

## Capítulo 7

# Estilos de vida y prácticas de consumo en empresarios dedicados al microcrédito en el Chocó (Colombia)

✚ Manuel E. Soto Pérez, Bertha L. Avendaño Prieto y Gustavo R. García-Vargas

### Introducción

En la actualidad el acceso a los servicios financieros es un tema de gran importancia por cuanto se reconoce que contribuye en la reducción de la pobreza e incrementa la inclusión social de las poblaciones más vulnerables. Las reformas orientadas hacia la transformación de los sistemas financieros en mecanismos incluyentes y completos tienen la ventaja de estimular el crecimiento económico en un ambiente de inclusión y reducción de la desigualdad (Arce, 2006; Beck, Demirgüç-Kunt & Levine, 2007). En ese sentido, desde la década del ochenta los países en vías de desarrollo han implementado planes gubernamentales para irrigar recursos a las clases menos favorecidas por medio de microcréditos con el objetivo de combatir la pobreza y mejorar su calidad de vida.

La evidencia empírica muestra que el microcrédito constituye un mecanismo de inclusión que favorece la entrada a la actividad productiva a hogares con recursos limitados. En efecto, muchos de los microempresarios que han sido beneficiados con este tipo de préstamos han experimentado un mayor crecimiento en sus negocios, que son más sólidos y tienen una mayor permanencia en el mercado. Además, los beneficios de un incremento en los ingresos son variados y se traducen en

la posibilidad de realizar inversiones a largo plazo en las áreas de la educación, la salud y la vivienda o en el empoderamiento de los sectores vulnerables. Ello tiene como efectos colaterales la reducción de la violencia intrafamiliar o del trabajo infantil, solo por citar un ejemplo (Narayan, Petesch, Chambers & Shah, 2002).



**El microfinanciamiento se ha convertido en una industria creciente que provee servicios financieros a la población más pobre del mundo**

En el ámbito mundial, el microfinanciamiento se ha convertido en una industria creciente que provee servicios financieros a la población más pobre del mundo. Hasta hace poco, este tipo de financiamiento se enfocaba al otorgamiento de pequeños préstamos (entre 50 y 500 dólares) para microempresarios. Hoy en día se reconoce que los pobres necesitan una mayor variedad de servicios financieros, como fondos o cuentas de ahorros y seguros.

Debido a este panorama, se iniciaron actividades microfinancieras, ejecutadas por organizaciones no gubernamentales y entidades bancarias como el Banco Raya (Indonesia), la Fundación Karma-Sahak (Bangladesh), la Asociación Dominicana para el Desarrollo de la Mujer, la Unidad Desa (Indonesia), el Programa de Empresas Rurales (Kenia), la Fundación para la Promoción y Desarrollo de la Microempresa (Prodem) y el Banco Solidario (BancoSol, Bolivia), entre otros (Gutiérrez-Nieto, 2005).

En Latinoamérica se resaltan casos positivos de lucha contra la pobreza a través del microcrédito, como el de Venezuela, donde el acceso a estas formas de financiación aumentó en un 4,36% de 2005 a 2006 y la cartera, un 80,72% en el mismo año (Patiño, 2008). Por otro lado, Brasil fue de los primeros países del mundo en implementar el microcrédito para un sector informal urbano con el apoyo de la ONG Acción Internacional (AITEC) y la Unión de Asistencia a Pequeñas Organizaciones, conocida como programa UNO. Actualmente es la principal referencia para los programas de microcrédito en América Latina (Banco Central de Brasil, 2005).

En Colombia, uno de los elementos para mitigar la pobreza utilizado durante los últimos 55 años se enfocó en suministrar recursos a ciertos sectores de la población a través de subsidios, sin embargo, la intervención del Estado se desvirtuó y los destinatarios de las operaciones activas de crédito aplicaban los recursos a otras actividades o no cumplían con el pago de sus obligaciones. Los créditos otorgados también tenían visos netamente políticos con el fin de fortalecer los feudos regionales.

Como consecuencia, durante la década del ochenta se observó un desarrollo paralelo al explicado a través de organizaciones no gubernamentales constituidas como fundaciones, las cuales tenían por objeto apoyar el desarrollo efectivo de las microempresas como sector que no era atendido por el sistema financiero tradicional (Meléndez, 2007).

El Informe de Seguimiento de la Sociedad Civil al Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) del año 2005 (Organización de las Naciones Unidas, ONU, 2005) menciona que en los primeros cinco años desde la Declaración del Milenio en el año 2000, Colombia ha hecho poco en cuanto a la reducción de la pobreza. Se puede apreciar que los microcréditos se concentran en Bogotá, Valle del Cauca, Antioquia y Atlántico.

Pese a estar dentro de las prioridades de programas de microcréditos financiados por entidades como la Agencia Española de Cooperación Internacional o de la Agencia para el Desarrollo Internacional de Estados Unidos (Usaid), departamentos como Chocó, Huila, Cesar, Boyacá, Nariño, entre otros, caracterizados todos por sus elevadas cifras de pobreza, se ven rezagados en cuanto acceso al microcrédito.

Es evidente que el fenómeno de la pobreza es multidimensional, a este respecto el Banco Mundial (Narayan *et ál.*, 2002) menciona diez dimensiones interrelacionadas de la pobreza: estilos de vida precarios, áreas excluidas, problemas físicos, relaciones de género, problemas en las relaciones sociales, falta de seguridad, abusos de parte de los más poderosos, instituciones desempoderadoras, organizaciones comunitarias débiles y limitaciones en las capacidades de los pobres.

Desde una aproximación fundamentada en la psicología del consumidor – que ofrece información detallada sobre el consumo y el acceso a productos o servicios – y de la mano de los ODM (ONU, 2005) y de la posición del Banco Mundial para erradicar la pobreza (Narayan *et ál.*, 2002), el presente estudio apoya la idea del “microcrédito” como opción de financiamiento para lograr contribuir en la reducción de la pobreza.

El presente estudio se une al esfuerzo multidisciplinar por demostrar el efecto que el acceso a los servicios financieros, tales como el microcrédito, puede tener en el empoderamiento de la población económicamente vulnerable. Entonces, se propone identificar las diferencias en los estilos de vida y las prácticas de consumo del

microcrédito de un grupo de microempresarios y no microempresarios de la ciudad de Quibdó, del departamento del Chocó.

Este lugar fue elegido por sus elevadas cifras de pobreza. En términos generales, el Chocó es un departamento pobre y poco significativo para el agregado nacional. La mayor participación la tiene el sector minero, con el 1%. Tiene la inflación más baja entre las capitales de departamento y un alto índice de desempleo que ronda el 27,3%. En los últimos años, actividades importantes como la producción de madera y la pesca fluvial y marítima presentaron variaciones anuales negativas, y la cartera del sistema financiero, que se concentra principalmente en crédito de consumo, bajó ostensiblemente su ritmo de crecimiento (Municipio de Quibdó, 2003).

El 69,9% de la población del departamento de Chocó está en edad de trabajar y solo el 35,3% es población económicamente activa, de la cual el 54% corresponde a trabajadores independientes, el 16% a empleados del Gobierno, el 15% a empleados particulares, el 9% a trabajadores familiares sin remuneración, el 2,9% a empleados domésticos, y el 2,2% a patronos o empleadores.

Los rangos de ingreso mensual de la población ocupada son los siguientes: el 63% tiene ingresos hasta un salario mínimo; el 14,5%, de 1 a 2 salarios mínimos; el 2,5%, de 2 a 3 salarios mínimos; el 3,7% tiene ingresos superiores a 3 salarios mínimos. Las captaciones de los establecimientos de crédito se ubicaron en \$169,8 billones en diciembre de 2010, no obstante, esta variación no fue homogénea entre los diferentes tipos de intermediarios. Los bancos impulsaron su incremento al ser los únicos que presentaron una tasa positiva de 8,1% real anual en diciembre de 2010 (Banco de la República, Ministerio de Agricultura y Finagro, 2010).

El estudio de factibilidad del mercado de Quibdó, realizado por la Cooperativa Afroamericana (2011), mostró que el común de la población manifiesta estar desatendida por el sistema financiero tradicional y por las cooperativas con actividad financiera, situación que lleva a estas personas a utilizar sistemas de intermediación no legales que lo único que hacen es llevar a la población a situaciones económicas extremas debido al cobro de altas tasas de interés.

En general, hay un alto porcentaje de la población que no ha sido atendida por el sistema financiero tradicional, ya que representa nichos del mercado poco atractivos financieramente. Las características económicas del Chocó lo hacen un escenario idóneo para evaluar el impacto que el acceso a los servicios financieros puede

tener en la forma de vivir y pensar de los sectores menos favorecidos.

Por lo tanto, para favorecer a las poblaciones más vulnerables es necesario conocer su realidad social y las preferencias de consumo, lo cual permitirá, por un lado, conocer el efecto que tendría el acceso al microcrédito de una población económicamente vulnerable, y por otro, ofrecerle productos más acordes a sus estilos de vida, necesidades e intereses orientados a mitigar su vulnerabilidad económica.

La metodología escogida para identificar los estilos de vida y prácticas de consumo fue la AIO (activities, interest, opinions), desarrollada por Wind (1971), que abarca diferentes aspectos vinculados a la forma de vivir del individuo: sus gustos, intereses, sentimientos, relaciones, actividades que realiza, productos, servicios, marcas que compra y sitios donde los adquiere. Respecto a las actividades se analizan el hábito de gastos del individuo, el tiempo y el dinero; de los intereses se evalúa lo que es más o menos relevante para el consumidor en su entorno inmediato, y en cuanto a las opiniones se busca conocer la visión que las personas tienen de sí mismas y del entorno (Plummer, 1971; Sarabia, De Juan & González 2009).

## Método

### *Objetivo general*

Comparar los estilos de vida y las prácticas de consumo de microcrédito de microempresarios y no microempresarios de la ciudad de Quibdó, departamento del Chocó, Colombia.

### *Objetivos específicos*

- Identificar los aspectos sociodemográficos de un grupo de microempresarios y no microempresarios de la ciudad de Quibdó.
- Identificar los estilos de vida y las prácticas de consumo de un grupo de microempresarios y no microempresarios de la ciudad de Quibdó.



**El efecto que tendría el acceso al microcrédito de una población económicamente vulnerable, y por otro, ofrecerle productos más acordes a sus estilos de vida, necesidades e intereses orientados a mitigar su vulnerabilidad económica**

### ***Participantes***

Participaron 297 habitantes de la ciudad de Quibdó, 150 de ellos eran microempresarios.

Se entiende por microempresas aquellas que tienen una planta de personal hasta de diez trabajadores y activos no superiores a 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes (Ley 590 de 2000, Alcaldía Mayor de Bogotá, 2000).

Para obtener la muestra de microempresarios se tomó como base el número de microempresarios inscritos en la Cámara de Comercio de la ciudad de Quibdó en noviembre de 2012. Los participantes se seleccionaron por muestreo probabilístico aleatorio simple.

### ***Instrumento***

Se adaptó el cuestionario de estilos de vida y prácticas de consumo elaborado por Barreto, Sandoval & Cortés (2010), construido para establecer la relación entre la identidad, el estilo de vida y las prácticas de consumo. El cuestionario originalmente se componía de 75 ítems. El contenido del instrumento fue validado por tres jueces expertos, quienes, teniendo en cuenta los objetivos de la presente investigación, efectuaron algunos ajustes en la versión inicial. De esta forma, el instrumento final quedó conformado por 54 ítems. La consistencia interna establecida con el alfa de Cronbach osciló entre 0,52 para la variable *patrones de consumo* y 0,86 para la variable *opiniones y creencias*.

### **Procedimiento**

El trabajo de campo comprendió la recolección de datos mediante encuestas. Por conveniencia de la muestra, el levantamiento de datos se realizó en horas de la mañana. Con el grupo de microempresarios fue preciso coordinar reuniones puntuales en sus lugares de trabajo para la aplicación del instrumento.

### ***Análisis de datos***

Con el fin de dar respuesta a la pregunta planteada y teniendo en cuenta el nivel de medición de las variables, se compararon los dos grupos en cada una de las variables de la encuesta. La información se presenta en tablas. Inicialmente se muestra

la distribución porcentual de las variables sociodemográficas de los dos grupos de participantes. También se incluyen las asociaciones de las variables que resultaron significativas por grupo, las variables cuyas diferencias entre medias fueron estadísticamente significativas mediante la prueba *chi cuadrado* y, finalmente, se realiza un análisis de conglomerados.

## Resultados

El promedio de edad de los microempresarios fue de 31,54, años con una desviación estándar de 15 años; el promedio de edad del grupo de no microempresarios fue de 29,97 años, con una desviación estándar de 13 años. Así mismo, tanto en el grupo de personas que no son microempresarios como en el grupo de los microempresarios predominan los solteros con porcentajes de 39% y 38%, respectivamente (tabla 1). El 28,2% del grupo de no microempresarios vive con 3 personas. El 36,2% de los microempresarios vive con 4 personas

**Tabla 1.** Distribución porcentual de la variable “estado civil”

Estado civil	No micropresarios (%)	Microempresarios (%)
Soltero	39,3	37,6
Casado	20,5	18,8
Separado	5,1	15
Unión libre	31,6	22,6
Viudo	3,4	6

Acerca de la distribución de frecuencias de la variable *estrato* de los dos grupos analizados, se encontró que en los dos grupos predominaba el estrato 1, con una participación del 58,7% y 59,4% para los no microempresarios y microempresarios respectivamente, seguido por un 24,6% y un 33,8% de estrato 2 y un 16,7% y 6,8% de estrato 3.

Sobre el nivel de escolaridad, en el grupo de no microempresarios predominan los universitarios, con un 43,3% de participación, mientras que en el grupo de microempresarios predominan los bachilleres, con un porcentaje de 32,6% (ver la tabla 2).

**Tabla 2.** Distribución porcentual de la variable máximo nivel de educación alcanzado

Educación	No microempresarios (%)	Microempresarios (%)
Primaria	4,7	17,7
Secundaria	20,5	32,6
Técnica	29,1	25,2
Universitaria	43,3	23
Postgrado	2,4	1,5

Sobre la variable *ingresos*, en el grupo de no microempresarios, el 47,4% tiene ingresos inferiores a un millón de pesos mensuales, este porcentaje en el grupo de microempresarios corresponde al 22,3%. Ninguna persona gana más de doce millones en el grupo de no microempresarios, mientras que el 8,1% de los microempresarios manifiesta recibir mensualmente más de doce millones de pesos colombianos (tabla 3).

**Tabla 3.** Distribución porcentual de la variable ingresos recibidos

Ingresos	No microempresarios (%)	Microempresarios (%)
Menos de 1.000.000	47,4	22,3
De 1.000.000 a 1.999.999	14,8	21,6
De 2.000.000 a 2.999.999	3,7	2
De 3.000.000 a 3.999.999	14,8	13,5
De 4.000.000 a 5.999.999	7,4	6,8
De 6.000.000 a 7.999.999	8,1	1,4
De 8.000.000 a 9.999.999	1,5	8,1
De 10.000.000 a 11.999.999	2,2	16,2
Más de 12.000.000	-	8,1

La tabla 4 presenta el valor del *chi cuadrado* y el nivel de significancia de la variable *actividades que practica*. Estos indican que ambos grupos tienen prácticas de ocio diferentes. Los no microempresarios son quienes dedican más tiempo a las actividades preguntadas, por su parte, los microempresarios rumbean más con los amigos, mientras que los no empresarios lo hacen con la pareja. Encuanto al tipo



de música, el grupo de microempresarios prefiere escuchar vallenato, mientras que el grupo de los no microempresarios prefiere la salsa y el reguetón.

**Tabla 4.** Actividades que practica, cuyas asociaciones resultaron significativas por grupo

Actividades que practican	No microempresarios (%)	Microempresarios (%)	Chi cuadrado	Nivel de significancia
Juegos de mesa	64	36	6,78	0,012
Ciclismo	66,7	33,3	4,69	0,039
Rumba	80	64	26,62	0,000
Con quién rumbea	Pareja	Amigos	6,60	0,037

Los resultados de la asociación entre las variables *fuentes de estrés más importantes y grupo* (microempresario-no microempresario), que dieron origen a los valores *chi cuadrado* presentados en la tabla 5, muestran que el 65,7% de los no microempresarios manifestó que los problemas económicos son una fuente importante de estrés, mientras que para los microempresarios el porcentaje corresponde al 34,3%.

Los problemas afectivos son fuente de estrés para el 67,3% de los microempresarios, y la inestabilidad laboral es fuente de estrés para el 62,7% de los no microempresarios.

**Tabla 5.** Asociaciones que resultaron estadísticamente significativas con la variable fuentes de estrés más importantes para usted.

Fuentes de estrés mas importantes	No Microempresarios (%)	Microempresarios (%)	Chi cuadrado	Nivel de significancia
Problemas económicos	65,7	34,3	16,29	0,000
Problemas afectivos	32,7	67,3	17,32	0,000
Inestabilidad laboral	62,7	37,3	5,14	0,029

### Patrones de consumo

Los valores *chi cuadrado* y los niveles de significancia presentados en la tabla 6 indican que hubo diferencias significativas en las respuestas dadas por los participantes de los dos grupos a la pregunta *cuando necesita dinero, ¿a quién recurre?* El 68,8% de los microempresarios solicitan préstamo en el banco, mientras que quienes lo hacen en el otro grupo equivalen al 31,3%. Así mismo, el 77,8% de los microempresarios solicitan préstamo en las cooperativas y este porcentaje en los no microempresarios corresponde al 22,2% solamente. Además, el 69% de los microempresarios tiene préstamos bancarios y en los no microempresarios este porcentaje corresponde al 31%.

También se encontraron diferencias en la variable *posee CDT*. Del análisis de las tablas de contingencia se extrae que del total de personas que poseen C. D. T., el 90% son microempresarios. El 60,8% de quienes no son microempresarios compran las mercancías a minoristas, mientras que en los microempresarios lo hace el 39,2%.

**Tabla 6.** Asociaciones que resultaron significativas con la variable cuando necesita dinero, ¿a quién recurre?

Patrones de consumo	No microempresarios (%)	Microempresarios (%)	Chi cuadrado	Nivel de significancia
Cuando necesita dinero recurre al banco	31,1	68,8	10,86	0,001
Cuando necesita dinero recurre a cooperativa	22,2	77,8	5,7	0,026
Tiene préstamos bancarios	31	69	5,87	0,018
Posee CDT	10	90	6,45	0,020
Sus mercancías las compra a minoristas	60,8	39,2	5,04	0,032

La tabla 7 muestra las variables cuyas respuestas fueron diferentes en los dos grupos de estudio respecto a la pregunta *si recibiera dinero extra, ¿en qué lo invertiría?* El 63,5% de los no microempresarios invertiría el dinero extra en montar un

negocio; de igual forma, este mismo porcentaje de microempresarios invertiría el dinero en ampliar su negocio. El 71,8% de los no microempresarios invertiría el dinero extra en educación, mientras que en los microempresarios, este porcentaje corresponde solamente al 28,2%.

**Tabla 7.** Asociaciones que resultaron significativas con la variable si recibiera dinero extra, ¿en qué lo invertiría?

Si recibiera dinero, ¿en qué lo invertiría?	No microempresarios (%)	Microempresarios (%)	Chi cuadrado	Nivel de significancia
Montar un negocio	63,5	36,5	9,38	0,003
Ampliar mi negocio	36,5	63,5	5,39	0,023
Educación	71,8	28,2	8,93	0,003

La tabla 8 muestra las variables relacionadas con el estilo de vida, cuyas diferencias en los dos grupos fueron estadísticamente significativas. Se observa que en promedio los microempresarios le dedican más horas de la semana al trabajo, a la realización de actividades extremas y a caminar. El grupo de participantes que no son microempresarios dedica más tiempo a estar solo.

**Tabla 8.** Diferencias estadísticamente significativas en variables relacionadas con el estilo de vida

Número de horas semanales que habitualmente le dedica a:	Grupo	Media	T	Nivel de significancia
Trabajar	No microempresario	22,14	-2,29	0,023
	Microempresario	27,99		
Actividades extremas	No microempresario	3,45	-2,92	0,013
	Microempresario	5,75		
Estar solo (a)	No microempresario	3,49	2,17	0,031
	Microempresario	2,31		
Caminar	No microempresario	3,47	-2,12	0,035
	Microempresario	4,58		

La tabla 9 muestra las variables relacionadas con los hábitos de salud y la vida en general, cuyas diferencias en ambos grupos fueron estadísticamente significativas.

De aquí se concluye que los microempresarios van al médico menos veces al año están más satisfechos con su vida laboral y con su situación económica, pero, a su vez, más estresados que el grupo de no microempresarios.

**Tabla 9.** Diferencias estadísticamente significativas en variables relacionadas con hábitos de salud y la vida en general cuyas diferencias en los dos grupos fueron estadísticamente significativas

Hábitos de salud y aspectos de la vida en general	Grupo	Media	T	Nivel de significancia
Número de veces al año que va al médico	No microempresario	3,17	-2,67	0,008
	Microempresario	2,36		
Satisfacción con su vida laboral	No microempresario	2,96	-3,678	0,000
	Microempresario	3,54		
Satisfacción con aspectos económicos	No microempresario	3,02	-4,338	0,000
	Microempresario	3,65		
Participación política	No microempresario	2,09	1,977	0,049
	Microempresario	1,76		
En estos momentos qué tan estresado se siente	No microempresario	3,34	-2,11	0,036
	Microempresario	4,05		

Sobre las diferencias relacionadas con hábitos de uso de Internet, se concluye que los microempresarios lo utilizan con mayor frecuencia que el otro grupo para chatear, realizar llamadas y conocer personas. Los no microempresarios lo utilizan preferentemente para buscar información (tabla 10).

En cuanto a sus opiniones y creencias, los resultados muestran que los microempresarios se encuentran más satisfechos con su trabajo y con su actividad actual que el otro grupo. Así mismo, han sentido más discriminación laboral, desconfían más de las personas que se les acercan, consideran que lo peor que le puede pasar a una persona es envejecer, les gusta ayudar a los demás cuando lo necesitan, piensan que las relaciones sexuales solo se deben sostener por amor, les gusta comprar artículos finos, piensan que los amigos son lo más importante en la vida, manifiestan mayor interés por vivir en otro país y están más dispuestos a realizarse cirugías estéticas para adelgazar que el grupo de personas no microempresarias. Por otra parte, los no microempresarios creen en mayor medida que los microempresarios tienen una familia feliz.

**Tabla 10.** Diferencias estadísticamente significativas en variables relacionadas con hábitos de uso de Internet cuyas diferencias en los dos grupos fueron estadísticamente significativas.

Hábitos de uso de Internet	Grupo	Media	T	Nivel de significancia
Chat y llamadas	No microempresario	3,15	-2,028	0,044
	Microempresario	3,56		
Buscar información	No microempresario	3,45	2,385	0,018
	Microempresario	2,99		
Conocer personas	No microempresario	3,00	2,686	0,008
	Microempresario	2,46		

Así mismo, los microempresarios compran más a crédito, preguntan por las tasas de interés y el incremento del precio final y, comparan las tasas de interés en mayor medida que el grupo de no microempresarios. Sobre los gastos que generan, los microempresarios gastan más en agua y alcantarillado, verduras y frutas, abarrotes, clubs (saunas, sitios de reunión, videos) y tienen mayores ingresos mensuales que el otro grupo.

### **Análisis de conglomerados**

Esta técnica multivariante permite agrupar los participantes en función de su similitud. Se utilizó el método de k medias y se solicitaron dos conglomerados (ver tabla 11). La tabla 12 muestra que se encontraron diferencias estadísticamente significativas en las variables *satisfacción con la vida y hábitos*, y *conductas de consumo*.

### **Discusión**

El objetivo de la presente investigación fue comparar los estilos de vida y prácticas de consumo de microcrédito de dos grupos de habitantes de la ciudad de Quibdó considerando variables demográficas, ocupacionales y de estilos de vida AIO (actividades, interés, opiniones). Los resultados se describieron comparando cada una de las variables evaluadas entre los dos grupos de participantes. Dicho análisis permitió una caracterización de ambas muestras.

**Tabla 11.** Medias de las variables en cada conglomerado

Variables	Conglomerado	
	1	2
Prácticas deportivas	34,42	34,41
Fuentes de estrés	23,62	24,27
Opiniones y creencias	12,77	12,74
Satisfacción con la vida	32,28	34,50
Hábitos y conductas de consumo	47,01	61,30

**Tabla 12.** Resultados del análisis de varianza de los conglomerados

Variables	ANOVA	
	F	Sig.
Prácticas deportivas	0,005	0,942
Fuentes de estrés	3,399	0,066
Opiniones y creencias	0,187	0,666
Satisfacción con la vida	9,14	0,002
Hábitos y conductas de consumo	613,912	0,000

En cuanto a las variables demográficas, el perfil de los microempresarios de la ciudad de Quibdó los describe como personas solteras o en unión libre, con un nivel de educación secundaria y técnica, con experiencia en la actividad productiva propia de su empresa, con conocimiento del oficio ganado a través de dicha experiencia, que dedican a sus labores 28 horas semanales y tienen ingresos mensuales de entre uno y doce millones de pesos, de los cuales predominan tres grupos: el primero, que devenga menos de un millón, el segundo que ostenta de uno a dos millones y el tercer grupo que gana de diez a doce millones.

Sin una formación académica específica inician un negocio. Se puede considerar que estas personas poseen una visión empresarial para la consolidación y futuro de su microempresa; son emprendedoras, están satisfechas con su vida laboral y su situación económica, les atrae vivir en otro país y tienen gran interés por invertir en el crecimiento de su compañía, pero poca motivación para fortalecer su educación.

Por otro lado, el perfil del grupo de no microempresarios se caracteriza por personas interesadas en un negocio propio que les permita independencia laboral y fortalecer su educación; se preocupan por su salud, utilizan Internet preferiblemente para buscar información y no se encuentran muy satisfechas con la actividad que desempeñan actualmente, pero sí con la familia que poseen.

En ambos grupos predomina el estrato 1, con un porcentaje de participación del 59%, sin embargo, el estilo de vida y hábitos de consumo son diferentes para cada grupo, lo cual se atribuye a su poder adquisitivo y a procesos de socialización que involucran ser empresario o tener un negocio. En cuanto al poder adquisitivo, las diferencias estadísticamente significativas encontradas en variables relacionadas con los gastos indican que el estilo de vida de los microempresarios es diferente al de las personas no microempresarias, ya que los primeros gastan más dinero en agua, alcantarillado, verduras, frutas, abarrotes y, en general, en servicios suntuosos como asistencia a clubes, saunas y sitios de reunión. Esto apoya la afirmación repetida en diferentes estudios sobre el impacto del microcrédito, su relación con el consumo y su impacto en los estilos de vida (Baudrillard, 1970; García, 1997; Rodríguez Garcés, 2008).

En lo que respecta a sus procesos de socialización, se hallaron diferencias estadísticamente significativas entre el grupo de microempresarios y el de los no microempresarios. Dichas diferencias se vieron reflejadas en el reporte de sus actividades, a partir del modelo AIO, en donde el hecho de tener una microempresa es factor importante para que el estilo de vida sea diferente. Ello puede obedecer a un mayor nivel de necesidad de socialización para estar integrados, que haría mucho más competente la vida laboral y económica de los microempresarios.

De igual forma, permite afirmar que las condiciones de vida socioculturales de los microempresarios son más dinámicas o activas, ya que el factor económico no afecta las prácticas de consumo, es aquí donde se puede concluir que posiblemente hay una correlación entre las variables de actividades y el resultado de la pregunta *fuentes de estrés más importantes para usted*, la cual mostró que los problemas económicos no son fuente de estrés para los microempresarios, mientras que sí lo son para el grupo de los no microempresarios.

Dentro de los estilos de vida, los intereses y opiniones, estos se ligan a las actitudes, valor e intensidad de la dimensión afectiva asignada al objeto o situación (Sarabia, De Juan Y González, 2009). Cuanto más importante sean, más fuerte es el

centro de interés correspondiente. Los intereses se refieren a aquello importante en su entorno inmediato, mientras que las opiniones obedecen a la visión sobre ellos mismos y el mundo que les rodea. Relacionado con lo anterior, se encontró que los microempresarios piensan que los amigos son lo más importante en su vida, manifiestan mayor interés por vivir en otro país y no creen tener una familia feliz, a diferencia de los no microempresarios, quienes opinan que sí tienen una familia feliz y no le dan tanta importancia a los amigos.

Así mismo, estas variables se asocian con la de *actividades* mencionada anteriormente. Los microempresarios tienen más actividades con los amigos que con su núcleo familiar, e incluso reportan problemas afectivos con sus familiares, esposa, pareja o novia. De esto se deduce que a pesar de que los microempresarios opinan que no tiene familias felices y reconocen tener dificultades sentimentales, dichas opiniones y creencias no hacen parte de su centro de interés. Es decir, la familia no tiene influencia en sus hábitos de consumo (actividades: compras, deportes, entretenimiento, eventos sociales, pasatiempo, etc. Variables AIO), ya que por lo general le dedican mayor tiempo a sus amigos.

En el panorama económico, los patrones de consumo de los microempresarios están relacionados con el uso de microcréditos, ya que estos recurren a los préstamos bancarios o de cooperativas cuando necesitan dinero, e incluso gran parte de ellos tiene préstamos bancarios (69%) y posee CDT (90%), a diferencia del grupo de los no microempresarios, para quienes el banco y las cooperativas no son su primera opción, ya que recurren en mayor medida a los prestamistas, familiares y amigos.

Una explicación a este comportamiento es posiblemente la falta de confianza y la incertidumbre que genera el pago de una deuda directamente con una entidad bancaria, la cual puede tomar medidas legales si no se responde por un préstamo en el tiempo determinado. Para los microempresarios, quizá la actividad económica y la experiencia en su trabajo por cuenta propia hace que recurran a las entidades bancarias porque tienen mayor certeza sobre el pago de los compromisos adquiridos. Esto se puede interpretar como un mecanismo para amortiguar los riesgos.

Respecto a las prácticas de consumo, se observa que los microempresarios tienen mayor conocimiento de los servicios financieros, ya que realizan más compras a crédito, preguntan por las tasas de interés, el incremento del precio final y comparan las tasas de interés del mercado financiero. Las preferencias de los encuestados son del todo lógicas desde el punto de vista empresarial. Desde el punto de



vista del acceso al crédito se observa que el sector bancario y financiero se acerca a este tipo de microempresa con una lógica estricta de mercado. Es decir, donde encuentran un negocio funcionando, ven una oportunidad de mercado para ofrecer sus servicios bancarios, pero no hay ningún interés en brindar apoyo a los no microempresarios, que les permita potenciar su desarrollo como tal.

Quizá uno de los indicadores más importantes del grado de formalidad de los negocios es el de su fuente de financiación, considerando que lo más normal y formal en la dinámica de la economía es que las empresas y sus propietarios tengan vínculos con la banca y las instituciones financieras en general. En la medida en que los negocios se van consolidando, la oferta bancaria es más fácil de alcanzar.

Teniendo en cuenta los anteriores resultados sobre el uso de medios de financiación, se puede deducir que los microempresarios, a diferencia del resto de personas (grupo no microempresarios), se encuentran más estresados y la principal fuente de este problema es los problemas económicos. Sin embargo, el estudio demuestra todo lo contrario, pues los resultados arrojaron que la fuente principal de estrés de los microempresarios son los problemas afectivos, mientras que para el grupo de los no microempresarios la inestabilidad laboral y los problemas económicos son fuente de estrés.

Esta variable se puede correlacionar con la de *intereses* del modelo AIO, pues se encontró que al tener dinero extra, el grupo de los no microempresarios invertirían en montar un negocio y en estudiar, respuesta lógica ante la ausencia de seguridad en sus trabajos o actividades actuales, lo cual los motiva a desear la independencia.

Si se asocian los resultados de las variables *estrato socioeconómico* e *ingresos*, se puede inferir una contradicción, ya que en ambos grupos el 59% pertenece al estrato 1. En el grupo de no microempresarios, el 17% pertenece al estrato 3, mientras que en el grupo de microempresarios, este porcentaje es tan solo del 7%. Sin embargo, analizando los ingresos, el 24% de los microempresarios manifiesta superar los diez millones de pesos, mientras que en el caso de los no microempresarios, los que lo logran apenas llegan al 2%; esta condición puede indicar que la ciudad está mal estratificada o bien demostrar el mal uso que se le está dando en las investigaciones en psicología del consumidor a la estratificación como método para valorar el poder adquisitivo de la población.

De los resultados encontrados en la presente investigación se puede inferir que el microcrédito tiene un impacto positivo en el grupo al que está sirviendo, dado que la distribución de ingresos de los microempresarios fue superior a la del otro grupo.

Además, los microempresarios manifestaron mayor satisfacción con sus ingresos económicos.

Para ulteriores investigaciones se sugiere profundizar en la diferencia de estilos de vida entre mujeres y hombres microempresarios, e incluso hacer un análisis según su rango de edad, considerando la influencia que puede tener el ciclo de vida en los hábitos de consumo. Así mismo, sería interesante verificar el uso de los medios tecnológicos en su lugar de trabajo como herramienta de productividad y crecimiento, y analizar otras variables como *el significado del consumo*, por ejemplo. Otro tópico de interés sería los hábitos de ahorro y pago de los créditos bancarios de los microempresarios, cuyo análisis permitiría realizar una propuesta tendiente a ampliar el monto del crédito otorgado, que permita optimizar la calidad de vida de los quibdoseños.

Finalmente, teniendo en cuenta que el 43,3% del grupo de no microempresarios tiene formación universitaria y está más interesado en invertir en educación, se visualiza la oportunidad de ofrecerles capacitación en temas económicos y administrativos para que conozcan servicios financieros que les permitan mejorar su economía a través del uso del microcrédito, y por ende, su calidad de vida. En este sentido, se resalta el papel del sistema bancario como factor importante para el crecimiento económico.

## Referencias

- Alcaldía Mayor de Bogotá (2000). Ley 590 de 2000: “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa”. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>
- Arce, J. (2006). El sector de las microfinanzas en Costa Rica: evolución reciente y aporte al crecimiento y desarrollo económicos. Ponencia preparada para el Duodécimo Informe Estado de la Nación. San José de Costa Rica: Programa Estado de la Nación. Recuperado de: [http://estadonacion.or.cr/files/biblioteca\\_virtual/012/Sector\\_microfinanzasCR.pdf](http://estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/012/Sector_microfinanzasCR.pdf)

- Banco Central de Brasil. (2005). Introdução ao microcrédito. Recuperado de <http://www.bcb.gov.br//htms/public/microcredito/microcredito.pdf>
- Banco de la República, Ministerio de Agricultura y Finagro. (2010). Situación actual del microcrédito en Colombia: características y experiencias. Reporte de estabilidad financiera, septiembre, Bogotá. Recuperado de [http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/Tema1\\_sept.pdf](http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/Tema1_sept.pdf)
- Barreto, I., Sandoval, M. & Cortés, O. F. (2010). Prácticas de consumo y estilo de vida de la población LGTB de Bogotá. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 6(1), 165-184.
- Baudrillard, J. (1970). *Las sociedades de consumo: sus mitos, sus estructuras*. México: Siglo XXI.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. & Levine, R. (2007). Finance, Inequality and the Poor. *Journal of Economic Growth*, 12(1), 27-49. doi: 10.1007/s10887-007-9010-6
- Cooperativa Afroamericana. (2011). Estudio de factibilidad del mercado en la ciudad de Quibdó. Afroamericana Cooperativa Especializada de Ahorro y Crédito en Quibdó. Recuperado de: <http://coopafroamericana.com/>
- Gutiérrez-Nieto, B. (2005). Antecedentes del microcrédito. Lecciones del pasado para las experiencias actuales. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (51), 25-50. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405102>
- Meléndez, D. (2007). Desarrollo efectivo de las microfinanzas en Colombia. *Microfinance Research Paper. Secretario General de Finamerica, Colombia*. Recuperado de: <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-es-documento-desarrollo-efectivo-de-las-microfinanzas-en-colombia-4-2007.pdf>
- Municipio de Quibdó (2003). Diagnóstico territorial. Estructura general del territorio. Recuperado de: <https://www.quibdo-choco.gov.co/Proyectos/NuestrosPlanes/Plan%20de%20Ordenamiento%20Territorial%20-%20Municipio%20de%20Quibd%C3%B3.pdf>
- Naciones Unidas (2005). *Objetivos de Desarrollo del Milenio, Informe 2005*. Nueva York. Recuperado de [https://millenniumindicators.un.org/unsd/mi/pdf/MDG%20BOOK\\_SP\\_new.pdf](https://millenniumindicators.un.org/unsd/mi/pdf/MDG%20BOOK_SP_new.pdf)

- Narayan, D., Petesch, P., Chambers, R. & Shah, M. K. (2002). La voz de los pobres: clamando por el cambio. Banco Mundial [Informe 21936]. Ediciones Mundi-Prensa, Castelló, 37 • 28001, Madrid. Recuperado de: <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/935771468175148602/pdf/219360SPANISH01out0BOX800A200310010.pdf>
- Patiño, O. A. (2008). Microcrédito, historia y experiencias exitosas de su implementación en América Latina. *Revista EAN*, (63), 41-58.
- Plummer, J. T. (1971). Life Style Patterns and Commercial Bank Credit Card Usage. *The Journal of Marketing*, 35-41. doi: 10.2307/1249914
- Rodríguez Garcés, C. (2008). Impacto de las microfinanzas: resultados de algunos estudios. Énfasis en el sector financiero. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 281-298
- Sarabia, F. J., De Juan, M. D. & González, A. M. (2009). *Valores y estilos de vida de los consumidores. Cómo entenderlos y medirlos*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Wind, J. (1971). Life Style Analysis: A New Approach. In *Combined proceedings* (pp. 302-305). Recuperado de: [https://faculty.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2012/04/7103\\_Life\\_Style\\_Analysis\\_A\\_New.pdf](https://faculty.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2012/04/7103_Life_Style_Analysis_A_New.pdf)