentaje de usuarios con un 33.30 %, pero 17.84 % de los microempresarios, mostra ron ingresos entre "60.001. y 80.000", 8.11 % entre \$80.000 y \$100.000 y 4.32 % registraban ingresos superiores a \$100.000, Cabe resaltar que aproximadamente el 9.1% de la muestra genera utilidades superiores al ingreso mínimo legal (\$20.509), y que es la población muestral masculina, la que muestra un mejor comportamiento en la generación de ingresos, aunque es de resaltar que del 4.32% con ingresos netos superiores a \$100.000, 3.24% son mujeres.

En forma general podemos afirmar que el programa si está desarrollando una real política de generación de ingresos, indicativo de ésto es el incremento en el porcentaje de personas que han alcanzado ingresos superiores al mínimo, ya que de un 79.62% del corte anterior, en este corte se incrementó en un 11.% aproximadamente.

4.3 PUESTOS DE TRABAJO

Comparando este corte con los dos anteriores, se puede ob

CUADRO 22

PUESTOS DE TRABAJO

MESES		0	a O	9			6 a	12		12	y más			Sub-	Sub-Total				
ACTIVIDAD		Microne ciante	Micronego- ciante	Micorpro ductor	pro	Micronego ciante	oga	Micropro ductor		Micronego		Micropro	pro	Microne	one	Micropro ductor)pro	TV.	%
VINCULACION	corte sexo	М	দ	W.	证	М	Įτί	Æ	_ <u>L</u>	Σ	ᄕ	Σ	[t.	Σ) [I]	Σ	Įτ.	TOT	
\$	Ţ	7	-	1	'	1	2	en en	1-	7	2	1.	1	9	7		٠,	16	15,38
OAWHT	2	3	3	5	3	3	7	1	-1	2				- ∞	0	9	7	28	17.83
COMPLETO	J.	2	7	10	3	2	2	3	3		í			2	9	14	7	32	17,29
	Ţ	4	2		ı	1	3	1	. 5	1	i .	,	5	5	. 5	,	7	17	16;34
TEMPORAL	2	1	2	72	9	1	1	ı	1	2	-	1	, 	6	ر د	5	9	23	14,64
	3	1	1	3	1	į.	Ţ	1	3	3	2	1	1	3	4	4	4	15	8,10
	1	4	_		1	1	3	2	2	1	-	1	8	5	3	2	10	20	19,23
NETUNEKADO	2	7	3	4	9	5	2	_	Ţ	2	-	1	I	6	5	5	7	26	16,56
·	3		4	12	3	1	2	3	۔.و۔	1	_	Ţ.	1	3		15	10	35	18,91
NO REMINERADO	1	7	2	ı	1	- -1	2	Ŧ	:Hi	Ţ	2	ļ	ar.	9	9	1	1 -	13	12,5
	2	2	2	9	2 :	4	3	I	<u> </u>	2	3	1	<u> </u>	σ	÷ ∞	9	3	25	15.92
	3	T.	1	1	_	1	1	2	1_	2	2	1	ı	7	4	3	_	12	6,48

servar que, en lo que respecta a la generación de puestos de trabajo, no se ha presentado una variación significati va en el porcentaje de usuarios que generan puestos de trabajo de tiempo completo, también se observa una disminución en el porcentaje de usuarios que generan puestos de trabajo t emporales, el cual se mantuvo más o menos estable del primer al segundo corte, presentando ahora un descenso casi la mitad.

Esto tiene: su justificación, en el hecho de que es el pri mer semestre del año, una época de bajas ventas y ésto re percute directamente en los gastos por concepto de salarios, lo que motiva, a los pequeños empresarios, a prescindir tem poralmente de la mano de obra que posean.

Es destacable tamaién el hecho, que del total de usuarios que generan puestos de trabajo de tiempo completo, el 65.62% son microproductores, destacándose los de sexo masculino, los cuales son relativamente nuevos en el programa.

Estos microproductores de sexo masculino con una antigüedad de O a 6, son en su gran mayoría sastres los cuales, actual mente, se encuentran realizando gestiones con miras a conse guir la personería jurídica de su asociación (ASADECAR).

En cuanto al tipo de pago, se observa una estabilidad en lostres cortes de evaluación, en el porcentaje de usuarios que efectúan pagos remunerados, en cuanto al tipo de pagos no remunerados, se observa que el porcentaje de usuarios que utilizan mano de obra no remunerada, disminuyó con re lación al segundo corte, lo que demuestra cierta estabili dad adquirida, lo cual permite mantener empleados remune rados en la medida en que los negocios se vayan expandien do.

Otro aspecto muy importante, es el hecho de que los usurios del programa_generan_92_puestos_de trabajo, de los cuales 59 (64.13 %) son de tiempo completo y 33 (35.87%) son tem porales.

Se observa también que, d e éstos 92 puestos generados, 77 (83.69%) son remunerados y 15 (16.31%) no son remunerados.

Se concluye que, el programa está contribuyendo en algo a la disminución del alto indice de desempleo en la ciudad, ya que el promedio de puestos de trabajo generados por usua rios, es de 0.5.

4.4 AHORRO

Se hará un análisis del comportamiento del ahorro, enten

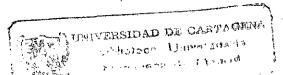
diendo a ésto como la abstención del consumo y la acumula ción de una parte del ingreso para aumentar el patrimonio. El programa cuenta con dos tipos de ahorros, uno mínimo, que deben tener todos los usuarios y otro que es volunta rio, y que se establece a través del exceso que tiene el ahorro total de cada usuario sobre el ahorro mínimo.

El ahorro voluntario servirá para marcar la propensión al ahorro de losmicroempresarios, dependiendo ésta de la mag nitud del ingreso disponible.

Analizando el Cuadro 23. podemos hacer un análisis comparativo de los tres cortes, que de un 4.81% pasó a un 8.29% bajando en el último período.

Estos cambios en los valores relativos del ahorro, están estrechamente ligados a las fluctuaciones del ingreso dis ponible del usuario motivado por los cambios que se dan en ese tipo de actividades económicas de acuerdo con la tempo rada del año.

En términos generales se observa que el nivel de ahorro vo luntario refleja la baja propensión al ahorro de las unida des familiares beneficiarias del programa, acentuada en el último período (1.63%) por el descenso que hay en esa tem porada del año en el nivel de ventas y de ingreso de los



CUADRO 23 AHORRO MENSUAL

															a .		•	•	
MESES			0 a 6			6 a 12	12				12 y más	lás		Su	Sub-Total	a1			
ACTIVIDAD		Mic1 goc	Microne- Micropro gociante ductor	Micro	pro	Microne gociante	one ante	Micropro ductor.		Micronego ciante	nego te	Micropro ductor		Micronego ciante	nego	Micropro ductor	opro r	ATOT	,
SOLNOW	corte	Σ	[1.	Σ	Ē	М	F	M		М	<u>.</u>	M		M	F	М	F		
	1	28	22		1	5	16	2	-64	14	11	1	3	47	67	2	9	104	100
OMINIM	. 2	23	28	16	20	17	21	1	-2	13	14	F	2	53	63	1.7	24	157	100
	3	24		19	14	13	20	12	16	19	22	1	3	5.6	99	32	33	185	100
	1	ı	3	1	. !	ı	1	J		_	Ţ	l	-	. 1	5	1		2	4,81
VOLUNTA	2	4	3	1	2	1	1	-	1-	ł	2	: 1	1	5	. 9	9	2	13	8,29
OW	3	Ţ	1	ı	ı	ı			_ _	I	1		. 1	Ţ		- 1	1	3	1,63
Leading to the contract of th	*************************************								-				,						

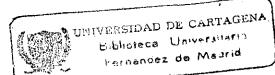
trabajadores, que no les ha permitido tener un alto nivel de ahorro antes de los seis meses del último corte.

Haciendo un análisis de acuerdo con el sexo, es de anotar que hay una mayor concentración de población femenina ha ciendo uso del ahorro voluntario en los tres períodos de análisis, ésto debido a que asume en menor grado la res ponsabilidad de consumo en el hogar que la población mas culina.

Las personas con menor antigüedad (0 a 6 meses) presen tan una tendencia mayor a ahorrar voluntariamente que las de mayor antigüedad (mayore de 6 meses), ésto es conse cuencia básicamente de que estas últimas prefieren, en for ma más generalizada, reinvertir sus utilidades, con miras a obtener mayor utilidades que en el Fondo de Ahorro.

4.5 DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA

Existen ciertos indicadores que ponen de manifiesto el grado de desarrollo que ha alcanzado una microempresa, co mo resultado de la implementación de los conocimientos ad quiridos mediante la capacitación socio empresarial y del acceso a un crédito para capital de trabajo, que le permi te una mejor expansión de su actividad comercial y produc



tiva, que redunda en la generación de mayores ingresos y generalmente de un nivel de vida superior.

4.5.1 Sistema de Cuentas

Se observa, del primer al tercer corte, un cierto incre mento en el nivel de usuarios que llevan sistemas de cuen tas, sobresaliendo los microproductores (Hombres y muje res) que representan un 41.89% de los usuarios que si lle van cuentas, cuando apenas son un 35.13% del total de la muestra encuestada. (Cuadro24,).

Esto demuestra que los productores son algo más organiza dos, en este sentido, que losmicronegociantes, aunque va le mencionar que a los micronegociantes se les dificulta en algo, llevar algún sistema de cuentas, por la mayor ro tación de inventarios y la diversidad de productos que co mercian.

4.5.2 Mejoramiento del Local

Se presenta, en esta oportunidad, una variación muy signi ficativa en el porcentaje de usuarios que han efectuado mejoras en los últimos seis meses, a sus locales o sitios de trabajo, ya que, de un 34.62% y un 35.67%, en el primer y segundo corte respectivamente, se descendió a un 24.32%,

1/2

CORTE 24

SISTEMA DE CUENTAS

1									-			,					•		
MESES		0	a 6			9	a 12		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	12	y más	Ø		Sub-Total	otal				- 6
ACTIVIDAD		Microneg ciante	Micronego Micropro ciante ductor	Microp ductor		Micronego ciante		Micropro ductor	pro r ⊤ .	Microne ciante	Micronego ciante	Micro Microne productor gociante	ctor	Microne gociante		Micropro product.	oro :t.	JATO	6 %
LLEVA	sexo corte	W	Гъ	E	Гц.	M	ŭ	М	Ĺті	M	ĒΉ	М	F	M]	년 -	M	Гж.	L	
	÷	11	12	1		1	7	2	1	9	ហ	ı	2	18	2,1	2	3	44	42,31
T.	2	6	7	10	17	9	8	1	2	5	∞			20	23	11	20	74	47,13
i	3	10	_	10	6	7	9	7	15	7	1.2	1	2	2.1	2.5	18	26	06	48.65
	1	17	10	1	Ī	4	12	1	1	8	9	1		29	28	_	က	09	57,69
ON	2	1.4	2.1	9	3	11	13	-	<u> </u>	8	9	1	T	33	40	9	7	83	52,87
	3	14	15	. 6	5	6	14	5	1	12	10		1	35	39	14	7	95	51,35
	**************************************																		ŧ

CUADRO 25

MEJORAMIENTO DEL LOCAL

					i							٠,							
MESES		0	a 6	_		9	a 12			12	12 y más	is		Sub	Sub Total	al			
ACTIVIDAD		Micre	Micronego l	Micropro ductor	pro r	Microneg ciante	lego	icronego Micropro iante ductor	pro r	Microne- gociante	one- ante	Micropi ductor	opro or	Micropro Microne ductor gociante	one	Microne Micro gociante product.	t.	TAL	6 %
MEJORO	sexo)												·	ΟŢ	
	1	13	7	_	1	2	7	-	- i-	. 5	2	_	-	20 16	16	_	-	36	34.62
H	2	5	11	9	5	6	7	1		7	5	ı	1	2.1	23	9	9	56	35.67
JC	. 3	5	3	2	3	5	9	5	9	5	7	_	1	15	13	.7	10	4.5	24,32
	1	1.5	15	ı	1	3 ,	6	2	2	6	6	1	3	2.7	33	2 (9	89	65.38
NO	2	18	17	10	15	8	14	1	2	9	6	,1		32	07	11	18	101	101 64,33
	3	19	19	17	1.1	8	14	7	10	14	18		2	41	51	25	23	140	140 75.68

sobresaliendo, los micronegociantes de ambos sexos, inde pendientemente de la antigüedad (Cuadro 25).

4.5.3 Compra de Maquinaria

Se ha mantenido sin muchos altibajos, durante los tres cortes, el porcentaje de usuarios que, durante el último semestre, adquirió algún tipo de maquinaria o equipo. So bresalen los microproductores de O a 6 y de 6 a 12 meses de permanencia en el programa los cuales en un 66.66% son de sexo masculino (Cuadro 2e).

Los usuarios, en parte, que no adquirieron maquinaria, fué debido a que sus negocios no lo requirieron, principalmen te los micronegociantes de sexo femenino. Por otro lado losmicroproductores que no han adquirido maquinaria o equi po no significa que no lo hayan necesitado o que se encuen tre en buen estado, sino que el programa no cuenta con una línea de crédito para la adquisición de activos fijos, mo tivo por el cual quienes lo adquirieron fué por su propio esfuerzo.

4.5.4 Venta o Producción de Artículos nuevos.

En lo que tiene que ver con la venta de nuevos artículos,

Ò

CUADRO 26

COMPRA DE MAQUINARIA Y EQUIPO

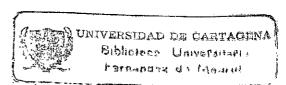
									_									+	
MESES		0	0 a 6		mparametrum a sus-s	6 а	a 12	. !		. 12	12 y más	3S		Sub	Sub-Total				
ACTIVIDAD		Microneg	onego	Micronego Micropro- ciante ductor	pro-	Micronego ciante	og	Micropr ductor	pro-	Micronego ciante		Microp) ductor)ro	Microne- gociante	ne- nte	Micropro ductor.	pro or.	JAT	. %
ADQUIRIO	sexo	M	ഥ	Σ	Ľi,	Ψ	፲	М	ĹT-4	M	ĹŦĸ	M	[I,	ų.	ſΞı	M	ĹŦij	OT	
	1	7	,			2		,	1		2	,	,	10	3	1	1	14	13,4
10	2		1		9	4		!	I	9	2			11	3	7 :	8	29	18.47
10	3	5	2	5	3	-	1	2	1	3	2		1	6	4	10	5	28	15,14
	1	21	22	-	-	m	15	2	1	13	6	1	3	37	46	2	5	06	86.54
NO	2	22	28	6	14	13	20		1	7	12		1	4.2	09	10	16	128	128 81,53
	60	19	19 20 14	14	1.1	12	20	7	1 5	16	16 20	Ţ	2	4.7	09	22	28	157	157 84,86
	·																		

....

por parte de micronegociantes y microproductores respectivamente, se observa un decremento de corte en corte, de un 54.81 % a un 27.53%, el nivel de usuario que si ha incorporado a su actividad comercial o productiva nuevos artículos, sobresaliendo los micronegociantes, que representan un 82.35% del total de usuarios que respondieron positivamente y un 22.70% del total de la muestra encuestada(Cua dro 27).

Esta situación también la ocasiona el hecho, de que el usua rio, ya sea micronegociante o microproductor, se dedica o está especializado en la venta o producción de un artículo en particular.

Se observa también que los microproductores del sexo feme nino tienen un bajo porcentaje de participación en este item., o sea el 7.84 % con respecto al número de usuarios que respondieron positivamente y un 2.16% con relación a la muestra encuestada (Cuadro 271), o sea que en forma ge neral no han incorporado articulos nuevos a su producción, sino que han incrementado sus ventas un 18.18% de ellas, a más de \$500.000 (Cuadro 19), como consecuencia de la ma yor inversión que representa el crédito en el programa de generación de ingresos, dado que sus negocios se encontra ban, no por falta de mercado sino por insuficiente capital de trabajo, estancados



CUADRO 27

VENTA DE NUEVOS PRODUCTOS

					į							,						•	•
MESES			0 a 6	•	Miles Comments		6 a 12	12		12	12 у más	S3		Sut	Sub-Total			h.	
ACTIVIDAD		Microne ciante	go	Microp) ductor		Microne ciante	lego (cronego Micropro ante ductor		Micrónego ciante	nego e	Micropro ductor:	opro or:	Mica	Microne gociante	Micro product.	o uct.	JAT	8%
VENDIO	corte	М	F	М	ĮŦ.	M	ĒH.	M	Œ	M	F	М	F	М	ĒΤ	M	ഥ	OT	
	1	15	11	i	ı	7	12	2	1	7	5	1	Ţ	26	2.8	2	1	57	54,81
SI	2	∞	16	∞	īΟ	8	,	ı	2	. 9	8	1	ı	22	31	6	7	69	43,95
	3	7	7	2	1	9	10	3	3	3	6	_	1	16	26	5	7	51	27,57
	1	13	11	ŀ	1-1	1	7	1	2	7	9	l.	2	21	2.1	-	5	47	45,19
CN.	2	15	12	8	15	9.	14	-		7	9	9	2	31	32	8	17	88	50'95
	3	17	15	17	1.3	7	10	6	<u></u> 	16	13	г-1.	3	07	38	2.7	29	134	72,43
			*																

4.5.5 Uso de Agiotistas

Es destacable el hecho, que en los tres cortes realizados, se hallan presentado bajos índices de usuarios que hacen uso de agiotistas, 2.88% en el primer corte, 0.64% en el segundo y 1.08% en el tercero (Cuadro 28).

Esto indica que el programa está contribuyendo a desplazar de la plaza a los agiotistas, los cuales facilitan dinero con intereses a veces hasta de un 10% diario, deterioran do así, el nivel de ingreso de los microempresarios e im pediendo que alcancen un mejor nivel socioeconómico.

4.5.6 Compras a Crédito a Mayoristas

Del primer a segundo corte se presentó un hecho positivo, en lo que respecta al porcentaje de usuarios que realiza compras a crédito a mayoristas, ya que de un 30.76%, que respondieron en forma positiva, se redujo en el segundo cor te a un 22.33% (Cuadro 29)

En este corte la situación ya no es la misma, puesto que este porcentaje se incrementó de un 22.30% en el segundo corte a un 26.48% en este.

Los usuarios del programa que respondieron positivamente,

TO I

CUADRO 28

USO DE AGIOTISTAS

									.						İ				
MESES		0	0 a 6			9	a 12				12 y más	nás		Sub-Total	[otal			-	
ACTIVIDAD		Microne	go	Micropr ductor	iro ^	icronego ciante	080	Micropro ductor		Micronego ciante	nego e	Micropro ductor	pro r	Microne Micropro gociante ductor	ne M nte d	icrop uctor	ŗo	JATO	₽%
UTILIZA	sexo	М	F.	W	(II)	M	[Eq	W.	Ţ u	М	Ħ	М	<u>-</u>	М	H.	М	·[±4	L	
	1		:1	:1	. 1	ş li	- 1	, +1	_1			-	. 2	i		1	ı	3	2,88
SI	2		,	,	1	1	ı	1	1	1	1	1				ļ	ŀ		0,64
	(°	2.	,			,	,	1	i	-	,		_	2		,	_	2	1.08
)	27	22			5	16	I I	7	13	11	1	3	45	67		9	101	97,12
Q	2	22	28	16	2	17	21		2	13	14	-	2				24	156	96,96
) ;	3	22	22	19	14	13	20	12	16	19	22	1 3	~~	54	64	32	33	183	98,92
	***************************************								-				•						

los cuales representan un 79.59% con respecto al total de usuarios con respuestas positivas y un 21.08% del total de la muestra encuestada.

Los usuarios, tanto micronegociantes como microproductores, que manifiestan estar realizando compras a crédito, son ten deros y productores, cuyas compras superan al máximo monto establecido por el programa (\$100.000).

Los usuarios que efectúan sus compras de contado, o sea el 73.52% (Cuadro 29) han podido adaptar su oferta a la deman da, ya que el comprar de contado, les permite adquirir los productos que tengan mayor demanda, caso contrario ocurre cuando se compra a crédito, ya que los obligan a adquirir artículos que tienen poca salida o una lenta rotación, a fin de poderles otorgar un crédito.

En lo que respecta a ciertos microproductores, las compras de contado los benefician, en el sentido de que el costo de la materia prima va a ser mucho menor, lo que conlleva a un aumento en su ingreso neto.

O

CUADRO 29

COMPRA A MAYORISTAS

											Y							•	
MESES		0	a 6	•		9	a 12	6		12	y más	is		Sub	Sub Total				
ACTIVIDAD		Micron ciante	ова	Microp ductor	opro r	Microneg ciante	0,	Micropro ductor	pro	Micron	oge	1 0	ro	Microne		Micropro ductor	opro or	Ţ	6 %
COMPRA	cortesexo		F	W	Eri ·	M	T.	M	-[M	E.	W		W	-}	×	[±,	ATOT	
*	1	7	9	1	1		7	2		5	7		· π	- 12	1	,	,	33	30.76
ŀ	2	9	8	-	3	9	4	J	1	3	2		13	14	+	77	\dagger		0.00
5.1	. 3	8	8	3	1	5	9	1	7	7	5	-	,_	\neg	19 5		1	55 67	22,30
	Ī	21	16	,	1	4	12	,	2	6	7					<u>~</u>	,		69,24
ON	2	17	20	15	17	11	7	1	2	10	12	1	1			15	20	7	77,70
	3	16	14	16	14	∞	14	11	12	12 17			2	36 4	45 2	1 , ,		136	73.52

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con la realización de este estudio se ha tratado de mos trar las repercusiones que tiene sobre un gran sector de la población, caracterizado por la necesidad de recursos financieros y de capacitación, el"programa de generación" de ingresos para trabajadores independientes realizado por el "CENTRO DE DESARROLLO VECINAL DE CARTAGENA" (CDV).

Se comenzó la investigación, realizando un análisis, en primer lugar a la entidad "Centro de Desarrollo Vecinal", desde sus antecedentes que sirven para marcar la forma co mo se fué gestando la idea de formar una entidad de esta naturaleza, para luego analizar cómo y en que condiciones se originó, y por último estudiar los aspectos referentes a la operacionalización como son la definición de objeti vos, funciones y los organismos de dirección, administra ción y control.

Posteriormente se explica en que consiste el programa de generación de ingresos y sus componentes básicos, como

son crédito, ahorro, capacitación y asistencia técnica y organización.

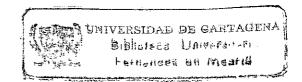
Por último se entra en el análisis de la forma y el grado en que ha incidido el programa en el nivel social y econó mico de los usuarios, utilizando fosindicadores que le sirven al programa para esta medición.

En forma general podemos destacar las siguientes conclusiones:

Las comunidades beneficiarias están caracterizadas básica mente por grnades problemas de tipo social y económico.

El programa de generación de ingresos, ha impulsado a és tas familias la superación de sus problemas, sin embargo no es significativo el alcance que ha tenido el algunos de los objetivos trazados. Refiriéndonos al aspecto social, es de anotar que no se ha logrado el empeño del programa de que los usuarios participen activamente en proyectos co munales. Para este último período disminuyó ek fomento a a la organización de grupos solidarios.

En los aspectos en los cuales se ha alcanzado un gran lo gro es en el de la aplicación, de la capacitación dada por el programa, en el de la solidaridad que deben tener



con sus compañeros en forma reciproca y en los cambios de actitud de losindividuos usuarios del programa.

Gran parte de la población receptora del programa, inicia operaciones con niveles de vida próximos al de subsisten cia y en precarias condiciones, sinembargo gradualmente estas personas generalizando han alcanzado algunos logros ecónómicos y sociales hasta el punto que actualmente el 90 % de usuarios presenta ingresos netos superiores al sala rio mínimo.

En otros aspectos determinantes del aspecto económico se ha alcanzado notables progresos, es así como ha aumentado su forma importante el volúmen de créditos otorgado como resultado de un aumento en el número de usuarios, pero también de un incremento en los montos otorgados. Este aspecto es indicativo de una expansión de la microempre sa y de cumplimiento con las obligaciones del programa, ya que éstos son requiistos que debe cumplir el usuario para obtener créditos de mayor cuantía.

Factores como el aumento del volumen de crédito, aumento de venta y de compras, racionalización de los gastos, es tán estrechamente ligados y todos a su vez dependen-de la buena marcha que tengan las microempresas, como resultado de su vinculación con el programa, que da lugar que se han

alcanzado notables progresos si observamos como han aumen tado el volúmen de compras, pero también el de ventas que le permiten al usuario generar utilidades en la medida en que va haciendo uso enemejor forma del capital otorgado por el programa.

La expansión de las microempresas incide sobre la genera ción del costo de trabajo, es así como el 65 % de los usua rios genera, y el promedio de puestas de trabajo por usua rios de 0.50, a pesar de que en esta temporada, se dismi nuye notoriamente la demanda de los artículos, lo que afecta las ventas y hace prescindir de empleados a algunos usuarios.

En lo concerniente al ahorro, es apreciable la baja propen sión al ahorro de los usuarios, y estos se limitan, en su gran mayoría a tener ahorrado la cantidad mínima exigida por el programa, especialmente los usuarios con más anti güedad, ya que aquellos que son más antiguos en el programa el mayor porcentaje prefiere reinvertir este dinero en su actividad.

En términos generales se puede decir, que ha habido un de sarrollo gradual de los microproductores y de los microne gociantes, determinado no sólo por su expansión como resul

tado de la financiación, sino también de una organización económica y social que han recibido en sus actividades a través de la capacitación.

Con base en estas conclusiones realizamos las siguientes recomendaciones al programa:

Fomentar el grado de organización intermicroempresarial, de manera que puedan aprovechar ventajas tales como las que resultan de hacer compras en conjunto, determinadas básicamente por la reducción de sus costos, ya que es muy alto el porcentaje de usuarios que no las efectúa.

Hacer énfasis en los usuarios, mediante la capacitación, sobre la importancia de particiapr en proyectos comunales puesto que éstos tienen incidencia directa en el mejora miento de sus condiciones de vida de toda la comunidad.

Fomentar el hábito del ahorro voluntario, debido a que és to le permitiría, al usuario que tiene la capacidad ahorra tiva, acumular más rápidamente su propio capital de trabajo pudiendo de ésta forma aumentar su inversión, lo cual redun daría en una mayor generación de ingresos.

Dictar cursos especializados que capaciten sobre las formas

contables que deben llevar las microempresas, de acuerdo a su tamaño y rama de actividad, para que halla una mayor or ganización interna.

BIBLIOGRAFIA

- BARAHONA A. y BARAHONA F., Metodología de Trabajo Ciéntifico. 3 ed. Bogotá, Iplex, 1982.
- BERNAR J., Hargadon Jr., MUNERA CARDENAS, Hernando. Prin cipios de Contabilidad. Ed. Norma 2 ed.
- CARACTERISTICAS SOCIOECONOMICAS DEL SECTOR I DE LA ZONA
 SUR ORIENTAL DE CARTAGENA Y PRESTACION DE SERVICIOS
 DEL C.D.V. LA ESPERANZA.
- EL CONCEPTO DEL GRUPO SOLIDARIO. Características y signi ficado para las actividades del sector informal.PACT.
- GUIA METODOLOGICA DEL PROGRAMA DE GENERACION DE INGRESOS DEL CENTRO DE DESARROLLO VECINAL DE CARTAGENA,
- GUIA DE CAPACITACION SOCIO EMPRESARIAL DEL CENTRO DE DESA RROLLO VECINAL DE CARTAGENA.
- GOMEZ BUENDIA, Hernando y TARAZONA, De Niño, Luciano E Eac Microempresa Urbana. Perspectivas, Promoción y Politi cá. 111, 1983.
- GITMAN, Lawrence J., Fundamentos de Administración Finano. ciera. Bogotá, Harla, 1978. 761 pág.
- INFORME DE PROGRESO DEL PROGRAMA DE GENERACION DE INGRESOS DEL CDV. DE CARTAGENA (AITEC 1984)

- INFORME DOCUMENTAL DEL XIII SEMINARIO INTER INSTITUCIO
 NAL PARA PROGRAMAS DE GRUPO SOLIDARIOS. (Bogotá 1987)
- KOTLER, Phillip. Fundamentos de Mercadotecnia. México. Prentice-Hall. C. 1985, 648 p.
- LA ACTUALIDAD DEL SECTOR INFORMAL URBANO EN COLOMBIA, Memo rias del Taller sobre trabajos de investigación. Cali Sept. de 1983.
- MANUAL DE EVALUACION DE PROGRAMAS DE GRUPOS SOLIDARIOS (AITEC).
- TRABAJO DE EVALUACION DE IMPACTO SOCIOECONOMICO DEL PROGRA

 MA DE GENERACION DE INGRESOS DEL CDV. DE CARTAGENA

 (Junio de 1986-Diciembre 1986).

