

CAPÍTULO 5

Nuestras entidades de microcrédito

Las instituciones que forman parte de este estudio son de diferente naturaleza. Algunas son bancos universales o de nicho; otras son cooperativas, instituciones microfinancieras, y unas pocas son organizaciones no gubernamentales (ONG). Sin embargo, independientemente de su condición legal, todas comparten el mismo interés: apoyar los pequeños negocios urbanos y rurales que promuevan el desarrollo económico de las familias en condiciones de pobreza o vulnerabilidad.

Sin duda, estas instituciones asociadas a Asomicrofinanzas son actores principales de los resultados analizados a lo largo de este libro, pues son gestoras directas del microcrédito en Colombia. Su vocación, dedicación y experiencia en la atención a microempresarios permiten mejorar la calidad de vida de muchas familias del país y ser fuente de inspiración para quienes consideran el microcrédito como una herramienta para superar la pobreza.

A continuación, se revisan las entidades objeto del estudio y otras agremiadas a Asomicrofinanzas, las cuales con su trabajo aportan mucho más que capital financiero, pues además de esto, ayudan a la transformación de comunidades, apoyan a los microempresarios para que cumplan sus metas, y brindan instrumentos que mejoren su calidad de vida y bienestar.

Actuar Caldas - Finanzfuturo



En 1986, Actuar Caldas, hoy Finanzfuturo, nace para apoyar el desarrollo regional, y fomentar el bienestar y la inclusión social mediante la iniciativa empresarial con financiación, capacitación y acompañamiento a empresarios y emprendedores.

Actuar Finanzfuturo es una corporación sin ánimo de lucro que brinda crédito acompañado a los empresarios de Microempresas, fortaleciéndolos y capacitándolos por medio de profesionales claves en diferentes áreas, con el propósito de desarrollar habilidades empresariales en ellos, hacer crecer su negocio y obtener una excelente cultura financiera.

Es una empresa social independiente que presta directamente sus servicios de inclusión financiera y productiva en 56 municipios de 8 departamentos colombianos, apoyando a los microempresarios por medio de sus 9 oficinas. Además, tiene una amplia red de relaciones interinstitucionales del orden nacional e internacional, con las cuales trabaja en alianza para fortalecer su gestión.

Cuenta con una Unidad de Desarrollo Empresarial que diseña programas dirigidos a la creación de empresas sostenibles, crecimiento y mejoramiento de los empresarios, por medio de cuatro áreas fundamentales: emprendimiento, fortalecimiento, empresas colectivas y proyectos socioempresariales.

En la actualidad tiene 7.544 empresarios activos con crédito, de los cuales 55,6 % son mujeres; 44 %, hombres, y 0,4 %, personas jurídicas. Su cartera, a diciembre de 2018, asciende a COP 28.248 millones y está dirigida en un 100 % a microcrédito.

Con su gestión seguirá promoviendo la creación y el fortalecimiento de las unidades productivas, mediante el apoyo a los microempresarios y emprendedores de la región, para así lograr su visión: tener en 2020, un portafolio de servicios que les brinde respuesta integral a las necesidades de las microempresas de la región.

“Actuar Finanfuturo es el mejor aliado de los empresarios con microempresas, porque acompaña y financia su futuro”.

Bancamía



Una realidad que impulsó una gran intención.

En 2008, la pobreza nacional estaba en el 46 %, y la pobreza extrema, en el 17,8 %, con una incidencia mayor en las zonas rurales, donde estas cifras alcanzaban el 65 % y 32,6 %, respectivamente. Un panorama abrumador para un país donde la falta de oportunidades, el conflicto armado y el bajo acceso a los servicios financieros ubicaban a los colombianos de menores ingresos en una realidad pesimista, lo que exigía y retaba a todos los sectores productivos a contribuir en la construcción de un futuro productivo.

En ese contexto surge la propuesta de tres entidades sin ánimo de lucro: la Corporación Mundial de la Mujer Colombia, la Corporación Mundial de la Mujer Medellín y la Fundación Microfinanzas BBVA, las cuales, conscientes de estas realidades, deciden pensar en grande y crear el primer banco de microfinanzas en Colombia, Bancamía, con una apuesta decidida por el país y por el desarrollo de sus pobladores más vulnerables.

La intención de poner en marcha una iniciativa dirigida a sembrar progreso en los microempresarios, quienes representan la fuerza productiva más grande del país, surge con la misión de mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingresos, y facilitarles la entrega de productos y servicios financieros formales de crédito, ahorro y seguros, con el firme propósito de acompañarlos en el crecimiento de sus negocios para, de esta forma, encontrar caminos que los alejen de la pobreza.

La gestión del año 2018 termina con un total de 1.000.000 clientes aproximadamente, de los cuales 54 % son mujeres, 44 % viven en zonas rurales, 80 % son vulnerables desde el punto de vista de sus ingresos y 50 % tienen, mínimo, educación primaria. “*El compromiso ha sido*

grande, así como la apuesta por un futuro optimista para quienes desde sus pequeños negocios se convierten en agentes de transformación social en sus familias y comunidades”.

Bancamía trabaja con un modelo de banca relacional, en el que conoce a cada uno de sus clientes y aplica el concepto de finanzas productivas para apoyar a los microempresarios que más lo necesiten. *“Por ejemplo, para obtener un préstamo, no hace falta tener historial crediticio ni tampoco mostrar una gran cantidad de documentos de los negocios, porque se proponen hacer inclusión financiera, confiando en las capacidades de emprendimiento y en las ganas de salir adelante de las personas, cuya garantía son sus habilidades, talento y fuerza para lograr su desarrollo”.*

Es una entidad comprometida con el progreso de los pequeños negocios en el área urbana y rural. El año 2018 lo cerró con una cartera de microcrédito por valor de COP 1.274 millones. Cuenta con 3.363 colaboradores que prestan asesoría en 201 oficinas en 29 departamentos del país y 950 municipios (84 % del territorio nacional). Todo esto se complementa con cerca de 16.000 corresponsales bancarios, entre propios y de redes posicionadas.

Además, Bancamía se propuso llevar el banco hasta los negocios de sus clientes y hace tres años inició un proceso de transformación digital, con el objetivo de poner lo mejor de la tecnología financiera al alcance de los colombianos, especialmente en las zonas rurales, donde no acceden al sistema financiero formal. Hoy el 100 % de los ejecutivos de desarrollo productivo (asesores) cuentan con una tableta y una aplicación, trabajan en terreno la creación de clientes, realizan la solicitud de créditos y la apertura de cuentas de ahorro, entre otros procesos, lo que les ha evitado a los clientes gastar dinero y tiempo en desplazamientos, disminuir el uso de papel y reducir sustancialmente los tiempos de respuesta.

Bancamía puso en marcha una oficina virtual, por medio de su página web y una aplicación de Banca Móvil; ambas permiten realizar consultas, pagos y transferencias entre cuentas del banco y de otras entidades, recargas a celulares y descargar certificaciones desde cualquier dispositivo y lugar. Esto les facilita a los microempresarios seguir operando su actividad productiva sin interrupciones, al poder manejar sus finanzas desde el celular o un computador. Todo esto, sin dejar

de lado la esencia de la actividad microfinanciera, banca relacional, acompañamiento y asesoría cercana con cada cliente.

La entidad ha encontrado en la transformación digital una gran oportunidad, por lo cual, ha adaptado las nuevas tecnologías al modelo tradicional de microfinanzas y lo ha hecho más eficiente, sin perder la posibilidad de conocer al cliente, brindarle educación financiera y acompañarlo en la construcción de su plan de desarrollo.

Es una entidad comprometida con el empoderamiento de las mujeres y el cuidado del planeta. Por eso, desarrolló un modelo de relación que agrega valor para el mejoramiento del entorno emprendedor, familiar y personal de las mujeres, mediante la oferta de productos y servicios financieros, comunicación dirigida, venta guiada y alianzas que fortalecen sus actividades productivas. Así, en el marco de sus diez años, el banco presentó a la opinión pública el programa “Nosotras con Ellas”, que busca evidenciar la importancia y el impacto social de empoderar a las mujeres económicamente desde las microfinanzas como la condición necesaria para contribuir a disminuir la pobreza y la desigualdad, mediante la visibilización de las historias de emprendedoras, que gracias a su valentía hoy son actores legítimos de transformación social.

Visibilizar las historias de estas microempresarias, que son ejemplo para muchas mujeres del país, hizo que la entidad fuera reconocida con el Premio Corresponsable a la mejor estrategia de comunicaciones responsable en Iberoamérica. Fue la única empresa colombiana en recibirlo.

Por otro lado, trabaja en cuatro zonas del país el proyecto ME-BA, que busca acompañar a los clientes para que pongan en marcha medidas que los hagan más resilientes a los efectos del clima y menos contaminantes con el medio ambiente. De esta forma, Bancamía creó una oferta de valor para financiar 40 medidas de adaptación al cambio climático, que acompañan con asesoría técnica propia y por medio de alianzas para facilitar su implementación. Ya se han otorgado créditos a miles de productores agropecuarios, lo que demuestra que cada vez se está generando mayor conciencia sobre el cuidado del planeta.

Desde hace años, Bancamía se propuso cuantificar el impacto social y económico que genera con su labor. Por eso, junto a la Fundación de Microfinanzas BBVA desarrollaron un sistema único de medición,

denominado MIDE, en el que hacen seguimiento a cada cliente, a lo largo del tiempo, y con el cual capturan información socioeconómica pertinente para validar su evolución real en cada momento.

Así, han comprobado que las unidades productivas de sus microempresarios se desarrollan al tener, en promedio, un crecimiento interanual del 13 % en las ventas, 9 % en sus excedentes y 20 % en sus activos. Todo esto resulta más positivo cuando se evidencia que, de los pequeños empresarios que inician su relación con el banco en condiciones de pobreza, el 52 % logra superar esa barrera luego de dos años de relación con la entidad (cifras MIDE a diciembre 2018)

“En Bancamía sus directivos, colaboradores y accionistas miran el futuro con la ilusión y confianza que generan los resultados obtenidos y, asimismo, con el compromiso de llegar a los millones de pequeños empresarios que aún siguen excluidos del sistema financiero formal, para de esta manera contribuir en su progreso”.

Bancompartir



Con una historia de 33 años, Bancompartir es un banco que busca generar oportunidades de negocio para el progreso, desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de las empresas familiares de bajos ingresos. *“Hablar de Bancompartir es sentir que es posible crecer y acompañar a las empresas de familia; esa ha sido su razón de ser durante 33 años de vida. Es un banco que nace con una pasión que la ha acompañado a lo largo de su historia y que ha sido su ADN desde su creación como ONG, su paso a compañía de financiamiento y hoy como una entidad bancaria, que conserva su principal valor: la vocación por las microfinanzas”.*

En la entidad se considera que su vocación parte del entendimiento de los retos, los sueños y las necesidades de miles de empresas de familia de los niveles socioeconómicos más vulnerables del país, quienes, gracias a sus deseos de salir adelante, de generar recursos y empleo en sus comunidades, promueven valor en barrios y veredas de toda la geografía colombiana, con la firme convicción de encontrar mediante estas el medio suficiente para proporcionar mejores condiciones de vida a los suyos.

Para ellos, su vocación parte de comprender la necesidad de ampliar el margen poblacional de acceso responsable a servicios financieros y no financieros, como el camino más eficaz en la promoción de desarrollo, la reducción de la pobreza y la construcción de un país para las generaciones actuales y por venir.

Bancompartir ha trascendido de manera sólida, a través de los años, gracias a su compromiso de profundizar la inclusión financiera en el país, la cual se trasmite en todas sus áreas de atención, en sus puntos móviles, en la Dirección General en sus más de cien oficinas, en los negocios de sus líderes y corresponsales bancarios, y en todas las campañas que difunden con sus aliados y accionistas. A diciembre

de 2018, contaba con casi 500.000 clientes (51 % mujeres) atendidos en 30 departamentos del país por medio de 2.000 colaboradores en 98 oficinas.

Su metodología microcrediticia y su modelo relacional han sido los pilares en la construcción de tejidos productivos tanto en el interior de la entidad como por fuera de ella. La calidez, sensibilidad, escucha, servicio y entrega son factores esenciales de esa experiencia.

“Construir un banco con este espíritu no ha sido tarea fácil, pero sí muy gratificante; especialmente cuando se ve reflejado en el rostro de nuestro tendero, de nuestro campesino y de sus familias, a quienes servimos con el regocijo de un ‘Gracias por la confianza’.”

El portafolio de productos y servicios, como soluciones de vida que se adecúan al momento, a las capacidades y necesidades de las empresas de familia, así como a los usuarios con que interactúa, se ha constituido en la ventaja que le ha permitido acoplarse a la forma de sentir, pensar y actuar en el mercado que atiende y, a partir de allí, diseñar una oferta que les genere verdadero valor.

A su vez, el banco ha adoptado la tecnología como una herramienta eficaz para apoyar el desarrollo y el crecimiento de las empresas de familia; al respecto, se cuenta con una estrategia clara, tendiente a generar alternativas y soluciones que funcionen y se acoplen a los diferentes perfiles de los usuarios. Por esto, en el presente año, la entidad migrará su sistema a un nuevo core bancario, el cual facilitará la operación y la generación de soluciones innovadoras centradas en sus clientes.

Ser incluyentes, rentables, ambientalmente amigables y socialmente responsables, le ha valido ser reconocida en el concierto nacional e internacional. Es una entidad rodeada de un equipo humano colaborativo e innovador, con calidades y cualidades humanas y profesionales que comparten su filosofía bajo el deseo de hacer el bien a todas las personas con las que se relaciona.

“Esta es la historia de una entidad microfinanciera que, en el arte de servir, ha construido comunidad y progreso para todo un país. Es la historia de Bancompartir”.

Banco Agrario de Colombia



El Banco Agrario de Colombia (BAC), consciente de que el sector rural colombiano está conformado no solo por campesinos dedicados a las labores del agro, sino también por infinidad de microempresarios que desarrollan actividades no agropecuarias, y que es un segmento de la población que tiene escaso o nulo acceso al crédito, decidió emprender el Proyecto Microcrédito en el año 2014.

Cuenta con el área de microfinanzas, incorporada al banco en 2007, y la es responsable de diseñar y ejecutar la estrategia comercial que promueva la bancarización, inclusión financiera e inserción productiva de los microempresarios urbanos y rurales. En ese sentido, ofrece productos y servicios diferenciales, de fácil acceso, innovadores, que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los microempresarios y sus familias.

El modelo de atención se sustenta en el rol y la labor de cada asesor en microfinanzas, el quien tiene el primer contacto y conocimiento de los clientes; además, entiende su relación con ellos y sus necesidades, y está atento a ofrecer opciones que contribuyan al desarrollo personal, familiar y del entorno.

La entidad considera que, para lograr procesos reales de inclusión financiera y bancarización, es necesaria la educación económica y financiera (EEF); por esto, sus asesores fomentan el desarrollo de competencias financieras de los clientes mediante charlas en las se concientiza en la importancia del ahorro, en estructurar un presupuesto del negocio y de la familia, en los deberes y derechos del consumidor financiero. De igual manera, el asesor explica en detalle los diferentes productos de ahorro y seguros.

En cuanto a las alternativas de financiamiento, el asesor detalla las diferentes líneas de crédito, las cuales se ajustan a las necesidades de capital de trabajo e inversión de los sectores productivos: producción, servicio, comercio de actividades agropecuarias y no agropecuarias,

entre las que se cuenta con líneas especializadas para diferentes nichos. Se destaca el portafolio en condiciones favorables para la mujer microempresaria.

Otro aporte importante del Banco Agrario fue ser la primera entidad vigilada del país en desarrollar la Banca Comunal por medio de los Núcleos Solidarios (agrupaciones de personas, seleccionadas por ellos mismos, que se unen para facilitar el acceso al crédito y fomentar el ahorro desde 9 y hasta 15 integrantes). Este programa es operado en poblaciones o municipios de la zona litoral Pacífica, con microempresarios en la escala de subsistencia, con necesidades apremiantes.

Para apoyar integralmente a todos los microempresarios, a finales de 2016 se incorporó la línea de microfinanzas agropecuaria y rural con redescuento Finagro, destinada a la atención de la unidad productiva familiar, con alta presencia de mano de obra de los diferentes miembros de la familia y un porcentaje importante de jefatura femenina, donde el crédito puede destinarse para una o varias actividades agropecuarias o rurales.

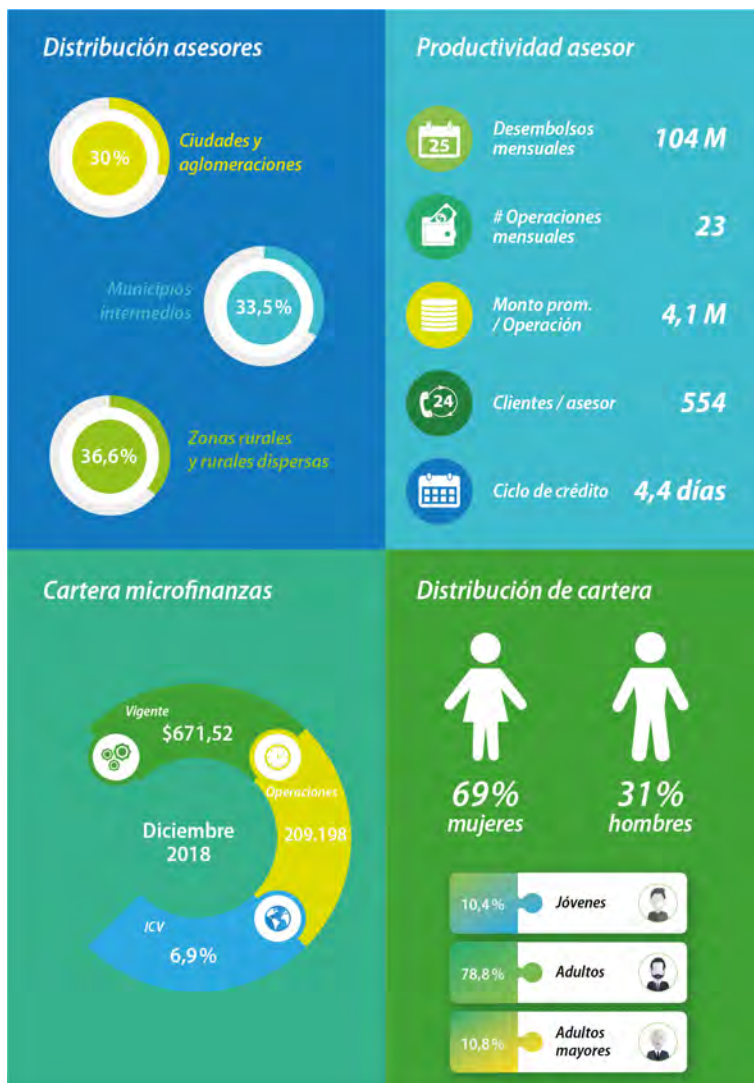
La cartera de microcrédito a diciembre de 2018 ascendía a COP 6,2 billones, de los cuales, el 58 % de su cartera correspondía a microcrédito rural. En ese mismo periodo, atendió 903.095 clientes, de los cuales 43 % son mujeres. Su cartera para este mismo periodo se distribuye 78,8 % en adultos, 10,8 % en adultos mayores y 10,4 % en jóvenes. La mayoría dirigida a mujeres, con un 69 % de participación.

En cuanto a la innovación, los asesores cuentan con *MoviAgro*, solución tecnológica que el Banco Agrario lanzó en diciembre de 2018, la cual facilita el rol diario de la fuerza comercial y le permite originar sus créditos en campo, en línea y fuera de línea; así, mejora el contacto con los clientes rurales y urbanos por medio de planes de voz, agendamientos previos, ubicación y guía para llegar a los predios. Lo anterior redundo en beneficios para la población y sus microempresas o proyectos productivos, dado que se logra una disminución en desplazamientos a las oficinas para solicitar créditos y con ello la entidad genera un beneficio social al permitir el acceso al sistema financiero a la población urbana y rural ubicada en las zonas más apartadas de Colombia.

En servicios no financieros, como complemento a los productos y servicios financieros, y con el objetivo de mejorar e impactar positiva-

mente en la calidad de vida de los clientes, sus familias y el entorno, el banco ha suscrito convenios y alianzas con fundaciones, ONG y empresas privadas a partir de los cuales se han elaborado materiales y charlas sobre salud y educación, buenas prácticas agropecuarias, atención y cuidado de la niñez, vivienda saludable, entre otras.

Figura 5.1. Principales indicadores del BAC



Fuente: Banco Agrario de Colombia.

Banco Mundo Mujer



Desde su creación como banco, en 2014, la institución ha tenido un propósito que orienta su gestión: la comunidad; por ello su compromiso es contribuir a su desarrollo económico, especialmente en las poblaciones de menores ingresos en Colombia.

Este propósito inspirador le ha permitido diferenciarse de otras entidades financieras, en un camino en el que ha avanzado de la mano de sus clientes. Los resultados lo evidencian: en los primeros cuatro años como banco, llegó a 682.503 clientes con 172 oficinas y más de 2.000 analistas de crédito que trabajan en campo con atención personalizada en 22 departamentos.

“Somos la microfinanciera privada número uno del país; tenemos diversos productos de ahorro e inversión; ofrecemos más canales, convenios de recaudo y nuevas tecnologías; mejoramos nuestras calificaciones de riesgo y cerramos cada año con indicadores y cifras que superan nuestras propias metas”.

Banco Mundo Mujer cree en los colombianos y construye país gracias a la inclusión financiera ética y responsable, con colocación adecuada; promueve la cultura de ahorro e ofrece educación financiera para que las comunidades tomen decisiones con conocimiento, planeen sus proyectos y administren adecuadamente sus recursos.

Es una entidad con proyección social, sostenible y con impacto positivo para las personas y comunidades; el 87 % de sus clientes de microcrédito pertenecen a los estratos 1 y 2, y el 11 %, al estrato 3. El 80 % de los créditos desembolsados corresponden a montos inferiores a COP 5.000.000, y apoya el sector rural y agropecuario que representa el 16 % del total de su cartera. En la actualidad maneja una colocación mensual de COP 152.000 millones, con 42.582 créditos.

Para el banco, cada cliente es la historia de una vida que se transformó, un proyecto que se hizo realidad, una meta cumplida, un paso para avanzar; por eso, con las microfinanzas ellos impactan el desarrollo social y económico del país. Cuando Banco Mundo Mujer otorga un crédito, está apalancando los negocios de mujeres y hombres decididos y emprendedores que con sus ideas y trabajo diario logran su sustento y el de sus familias, así generan una dinámica de crecimiento personal y colectivo.

Como entidad financiera, avanza en la oferta de nuevos productos y servicios, pero conservando su esencia. Pensando en los clientes como su razón de ser, fortalece su metodología de atención personalizada y consolida su promesa de valor. *“Tenemos claro que somos un banco diferente, un banco cercano que busca conocer a sus clientes y conectarse con sus emociones, sentimientos, pensamientos y expectativas”.*

Su cartera a diciembre de 2018 ascendía a COP 1,58 billones, la cual gestiona con el apoyo de sus 4.633 colaboradores. Quiere ser el banco líder de la comunidad, apalancando con capital de trabajo a los colombianos que tienen pequeños negocios y unidades productivas en la ciudad y en el campo. Brinda créditos que van desde los COP 800.000 hasta los COP 300 millones, con acompañamiento y asesoría para evitar el sobreendeudamiento. Adicionalmente, se plantea seguir ampliando su portafolio de ahorro e inversión, con seguridad y rentabilidad, y quiere aumentar su cobertura en las regiones del país con nuevas oficinas y ofrecer productos y servicios tecnológicos *“a la medida”*, para facilitarles la vida a los colombianos.

“Sabemos que hay mucho camino por recorrer y lo afrontaremos, como lo hemos hecho siempre, creciendo y evolucionando con nuestros clientes. En el Banco Mundo Mujer le damos la mano a Colombia”.

Tabla 5.1. Cifras institucionales Banco Mundo Mujer, Colombia (corte a dic. 31, 2018)

Cartera vigente	COP 1.580 billones
Indicador de cartera vencida (ICV)	4,1 %
Indicadores de rentabilidad:	
ROE	24,9 %
ROA	4,5 % con una solvencia de 17,7 %
Clientes totales	682.503
Clientes del activo	547.621
Clientes del pasivo	134.882
Activo	COP 1.744.507.810
Pasivo	COP 1.410.084.955
Patrimonio	COP 334.422.855
Saldo en CDT	COP 948.975 millones
Saldo en cuenta de ahorro	COP 83.405 millones
Colaboradores totales	4.633

Fuente: Banco Mundo Mujer

Banco W



En 1980, la Fundación WWB Colombia puso en marcha un proyecto con el objetivo de incorporar a las mujeres cabezas de hogar y de escasos recursos a la actividad económica mediante el crédito. Luego de varias décadas de experiencia financiando y fortaleciendo los negocios de mujeres y hombres de los sectores sociales menos favorecidos, surgió, en el año 2011, Banco W. Una entidad financiera de carácter social que cree en el fortalecimiento de los microempresarios, motor de desarrollo de Colombia.

A diciembre de 2018, la cartera total de microcrédito fue de COP 998.481 millones, dirigida a 212.100 clientes, mayoría mujeres (60%), a quienes atiende por medio de sus 143 oficinas en 30 departamentos del país y 596 municipios. Posee una estructura que le permite llegar a poblaciones remotas y generar inclusión financiera.

El Banco W tiene 78 corresponsales bancarios y, en alianza, 2.632 puntos. Además, cuenta con convenios en 15.293 puntos de pago Efecty y Vía Baloto.

Su sello distintivo: pasión por servir. En diciembre de 2018 realizó, por segundo año consecutivo, la encuesta nacional de satisfacción de clientes que busca medir el nivel de satisfacción de sus clientes con los productos y servicios ofrecidos en microcrédito, CDT, cuentas de ahorro y libranzas. Gracias a sus resultados, implementa acciones y mejoras enfocadas en los atributos de mayor impacto para ellos.

Las cifras descritas en la tabla 5.3, según un estudio realizado por Customer Index Value, ubican al Banco W por encima de la media del sector.

Tabla 5.2. Cifras destacadas Banco W (cierre a diciembre de 2018)

Nuestras cifras destacadas con cierre a diciembre de 2018	
Cartera total de microcrédito (\$ millones)	\$ 998.481
Número de clientes microcrédito	212.100
Indicador de mora microcrédito (mayor a 30 días)	3,89%
Número de clientes ahorro	605.786
Número de cuentas de ahorro	633.070
Saldo captación ahorro (\$ millones)	\$ 134.401
Número de clientes CDT	14.791
Número de CDT	18.441
Saldo captación CDT (\$ millones)	513.983
Número de clientes libranzas	2.539
Cartera de libranzas (\$ millones)	92.697
Número de clientes cartera vehículo en alianza con Clave 2000	1.791
Cartera vehículo en alianza con Clave 2000 (\$ millones)	93.138
Agencias con las que cerramos en el 2018	143
Corresponsales bancarios propios con cierre a 2018	74
Utilidades 2018 (\$ millones)	52.958

Fuente: Banco W

Tabla 5.3. Satisfacción Banco W

Año de medición	Satisfacción sector bancario	Satisfacción Banco W
2017	76,2 %	88,4 %
2018	81,6 %	88 %*

*Para el año 2019 se incluyó en la medición el producto “libranzas”.

Fuente: Banco W

Sus clientes son los microempresarios, trabajadores independientes o personas que se dedican a alguna actividad productiva, para quienes ofrece productos financieros prácticos, oportunos e innovadores en

materia de microcrédito, ahorro y microseguros; esto permite mejorar la calidad de vida de miles de personas y sus familias.

“Servir a otros trae felicidad. Por esta razón, generar bienestar económico, social y ambiental a todos sus públicos de interés nos hace sentir orgullosos de ser parte de esta organización que, a través de las microfinanzas, aporta a la calidad de vida de miles de colombianos”.

Para Banco W no hay malos clientes, sino créditos mal originados que, al ser otorgados, superan la capacidad de pago del usuario, le generan sobreendeudamiento y en consecuencia una mala calificación en su historial crediticio. Esto los excluye del sistema financiero, y los obliga a acudir al crédito informal con sus terribles implicaciones.

La banca de las microfinanzas no compite con el crédito tradicional, sino con el crédito informal, por ejemplo, esquemas como el “gota a gota” o “paga diario”, en vez de fortalecer los negocios de los microempresarios, los arruina por completo. Por esto, el reto de la Banca es innovar en materia de productos y servicios enfocados a respaldar el crecimiento de esta población, quienes dinamizan el panorama del país, al aportar el 35 % de participación en el producto interno bruto (PIB), generar empleo y fortalecer del emprendimiento.

Productos crediticios

- **Microcréditos:** se otorgan con solo dos requisitos: la fotocopia de la cédula de ciudadanía y tener un negocio de un año de funcionamiento, como mínimo. El desembolso se realiza de manera ágil, aproximadamente en 48 horas. Sus microcréditos cuentan con la opción de ahorro.
- **Libranzas:** es un crédito exclusivo para el sector oficial, dirigido a pensionados, docentes y empleados públicos. Se tramita rápidamente y se descuenta por nómina.

Opciones de ahorro e inversión

En el Banco W se considera que el ahorro tiene un impacto mayor en la calidad de vida de las personas, pues este constituye un capital

importante para el cumplimiento de metas, como la adquisición de vivienda y la creación o consolidación de la pequeña y mediana empresa que dinamiza la generación de empleo sostenible.

Con el ánimo de incentivar la disciplina y el hábito del ahorro, las cuentas de ahorro son gratuitas, se puede abrir con COP 10.000 y el dinero está seguro en todo momento, dado que la entidad cuenta con el respaldo del seguro Fogafín.

Sus productos de ahorro son:

- Certificado de depósito a término (CDT): con este transformamos el dinero de los inversionistas en apoyo a mediante el crédito a los microempresarios de nuestro país; al mismo tiempo que nuestros clientes reciben una buena rentabilidad por su inversión.
- Cuenta de ahorro básica, cuenta de ahorro progresiva, cuenta de ahorro La Natillera.
- Ahorranzas.
- Cuenta de ahorro de trámite simplificado (CATS).
- Apertura CAT por página web del banco.

Por último, el Banco W se dirige a otros focos de inversión social y comunitaria, donde se ofrece educación financiera, apoyo a iniciativas de impacto social, campañas de concientización de problemáticas que se centran en la niñez, educación en emprendimiento desde edades tempranas en colegios públicos para que incorporen la cátedra de emprendimiento –como lo establece el Ministerio de Educación– y programa Plan Semilla para asegurar el futuro de los más pequeños.

“Se recoge lo que se siembra: hoy somos el resultado de un gran servicio. Hemos trabajado fuerte para lograr una cultura organizacional sana que, sumada a una estrategia competitiva y al talento adecuado, nos ha permitido obtener resultados sostenibles”.

Confiar Cooperativa Financiera



Confiar es una cooperativa financiera que nace en 1972 y tiene como objeto la intermediación financiera, por medio de un portafolio de productos de ahorro y crédito, programas y servicios sociales y culturales, para alcanzar el bienestar de sus asociados y ahorradores.

Dentro de su base social, que actualmente supera las 300.000 personas, se encuentra el segmento de trabajadores independientes, con una participación del 31 %, para los cuales se tienen diseñados servicios financieros contemplados en un concepto integral de microfinanzas. En ese sentido, atiende el ahorro, la protección, la prevención y el crédito para las líneas de vivienda, consumo, comercial y microcrédito, con modelos de atención diferenciados de acuerdo con las actividades económicas, perfil y condiciones del territorio donde tenga su unidad productiva o desarrolle su actividad económica.

La cartera total a 2018 asciende a COP 162.818 millones, dirigida en su mayoría a vivienda con COP 82.574 (50,7 %), seguida de microcrédito con COP 44.532 (27,40 %); por su parte, el destino consumo, que incluye el producto tarjeta de crédito (3.880) y una cartera de COP 4.182 y asciende a COP 21.281 (13,1 %) y comercial de COP 14.431 (8,9%). Sus clientes son 43 % mujeres y 57 % hombres.

Otro aspecto a destacar, según información al cierre de diciembre de 2018, es la consolidación en relación con este segmento, de la cultura del ahorro (ahorrar con paciencia), como es el claro ejemplo del subsegmento de las amas de casa, que los apalancan con COP 69.699 millones y solo tienen cartera de crédito por COP 2.611 millones.

Tabla 5.4. Indicadores confiar

Indicadores del segmento de independientes*				
Concepto	2014	2018	Variación	% Participación
Asociados	47.578	50.995	7 %	54 %
Ahorradores/Terceros	27.887	42.582	53 %	46 %
Total	75.465	93.577	24 %	100 %
Participación por productos				
Aportes Sociales	\$ 13.229	\$ 33.934	157 %	8 %
Captaciones	\$ 157.284	\$ 227.182	44 %	54 %
Total apalancamiento	\$ 170.513	\$ 261.116	53 %	62 %
Cartera	\$ 131.731	\$ 162.820	24 %	38 %
Volumen de negocios	\$ 302.244	\$ 423.936	40 %	100 %

*Cifras Diciembre 2014-2018 en \$ millones de pesos, asociados y ahorradores en miles de personas

Fuente: Confiar

Tabla 5.5. Indicadores confiar

Perfil	Asociados	Ahorradores	Total*	Aportes	Captaciones	Cartera
Formalizado	10.557	3.266	13.823	9.646	27.876	79.182
Informal	18.453	23.647	42.100	10.683	55.998	35.381
Ama de casa	10.721	10.861	21.582	4.820	64.879	2.611
Rentista	2.789	1.173	3.962	2.569	41.206	13.719
Profesional	4.830	2.033	6.863	3.712	17.819	26.668
Agro	3.650	1.597	5.247	2.505	19.405	5.258
Total	51.000	42.577	93.577	33.935	227.183	162.819
Consolidado confiar	169.716	133.179	302.895	117.200	667.416	808.687
Part. Independientes	30,1 %	32,0 %	30,9 %	29,0 %	34,0 %	20,1 %

Cifras en \$ millones de pesos. *Total base social

Fuente: Confiar

A propósito del hacer de Confiar en este escenario que ya trascendió la relación de asociar al segmento independientes con el producto microcrédito, la estrategia de relacionamiento incluye lograr un margen de intermediación mucho más bajo, comparado con el mercado tradicional, por la combinación de riesgos y la aplicación de un criterio rector, “*en Confiar la solidaridad ni antes ni después, que se integre en el acto*”

cotidiano de la intermediación financiera.” Todo lo anterior permite entregar recursos de microcrédito a tasas de interés entre el 12,68 % y el 38 % efectivo anual. A la tasa máxima de interés, el porcentaje de cartera es de solo el 9 %.

Sumado a lo anterior, Confiar ha desarrollado un concepto adicional que se aplica para toda su base social beneficiaria: la transferencia solidaria, modelo que se hace realidad con menores costos y comisiones por el uso de los canales electrónicos y los medios de pago (tarjetas débito y crédito), adicional a las coberturas con planes de previsión y de seguros. Se calcula que la transferencia para el segmento independientes supero los COP 5.000 millones, distribuidos en las 49 agencias de los territorios donde está presente.

Para la atención a los independiente o emprendedores, Confiar forma parte de la Corporación Fomentamos, una entidad sin ánimo de lucro dedicada a las microfinanzas solidarias, y que trabajan la metodología de banca comunal.

Esta alianza con otras cooperativas y ONG le permite atender a hombres y mujeres de comunidades excluidas urbanas y rurales, para alcanzar su dignidad y lograr su inclusión económica y social, promoviendo prácticas basadas en la confianza, la colaboración, la equidad de género y la responsabilidad ambiental. Esto les ha permitido alcanzar los resultados que se exponen en la tabla 5.6.¹

Fomentamos es una muestra contundente de la inclusión decidida por medio de las microfinanzas populares mediante estos círculos solidarios, que reconoce y visibiliza la importancia de las mujeres, que constituyen el 81 % de sus socios. La entidad, que se creó por la necesidad del crédito para atacar al “paga-diario”, al agiotista o al “gota a gota”, hoy logra niveles de ahorro tan importante, como la cartera de créditos, con una mora que apenas supera el 1 %.

¹(1) Cifras diciembre 2014-2018 en millones de pesos, socios en miles de personas.
(2) Círculos solidarios: son grupos de personas de una misma comunidad que se reúnen para acceder a pequeños créditos con un propósito común (fortalecer e impulsar sus negocios); teniendo un enfoque en la formación personal, técnica y social que les ayudará a mejorar sus inversiones, ingresos y calidad de vida. Tiene como objeto crear una modalidad interna de crédito y ahorro para las comunidades de escasos recursos, especialmente para las mujeres cabeza de familia.

Tabla 5.6. Indicadores confiar

Indicadores fomentamos			
Concepto	2014	2018	Variación
Círculos solidarios	427	626	47 %
Socios	7.346	11.653	59 %
Saldo en cartera	\$ 1.512	\$ 2.791	85 %
Saldo en ahorros	\$ 1.310	\$ 2.560	95 %

Fuente: Confiar

“De esta manera tenemos un modelo de atención integral para nuestro segmento de independientes. Somos más que la línea tradicional con la que se atiende a las microempresas en Colombia (microcrédito). Atendemos con altos estándares de calidad líneas de crédito como vivienda, lo que hace de Confiar una de las pocas entidades financieras pioneras en la atención de independientes con crédito de vivienda de interés social”.

*“Ser fiel en las cosas pequeñas es una empresa mayúscula”:
San Agustín.*

Contactar



La Corporación Nariño Empresa y Futuro – Contactar es una microfinanciera colombiana, de participación mixta, sin ánimo de lucro y regida por el derecho privado, que nació en 1991 en la ciudad de Pasto. Desde entonces, ha brindado bienestar a sus clientes, prioritariamente del sector rural, por medio de la prestación de servicios microfinancieros, con enfoque social, económico y ambiental.

A diciembre de 2018 contaba con una cartera de COP 323.677 millones, creciendo 24,65 % con respecto al año anterior (COP 256.678 millones). Su índice de cartera vencida es de 1,43 % evidenciando un buen manejo del sistema integrado de riesgo (SIR), metodología crediticia rigurosa, personalizada y acertada educación financiera a sus clientes, lo que ha permitido formar, en más de 104.000 familias, buenos hábitos de pago, crecimiento en su actividad productiva y mejores condiciones de vida.

Durante 2018 atendió a 104.259 clientes (46 % mujeres) de los cuales 83 % se encuentran en territorio rural. Es una organización con 930 colaboradores, mujeres en su mayoría (52 %) quienes asesoran mediante sus 59 oficinas distribuidas en 6 departamentos del país. Con índices de accidentalidad de 0,70 %; ausentismo de 2 % y rotación en general de 14,38 %.

Contactar tiene un desempeño social sobresaliente con 37.717 personas capacitadas en diferentes temas: 16.770 en educación financiera, 1.700 en prácticas pecuarias, 10.546 en agricultura sostenible, 3.468 en procesamiento de alimentos y 2.478 en promoción de la salud y prevención de enfermedades.

Tabla 5.7. Indicadores contactar

	2017	2018	Variación %
Activo	282,4	348,3	23,3 %
Pasivo	206	251,2	21,9 %
Patrimonio	76,4	97,1	27,1 %
Ingresos	87,4	111,1	27,1 %
Productividad (ingresos/cartera prom.)	36,9 %	38,1 %	
Gastos	78,8	90,4	14,6 %
Eficiencia (gastos/cartera prom.)	33,3 %	30,9 %	
Excedentes	8,5	20,7	142,4 %
Rentabilidad activo (excedentes/activo)	3 %	5,9 %	
Rentabilidad patrimonio (excedentes/patrimonio)	11,1 %	21,3 %	
Ebitda	16,7	30,5	82,6 %
Margen ebitda (ebitda/ingresos)	19,1 %	27,5 %	

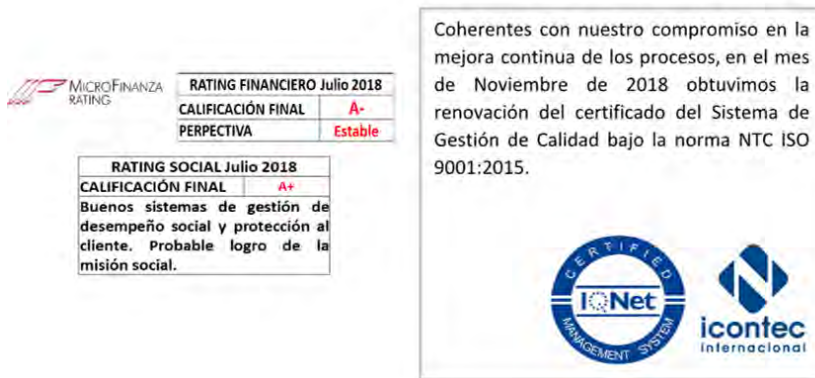
Fuente: Contactar

Cuenta con 11 proyectos estructurados a nivel interno y 8 de cooperación. Además, se encuentra alineada con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), pues origina microcréditos inclusivos que promueven el desarrollo y crecimiento económico, la sostenibilidad, la igualdad de género y la prevención del cambio climático.

Adicionalmente cuenta con las certificaciones que se muestran en la figura 5.2.

“Las decisiones tomadas día tras día en Contactar tienen como propósito brindar a clientes y colaboradores, servicios seguros, confiables y permanentes que benefician a sus familias y comunidades. Las cifras de la corporación, al cierre de 2018, demuestran que va en la dirección correcta, con la convicción de mejorar cada día en la prestación de servicios microfinancieros y en la atención con sentido humano y social”.

Figura 5.2. Certificaciones de Contactar



Fuente: Contactar.

Corporación Interactuar



Interactuar ha construido una historia de más de 35 años acompañando a empresarios de barrios y veredas a consolidar sus ideas y proyectos productivos. Es una empresa social que, con un modelo diferenciador basado en cuatro capitales –emocional, financiero, de conocimiento y redes– brinda a sus empresarios servicios ajustados a su necesidad de desarrollo.

Su inspiración son los miles de empresarios, con unas vidas prósperas, empoderados de su futuro y con capacidad de generar bienestar social. Gracias a ellos, están orgullosos de sus resultados.

La entidad cerró el año con un indicador de integralidad de 12,3% frente a la meta de 10% trazada. Esto significa que está haciendo bien la tarea de entregar a sus empresarios los servicios que ellos realmente necesitan. Tuvo presencia en 8 departamentos, 4 de ellos con oficinas propias –Antioquia, Córdoba, Sucre y Caldas– y 4 más, gracias a las alianzas con inversionistas sociales con quienes ejecutó proyectos para el desarrollo empresarial en Valle del Cauca, Caquetá, Cundinamarca y Nariño. Acompañó aproximadamente a 50.000 empresarios con sus servicios, al otorgar 34.818 créditos, con una cartera que cerró en 4,6% frente al 6,9% que reportó la industria. Ideó nuevos servicios, como inmueble productivo, cadenas de valor, crédito exprés, dos programas académicos y otros de conocimiento.

Interactuar apoya la microempresa rural, atendiendo 867 agroempresarios, con semilleros y seminarios agro y con el método base de aceleración agro; así, orienta sus acciones a atender aspectos de la gestión empresarial que les permita transformar su mentalidad y ser los gerentes de sus agroempresas. Con las cadenas de valor conectó, no solo los servicios financieros y de conocimiento, sino también a los

agroempresarios, especialmente a las cadenas de cacao y plátano, con compañías ancla que impulsaran su crecimiento en las regiones.

Los emprendimientos culturales tuvieron un papel protagónico para Interactuar en 2018. De este modo, aportó y acompañó el fortalecimiento de las habilidades gerenciales de los empresarios de este sector, con una metodología que venía fortaleciendo desde 2015. En ellos encontró un potencial inmenso para la dinamización de la economía; así, en 2018 acompañó a 300 artistas empresarios.

Entre las alianzas que suman esfuerzos y multiplican impactos, la entidad gestionó relaciones confiables y duraderas con aquellas instituciones que comparten sus objetivos, filosofía e intereses, con el fin de establecer redes en los ámbitos local, nacional e internacional, que permitieron llevar su modelo integrado de empoderamiento empresarial a más lugares del país. Por consiguiente, se registró un mejoramiento en la calidad de vida de los empresarios, y se generó potencial de desarrollo, riqueza y equidad para el país. Se entablaron alianzas con 30 inversionistas sociales, 6 cooperantes internacionales, 20 privados y 4 públicos; se ejecutaron 42 proyectos en 7 departamentos de Colombia, con los que se beneficiaron 3921 empresarios.

Entre sus programas a destacar se encuentra el primer Método Base de Aceleración (MBA) para empresarios, en 2014, con el objetivo de acelerar el crecimiento y consolidación de la microempresa mediante el desarrollo de habilidades gerenciales, la toma de decisiones, la alfabetización financiera y el cambio de mentalidad. Este programa fue desarrollado como parte de un proyecto de cooperación internacional con la Association for Cultural, Technical and Educational Cooperation (ACTEC), de Bélgica.

En 2018, de los 152 empresarios que ingresaron al programa, 126 se certificaron y generaron ventas totales anuales por COP 48.121 millones, lo que representó un crecimiento promedio del 33%. Además, se generaron 125 nuevos empleos y 753 directos apoyados gracias al programa.

En materia ambiental, minimizaron sus impactos gracias a la apertura al cambio y los buenos hábitos. Finalizado el año, la primera etapa de instalación de 240 paneles solares en uno de los cuatro edificios de la sede principal de la Corporación para disminuir el consumo energético, en marzo 2019 estará en completo funcionamiento. Esto

se suma a su plan de movilidad empresarial sostenible que reducirá el 10 % de las emisiones de CO₂ (ton/día) que produce la sede principal, las iniciativas para el uso racional del agua y la energía, y las campañas de sensibilización frente a los diferentes aportes que puede hacer al medio ambiente, son un paso firme en este camino en el que todos como ciudadanos del mundo tenemos un reto.

“Una reflexión nos dejó el 2018 cuando el primer semestre evidenció receso e incertidumbre económica, y es que cuando todos nos unimos en una actitud convencida y positiva, desde el lenguaje, la mente y el corazón, se pueden alcanzar los retos con los que se inicia cada año. Aquí la constancia y fortaleza con la que nuestros empresarios encaran cada situación adversa y la sacan adelante, fue nuestro motor y mayor aprendizaje para terminar un 2018 en verde esperanzador”.

Crezcamos



Crezcamos es organización constituida hace 11 años con el fin de ser una alternativa real frente a la falta de oportunidades de acceso y calidad a servicios financieros en las zonas rurales del país. Es una entidad microfinanciera diseñada para llevar desarrollo a las poblaciones de bajos ingresos de estos territorios.

Con su lema “*juntos, un paso adelante*” se propone desarrollar soluciones de inclusión financiera de crédito y protección que contribuyan al mejoramiento de la productividad de sus clientes y de su calidad de vida. Así, busca acompañarlos en el fortalecimiento de sus negocios o fincas, o en la mejora de sus viviendas y ofrecerles las posibilidades que requieren para que puedan crecer, progresar económicamente y dar un paso adelante.

Este objetivo ha llevado a Crezcamos a consolidar en poco tiempo una importante red de 79 oficinas comerciales y 29 aliados que tienen cobertura en 12 departamentos y en 335 municipios del país, de los cuales el 91 % son municipios rurales. A diciembre de 2018 cerró con una cartera de COP 229.954 millones, atendiendo 90.135 clientes, 49 % mujeres.

Su rápido avance, en poco más de una década, ha estado asociado a su apuesta permanente por crecer, según lo indica su nombre como compañía, que la ha llevado a consolidar un espacio relevante en el sector de las microfinanzas, al desarrollar una metodología basada en la confianza en la gente.

Su apuesta se fundamenta en un enfoque de cercanía con el que busca construir relaciones de largo plazo con sus clientes. Ha apoyado proyectos productivos de más de 282.000 familias emprendedoras, ha otorgado más de 592.000 créditos y cerca de 2 millones de soluciones de protección; así, ha entregado coberturas a sus clientes y a sus actividades generadoras de ingreso.

Los sembradores de progreso de la compañía trabajan visitando los negocios, fincas y hogares de los clientes de Crezcamos, y de las poblaciones en donde tiene presencia, para escuchar sus necesidades y ofrecer servicios financieros ajustados a la medida de estas circunstancias, entendiendo sus dificultades y evidenciando las posibilidades de crecimiento que pueden tener sus unidades productivas.

A su vez, la relación directa con sus clientes es acompañada con la implementación de herramientas tecnológicas y digitales que facilitan procesos de segmentación, radicación de solicitudes, recaudo y gestión de cartera, entre otros; con lo cual, los procesos son más ágiles, prácticos e incluyentes.

El 70 % de sus clientes son rurales y el 35,5 % se dedican a actividades agropecuarias, lo cual evidencia su clara vocación hacia la ruralidad. Su solución de financiación agropecuaria tiene como propósito contribuir al aumento de la productividad y sostenibilidad de los empresarios del campo; en ese sentido ha otorgado más de 86.000 créditos destinados a la compra de animales, insumos agrícolas, inversión en cultivos, maquinaria o equipos, ampliación o mejora de las fincas, entre otros.

En alianza con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), tiene granjas demostrativas dispuestas para el mejoramiento de las capacidades técnicas de los clientes y la promoción de las medidas de adaptación al cambio climático, pues considera que productores agrícolas más resilientes y más productivos hacen que su propósito se cumpla. Estas medidas de adaptación tienen como finalidad que los productores agropecuarios estén mejor preparados frente a los posibles daños que pueda generar el cambio climático a sus fincas y cultivos.

Por otra parte, con su línea de soluciones para negocio y microempresas han otorgado cerca de 398.000 créditos, los cuales, a partir partiendo del entendimiento de las necesidades de inversión de sus clientes y de su capacidad financiera, han sido destinados, en esencia, a proyectos para aumentar la productividad de sus negocios.

A su vez, con su solución para la mejora progresiva de vivienda, ha entregado más de 24.000 créditos que han hecho posible los sueños de sus clientes por mejorar su calidad de vida a través de la mejora de sus hogares. Para la mayoría de ellos, la vivienda es su activo más importante y por ende su principal referente de progreso. Por ello, en

Crezcamos creen firmemente en el aporte brindado por medio de esta solución, que no solo contribuye a viviendas más seguras y adecuadas, sino que también puede generar ingresos adicionales gracias a reformas productivas como locales o espacios para arrendar.

De esta forma, la entidad afianza su apuesta y propósito por generar desarrollo en las zonas rurales, a partir de una oferta de soluciones financieras que le permita convertirse en un verdadero aliado de las poblaciones de menores ingresos y posibilite más y mejores oportunidades en las regiones más apartadas del país.

“En Crezcamos creemos en la gente por lo que es y puede desarrollar y no solo por lo que tiene. Esto implica creer en los proyectos productivos de miles de familias emprendedoras, creer en que tienen un plan de inversión valioso, que cuentan con negocios que son productivos y que por medio de estos pueden salir adelante y tienen una oportunidad para desarrollarse económicamente. Nos enfocamos más que en las garantías, en entender el desarrollo productivo que tienen los negocios de nuestros clientes y en cómo pueden generar ingresos en el corto y mediano plazo a partir de su capacidad emprendedora”.

Financiera Comultrasan



Fundada en 1962 en el departamento de Santander, Comultrasan nace con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la comunidad, mediante la generación de desarrollo social y soluciones financieras para todos sus asociados.

Fiel a sus principios misionales y su filosofía cooperativa, Financiera Comultrasan adelanta un extenso programa de actividades sociales, enfocado a la atención de necesidades prioritarias en las comunidades donde hace presencia. El cooperativismo tiene un claro y profundo compromiso con la población y por eso desarrolla programas de responsabilidad social que apuntan a un mejoramiento de la calidad de vida de las personas que habitan en su radio de influencia.

Por esa vocación natural de trabajar incansablemente por el bienestar colectivo de la población, las cooperativas se convierten en el mejor aliado que puedan encontrar los gobiernos, para desarrollar programas de amplio contenido social para sus habitantes.

Comultrasan ha venido adelantando programas sociales en áreas como educación, vivienda, salud, formación de líderes en barrios y municipios, cultura, recreación, deporte y, de manera muy especial, apoyando la conservación y la defensa del medio ambiente, impulsando programas de reforestación y en el área metropolitana de Bucaramanga, brindando apoyo al comité de defensa del agua y protección del páramo de Santurbán.

Durante su vida jurídica, la cooperativa ha impulsado, con pequeños créditos, el desarrollo de la microempresa, a partir, en muchos casos, de ideas de negocio convertidas en famiempresas, hasta llevarlas a pequeñas y medianas empresas, con todo el beneficio, económico y social que representan.

A diciembre de 2018 cuenta con presencia en 6 departamentos del país, y con 644 empleados en un total de 51 agencias de ahorro y crédito. Su cartera se compone de créditos destinados en su mayoría a consumo (56,11 %), seguido de microcrédito (23,13 %), comercial

(20,13 %) y vivienda (0,64 %); de los cuales 50 % son mujeres y 50 % hombres.

“Un claro compromiso con la comunidad, en la búsqueda de solución a sus principales problemas, constituye la razón de ser de Comultrasan”.

Fundación Amanecer



Con 25 años en el mercado, la Fundación Amanecer nace en el departamento de Casanare con el objetivo de promover la transformación social de la Orinoquía y el país, mediante el impulso de programas de desarrollo humano, empresarial, productivo y de protección ambiental.

Amanecer brinda servicios de financiamiento, interventoría social, logística socioambiental, implementación de proyectos, impacto de los proyectos y programas, e inversión y compensación ambiental.

Las personas son su inspiración, lo cual se evidencia a diario con el don de servir que constituye el ADN de la institución. Amanecer siempre está enfocada en brindar soluciones y servicios, y en aportar al desarrollo productivo del territorio. La confianza es el hilo conductor de la generación de tejido social y empresarial, y la ha venido cultivando durante un cuarto de siglo, liderando con el ejemplo y cumpliendo fielmente sus promesas.

A corte de diciembre de 2018, la Fundación cuenta con 13.468 clientes que atiende en cuatro departamentos del país. El 100% de su cartera está dirigida a microcrédito y asciende a COP 45.707 millones, otorgados en su mayoría a mujeres (57%).

La entidad brinda servicios microfinancieros que aportan de manera positiva al desarrollo económico y social del territorio. Para Amanecer, impulsar el progreso por medio del microcrédito es confiar, entender, educar, acompañar y ser parte del crecimiento de aquellas personas que en algún momento emprendieron un sueño; en ese sentido, los lleva a cumplirlo y les inculca confianza en sí mismos y en su entorno.

“Somos una entidad con enfoque social, fomentando siempre la educación financiera en nuestros microempresarios, pensamos en ellos de manera integral, motivo por el cual, no llegamos vendiendo crédi-

to, le brindamos soluciones efectivas para su desarrollo productivo y social, lo que nos ha inspirado a ser innovadores, creando soluciones empresariales y sociales para el país”.

Su programa “fondos de crédito comunitarios” ha sido un modelo referente en el ámbito nacional, y actualmente, en alianza con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), hace presencia en el departamento de Cesar, donde ha generado capacidad instalada y transferencia de conocimientos en su tecnología.

La entidad está convencida de que la mujer es un actor fundamental en el desarrollo, por ello cuenta con alianzas dirigidas a programas de empoderamiento de ellas. Junto con la Fundación Bolívar, de Davivienda, desarrollaron el programa “Empoderamiento de las mujeres rurales” cuyo propósito es incidir en el desarrollo familiar y productivo. Promueven y fortalecen capacidades en la escuela de lideresas; así, las apalancan con programas para el fortalecimiento de sus capacidades.

En alianza con Développement International Desjardins están fortaleciendo el tejido social, productivo y empresarial de Tame, en el departamento de Arauca, con sus servicios microfinancieros y así con un sinnúmero de proyectos destacados que se desarrollan en el país. Amanecer prioriza su ejecución en los departamentos del Meta, Casanare, Boyacá y Arauca, con miras a abarcar todo un país con soluciones eficientes para el desarrollo productivo y construcción de tejidos social y empresarial.

“¡Llegamos donde nos necesiten!”.

Fundación delamujer



Durante 33 años, la Fundación delamujer ha diseñado una experiencia única donde la gente forja sus ideas y sueños de progreso. Inspira y conecta oportunidades para lograr el empoderamiento de la mujer emprendedora; así, apoya sus negocios mediante programas de financiamiento, capacitación y asesoría.

Esta historia de equidad, inclusión, trabajo y prosperidad, la escriben más de 1.300.000 clientes que han confiado en la Fundación delamujer y su portafolio de productos microfinancieros responsables y sostenibles.

La entidad asume que su enfoque social la hace diferente, pues día a día los más de 2.500 colaboradores, entre ellos los asesores de inclusión financiera, buscan cumplir sueños, generar sonrisas, brindar apoyo e impactar positivamente la vida de cada uno de los integrantes de las familias colombianas que luchan por mejorar su calidad de vida.

“¡La tenemos clara! Queremos hacer las cosas con calidad y para ello la tecnología ha sido una gran aliada”. Para la Fundación delamujer es importante la educación financiera y la formación empresarial para la comunidad en general, por ello mediante el programa “Saberés” capacitan a sus clientes aumentando su visión del negocio y logrando su inserción en la economía nacional.

El 2018 termina con una cartera de COP 582.527 millones que atiende 236.712 clientes con microcrédito. Cubre el 92 % del territorio nacional, llegando a 931 municipios por medio de 247 oficinas.

Tiene una inclinación profunda por evolucionar y desarrollar el potencial de las mujeres, quienes corresponden al 65 % de sus clientes.

Ayuda al desarrollo de sus habilidades y su realización como seres íntegros, no solo para sus familias sino para la comunidad.

“Estamos convencidos de que la palabra ‘confianza’ es la que necesita la sociedad para creer en sí misma; esa que nos ha llevado a transformar positivamente la vida de miles de personas”.

Un ejemplo de “la tenemos clara”, representa el siguiente testimonio de la señora Fabiola Esther Robles, cliente de la Fundación:

“Me decían ‘la loca’, entonces dije: ‘Esa loca les va a demostrar que yo sí soy loca, pero de verdad, porque voy a conseguir lo que yo quiero en mi vida, trabajando y sin pedirle nada a nadie’. Un día, una amiga me recomendó a Fundación delamujer y ahí me prestaron para mi primer congelador grande, así empecé con mi negocio”. Con esta promesa y después de perder a su esposo, Fabiola Esther Robles Mozo, una cartagenera que está loca, pero de alegría y de berraquera, inició su proyecto “Rico Boli Fabiola”, hace 20 años, con una nevera de icopor al hombro y las ganas de sacar adelante a sus hijas.

Doña Fabiola picaba, cocinaba, congelaba fruta, empacaba y caminaba las calles de Cartagena vendiendo alrededor de 200 bolis al día; con el paso del tiempo, su nombre y sus productos se hicieron famosos en la Ciudad Amurallada. Hoy, Rico Boli Fabiola se ha convertido en una microempresa que ha progresado a punta de empuje y corazón. *“Cuando empecé, la nevera no me daba abasto con la producción, entonces Fundación delamujer me prestó para salir adelante y progresar. Comencé de cero, ahora genero 31 empleos y espero seguir avanzando con ellos, quienes han confiado en mi trabajo”.*

Sus productos son 100 % de fruta natural y el éxito de su sabor se basa, según ella, en su ingrediente secreto: la alegría con la que prepara cada uno de sus bolis; alegría que viene acompañada de cantos con los que entretiene y genera un ambiente divertido entre sus trabajadores.

Por su liderazgo, carisma y deseo de prosperar, Fabiola Esther fue reconocida en la quinta versión del Premio Fundación delamujer

“Deseo que todo el mundo alcance lo que yo he alcanzado, muchas gracias por el premio, ahora voy a tener mi máquina empacadora de bolis y con ella voy a ayudar a muchas más personas”.

Fundación Mario Santo Domingo



La Fundación Mario Santo Domingo es una organización sin ánimo de lucro que desde hace 59 años tiene como propósito superior reducir la pobreza, fomentar la equidad social y promover el desarrollo sostenible del país. Por medio de su unidad de Desarrollo Empresarial, por más de 20 años, ha apoyado a miles de familias en la generación de ingresos en diferentes sectores económicos.

Los destinos a los cuales apoya son comercio (46,47%), seguido de producción (21,2%), vivienda (14,73%), servicios (10,34%), mejoramiento de vivienda (7,28%), educación (0,06%).

Como premisa, la Fundación prioriza la población que menos oportunidades tiene en el sistema financiero y apoya a estos emprendedores, en su mayoría madres cabeza de hogar, mediante herramientas de asistencia técnica, apalancamiento financiero, formación y capacitación empresarial.

Ofrece mecanismos de financiación que promueven hábitos saludables de endeudamiento y un seguimiento personalizado a por medio de un equipo idóneo que analiza, acompaña y orienta la financiación, tomando en cuenta las capacidades empresariales particulares para responder a las obligaciones generadas. Al terminar 2018, la unidad de crédito logró más de 5.000 empresarios activos, mayoría mujeres 62,6%, seguido de 37% hombres y 0,4% personas jurídicas, a quienes atiende en tres ciudades del país.

Actualmente, la unidad de desarrollo empresarial tiene una zona de impacto localizada en los municipios del departamento del Atlántico y Bolívar, con enfoque en las ciudades capitales y su área metropolitana, así como en los macroproyectos de vivienda de interés social del Caribe: Ciudad Bicentenario, en Cartagena, y Villas de San Pablo, en Barranquilla –allí, la Fundación es gerente integral– y donde actualmente habitan más de 25.000 personas.

En los últimos 5 años apoyaron miles de emprendimientos y proyectos de generación de ingresos de personas y familias que no tenían oportunidad de acceder a servicios financieros, otorgando 24.175 créditos por valor de COP 67.099 millones, beneficiando 34.264 personas y bancarizando a 8.703.

“Los créditos de la Fundación Mario Santo Domingo han sido una herramienta que nos permitió potencializar nuestro negocio y dotarlo de una excelente infraestructura para prestar un buen servicio. Hoy, mi familia y yo soñamos con tener más sucursales en Barranquilla y en la costa Atlántica” (Rigoberto Jiménez, Taller Automecánico del Norte).

La Fundación Mario Santo Domingo tiene como sello su compromiso con el desarrollo y la inclusión social en el país, gestiona, con recursos propios, servicios financieros para que familias de bajos ingresos impulsen y aceleren el crecimiento productivo y sostenible de su unidad microempresarial.

Adicionalmente, mediante la unidad de desarrollo empresarial tramita alianzas con instituciones públicas y privadas para ofrecer un mayor portafolio de servicios y programas de educación financiera al alcance de toda la comunidad.

La Fundación cuenta con un equipo de profesionales idóneos; sus 2.278 colaboradores trabajan en infraestructuras locativas amigables, cercanas a las comunidades objeto y con herramientas tecnológicas que facilitan el análisis móvil, el acceso fácil y ágil a los productos financieros orientados hacia el éxito del empresario.

“Gracias a la Fundación Mario Santo Domingo tuve la oportunidad de iniciar un negocio que me permitió trabajar con mi familia, ayudar en los gastos de mi hogar y convertir en profesionales a mis hijas. Hoy mi sueño es consolidar la empresa familiar”.

Gloria Babilonia, Congelados La Gloria

Microempresas de Colombia



Es una organización fundada en 1970, cuyo modelo de atención integral combina servicios tanto financieros –crédito para la creación y el fortalecimiento de unidades productivas, y ahorro–, como no financieros –educación financiera, formación, asesoría y acompañamiento–. Todo esto de la mano de la tecnología, instrumento para lograr el acceso de nuestros clientes a los servicios, especialmente en zonas rurales, sin costos adicionales, ni desplazamiento.

El 2018, la entidad estuvo enfocada en contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los asociados, en especial en las zonas rurales de los municipios y departamentos en los cuales tiene presencia. Finaliza el año con 30 oficinas, ubicadas en 3 departamentos del territorio nacional. Su cartera de microcrédito asciende a COP 166.019 millones, con atención a 50.084 clientes, 72 % de ellos pertenecen a zona rural y 56 % corresponde a mujeres.

Un logro muy importante es el *CrediFácil*, una línea de crédito digital que los asociados pueden solicitar por medio de la aplicación, hasta por COP 10 millones y que se desembolsa segundos después, en su cuenta de ahorros. Con solo dos meses de haber sido lanzado este producto, se han desembolsado créditos por más de COP 2.000 millones, en más de 600 operaciones. El 59 % de los prestatarios son mujeres y se encuentran ubicadas en zonas rurales. “*CrédiFácil con solo un clic, crédito fácil y seguro*”.

Con respecto a 2017, crecieron en todos los indicadores: un 11 % en asociados, llegando a 102.166; en ahorro, un 21 %, y en cartera, un 4 %. Se destaca que el 75 % de los asociados son ahorradores. En 2018, el indicador de cartera vencida fue de 5,4 %.

Finaliza 2018 con 30 oficinas en Antioquia, Caldas y Córdoba; 94 corresponsales bancarios y 6 puntos de atención; así como 98 asesores financieros, especializados en microcrédito y con metodología agropecuaria para asesorar y acompañar los microempresarios rurales, a partir del conocimiento del territorio, sus economías agropecuarias y sistemas productivos.

Cuenta con un modelo tecnológico transaccional que garantiza la prestación de servicios financieros de manera fácil, ágil y segura en las zonas rurales, con costo cero para el asociado. Dispone de corresponsales bancarios con datafonos, clave única de cuatro dígitos para una fácil recordación, dispositivos móviles para transar en las unidades productivas de sus asociados, sistema de audiorrespuesta y la aplicación móvil.

El 48 % de sus operaciones se dan por fuera del horario de las oficinas; así se garantiza la atención continua a sus asociados por la multiplicidad de canales y su alta disponibilidad.

“Semilla Cooperativa” es su programa bandera de inclusión financiera y su propósito es apoyar el desarrollo de las familias rurales mediante la prestación de servicios financieros basado en la movilización de ahorro. Actualmente, tiene 341 grupos en los departamentos de Antioquia, Caldas y Córdoba. El 54 % de sus integrantes son mujeres y el 18 %, niños.

“El 2018 fue un año retador y a pesar de los pronósticos, en Microempresas de Colombia logramos resultados económicos sobresalientes los cuales invertimos en nuestros asociados”.

La entidad entregó en beneficios COP 4,3 billones para apoyar la educación superior de sus asociados y sus familias; otorgó becas del 70 % en cualquier universidad; dotó escuelas rurales con implementos deportivos, computadores y kits escolares; aportó a universidades públicas importantes recursos para becas, y apoyó económicamente a microempresarios que sufrieron calamidades en sus negocios.

Como ya se mencionó, el gran diferencial de Microempresas de Colombia es su modelo de atención integral; servicios financieros acompañados de herramientas de desarrollo empresarial: diagnóstico, formación, asesoría y acompañamiento para la creación y fortalecimiento de microempresas. En 2018 acompañó 124.850 personas en 5 departamentos, gracias al desarrollo de 26 proyectos especiales con aliados,

cooperantes y programas propios. En total, se movilizaron recursos por valor de COP 14.000 millones.

Cuenta con la acreditación de los programas técnicos en la versión ISO 9001-2015 del Sistema de Gestión de Calidad. Así mismo, obtuvo la acreditación de la Secretaría de Educación de Medellín para impartir dos nuevos programas: Auxiliar de Gestión Humana y Auxiliar Contable y Financiero, lo cual ratifica su compromiso por mejorar la calidad de la educación técnica de Medellín, con programas de calidad. En 2018 se formaron 685 jóvenes como técnicos laborales.

Con la metodología Creación de Empresas y Formación de Empresarios (CEFE) identificamos las potencialidades personales y empresariales, y apoyamos su desarrollo; en ese sentido, en 2018 se capacitaron 13.337 personas.

“En Microempresas de Colombia continuaremos afianzando nuestra presencia y gestión en la zona urbana; profundizaremos la relación con las comunidades que las habitan, para dejar capacidades instaladas que aporten al mejoramiento de sus condiciones de vida y así cumplir nuestro propósito de ser un referente de inclusión social y económica, con enfoque diferencial y territorial, para desarrollar empresarios de verdad”.

ECLOF Colombia



ECLOF Colombia es una institución microfinanciera, socialmente orientada, con más de 32 años de experiencia en el mercado. Su línea de trabajo se sustenta en la prestación de servicios financieros y no financieros, con la finalidad de generar desarrollo económico e inclusión social, para mejorar la calidad de vida de las poblaciones urbanas y rurales donde desarrolla sus actividades.

Adicionalmente, es parte de la red de ECLOF International, una organización de microfinanzas fundada en 1946, en Ginebra (Suiza), con más de 73 años de experiencia, y que está enfocada en la inclusión financiera y social de comunidades vulnerables y marginadas. Su labor es continua en varios países de América Latina, África y Asia.

Dentro de la misión social de ECLOF Colombia está otorgar servicios financieros, microcréditos, acompañados de servicios no financieros consistentes en módulos sencillos de capacitación, que se imparten de manera grupal o individual, con énfasis en el sector agropecuario y teniendo como base la educación financiera; de esta manera se busca fortalecer las habilidades y competencias de los clientes, como aporte al desarrollo social de la entidad a las comunidades atendidas.

Algunos de los temas tratados en las capacitaciones son: buenas prácticas agrícolas, buenas prácticas pecuarias, abonos orgánicos, bloques nutricionales, huertas caseras, rotación de cultivos y saneamiento básico, uso y cuidado del agua. Todos estos temas, que se han incorporado al portafolio de la institución, han surgido de la interacción con los clientes del sector rural agropecuario; es decir, del entendimiento

de sus necesidades para fortalecerse en estos aspectos específicos, y así tener sus fincas en condiciones más adecuadas y productivas.

La metodología de ECLOF Colombia se fundamenta en la atención personalizada a todos los clientes, con seguimiento y acompañamiento permanente mediante la realización de visitas de campo en el sitio donde se desarrolla la actividad económica. La capacitación que se desarrolla en talleres grupales está abierta a clientes y no clientes de la entidad; la asistencia técnica básica y el acompañamiento posterior a la capacitación sí están dirigidos únicamente a clientes. Estos últimos dos servicios están a cargo de funcionarios de ECLOF Colombia, apoyados por aprendices del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), y no tienen costo para los clientes.

Opera en los departamentos de Cundinamarca y Boyacá. Para 2018 llega a un total de 2.335 clientes de microcrédito (51 % mujeres y 49 % hombres), con énfasis en áreas rurales. La cartera para ese periodo ascendió a COP 8.885 millones.

Los resultados han sido el empoderamiento, satisfacción y fidelización de los clientes, sus familias y comunidad, así como el fortalecimiento institucional en su misión social.

“La aplicación de lo enseñado en buenas prácticas financieras, agrícolas, pecuarias y sanitarias garantizan que ECLOF Colombia piensa en el desarrollo integral de sus clientes. Se verifica la aplicación de lo aprendido a través de visitas a las fincas y la asistencia técnica básica personalizada, con consejos y directrices que requiera el cliente en su unidad productiva. Se busca generar en el campesino y sus familias una cultura de cuidado del medio ambiente, la obtención de productos limpios y sanos, proteger la salud de los trabajadores del área rural y el adecuado uso y cuidado de las viviendas, así como proteger la salud y el bienestar de los animales”.

Finamiga



Nace en 2014, con el propósito de promover la inclusión financiera en el suroccidente colombiano, mediante de la oferta de microcrédito rural y urbano, y la atención a un gran sector poblacional que no tiene acceso al sector financiero tradicional.

Después de cuatro años de operaciones, Finamiga se ha consolidado como una compañía de inclusión financiera que ha apoyado a más de 16.000 familias de medianos recursos, otorgándoles créditos para el desarrollo de sus actividades productivas y soluciones de aseguramiento. El año 2018 termina con 7.684 clientes (53 % mujeres), que atiende en los 5 departamentos donde opera. Su cartera asciende a COP 17.567 millones, de la cual 62 % está en área rural.

El objetivo principal de Finamiga para 2018 fue consolidar un modelo de negocio lo suficientemente atractivo como para acceder a los fondos internacionales destinados a apoyar el sector de las microfinanzas, y con ello asegurar la sostenibilidad de la compañía a mediano y largo plazo. El reto era grande, más si se tiene en cuenta lo complejo que fue 2018 en Colombia, año de elecciones presidenciales e incertidumbre por los alcances de la inminente reforma tributaria, sumado a niveles de polarización política nunca vistos en la historia nacional.

“El ambicioso objetivo se cumplió. Se logró obtener en préstamo recursos de cuatro fondos internacionales: Alterfin, de Bélgica; Oiko Credit, de Holanda; MCE Social Capital, de EE. UU., y ADA, de Luxemburgo, los que sumados al constante respaldo local de Bancoldex permitieron que Finamiga empezara a madurar su estructura de fondeo”.

A la par con la anterior gestión, la operación de Finamiga se mantuvo en la senda de crecimiento al consolidar al final del periodo un aumento en la cartera bruta del 28 %, soportado en un incremento del 39 % en el número de clientes activos, cifras acompañadas por un indicador de cartera vencida mayor de 30 días del 4,3 %, que se mantuvo estable durante todo 2018. El crecimiento alcanzado se dio principalmente por el fortalecimiento del modelo de crédito rural implementado desde 2016, que tuvo como eje las operaciones en Cauca y Nariño, con las cuales cumplió el mandato de profundizar y capitalizar la experiencia alcanzada en ambas zonas.

Con un enfoque rural, ha buscado favorecer a pequeños agricultores y empresarios en los departamentos de Antioquia, Cauca, Valle del Cauca, Nariño y Huila, en los que cubre 131 municipios, 23 de los cuales son prioritarios para el posconflicto. La sede principal está en Cali, y cuenta con oficinas en Medellín, Santander de Quilichao, Popayán, Pasto, Ipiales y Pitalito.

La estrategia de ruralización dio sus frutos al cierre de 2018, pues la cartera de este sector presentó un crecimiento del 76 % año corrido, lo que representa el 28,2 % del total de la cartera. La apuesta fue clara y el resultado, contundente. La decisión de fortalecer la metodología de microcrédito agropecuario y robustecer el equipo humano fue un acierto en el propósito de lograr el objetivo trazado en 2016: tener a 2020 el 40 % de su cartera ubicada en zonas rurales.

Impacto social

Con el objetivo de medir su impacto social, continúa implementando la metodología del PPI (progress out of poverty index, por su sigla en inglés) diseñada por la Fundación Grameen. Esta herramienta permite evaluar las condiciones de vida de sus clientes, así como el impacto generado por los productos en su evolución socioeconómica.

De esta manera ha consolidado una línea base que se compone del 100 % de sus clientes, la cual les ha permitido medir el impacto de la oferta del portafolio de productos en el bienestar de los clientes y su aporte a la mitigación de la pobreza, calculando la probabilidad que tienen los clientes de encontrarse en situación de pobreza, desde su ingreso. Esta línea base se genera por medio de la implementación de

una encuesta de diez preguntas siguiendo la metodología del PPI; así, es posible realizar análisis comparativos.

Según dicha herramienta, los clientes de Finamiga tienen un 35,2% de probabilidad de estar viviendo en condiciones de pobreza cuando ingresan a la entidad, al pasar al segundo crédito esta probabilidad baja al 18,7% y al 10,2% para su tercer crédito.

Inclusión financiera

Finamiga es la primera experiencia de crédito para el 15% de sus clientes y actualmente el 59,2% de sus usuarios no poseen créditos con ninguna entidad del sector bancario.

También, durante 2018, continuó con su enfoque y compromiso de incluir financieramente a los microempresarios en las zonas donde opera; de esta manera, apalancada en su portafolio, Finamiga hoy brinda oportunidades a personas excluidas del sistema.

Tabla 5.8. Indicadores finamiga

Ítem	% del Total
Cientes sujetos a Inclusión Financiera	14,7 %
Cientes Exclusivos de Finamiga	59,2 %
Cientes Fidelizados	10,7 %
Penetración de Seguros Voluntarios	49,5 %

Fuente: Finamiga

El 10,7% de sus clientes ya son recurrentes con hasta 5 operaciones de crédito de distintos productos.

Finamiga ha hecho un gran esfuerzo por crear conciencia sobre la cultura de aseguramiento. Hoy, el 49,5% de sus clientes cuentan con un seguro voluntario de vida que busca proteger el futuro de sus familias.

Protección al cliente

Como parte del compromiso con la transparencia y protección de sus clientes, completó tres años desde su adhesión a la campaña “The Smart Campaign”. Es importante destacar que, gracias al nexo con uno de sus proveedores de fondos, en 2019 tendrá recursos adicionales para optar a una certificación y consultoría en desempeño social, lo cual posibilitará fortalecer sus procesos mediante la adopción de las mejores prácticas en esta materia.

Finamiga plantea para el año 2019 un crecimiento ambicioso soportado en un modelo de negocio probado, un plan de expansión definido, unas fuentes de financiación aseguradas y unas herramientas tecnológicas robustas en proceso de implementación.

En 2016, la entidad se fijó como objetivo fundamentar su crecimiento en el sector rural, con la apertura de operaciones en nuevos departamentos del suroccidente del país. En estos mercados encontró una población con índices de informalidad por encima del 70 %, altamente desatendida por el sector financiero, con fuerte vocación agrícola y excelentes hábitos de pago. En tan solo dos años, Finamiga obtuvo un conocimiento cabal de la realidad del sector agropecuario, lo que se fortaleció con la asesoría de expertos agrícolas que instruyeron a su equipo de crédito. Por ello, en 2019 espera seguir creciendo a niveles superiores al 80 % en las zonas rurales donde tiene cobertura.

“Desde 2017, Finamiga se ha estado preparando para asegurar su crecimiento a través de inversiones en tecnología que garanticen el control, calidad y agilidad de las operaciones durante su desarrollo, desde pequeña microfinanciera, hasta entidad financiera regulada en un futuro no muy lejano. Con esto, busca aportar en la construcción de un mejor país y del bienestar de los microempresarios y agricultores colombianos”.

Tabla 5.9. Cuadro resumen

Entidad	Año de fundación	Número de clientes con microcrédito*	Género	Total cartera bruta de microcrédito* (millones de pesos)	Número de oficinas	Número de empleados
Actuar Caldas - Finanfuturo	1986	7.686	56 % M 44 % H	\$ 28.248	9	95
Bancamía	2008	337.869	54 % M 46 % H	\$ 1.273.899	200	3.353
Bancompartir	Inició en 1985 Banco desde 2014	80.181	51 % M 49 % H	\$ 762.065	98	1.835
Banco Agrario de Colombia	1999	903.095	65 % M 35 % H	\$ 6.224.134	771	8.036
Banco Mundo Mujer	Nació en 1975 Banco desde 2014	453.165	60 % M 40 % H	\$ 1.292.387	172	4.633
Banco W	1980	212.100	60 % M 40 % H	\$ 998.481	143	2.067
Confiar Coop. Financiera	1972	6.404	43 % M 57 % H	\$ 47.657	49	674
Contactar	1991	104.259	46 % M 54 % H	\$ 323.677	58	930
Corporación Interactuar	1983	41.333	56 % M 44 % H	\$ 188.074	33	534
Crezamos	2008	90.135	48,6 % M 51,4 % H	\$ 229.954	69	646
Financiera Comultrasan	1962	46.363	50 % M 50 % H	\$ 272.345	52	644
Fundación Amanecer	1993	13.468	57 % M 43 % H	\$ 45.707	12	144
Fundación delamujer	1985	236.712	65 % M 35 % H	\$ 582.527	247	2.500

Continúa

Entidad	Año de fundación	Número de clientes con microcrédito*	Género	Total cartera bruta de microcrédito* (millones de pesos)	Número de oficinas	Número de empleados
Fundación Mario Santo Domingo	1959	5.165	63 % M 37 % H	\$ 15.184	5	2.278
Microempresas de Colombia	1970	50.084	56 % M 44 % H	\$ 166.019	28	304
ECLOF Colombia	1986	2.335	51 % M 49 % H	\$ 8.885	3	25
Finamiga	2008	7.684	53 % M 47 % H	\$ 17.567	6	102
		7.684		12,5 billones	1.955	28.800

* La información de clientes y cartera de microcrédito corresponde a las cifras entregadas por la entidad con corte a 31 de diciembre de 2018 a Asomicrofinanzas

Fuente: elaboración propia