

**ANÁLISIS DEL USO DEL CRÉDITO DE LIBRANZA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ:
CASO DE ESTUDIO LOS MILLENNIALS**

Línea de investigación: desarrollo económico y calidad de vida

JHOAN CAMILO CUENCA QUIMBAYO

CARMEN JOHANNA RUBIANO BARRETO

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

FACULTAD DE POSGRADOS

2018

**ANÁLISIS DEL USO DEL CRÉDITO DE LIBRANZA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ:
CASO DE ESTUDIO LOS MILLENNIALS**

Línea de investigación: desarrollo económico y calidad de vida

JHOAN CAMILO CUENCA QUIMBAYO

CARMEN JOHANNA RUBIANO BARRETO

DIRECTOR DE TESIS: LUIS FERNANDO GARCIA

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA FINANCIERA

FACULTAD DE POSGRADOS

2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
1. JUSTIFICACIÓN	12
2. ANTECEDENTES	13
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
3.1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
3.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	18
4. OBJETIVOS	18
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	18
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
5. HIPÓTESIS	19
6. MARCOS REFERENCIALES	20
6.1. MARCO HISTÓRICO	20
6.2. MARCO JURÍDICO	25
6.3. MARCO TEÓRICO	28
6.4. MARCO CONCEPTUAL.....	34
7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	43
7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:	43
7.2. ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN OBJETIVO	45
8. INDIVIDUALIZACIÓN DE VARIABLE	46
9. TÉCNICAS	47

9.1.	ENCUESTA ESTRUCTURADA.....	48
9.2.	JUICIO DE ESPECIALISTAS Y EXPERTOS (TÉCNICA DELPHI)	48
9.3.	INFORMACIÓN CUANTITATIVA.....	49
10.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	49
10.1.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
10.2.	CONCLUSIONES	50
10.3.	RECOMENDACIONES	52
11.	BIBLIOGRAFÍA	54
12.	ANEXOS	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- Convenios de Libranza suscritos por Bancos.....	23
Tabla 2- Definiciones Ley 1527 de 2012.	27
Tabla 3, Diferencias generacionales.	42
Tabla 4- Población General	45
Tabla 5- Población en Rangos Generacionales	45
Tabla 6- Población Millennials	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1- Mapa conceptual de los Marcos Referenciales.....	20
Figura 2- Participación del tipo de convenio.....	25
Figura 3- La libranza	28
Figura 4- Cartera de Crédito en Colombia.	29
Figura 5- Crédito de Consumo en Colombia.....	30
Figura 6- Segmento de mayor crecimiento.	31

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Datos de la Figura 4.....	58
Anexo 2: Datos de la Figura 5.....	58
Anexo 3: Muestra de la Figura 6	58
Anexo 4: Ficha Técnica de Encuesta.....	59
Anexo 5: Encuesta para Población Objetivo	60
Anexo 6, Población encuesta.....	61
Anexo 7, Estabilidad Laboral de la Generación Millennials.....	61
Anexo 8, Millennials Bancarizados.....	62
Anexo 9, Consumo de Crédito en los Millennials.....	62
Anexo 10, Destinación de Créditos.	63
Anexo 11, Conocimiento del Producto de Libranzas.	63
Anexo 12, Opción de Financiamiento de los Millennials.	64
Anexo 13, Estado de la Obligaciones.....	64
Anexo 14, Ficha Técnica del Método Delphi.....	65
Anexo 15. Cuestionario para Método Delphi.....	66
Anexo 16, Cartera de Pensionados y Activos.....	67
Anexo 18: Presupuesto	68

RESUMEN

En el presente documento se busca identificar el posible impacto generado con relación a la utilización del producto crédito de libranza, a partir del relevo generacional que supone la participación de los Millennials dentro de la fuerza laboral.

Lo anterior está sustentado con la recopilación de material bibliográfico como estudios, casos, análisis, informes, estadísticas y publicaciones generados por diversos autores, conducentes a delimitar el estado del arte para el producto crédito de libranza, así como para la generación Millennials, haciendo una revisión detallada de la interrelación propuesta entre ambos sujetos dentro de la dinámica económica del país, enfocado en lograr un análisis objetivo referente a la situación actual y sus diversos cambios.

Con el fin de obtener una visión consistente aplicando herramientas y prácticas que permitan alcanzar los objetivos planteados para la investigación, se aplican métodos estadísticos orientados a fortalecer el resultado de la comprobación de la hipótesis, como lo son las encuestas realizadas en función del caso de estudio.

Palabras clave: Relevo generacional, crédito de libranza, millennials, fuerza laboral, convenio, generación, descuento de nómina e impacto

ABSTRACT

In this document we seek to identify the possible impact generated in relation to the use of the order product, from the generational change that involves the participation of the Millennials within the labor force.

The above is supported by the collection of bibliographic material such as studies, cases, analyzes, reports, statistics and publications generated by various authors, leading to delimit the state of the art for the product order credit, as well as for the generation Millennials, making a detailed review of the interrelation proposed between both subjects within the economic dynamics of the country, focused on achieving an objective analysis regarding the current situation and its various changes.

In order to obtain a consistent vision applying tools and practices to achieve the objectives set for research, statistical methods are applied to strengthen the result of the verification of the hypothesis, as are the surveys conducted according to the case study.

Key words: Generational relief, credit to order, millennials, labor force, agreement, generation, discount of roster and impact.

INTRODUCCIÓN

Para entendimiento del eje temático que articula este proyecto se recopila el análisis realizado con relación al producto crédito de libranza, planteando como situación problema, el aumento a futuro de la participación de la generación Millennials¹ dentro de la fuerza laboral y la revisión de los posibles impactos que esto puede llegar a significar para la operación de las entidades financieras que ofertan este producto, así como, para la dinámica del producto en sí mismo, tomando como tamiz del estudio la ciudad de Bogotá, haciendo uso de encuestas en una población delimitada específicamente, la cual se detallará dentro del desarrollo de este trabajo, con el fin de obtener la visión más aproximada a la realidad.

Con el propósito de desarrollar el documento de la forma más óptima, se define la libranza como “Un crédito de consumo de libre destinación, donde el deudor autoriza a su entidad empleadora a descontar las cuotas de dicho crédito de su salario, para ir cancelando la obligación a la entidad financiera, para ello la entidad financiera debe suscribir un convenio con el empleador para que el deudor autorice el descuento de su nómina, el respaldo de estos créditos es el salario y la estabilidad laboral, por lo tanto, no requieren de codeudor o garantías adicionales”. (Finanzas personales , 2017)

A partir de la ley 1527 de 2012 (Ley de libranzas) se delimitan las condiciones específicas para acceder a este tipo de crédito, las entidades autorizadas para realizar operaciones, los topes máximos de descuento al salario y otros aspectos relevantes para garantizar los

¹ Se entiende por Millennials a la generación que comprende a las personas nacidas a principios de los años ochenta hasta el año 1993 aproximadamente, son quienes llegaron a la adultez en el cambio de siglo y de milenio y en el auge de la tecnología.

beneficios, las entidades que facilitan estos créditos son los bancos los cuales están vigilados por la Superintendencia Financiera y otras entidades como sociedades comerciales, sociedades mutuales o cooperativas, las cuales son vigiladas por la Superintendencia de Sociedades.

Teniendo en cuenta la solidez de los Bancos, es usual que sean las instituciones más populares para los consumidores, sin embargo, en consecuencia de su proceso de negocio, son las entidades que mayor estabilidad laboral exigen, en función de garantizar el descuento de las cuotas del crédito, mitigando así el riesgo de crédito asociado a la recuperación de la cartera, ya que uno de los factores que potencializan las probabilidades de impago por parte de los clientes es la rotación laboral, en donde el cambio de empleador por parte del titular de un crédito de libranza significa la pérdida de los beneficios asociados al convenio establecido entre la entidad y el empleador.

1. JUSTIFICACIÓN

Se plantea la investigación de este tema en particular, como un mecanismo para facilitar el entendimiento del impacto, generado por el relevo generacional, a partir del surgimiento de generaciones con marcadas particularidades y diferencias en su forma de pensar y actuar, como lo es la generación Millennials, la cual ha influenciado directamente cambios en el ámbito cultural, tecnológico, económico y laboral a nivel mundial, gracias a su activa y creciente participación en la evolución digital que ha enmarcado una redefinición de las tendencias de consumo.

Lo anterior refiere una de las principales razones para efectuar un trabajo investigativo enfocado en la comprensión de los efectos del cambio generacional, si se tiene en cuenta que la proyección con respecto a la generación Millennials es que para el año 2025 ocupe una participación mayoritaria dentro la fuerza laboral, con aproximadamente un 75%, lo cual significa necesariamente un cambio en las empresas como generadoras de empleo, apuntando al hecho de que junto con la forma de pensar también se modifican las necesidades y requerimientos de esta generación.

Pero no se puede limitar la investigación exclusivamente al entendimiento de los efectos de dicho cambio generacional desde una perspectiva global, por lo cual se pretende enfocar este trabajo con relación a uno de los engranajes que impulsa la economía del país, el sistema financiero, específicamente en uno de sus principales pilares, el crédito de consumo, fijando la mira en una de las modalidades que articula el Pareto de la colocación de créditos, siendo esta la libranza, teniendo en cuenta los posibles impactos que el cambio generacional puede suscitar con relación a su dinámica.

Adicionalmente se identifica la necesidad de ahondar en las posibles consecuencias que puede conllevar la participación de los Millennials dentro de la fuerza laboral, teniendo en cuenta la importancia que tiene para el crecimiento y desarrollo económico del país, la colocación de créditos, por lo cual esta investigación se suma a un esfuerzo en aras de contribuir a las entidades que operan este producto con la generación de propuestas de mejora que permitan su potencialización con relación al cambio mencionado anteriormente.

2. ANTECEDENTES

Teniendo como referencia el caso de estudio de los “Millennials” con relación a la utilización del producto crédito de libranza, foco central de la investigación que se propone en la presente tesis, se evidencia que se han generado un gran número de textos y artículos de estudio enfocados principalmente en la delimitación y comprensión de esta generación, tales como: “¿Quiénes la conforman? (Research, 2015)”, “¿Cuáles son sus preferencias? (Garcia, 2017) (Londoño, 2016)”, “¿Cuáles son sus hábitos de consumo? (EEUU, 2014),” ¿Cuáles son sus retos en materia laboral?” y “¿Cuáles son sus perspectivas con relación a las deudas?”, entre otras; sin embargo, no se ha generado ninguna investigación que se haya enfocado específicamente en el consumo del crédito de libranza por parte de la citada generación junto al potencial que representa este mercado.

En términos del producto crédito de libranza como tal, se han generado una serie de artículos y textos que se han enfocado en su definición (Finanzas personales , 2017), la aclaración de dudas e inquietudes que faciliten a los clientes potenciales la toma una decisión de consumo (Asobancaria, www.asobancaria.com/, 2016) y planteamientos referentes a la dinámica de

negocio que lo estructura (Ambito Jurídico, 2017). Esto partiendo, en particular, de los escándalos² que se han presentado con relación a la negociación de las carteras del producto en mercados secundarios.

Por otro lado, sin embargo, no se han realizado investigaciones que correlacionen el consumo del crédito de libranza, con los cambios y retos que se plantean para el mercado potencial a futuro a partir del relevo generacional consecuencia de la incorporación y participación de los Millennials dentro de la dinámica de las empresas. (Research, 2015).

Desde la perspectiva de los autores de este documento, la propuesta contenida en esta tesis, no ha sido trabajada, ni gestionada de forma previa, sin embargo, esta surge como una oportunidad de mejora que evidencia el producto en cuestión, con relación a un mercado de un alto potencial, que aún no ha sido explorado plenamente, a partir del cual es posible implementar o potencializar unidades o áreas de libranza en las entidades financieras disminuyendo el riesgo de cartera vencida.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los cambios en la situación actual, en términos de economía, cultura, sociedad, política y tecnología, han generado una serie de desafíos particulares para las generaciones actuales, que enfrentados continuamente a los avances y tendencias modifican la forma en la que se asume la vida y las perspectivas que se tienen para vivirla.

² Ambito Jurídico. (13 de Febrero de 2017). Recuperado el 20 de Julio de 2017

Lo anterior ha dejado como resultado la transformación que ha originado la hoy conocida generación del milenio o Millennials, altamente influenciada por la tecnología, la libertad y el disfrutar de la vida, que desafía constantemente los paradigmas de generaciones anteriores.

La citada generación se plantea nuevas prioridades en materia social, establece nuevas metas de vida y proyecta una carrera profesional en función de la libertad y la realización personal, más que en el desarrollo económico, “la acumulación de riquezas y el estatus social, su enfoque está en el bienestar, las experiencias y la calidad de vida (Nielsen, 2015)”.

Estos cambios a nivel generacional plantean grandes retos para las empresas colombianas, teniendo en cuenta que la dinámica de los Millennials en términos laborales, se enfoca en la libertad y la realización personal, lo cual sumado a la tasa de desempleo del país y las condiciones precarias en los empleos ofertados, da como resultado una dificultad para lograr la empatía necesaria entre las empresas y las personas para crear un ambiente de estabilidad y garantizar la continuidad laboral por un periodo prudencial.

Lo anterior modifica drásticamente las perspectivas de vida de los Millennials, principalmente entre los 23 y 27 años de edad, quienes motivados por las experiencias, el disfrute y la ya mencionada difícil situación laboral, postergan metas que eran prioritarias para generaciones pasadas, como comprar una casa, conformar una familia o ahorrar para la previsión de un futuro, dándole mayor importancia a la formación académica, los viajes y los servicios que aporten al mejoramiento de su calidad de vida, lo cual los sitúa como los principales usuarios de productos crediticios de consumo, destinados a la libre inversión, por la facilidad que tienen para acceder a ellos, planteando nuevos desafíos para el sector financiero, teniendo en cuenta la oferta de valor diferencial que se requiere para llegar al mercado de los Millennials y los riesgos que suscita su alta participación en la cartera crediticia de las entidades financieras

debido a sus características particulares y la alta posibilidad a futuro de que lleguen a integrar la mayor parte de la fuerza laboral (EY, 2016).

Es cuando uno de los productos crediticios que ha alcanzado el apogeo en la actualidad, por los beneficios que ofrece a los usuarios en términos de su libre destinación, tasa de interés competitiva y agilidad en el desembolso, “La Libranza”, se ha convertido en uno de los instrumentos utilizados por las entidades financieras para minimizar el riesgo en su cartera, teniendo en cuenta las garantías para su otorgamiento, el establecimiento de convenios previos y los descuentos asegurados por la continuidad de los contratos de trabajo, sin embargo teniendo en cuenta la situación laboral poco estable de los Millennials, esta modalidad de crédito los descartaría intrínsecamente en su mayoría como clientes potenciales, a pesar de que como se mencionó anteriormente son los principales usuarios de créditos en la modalidad de consumo, teniendo en cuenta que su estabilidad laboral no está garantizada y esto significa una alta posibilidad de que su cartera entre en mora en el momento de un posible cambio de empleo, debido entre otras cosas a la pérdida de las condiciones especiales de los convenios, las cuales pueden afectar negativamente su flujo de caja.

Adicionalmente, teniendo la principal característica del producto crédito de libranza, la cual es el establecimiento de un convenio entre la empresa en donde labora el solicitante y la entidad que realizara el desembolso, queda entredicho que no todas las empresas facilitan a sus empleados esta modalidad de crédito, sea por su tamaño (Pequeñas empresas) o simplemente por evitar los inconvenientes derivados de la relación con las entidades que ofrecen este producto, algo que puede implicar que los Millennials no encuentren este producto como una opción viable para sus necesidades y por lo tanto no accedan al mismo.

3.1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

“En cuanto a las tendencias del crédito en Colombia y el comportamiento en los últimos años se evidencia que en el año 2015 del 100% de los créditos de consumo el 36.5% era Libranza y el 21.3% eran Tarjetas de crédito, en la actualidad es la tarjeta de crédito es el producto crediticio más popular en los colombianos. Lo que más consumen los Millennials son tarjetas de crédito (83%), Crédito de vehículo (9%), Vivienda (6%) y crédito de Libranza (2%), (Corficolombiana, 2017)”, Adicional a ello la tasa de mora se ha incrementado considerablemente en productos de mayor riesgo como son créditos de vehículo y tarjetas de crédito, causas que pueden llegar a ser por las débiles condiciones económicas, sin embargo es de resaltar el incremento que ha tenido la colocación de créditos de consumo ya que es positivo para la economía del país.

Ahora bien, teniendo en cuenta el aumento predominante de la generación Millennials es necesario satisfacer las necesidades que ellos demandan, entre éstas el acceso a créditos de consumo. Debido a la alta tasa de mora es probable que los Millennials tengan ante las centrales de riesgo calificación y reportes negativos, lo cual no sería óptimo para acceder a este tipo de productos.

A partir de lo anterior teniendo en cuenta algunas de las características de la generación Millennials como lo son su tendencia hacia la calidad de vida, las experiencias y la tecnología, se hace necesario evaluar si las condicionales propias del producto crédito de libranza son compatibles con los ideales de vida y las necesidades de esta generación, cabe asumir que la participación de los Millennials en la dinámica de las empresas y por ende en el sector financiero está aumentando, haciendo necesario revisar si el producto crédito de libranza está

acorde con los ideales de los Millennials y fomenta el acceso por parte de los mismos o por el contrario es incompatible y a futuro puede perder viabilidad y por ende llegar a desaparecer.

3.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el impacto que puede tener a futuro para la colocación de créditos de libranza el aumento de la participación de los Millennials dentro de la fuerza laboral?

4. OBJETIVOS

A continuación, se plantean los objetivos que articulan la presente investigación.

4.1. OBJETIVO GENERAL

- Identificar los posibles impactos que tiene a futuro para la colocación de créditos de libranza un aumento en la participación de los Millennials dentro la fuerza laboral.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar cuáles son los efectos del cambio generacional originado por un potencial posicionamiento mayoritario de la generación Millennials dentro de la fuerza laboral que puedan incidir en el crédito de libranza.
- Identificar cual es el mercado objetivo al que está dirigido el producto crédito de libranza en la actualidad.

- Evaluar si a partir del cambio generacional originado por el aumento en la participación de la generación Millennials dentro de la fuerza laboral es posible mejorar el producto crédito de libranza.

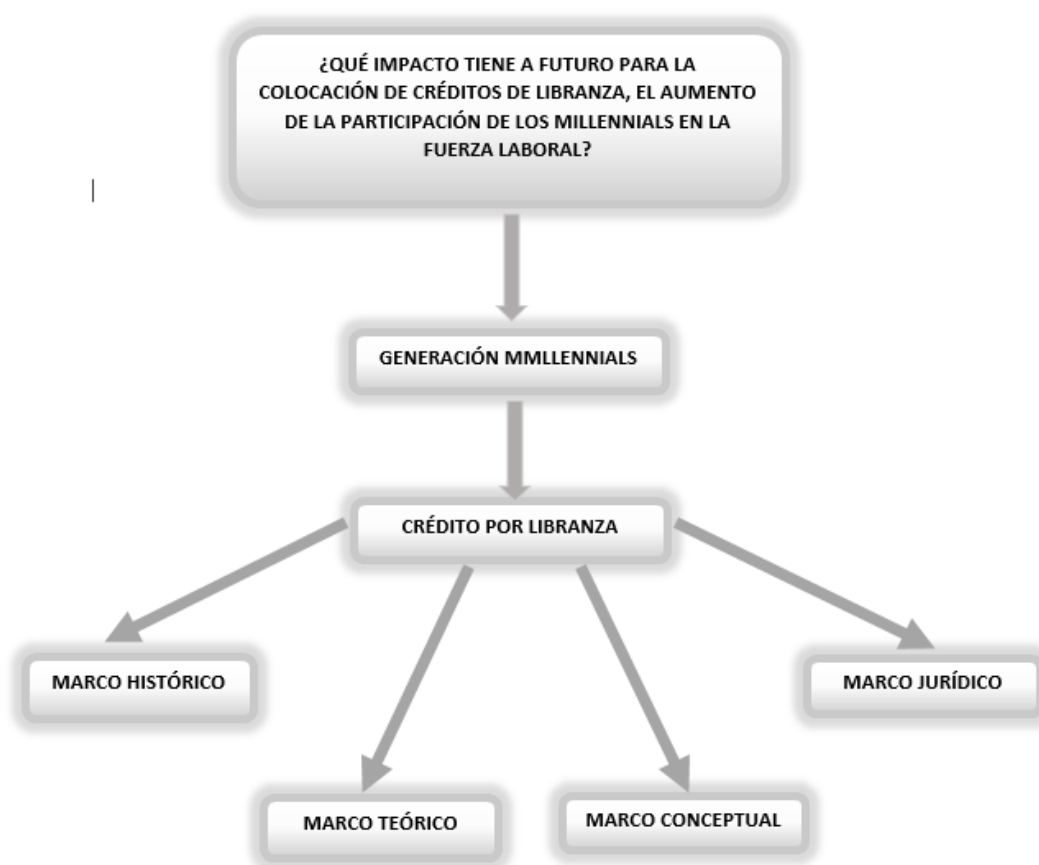
5. HIPÓTESIS

A partir de la presente investigación se pretende probar la veracidad de las siguientes hipótesis:

- El aumento de la participación de la generación Millennials dentro de la fuerza laboral, significa un cambio en la dinámica de colocación del producto crédito de libranza, posiblemente una disminución.

6. MARCOS REFERENCIALES

Figura 1- Mapa conceptual de los Marcos Referenciales.



Fuente: Elaboración propia (enero 2018)

6.1. MARCO HISTÓRICO

Crédito por Libranza: El inicio del crédito de libranza en Colombia se funda en el sector cooperativo el cual se originó desde 1933 donde el objeto social era mejorar la calidad de vida de los asociados como elemento para alcanzar los objetivos surgió el crédito, el cual solucionaría necesidades a los trabajadores y sus familias esto hizo que se pudiera tener como

garantía a los créditos la autorización expresa del empleado para que le descontaran de su salario las cuotas y así poder librar su préstamo, lo que vino a conocerse como libranza y en 1959 se implementó la modalidad de descuentos por nomina en la banca tradicional.

Se da origen a este tipo de crédito para solucionar necesidades vitales de las personas, favorecer los presupuestos familiares, incentivar el consumo y así aportar al crecimiento de la economía. Todo inició con un vínculo cerrado cooperativo entre el prestamista y el sector productivo pudiendo tener como garantía de los préstamos la autorización del empleado para descontar de su sueldo las cuotas.

En los años sesenta almacenes de vestuario y electrodomésticos para impulsar el consumo e incrementar sus ventas impulsaron una serie de cooperativas manejando un buen margen de interés con la modalidad de descuentos por nómina. En los años noventa llegó la globalización y el giro de la economía hacia el neoliberalismo, surgiendo así la financiación de la economía donde se ponen todos los recursos al servicio del capital financiero facilitados por el estado promoviendo la expansión de las entidades financieras y potencialización del capital como (titularización de activos, leasing...). (ASCOOP Asociación Colombiana de Cooperativas, 2016)

Teniendo en cuenta el aumento del crédito por libranza gracias a los beneficios que representa en términos de tasa de interés para sus clientes, surge en el año 2012 la ley 1527 que regula y delimita los parámetros a través de los cuales se deben ejecutar este tipo de operaciones.

El 22 de agosto de 2016 surge el decreto 1348 en el cual se regularizó la revelación de información y la gestión de riesgos en la venta y administración de operaciones de libranza por parte de entidades no vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia. (El

Ministro de Hacienda y Crédito Público y La Ministra de Comercio, Industria y Turismo, 2016). Esta regularización fue promovida por la Asociación Bancaria de Colombia para fortalecer la figura de libranzas ya que esta alternativa de crédito es una herramienta para potencializar el segmento de consumo.

Generación Millennials: Son quienes nacieron entre los años 80's y el año 2000, llamados así porque al llegar a la adultez ocurrió el cambio de siglo y de milenio esta generación creció en una época de desarrollo de nuevas tecnologías, es una generación enfocada en los resultados a corto plazo y por lo general están muy bien preparados académicamente, estudios realizados indican que tienen gran facilidad de adaptación y pueden cambiar con gran facilidad de hábitat y de trabajo, en cuanto al trabajo no están dispuestos a desempeñar su labor en algo de poco interés o rutinario, una particularidad destacada es menos trabajo y más vida por ello tardan más en estabilizarse laboralmente ya que les gusta más vivir, conocer, viajar “la buena vida” que el quedarse en una empresa rutinaria.

La juventud de los Millennials estuvo marcada por el cambio de milenio, han tenido la dicha de nacer y vivir en una época en la que ha habido pocos conflictos como guerra, hambrunas, epidemias... y un mundo muy avanzado en cuanto a tecnología, electrónica y telecomunicaciones. (Londoño, 2016).

En la actualidad las entidades que ofrecen el crédito de libranza en Colombia lo hacen con el propósito de libre inversión no antes de estar asegurados de la estabilidad laboral que tiene el cliente, por ello se evidencia que la gran mayoría de convenios suscritos por las entidades financieras son con instituciones del estado o con las instituciones que cumplen con una función de interés público, que se encuentren consolidadas y con gran trayectoria, es de anotar que estas organizaciones brindan una gran estabilidad laboral a sus empleados.

Sin embargo, se notan menos acuerdos de libranzas con empresas privadas, al parecer por motivos como la actividad económica a la que esta se dedique, la estabilidad que esta tenga en el mercado, entre otros de los motivos pueden ser que la gran mayoría de las empresas cuentan con fondos de empleados y organizaciones que suplen varias de las necesidades económicas a los empleados.

Tabla 1- Convenios de Libranza suscritos por Bancos

CONVENIO	TIPO DE CONVENIO
ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	Institucionales
ALCALDIAS MUNICIPALES	Institucionales
ARL SURA	Institucionales
AXA COLPATRIA SEGUROS DE VIDA	Institucionales
BANCO DE LA REPUBLICA	Institucionales
BENEFICENCIA DE CUNDINAMARCA	Institucionales
BOMBEROS	Institucionales
CAJA DE RETIRO	Institucionales
CASUR	Institucionales
CENTRALES ELECTRICAS	Institucionales
CONSORCIOS DE PENSIONES	Institucionales
CONTRALORIA	Institucionales
DANE	Institucionales
DEFENSORIA DEL PUEBLO	Institucionales
DIAN	Institucionales
DIRECCION GENERAL MARITIMA	Institucionales
DIRECCION TRANSITO DEPARTAMENTALES	Institucionales
ECOPETROL	Institucionales
ELECTRIFICADORAS	Institucionales
EMBAJADA BRITANICA	Institucionales
EMPRESAS PUBLICAS DEPARTAMENTALES	Institucionales
FIDUPREVISORA	Institucionales
FISCALIA	Institucionales
FONCEP	Institucionales
FONDOS DE PENSIONES	Institucionales
FONDO DE PREVISION SOCIAL	Institucionales
FONDO ROTATORIO DE LA POLICIA	Institucionales
GOBERNACIONES	Institucionales
HOSPITAL MILITAR CENTRAL	Institucionales
INPEC	Institucionales
INST MUINICIPAL CULTURA	Institucionales
INSTITUTO DE DESARROLLO URBANO	Institucionales
INSTITUTO FINANCIERO PARA EL DESARROLLO	Institucionales

INSTITUTO NACIONAL DE VIAS INVIAS	Institucionales
INSTITUTO TECNOLOGICO METROPOL	Institucionales
COLPENSIONES	Institucionales
JARDIN BOTANICO	Institucionales
METRO DE MEDELLIN	Institucionales
METROSALUD	Institucionales
MINISTERIOS DE COLOMBIA	Institucionales
MUNICIPIOS	Institucionales
PARQUES NACIONALES NATURALES	Institucionales
PERSONERIA DE BOGOTA	Institucionales
POLICIA NACIONAL	Institucionales
PORVENIR	Institucionales
POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS	Institucionales
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	Institucionales
PROCURADURIA GENERAL DE LA NAC	Institucionales
PROTECCION	Institucionales
RAMA JUDICIAL	Institucionales
REGISTRADURIA NACIONAL	Institucionales
SANIDAD MILITAR	Institucionales
SECRETARIA DE EDUCACION A NIVEL NACIONAL	Institucionales
SECRETARIA DE GOBIERNO BOGOTA	Institucionales
SECRETARIA DE SALUD	Institucionales
SECRETARIAS DISTRITALES	Institucionales
SEGUROS DE VIDA ALFA S.A.	Institucionales
SENA	Institucionales
SUPERINTENDENCIAS NACIONALES	Institucionales
UNI REHABILITACION Y MANT VIAL	Institucionales
UNIDAD ADM MIGRACION COLOMBIA	Institucionales
UNIDAD ADMIN AERONAUTICA CIVIL	Institucionales
UNIDAD ADMINST.DE CATASTRO	Institucionales
UNIDAD DE PROTECCION NACIONAL	Institucionales
UNIVERSIDAD NACIONAL	Institucionales
VEEDURIA DISTRITAL	Institucionales
FABRICA DE LICORES	Empresariales
COMFAMA	Empresariales
COMPENSAR	Empresariales
COOSALUD	Empresariales
HOTELES CHARLESTON SAS	Empresariales
INST CIENCIAS DE LA SALUD	Empresariales
ISTITUZIONE LEONARDO DA VINCI	Empresariales
MONTESSORI	Empresariales
U SERGIO ARBOLEDA	Empresariales

Fuente: Bancos (Popular y Banco GNB Sudameris 2017)

Se evidencia la gran participación que tienen los convenios institucionales sobre los empresariales.

Figura 2- Participación del tipo de convenio



Fuente: Bancos (Popular y Banco GNB Sudameris 2017)

6.2. MARCO JURÍDICO

Ley 1527 de 2012, por medio de la cual se establece un marco general para la libranza o descuento directo y se dictan otras disposiciones.

Sentencia C-751 de 2013, MARCO GENERAL PARA LA LIBRANZA O DESCUENTO DIRECTO/ mediante la cual se declaró inexecutable la expresión “el artículo 8º numeral 2 del Decreto-Ley 1172 de 1980, el párrafo 4º del artículo 127-1 del Estatuto Tributario, el

parágrafo del artículo 89 de la Ley 223 de 1995”, contenida en el artículo 15 de la Ley 1527 de 2012.

Decreto 1348 de 2016, por el cual se reglamentan la revelación de Información y la gestión de riesgos en la venta y administración de operaciones de libranza efectuadas al amparo de la Ley 1527 de 2012,

Conforme al artículo 150 de la Constitución Política de Colombia corresponde al Congreso hacer las leyes y en el ejercicio de dicha función se expide la Ley 1527 de 27 de abril de 2012, donde la Superintendencia Financiera de Colombia redacta el procedimiento A-PR-GTH-024, donde genera una capacitación para las Entidades Operadoras.

Tabla 2- Definiciones Ley 1527 de 2012.

DEFINICIONES
Libranza o Descuento Directo: Es la autorización dada por el funcionario, a la Superintendencia Financiera de Colombia para que realice el descuento del salario disponible por el empleado, con el objeto de que sean giradas a favor de las entidades operadoras para atender los productos, bienes y servicios objeto de libranza.
Empleador o Entidad Pagadora: Es la persona natural o jurídica, de naturaleza pública o privada, que tiene a su cargo la obligación del pago del salario, cualquiera que sea la denominación de la remuneración, en razón de la ejecución de un trabajo o porque tiene a su cargo el pago de pensiones en calidad de administrador de fondos de cesantías y pensiones. En este caso la Superintendencia Financiera de Colombia.
Entidad Operadora: Es la persona jurídica o patrimonio autónomo conformado en desarrollo del contrato de fiducia mercantil que realiza operaciones de libranza o descuento directo, por estar autorizada legalmente para el manejo del ahorro del público o para el manejo de los aportes o ahorros de sus asociados, o aquella que, sin estarlo, realiza dichas operaciones disponiendo de sus propios recursos o a través de mecanismos de financiamiento autorizados por la ley. En estos casos deberá estar organizada como Instituto de Fomento y Desarrollo (Infis), sociedad comercial, sociedades mutuales, o como cooperativa, y deberá indicar en su objeto social la realización de operaciones de libranza, el origen lícito de sus recursos y cumplir con las demás exigencias legales vigentes para ejercer la actividad comercial. Estas entidades operadoras estarán sometidas a la vigilancia de la Superintendencia de Sociedades.
Funcionario Beneficiario: Empleado de la Superintendencia Financiera de Colombia, titular de un producto, bien o servicio que se obliga a atender a través de la modalidad de libranza o descuento directo.
Acuerdo de Descuentos: Documento suscrito entre la SFC y la Entidad Operadora en el cual se establecerán las condiciones técnicas y operativas necesarias para la transferencia de los descuentos por libranza.
Código de Descuento: Código con el cual el Grupo de Compensaciones Económicas de las Personas identifica a cada Entidad Operadora dentro del aplicativo de nómina SARA, una vez suscrito el Acuerdo de Descuento.
Capacidad de Descuento: Cupo con el que cuenta un funcionario para autorizar descuentos por nómina, el cual no puede superar cincuenta por ciento (50%) del neto de su salario, después de los descuentos de ley. Las deducciones o retenciones que realice el Empleador o Entidad Pagadora, que tengan por objeto operaciones de libranza o descuento directo, quedarán exceptuadas de la restricción contemplada en el numeral segundo del artículo 149 del Código Sustantivo del Trabajo.
Viabilidad: Análisis efectuado al estudio de Capacidad de Descuento y de la Tasa de Interés correspondiente a los productos y servicios, objeto de Libranza, la cual no puede superar la tasa máxima permitida legalmente.
RUNEOL: Registro Único Nacional de Entidades Operadores de Libranza, código expedido por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
Novedad: Suceso que afecta económicamente la nómina de un funcionario, incluye lo relacionado con nombramientos, renunciaciones, retiros, licencias no remuneradas y sus prórrogas, ascensos, encargos con sueldo, sanciones o multas, adscripciones, descuento por llamadas telefónicas, auxilio de maternidad, incapacidades, descuentos en salud, descuentos para cuentas AFC, aportes voluntarios para AFP, reintegros, horas extras, coordinación con erogación, descuentos por libranzas con terceros y solicitudes de prima por dependientes.
Salario: Constituye salario no sólo la remuneración ordinaria, fija o variable, sino todo lo que recibe el funcionario en dinero o en especie como contraprestación directa del servicio, sea cualquiera la forma o denominación que se adopte, como primas, sobresueldos, bonificaciones habituales, valor del trabajo suplementario o de las horas extras, valor del trabajo en días de descanso obligatorio, porcentajes sobre ventas y comisiones. (Art. 127 C.S.T).
Descuentos de ley: Son descuentos de Ley los aportes que debe efectuar el empleado por conceptos de: (i) Seguridad social en salud (ii) Pensión, (iii) fondo de solidaridad pensional, (iv) 20% de la reserva de especial del ahorro e (v) impuestos. (retención en la fuente)

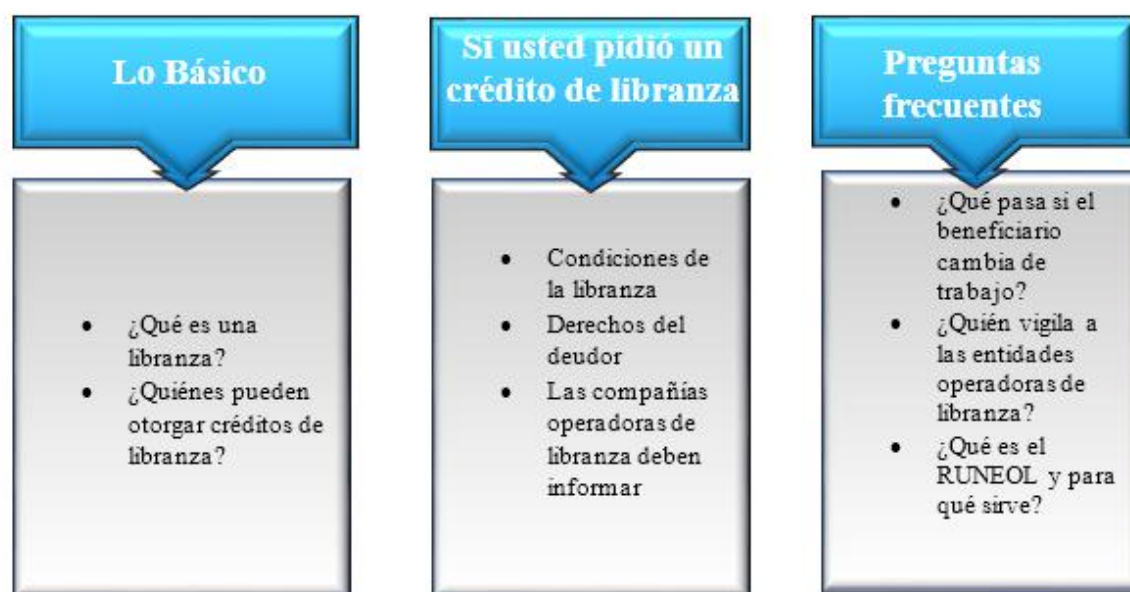
Fuente, Superintendencia Financiera de Colombia, (Procedimiento A-PR-GTH-024)

6.3. MARCO TEÓRICO

Revisión de literatura, en este acápite verificaremos las teorías planteadas por varios autores tanto institucionales como literarios sobre el tema de investigación y la hipótesis trazada.

ABC de las libranzas año 2017: esta publicación es una herramienta para las personas que quieran “adquirir un crédito de libranza” donde define el producto y traza toda la ruta para adquirir con seguridad este producto.

Figura 3- La libranza



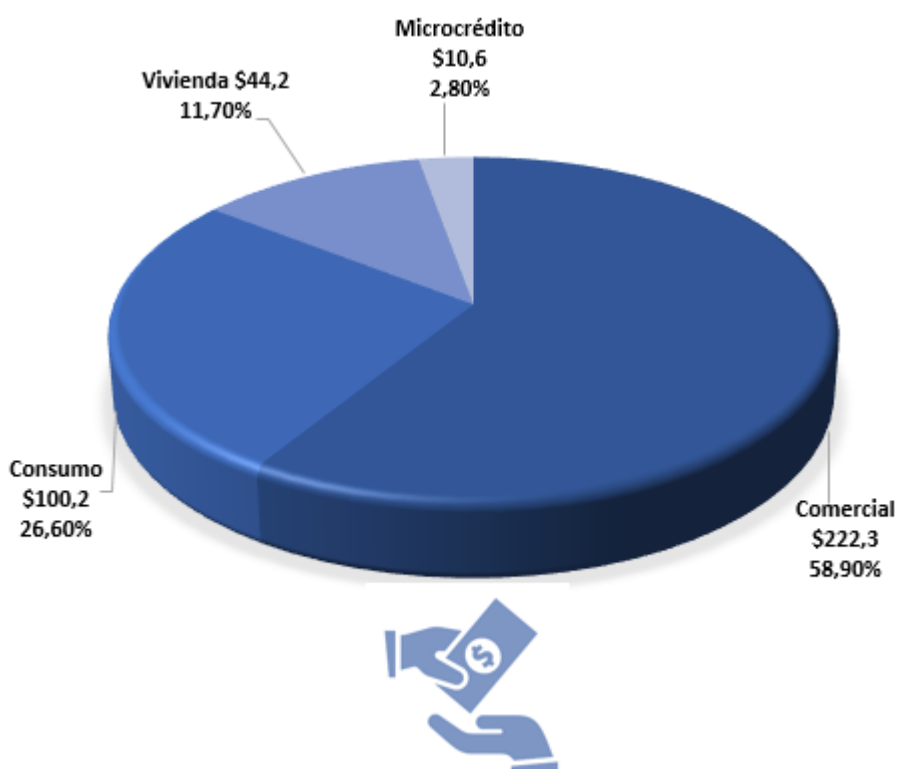
Fuente: ABC de las Libranzas – (Procuraduría General de la Nación)

El ABC de las Libranzas es un material publicado por la Procuraduría General de la Nación, la Superintendencia de Sociedades, la Superintendencia de Industria y Comercio, la Superintendencia Financiera de Colombia y la Superintendencia de la Economía Solidaria. Mostrando lo básico sobre el producto de libranza, sobre las condiciones y los derechos que tiene como consumidor de este producto y solucionando varios interrogantes que puedan

tener, todo esto con el propósito de evitar las malas prácticas del producto y facilitar al cliente la adquisición del crédito.

La revista Ciclo del Riesgo, para expertos del mundo del crédito y la cobranza: Revista especializada en el crédito y la cobranza, Directora General la actual vicepresidenta de BCSC, acompañada de editores con experiencia en análisis económico, financiero y de empresas, al igual que en investigadores del consumo, del crédito y de los comportamientos del cliente. Se evidencia en la revista la estadística realizada por Estructuradora Consultores y Proyectos, donde trae a colación cifras del Banco de la Republica y la Superintendencia Financiera de Colombia, evidenciando la participación que tiene la cartera de crédito en Colombia, donde se evidencia la participación del crédito de consumo y su actual e importante contribución del crédito de libranza.

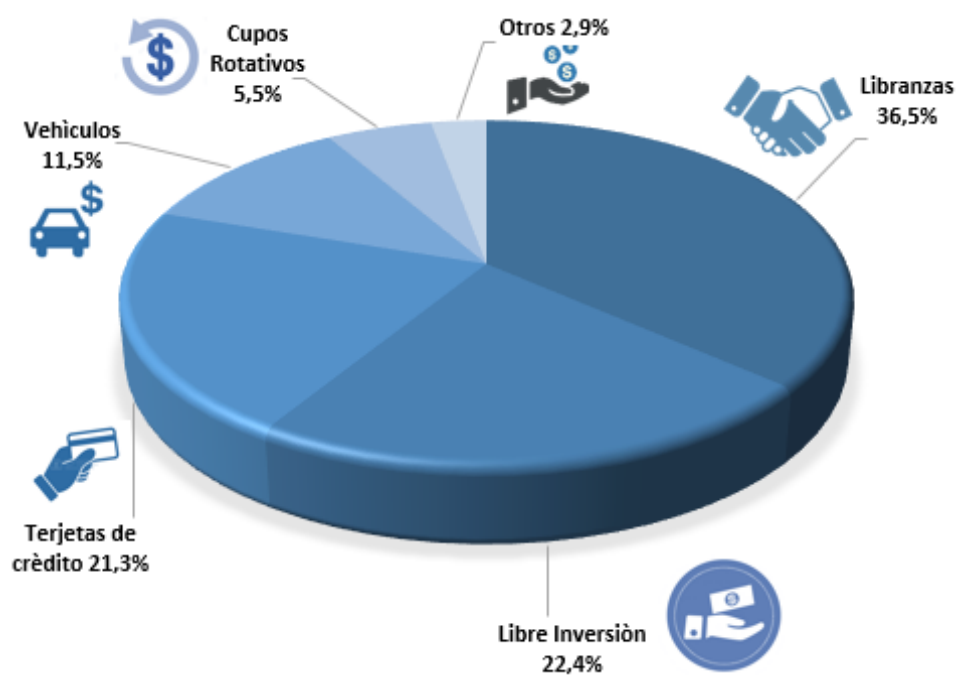
Figura 4- Cartera de Crédito en Colombia.



Fuente: “Libranzas en Colombia: (Evolución reciente y participación, Ciclo de Riesgo)”

Ver Anexo 1: Datos de la Figura 4

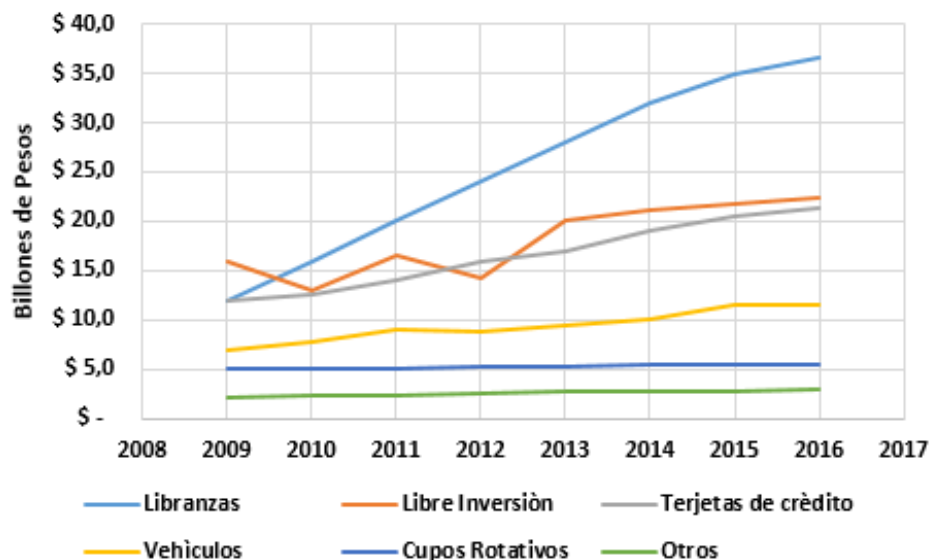
Figura 5- Crédito de Consumo en Colombia.



Fuente: “Libranzas en Colombia: (Evolución reciente y participación, Ciclo de Riesgo)”

Ver Anexo 2: Datos de la Figura 5

Figura 6- Segmento de mayor crecimiento.



Fuente: “Libranzas en Colombia: Evolución reciente y participación, Ciclo de Riesgo”

Ver Anexo 3: Muestra de la Figura 6

Millennials en Latinoamérica, editado por Fundación Telefónica y Editorial Ariel

(Grupo Planeta): Donde aborda ámbitos de interés de la vida Millennials como la tecnología, el ocio y el entretenimiento, la educación y la formación profesional, el mundo de la empresa y las nuevas tendencias laborales, el consumo de información y noticias y también la participación política y social.

Aborda las nuevas concepciones y formas de trabajo de la generación Millennials, donde concluye que esta generación estima las conciliaciones familiares y laborales, el salario y las

posibilidades de crecimiento, y si no encuentra estos elementos en su empresa no duda en cambiar de trabajo o en emprender un negocio propio.

Con estos cambios frecuentes de trabajo se consideren (job hopping)³ siendo profesionales que cambian a menudo su empleo y su adaptación al cambio y su eficacia laboral es óptima.

Generación del milenio y su inserción en el mercado laboral colombiano: Estudio realizado por la Universidad de San Buenaventura Medellín, donde se observa la inclusión en el mercado laboral por parte de la generación que nos ocupa.

Los jóvenes colombianos y su empleabilidad:

La generación del milenio es por ende potenciar sus capacidades y habilidades creando impacto en fortalecer equipos de trabajo, proponer cambios que generen mayores rentabilidades o hagan los procesos más eficaces; para así conseguir empleos en las grandes industrias. También, con esas características en la actualidad, se presenta el cambio hacia la mentalidad de crear el “propio negocio” conocido como emprendimiento, ya que es en las ideas y capacidades de los jóvenes Millennials en que se fundamenta la creación de empresa, porque el financiamiento lo pueden obtener de las diferentes fuentes de apoyo a la innovación, creatividad y emprendimiento joven.⁴ (Generación del milenio y su inserción en el mercado laboral colombiano, 2017, p.11)

³ Job hopping “salta empleos” Se le considera así a una persona que cambia constantemente de empleo buscando nuevos retos y crecimiento profesional.

⁴ Generación del milenio y su inserción en el mercado laboral colombiano, Rave Arroyave, Jessica Natalia, 2017.

El método histórico de las generaciones, del instituto de humanidades, Madrid España, Julián Marías, donde se aclaran conceptos sobre los cambios generacionales en la humanidad, aborda temas como:

- Que hay generaciones, en virtud de la estructura general de la vida humana individual y de la sociedad o vida colectiva.
- Que coexisten varias generaciones en un mismo momento; es decir, que en cada fecha hay grupos de contemporáneos que no son coetáneos.
- Las generaciones no se suceden en fila india, sino que se entrelazan, se solapan o empalman.
- Que la marcha efectiva de la historia procede por generaciones, y esa distensión de varias generaciones coexistentes constituye la estructura misma, intrínsecamente histórica, de la sociedad.
- Que la duración de las generaciones es de unos quince años.

El libro *El método histórico de las generaciones* de Marías, cita a pensadores de la época Giuseppe Ferrari (1812-1876) influenciados por el positivismo, donde la idea que se tiene de generación se sostiene que cada treinta años hay un cambio significativo en las ideas de los grupos sociales. Donde cada generación lucha por imponer sus convicciones, iniciando las bases para un nuevo orden. Quien afirma: “La primera generación de un periodo es precursora o preparatoria; la segunda, revolucionario o explosiva; la tercera, reaccionaria; la cuarta, por

último, resolutive. Y, mientras las generaciones pueden oscilar entre veinte y cuarenta y cinco años, los periodos son muy regulares y solo oscilan entre ciento y ciento cincuenta.⁵

Artículos de prensa dedicada a la investigación económicas y empresarial del país tales como revista Dinero, Ciclo del Riesgo y emisor de prensa del Banco de la Republica, donde muestran estadísticas sobre la población, la inclusión laboral, el consumo y específicamente la participación que tiene la generación Millennials en la fuerza laboral y en el consumo de créditos.

Generación “Y” y mercado laboral: Modelos de gestión de Recursos Humanos para los jóvenes profesionales Business School, investigación realiza por el instituto europeo para la gestión, aborda los factores que condicionan la percepción del entorno de trabajo en cuanto valores, actitudes y mercado laboral. Muestra también la convivencia intergeneracional en los entornos laborales.

6.4. MARCO CONCEPTUAL

El crédito:

Crédito proviene del latín “credere”; creer, que significa confianza “cosa confiada”, el crédito es un préstamo de dinero que una entidad financiera otorga con el compromiso de que en el futuro se devuelvan estos recursos en forma gradual. Es uno de los factores más importantes para el desarrollo de la economía de un país.

⁵El método histórico de las generaciones / Julián Marías, Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2014, Instituto de Humanidades.

El crédito es una relación económica fundada en la confianza, donde una de las partes entrega un valor actual y efectivo, y la otra parte adquiere el compromiso de reintegrar el efectivo al cabo de cierto plazo.

El crédito puede revestir formas diversas: es personal, cuando se obtiene el anticipo de los productos a cambio de una sencilla promesa de pago; y real, si además de la promesa media la garantía de un valor determinado; el crédito real es mobiliario o territorial, según que la garantía se constituye en prenda, por ser un bien mueble, o da lugar a la hipoteca por ser de naturaleza inmueble. La forma más perfecta, el verdadero crédito y el que más fácilmente se desarrolla es el personal, porque la garantía supone falta de confianza, hace muy gravoso el empleo del crédito y es un obstáculo para la transmisión de las promesas. (González C. y., tercera edición)

El crédito de consumo:

Es un crédito a corto o mediano plazo que se concede para obtener dinero para una libre destinación, con el pago periódico “mensual o quincenal” e intereses asequibles.

Este crédito lo puede otorgar una entidad financiera con el fin de comprar algunos bienes o de disponer de una capacidad de dinero, para determinar el valor prestable la institución que presta debe tener en cuenta: la capacidad de reembolso vinculada al ingreso mensual y los gastos que tenga la persona, criterios internos de evaluación del riesgo en cuanto al perfil del cliente y las anotaciones registradas en las centrales de riesgos, actualmente en Colombia TransUnion.

Temas relevantes en cuanto al crédito de consumo:

- El préstamo afectado: Cubre la compra de un bien o servicio particular que sirve para financiarlo. Ej.: un vehículo, un bien mueble o unas vacaciones.
- El préstamo personal: en esta modalidad de crédito se pone a disposición un monto determinado por los meses o años que se pacte. Ej.: cuando se quiere disponer de una cantidad de dinero para lo que a bien disponga.
- El crédito permanente: Es la posibilidad de utilizar el crédito a cualquier momento, es como tener una reserva teniendo un límite máximo predefinido.
- El crédito estudiantil: Otorgados para permitir a los estudiantes financiar sus carreras.

El crédito por libranzas:

Es un crédito de consumo de libre destinación, pero con un mecanismo de recaudo especial, donde el deudo autoriza a su entidad empleadora a debitar de su nómina la suma acordada con la entidad financiera para realizar la cancelación del crédito.

Este es un sistema financiero donde se suscribe un convenio empresarial entre la entidad financiera y la empresa, este crédito es un mecanismo de recaudo de cartera, en donde el deudor autoriza al empleador a realizar un descuento de su salario o pensión, para que esos recursos sean destinados al pago de las cuotas del crédito adquirido con la entidad financiera.

La garantía de este crédito es el salario y será debitado sin ningún inconveniente lo que genera para los deudores un comportamiento de pago impecable, es una de las tasas de interés más bajas del mercado y sin tantos documentos para su solicitud. Se requiere para adquirir este crédito estabilidad laboral y que la empresa para la cual se labora tenga convenio suscrito con la entidad financiera. (Asobancaria, www.asobancaria.com/, 2016).

Ventajas del crédito de Libranza:⁶

- No se requiere de codeudor, fiador, avalista, ni de garantías adicionales al compromiso de descuento.
 - Las tasas de interés que ofrecen los bancos para la Libranza son sustancialmente menores que los otros créditos de consumo.
 - El usuario tiene derecho a decidir con qué entidad quiere acceder al crédito.
 - La Libranza o descuento directo se efectúa, siempre y cuando el asalariado o pensionado no reciba menos de 50% del neto de su salario o pensión, después de los descuentos de Ley.
 - La principal ventaja para el acreedor es que se minimiza el riesgo del crédito dado que la operación está respaldada por el pago periódico hecho al beneficiario.
 - Se permite la continuidad de la Libranza cuando el trabajador cambia de empleo.
 - En este último caso, si el contrato de trabajo finaliza, pero aún existe saldo con el banco, la empresa podrá retener parte de las prestaciones sociales e indemnizaciones a que tenga derecho, siempre y cuando el trabajador autorice por escrito a su empleador.
- (Asobancaria, Asobancaria, 2013)

Cliente:

El cliente es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a disposición el comercio. Tratándose de una persona que adquiere un producto mediante una transacción comercial se le conoce también como *comprador*, cuando

⁶ Análisis sobre riesgos en el proceso de comercialización de libranzas, Tesis, director: Manuel Guillermo López Pita, 2017.

la persona hace uso de un servicio determinado también se le llama *usuario* y cuando la persona consume productos y servicios se le conoce como *consumidor*.⁷

Según artículo de investigación de la firma de consultoría y capacitación para modernizar la gestión de su PYME “Digignos” los clientes se pueden clasificar según el estatus.

Clasificación según el estatus: se dividen en clientes actuales y clientes potenciales.

Cliente Actuales: Son clientes que compran periódicamente y son quienes le generan ingresos a la empresa, estos pueden ser activos o inactivos, siendo los primeros los que realizan compra o consumo con cierta frecuencia durante un periodo determinado que dependerá del tipo de producto o servicio que preste la empresa y el segundo hace relación a los clientes que han utilizado el servicio o compran el producto, pero no dentro del periodo definido por la empresa.

Clientes potenciales: Son aquellos clientes que no han utilizado el servicio o el producto de la empresa, pero son una oportunidad de negocio latente ya que es aquel público que no consume el producto, pero puede llegar a tener la necesidad de consumirlo. Siendo estos una oportunidad de negocio latente, ya que es aquel público que no consume el producto, pero puede llegar a tener la necesidad de consumirlo y ser generadores de ingresos futuros.

Convenio:

Convenio es un contrato, acuerdo o convención de donde se despliega una serie de funciones de carácter específico destinado a transferir, modificar o extinguir una obligación.

⁷ Significados.com. Disponible en: <https://www.significados.com/Consultoría y capacitación para modernizar la gestión de su PYME>

Acuerdo de voluntades entre dos o más personas o instituciones, es todo acto celebrado entre personas jurídicas de derecho público o derecho privado, nacionales o extranjeras, donde su finalidad es sacar provecho mutuamente de algún recurso o fortaleza.

Generación:

Palabra que viene del latín “generatio - generate” que significa engendrar, concebir o producir y el sufijo “ción” es de acción o efecto, el término se atribuye a una sociedad que comparten una época en común, como ser nacidos en una misma época, con semejantes vivencias y que comparten una cultura o una creencia.

Se traen a colación varias teorías sobre las generaciones, especialmente la teoría Orteguiana de José Ortega filósofo y ensayista español, exponente principal de la teoría del perspectivismo⁸ y de la razón vital, su corriente filosófica se encuentra en el vitalismo⁹.

Al respecto de lo que es una generación indica:

Es un espacio de tiempo una noción métrica interna de la vida humana. Este espacio de tiempo, va desde el nacimiento hasta aquel límite de edad en que por término medio se añade un nuevo anillo al árbol de la generación, y comprende, por tanto, unos treinta años. Tres décadas es un tiempo suficiente para que una generación pueda ser sustituida por otra (El método histórico de las generaciones, Marías, 1960, p,60).

⁸ Perspectivismo: Es la postura filosófica que sostiene que el acceso del ser humano al mundo a través de la percepción, la experiencia y la razón.

⁹ Vitalismo. Esta corriente se caracteriza por considerar la vida como centro de cualquier investigación filosófica. Dando paso a su concepto de "razón vital".

Ortega postula que:

Generación es además una denominación para una relación de contemporaneidad de individuos; aquellos que en cierto modo crecieron juntos, es decir, tuvieron una infancia común, una juventud común, cuyo tiempo de fuerza viril coincidió parcialmente, los designamos como la misma generación (El método histórico de las generaciones, Marías, 1961, P.60).

Dicha teoría Orteguiana sobre el perspectivismo no se limita a los aspectos perceptuales si no que alcanza también otras dimensiones de la realidad como los valores y las verdades.

Ortega propone:

Una razón que sea capaz de integrar la dimensión perspectivística de la realidad, una razón vital e histórica. La razón vital muestra que las diferencias individuales, las peculiaridades de cada pueblo y de cada momento histórico, no son impedimentos para alcanzar la realidad, al contrario, son el órgano gracias al cual pueden captar la realidad que les corresponde. (filosofía contemporánea, Ortega y Gasset, Perspectivismo, 1938, p. 10)

Generación Millennials:

Generación nacida entre los años 80's y el año 2000 son quienes llegaron a su etapa adulta con el cambio de siglo, personas que poseen características particulares como el amor por la tecnología, actualmente los Millennials se encuentran entre los 17 y 34 años de edad, son innovadores y la forma de vida gira alrededor de la tecnología, personas enfocadas en formarse académicamente así tardan un poco más en formar familia y en estabilizarse laboralmente.

Son los que nacieron entre los años 80's y el año 2000 donde crecieron en una época de desarrollo de nuevas tecnologías, es una generación enfocada en los resultados a corto plazo y por lo general están muy bien preparados académicamente, estudios realizados indican que tienen gran facilidad de adaptación y pueden cambiar con gran facilidad de hábitat como de trabajo, en cuanto al trabajo no están dispuestos a trabajar en algo de poco interés o rutinario, una particularidad destacada es menos trabajo y más vida por ello tardan más en estabilizarse laboralmente.

Esta generación se caracteriza por ser más individualistas y reivindican la autonomía en sus opiniones y actuaciones, ubicando su entorno personal por encima de consideraciones de orden laboral y social.

En la investigación modelos de gestión de Recursos Humanos para los jóvenes profesionales Business School, Generación "Y" y mercado laboral, muestra generalidades en cuanto a la visión del mundo laboral en cuanto a la motivación característica, la dimensión ética, reacción ante la autoridad y percepción de liderazgo (Instituto de Empresa Business School, 2007) comparado con las generaciones anteriores donde se notan diferencias muy marcadas.

Tabla 3, Diferencias generacionales.

	Tradicionalistas	BabyBoom	Generación X	Millennials
Perspectiva	Practica	Optimista	Escéptica	Esperanzada
Ética profesional	Dedicados	Volcador	Equilibrados	Dedicados
Ante la Autoridad...	Respeto	Amor/odio	Desinterés	Cortesía
Liderazgo por...	Jerarquía	Consenso	Competencia	Colectivismo
Espíritu de...	Sacrificio	Automotivación	Anti-compromiso	Inclusión

Fuente, “Generación “Y” y mercado laboral, instituto de Empresa Business School”

Impacto:

La palabra impacto hace referencia al choque violento de dos objetos o materia, este término es utilizado para referirse al choque o golpe entre dos o más partes, también hace referencia a situaciones que no implican choques si no el efecto que algunos fenómenos tienen sobre la realidad.

En el caso de la presente investigación el termino impacto será utilizado como el efecto, consecuencia o reacción que tendrá la generación Millennials en los créditos de libranzas.

Se tendrá en cuenta la relación de causalidad donde se conozca el cambio que se produzca en la modalidad de crédito cuando la fuerza laboral sea la generación que ocupa esta investigación, así mismo los distintos impactos que se tendrán en las entidades financieras.

7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Investigación descriptiva:

Mediante esta investigación se diseñarán instrumentos para la recolección de datos e información para poder estructurarla, con la cual se pueda medir, cuantificar y llegar a conclusiones objetivas.

La investigación está basada en hechos a partir de los cuales se revisará el impacto que tiene la generación Millennials en el producto y la posibilidad que tienen de acceder a los créditos de libranza, por lo anterior se analizará la realidad objetiva partiendo de un proceso sistemático de recolección de datos fundamentado en entrevistas y en la revisión de bases de datos, a partir de cuya interpretación y análisis se espera poder direccionar a una entidad financiera al mercado objetivo que se debe atacar, el cual sería un conjunto de clientes actuales y potenciales a los cuales ofrecer el crédito de libranza, dentro de los cuales puede posiblemente encontrarse la generación Millennials, según el escenario de riesgo que se identifique, con el objetivo de posibilitar un ajuste en las políticas y estructuras comerciales de las entidades financieras, enfocándose en la suscripción de convenios de libranzas con

entidades empleadoras donde la mayoría de empleados sea la generación estudio de esta investigación.

Objetivos básicos de la línea de investigación:

Objetivo Social: Satisfacer la necesidad del consumidor financiero y que a este producto de crédito por libranza tenga acceso la generación objeto de esta investigación.

Objetivo Económico: El crédito de consumo en Colombia ocupa un lugar importante en la economía colombiana donde la Libranza conforme cifras del DANE tiene una participación del 36.5% dentro de ese consumo. Donde se puede aportar con esta investigación a fortalecer el consumo de este crédito en la generación Millennials.

Objetivo Administrativo: Con el desarrollo y conclusión de esta investigación, ayudar a las entidades financieras a la penetración de las fuerzas de ventas a los mercados potenciales mediante planeación y organización de estrategias.

Limitantes de la investigación:

Dificultad para acceder a información de las entidades financieras en cuanto a las características de los clientes a los cuales les desembolsa, ya que con esta información se puede medir la utilización de estos créditos por parte de la generación estudio de esta investigación.

7.2. ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Se presenta la población que se va a analizar, según historial de consumidores donde la fuente será los clientes a los cuales le han otorgado créditos de libranza en una entidad financiera en el país.

Tabla 4- Población General

MERCADO OBJETIVO	
Población en Colombia	Población estimada en Colombia 48 millones de
Bancarizados	70% de la población tiene
Acceso a crédito	43% de la población tiene

Fuente: “Cooindependencia, Empresa que promueve los servicios financieros en Colombia”.

Tabla 5- Población en Rangos Generacionales

POBLACIÓN	GENERALIDAD
Personas entre los 18-21 años	Activos Laboralmente
Personas entre los 22-28 años	Activos Laboralmente
Personas entre los 29-35 años	Activos Laboralmente
Personas entre los 36-45 años	Activos Laboralmente
Personas entre los 46-55 años	Activos Laboralmente
Personas entre los 56-65 años	Pensionados
Personas entre los 66+ años	Pensionados

Fuente: “Rango de edad cliente de producto de Libranza, Banco Popular”

Tabla 6- Población Millennials

POBLACIÓN	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN
Personas entre los 18-21 años	Activos laboralmente - domiciliados en la ciudad de Bogotá
Personas entre los 22-28 años	
Personas entre los 29-35 años	

Fuente: Elaboración propia.

8. INDIVIDUALIZACIÓN DE VARIABLE

La identificación de las variables depende del desarrollo de cada uno de los objetivos específicos de la investigación.

Primer objetivo: Determinar cuáles son los efectos del cambio generacional originado por un potencial posicionamiento mayoritario de la generación Millennials dentro de la fuerza laboral que puedan incidir en el crédito de libranza.

- Consiste en identificar la estabilidad de la generación Millennials en la fuerza laboral actualmente.

Método: Encuesta a personas entre los 23 a los 35 años de edad y que se encuentren laborando, con el fin de identificar la estabilidad laboral que han tenido entre los últimos 5 años.

Segundo objetivo: Identificar cual es el mercado objetivo al que está dirigido el producto crédito de libranza en la actualidad.

- Consiste en investigar el enfoque actualmente que tiene el producto crédito por libranza en temimos de mercado.

Método: El método Delphi y estadísticas de una entidad tomada como muestras.

Tercer objetivo: Evaluar si a partir del cambio generacional originado por el aumento en la participación de la generación Millennials dentro de la fuerza laboral es posible mejorar el producto crédito de libranza.

La verificación de los parámetros preestablecidos para la adquisición de crédito por libranza, para fijar una acomodación según las características de la generación Millennials.

Método: Estudiar los requisitos exigidos para el crédito por libranza y según los resultados ver la viabilidad del acceso al mismo de la generación Millennials o proponer un cambio de condiciones en el producto para facilitar su inclusión. Encuesta que nos permita analizar las variables de impacto en el producto de libranzas teniendo en cuenta situación laboral comprendiendo (tipo de contrato, ingresos y estabilidad) consumo crediticio y nivel educativo de los Millennials.

9. TÉCNICAS

De acuerdo a los métodos planteados para el desarrollo de los objetivos planteados se utilizarán las siguientes técnicas:

9.1. ENCUESTA ESTRUCTURADA

La encuesta estructurada es una técnica de investigación para la recolección de datos, donde nos permite obtener información de la población que ocupa la presente investigación, se realizará de forma escrita con preguntas y respuestas cerradas, con la aplicación de un cuestionario, incluyendo preguntas dicotómicas y categorizadas¹⁰.

Ver Anexo 4: Ficha Técnica de Encuesta

Cuestionario: Es un proceso de investigación que consiste en un conjunto de preguntas respecto a las variables que son trabajo de investigación donde la mayoría de preguntas son cerradas, limitando las respuestas para tomar muestras concretas y objetivas. El cuestionario consta de 10 preguntas.

Ver Anexo 5: Encuesta Para Población Objetivo

9.2. JUICIO DE ESPECIALISTAS Y EXPERTOS (TÉCNICA DELPHI)¹¹

Siguiendo este método estructurado donde participan varios expertos sobre el tema tratado, esta participación es desarrollada por rondas, sin embargo, se tomará el juicio y las opiniones

¹⁰ *Dicotómicas:* Donde se establecen dos alternativas de respuesta Si o No. *Categorizadas:* pregunta cerrada que permite una serie de alternativa de respuestas.

¹¹ “Método Delphi: Consiste en una técnica de obtención de información, basada en la consulta a expertos de un área, con el fin de obtener la opinión de consenso más fiable del grupo consultado. Estos expertos son sometidos

de expertos de forma separada mediante un cuestionario estructurado donde se les formulara el problema y dan su opinión experta sobre la hipótesis planteada en la investigación.

Ver Anexo 6: Ficha Técnica Método Delphi

Ver Anexo 7: Cuestionario para Método Delphi

9.3. INFORMACIÓN CUANTITATIVA

Se tomarán datos y cifras de Entidades que han realizado investigaciones sobre el consumo de créditos por libranzas y el consumo financiero de los Millennials, se analizarán bases de datos de entidades que ofrecen el crédito por libranza para identificar el rango de edades que utiliza el producto.

10. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

10.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A partir del desarrollo de los apartados que articulan este trabajo investigativo, se relacionan las conclusiones y recomendaciones más relevantes.

individualmente a una serie de cuestionarios en profundidad que se intercalan con retroalimentación de lo expresado por el grupo y que, partiendo de una exploración abierta, tras las sucesivas devoluciones, producen una opinión que representa al grupo. método Delphi es uno de los más utilizados en los últimos tiempos por los investigadores para diferentes situaciones y problemáticas, que van desde la identificación de tópicos a investigar, especificar las preguntas de investigación, identificar una perspectiva teórica para la fundamentación de la investigación, seleccionar las variables de interés, identificar las relaciones causales entre factores, definir y validar los constructos, elaborar los instrumentos de análisis o recogida de información.”

10.2. CONCLUSIONES

- El acceso de los Millennials al producto crédito de libranza concebido actualmente por la generalidad de las entidades financieras, es limitado teniendo en cuenta la relación previa que debe existir entre la entidad financiera y el empleador del solicitante, algo que deja rezagado este producto específicamente para las pequeñas empresas, quienes optan por no asumir el riesgo de esta relación comercial, entre otros aspectos por no tener la capacidad para hacerlo.
- La generación Millennials es menos tendiente a la adquisición del producto crédito de libranza, debido a los requisitos de estabilidad necesarios para adquirir este tipo de productos y poder mantener las condiciones preferenciales como plazos y tasas de interés que configuran el convenio entre el empleador y la entidad financiera, los cuales se pierden por la desvinculación laboral del titular.
- Las personas con un rango de edad entre los 56 y los 65 años, son los principales consumidores del producto crédito de libranza, confirmando el argumento de la renuencia de la generación Millennials con relación al producto, sustentado principalmente por su fugaz paso por las empresas, gracias a las nuevas tendencias como el Job Hopping, la cual consiste en un continuo cambio de empresa de las personas, gracias a una creciente necesidad de mejoramiento.

- El grupo conformado por la generación Millennials, es un mercado aun con un alto potencial para ser atacado por parte de las entidades financieras a través del producto crédito de libranza, teniendo en cuenta la tendencia de consumo de esta generación a nivel crediticio encaminada a los productos del segmento consumo.
- La delimitación del mercado objetivo para el crédito de libranza, a partir de la observación realizada en la presente investigación, permite inferir que el enfoque de las entidades financieras actualmente se centra en el ofrecimiento de este producto a los pensionados, entre tanto la oferta para las personas pertenecientes a la generación Millennials es menor, guardando una relación proporcional al diagrama de Pareto, con un 80% del enfoque en el segmento de los pensionados y un 20% en el grupo dentro del cual se comprende la generación Millennials.
- Una de las limitantes que dificulta el acceso de la generación Millennials al producto crédito de libranza, está dada por la prevalencia de los canales tradicionales como lo son las oficinas y los puntos de atención para la solicitud de este tipo de productos, lo cual está en contraste de las tendencias que refleja esta generación, fundamentada en los medios digitales y la utilización de los canales electrónicos.

Ver anexos arrojados de la encuesta estructurada y técnica Delphi.

10.3. RECOMENDACIONES

Se propone el mejoramiento del producto crédito de libranza, a través de las siguientes estrategias, dirigidas a capturar al segmento integrado por la generación Millennials:

- Mantener las condiciones diferenciales del producto como lo son plazo, tasa, entre otras, aun posterior a la desvinculación laboral del titular, una característica que incentivaría el uso del producto, pues desde un inicio se conocerán las condiciones del mismo y se perderá el temor a que los beneficios sean retirados al momento de cambiar de empresa, algo que no solo favorecerá a los usuarios si no a la cartera de las entidades financieras.
- Establecer un periodo de gracia para la amortización del crédito cuando el titular quede en condición de desempleo involuntario, apuntando a darle la oportunidad de replanificar su flujo de caja y cumplir con su plan de pagos, como se propone en el ítem anterior con las mismas condiciones contempladas inicialmente.
- Implementar canales virtuales para la solicitud y gestión de este tipo de productos, teniendo en cuenta las facilidades que prevén y el valor agregado que constituyen, particularmente para el nicho integrado por la Generación Millennials.

- Retomar la investigación en un trabajo de mayor alcance, con el fin de potencializar los resultados y poder ahondar en la situación problema con un mayor empoderamiento, teniendo en cuenta que el tema ha sido poco explorado y no se cuenta con unos antecedentes claramente definidos.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Ambito Jurídico*. (13 de Febrero de 2017). Recuperado el 20 de Julio de 2017, de <https://www.ambitojuridico.com/bancoconocimiento/financiero-cambiario-y-seguros/conozca-como-funciona-el-negocio-de-las-libranzas-en-colombia>
- Arroyave, J. N. (2017). *Universidad de San Buen Aventura*. Recuperado el 30 de 09 de 2017, de Generación del milenio y su inserción al mercado laboral Colombiano: http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co:8080/bitstream/10819/4433/1/Generacion_Milenio_Insercion_Rave_2017.pdf
- ASCOOP Asociación Colombiana de Cooperativas. (Noviembre de 2016). *www.ascoop.coop › Archivo de noticias › Roll banner*.
- Asobancaria. (21 de Mayo de 2013). *Asobancaria*. Obtenido de Ventajas del crédito de libranza: www.asobancaria.com/sabermassermas/las-ocho-ventajas-del-credito-por-libranza/
- ASOBANCARIA. (2013). *Saber más...*
- Asobancaria. (22 de Agosto de 2016). *www.asobancaria.com/*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de https://cdn2.hubspot.net/hubfs/1756764/Asobancaria%20Eventos/Asobancaria%20-%20Semanas-Economicas/Sem-_1056.pdf
- Aspiazo, J. C. (2015). *Ciclo de riesgo*. Recuperado el 30 de 09 de 2017, de Libranzas en Colombia: Evolución reciente y perspectiva: <http://cicloderiesgo.com/12.juan-carlos-aspiazo.pdf>

- Aspiazo, J. C. (2015). *Ciclo de Riesgo*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2017, de Libranzas en Colombia evolución reciente y perspectiva: <http://cicloderiesgo.com/12.juan-carlos-aspiazo.pdf>
- Bejarano, C. V. (s.f.). *Universidad Catolica de Colombia*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2017, de LA BANCA EN LA SOMBRA EN COLOMBIA: LA UTILIZACIÓN DE LA LIBRANZA COMO INSTRUMENTO ESPECULATIVO: <http://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/3265/4/LA%20BANCA%20EN%20LA%20SOMBRA%20EN%20COLOMBIA.pdf>
- Bío-Bío, E. d. (2008). *LA TEORÍA DE LAS GENERACIONES DE ORTEGA Y GASSET: UNA LECTURA DEL SIGLO*. Chile: Depto. Ciencias Sociales.
- Center, B. I. (Junio de 2015). *Centro de Innovación BBVA*. Obtenido de Generación "Millennial": <https://www.centrodeinnovacionbbva.com/sites/default/files/ebook-cibbva-innovation-trends-generacion-millennials.pdf>
- Chávez, C. I., & Carrasquilla, A. T. (2017). *Universidad EAFIT*. Recuperado el 30 de 09 de 2017, de El riesgo de crédito en el mercado secundario no bancario de las libranzas en Colombia: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11658/ChavezPalacios_ClaudiaI_dalith_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Corficolobiana. (Septiembre de 2017). Emisor en la Prensa. *Portafolio*, págs. www.banrep.gov.co/economia/dsbb/emisor-prensa.pdf.
- Corficolombiana. (Septiembre de 2017). Emisor en la Prensa. *Portafolio*, págs. www.banrep.gov.co/economia/dsbb/emisor-prensa.pdf.
- Dinero.com. (15 de Septiembre de 2016). *Revista dinero*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2017, de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/informe-especial/articulo/la-representacion-de-los-millennials-en-el-mercado-laboral/231866>
- EEUU, O. B. (26 de Diciembre de 2014). *Centro de Innovación BBVA*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de BBVA Research: https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2014/12/141216_US_BW_BankMillennials_esp.pdf

El Ministro de Hacienda y Crédito Público y La Ministra de Comercio, Industria y Turismo. (22 de Agosto de 2016). DECRETO 1348 DE 2016.

EY, C. (2016). *Consultora Ernst y Young*. Recuperado el 04 de Febrero de 2018, de Global Generation: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-generations-a-global-study-on-work-life-challenges-across-generations/\\$FILE/EY-global-generations-a-global-study-on-work-life-challenges-across-generations.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-generations-a-global-study-on-work-life-challenges-across-generations/$FILE/EY-global-generations-a-global-study-on-work-life-challenges-across-generations.pdf)

Finanzas personales . (s.f.). Recuperado el 20 de Julio de 2017, de <http://www.finanzaspersonales.co/credito/articulo/el-abc-libranza/46331>

Finanzas personales . (2017). Recuperado el 20 de Julio de 2017, de <http://www.finanzaspersonales.co/credito/articulo/el-abc-libranza/46331>

Garcia, J. C. (27 de Enero de 2017). *El tiempo*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16492903>

Geografía, T. Y. (2008). *LA TEORÍA DE LAS GENERACIONES DE ORTEGA Y GASSET: UNA LECTURA DEL SIGLO*. Chile: Depto. Ciencias Sociales .

González, C. y. (tercera edición). *Tratado didáctico de Economía política*. Madrid.

Gonzalez, R. S. (2011). *U Palermo*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2017, de La incorporación de la Generación Y al mercado laboral.: http://www.palermo.edu/economicas/PDF_2011/PBR5/5_Business04.pdf

González, R. S. (2011). *Universidad de Palermo*. Recuperado el 30 de 09 de 2017, de La incorporación de la generación Y al mercado laboral. El caso de una entidad financiera de la ciudad de resistencia.: http://www.palermo.edu/economicas/PDF_2011/PBR5/5_Business04.pdf

Instituto de Empresa Business School. (2000). *Generación “Y” y mercado laboral*. España: Business School.

Londoño, P. A. (Mayo de 2016). *ANDI*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de <http://www.andi.com.co/camarabpo/Documents/Eventos/Summit%202016/Mi%C3%A9rcoles/PresentacionPabloLondono.pdf>

Marias, J. (s.f.). *El Método Histórico de las Generaciones*. Madrid: España.

Nielsen. (Noviembre de 2015). *Nielsen*. Obtenido de <https://www.nielsen.com/content/dam/nielsenglobal/latam/docs/reports/2016/EstilosdeVidaGeneracionales.pdf>

Republica, P. d. (27 de Abril de 2012). *Presidencia de la Republica*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2017, de Ley No.1527 : <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley152727042012.pdf>

Research, B. (05 de Enero de 2015). *Centro de Innovación BBVA*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de <http://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/quienes-son-los-millennials-y-por-que-son-una-generacion-unica>

Sociedades, S. d. (s.f.). *Supersociedades*. Recuperado el 03 de noviembre de 2017, de ABC Decreto 1348 de 2016: http://www.supersociedades.gov.co/prensa/Documentos_publicaciones/2016/ABC%20Decreto%20Libranza.pdf

Universidad de Barcelona, I. d. (2016). El Método Delphi. *REIRE Revista d'innovació* , 16.

Yerro, E. (09 de Junio de 2016). *Infoempleo*. Obtenido de ¿Qué es un job hopper y por qué es tan valorado por las empresas?: empresas.infoempleo.com › Inicio › Actualidad

12. ANEXOS

ANEXO 1

Anexo 1: Datos de la Figura 4

CARTERA DE CRÉDITO EN COLOMBIA	
Comercial \$222,3	58,90%
Consumo \$100,2	26,60%
Vivienda \$44,2	11,70%
Microcrédito \$10,6	2,80%

ANEXO 2

Anexo 2: Datos de la Figura 5

CRÉDITO DE CONSUMO EN COLOMBIA	
Libranzas	36,5%
Libre Inversión	22,4%
Terjetas de crédito	21,3%
Vehículos	11,5%
Cupos Rotativos	5,5%
Otros	2,9%

ANEXO 3

Anexo 3: Muestra de la Figura 6

SEGMENTO DE MAYOR CRECIMIENTO – CRÉDITO DE CONSUMO								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Libranzas	\$ 12,0	\$ 16,0	\$ 20,0	\$ 24,0	\$ 28,0	\$ 32,0	\$ 35,0	\$ 36,5
Libre Inversión	\$ 16,0	\$ 13,0	\$ 16,5	\$ 14,3	\$ 20,0	\$ 21,2	\$ 21,8	\$ 22,4
Tarjetas de crédito	\$ 12,0	\$ 12,5	\$ 14,0	\$ 16,0	\$ 17,0	\$ 19,0	\$ 20,5	\$ 21,3
Vehículos	\$ 7,0	\$ 7,8	\$ 9,0	\$ 8,7	\$ 9,5	\$ 10,0	\$ 11,5	\$ 11,5
Cupos Rotativos	\$ 5,0	\$ 5,0	\$ 5,0	\$ 5,3	\$ 5,2	\$ 5,4	\$ 5,5	\$ 5,5
Otros	\$ 2,2	\$ 2,4	\$ 2,3	\$ 2,5	\$ 2,8	\$ 2,7	\$ 2,8	\$ 2,9

ANEXO 4

Anexo 4: Ficha Técnica de Encuesta

FICHA TÉCNICA ENCUESTA																							
Proyecto de Investigación	Uso del crédito de libranza en la generación Millennials																						
Universidad	La Gran Colombia																						
Realizado por	Jhoan Camilo Cuenca Quimbayo Carmen Johanna Rubiano																						
Objetivo de la encuesta	Conocimiento y consumo del crédito por Libranza de la generación Millennials																						
Tipo de Investigación	Encuesta Estructurada																						
Tipo de Encuesta	Cuestionario estructurado compuesto por preguntas dicotómicas y categorizadas																						
Periodo trabajo de campo	Desde el lunes 06 de Noviembre 2017 hasta el viernes 17 de Noviembre 2017 y el de 15 Enero 2018 al 31 Enero 2018																						
Población objetivo	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="3">Edad</th> <th>Delimitación</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Objetivo</td> <td>18-21 años</td> <td>22-28 años</td> <td>29-35 años</td> <td>Activos laboralmente - Profesionales o Actualmente Estudiando - Domiciliados en la ciudad de Bogotá</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Casos</td> <td>67</td> <td>67</td> <td>66</td> <td></td> <td>200</td> </tr> </tbody> </table>						Edad			Delimitación	Total	Objetivo	18-21 años	22-28 años	29-35 años	Activos laboralmente - Profesionales o Actualmente Estudiando - Domiciliados en la ciudad de Bogotá		Casos	67	67	66		200
	Edad			Delimitación	Total																		
Objetivo	18-21 años	22-28 años	29-35 años	Activos laboralmente - Profesionales o Actualmente Estudiando - Domiciliados en la ciudad de Bogotá																			
Casos	67	67	66		200																		
Tamaño de Muestra	200 Encuestas																						
Técnica de recolección de datos	Entrevista personal con aplicación de cuestionario estructurado																						
Metodología de la Encuesta	Entrevista personal asistida a través de dos tabletas electrónicas																						
Detalles Técnicos	Realizada en la zona centro de la ciudad, entre las 12 pm y las 2:00 pm, durante 23 días hábiles																						

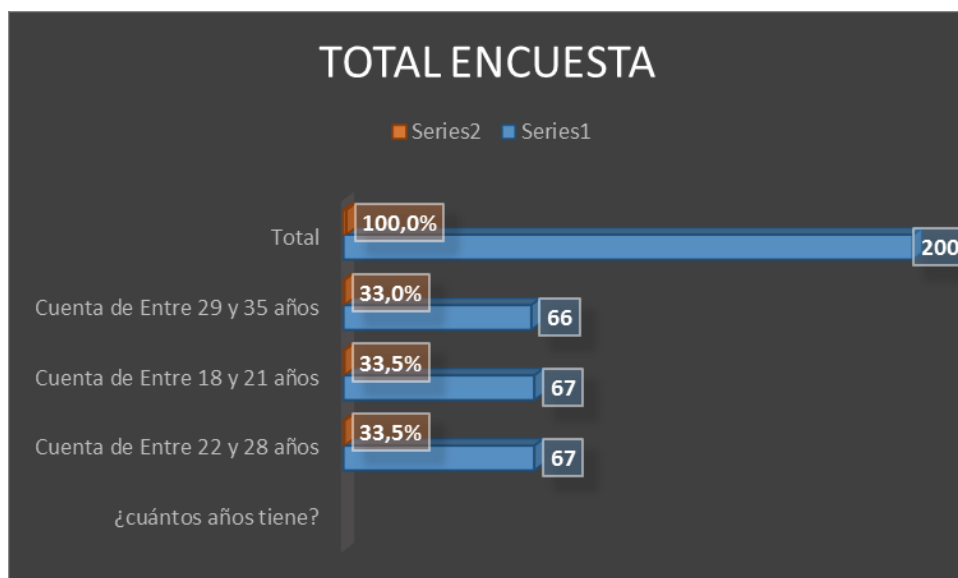
ANEXO 5

Anexo 5: Encuesta para Población Objetivo

ENCUESTA ESTRUCTURADA GENERACIÓN MILLENNIALS Y LIBRANZA	
1 . ¿cuántos años tiene?	☐ Entre 18 y 21 años ☐ Entre 22 y 28 años ☐ Entre 29 y 35 años
2 . ¿Ha cambiado de empleo en los últimos 2 años?	☐ Si ☐ No
3 . ¿Qué tipo de contrato laboral tiene con la empresa?	☐ Fijo ☐ Indefinido ☐ Independiente
4 . ¿Cómo es su método de financiamiento?	☐ Capital propio ☐ Capital familiar ☐ Propio y apoyo familiar
5 . ¿Es cliente de alguna entidad bancaria?	☐ Si ☐ No
6 . ¿Qué canales de atención prefiere utilizar?	☐ Virtual ☐ Personalizado
7 . ¿Ha solicitado un producto crediticio con alguna entidad?	☐ Si ☐ No
Si contesta Si ¿Qué tipo de entidad?	
	☐ Banco ☐ Cooperativa ☐ Fondo ☐ Informal
8 . ¿Qué tipo de producto a solicitado?	☐ Tarjeta de Crédito ☐ Crédito Libre Inversión ☐ Crédito Rotativo ☐ Crédito por Libranza
9 . ¿Cuál fue su destinación del crédito?	☐ Estudio ☐ Vivienda ☐ Compras ☐ Viaje
10 . ¿Conoce la modalidad de crédito por Libranza?	☐ Si ☐ No
11 . ¿Conoce la modalidad de crédito por Libranza?	☐ Si ☐ No
12 . ¿Qué ventajas ve en la utilización de crédito por libranza?	☐ Descuento por Nomina ☐ Tasa de Interés ☐ Plazo ☐ Atención Personalizada
13 . ¿Qué desventaja ve en el crédito por libranza?	☐ Descuento por Nomina ☐ Tasa de Interés ☐ Plazo ☐ Atención Personalizada
14 . ¿Ve la libranza como una opción de financiamiento?	☐ Si ☐ No ☐ Tal vez
15 . ¿Cómo se encuentra en las centrales de riesgo?	☐ Obligaciones al día ☐ Obligaciones en mora ☐ Cartera castigada

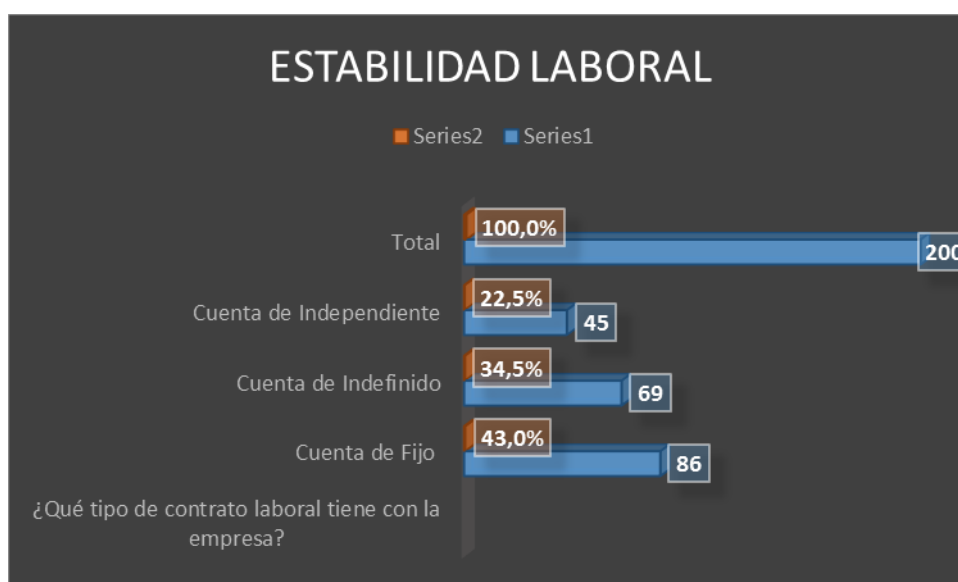
ANEXO 6

Anexo 6, Población encuesta.



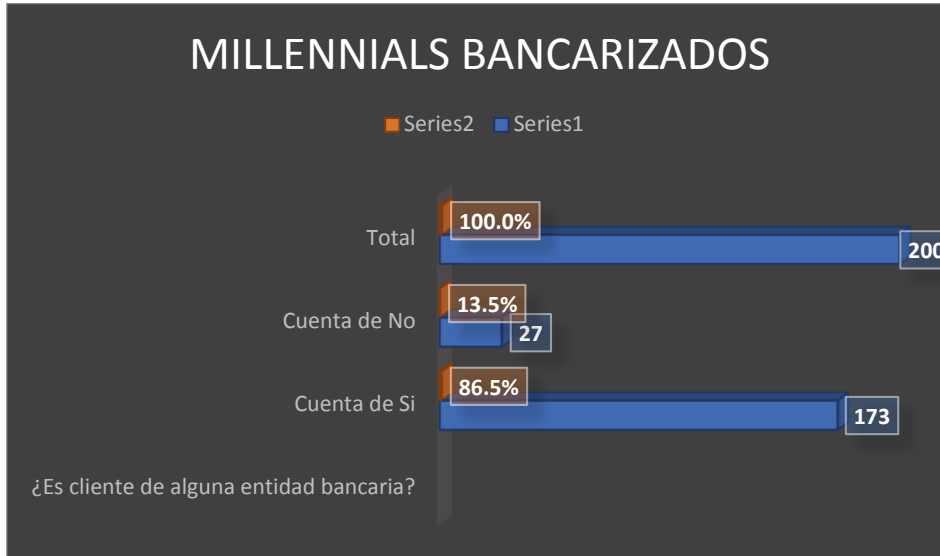
ANEXO 7

Anexo 7, Estabilidad Laboral de la Generación Millennials.



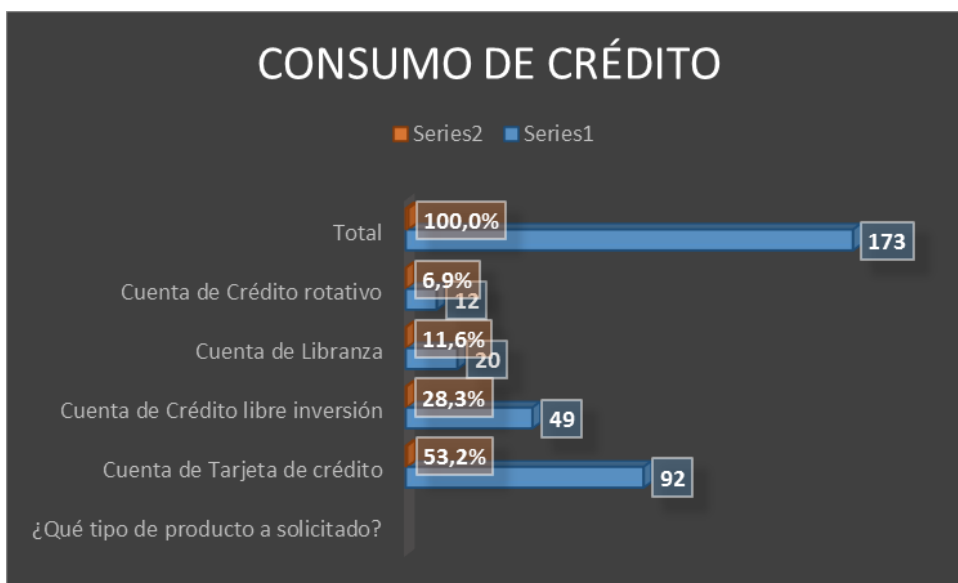
ANEXO 8

Anexo 8, Millennials Bancarizados.



ANEXO 9

Anexo 9, Consumo de Crédito en los Millennials.



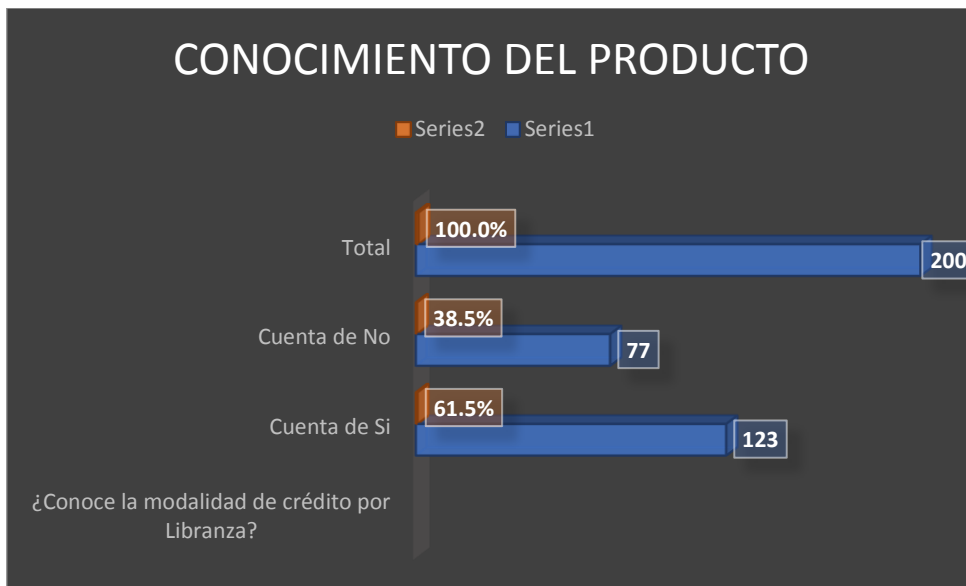
ANEXO 10

Anexo 10, Destinación de Créditos.



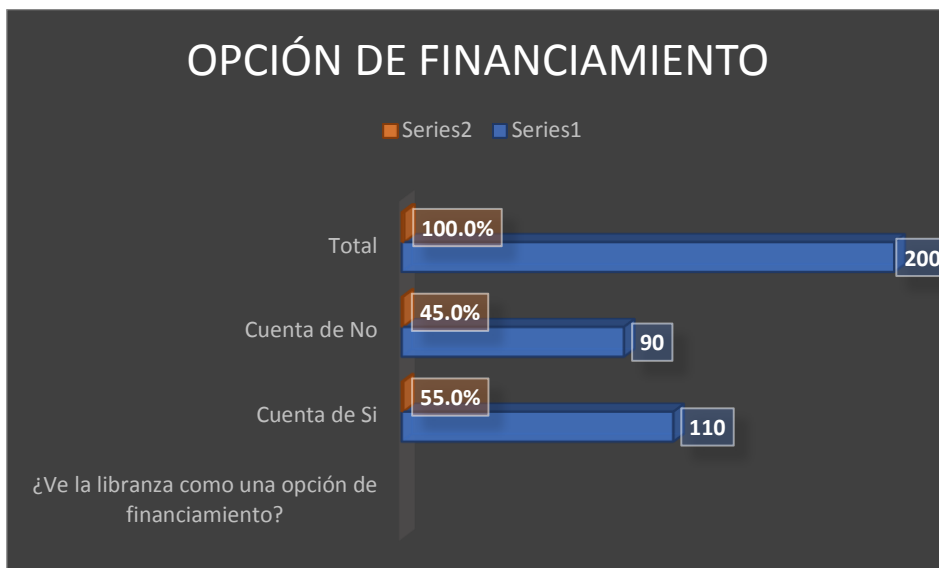
ANEXO 11

Anexo 11, Conocimiento del Producto de Libranzas.



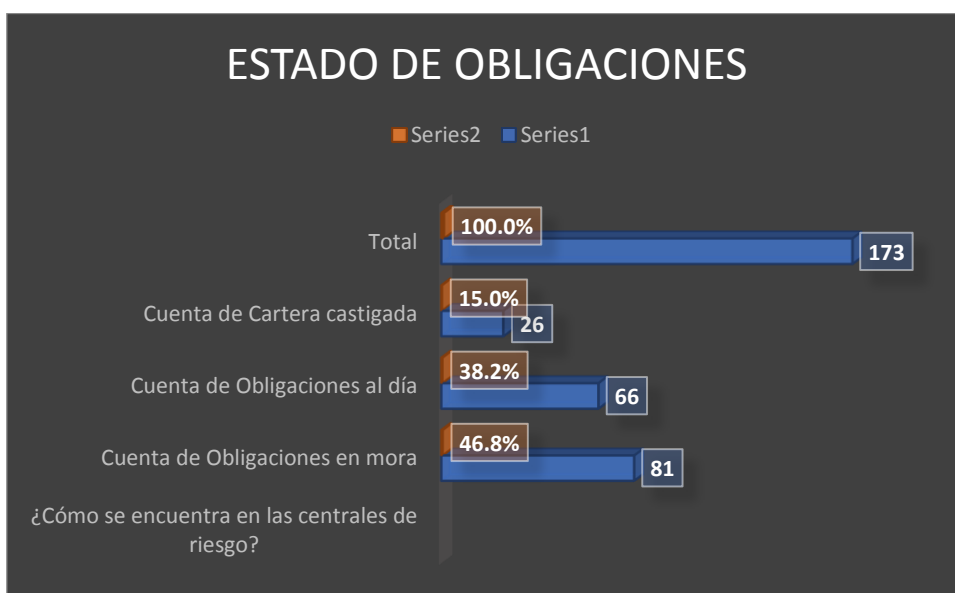
ANEXO 12

Anexo 12, Opción de Financiamiento de los Millennials.



ANEXO 13

Anexo 13, Estado de la Obligaciones.



ANEXO 14

Anexo 14, Ficha Técnica del Método Delphi.

FICHA TÉCNICA DELPHI	
Proyecto de Investigación	Uso del crédito de libranza en la generación Millennials
Universidad	La Gran Colombia
Realizado por	Jhoan Camilo Cuenca Quimbayo Carmen Johanna Rubiano
Objetivo General	Verificar y soportar parte de la investigación por medio de las opiniones de un grupo de expertos relacionados directamente con el objeto de esta investigación.
Adoptados del método Delphi	☐ Elección de expertos ☐ Expertos (Funcionarios especialistas en créditos por libranza, de entidades líderes en el producto) ☐ Anonimato de los participantes ☐ Cuestionario con participación abierta (juicio de los expertos de manera individual) ☐ Temas estructurados
Participantes	Cuatro (3) expertos
Resultados y validación	☐ Según el juicio, la información y la retroalimentación de los expertos ☐ Se tomará de forma cualitativa para las recomendaciones y conclusiones de la investigación ☐ De forma cuantitativa se procesarán los datos facilitados para crear aproximados y dar estimados

ANEXO 15 Anexo 15. Cuestionario para Método Delphi.

CUESTIONARIO A EXPERTOS	
1 .	¿Dentro del segmento de créditos de consumo como se encuentra la participación de crédito por libranza?
2 .	¿Cuál es el cliente objetivo para el producto de libranza?
3 .	¿Qué propuestas de valor utiliza para atraer clientes al producto crédito por libranza?
4 .	¿Por qué no le es atractivo la apertura de convenios empresariales?
5 .	¿Cómo ve la participación de la Generación Millennials en el producto crédito por libranza?
6 .	¿Tiene un aproximado de la cartera que tiene la Entidad en créditos por libranza?
7 .	¿Tiene un aproximado de la cartera de pensionados?
8 .	¿Método para incluir la generación Millennials al producto de libranzas?

ANEXO 16

Anexo 16, Cartera de Pensionados y Activos.

CARTERA EN LIBRANZA DE DOS DE LAS ENTIDADES LIDERES EN LIBRANZAS

ACTIVIDAD	NÚMERO DE CLIENTE	PARTICIPACIÓN %	SALDO CARTERA	PARTICIPACIÓN %
PENSIONADO	130.000	72,22%	2.600.000.000.000	70,27%
ACTIVOS	50.000	27,78%	1.100.000.000.000	29,73%
Total general	180.000	100,00%	3.700.000.000.000	100,00%

ACTIVIDAD	NÚMERO DE CLIENTE	PARTICIPACIÓN %	SALDO CARTERA	PARTICIPACIÓN %
PENSIONADO	145.000	76,32%	3.000.000.000.000	66,67%
ACTIVOS	45.000	23,68%	1.500.000.000.000	33,33%
Total general	190.000	100,00%	4.500.000.000.000	100,00%

ANEXO 17

Anexo 17: Presupuesto

PRESUPUESTO DE INVESTIGACIÓN					
RUBRO	ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RECURSOS HUMANOS	Salario	Horas	120	\$ 83.333,33	\$ 20.000.000,00
MATERIALES, EQUIPOS E INSUMOS	Equipos de computo	Equipos	2	\$ 1.000.000,00	\$ 2.000.000,00
	Internet	Horas	120	\$ 1.000,00	\$ 120.000,00
	Telefonía móvil	Minutos	200	\$ 150,00	\$ 30.000,00
	Impresiones	Hoja	200	\$ 100,00	\$ 20.000,00
	Fotocopias	Hoja	200	\$ 50,00	\$ 10.000,00
TRANSPORTE	Reuniones	Pasaje	28	\$ 2.000,00	\$ 56.000,00
	Asesorías	Pasaje	28	\$ 2.000,00	\$ 56.000,00
	Trabajo de campo	Pasaje	28	\$ 2.000,00	\$ 56.000,00
ALIMENTACIÓN	Refrigerios	Refrigerio	28	\$ 5.000,00	\$ 140.000,00
				TOTAL	\$ 22.488.000,00

DATOS DE REFERENCIA	
NUMERO DE INTEGRANTES EN EL GRUPO	2
SALARIO BASE	\$ 2.500.000,00
TIEMPO DE INVESTIGACIÓN EN MESES	7
HORAS DE INVESTIGACIÓN	120
NÚMERO DE REUNIONES POR	2