

CAPÍTULO 1

Caracterización del microcrédito

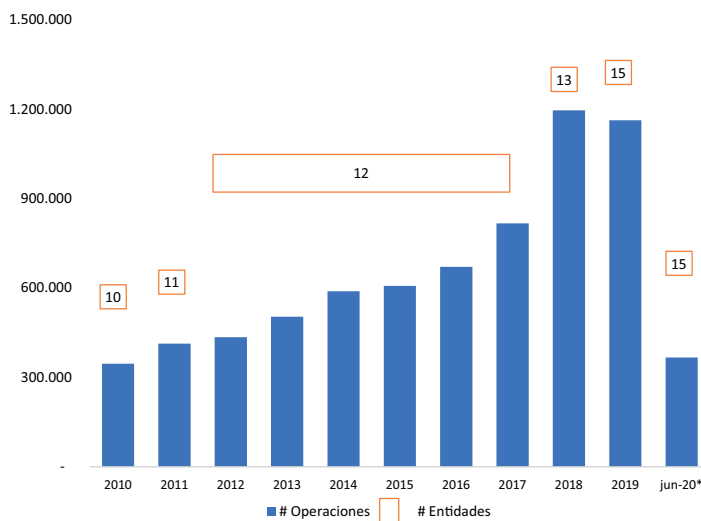
En este capítulo se caracteriza el mercado de microcrédito en Colombia y sus beneficiarios con base en la información reportada por las entidades adscritas a la Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras (Asomicrofinanzas) en el marco de un convenio con el Banco de la República y el Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro). Esta base de datos constituye un referente en Latinoamérica y refleja la madurez de la industria microfinanciera en Colombia. En el apéndice 1.3 se describen las variables relacionadas con las operaciones de crédito, los clientes y su comportamiento de pago (Tablas 1.5, 1.6, 1.7).

En total, se tienen 7,1 millones (m) de operaciones otorgadas entre enero de 2010 y junio de 2020 pertenecientes a 3,7 m clientes de quince entidades del gremio: ocho vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC); dos, por la Superintendencia de Economía Solidaria; y seis no vigiladas. Dentro de la base, se incluyen cuatro bancos de nicho (Bancamía, Banco W, Banco Mundo Mujer y MiBanco), dos cooperativas financieras (Cooperativa Financiera de Antioquia -CFA- y Confiar), una compañía de financiamiento (Crecamos), dos cooperativas de ahorro y crédito (Microempresas de Colombia y Financiera Comultrasan) y seis organizaciones no gubernamentales (ONG) o socie-

dades comerciales (Contactar, Corporación Interactuar, Finanfuturo, Fundación Amanecer, Fundación delamujer y UNI2 Microcrédito).

En la figura 1.1 se presentan los datos disponibles por año y el número de entidades consideradas. De acuerdo con Asomicrofinanzas, estas entidades concentraron el 58,2% de las operaciones y el 43,2% del monto del mercado de microcrédito en Colombia a junio de 2020. Aunque el Banco Agrario de Colombia (BAC) concentra el 41,3% de esta cartera, la mayoría de sus préstamos corresponde a crédito de fomento al pequeño productor y no a microcrédito, puesto que la metodología de evaluación se asocia al proyecto productivo.

Figura 1.1. Distribución anual de las operaciones de microcrédito



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

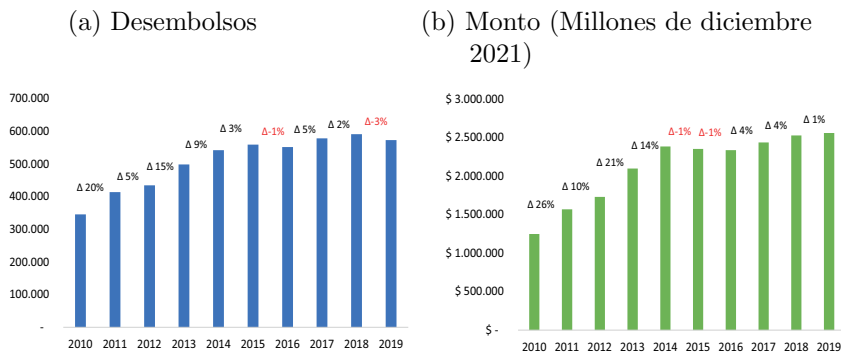
1.1. Mercado de microcrédito

Con el fin de conocer la dinámica del microcrédito, se construyó una base balanceada¹ con los datos de las diez entidades que reportan

¹Esta base concentra el 74% de todas las operaciones de la base de datos y el 76% del monto registrado.

información desde 2010 a 2019². Como se observa en la figura 1.2a, los desembolsos anuales de microcrédito de 345.921 en 2010 pasaron a 573.250 en 2019, con una tasa de crecimiento promedio de 6,0 %. En términos del monto desembolsado, la tasa de crecimiento promedio real anual es 8,7 %, registrando sus niveles más altos en 2011 (26 %) y 2013 (21 %).

Figura 1.2. Crecimiento del mercado de microcrédito

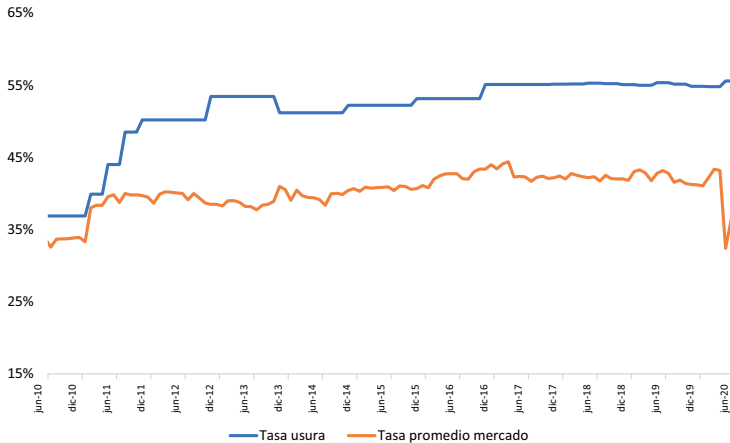


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

A partir de 2011, el crecimiento destacado se debe, entre otras cosas, al cambio en la forma de medición de la tasa de usura para estos préstamos. En términos prácticos, esta medida les permitió a las instituciones financieras recibir una mayor remuneración por estos préstamos lo que, por un lado, aceleró la entrada de nuevos actores como se expone en el capítulo 5 y, por otro, permitió otorgar créditos de más bajo valor que antes no se ofrecían debido a sus altos costos operativos. Como se observa en la figura 1.2b, este cambio no supuso un incremento sustancial en la tasa promedio del mercado de microcrédito y la de usura. A partir de noviembre de 2011, el margen entre ambas tasas ha estado por encima del 10 %, con un máximo histórico de 23 % (56 % frente a 32 %) en abril de 2020, derivado de la caída en las colocaciones de microcrédito y la disminución de la tasa ofrecida a los clientes durante la etapa más restrictiva del confinamiento por la pandemia de la Covid-19 (por su sigla en inglés).

²Se excluyó el año 2020 porque la información no es completa.

Figura 1.3. Tasa promedio del microcrédito frente a la de usura

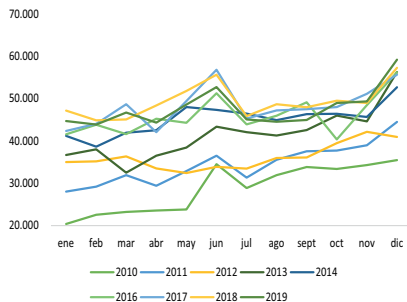


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

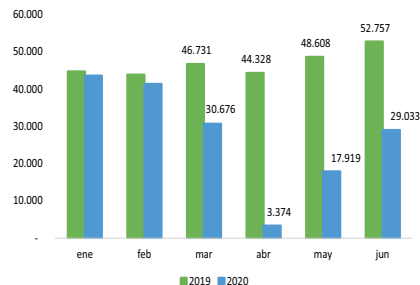
Cuando se analiza la dinámica de las colocaciones de esta modalidad de crédito, se aprecia que los meses de junio y diciembre son los más representativos, alcanzado su pico más alto en este último mes (figura 1.4a). Como se muestra en la figura 1.4b, la pandemia de Covid-19 impactó significativamente la dinámica del sector. Mientras que en marzo y abril de 2019 se desembolsaron 91.059 microcréditos, en el mismo periodo de 2020 se colocaron 34.050 microcréditos (caída del 62,6 %).

Figura 1.4. Dinámica de las colocaciones de microcrédito

(a) Entre 2010 y 2019



(b) Años 2019 y 2020

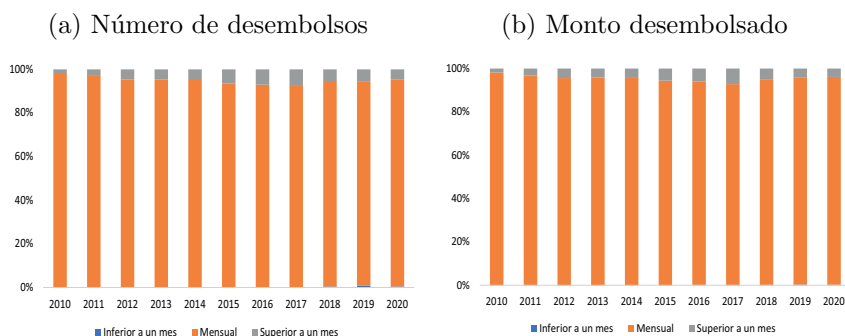


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Los datos que se exponen a continuación sobre la distribución del microcrédito por tipo de amortización, plazo, destino y sectores económico, entre otros, corresponden a la muestra completa (quince entidades) y no a la balanceada.

Al analizar el periodo de amortización de los microcréditos, se evidencia que el 94,2 % son mensuales, seguidos por un 5,5 % con periodicidad superior a un mes, y un 0,3 % con periodicidad inferior al mes (figura 1.5a). Entre aquellos con periodicidad mayor a 30 días, se destacan las modalidades trimestral y semestral, las cuales pueden beneficiar a clientes de los sectores agropecuarios e industrial debido a sus procesos productivos. Entre los microcréditos amortizados en periodos inferiores a un mes, sobresalen los quincenales. Aunque aquellos con periodicidad diaria representan solo el 0,1 % del total, tienen un potencial significativo en la lucha contra los prestamistas informales. Al desagregar por los montos desembolsados, se observa una distribución similar (figura 1.5b).

Figura 1.5. Distribución del microcrédito por tipo de amortización

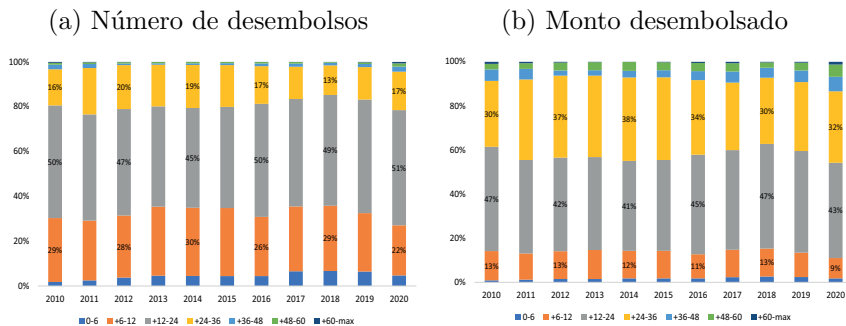


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Para el total de la muestra, el plazo de la mayoría de los microcréditos se situó entre 12 y 24 meses (48,3 %), 6 y 12 meses (28,0 %), y 24 y 36 meses (16,4 %). A junio de 2020, se observó un incremento en el número de microcréditos a más de 36 meses, derivado principalmente de las medidas adoptadas por el gobierno y los intermediarios financieros durante la pandemia de la Covid-19; una de estas medidas fue el

Plan de Acompañamiento a Deudores (PAD)³, acogida incluso por las entidades no vigiladas. Al comparar los paneles A y B de la figura 1.6, se evidencia que los créditos de más de dos años representan el 41,7 % del monto desembolsado y el 18,5 % del número de colocaciones.

Figura 1.6. Distribución del microcrédito por plazo



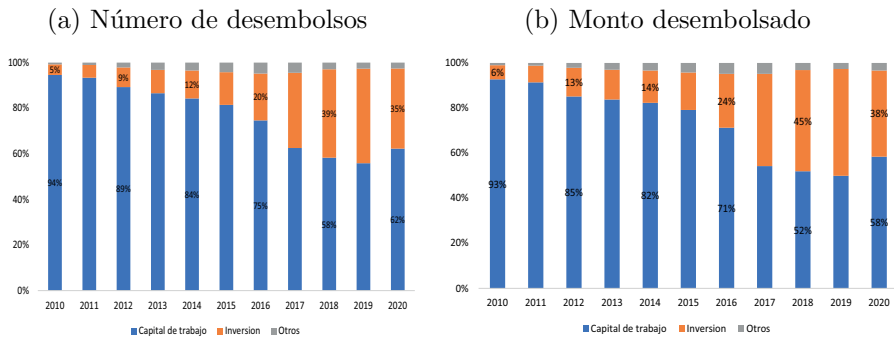
Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Aunque la mayoría de los microcréditos se destinó a capital de trabajo, su representatividad ha venido disminuyendo, y la de los microcréditos destinados a inversión aumentó. Mientras que en 2010 el 5 % de las operaciones de microcrédito y el 6 % del monto desembolsado se destinaron a inversión, en 2020 estos porcentajes ascendieron a 35 % y 38 %, respectivamente (figuras 1.6a y 1.6b).

El monto real promedio de los créditos destinados a capital de trabajo osciló entre \$3,2 en 2017 y \$4,1 m en 2020 (figura 1.8). En línea con lo esperado, el monto promedio de los microcréditos para inversión fue mayor que los de capital de trabajo. En términos reales, el valor promedio real de estos préstamos osciló entre \$4,5 m en 2018 y \$6,2 m en 2012, cuando se registró la mayor brecha entre ambos destinos. Como se observa en las figuras 1.7a y 1.7b, el porcentaje de créditos para capital de trabajo se ha venido reduciendo alcanzando el 62 % en número de desembolsos y el 58 % en montos desembolsados.

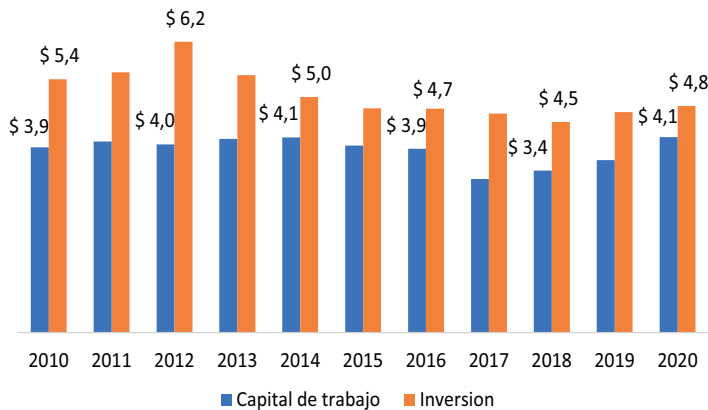
³El PAD es un conjunto de medidas para que las instituciones financieras gestionen los compromisos financieros de los deudores ante la afectación de sus ingresos o capacidad de pago en la coyuntura (Circulares Externas 007 y 014 de la SFC).

Figura 1.7. Distribución del microcrédito por destino



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Figura 1.8. Monto promedio del microcrédito por destino (millones de diciembre de 2021)



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Del total de créditos para capital de trabajo, el 48 % se otorgó a un plazo entre 1 y 2 años, seguido de un 30 % para el rango de 6 meses a 1 año, y un 15 % entre 24 y 36 meses. En monto, el 46 % se concentró en el plazo entre 12 y 24 meses, seguido por un 32 % entre 24 y 36 meses. En cuanto a los créditos destinados para inversión, el 50 % de las operaciones y el 40 % del monto se concentró en el rango entre 12 y 24 meses (tabla 1.1). Se destaca también que el 24 % de las operaciones

correspondió a préstamos con un plazo entre 6 meses y 1 año, y que un 37 % del monto se concentró en microcréditos entre 24 y 36 meses.

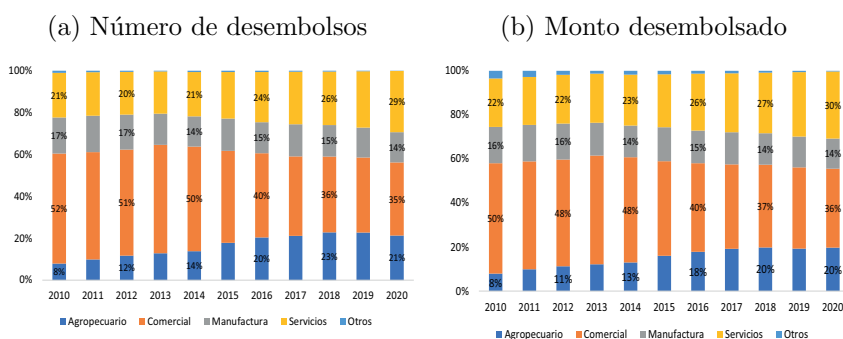
En el periodo de análisis, la representatividad del sector comercio pasó del 52 % al 35 % en términos de las operaciones, y del 50 % al 36 % en cuanto al monto desembolsado (figuras 1.9a y 1.9b). Por su parte, el sector agropecuario ganó representatividad pasando, en su orden, del 8 % al 21 % de las operaciones, y del 8 % al 20 % del monto. Al cierre del primer semestre de 2020, los sectores de servicios y manufactura representaron el 29 % y 14 % de las operaciones; estos porcentajes ascendieron al 30 % y 14 % cuando se analizó por monto.

Tabla 1.1. Distribución del microcrédito por destino y plazo

	Capital de trabajo		Inversión	
	% de Operac.	% Monto	% de Operac.	% Monto
0-6	6	3	2	1
+6-12	30	13	24	9
+12-24	48	46	50	40
+24-36	15	32	21	37
+36-48	1	3	2	7
+48-60	0	2	1	5
+60-max	0	0	0	1

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

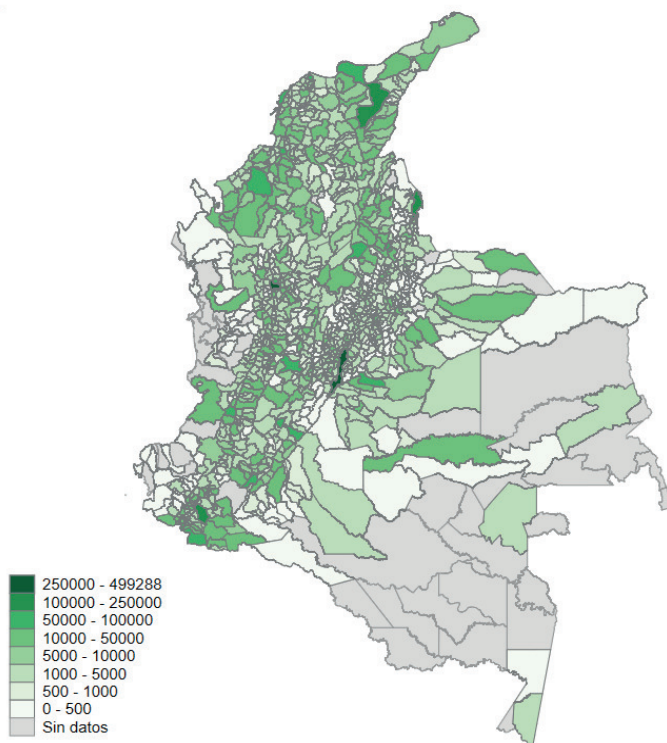
Figura 1.9. Distribución del microcrédito por sector económico



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Como se muestra en la figura 1.10, las operaciones de microcrédito se distribuyen a lo largo del territorio nacional, y se destacan principalmente las regiones Andina y Caribe. Bogotá, Medellín, Pasto, Cúcuta y Valledupar son los municipios con mayor número de operaciones. Al analizar el número de créditos por cada 10.000 habitantes, se observa que los municipios más sobresalientes son Boyacá (Boyacá), Ancuya, Linares y Potosí (Nariño), y Palmas del Socorro (Santander). Por otro lado, dentro de la base de datos se encuentran 36 municipios y 17 corregimientos departamentales sin operaciones de microcrédito. Como se muestra en el Apéndice, Tabla 1.8, las zonas con mayores restricciones de acceso son Chocó (14), Amazonas (9), Guainía (6) y Vaupés (5).

Figura 1.10. Distribución de las operaciones de microcrédito 2010-2020, por cada 10.000 habitantes.



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

En cuanto a las zonas con Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET), se observa que la Sierra Nevada-Perijá, el Putumayo y el Urabá Antioqueño registran el mayor número de microcréditos entre 2010 y junio de 2020, y que Catatumbo, Arauca y Chocó registran los niveles más bajos (tabla 1.2). Al comparar las operaciones entre 2010-2019, la Sierra Nevada-Perijá, el Alto Patía y Norte del Cauca, y los Montes de María registran los mayores incrementos.

Tabla 1.2. Distribución de las operaciones de microcrédito por zonas PDET

Zonas PDETs	Total 2010-2020	2010	2019	Crecimiento 2010-2019
Sierra Nevada- Perijá	312.524	13.729	52.499	38.770
Putumayo	126.264	3.026	16.511	13.485
Urabá Antioqueño	106.407	6.069	12.748	6.679
Alto Patía y Norte Cauca	87.546	18	27.873	27.855
Montes de María	83.293	685	16.520	15.835
Bajo Cauca	70.999	4.230	8.035	3.805
Caguán	56.432	1.843	11.818	9.975
Sur de Córdoba	51.740	2.385	6.695	4.310
Pacífico Medio	26.088	1.305	2.362	1.057
Sur de Bolívar	24.722	11	5.512	5.501
Sur de Tolima	24.446	0	5.385	5.385
Macarena	23.415	661	4.312	3.651
Pacífico y Front. Nariñense	22.328	2.364	2.457	93
Catatumbo	10.454	477	1.031	554
Arauca	5.457	0	1.998	1.998
Chocó	1.000	0	254	254

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

En esta misma línea, las zonas de Sierra Nevada-Perijá, el Putumayo y el Urabá Antioqueño concentran la mayor proporción del monto desembolsado (53 %); en contraste, las regiones de Catatumbo, Arauca y Chocó representan solo el 2% (tabla 1.3). Entre 2010 y 2019, la Sierra Nevada-Perijá, el Alto Patía y Norte del Cauca, y el Putumayo exhiben los mayores incrementos en el monto colocado.

Tabla 1.3. Distribución de los desembolsos de microcrédito por zonas PDET

Zonas PDETs	Total 2010-2020	2010	2019	Crecimiento 2010-2019
Sierra Nevada- Perijá	1.097.831	39.763	186.283	146.520
Putumayo	466.628	11.597	64.704	53.107
Urabá Antioqueño	450.296	25.214	53.133	27.919
Alto Patía y Norte Cauca	302.469	58	98.421	98.363
Montes de María	236.311	2.076	46.118	44.042
Bajo Cauca	352.934	18.116	38.920	20.804
Caguán	198.665	5.268	44.465	39.197
Sur de Córdoba	171.349	7.436	22.677	15.241
Pacífico Medio	102.902	3.990	10.143	6.153
Sur de Bolívar	108.221	48	24.485	24.436
Sur de Tolima	79.540	0	17.302	17.302
Macarena	103.894	2.548	21.458	18.909
Pacífico y Front. Nariñense	96.291	6.272	12.729	6.456
Catatumbo	41.487	1.473	4.397	2.924
Arauca	22.777	0	8.099	8.099
Chocó	4.548	0	1.306	1.306

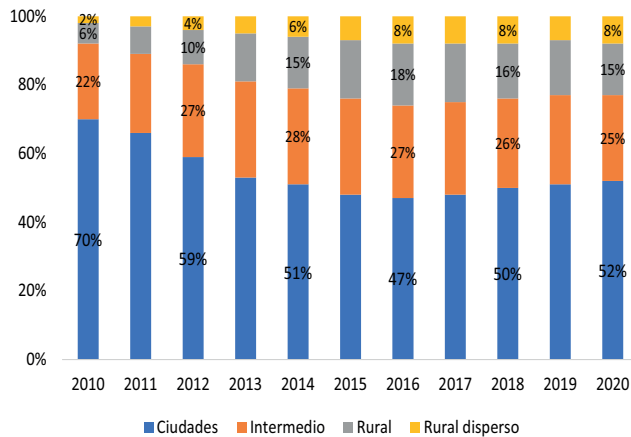
Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Complementario a lo anterior, la industria ha venido expandiéndose hacia los municipios rurales y rurales dispersos (figura 1.11). Mientras que en 2010 el 8 % de los desembolsos se hizo en municipios rurales y rurales dispersos, al 30 de junio de 2020 este porcentaje aumentó a 23 %. Esto es relevante para el país, dado que históricamente estas zonas han presentado las mayores restricciones de acceso a crédito tanto por factores de oferta como de demanda.

Finalmente, la distribución del microcrédito, en términos del monto desembolsado, muestra que la mayoría de las operaciones se concentra en el rango entre \$1 m y \$2 m (25 %), seguidos por montos entre \$2 m y \$3 m (20 %), y entre \$5 m y \$10 m (16 %). Entre 2010 y 2019, se evidencia una caída de los microcréditos entre \$3 m y \$4 m (de 22 % frente a 14 %) y entre \$1 m y \$2 m (de 36 % a 33 %). Por otro lado, la proporción de préstamos de más de \$5 m aumentó de 17 % a 24 %,

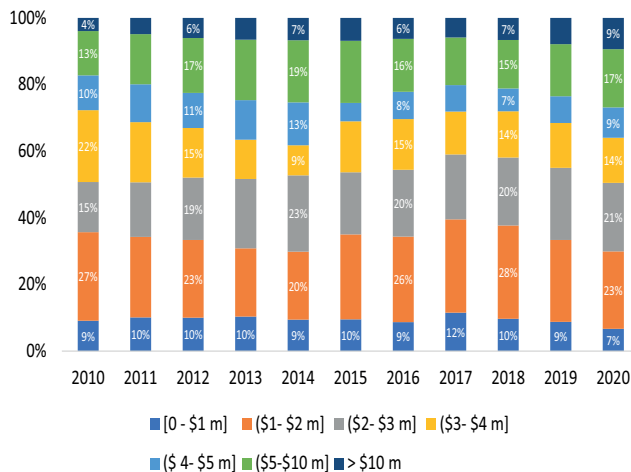
lo cual puede estar explicando por la mayor representatividad de los préstamos destinados a inversión (figura 1.12).

Figura 1.11. Distribución del microcrédito por tipo de municipio



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Figura 1.12. Distribución del microcrédito por monto desembolsado

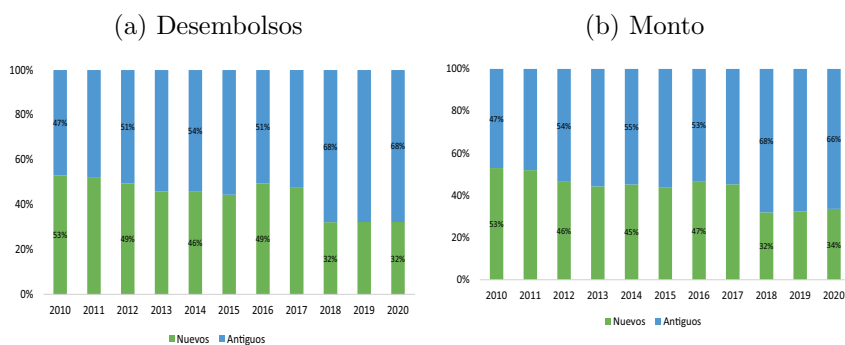


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

1.2. Clientes del microcrédito

Como se mencionó, la base de datos cuenta con información de 3,7 m de clientes, de los cuales el 53,5 % son mujeres y el 42,6 % hombres. Del 3,9 % restante, el 0,02 % corresponde a personas jurídicas; en las demás operaciones no se pudo identificar su tipo de persona. De acuerdo con la información reportada, el 53 % de las operaciones de 2010 fueron otorgadas a clientes nuevos, pero desde 2018 este porcentaje se ha ubicado en el 32 % (figura 1.13a). En términos del monto desembolsado, se observa un comportamiento similar: en 2010, el 53 % se destinó a clientes nuevos, y en 2020 este porcentaje fue del 34 % (figura 1.13b)

Figura 1.13. Distribución del microcrédito por tipo de cliente



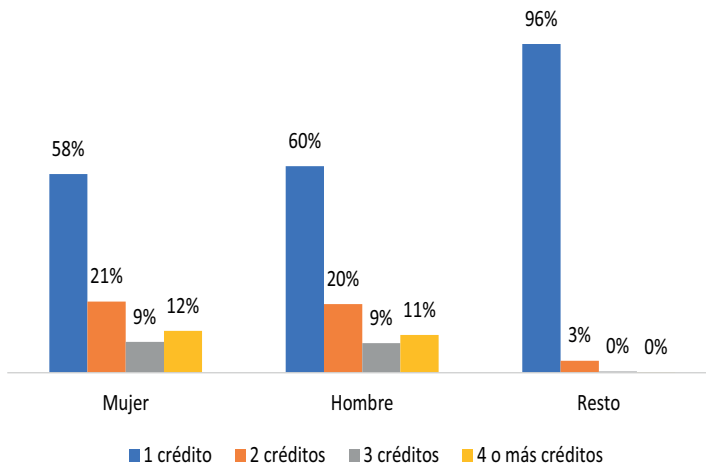
Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Del total de clientes, el 60 % reporta un único crédito por entidad, el 20 % dos créditos, el 8 % tres créditos y el 11 % cuatro o más. Entre las clientes mujeres, el 58 % tiene un solo crédito, el 21 % aparece con dos, y el 21 % restante tres o más créditos (figura 1.14). En el caso de los hombres, se evidencian porcentajes similares a los de las mujeres; para el resto (personas jurídicas y sin identificar), la mayoría de los clientes cuenta con un solo préstamo.

Aunque de los 3,7 m de clientes el porcentaje de mujeres es superior al de los hombres, el análisis de las colocaciones entre 2010 y 2020 evidencian una caída en su participación. En 2010, el 60 % de los microcréditos reportados fue dirigido a esta clientela; en 2020, esta cifra disminuyó a 52 % (figura 1.15a). En el monto desembolsado,

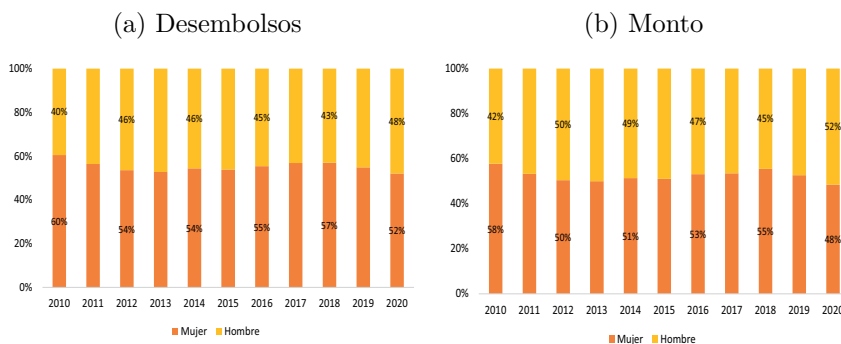
también, se evidencia una caída en la participación de las clientes mujeres, pasando de 58 % en 2010 a 48 % en 2020 (figura 1.15b).

Figura 1.14. Número de créditos por tipo de cliente



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Figura 1.15. Distribución de las clientes por sexo y año

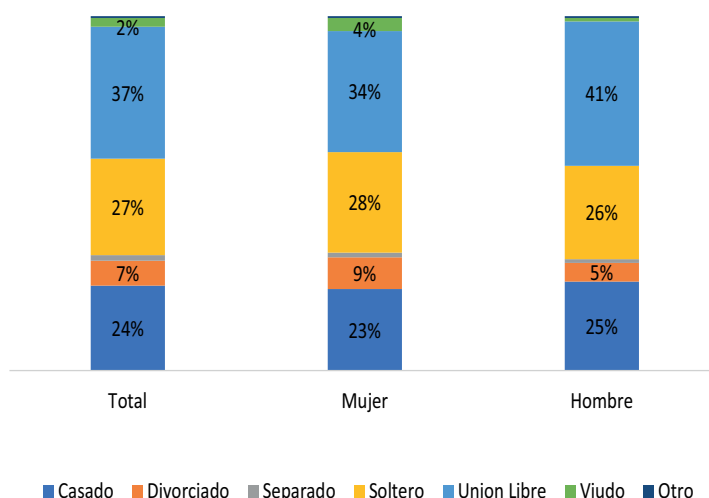


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

El 37 % del total de clientes viven en unión libre o unión marital de hecho , seguido de un 27 % de solteros y un 24 % que son casados

(figura 1.16). Respecto al total, un mayor porcentaje de mujeres se registró como divorciadas o viudas (11 % frente a 9 %), subrayando la relevancia de las madres cabezas de hogar dentro del portafolio de microcrédito. En el caso de los hombres, se destaca la representatividad de los que viven en unión libre o son casados (66 % frente al 61 % del total).

Figura 1.16. Distribución de los clientes por estado civil



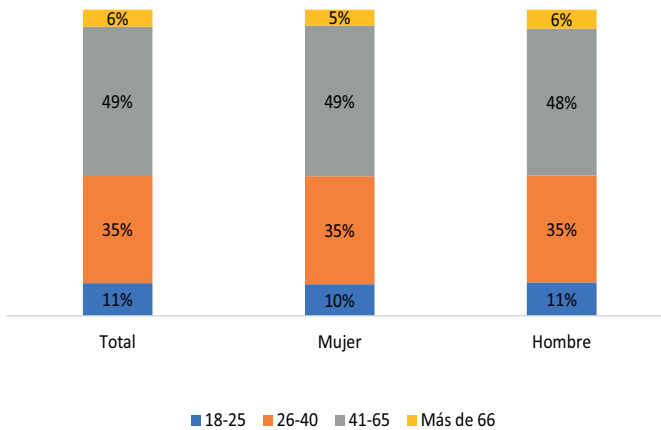
Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Como se muestra en la figura 1.17, el 49 % de los clientes tiene entre 41 y 65 años de edad, el 35 % entre 26 y 40, el 11 % entre 18 y 25, y el 6 % restante más de 66 años de edad. Al desagregar por sexo, se observa una distribución etaria similar. La mayoría de los clientes entre 41 y 65 años de edad vive en unión marital de hecho (34 %) o están casados (30 %); esto mismo se evidenció en los clientes entre 26 y 40 años de edad, con el 46 % y el 19 %, respectivamente. Dentro de los clientes más jóvenes (18 y 25 años de edad), la mayoría se encuentran solteros (56 %) o en unión marital de hecho (34 %).

Respecto al nivel educativo de los clientes, la mayoría tienen primaria o menos (49 %), seguido por un 38 % que reportó haber cursado la secundaria, y un 10 % que cuenta con educación superior (figura 1.18).

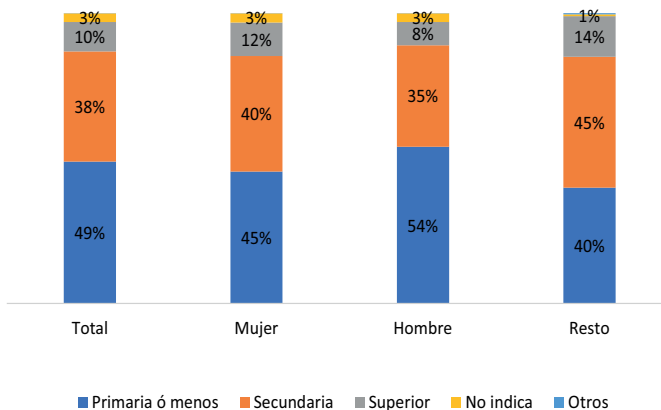
Al desagregar por sexo, se evidencia que un mayor número de clientes mujeres completó la secundaria y su formación superior (técnica y/o universitaria), lo cual es acorde con las cifras agregadas reportadas por el Ministerio de Educación Nacional.

Figura 1.17. Distribución de los clientes por sexo y rango etario



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

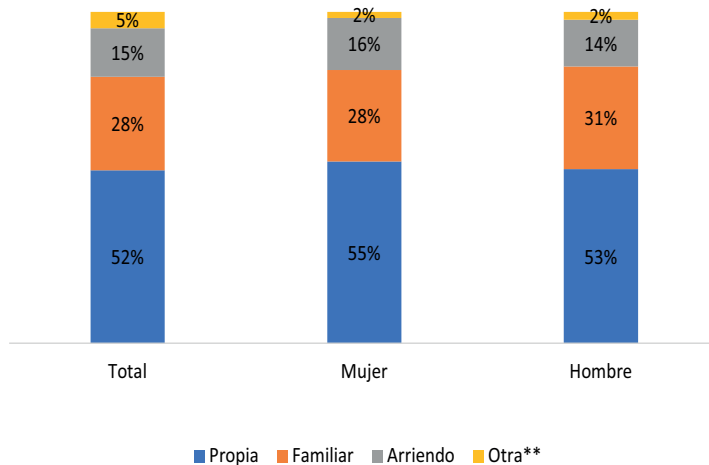
Figura 1.18. Distribución de los clientes por nivel educativo



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Por otro lado, la mayoría de los clientes viven en viviendas propias (52%), otro 28% vive en viviendas familiares, y un 15% en arriendo (figura 1.19). Al compararse con los hombres, se observa que un mayor porcentaje de mujeres viven en arriendo y uno menor en viviendas familiares. Aunque como se expone en el Capítulo 2 esta variable es relevante para explicar el comportamiento de pago de los clientes, es fundamental que la industria microfinanciera siga atendiendo a clientes sin este tipo de colateral pero con proyectos productivos viables.

Figura 1.19. Distribución de los clientes por tipo de vivienda



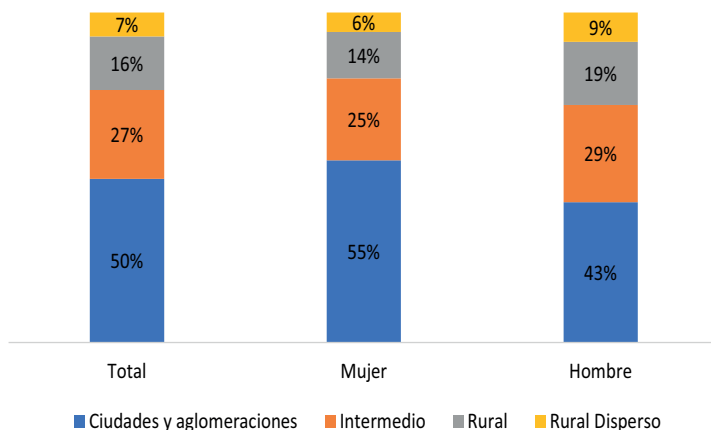
Se excluye la categoría Resto porque para la mayoría de registros no se dispone de información del tipo de vivienda.

La opción *Otra* agrupa las opciones negocio, hipoteca, sin información u otras.

Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Del total de clientes, el 50% se localizaba en ciudades y aglomeraciones, el 27% en municipios intermedios y el 23% restante en municipios rurales y rurales dispersos (figura 1.20). En el caso de las mujeres, se evidencia una mayor participación de las ciudades y aglomeraciones; en los hombres sobresalen los municipios rurales y rurales dispersos. Esta diferencia por sexo podría deberse a una segmentación de la industria microfinanciera o características de los sectores productivos en ambos territorios.

Figura 1.20. Distribución de los clientes por tipo de municipio



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

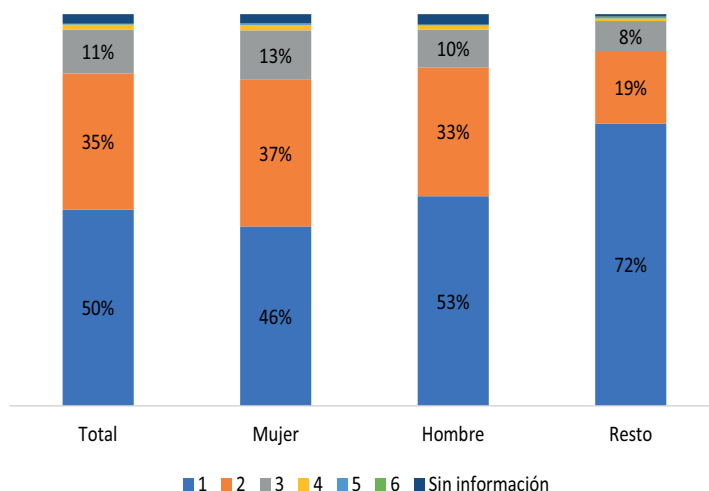
El 56 % de los clientes tienen personas a cargo, con un promedio de 2 dependientes. De las clientes mujeres, el 56 % tiene personas a cargo, con un promedio de 1,8. En el caso de los hombres, este porcentaje asciende a 58 % con un promedio de 2,1. Dentro de la categoría Resto, que incluye a las personas naturales para las que no se pudo identificar el sexo y las jurídicas, el 29 % reporta personas a cargo, con un valor medio de 2,6.

Como se observa en la figura 1.21, el 50 % de los clientes de microcrédito pertenecen al estrato 1, el 35 % al estrato 2 y el 11 %, al estrato 3. Al desagregar por sexo, se observa que un mayor número de hombres pertenecen al estrato 1; en el caso de las mujeres, se evidencia una mayor participación en los estratos 2 y 3. Dentro de la categoría Resto, el porcentaje de clientes en estrato 1 es del 72 %, cifra superior en 22 % al total.

Entre 2010 y 2019, el número de clientes pertenecientes al estrato 1, pasó del 23 % al 57 %, subrayando que la base de la pirámide sigue siendo el principal nicho de mercado de la industria microcrediticia (figura 1.22). En el estrato 2 y 3, se registran unas caídas del 25 % y 9 % en representatividad, pues del 57 % y 19 %, en su orden, pasaron

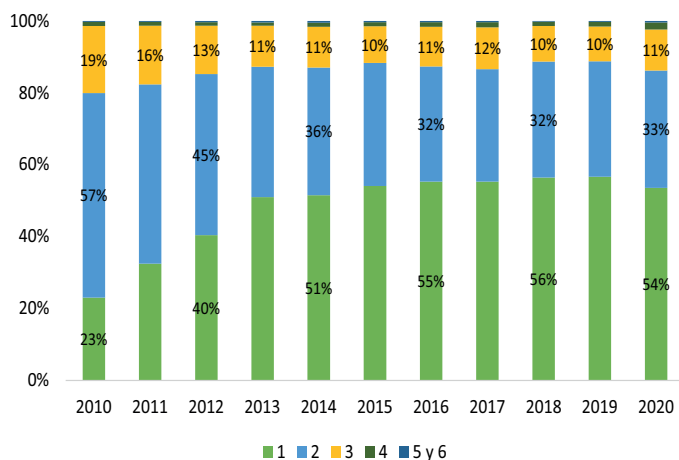
al 32 % y 10 %, respectivamente. La representatividad de los estratos 4, 5 y 6 sigue siendo muy baja.

Figura 1.21. Distribución de los clientes por estrato socioeconómico



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Figura 1.22. Distribución de los clientes por estrato socioeconómico y año

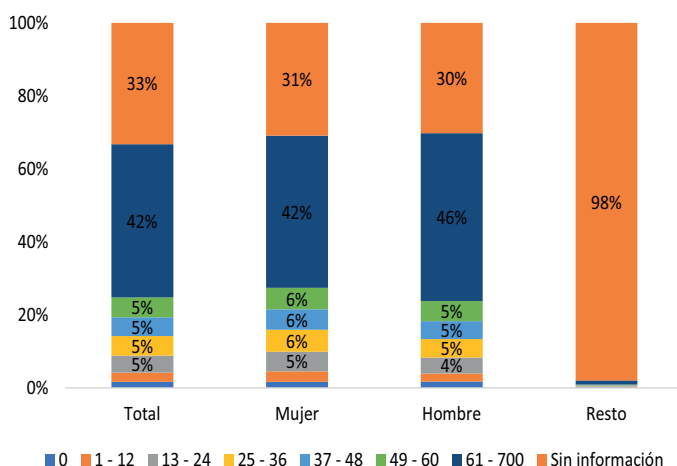


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Al comparar 2019 y el primer semestre de 2020, se evidencia una caída de la representatividad del estrato 1 (de 57 % a 54 %). Lo anterior podría asociarse al menor apetito al riesgo de las instituciones derivado de la pandemia; no obstante, se requiere más información de las entidades para poder estimar el impacto real de la pandemia en la distribución de los clientes por nivel socioeconómico.

Adicionalmente, se observa que el 42 % de los clientes cuenta con negocio con más de 5 años de antigüedad, 46 % en el caso de los hombres, y 42 % en el de las mujeres. El promedio de antigüedad para los primeros es de 134 meses y para las segundas, de 115 meses. Como se muestra en la figura 1.23, en el 33 % de las operaciones no se dispone de esta variable, y es mayor en el caso de la categoría Resto.

Figura 1.23. Distribución de los clientes por antigüedad de su negocio

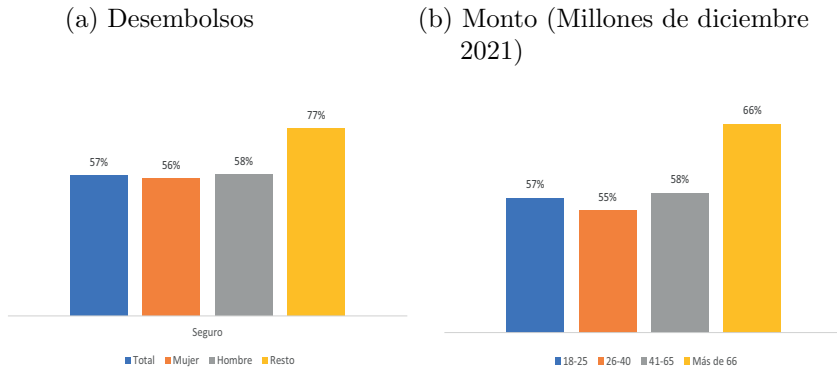


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Por último, el 57 % de los clientes cuenta con seguro voluntario, 56 % dentro del total de clientes mujeres y 58 % en el caso de los hombres (figura 1.24a). En las operaciones de personas a las que no se les pudo identificar el sexo y empresas, el porcentaje de tenencia de seguros ascendió a 77 %. Como se observa en la figura 1.24b, el 57 % de los clientes entre 18 y 25 años de edad cuenta con seguro; en aquellos entre 26 y 40 años de edad, el porcentaje es del 55 %. En el caso de las personas entre 41 y 65 años de edad, se evidencia que el 58 % tiene

este tipo de productos financiero, y para aquellos con más de 66 años de edad el nivel asciende a 66 %.

Figura 1.24. Distribución de los clientes por tenencia de seguro



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

1.3. Apéndice

Tabla 1.4. Municipios o corregimientos departamentales sin operaciones de microcrédito

Departamento	Municipios	Corregimientos
Amazonas	Puerto Nariño	El Encanto, La Chorrera, La Pedrera, La Victoria, Miriti - Paraná, Puerto Alegría, Puerto Arica y Puerto Santander
Arauca	Cravo Norte	
San Andrés y Prov.	Providencia	
Bolívar	San Jacinto del Cauca	
Boyacá	Cubará, La Victoria y Pisba	
Caquetá	Solano	
Cauca	Guapi, López y Santa Rosa	
Chocó	Alto Baudó, Bagadó, Bajo Baudó, Bojayá, El Cantón del San Pablo, El Litoral del San Juan, Juradó, Medio Baudó, Medio San Juan, Nuquí, Río Iro, Río Quito, San José del Palmar y Sipí	
Guainía		Barranco Minas, Cacahual, La Guadalupe, Pana Pana, Puerto Colombia y San Felipe
Guaviare	Miraflores	
Meta	Mapiripán y San Juanito	
Nariño	El Charco, La Tola y Roberto Payán	
Norte de Santander	El Tarra y Pamplonita	
Vaupés	Caruru y Taraira	Pacoa, Papunaua y Yavaraté
Vichada	Cumaribo	

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Tabla 1.5. Variables relacionadas con el cliente

No	VARIABLE	DATO	LONG	DESCRIPCIÓN
1	COD-CLIENTE	Entero		Código único que identifica el cliente diferente a la cédula de ciudadanía (Este no necesariamente es el código interno del cliente, es el código que se le pondría al cliente anonimizado que se respeta a través del tiempo).
2	GENERO	Carácter	3	Género del cliente (M: Masculino = 0, F: Femenino = 1)
3	EDAD	Entero		Edad del cliente (años)
4	DEPTO-NEGOCIO	Carácter	100	Departamento donde se encuentra el Negocio del cliente
5	CIUDAD-NEGOCIO	Carácter	100	Ciudad donde se encuentra el Negocio del cliente
6	DEPTO-DOMICILIO	Carácter	100	Departamento donde vive el cliente
7	CIUDAD-DOMICILIO	Carácter	100	Ciudad donde vive el cliente
8	PERSONAS-CARGO	Entero		Número de personas/empleados a cargo
9	NUMERO-HIJOS	Entero		Número de hijos
10	ESTRATO	Entero		Estrato del cliente
11	ESTADO-CIVIL	Carácter	200	Estado civil del cliente (Casado, Soltero, Divorciado, Viudo, Unión Libre)
12	TIPO-VIVIENDA	Entero		Tipo de vivienda del cliente
13	PROPIEDAD-VIV	Entero		1. Propia (ya pagada) 2. Propia (la está pagando) 3. Arrendada 4. De un familiar 5. Baldío 6. Otro
14	NIVEL-ESTUDIO	Entero		Nivel de estudios del cliente (Primaria, Secundaria, Técnico, Universitario, Postgrado, Ninguno)
15	ACTIVIDAD-ECON	Carácter	250	Actividad económica del cliente
16	ANTIG-NEGOCIO	Entero		Antigüedad del negocio (meses)
17	EXPERIENCIA-ACT	Entero		Tiempo de experiencia del cliente en la actividad que desarrolla (meses)
18	TIPO-CLIENTE	Carácter	100	Tipo de cliente (NUEVO, RENOVADO)
19	SEGURO-CLIENTE	Entero		Dummy que indica si el cliente 1: tiene seguro, 0: si no
20	TIPO-SEGURO	Entero		Crédito, de vida, exequial, contra robos, etc.
21	COD-MPIO	Entero		Código DANE del municipio donde se encuentra el negocio del cliente.
22	CLASIFICACION	Carácter	14	Clasificación del municipio en donde se encuentra el negocio del cliente: Ciudades, Intermedios, No disponible, Rural o Rural Disperso.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Tabla 1.6. Variables relacionadas con el crédito

No	VARIABLE	DATO	LONG	DESCRIPCIÓN
1	COD-CREDITO	Carácter	20	Código único que identifica el crédito
2	COD-CLIENTE	Entero		Cód. único que identifica cliente diferente de cédula de ciudadanía (Este no necesariamente es el código interno del cliente, es el código que se le pondría al cliente anonimizado que se respeta a través del tiempo).
3	CLASE-CARTERA	Carácter	50	Nombre de la clase de cartera del crédito (COMERCIAL, MICROCREDITO)
4	FECHA-OTORGAMIENTO	Fecha		Fecha en la cual fue otorgado el crédito
5	FECHA-VENCIMIENTO	Fecha		Fecha en la cual vence el crédito
6	MONTO-CREDITO	Entero		Valor del crédito otorgado en pesos
7	NUMERO-CUOTAS	Entero		Número de cuotas del crédito
8	TIPO-PLAZO	Carácter	2	Tipo de plazo del crédito (M: Mensual, A: Anual, B: Bimensual, D: Diaria, S: Semestral, T: Trimestral)
9	PLAZO	Entero		Número de plazo del crédito (meses)
10	TIPO-TRAMITE	Carácter	100	Nombre del tipo de trámite del crédito (REESTRUC., RENOVACION, SOLIC. NUEVA, UNIFICACION, RENOVACION, SOLIC. NUEVA, UNIFICACION, UTILIZ. DE CUPO, UTILIZ. NUEVA DE CUPO)
11	DESTINO-ECONOMICO	Carácter	100	Destino económico del crédito
12	MERCADO-OBJETIVO	Carácter	50	Descrip. del mcd. obj. del créd. (RURAL, URB.)
13	MERCADO-SUBTIPO	Carácter	100	Descripción del mercado subtipo del crédito (COMERCIAL, SERVICIOS, PRODUC., AGROP.)
14	IND-AGRO	Carácter	2	Indica si el crédito es agropecuario (SI = 1 - NO = 0)
15	IND-CODEUDOR	Carácter	2	Indica si el crédito tiene codeudor (SI - NO)
16	VALOR-CUOTA	Entero		Valor de la cuota del crédito
17	VALOR-GARANTIA	Entero		Valor de la garantía del crédito
18	TASA-INTERES-EA	Decimal		Valor de la tasa de interés del crédito
19	TASA-COMISION	Decimal		Valor de la comisión (valor o tasa)
20	TASA-MORA	Decimal		Valor de la tasa en mora
21	TIPO-FNG	Carácter	2	Indica si el crédito tiene Fondo Nacional de Garantías (N: No - S: Si+E14)
22	TOTAL-ACT	Entero		Total activos del cliente
23	TOTAL-PAS	Entero		Total pasivos del cliente
24	TOTAL-PAT	Entero		Total patrimonio del cliente
25	TOTAL-ING-BRUTOS	Entero		Total ingresos brutos del cliente
26	TOTAL-GASTOS	Entero		Total gastos del cliente
27	TOTAL-ING-ADD	Entero		Total ingresos adicionales del cliente
28	TOTAL-VENTAS	Entero		Total ventas
29	COSTO-VENTAS	Entero		Total del costo de ventas
30	LIQUIDEZ-DISP	Entero		Liquidez disponible (ventas-gastos)
31	IND-SECUENCIA	Entero		Indica el número de créditos que tiene el cliente (1: corresponde al primer crédito - 2: el segundo crédito, etc.)
32	NOM-OFICINA	Carácter	200	Oficina a la cual pertenece
33	REGIONAL	Carácter	100	Regional a la cual pertenece
34	CLASEOFICINA	Carácter	100	Clase de oficina a la cual pertenece

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Tabla 1.7. Variables relacionadas con comportamiento del crédito

No	VARIABLE	DATO	LONG	DESCRIPCIÓN
1	COD-CREDITO	Carácter	20	Código único que identifica el crédito
2	DIAS-MORA	Entero		Número de días en mora que se encuentra el crédito
3	ESTADO-CARTERA	Carácter	50	Castigada o vigente
4	SALDO-CAP	Número	100	Saldo de capital del crédito
5	FECHA-CONTROL	Fecha		Fecha en la que se hizo el seguimiento del crédito

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Tabla 1.8. Municipios o corregimientos departamentales sin operaciones de microcrédito

Departamento	Municipios	Corregimientos departamentales
Amazonas	Puerto Nariño	El Encanto, La Chorrera, La Pedrera, La Victoria, Miriti - Paraná, Puerto Alegría, Puerto Arica y Puerto Santander
Arauca	Cravo Norte	
Archipiélago de San Andrés y Providencia	Providencia	
Bolívar	San Jacinto del Cauca	
Boyacá	Cubará, La Victoria y Pisba	
Caquetá	Solano	
Cauca	Guapi, López y Santa Rosa	
Chocó	Alto Baudó, Bagadó, Bajo Baudó, Bojayá, El Cantón del San Pablo, El Litoral del San Juan, Juradó, Medio Baudó, Medio San Juan, Nuquí, Río Iro, Río Quito, San José del Palmar y Sipí	
Guainía		Barranco Minas, Cacahual, La Guadalupe, Pana Pana, Puerto Colombia y San Felipe
Guaviare	Miraflores	
Meta	Mapiripán y San Juanito	
Nariño	El Charco, La Tola y Roberto Payán	
Norte de Santander	El Tarra y Pamplonita	
Vaupés	Caruru y Taraira	Pacoa, Papunaua y Yavaraté
Vichada	Cumaribo	

Fuente: elaboración propia.

Los micronegocios en Colombia

Las entidades que ofrecen microcrédito cumplen un rol esencial en el apalancamiento de los propietarios de micronegocios, quienes padecen, usualmente, restricciones de acceso a la banca tradicional por la falta de garantías, los bajos montos que demandan y la dificultad de verificar su información financiera. La metodología microfinanciera permite precisamente atender a este segmento, de tal forma que puedan financiar sus necesidades de capital de trabajo e inversión y no recurrir a mecanismos informales en donde las condiciones financieras son menos favorables y existen riesgos de seguridad grandes.

Con el fin de enriquecer el conocimiento de la industria microcrediticia sobre su mercado objetivo, a continuación, se presentan los resultados de la Encuesta de Micronegocios del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) para los años 2019 y 2020. En esta encuesta, los micronegocios se definen como unidades económicas con máximo nueve personas ocupadas que desarrollan una actividad productiva de bienes o servicios, con el objetivo de obtener un ingreso.

Actualmente, se cuenta con información de alrededor de 80.000 micronegocios, identificados a través de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH). En esta categoría se incluyen a los empleadores y trabajadores por cuenta propia que satisfacen los criterios para ser propietarios (potenciales) de micronegocios. La información tiene cobertura nacional: 24 ciudades principales con sus áreas metropolitanas, cabeceras municipales y centros poblados y rurales dispersos.

La encuesta se compone de diez módulos y de alrededor de 307 preguntas (tabla 1.9). En primer lugar, se incluye la identificación de la unidad de observación, la clasificación económica, el motivo de su creación y su ubicación. En segundo lugar, se indaga sobre el personal ocupado, el grado de formalización de la unidad productiva y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Finalmente, se encuentran las preguntas relacionadas con los costos, gastos, activos, ingresos y expectativas.

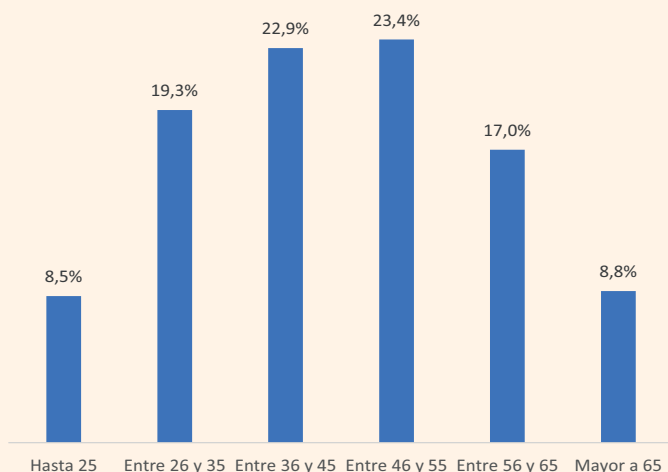
Tabla 1.9. Módulos de la encuesta de micronegocios

Identificación de la vivienda-hogar-persona y del micronegocio
Clasificación económica del micronegocio
Motivo de creación o constitución del micronegocio
Ubicación
Personal ocupado
Características micronegocio y formalización
Tecnologías de la información y la comunicación
Costos, gastos o activos
Ventas o ingresos
Expectativas adaptativas

Fuente: DANE

Del total de 20 millones (m) de ocupados en 2020, de acuerdo con la GEIH, 4,9 m correspondió a micronegocios por cuenta propia y 0,5 m a micronegocios por empleadores, para un total de 5,4 m⁴. El 71,4 % de estas unidades productivas se localizó en cabeceras y el 28,6 % restante en centros poblados y rural disperso. Cerca de la mitad de estos propietarios tiene entre los 36 y 55 años de edad, destacándose también aquellos entre 26 y 35 años de edad (figura 1.25). En términos de su nivel educativo, el 45 % completó la secundaria, el 37,4 % reportó primaria o menos, el 10,2 % tiene título universitario y el 7,4 % terminó una carrera técnica o tecnológica.

⁴Por disponibilidad de información, dentro del dominio total nacional no se incluyen los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada.

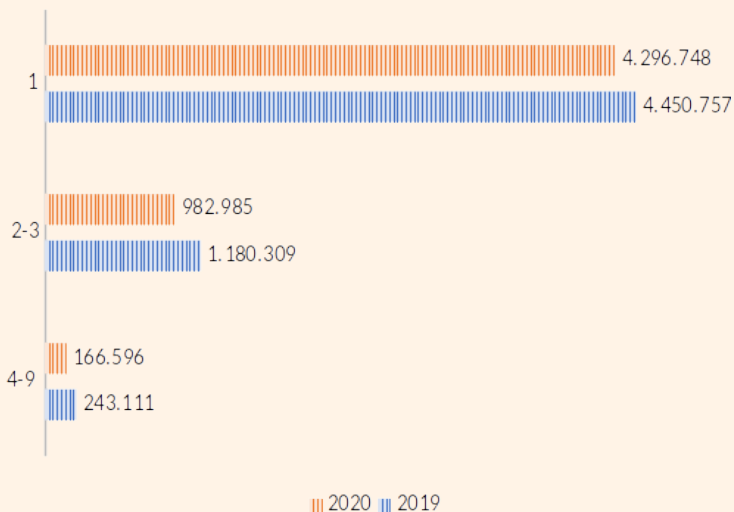
Figura 1.25. Distribución etaria de los propietarios de los micronegocios, en 2020

Fuente: DANE

Al desagregar por sexo, el 36,3 % fueron mujeres y el 63,7 % hombres. Del total de 2,0 m de micronegocios de las mujeres, el 78,6 % se localizó en cabeceras y el 21,4 % en centros poblados y rurales dispersos. En el caso de los hombres, se halló una menor importancia de las cabeceras (67,3 %) y una mayor de los centros poblados y rurales dispersos (32,7 %). El 61,7 % de los propietarios de estos micronegocios se identificó como el/la jefe de sus hogares y el 19,2 % como la pareja. Del restante 19,1 %, el 11,8 % se identifican como los hijos del o de la jefe del hogar y el 6,7 % como otros parientes.

Al comparar los resultados de 2019 y 2020, resultó una disminución de 7,3 % en el total de los micronegocios como consecuencia de la pandemia y de las medidas de aislamiento para la prevención de la propagación del virus. Esta caída fue más pronunciada en los centros poblados y rurales dispersos (9,8 % frente a 6,2 % en las cabeceras) y en las mujeres propietarias (10,6 % frente a 5,3 % para los hombres). Como se observa en la figura 1.25, los micronegocios que ocupaban entre 4 y 9 personas registran la mayor caída anual (31,5 %), pues de 243.111 pasaron a 166.596. La disminución de aquellos que ocupan entre 2 y 3 personas fue de 16,7 %, y los que ocupan solo su propietario fue de 3,5 %.

Figura 1.26. Micronegocios según rango de personal ocupado



Fuente: DANE

Al cierre de 2020, la mayoría de micronegocios se ubicaron en los sectores de comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas (1,5 m) y en el de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (1,2 m), que en conjunto representan el 49 % del total de micronegocios (tabla 1.10). De igual forma se destaca la industria manufacturera, el alojamiento y servicios de comida, y las actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación y otras actividades de servicios con más de 500.000 micronegocios activos (30 % del total). Respecto a 2019, los que presentaron las mayores caídas en las ventas fueron la industria manufacturera (47,0 %) y actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación y otras actividades de servicios (34,4 %).

Por debajo de los 500.000 microestablecimientos se encuentran los sectores de transporte y almacenamiento, construcción y actividades inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos que, en conjunto, abarcan el 19 % del total. Los sectores menos representativos de este tipo de negocios son las actividades de atención a la salud humana y de asistencia social, la educación y la minería (tabla 1.11).

Tabla 1.10. Distribución de los micronegocios por principales sectores económicos, en 2020

	# micronegocios	% de participación
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	1.469.387	27
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1.177.051	22
Industria manufacturera ^a	549.374	10
Alojamiento y servicios de comida	544.821	10
Actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación y otras actividades de servicios	524.678	10

a: Industria manufacturera incluye: recolección, tratamiento y disposición de desechos, recuperación de materiales.

Fuente: DANE

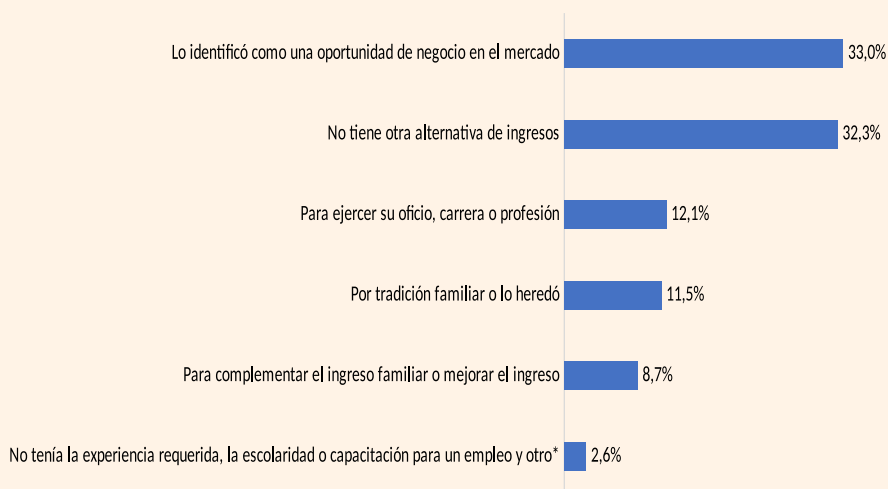
Tabla 1.11. Distribución de los micronegocios por el resto de sectores económicos (2020)

	# micronegocios	% de participación
Transporte y almacenamiento	461.987	8.5
Construcción	322.023	5.9
Actividades inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos	225.053	4.1
Información y comunicaciones	45.639	0.8
Minería	44.982	0.8
Educación	43.090	0.8
Actividades de atención a la salud humana y de asistencia social	37.679	0.7
Sin información	566	0

Fuente: DANE

Al indagar sobre las principales razones para la creación o constitución de los negocios, el 33,0 % lo identificó como una oportunidad de negocio en el mercado, y otro porcentaje similar (32,3 %) señaló que no tiene otra alternativa de ingresos (figura 1.27). Estas dos razones explican los dos tipos de micronegocios más comunes: aquellos con vocación de crecimiento creados por la oportunidad, y los creados por necesidad sin mucho potencial de crecimiento y generación de empleo. Es fundamental que las entidades de microcrédito diferencien entre ambos tipos, ya que los productos demandados y el riesgo asociado es disímil.

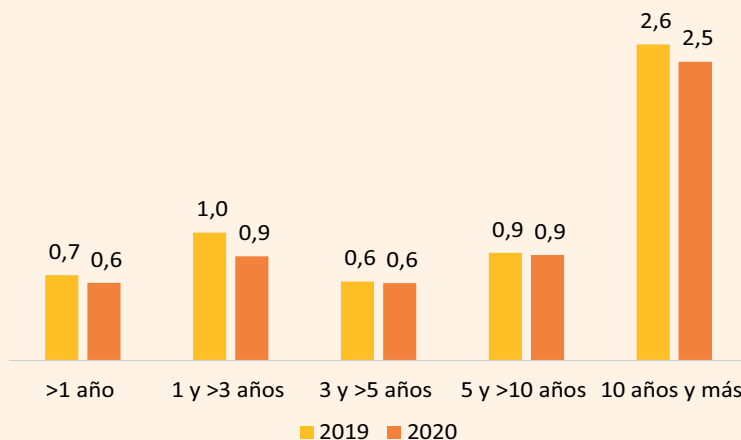
Figura 1.27. Motivo principal para la creación del negocio



* Otro incluye: administrar horarios, gusto, ejercer actividades del hogar, desplazamiento, búsqueda de independencia.

Fuente: DANE

Como se observa en la figura 1.28, más de 2,4 m de micronegocios tienen una antigüedad de 10 años o más, y representan el 45,0 % del total. Entre 2019 y 2020, los negocios entre 1 y menos de 3 años y aquellos de 10 años o más registran las mayores caídas, pues de 1,0 m y 2,6 m pasaron a 856.000 y 2,5 m, en su orden. Estos datos son claves para la industria puesto que uno de los elementos del scoring microcrediticio es la antigüedad de los micronegocios y/o la experiencia del microempresario o de la microempresaria en la actividad.

Figura 1.28. Antigüedad de los micronegocios

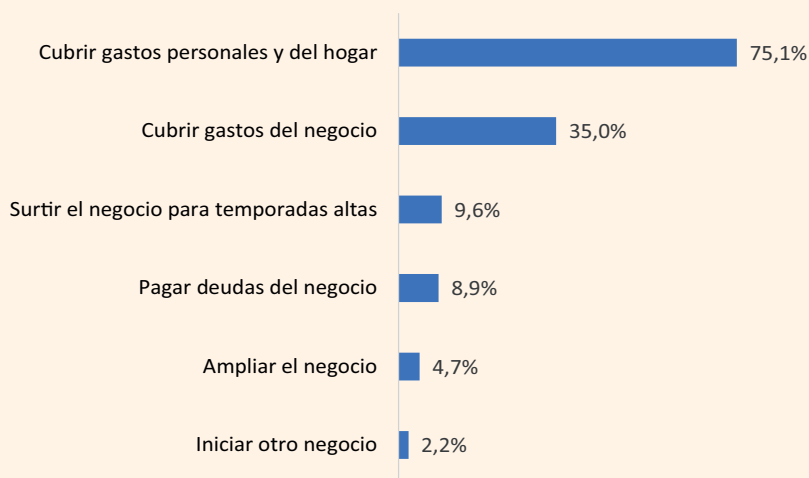
Fuente: DANE

A pesar de que más del 60% de los micronegocios tienen más de 5 años de existencia, se observa un alto grado de informalidad de estas unidades económicas, la cual se mide a través de tres variables, a saber: la tenencia del Registro Único Tributario (RUT), registro en Cámara de Comercio, y aportes a salud y pensión del Sistema General de Seguridad Social. Al cierre de 2020, el 76,5% de los micronegocios no contaba con RUT, 92,3% en los centros poblados y rurales dispersos, y el 70,2%, en las cabeceras municipales. El nivel de informalidad es incluso más grande al considerar la tenencia del Registro en Cámara de Comercio, pues solo el 11,4% reportó tenerlo. Este porcentaje es más bajo en los centros poblados y rurales dispersos (3%) frente a las cabeceras municipales (14,8%).

Además, el 88,5% no aportó a salud ni pensión, y sólo un 7,3% lo hace a ambos. En los centros poblados y rurales dispersos, este porcentaje ascendió a 97,0% y en las cabeceras municipales a 85,1%. Una de las razones de este bajo nivel de formalización puede ser el incremento que supone a la remuneración laboral de los colaboradores, así como la dificultad para hacer estos trámites. Aunque muchos de estos trámites pueden hacerse de forma virtual, solo el 30,6% de los micronegocios indicó tener acceso a internet y usarlo. En el caso de las cabeceras, el porcentaje registrado fue de 38,8% mientras que en los centros poblados y rurales dispersos fue de 10,1%.

De acuerdo con los resultados del módulo de inclusión financiera de 2019, la principal forma de pago aceptada por los micronegocios es el efectivo, el cual fue citado por el 98,5 %. En orden de importancia, le siguen las transferencias bancarias y pagos por internet (7,1 %), las facturas a plazos (3,6 %) y los cheques (2,2 %). Por otro lado, el 25,1 % de los micronegocios ahorró en el año anterior⁵, y su principal uso fue para cubrir gastos personales y del hogar (salud, educación, viajes, etc.), así como aquellos del negocio cuando los ingresos no son suficientes (figura 1.29). Al indagar sobre la forma de ahorro, la mayoría lo hizo en su vivienda (73,3 %), en una institución financiera (20,1 %) o mediante un grupo de ahorro (2,9 %).

Figura 1.29. Usos del dinero ahorrado



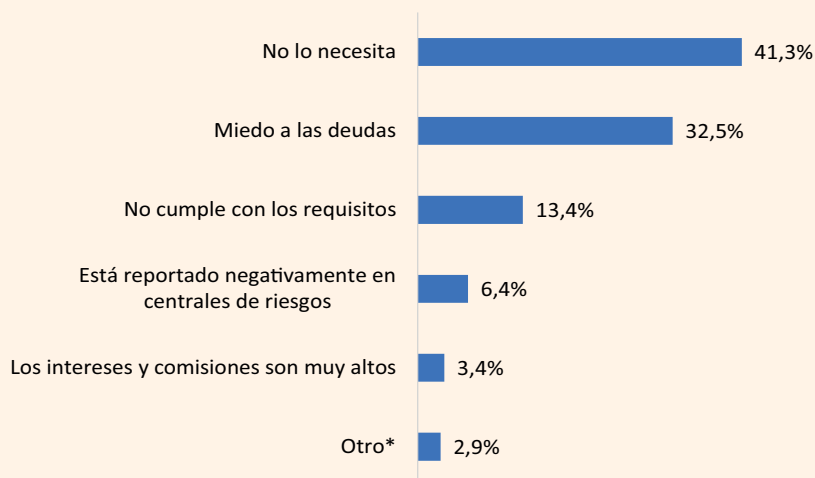
Fuente: DANE

Respecto al acceso a crédito, el 81,2 % de los micronegocios no solicitó préstamos en el año anterior. Al comparar las cabeceras municipales (81,1 %) y los centros poblados y rurales dispersos (81,3 %) no se observan diferencias significativas. Al indagar por las razones para no solicitar un crédito, la mayoría de encuestados señaló que *no lo necesita* (41,3 %), *les tienen miedo a las deudas* (32,5 %) o *no cumplen los requisitos como garantías, codeudores, avales y/o fiadores* (13,4 %) (figura 1.30). Estos

⁵Dentro de los que no ahorraron, el 96,9 % señaló que no les alcanzaba.

resultados son similares a los hallados por Castro et al. (2020), en los que el 41 % de las microempresas reportó que no demanda crédito porque no los necesita y otro 33 % por temor o aversión⁶.

Figura 1.30. Razones para no solicitar un crédito



Fuente: DANE

Lo anterior podría sugerir que existe un mercado por explorar para la industria microcrediticia, pero que las estrategias de abordaje deben ser diferenciales. El hecho de que un alto porcentaje de encuestados indicara que no necesita el crédito o que les tiene miedo a las deudas da cuenta de la alta autoexclusión en el sector, lo cual puede estar limitando las oportunidades de crecimiento de estas iniciativas productivas. Así, la industria debe considerar estrategias integrales en las que no solo se ofrezca crédito sino también servicios de acompañamiento, y en las que la oferta de servicios financieros sea diferencial y acorde con las necesidades de cada segmento.

El 18,8 % que sí solicitó acudió principalmente a una institución financiera regulada (72,1 %) y al gota a gota (14,2 %). La tasa de aprobación de

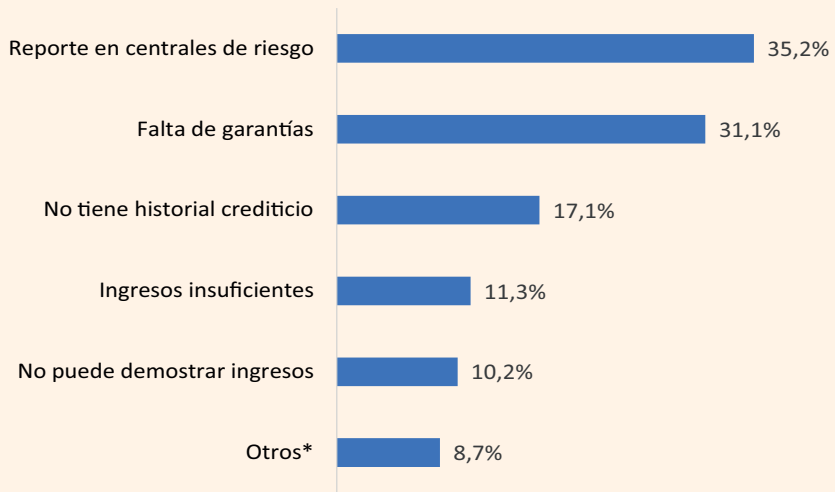
⁶Adicionalmente, el Estudio de Demanda de Inclusión Financiera de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), Banca de las Oportunidades (BdO) y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) de 2018 subraya que el 72 % de los microempresarios reportó que no tienen créditos porque no los necesita.

estas solicitudes fue del 89,9 %, con el 90,2 % en las cabeceras municipales y 89,2 % en los centros poblados y rurales dispersos. En cuanto al uso de estos recursos, el 71,1 % indicó que los invirtió en el negocio, el 11,5 % los destinó a gastos personales y el 17,4 % a ambos. Aquellos que los invirtieron en el negocio lo usaron para compra de materia prima y el cubrimiento de gastos operativos (86,1 %), la compra o arriendo de maquinaria y equipos (10,7 %), y en remodelaciones para mejorar la capacidad productiva (9,6 %).

Dentro de las razones listadas por el 10,1 % al que les negaron el préstamo, se encuentran reportes negativos en centrales de riesgo, falta de garantías (fiador o aval) y no tener historial crediticio (figura 1.31). Al comparar las cabeceras municipales con los centros poblados y rurales dispersos, se evidencia que en las primeras el reporte negativo en centrales de riesgo es el más importante, y en las segundas, la falta de garantías. Estos resultados podrían orientar la revisión de los *scoring* de las instituciones microfinancieras, con el fin de atender a los microempresarios con un perfil de riesgo crediticio aceptable que continúan siendo excluidos del mercado formal, principalmente en las zonas rurales del país.

Los datos expuestos sobre los micronegocios en Colombia son públicos y de libre acceso para toda la industria microcrediticia. Esta información desagregada a nivel geográfico puede ser un insumo fundamental para los ejercicios de prospección y para mejorar la atención a los clientes actuales y potenciales.

Figura 1.31. Razones para no obtener el crédito solicitado



Otros* incluye edad avanzada, fiador reportado y cambio de residencia
Fuente: DANE



Café	2.500
Expreso	3.500
Capuchino	6.000
Capuchino con Licor	7.000
Chica	4.000
o	4.000
o	3.500
o	2.500
o	3.000
Aromática	3.000
Jugo de Naranja	5.000
Infusión Frutas	4.500
Café Especial	5.000
Café Especial	5.000
Café Chapolera	5.000
Café Manizaleño	4.000

Imagen cortesía de MiBanco