



# EL DESARROLLO DEL MICROCRÉDITO EN COLOMBIA

Dairo Estrada  
Ana María Yaruro  
Felipe Clavijo  
Laura Capera  
Jairo Gómez







# EL DESARROLLO DEL MICROCRÉDITO EN COLOMBIA





**DAIRO ESTRADA  
ANA MARÍA YARURO  
FELIPE CLAVIJO  
LAURA CAPERA  
JAIRO GÓMEZ**

# **EL DESARROLLO DEL MICROCRÉDITO EN COLOMBIA**



© Banco de la República

© Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras  
(Asomicrofinanzas)

Octubre de 2022

ISBN: 978-628-95112

Fotografías carátula: cortesía Contactar e Interactuar.

Diseño de carátula e interiores:

Daniel Contreras Niño

Andrea Castellanos Leal

Corrección de estilo:

Fernando Carretero

Impresión:

All Print Graphic & Marketing S. A. S.

Esta publicación fue posible gracias al apoyo de la Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras (Asomicrofinanzas).

Las opiniones expresadas en esta obra pertenecen exclusivamente a los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de las siguientes instituciones: el Banco de la República y su Junta Directiva; la Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras (Asomicrofinanzas), su Consejo Directivo y las entidades que representa; el Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro) y su Junta Directiva, y la Universidad Libre de Ámsterdam.

---

## Contenido

---

Agradecimientos . . . . .	17
Autores . . . . .	19
Prólogo . . . . .	23
<b>1. Caracterización del microcrédito</b>	<b>27</b>
1.1. Mercado de microcrédito . . . . .	28
1.2. Clientes del microcrédito . . . . .	39
1.3. Apéndice . . . . .	48
<b>Los micronegocios en Colombia</b>	<b>53</b>
<b>2. Determinantes de la morosidad del microcrédito</b>	<b>65</b>
2.1. Introducción . . . . .	65
2.2. Resumen de bibliografía . . . . .	70
2.3. Análisis de datos . . . . .	71
2.4. Modelo econométrico, metodología de estimación y resultados . . . . .	78
2.5. Conclusiones . . . . .	85
<b>Métodos Alternativos de Scoring</b>	<b>87</b>
<b>3. Pobreza y vulnerabilidad de los clientes de microcrédito</b>	<b>95</b>
3.1. Revisión de literatura . . . . .	95

3.2.	Pobreza y vulnerabilidad de los clientes de microcrédito	99
3.3.	Relación entre microcrédito y pobreza . . . . .	104
3.3.1.	Variables explicativas . . . . .	107
3.3.2.	Metodología . . . . .	110
3.3.3.	Resultados empíricos . . . . .	113
3.4.	Anexo 1 . . . . .	115
3.4.1.	Elección del modelo . . . . .	115
3.4.2.	Validación de supuestos . . . . .	117
<b>Indicadores Sociales para la Industria Microfinanciera</b>		<b>121</b>
<b>4.</b>	<b>Competencia en el mercado de microcrédito</b>	<b>133</b>
4.1.	Introducción . . . . .	133
4.2.	Entidades financieras del sector de microcrédito . . . .	136
4.3.	La oferta local de microcrédito . . . . .	139
4.3.1.	Definición de mercados geográficos . . . . .	141
4.3.2.	Evolución reciente del número de oficinas y entidades . . . . .	145
4.3.3.	Estructura local de la oferta de microcrédito . .	150
4.3.4.	Entrada y salida de proveedores de crédito . . .	152
4.3.5.	Indicadores de concentración de mercado . . .	154
4.4.	Un nuevo competidor en los mercados rurales . . . . .	155
4.5.	Cambios en las características de los créditos . . . . .	160
4.5.1.	Modelos con resultados a nivel entidad-municipio	161
4.5.2.	Resultados con información desagregada al nivel individual . . . . .	164
4.6.	Conclusiones . . . . .	168
4.7.	Apéndice . . . . .	172
<b>Microseguros</b>		<b>175</b>
<b>Rol de las entidades microfinancieras en la inclusión financiera de migrantes</b>		<b>179</b>
<b>5.</b>	<b>Nuestras entidades de microcrédito</b>	<b>187</b>
	Bancamía . . . . .	188
	Banco Caja Social . . . . .	192
	Banco Credifinanciera . . . . .	194

Banco Mundo Mujer . . . . .	197
Confiar Cooperativa Financiera . . . . .	200
Contactar . . . . .	203
Cooperativa Minuto de Dios . . . . .	207
Corporación Interactuar . . . . .	210
Crezcamos Compañía de Financiamiento . . . . .	213
Fundación El Alcaraván . . . . .	216
MiBanco . . . . .	220
Microempresas de Colombia . . . . .	223
UNI2 Microcrédito . . . . .	226
<b>Mención especial: Fundación Citi en Colombia</b>	<b>231</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>239</b>



---

## Lista de tablas

---

1.1. Distribución del microcrédito por destino y plazo . . .	34
1.2. Distribución de las operaciones de microcrédito por zonas PDET . . . . .	36
1.3. Distribución de los desembolsos de microcrédito por zonas PDET . . . . .	37
1.4. Municipios o corregimientos departamentales sin operaciones de microcrédito . . . . .	48
1.5. Variables relacionadas con el cliente . . . . .	49
1.6. Variables relacionadas con el crédito . . . . .	50
1.7. Variables relacionadas con comportamiento del crédito	51
1.8. Municipios o corregimientos departamentales sin operaciones de microcrédito . . . . .	52
1.9. Módulos de la encuesta de micronegocios . . . . .	54
1.10. Distribución de los micronegocios por principales sectores económicos, en 2020 . . . . .	57
1.11. Distribución de los micronegocios por el resto de sectores económicos (2020) . . . . .	57
2.1. Porcentaje de créditos otorgados y en mora, por región política . . . . .	72
2.2. Prueba de diferencia de medias . . . . .	73
2.3. Prueba estadística para la variable edad . . . . .	74

2.4. Prueba estadística para la variable género . . . . .	74
2.5. Prueba estadística para la variable estrato socioeconómico	74
2.6. Prueba estadística para la variable estado civil . . . . .	75
2.7. Prueba estadística para la variable nivel educativo . . . . .	76
2.8. Prueba estadística para la variable propiedad vivienda	76
2.9. Prueba estadística para la variable sector económico . . . . .	77
2.10. Monto del crédito y tasa de interés para entidades vigiladas	78
2.11. Monto del crédito y tasa de interés para entidades NO vigiladas . . . . .	78
2.12. Estimación probit de los cuatro modelos . . . . .	82
2.13. Efectos marginales de las variables explicativas sobre la probabilidad de episodios de mora analizados . . . . .	84
2.14. Descripción de las variables explicativas Giannatale et al. (2015) . . . . .	91
2.15. Descripción de las variables explicativas Giannatale et al. (2020) . . . . .	93
3.1. Umbrales de pobreza . . . . .	100
3.2. Variables de las estimaciones . . . . .	111
3.3. Variables explicativas . . . . .	112
3.4. Estadísticas descriptivas . . . . .	112
3.5. Estimación del modelo de datos panel con efectos fijos .	114
3.6. Preguntas para la medición del bienestar financiero de la unidad financiera. . . . .	124
3.7. Preguntas para la medición del bienestar financiero del hogar del cliente. . . . .	125
3.8. Preguntas para la medición del nexo hogar-negocio . . . . .	127
3.9. Preguntas de medición de la resistencia frente a choques adversos . . . . .	129
3.10. Preguntas de medición de la resistencia frente a choques adversos . . . . .	131
4.1. Número de competidores y participación en desembolsos de microcrédito según tipo de entidad (2020) . . . . .	138
4.2. Estadísticas descriptivas. Características de los mercados geográficos. . . . .	143
4.3. Características de las redes de oficinas según tipo de entidad (2020) . . . . .	146

4.4.	Entidades según tamaño de la red de oficinas . . . . .	149
4.5.	Mercados locales según número de proveedores privados de microcrédito (2010-2020) . . . . .	151
4.6.	Patrones de entrada y salida en mercados locales según clasificación y tipo de proveedor . . . . .	153
4.7.	Indicadores de competencia en el mercado de microcrédito (2019-2020) . . . . .	155
4.8.	Efectos de la entrada de competidores sobre el beneficio de las entidades financieras activas en los mercados locales . . . . .	159
4.9.	Características de los créditos según presencia de nuevos competidores (2011-2020) . . . . .	161
4.10.	Efectos de la estructura de mercado sobre la oferta de las entidades financieras . . . . .	166
4.11.	Efectos de la estructura de mercado sobre las características de los créditos individuales . . . . .	167
4.12.	Entidades que participan en el mercado de microcrédito en Colombia (2014-2020) . . . . .	172
4.13.	Número de créditos según entidad financiera (2010-2020)	174
4.14.	Oferta de microseguros para las mujeres . . . . .	177
5.1.	Umbrales de Pobreza . . . . .	206



---

## Lista de figuras

---

1.1. Distribución anual de las operaciones de microcrédito . . . . .	28
1.2. Crecimiento del mercado de microcrédito . . . . .	29
1.3. Tasa promedio del microcrédito frente a la de usura . . . . .	30
1.4. Dinámica de las colocaciones de microcrédito . . . . .	30
1.5. Distribución del microcrédito por tipo de amotización . . . . .	31
1.6. Distribución del microcrédito por plazo . . . . .	32
1.7. Distribución del microcrédito por destino . . . . .	33
1.8. Monto promedio del microcrédito por destino (millones de diciembre de 2021) . . . . .	33
1.9. Distribución del microcrédito por sector económico . . . . .	34
1.10. Distribución de las operaciones de microcrédito 2010-2020, por cada 10.000 habitantes. . . . .	35
1.11. Distribución del microcrédito por tipo de municipio . . . . .	38
1.12. Distribución del microcrédito por monto desembolsado . . . . .	38
1.13. Distribución del microcrédito por tipo de cliente . . . . .	39
1.14. Número de créditos por tipo de cliente . . . . .	40
1.15. Distribución de las clientes por sexo y año . . . . .	40
1.16. Distribución de los clientes por estado civil . . . . .	41
1.17. Distribución de los clientes por sexo y rango etario . . . . .	42
1.18. Distribución de los clientes por nivel educativo . . . . .	42
1.19. Distribución de los clientes por tipo de vivienda . . . . .	43
1.20. Distribución de los clientes por tipo de municipio . . . . .	44

1.21. Distribución de los clientes por estrato socioeconómico	45
1.22. Distribución de los clientes por estrato socioeconómico y año . . . . .	45
1.23. Distribución de los clientes por antigüedad de su negocio	46
1.24. Distribución de los clientes por tenencia de seguro . . .	47
1.25. Distribución etaria de los propietarios de los micronegocios, en 2020 . . . . .	55
1.26. Micronegocios según rango de personal ocupado . . . .	56
1.27. Motivo principal para la creación del negocio . . . . .	58
1.28. Antigüedad de los micronegocios . . . . .	59
1.29. Usos del dinero ahorrado . . . . .	60
1.30. Razones para no solicitar un crédito . . . . .	61
1.31. Razones para no obtener el crédito solicitado . . . . .	63
2.1. Promedio del crecimiento anual de la cartera de microcrédito de las entidades . . . . .	66
2.2. Número de deudores promedio, por tipo de entidad, de la cartera de microcrédito . . . . .	67
2.3. Indicador de mora de la cartera de microcrédito . . . .	68
2.4. Curvas ROC para cada una de las especificaciones . . .	86
3.1. Porcentaje de las colocaciones por situación económica del cliente . . . . .	101
3.2. Operaciones a clientes pobres desagregadas por sexo . .	101
3.3. Operaciones a clientes pobres desagregadas por grupo etario . . . . .	102
3.4. Operaciones a clientes pobres por tipo de municipio . .	103
3.5. Porcentaje de las colocaciones por situación económica del cliente . . . . .	104
3.6. Clientes de microcrédito en situación de pobreza . . . .	106
3.7. Distribución de los errores . . . . .	119
3.8. Comportamiento de los residuales . . . . .	120
3.9. Hipótesis sobre los canales del impacto del microcrédito	122
3.10. Bienestar financiero . . . . .	123
3.11. Resistencia frente a choques adversos . . . . .	128
3.12. Mejoras en las condiciones de la unidad productiva y del hogar del cliente . . . . .	130

4.1. Porcentaje de clientes que solicitaron créditos en oficinas cercanas . . . . .	141
4.2. Evolución del número promedio de competidores según tipo de entidad y de mercado geográfico (2007-2020) . .	148
4.3. Porcentaje de hogares con seguros voluntarios según su nivel socioeconómico . . . . .	176
5.1. Resultados iniciales piloto de métricas de impacto social, Fundación El Alcaraván, 2022. . . . .	218



## Agradecimientos

Este trabajo es el resultado de años de trabajo conjunto entre el Banco de la República y la Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras (Asomicrofinanzas), así como del interés de las entidades microfinancieras por los análisis rigurosos sobre el desarrollo de la industria. Un agradecimiento especial a la presidente ejecutiva de la Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras, María Clara Hoyos Jaramillo, por su aliento, disposición y por compartir todo su conocimiento sobre el sector.

Queremos expresar nuestro agradecimiento a todas las personas e instituciones microfinancieras que dedican su vida a luchar contra la pobreza en Colombia. Especialmente a los presidentes de las quince entidades que formaron parte de este estudio, por habernos brindado el insumo principal para llevar a cabo esta investigación. A Miguel Ángel Charria Liévano, ex presidente ejecutivo de Bancamía y a su nuevo presidente ejecutivo Luis Germán Linares Peña; a Gregorio Mejía Solano, presidente de MiBanco; a Leonor Melo de Velasco, presidente ejecutiva del Banco Mundo Mujer; a José Alejandro Guerrero Becerra, presidente del Banco W; a Leandro Antonio Ceballos Valencia, gerente general de Confiar Cooperativa Financiera; a Paulo Emilio Rivas Ortiz, director ejecutivo de Contactar; a Fabio Andrés Montoya Isaza, director ejecutivo de la Corporación Interactuar; a Mauricio Osorio Sánchez, presidente corporativo de Crezcamos Compañía de Financiamiento; a Pedro Felipe Sogamoso Cardona, director ejecutivo de Finanzfuturo; a Socorro Neira, presidente ejecutiva de la Financiera Comultrasan; a César Iván Velosa Poveda, director ejecutivo de la Fundación Amanecer; a Teresa Eugenia Prada González, presidente de la Fundación delamujer; a Gloria Patricia Pérez Guerra, gerente de Microempresas de Colombia; a Jorge Corrales, presidente de la Cooperativa Financiera de Antioquia (CFA); y Gabriel Enrique Mejía, gerente de UNI2 Microcrédito.

Al equipo de trabajo de las quince entidades, quienes nos apoyaron con la información de los clientes y los microcréditos; gracias por sus aportes y construcciones al documento. A Óscar Romero y Fabio Laverde, de Bancamía; a María Fernanda Rojas y Pedro Bernal de MiBanco; a Carlos Orlando Castro del Banco Mundo Mujer; a Daniel Ernesto Rizo y Jaime Andrés Carabalí, del Banco W; a Esteban Osorio,

de Confiar Cooperativa Financiera; a Carlos Arteaga de Contactar; a Alejandro Romero y Juan Pablo Naranjo de la Corporación Interactuar; a Jairo Enrique Torra de Crezcamos Compañía de Financiamiento; a Soraya Hernández de Finanfuturo; a Germán Yadir Hernández, de Financiera Comultrasan; Clara Briceño, Carlina Pérez, David Bolaños y Pamela Santa, de Fundación Amanecer; a Juan Manuel Lozano, Rocío Sarmiento, Jorge Pinzón y Danny Roa Rosales de la Fundación delamujer; a Luz Palacio de Microempresas de Colombia; a Diana Henao de Cooperativa CFA; y Sebastián Ayalde de UNI2 Microcrédito.

Al equipo de Asomicrofinanzas, gracias por su ayuda y apoyo en todas las etapas de la elaboración del libro, especialmente a Ibonne Paola Quiroga Martínez, jefe de análisis de información e investigaciones; a Andrés Felipe Alvarez Sierra, profesional de investigaciones; a Oscar Hernando Rodríguez Chaparro, consultor de tecnología y a Juliana Uscátegui, jefe de comunicaciones. También agradecemos a Fernando Carretero, por su apoyo en la corrección de estilo y sugerencias al texto. Gracias a Natalí Castañeda, estudiante en práctica del Banco de la República, por su apoyo en la revisión de literatura y el análisis de datos, lo cual permitió identificar el estado del sector.

Finalmente queremos agradecer a CAF - Banco de Desarrollo de América Latina y a Miguel Arango, Especialista Senior de la Dirección de Desarrollo Productivo y Financiero, por el apoyo a este proyecto. De igual manera, extendemos nuestros agradecimientos a la Fundación Citi, en especial a Jimena Botero, por contribuir al desarrollo de la industria microfinanciera en Colombia.

Gracias a todos por su ayuda y comentarios, los cuales enriquecieron los análisis hechos. Esperamos que esta publicación pueda contribuir a un mejor conocimiento de las microfinanzas y de la labor que hacen las instituciones microfinancieras para apoyar las actividades de los microempresarios en Colombia.

## **Autores**

### **Dairo Estrada**

Doctor en Economía por la Universidad Complutense de Madrid; magister en Economía por la Universidad Autónoma de Barcelona; economista por la Universidad de Antioquia. Actualmente Investigador Principal en el Banco de la República, hasta septiembre de 2021 se desempeñó como presidente del Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro). Ha sido investigador principal de la Subgerencia de Estudios Económicos del Banco de la República, asesor de la presidencia de Finagro, director del Departamento de Estabilidad Financiera, jefe y profesional de la sección de Seguimiento Monetario de la Unidad Técnica de la Subgerencia Monetaria y de Reservas del Banco de la República. Ha sido profesor de la cátedra de Banca y Finanzas Corporativas en la Pontificia Universidad Javeriana, la Universidad de La Sabana y la Universidad de Los Andes. Entre sus más recientes publicaciones se encuentran el libro *Inclusión financiera rural: el caso del sur del Tolima* (Banco de la República y USAID, 2017) y los artículos: *Análisis de la inclusión financiera en áreas rurales en Colombia* (Asobancaria, 2017), *Colombian bank efficiency and the role of market structure*, (Temas de Estabilidad Financiera 076, Banco de la República de Colombia, 2013), *Relaciones crediticias y riesgo de contagio en el mercado interbancario no colateralizado colombiano*, (Temas de Estabilidad Financiera 077, Banco de la República de Colombia, 2013) entre otros.

### **Ana Maria Yaruro**

Economista de la Universidad Nacional de Colombia, Magíster en Estudios del Desarrollo y Especialista en Política Social para el Desarrollo del Instituto Internacional de Estudios Sociales de La Haya. Actualmente se encuentra vinculada a Desarrollo Internacional Desjardins y a Asomicrofinanzas trabajando en temas de inclusión financiera rural e investigación sectorial. También se desempeña como profesora de cátedra de Desarrollo Económico Local y Planeación del Desarrollo en la Universidad de los Llanos. Ha estado vinculada al Banco de la

República y a la Secretaría Técnica de la Comisión Nacional de Crédito Agropecuario. Entre sus publicaciones más destacadas se encuentran Vulnerabilidades Financieras de los Hogares en Colombia (Borradores de Economía, Banco de la República, 2016), Los factores que afectan la tenencia de productos financieros en Colombia ( En: M.J. Roa y D. Mejía (eds.)- CEMLA, 2018) y El Microcrédito en Municipios Rurales y Rurales Dispersos (Asomicrofinanzas 2020).

### **Felipe Clavijo**

Magíster en Finanzas del London Business School, Magíster en Economía de la Universidad de Los Andes y Economista de la Universidad de Los Andes. Actualmente es Profesional Experto del Departamento de Estabilidad Financiera del Banco de la República y ha sido Profesional Especializado y Profesional de esta misma dependencia. Asimismo, se ha desempeñado como profesor asistente de las materias de Microeconomía Avanzada y Teoría de Juegos en la Universidad de Los Andes. Entre sus más recientes publicaciones se encuentran: Impacto macroeconómico del cambio climático en Colombia (Ensayos sobre política económica, Banco de la República, 2022) y El microcrédito en municipios rurales y rurales dispersos: determinantes de acceso y morosidad (Asomicrofinanzas, 2020).

### **Laura Capera**

Doctora en Economía de la Universidad de Tilburg (Holanda). Máster en Economía de la Universidad de los Andes, economista de la Universidad Nacional de Colombia. Actualmente se desempeña como profesora asistente en la Universidad Libre de Ámsterdam y es investigadora asociada al Instituto Tinbergen. Sus actividades de docencia se concentran en las áreas de finanzas corporativas, sostenibilidad y regulación bancaria. Previamente hizo parte del Departamento de Estabilidad Financiera del Banco de la República de Colombia. Su investigación se concentra en análisis de regulación y competencia en la industria bancaria, particularmente en el sector de microcrédito. Ha publicado en el Journal of Risk Management of Financial Institutions, la revista Ensayos sobre Política Económica del Banco de la Repúbli-

ca, entre otros. Puede consultar su investigación más reciente aquí:  
<https://lauracapera.com/>

### **Jairo Gómez**

Magister en Economía Aplicada por la Universidad del Valle, Economista Universidad del Valle. se ha desempeñado como Profesional de la Dirección de Estadísticas del Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro). También estuvo vinculado como Investigador Visitante para el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT). Realizó su pasantía en el Banco de la República para el Centro de Estudios sobre Producción y Comercio Sectorial (CEPCO). Ha sido profesor de cátedra del curso de Política Fiscal de la Universidad del Valle y Contratista Cámara de Comercio de Cali. Tiene una publicación como coautor del libro: *Transformar lo público: perspectivas sobre la reforma administrativa de Santiago de Cali de 2016*.



## Prólogo

Presentarles este libro me hace muy feliz porque resalta el papel de las entidades microfinancieras en la inclusión financiera de la población más vulnerable y su impacto en el desarrollo económico del país. A través de un análisis riguroso, amigos y colegas del Banco de la República, el Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro), la Universidad Libre de Ámsterdam y la Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras (Asomicrofinanzas) nos muestran la evolución del mercado de microcrédito en las últimas dos décadas, las principales determinantes de la morosidad en este segmento y el impacto de este tipo de préstamos.

Este libro es una lectura obligada para los interesados en el rol de las entidades microfinancieras en el proceso de inclusión financiera en Colombia y en su contribución al desarrollo económico del país. Es también de interés para las entidades microfinancieras, quienes trabajan día a día por la población más vulnerable del país a través de un portafolio de servicios diversificado y de protocolos de atención adaptados al tipo de cliente. Es igualmente importante para los hacedores de política pública, quienes pueden contar con la industria microfinanciera para la implementación de políticas enfocadas en los más vulnerables.

A lo largo del libro encontrarán evidencia de los esfuerzos que han venido haciendo las instituciones microfinancieras en la construcción de un país más desarrollado e inclusivo, lo cual ha sido posible gracias a la apertura de los entes reguladores y al apoyo de entidades nacionales e internacionales de desarrollo. En especial, quiero agradecer al Banco de la República y su equipo técnico por el apoyo brindado para la elaboración de investigaciones de este tipo que le dan solidez a la industria microfinanciera.

En el primer capítulo encontrarán una caracterización del mercado de microcrédito en Colombia entre 2010 y 2020, destacando las particularidades de este tipo de préstamos en términos de monto, destino, plazo y destino. De igual manera, se resalta los avances en cobertura de las entidades microfinancieras y los sectores económicos más representativos. Asimismo, se destacan las principales características de los clientes de microcrédito y su evolución en el periodo de análisis.

En el segundo capítulo se analiza la dinámica del microcrédito desagregando entre las entidades que son vigiladas por Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) y las que no. De igual manera, se presentan los resultados de un modelo de los determinantes de morosidad de la cartera de microcrédito en Colombia, con el fin de ampliar el conocimiento de la industria sobre los factores de mayor riesgo para su cartera.

El tercer capítulo presenta un resumen de la literatura reciente sobre las mediciones de impacto del microcrédito y se exponen los resultados de un análisis sobre la incidencia de la pobreza y vulnerabilidad entre los clientes de microcrédito en Colombia. Complementando lo anterior se expone un modelo que muestra el impacto del microcrédito en el PIB per cápita por municipio y el bienestar de la población.

El cuarto capítulo, por su parte, describe cómo se ha transformado la oferta de las entidades microfinancieras en diferentes zonas geográficas y examina las reacciones de los proveedores de crédito que operan en los mercados locales frente a la entrada-salida de nuevos competidores. Asimismo, estudia las características de los mercados locales que pueden influenciar las decisiones de las entidades financieras respecto a su red de oficinas.

Finalmente, el capítulo quinto presenta una reseña de las quince entidades pertenecientes a Asomicrofinanzas que compartieron sus microdatos para la realización de este trabajo. A lo largo del libro también encontrarán cinco recuadros que complementan los análisis descritos. Los temas abordados incluyen el estado de los micronegocios en Colombia, el uso de métodos alternativos de scoring, los indicadores sociales para la industria microfinanciera, la oferta de microseguros por parte de entidades del sector y su rol en la inclusión financiera de migrantes.

**María Clara Hoyos Jaramillo**  
Presidente Ejecutiva Asomicrofinanzas





Imagen cortesía de Microempresas de Colombia

# CAPÍTULO 1

---

## Caracterización del microcrédito

---

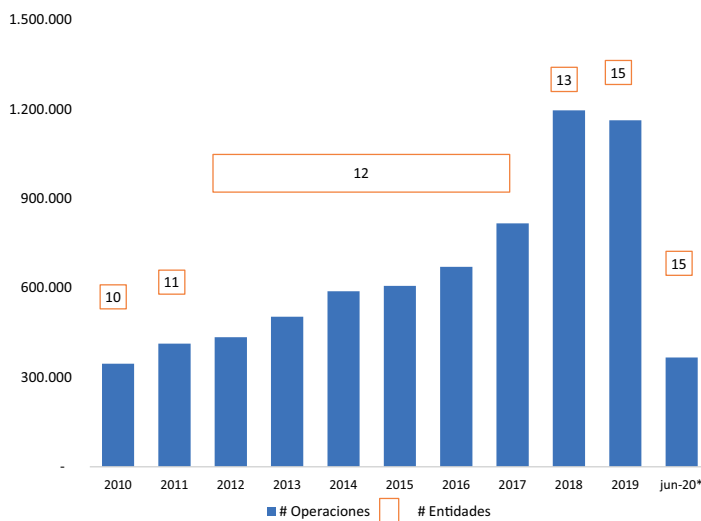
En este capítulo se caracteriza el mercado de microcrédito en Colombia y sus beneficiarios con base en la información reportada por las entidades adscritas a la Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras (Asomicrofinanzas) en el marco de un convenio con el Banco de la República y el Fondo 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

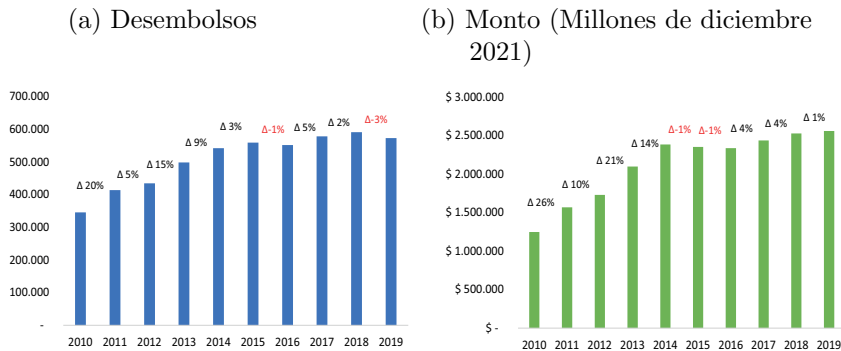
Con el fin de conocer la dinámica del microcrédito, se construyó una base balanceada<sup>1</sup> con los datos de las diez entidades que reportan

---

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

información desde 2010 a 2019<sup>2</sup>. 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

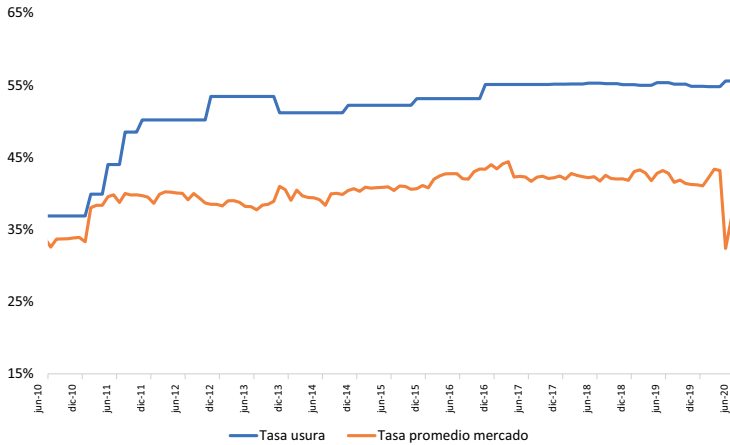


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

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).

<sup>2</sup>Se excluyó el año 2020 porque la información no es completa.

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

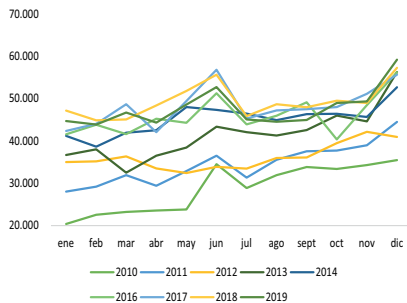


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

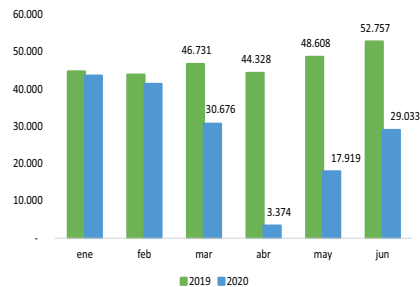
Cuando se analiza la dinámica de las colocaciones de esta modalidad de crédito, se aprecia que los meses de junio y diciembre son los más representativos, alcanzado su pico más alto en este último mes (figura 1.4a). Como se muestra en la figura 1.4b, la pandemia de Covid-19 impactó significativamente 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

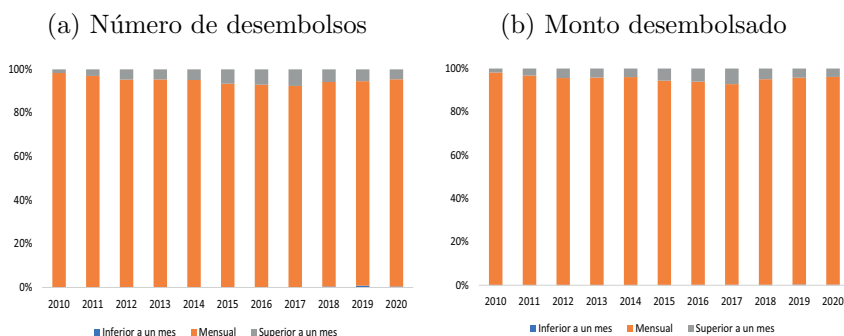


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

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

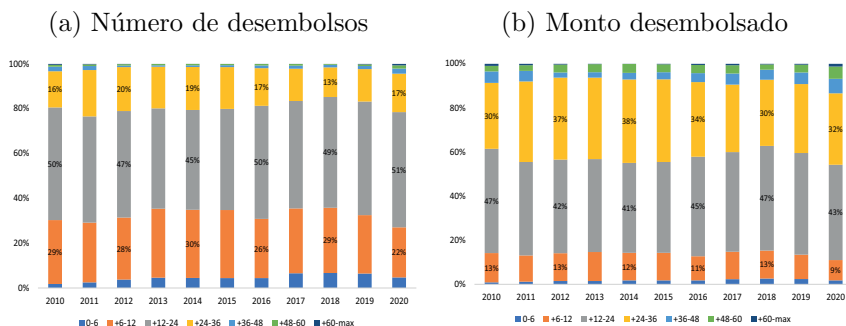


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

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)<sup>3</sup>, 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



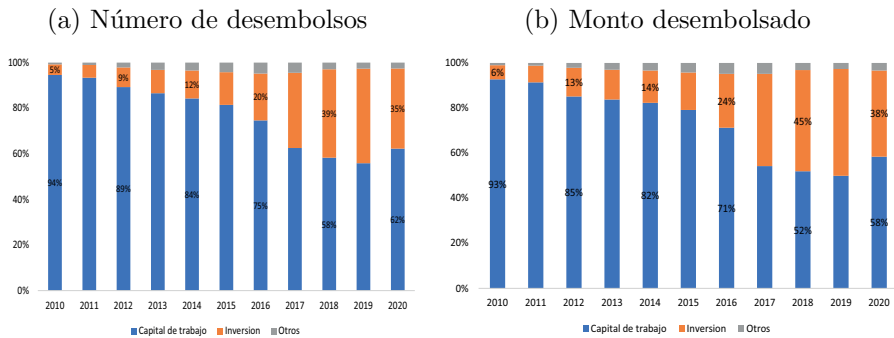
Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

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.

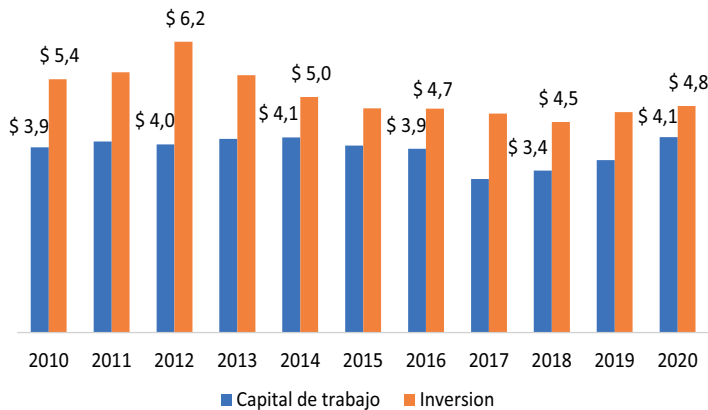
<sup>3</sup>El PAD es un conjunto de medidas para que las instituciones financieras gestionen los compromisos financieros de los deudores ante la afectación de sus ingresos o capacidad de pago en la coyuntura (Circulares Externas 007 y 014 de la SFC).

**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.

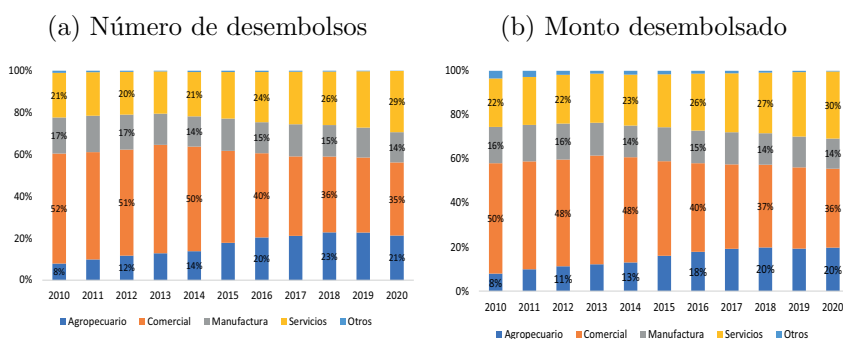
En el periodo de análisis, la representatividad del sector comercio pasó del 52 % al 35 % en términos de las operaciones, y del 50 % al 36 % en cuanto al monto desembolsado (figuras 1.9a y 1.9b). Por su parte, el sector agropecuario ganó representatividad pasando, en su orden, del 8 % al 21 % de las 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.

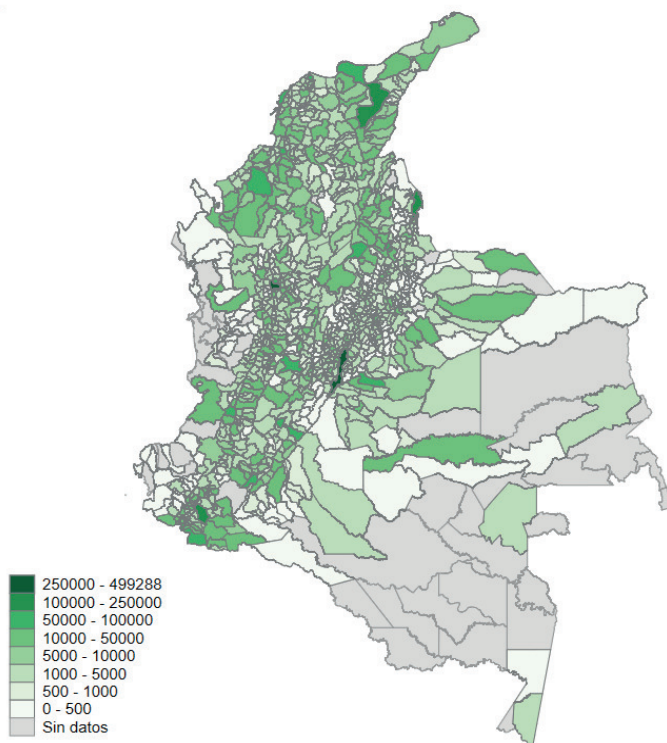
**Figura 1.9.** Distribución del microcrédito por sector económico



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

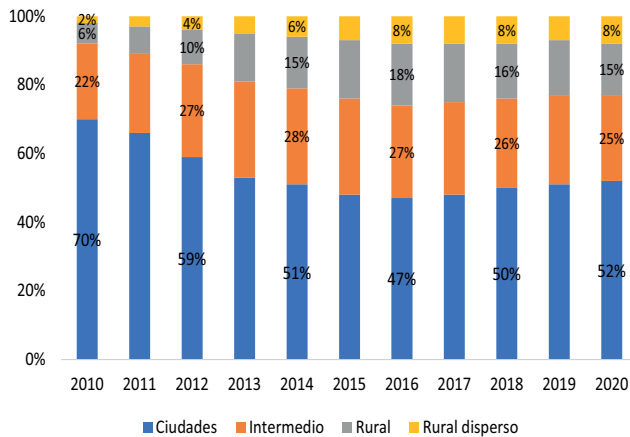
Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

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 %,

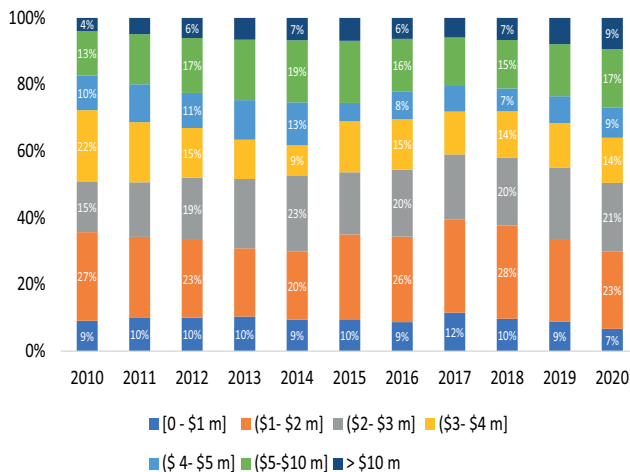
lo cual puede estar explicando por la mayor representatividad de los préstamos destinados a inversión (figura 1.12).

**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

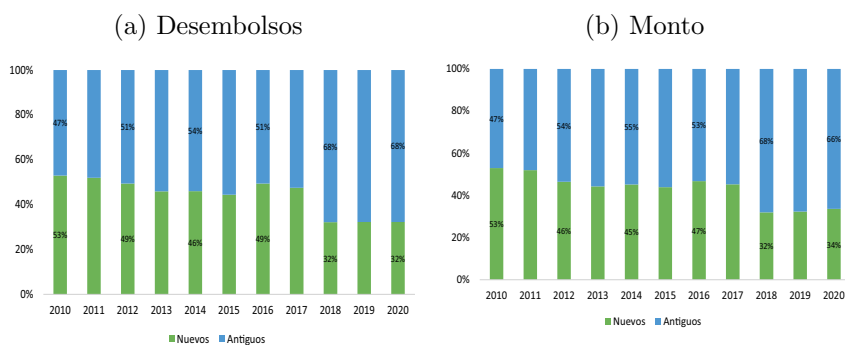


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

## 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



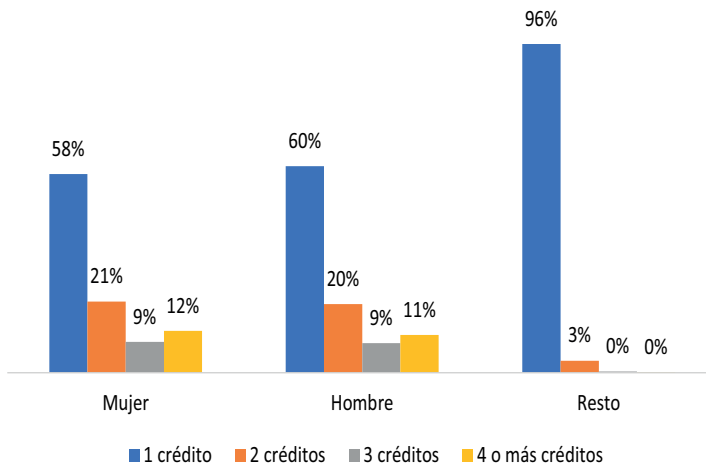
Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

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

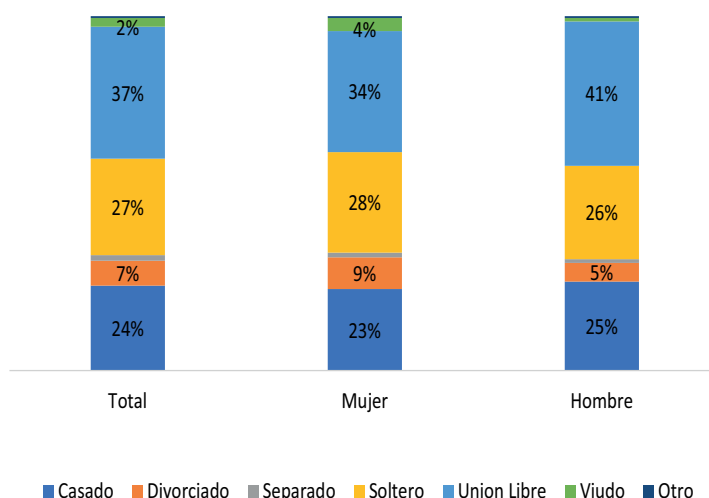


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

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



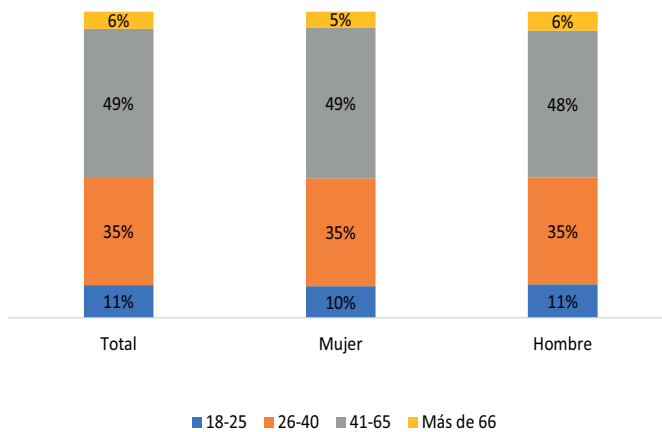
Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

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).

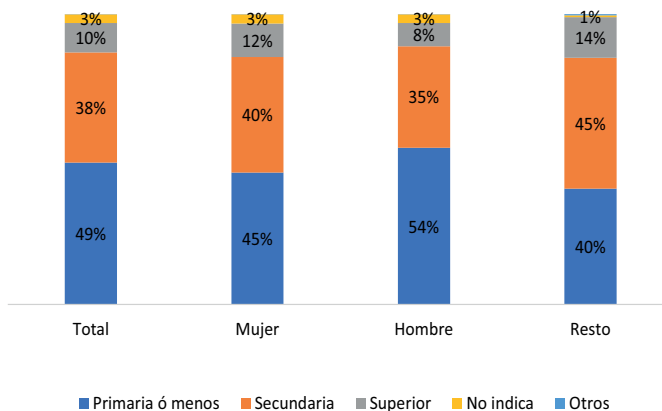
Al desagregar por sexo, se evidencia que un mayor número de clientes mujeres completó la secundaria y su formación superior (técnica y/o universitaria), lo cual es acorde con las cifras agregadas reportadas por el Ministerio de Educación Nacional.

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



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

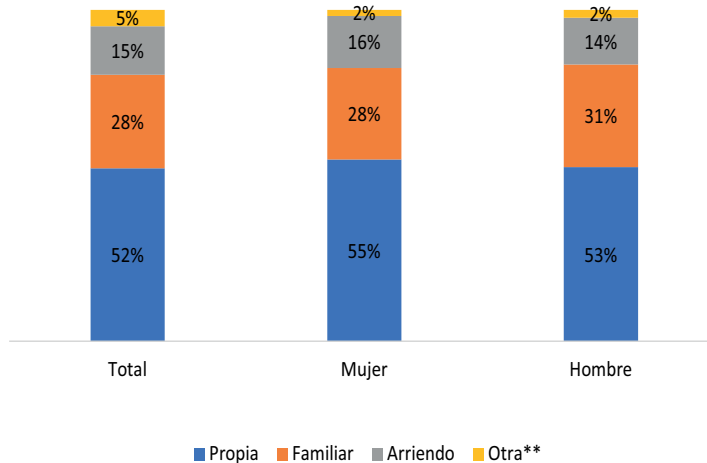
**Figura 1.18.** Distribución de los clientes por nivel educativo



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



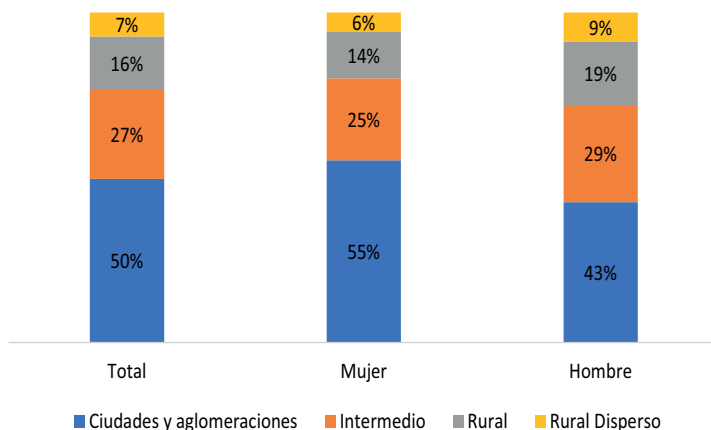
Se excluye la categoría Resto porque para la mayoría de registros no se dispone de información del tipo de vivienda.

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

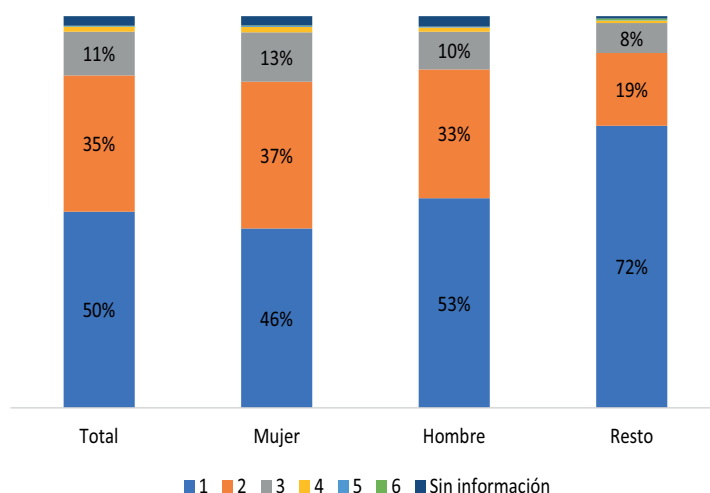
El 56 % de los clientes tienen personas a cargo, con un promedio de 2 dependientes. De las clientes mujeres, el 56 % tiene personas a cargo, con un promedio de 1,8. En el caso de los hombres, este porcentaje asciende a 58 % con un promedio de 2,1. Dentro de la categoría Resto, que incluye a las personas 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

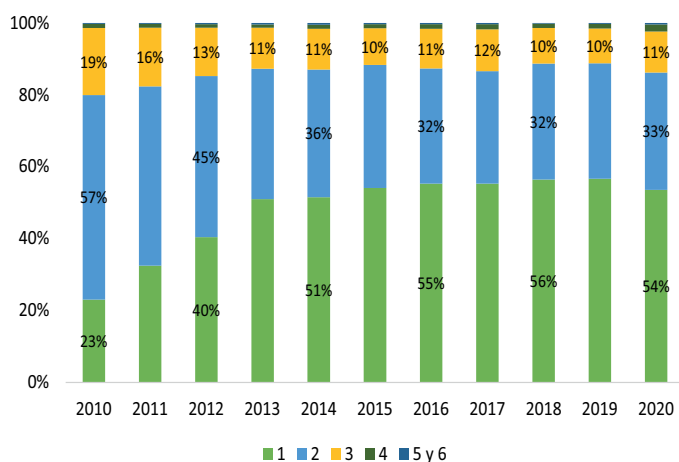
al 32 % y 10 %, respectivamente. La representatividad de los estratos 4, 5 y 6 sigue siendo muy baja.

**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

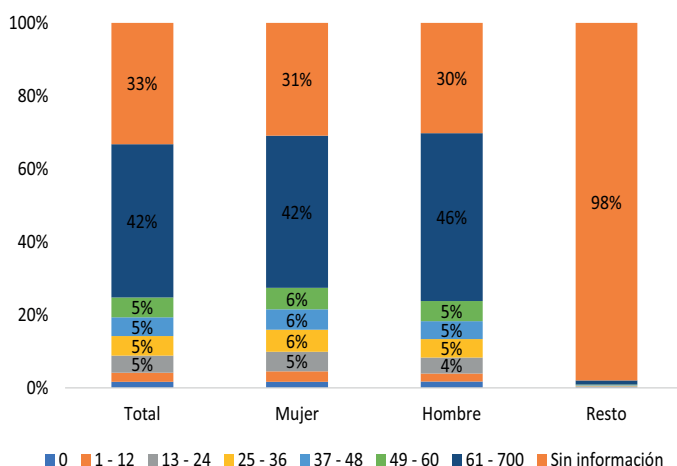


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

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

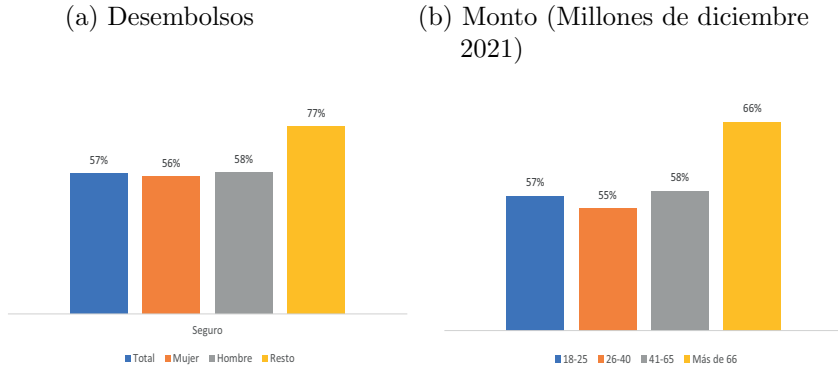


Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

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

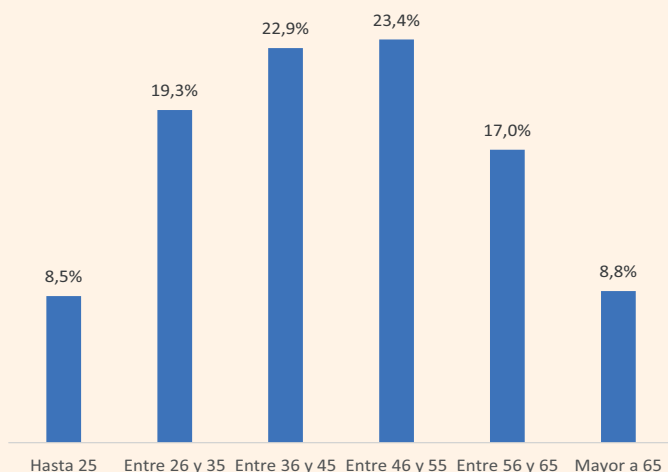
---

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 m<sup>4</sup>. 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.

---

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

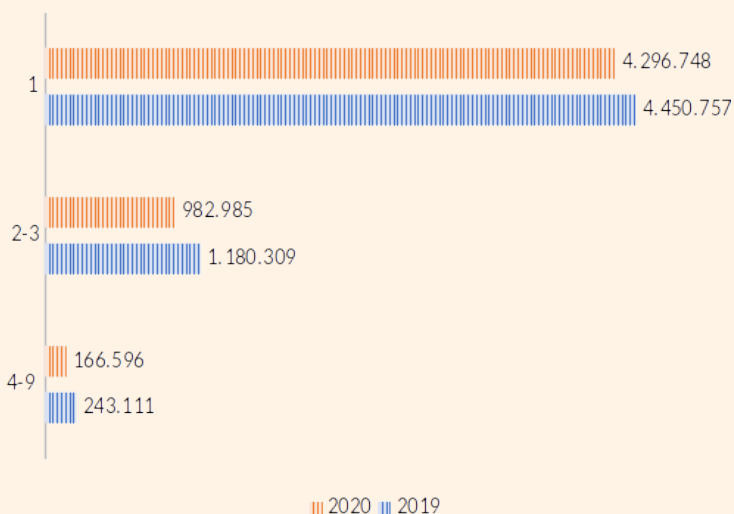
**Figura 1.25.** Distribución etaria de los propietarios de los micronegocios, en 2020

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 <sup>a</sup>	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

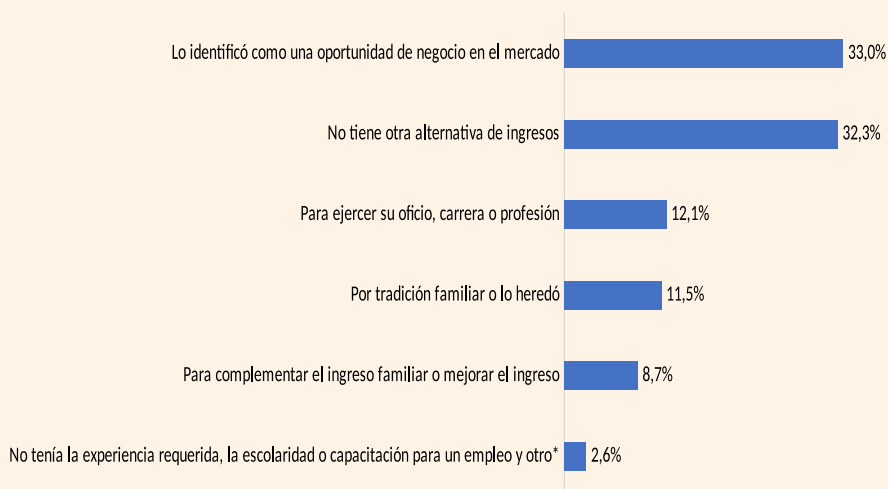
**Tabla 1.11.** Distribución de los micronegocios por el resto de sectores económicos (2020)

	# 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.

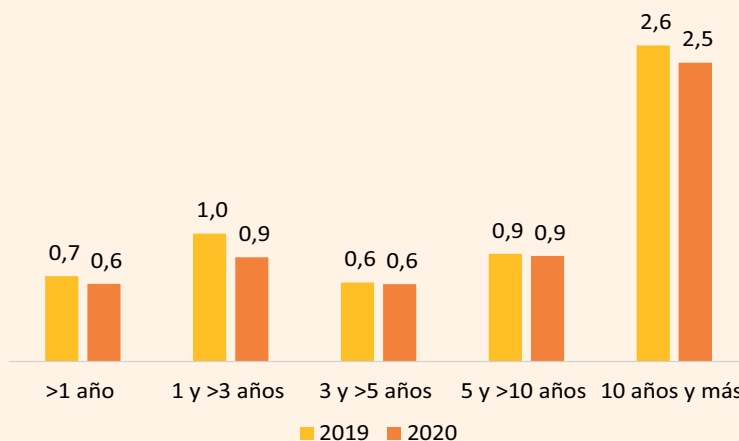
**Figura 1.27.** Motivo principal para la creación del negocio



\* 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

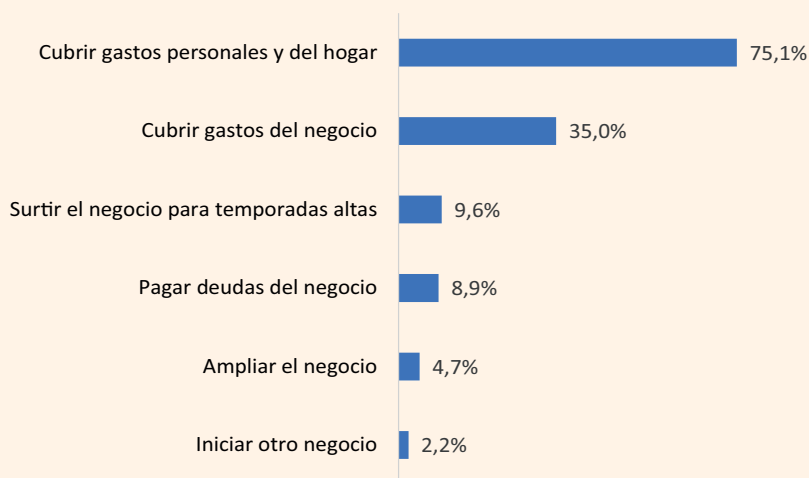
Fuente: DANE

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 anterior<sup>5</sup>, 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

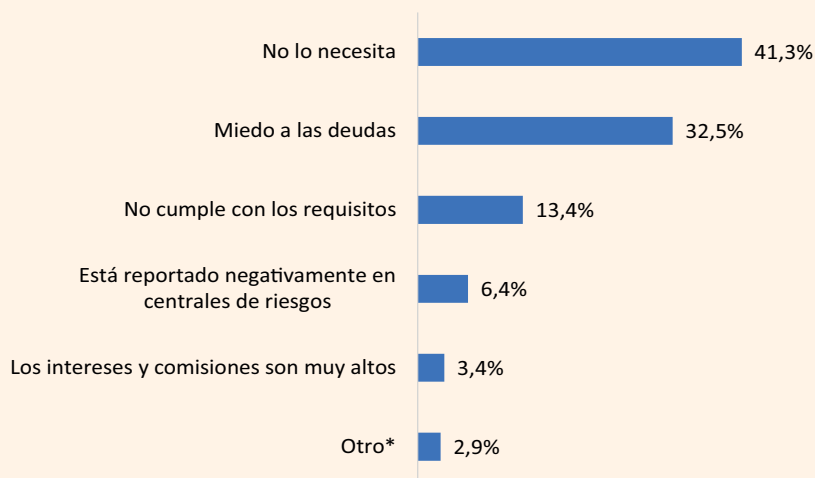
Respecto al acceso a crédito, el 81,2 % de los micronegocios no solicitó préstamos en el año anterior. Al comparar las cabeceras municipales (81,1 %) y los centros poblados y rurales dispersos (81,3 %) no se observan diferencias significativas. Al indagar por las razones para no solicitar un crédito, 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

---

<sup>5</sup>Dentro 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 aversión<sup>6</sup>.

**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

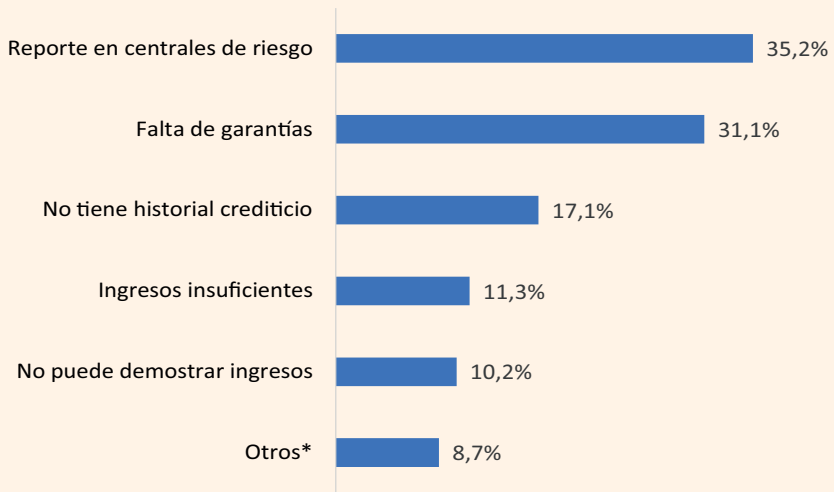
<sup>6</sup>Adicionalmente, el Estudio de Demanda de Inclusión Financiera de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), Banca de las Oportunidades (BdO) y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) de 2018 subraya que el 72 % de los microempresarios reportó que no tienen créditos porque no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

## CAPÍTULO 2

---

### Determinantes de la morosidad del microcrédito

---

#### 2.1. Introducción

En este capítulo se presenta, en primer lugar, un análisis de la dinámica del microcrédito desagregando entre las entidades que son vigiladas por Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) y las que no, usando la información agregada que recopila mensualmente Asomicrofinanzas de sus entidades afiliadas. Posteriormente, se presentan los resultados de un modelo de los determinantes de morosidad de la cartera de microcrédito en Colombia, con el fin de ampliar el conocimiento de la industria sobre los factores de mayor riesgo para su cartera.

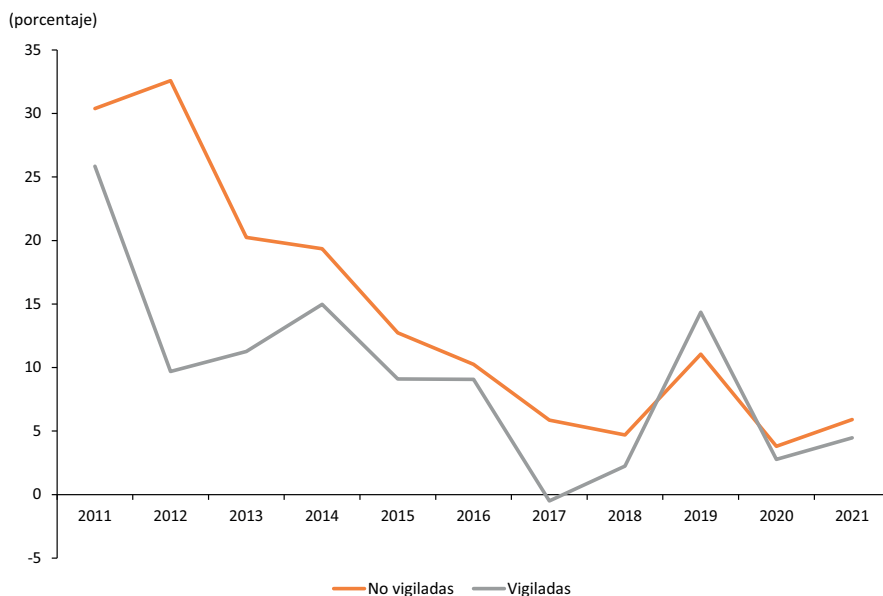
Como se aprecia en la figura 2.1, la cartera bruta de microcrédito de las entidades vigiladas y no vigiladas por la SFC presenta un comportamiento similar desde 2011<sup>1</sup>. Ambos grupos de entidades exhibieron una desaceleración hasta 2017; en 2018, las vigiladas empezaron

---

<sup>1</sup>Dentro de la cartera de microcrédito se excluye al Banco Agrario de Colombia, debido a que los créditos agropecuarios otorgados por esta entidad corresponden principalmente a créditos del pequeño productor agropecuario en los términos definidos por la Comisión Nacional de Crédito Agropecuario (CNCA). Según la regulación vigente, los préstamos del BAC son clasificados como microcréditos por el monto, pero no por la metodología empleada en su originación.

a mostrar una recuperación, y las no vigiladas lo hicieron en 2019. Esta recuperación se frenó durante 2020 debido a la pandemia de la Covid-19 (por su sigla en inglés), pero a partir de 2021 se observa una leve mejoría de la dinámica de este tipo de préstamos tanto para las entidades vigiladas como para las no vigiladas.

**Figura 2.1.** Promedio del crecimiento anual de la cartera de microcrédito de las entidades



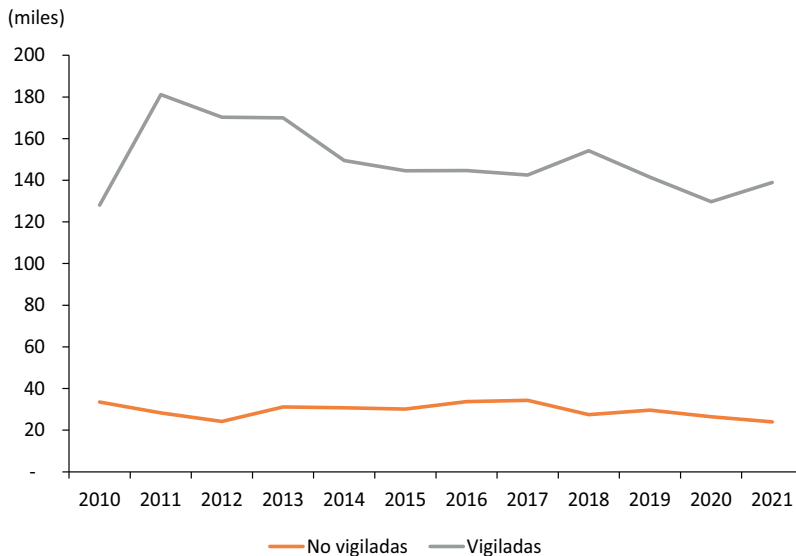
Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Al comparar el número de deudores promedio entre las entidades vigiladas y las no vigiladas, se observa que las primeras concentran un porcentaje mayor durante todo el periodo de análisis (figura 2.2). Desde 2013 hasta 2021, el promedio de deudores de microcrédito para las entidades no vigiladas se ha mantenido relativamente estable. Sin embargo, en el otro grupo de entidades esta cifra ha venido presentando una tendencia decreciente desde 2011, la cual se acentuó en el 2020 durante la emergencia sanitaria por Covid-19.

Respecto al indicador de mora (IM) se destaca una tendencia creciente desde 2011 y hasta 2016 en las no vigiladas; en las vigiladas se observa un aumento hasta 2013, después una mejoría sostenida hasta

2015 y, posteriormente, un repunte hasta 2017. Luego de estos años, la morosidad en ambos tipos de entidades se redujo, pero volvió a deteriorarse con la crisis sanitaria. En el caso de las no vigiladas en 2020 y de las vigiladas en 2021, y alcanzó el mayor nivel observado desde 2010. Con corte a diciembre de 2021, el IM mostró una mejoría en las no vigiladas, pero aún se encuentra por encima de los niveles registrados antes de la pandemia (figura 2.3).

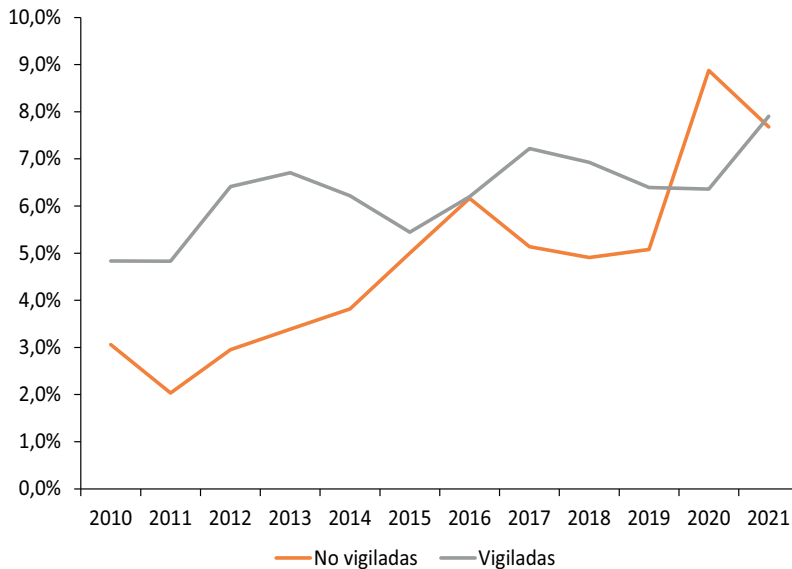
**Figura 2.2.** Número de deudores promedio, por tipo de entidad, de la cartera de microcrédito



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

A pesar del incremento en el indicador de mora durante 2020 y 2021, los efectos de la crisis sanitaria fueron mitigados parcialmente por las instrucciones que impartió la SFC para mitigar los efectos derivados de la Covid-19, así como los acuerdos que se lograron con los clientes para asegurar su reactivación económica en la medida en que se ponían al día con sus deudas vigentes. Como se mencionó en el Capítulo 1, estas medidas no sólo fueron implementadas por las entidades vigiladas sino también por las no vigiladas.

**Figura 2.3.** Indicador de mora de la cartera de microcrédito



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

La principal medida de la SFC consistió en permitir a las entidades que otorgaran periodos de gracia a los deudores que no pudieran continuar cumpliendo el pago de sus obligaciones, sin afectar su calificación crediticia<sup>2</sup>. Su implementación tuvo un impacto sobre el saldo de la cartera vigente, debido a que, además de contener su deterioro, introdujo un efecto positivo, pues permitió la reclasificación del saldo de cartera de deudores que al 29 de febrero de 2020 presentaban una mora entre treinta y sesenta días como cartera al día. Con el fin de la vigencia de estas medidas y debido a la persistencia de la afectación de los deudores por cuenta de la prolongación de las medidas de aislamiento preventivo, la SFC generó una segunda etapa de medidas para garantizar soluciones estructurales a los deudores que denominó Programa de Acompañamiento a Deudores (PAD)<sup>3</sup>. El PAD les brindó a las entidades y sus prestatarios herramientas para que, de acuerdo

---

<sup>2</sup>Medidas impartidas a través de la expedición por parte de la SFC de las Circulares Externas 007 y 014 de 2020.

<sup>3</sup>El PAD fue implementado con la expedición por la SFC de la Circular Externa 022 del 30 de junio de 2020.

con su nueva realidad económica, pudieran redefinir las condiciones de sus créditos. Este programa estuvo vigente por un año desde el 1 de agosto de 2020.

Con el fin de enriquecer el análisis sobre el comportamiento de pago de los clientes de microcrédito, se presenta a continuación un resumen de la bibliografía reciente sobre el tema, así como un modelo estimado por los autores con base en la base de datos descrita en el Anexo 1 del Capítulo 1. Los principales resultados de este Capítulo revelan que las mujeres, los jóvenes, los deudores de estratos bajos, los que no tienen un compañero permanente, los que tienen más personas a cargo y los que viven en las regiones Caribe, Pacífica y de la Orinoquia tienen una mayor probabilidad de presentar episodios de morosidad.

Este análisis es clave en la medida en que como lo muestran Altman, E. y Sabato, G. (2013), en un estudio del mercado estadounidense, las pequeñas y medianas empresas son distintas a las grandes respecto al riesgo crediticio. De hecho, una barrera para instituciones microfinancieras es la baja o inexistente información confiable de la salud financiera de la población objetivo de este tipo de crédito, por lo que las entidades deben acercarse más al microempresario para intentar recopilar información personal que les permita inferir si es un buen o mal deudor. Esta información incluye variables de las condiciones socioeconómicas del empresario, la experiencia de este, el tipo de actividad que desempeña, entre otras. El trabajo de Cornée, S. (2020) respalda lo expuesto anteriormente, pues prueba que, para una cooperativa francesa dedicada al otorgamiento de microcrédito, los puntajes crediticios construidos a partir de este tipo de información predicen de una mejor manera los eventos de impago de los deudores.

Con base en lo anterior, se requiere que el microcrédito incorpore una metodología microcrediticia diferente a los préstamos comerciales habituales, para lo cual es pertinente que las entidades proveedoras de este tipo de préstamos monitoreen constantemente los determinantes de la morosidad de sus deudores, con el fin de seguir desarrollando herramientas para una adecuada gestión del riesgo de crédito asociado a esta cartera.

## 2.2. Resumen de bibliografía

En Colombia, se han realizado diversas investigaciones que indagan sobre los determinantes de la morosidad de la cartera de microcrédito. Clavijo, F. (2016) utiliza información de una IMF colombiana y concluye que las variables socioeconómicas del deudor en el momento en que se le otorga el crédito (por ejemplo, edad, género, número de personas a cargo, estrato y tipo de vivienda) son determinantes para explicar la probabilidad de incumplimiento en esta cartera.

Estrada, D. y Hernández, A. (2019) complementaron ese trabajo mediante un ejercicio empírico similar con base en la información de créditos vigentes a diciembre de 2017 para quince IMF. Los autores incluyen otras variables relacionadas con el nivel de pobreza y ruralidad del deudor y unas relacionadas con las entidades (por ejemplo, si son bancos de nicho o forman parte del sector solidario), y hallaron que los clientes de microcrédito por debajo de la línea de pobreza tienen una menor probabilidad de presentar episodios de mora y que el hecho de que un microcrédito sea otorgado por un banco de nicho o por una entidad perteneciente al sector solidario, respecto a que sea otorgado por un banco universal, resulta en una menor probabilidad de presentar mora.

Adicional a estos dos trabajos, Clavijo et al (2020) estudian los determinantes de la morosidad específicamente para los créditos colocados a microempresarios que desempeñan su actividad en municipios rurales y rurales dispersos. Utilizan la misma base de datos empleada por Estrada, D. y Hernández, A. (2019) y le adicionan unas variables categóricas que indican si los créditos se otorgaron en el mismo municipio donde el deudor desarrolla sus actividades productivas, y si la IMF colecta información cualitativa del cliente (por ejemplo, la percepción que tiene de él su círculo social) y utiliza estrategias durante la originación y/o la amortización del crédito para prevenir que los clientes incurran en mora.

Esos autores hallaron, entre otros: (i) los micronegocios desarrollados en municipios con Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET) tienen mayores probabilidades de entrar en mora; (ii) tener una oficina o asesor móvil en el mismo municipio donde el microempresario desarrolla sus actividades reduce la probabilidad de atraso

en el pago de las cuotas; y (iii) aquellos préstamos aprobados por entidades que utilizan información cualitativa en sus procesos y que emplean mecanismos durante el proceso de amortización de aquellos para prevenir que sus clientes incurran en mora evidencian una menor probabilidades de impago.

### 2.3. Análisis de datos

La base de datos utilizada para la estimación del modelo de determinantes de morosidad de la cartera de microcrédito contiene 1.326.357 observaciones, que incluyen información sobre las características sociodemográficas de los deudores con créditos vigentes a junio de 2020 y detalle del comportamiento de pago de dichos clientes. La muestra incluye créditos otorgados entre enero de 2010 y junio 2020 de las quince entidades participantes en este estudio.

Al analizar la distribución de la muestra de créditos por región geográfica<sup>4</sup>, en junio de 2020 se aprecia que las entidades microfinancieras en Colombia se enfocan en financiar a personas, hogares y microempresas de las regiones Andina, Caribe y Pacífica, las cuales concentran aproximadamente el 87 % de los préstamos otorgados.

Por otro lado, en la tabla 2.1 se presenta la desagregación por tipo de municipio; esto es, del total de créditos, el 16 % se otorgaron en municipios clasificados rurales, y el 84 % en zonas urbanas<sup>5</sup>. Al analizar el desempeño de los créditos, se puede observar que el 24 % de aquellas obligaciones otorgadas en las zonas rurales ha exhibido episodios de morosidad<sup>6</sup>, y, en las zonas urbanas, este porcentaje es

---

<sup>4</sup>La región Caribe incluye los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena, Sucre y San Andrés; la región Andina, los departamentos de Antioquia, Boyacá, Caldas, Cundinamarca, Huila, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander y Tolima; la región Pacífica, los departamentos de Chocó, Cauca, Nariño y Valle del Cauca; la región de la Orinoquia, los departamentos de Arauca, Casanare, Meta y Vichada; la región de la Amazonía, los departamentos de Amazonas, Caquetá, Guainía, Guaviare, Putumayo y Vaupés; y por último, debido a su importancia, se dejó a la ciudad de Bogotá como una región por separado.

<sup>5</sup>No fue posible clasificar al 0,3 % de las observaciones en alguna de las dos categorías rural o urbano.

<sup>6</sup>Un episodio de morosidad ocurre cuando un crédito presenta más de 30 días de mora.

del 26 %. Al analizar la morosidad por región, se observa que la región de la Amazonia y Bogotá son los territorios que muestran el mejor comportamiento, en contraste con las regiones Caribe y Pacífica.

**Tabla 2.1.** Porcentaje de créditos otorgados y en mora, por región política

Región	Total créditos		Créditos en mora	
	Rural	Urbano	Rural	Urbano
Amazonía	1 %	2 %	15 %	20 %
Andina	7 %	37 %	22 %	23 %
Caribe	5 %	22 %	25 %	31 %
Orinoquía	1 %	4 %	28 %	27 %
Pacífica	3 %	14 %	29 %	29 %
Bogotá	0 %	6 %	0 %	18 %
<b>Total</b>	<b>16 %</b>	<b>84 %</b>	<b>24 %</b>	<b>26 %</b>

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

En la tabla 2.2 se presenta la media del número de personas a cargo<sup>7</sup>, la experiencia del deudor en la actividad que realiza<sup>8</sup> y la antigüedad del negocio<sup>9</sup> de la muestra total, el grupo de créditos que nunca ha estado en mora y el grupo de créditos morosos<sup>10</sup>. Como se observa, el número de personas promedio que dependen económicamente del deudor está entre 1 y 2 para las tres muestras analizadas, mientras que en experiencia en la actividad y antigüedad del negocio, la media de los clientes morosos es menor que la de los deudores que nunca registraron atrasos en el pago de sus obligaciones financieras, valores que además son estadísticamente diferentes<sup>11</sup>.

<sup>7</sup>El 3,6 % de las observaciones no contaba con valores para esta variable.

<sup>8</sup>El 59,1 % de las observaciones no contaba con valores para esta variable.

<sup>9</sup>El 17,4 % de las observaciones no contaba con valores para esta variable.

<sup>10</sup>La experiencia de la actividad se refiere al número de años que lleva el cliente realizando su actividad económica; la antigüedad se refiere al número de años que tiene el negocio para el cual se otorgó el microcrédito.

<sup>11</sup>En esta sección, la diferencia estadística de medias entre grupos para las distintas variables (no categóricas) utilizadas, se evalúa con el método Unpaired t-

**Tabla 2.2.** Prueba de diferencia de medias

	<b>Total</b>	<b>Sin Mora</b>	<b>En Mora</b>	<b>Prueba</b>	<b>N</b>
<b>Variable</b>	Media	Media	Media		
Personas a cargo	1,13 (-1,16)	1,13 (1,15)	1,16 (1,21)	Prob >  z  = 0,000	2,8m
Experiencia actividad	5,9 (9)	7,07 (9,4)	1,33 (4,7)	Prob >  z  = 0,000	1,7m
Antigüedad del negocio	11,9 (8,9)	12,1 (9)	10,9 (8,7)	Prob >  z  = 0,000	2,6m

Los valores entre parentésis ilustran la desviación estandard.

m=millones.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Respecto a la edad<sup>12</sup>, la variable se dividió en tres categorías que clasifican al deudor como joven si tiene entre 18 y 30 años; adulto, si está entre los 30 y 60 años de edad, y adulto mayor, si es mayor de 60 años de edad. Se observa que la mayor proporción de los deudores de microcrédito son adultos (69%), seguido por los jóvenes (17%) y adultos mayores (14%). En morosidad, los adultos presentan una proporción de préstamos morosos significativamente mayor que los demás rangos de edades (67%), seguidos por los jóvenes (21%) y los adultos mayores (12%), diferencias que prueban ser estadísticamente significativas (tabla 2.3)<sup>13</sup>.

En cuanto al género<sup>14</sup>, el 54% de los créditos analizados se otorgaron a mujeres. Como se observa en la tabla 2.4, los hombres presentaron un porcentaje de morosidad 6 puntos porcentuales (pp) menor al exhibido por las mujeres con el 47%. Por otro lado, de la tabla 2.5 se infiere que casi la totalidad de los préstamos (97%) se otorgan a individuos de estratos bajos (1, 2 y 3), y la diferencia en la incidencia de la mora entre dichas categorías es estadísticamente significativa.

---

Student, el cual prueba la hipótesis nula de que las medias poblacionales relacionadas con dos muestras aleatorias independientes de una distribución aproximadamente normal son iguales (Altman, E. y Sabato, G. (2013); Armitage, P., y Berry, G. (1994).

<sup>12</sup>El 0,02% de las observaciones no contaba con valores para esta variable.

<sup>13</sup>En esta sección, la diferencia estadística en morosidad entre las categorías de las distintas variables dummy utilizadas se evalúa mediante la prueba de *Pearson*.

<sup>14</sup>El 0,76% de las observaciones no contaba con información para esta variable.

**Tabla 2.3.** Prueba estadística para la variable edad

Edad	Participación		Prueba estadística	N
	Total	En Mora		
Joven	17 %	21 %	Pearson $\chi^2 = 9,300$	498.438
Adulto	69 %	67 %		2.016.669
Adulto Mayor	14 %	12 %	Prob $>  z  = 0,000$	419.686

Prueba estadística no paramétrica de diferencias en la morosidad entre categorías.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

**Tabla 2.4.** Prueba estadística para la variable género

Género	Participación		Prueba estadística	N
	Total	En Mora		
Mujer	54 %	53 %	Pearson $\chi^2 = 344,13$	1.591.787
Hombre	45 %	47 %	Prob $>  z  = 0,000$	1.331.602

Prueba estadística no paramétrica de diferencias en la morosidad entre categorías.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

**Tabla 2.5.** Prueba estadística para la variable estrato socioeconómico

Estrato	Participación		Prueba estadística	N
	Total	En Mora		
1	57 %	54 %	Pearson $\chi^2 = 2600$	1.668.897
2	31 %	33 %	Prob $>  z  = 0,000$	904.082
3	10 %	10 %		284.003
4	1 %	1 %		30.137
5	0,2 %	0 %		5.182
6	0,1 %	0 %		2.764

Prueba estadística no paramétrica de diferencias en la morosidad entre categorías.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Por otro lado, el 63 % de los créditos se otorgaron a individuos que viven en pareja, ya sea casados (29 %) o en unión libre (34 %)<sup>15</sup>. Se resalta que cerca del 30 % de los préstamos se les aprobaron a individuos solteros. Respecto a la morosidad, la data revela que las personas en unión marital de hecho tienen un mayor porcentaje de morosidad (38 %), y las separadas y viudas presentan una menor proporción de créditos en mora (1 %; Tabla 2.6).

**Tabla 2.6.** Prueba estadística para la variable estado civil

Estado Civil	Participación		Prueba estadística	N
	Total	En Mora		
Casado	29 %	20 %	Pearson $\chi^2 = 44000$	844.299
Divorciado	3 %	4 %	Prob $>  z  = 0,000$	93.700
Separado	3 %	1 %		88.140
Soltero	29 %	35 %		845.422
Unión Libre	34 %	38 %		991.277
Viudo	2 %	1 %		66.004

Prueba estadística no paramétrica de diferencias en la morosidad entre categorías.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Al analizar el nivel de educación de los clientes<sup>16</sup>, se aprecia que las IMF enfocan sus esfuerzos en otorgar recursos a personas que no han estudiado una carrera profesional o técnica. De hecho, casi la mitad de los créditos de la muestra se otorgaron a personas con educación primaria o un nivel educativo menor, y tan solo el 11 % se destinó a deudores con educación superior o mayor. Se destaca que aquellos préstamos aprobados a personas con educación secundaria o menor presentan el mayor porcentaje de morosidad (tabla 2.7).

<sup>15</sup>El 0,23 % de las observaciones no contaba con información para la variable del estado civil.

<sup>16</sup>El 4,35 % de las observaciones no contaba con información para la variable de nivel educativo.

**Tabla 2.7.** Prueba estadística para la variable nivel educativo

Nivel Educativo	Participación		Prueba estadística	N
	Total	En Mora		
Primaria o menor	49 %	45 %	Pearson $\chi^2 = 5900$	1.422.449
Secundaria	39 %	44 %	Prob $>  z  = 0,000$	1.128.859
Superior o mayor	11 %	11 %		322.581

Prueba estadística no paramétrica de diferencias en la morosidad entre categorías.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Al analizar el tipo de vivienda<sup>17</sup> en la que habitan los individuos a los que se les aprobaron los créditos de la muestra, se aprecia que el 57 % habitan en una vivienda propia, el 28 % en una de tipo familiar y el 14 % en una arrendada. Respecto al desempeño de los créditos, los préstamos otorgados a individuos con casa propia presentan el mayor porcentaje de morosidad (48 %), seguidos por los que habitan en una vivienda de tipo familiar (32 %; tabla 2.8).

**Tabla 2.8.** Prueba estadística para la variable propiedad vivienda

Propiedad Vivienda	Participación		Prueba estadística	N
	Total	En Mora		
Arrendada	14 %	19 %	Pearson $\chi^2 = 28000$	414.286
Empresa	0,2 %	0 %	Prob $>  z  = 0,000$	5.282
Familiar	28 %	32 %		818.620
Propia	57 %	48 %		1.662.873

Prueba estadística no paramétrica de diferencias en la morosidad entre categorías.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Respecto al sector económico<sup>18</sup>, se observa que el 35 % de los créditos se otorgaron a personas que pertenecen al sector comercio, de los cuales

<sup>17</sup>El 0,93 % de las observaciones no contaba con información para la variable de tipo de vivienda.

<sup>18</sup>El 46,8 % de las observaciones no contaba con información para la variable de sector económico. El sector económico agropecuario tiene en cuenta las siguientes clasificaciones: agropecuario, agroindustria, agricultura, pecuario y especies menores, transformación y agroindustria y actividades complementarias. El sector

el 37 % presentan más de 30 días de mora, seguido por el sector servicios (26 %), de los cuales el 22 % están en mora; y el sector agropecuario (25 %) que registra la segunda morosidad más alta (27 %; tabla 2.9). Por último, el sector industrial representa el 14 % de los créditos otorgados, con una mora del mismo porcentaje.

**Tabla 2.9.** Prueba estadística para la variable sector económico

Sector Económico	Participación		Prueba estadística	N
	Total	En Mora		
Agropecuario	25 %	27 %	Pearson $\chi^2 = 2100$	207.426
Comercial	35 %	37 %	Prob $>  z  = 0,000$	289.330
Industrial	14 %	14 %		113.767
Servicios	26 %	22 %		212.953

Prueba estadística no paramétrica de diferencias en la morosidad entre categorías.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

En las tablas 2.10 y 2.11, se aprecia que el monto promedio otorgado por las IMF vigiladas es mayor que el otorgado por las no vigiladas en aproximadamente \$700.000 y que la tasa de interés es alrededor de 5 pp más alta en las no vigiladas. Entre grupos (con mora y sin esta), las pruebas estadísticas evidenciaron diferencias entre las medias de estas variables para un nivel de confianza del 1 %. Por una parte, se observa que el monto promedio de la muestra no morosa es mayor tanto para las entidades vigiladas como las no vigiladas. Por otra parte, la tasa de interés que registran los créditos en mora es menor que la de la muestra sin mora para ambos tipos de entidades.

---

económico servicios tiene en cuenta estas categorías: servicios generales, servicios profesionales, empleado doméstico, operario, auxiliar de oficina, financiero, consumo, educación, no económicas, proyectos no agropecuarios y transporte. Finalmente, el sector económico industrial tiene en cuenta las siguientes clasificaciones: minería, producción, producción primaria, construcción y vivienda.

**Tabla 2.10.** Monto del crédito y tasa de interés para entidades vigiladas

<b>Variable</b>	<b>Total</b>	<b>Sin mora</b>	<b>En mora</b>	<b>Prueba</b>
	Media	Media	Media	
Monto crédito	4.815.941 (5.478.101)	5.057.132 (5.746.481)	4.143.494 (4582197)	$Prob >  z  = 0,000$
Tasa de interés	38,92 (6,61)	39,26 (7,09)	37,96 (4,92)	$Prob >  z  = 0,000$

Los valores entre parentésis ilustran la desviación estandard.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

**Tabla 2.11.** Monto del crédito y tasa de interés para entidades NO vigiladas

<b>Variable</b>	<b>Total</b>	<b>Sin mora</b>	<b>En mora</b>	<b>Prueba</b>
	Media	Media	Media	
Monto crédito	4.134.202 (4,579,331)	4.343.516 (4,844,211)	3.467.593 (4582197)	$Prob >  z  = 0,000$
Tasa de interés	43,77 (6,04)	44,02 (6,47)	42,98 (4,27)	$Prob >  z  = 0,000$

Los valores entre parentésis ilustran la desviación estandard.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

## 2.4. Modelo econométrico, metodología de estimación y resultados

El modelo econométrico principal tiene la siguiente especificación:

$$Y_i = X_i' \beta + Z_i' \delta + \epsilon_i \quad (2.1)$$

Donde:  $Y_i$ : variable dependiente de carácter binario que toma el valor de 1 si el microcrédito  $i$  ha registrado un episodio de mora (más de 30 días de atraso) durante el periodo de análisis, y 0 de lo contrario.

$X_i'$ : vector que contiene todas las observaciones de las variables explicativas de cada microcrédito de la muestra, en el momento de otorgamiento al deudor.

$Z_i'$ : vector que contiene la información de las variables de control de cada préstamo en el momento de su origen.

$\epsilon_i$ : término de error de la regresión.

La mayoría de las variables explicativas están asociadas al deudor y son: género, edad, estado civil, nivel de estudio, tipo de vivienda, número de personas a cargo, estrato socioeconómico, una proxy de ruralidad y región donde le otorgaron el microcrédito al deudor. Finalmente, como variables de control se incluyen el monto inicial del crédito y la tasa de interés efectiva anual.

El modelo se estima utilizando la metodología *Probit* para cuatro niveles de morosidad distintos, los cuales se determinan de acuerdo con la clasificación que realiza la SFC para la cartera de microcrédito<sup>19</sup>. La primera categoría es cartera vencida, y en esta se clasifican aquellos créditos que presentan entre 31 y 60 días de mora. La segunda es cartera de riesgo apreciable, en la cual entran todos aquellos préstamos que tengan entre 61 y 90 días de mora. La tercera es cartera de riesgo significativo, en la que se incluyen los créditos con una morosidad entre 91 y 120 días. La cuarta categoría es cartera irrecuperable, en la que se clasifican todas las obligaciones que exhiban más de 120 días de atraso.

De acuerdo con lo anterior, la variable dependiente toma el valor de 1, si:

- El crédito presentó alguna vez un nivel de morosidad de más de 30 días (primera estimación).
- El crédito presentó alguna vez un nivel de morosidad de más de 60 días (segunda estimación).
- El crédito presentó alguna vez un nivel de morosidad de más de 90 días (tercera estimación).
- El crédito presentó alguna vez un nivel de morosidad de más de 120 días (cuarta estimación).

En las tablas 2.12 y 2.13, se presentan los resultados de la estimación para cada uno de los cuatro niveles de morosidad. En particular, la tabla 2.13 permite cuantificar la relación de cada una de las variables explicativas con la probabilidad de que un crédito registre alguno de los cuatro episodios de mora analizados. Se puede observar que,

---

<sup>19</sup>Circular Básica Contable y Financiera (Circular Externa 100 de 1995). Capítulo II. Anexo 1.

aunque las cuatro estimaciones presentan valores bajos del pseudo  $R^2$ , todas presentan valores del estadístico LR que permiten rechazar la hipótesis nula de que los parámetros estimados de todas las variables son estadísticamente iguales a cero en conjunto. Adicionalmente, se aprecia que la gran mayoría de los parámetros estimados de todas las variables explicativas son significativos al 1 % de confianza en todos los modelos. A continuación, se analizan los resultados de cada una de las variables explicativas.

Las estimaciones permiten precisar que el género del deudor es una variable determinante en la probabilidad de morosidad en los cuatro niveles analizados. En general, se observa que las mujeres tienen menor probabilidad de entrar en mora que los hombres. Estos resultados son consistentes con lo encontrado por Estrada, D. y Hernández, A. (2019), y pueden explicarse porque ellas son más propensas a planificar sus gastos y a informarles a las entidades crediticias cuando se endeudan por encima de sus posibilidades de pago (Banco Mundial (2013)).

Por su parte, la edad resultó significativa en la explicación de la morosidad para todos los niveles de morosidad. En particular, la probabilidad de entrar en mora disminuye a medida que aumenta la edad del deudor, en cada una de las especificaciones. Es decir, los clientes catalogados como adultos mayores presentan una probabilidad menor de entrar en mora. Nannyonga, H. L. (2000), Roslan, A.H. y Karim, M.Z.A. 2009 y Nawai, N., 2010 destacan que usualmente deudores con más edad son más sabios y responsables que los más jóvenes, por lo que se esperaría que cuanto mayor sea el deudor, menor es su probabilidad de entrar en mora. Adicionalmente, en los modelos se incorpora la variable edad al cuadrado, cuyo coeficiente positivo y significativo indica que a medida que aumenta la edad de una persona aumenta su probabilidad de presentar episodios de mora, pero en algún momento empieza a decrecer.

El estrato del deudor indica que cuanto más alto, menor es la probabilidad de pertenecer a las categorías de más de 30, 60 y 90 días de mora, lo cual es intuitivo, porque los deudores de estratos más altos tienen más poder adquisitivo y cuentan con bienes de mayor valor, los cuales pueden vender en caso de no tener suficientes recursos para pagar la deuda. A pesar de este resultado, la experiencia de los últimos años ha demostrado que el microcrédito, cuando se usa de

forma adecuada, puede ser un motor clave para el crecimiento de los estratos bajos (Werling, M. (2018)).

Respecto a la ruralidad del deudor, las estimaciones revelan que el hecho de pertenecer a zonas rurales dispersas, rurales<sup>20</sup> o a municipios catalogados como intermedios<sup>21</sup>, respecto a vivir en una ciudad, disminuye la probabilidad de entrar en cualquiera de los niveles de morosidad. En relación con el estado civil, los resultados de la estimación muestran que aquellos deudores que no tienen un compañero permanente exhiben una probabilidad mayor de registrar episodios de morosidad que la de los prestatarios que sí lo tienen. Lo anterior puede derivarse del hecho de que el compañero permanente puede servir de respaldo financiero en caso de no contar con los recursos suficientes para pagar la deuda.

En el caso del nivel educativo, si bien la bibliografía existente (Chowdhury, A. (2009); Fundación Microfinanzas BBVA (2017); Werling, M. (2018)) asegura que mayores niveles de educación les permiten a los deudores comprender información más compleja, mantener registros importantes del negocio, realizar análisis financieros, flujos de caja y, en términos generales, tomar mejores decisiones de negocio; también es verdad que la mayoría de la población que cuenta con microcrédito está integrada por personas que tienen educación primaria a lo sumo. Asimismo, el hecho de que el deudor tenga vivienda propia, versus vivir en arriendo, aumenta la probabilidad de no presentar episodios de mora. Esto puede estar relacionado con el hecho de que las instituciones microfinancieras, aunque por lo general no exigen la vivienda como un colateral o garantía, esta sí tiene efecto sobre el flujo de caja de los clientes que se deriva de una mejor capacidad de pago; así, se reduce la probabilidad de incumplimiento. Este mismo resultado se obtiene al realizar el análisis sobre la vivienda familiar y de empresa.

Los resultados también evidencian que el número de personas a cargo está positivamente correlacionado con la probabilidad de morosidad en la mayoría de los niveles. Lo anterior puede explicarse debido

---

<sup>20</sup>Rurales dispersos: aquellos municipios y áreas no municipalizadas (ANM) que tienen cabeceras pequeñas y densidad poblacional baja (menos de 50 hab/km<sup>2</sup>).

<sup>21</sup>Intermedios: aquellos municipios que tienen una importancia regional y con acceso a diversos bienes y servicios. Se caracterizan por tener entre 25.000 y 100.000 habitantes en la cabecera o que, a pesar de tener cabeceras menores, presentan alta densidad poblacional (más de 10 hab/km<sup>2</sup>).

a que entre más personas a cargo tiene un deudor, mayores son las responsabilidades económicas que adquiere y, por ende, menores los recursos disponibles con los que cuenta para pagar sus obligaciones financieras.

Por otro lado, los créditos otorgados a deudores que viven en las regiones Caribe, Pacífica y de la Orinoquia reflejan una probabilidad mayor de mora en la mayoría de los niveles de riesgo, en comparación con la región Andina. Por su parte, los préstamos originados en la región de la Amazonia y Bogotá registran una probabilidad de incumplimiento menor a los aprobados en la región Andina en dos o tres de las categorías de morosidad. Finalmente, las estimaciones reflejan que la probabilidad de presentar cualquier episodio de mora disminuye tanto en montos altos de crédito como en préstamos con tasas de interés más altas, lo cual resulta llamativo dada la relación inversa entre ambas variables.

**Tabla 2.12.** Estimación probit de los cuatro modelos

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)
	Más de 30 días	Más de 60 días	Más de 90 días	Más de 120 días
Mujer	-0,0721*** (0,00260)	-0,0135*** (0,00444)	-0,0693*** (0,00460)	-0,118*** (0,00331)
Edad	-0,0204*** (0,000590)	-0,0128*** (0,00100)	-0,0187*** (0,00103)	-0,0138*** (0,000750)
Edad2	0,000191*** (6,37e-06)	0,000137*** (1,08e-05)	0,000187*** (1,11e-05)	0,000114*** (8,19e-06)
Estrato medio	-0,0704*** (0,00407)	-0,149*** (0,00719)	-0,147*** (0,00764)	0,0516*** (0,00517)
Estrato alto	-0,102*** (0,0235)	-0,257*** (0,0453)	-0,178*** (0,0450)	0,0332 (0,0297)
Rural	-0,113*** (0,00387)	-0,0635*** (0,00672)	-0,131*** (0,00708)	-0,0931*** (0,00493)
Rural disperso	-0,106*** (0,00526)	-0,0372*** (0,00909)	-0,0836*** (0,00966)	-0,138*** (0,00690)
Intermedio	-0,0885*** (0,00320)	-0,0448*** (0,00547)	-0,0799*** (0,00563)	-0,0905*** (0,00407)
Sin pareja	0,0809*** (0,00272)	0,0111** (0,00466)	0,0402*** (0,00485)	0,106*** (0,00347)

Continúa

Secundaria	0,0234*** (0,00282)	0,125*** (0,00485)	0,153*** (0,00508)	-0,0649*** (0,00362)
Superior o mayor	0,0519*** (0,00451)	0,173*** (0,00746)	0,202*** (0,00769)	-0,0739*** (0,00583)
Vivienda empresa	-1,020*** (0,0369)	-0,999*** (0,119)	-0,863*** (0,103)	-0,822*** (0,0467)
Vivienda familiar	-0,187*** (0,00383)	-0,150*** (0,00640)	-0,150*** (0,00650)	-0,0909*** (0,00469)
Vivienda propia	-0,309*** (0,00362)	-0,166*** (0,00601)	-0,223*** (0,00625)	-0,317*** (0,00457)
# Personas a cargo	0,0378*** (0,00116)	-0,00619*** (0,00207)	0,00822*** (0,00212)	0,0701*** (0,00143)
Caribe	0,269*** (0,00319)	0,246*** (0,00559)	0,377*** (0,00577)	0,121*** (0,00396)
Pacífica	0,164*** (0,00356)	0,301*** (0,00581)	0,355*** (0,00611)	-0,172*** (0,00485)
Orinoquía	0,147*** (0,00601)	0,225*** (0,00979)	0,251*** (0,0105)	-0,0477*** (0,00810)
Amazonía	-0,100*** (0,00819)	0,0890*** (0,0141)	0,188*** (0,0144)	-0,276*** (0,0114)
Bogotá	-0,183*** (0,00613)	0,0202* (0,0105)	-0,130*** (0,0125)	-0,375*** (0,00889)
Tasa de interés	-0,0368*** (0,000214)	-0,0449*** (0,000373)	-0,0447*** (0,000391)	-0,00509*** (0,000275)
Log (monto crédito)	-0,245*** (0,00175)	-0,150*** (0,00293)	-0,217*** (0,00308)	-0,235*** (0,00226)
Constante	5,115*** (0,0329)	2,484*** (0,0555)	3,565*** (0,0578)	2,991*** (0,0417)
Pseudo $R^2$	0,0491	0,0542	0,0694	0,0485
Estadístico LR $\chi^2(26)$	68.102,26	21.958,21	26.252,45	37.169,75
Prob $> \chi^2$	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Observaciones	1.214.064	1.214.064	1.214.064	1.214.064

Errores estándar entre paréntesis. \*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

**Tabla 2.13.** Efectos marginales de las variables explicativas sobre la probabilidad de episodios de mora analizados

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)
	Más de 30 días	Más de 60 días	Más de 90 días	Más de 120 días
Mujer	-0,0227*** (0,000818)	-0,000974*** (0,000321)	-0,00439*** (0,000291)	-0,0184*** (0,000517)
Edad	-0,00643*** (0,000186)	-0,000926*** (7,25e-05)	-0,00119*** (6,51e-05)	-0,00216*** (0,000117)
Edad2	6,02e-05*** (2,01e-06)	9,95e-06*** (7,78e-07)	1,18e-05*** (7,05e-07)	1,78e-05*** (1,28e-06)
Estrato medio	-0,0222*** (0,00128)	-0,0108*** (0,000520)	-0,00930*** (0,000484)	0,00806*** (0,000809)
Estrato alto	-0,0320*** (0,00740)	-0,0186*** (0,00327)	-0,0113*** (0,00285)	0,00519 (0,00464)
Rural	-0,0355*** (0,00122)	-0,00460*** (0,000486)	-0,00831*** (0,000448)	-0,0146*** (0,000771)
Rural disperso	-0,0334*** (0,00166)	-0,00269*** (0,000658)	-0,00529*** (0,000612)	-0,0216*** (0,00108)
Intermedio	-0,0279*** (0,00101)	-0,00324*** (0,000395)	-0,00506*** (0,000357)	-0,0141*** (0,000636)
Sin pareja	0,0255*** (0,000857)	0,000806** (0,000337)	0,00255*** (0,000307)	0,0166*** (0,000542)
Secundaria	0,00738*** (0,000888)	0,00906*** (0,000350)	0,00970*** (0,000321)	-0,0101*** (0,000566)
Superior o mayor	0,0163*** (0,00142)	0,0125*** (0,000539)	0,0128*** (0,000486)	-0,0116*** (0,000911)
Vivienda empresa	-0,322*** (0,0116)	-0,0723*** (0,00859)	-0,0547*** (0,00651)	-0,129*** (0,00729)
Vivienda familiar	-0,0589*** (0,00121)	-0,0109*** (0,000462)	-0,00951*** (0,000412)	-0,0142*** (0,000732)
Vivienda propia	-0,0975*** (0,00114)	-0,0120*** (0,000434)	-0,0141*** (0,000395)	-0,0495*** (0,000711)
# Personas a cargo	0,0119*** (0,000365)	-0,000448*** (0,000150)	0,000521*** (0,000134)	0,0110*** (0,000223)
Caribe	0,0868*** (0,00105)	0,0176*** (0,000422)	0,0250*** (0,000416)	0,0213*** (0,000710)
Pacífica	0,0512*** (0,00114)	0,0227*** (0,000485)	0,0230*** (0,000448)	-0,0249*** (0,000666)

Continúa

Orinoquía	0,0456*** (0,00194)	0,0158*** (0,000802)	0,0146*** (0,000734)	-0,00752*** (0,00124)
Amazonía	-0,0283*** (0,00223)	0,00545*** (0,000930)	0,0103*** (0,000917)	-0,0371*** (0,00127)
Bogotá	-0,0498*** (0,00157)	0,00116* (0,000608)	-0,00509*** (0,000441)	-0,0471*** (0,000880)
Tasa de interés	-0,0116*** (6,71e-05)	-0,00325*** (2,52e-05)	-0,00284*** (2,33e-05)	-0,000796*** (4,29e-05)
Log (monto crédito)	-0,0771*** (0,000548)	-0,0109*** (0,000209)	-0,0137*** (0,000191)	-0,0367*** (0,000349)
Observaciones	1.214.064	1.214.064	1.214.064	1.214.064

Errores estándar entre paréntesis. \*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Por último, con el fin de comprobar el rendimiento del modelo, se construyeron las curvas ROC<sup>22</sup> para cada una de las especificaciones. Al observar las curvas, puede concluirse que las variables explicativas tienen una buena capacidad de predicción sobre la probabilidad de que los individuos de la muestra presenten mora. Esta afirmación se deriva de que el área que se encuentra por debajo de las curvas es mayor que 0,65 para todas las especificaciones<sup>23</sup> (figura 2.4).

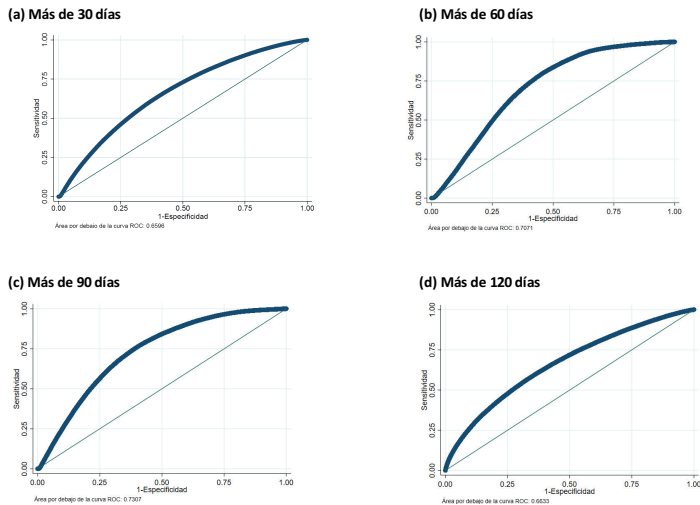
## 2.5. Conclusiones

La metodología Probit empleada en esta sección permite concluir que las variables socioeconómicas del deudor en el momento en que se le otorga el crédito, tales como la edad, el género, el número de personas a cargo, el estrato, la ruralidad, el estado civil y el tipo de vivienda son estadísticamente relevantes para explicar la probabilidad de incumplimiento.

<sup>22</sup>La curva ROC es una herramienta estadística utilizada en el análisis de la capacidad discriminante de una prueba diagnóstica dicotómica. Es decir, una prueba basada en una variable de decisión, cuyo objetivo es clasificar a los individuos de una población en dos grupos: uno que presente un evento de interés y otro que no lo presenta.

<sup>23</sup>El área debajo de la curva ROC (area under curve, AUC) puede interpretarse como la probabilidad de que, ante un par de individuos, uno en mora y otro no, la prueba los clasifique correctamente.

**Figura 2.4.** Curvas ROC para cada una de las especificaciones



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

En particular, se encuentra que entre mayor es el número de personas a cargo en el momento de originación del préstamo, mayor es la probabilidad de que el deudor se atrase en el pago de sus obligaciones, efecto también observado para los deudores de género masculino, sin pareja o que desempeñan sus actividades en municipios considerados como urbanos. En cuanto a la edad, ambos modelos permiten afirmar que los deudores más jóvenes tienen una mayor probabilidad de atrasarse en el pago de sus obligaciones que los adultos. En contraste, aquellos prestatarios de estrato alto o con vivienda propia tienen una menor probabilidad de presentar episodios de mora.

Finalmente, el presente estudio también encuentra evidencia estadística de que la probabilidad de incumplimiento difiere de acuerdo con la región en la que se otorga el crédito. Los resultados de las estimaciones arrojan que los préstamos aprobados en las regiones Caribe, Pacífica y de la Orinoquía muestran mayores probabilidades de incumplimiento que los originados en la región Andina.

---

## Métodos Alternativos de Scoring

---

En el Capítulo 2 de este libro se concluyó que la probabilidad de incumplimiento o *default* de los microcréditos se explica por las características de los clientes (sexo, edad, estrato socioeconómico y nivel educativo) y su ubicación geográfica (rural/urbano y regiones). En adición, la literatura reciente ha subrayado que las características cognitivas de los clientes, rasgos de su personalidad y comportamiento en redes sociales influyen en su comportamiento de pago. En este recuadro se presentan algunos trabajos que estiman el efecto de las variables mencionadas, así como algunos modelos alternativos de scoring donde se incluyen.

### **Modelos de probabilidad de *default***

En primer lugar, se destaca el trabajo de Giannatale et al. (2015) quienes estimaron un modelo binomial utilizando información de una microfinanciera mexicana, donde el status de morosidad se explica en función de variables como las capacidades cognitivas de los clientes, su aversión al riesgo, su grado de persistencia y compromiso con los objetivos (Grit), su preferencia intertemporal y nivel de escolaridad. Esta información fue recogida mediante una encuesta a 2.475 clientes, a partir de la cual se calcularon las variables descritas (tabla 2.14).

Entre los resultados se encuentran que las personas más perseverantes y comprometidas con sus objetivos tienen una menor probabilidad de *default* y que aquellas que valoran más el presente desean deshacerse de sus deudas a tiempo por lo que tienden menos a retrasarse. Adicionalmente, se resalta que el monto de endeudamiento de los clientes es menor cuando la preferencia hacia recibir pagos en el futuro es mayor y los niveles de escolaridad son más bajos.

El trabajo de Giannatale et al. (2020), por su parte, estima la relación entre la probabilidad de que un individuo pague a tiempo un microcrédito (variable dependiente) y las siguientes variables explicativas: características sociodemográficas, persistencia y compromiso (Grit), incentivos de refinanciamiento, habilidades cognitivas y educación financiera. Los datos usados para esta investigación corresponden a los clientes de la misma entidad financiera de Giannatale et al. (2015). En la tabla 2.15 se presenta la descripción de las variables características sociodemográficas y educación financiera; para las otras dos se usaron las mismas definiciones de la tabla 2.14.

Mediante un modelo logístico ordenado ponderado<sup>24</sup>, los autores encuentran que las personas mayores de 35 años con niveles Grit más altos y preferencia por el presente tienen más probabilidades de no mostrar retrasos en los pagos de los préstamos. De acuerdo con los autores, esto último se explica porque los clientes con mayor preferencia por el presente tienen más incentivos a cancelar sus deudas rápidamente. Contrariamente a lo esperado, los resultados indican que las características cognitivas están inversamente relacionadas con el pago puntual de los microcréditos y que los incentivos de refinanciamiento no juegan un papel clave en el pago oportuno de los microcréditos.

Finalmente, Roa, M. J. (2021) subraya que los estudios revisados destacan el papel clave de la conciencia y sus subfacetas, especialmente la propensión a planificar y el autocontrol, en la toma de decisiones económicas y financieras deseables. Asimismo, señala que se debe seguir investigando sobre la incidencia de los rasgos de personalidad en la adquisición de productos y el pago de las deudas.

---

<sup>24</sup>Este modelo es adecuado para variables dependientes ordinales, como la de este estudio (morosidad alta o baja), en el que la distancia entre las categorías adyacentes de las variables explicativas no se conoce.

## Métodos alternativos de scoring

Teniendo en cuenta la importancia de variables no tradicionales dentro de la probabilidad de *default* de los clientes, se han empezado a desarrollar métodos alternativos de scoring que emplean tests psicométricos, preguntas conductuales y miran el desempeño de los usuarios en redes sociales. Al respecto, Arráiz et al. (2015) estudian la eficacia del uso de pruebas psicométricas para detectar el riesgo crediticio y aumentar el acceso a crédito de los propietarios de pequeñas empresas en Perú. La herramienta analizada fue desarrollada por el Laboratorio de Finanzas Empresariales (EFL), donde se tienen en cuenta mediciones de la personalidad de los clientes (modelo de cinco factores de Costa y McCrae, R. (1993), una evaluación de su inteligencia (un componente de la Escala de Inteligencia para Adultos de Wechsler), y una valoración de su integridad (adaptada de Bernardin et al. (1993).

Para medir la personalidad de los clientes se evaluaron las siguientes dimensiones: neuroticismo (estabilidad emocional), extroversión, consciencia, apertura a la experiencia y agradabilidad. En el caso de la inteligencia, se midió la capacidad del individuo para el mundo, adaptarse a él y enfrentarse de manera eficiente a los desafíos. Finalmente, la variable integridad se construyó con base en preguntas indirectas sobre la honestidad e integridad de las personas. Los resultados concluyen que la prueba psicométrica puede reducir el riesgo de la cartera de crédito cuando se utiliza como un mecanismo de screening secundario para los empresarios con un historial crediticio. Para los empresarios no bancarizados, el uso de la herramienta puede aumentar el acceso al crédito sin aumentar el riesgo de la cartera.

Por su parte, Simumba, N. et al. (2018) proponen un modelo de scoring para pequeños agricultores no bancarizados de Camboya, basándose en las características del contexto y en las sociodemográficas del grupo objetivo. Este modelo se estructuró para facilitar el proceso de crédito de una institución que operaba a través de una plataforma virtual y aplicación móvil.

Para el desarrollo del modelo se identificaron los riesgos que pueden afectar el comportamiento de pago de los deudores con base en un taller realizado con 11 empleados de una agroindustria que operaba en las zonas de interés. Los 79 riesgos identificados se clasificaron en las siguientes categorías: problemas personales inesperados, falta de experiencia en el

sector agropecuario o del capital requerido para la operación, riesgos climáticos o de comercialización, fraude en los datos, y el nivel de confianza entre los agricultores y los usuarios de la plataforma de crédito, entre otros.

A partir de lo anterior, se desarrollaron tres indicadores para el modelo de scoring financiero. El primero denota el riesgo de fraude de datos, el segundo la interacción (como indicador de confianza) entre los agricultores y los usuarios de la plataforma de crédito, y el tercero la capacidad de generación de ingresos de los agricultores. Los resultados encontrados prueban que estos tres indicadores, especialmente los dos primeros, son adecuados para tomar la decisión de otorgar crédito o no.

Por otro lado, Pérez, M. (2022) estima la probabilidad de *default* de los clientes de una fintech colombiana que otorga créditos de bajo monto, utilizando como variables explicativas la huella digital de los clientes y las condiciones del préstamo. Mediante un método de regresión logística, la autora encuentra que el poder de predicción del modelo propuesto es similar al obtenido con base en los datos del buró de crédito. En el caso de los clientes sin historial crediticio, los resultados exhiben un poder predictivo mayor que el calculado con el modelo de scoring tradicional de la institución financiera.

Con respecto a la huella digital de los usuarios en la plataforma de la Fintech, Pérez, M. (2022) indica que la probabilidad de *default* varía de acuerdo al tiempo empleado por las personas para diligenciar el formulario de crédito y la hora en que lo realizan, así como al sistema operativo utilizado. De igual manera, resalta que hay una diferencia significativa entre el *default* de las personas que incluyen su apellido en el correo electrónico y/o diligencian su nombre y apellido con mayúscula inicial al inicio de cada palabra frente a aquellos que usan minúscula o mayúscula exclusivamente.

Finalmente, López, M. (2022) resalta el rol de la inteligencia artificial para conceder microcréditos a las poblaciones más vulnerables mediante dos estudios de casos con las Fintech Tala y Branch. Tala opera en Kenia, México, Filipinas e India y otorga préstamos hasta de 500 dólares mediante una aplicación móvil. La autora señala que el scoring de crédito incluye información relacionada con el tipo y sistema operativo de los celulares usados al momento de la solicitud, su interacción con la aplicación (el tiempo que pasan en cada página, si realmente leyeron los términos y condiciones, errores al escribir información biográfica o qué otras aplicaciones

tienen en su teléfono) así como el historial de pago de sus facturas de celular (si aplica).

Branch ofrece prestamos desde US\$50 en Bombay, Nairobi, Nigeria y Tanzania mediante una aplicación móvil que los usuarios deben instalar en su celular. En este caso, la decisión del otorgamiento de crédito se hace utilizando registros de llamadas, SMS, listas de contactos en redes sociales, fotos, videos y otro contenido digital.

La información expuesta puede ser un insumo fundamental para mejorar los modelos de riesgo de la industria microcrediticia, permitir una mayor inclusión financiera de la población sin historial de crédito y atender a segmentos vulnerables con potencial de crecimiento. Todo este proceso debe ser direccionado de acuerdo a las normas de protección de datos personales y de los derechos del consumidor financiero.

**Tabla 2.14.** Descripción de las variables explicativas Giannatale et al. (2015)

<b>Variables explicativas</b>	<b>Descripción</b>
<b>Capacidades cognitivas</b>	Se miden con base en la pregunta propuesta por Frederick (2005):  Un bate y una pelota de beisbol tienen un costo total de \$110 pesos. El bate cuesta \$100 pesos más que la pelota de béisbol. ¿Cuánto cuesta la pelota de béisbol?
<b>Aversión al riesgo</b>	Para medir esta variable se utilizaron tres preguntas estándares en la literatura:  <b>1)</b> Suponga que obtuvo 1,000 pesos de la participación en una tanda. Usted puede invertir parte de ese dinero y ganar tres veces el monto que decida invertir si al lanzar una moneda sale sol o perder el monto invertido si sale águila. ¿Qué monto de los 1,000 pesos invertiría? <b>2)</b> Un bate y una pelota de béisbol cuestan en total \$110 pesos. El bate cuesta 100 pesos más que la pelota. ¿Cuánto cuesta la pelota? <b>3)</b> Si obtuviera 1,000 de la participación en una tanda y tuviera que elegir entre dos alternativas de pago. ¿Cuál de las siguientes opciones elegiría?

Continúa

<b>Grado de persistencia y compromiso con los objetivos (Grit)</b>	Esta variable se construye con base en dos dimensiones. Para cada caso, el cliente debe evaluar si la afirmación lo describe como: 5, muy bien; 4, bien; 3, más o menos bien; 2, no tan bien; 1, nada bien.
	<b>Pasión por los objetivos de largo plazo</b> 1) Los proyectos o ideas nuevas me distraen de proyectos o ideas que tenía antes. 2) Estuve concentrado(a) en una idea o proyecto por un corto tiempo, pero después perdí interés. 3) Con frecuencia me propongo un objetivo, pero luego trato de cumplir un objetivo diferente. 4) Me resulta difícil mantener mi atención en proyectos que duran más allá de algunos meses en terminar. <b>Perseverancia en el esfuerzo 2,4 7</b> 1) Los obstáculos no me desaniman. 2) Trabajo duro. 3) Soy chambeador(a).
<b>Preferencia intertemporal</b>	Se mide con base en dos preguntas hipotéticas 1) Si obtuviera 1,000 de la participación en una tanda y tuviera que elegir entre dos alternativas de pago. ¿Cuál de las siguientes opciones elegiría? Opción 1: Que le entreguen los 1,000 pesos en un mes. Opción 2: Que le entreguen 1,100 pesos en dos meses 2) Si obtuviera 1,000 pesos de la participación en una tanda y tuviera que elegir entre dos alternativas de pago. ¿Cuál de las siguientes opciones elegiría? <b>Opción 1:</b> Que le entreguen los \$1,000 pesos en un año y un mes (es decir, trece meses). <b>Opción 2:</b> Que le entreguen \$1,100 pesos en un año y dos meses (es decir, catorce meses)
<b>Nivel de escolaridad</b>	Se mide con la siguiente pregunta: ¿Cuál es el último grado escolar que cursó? (Por ejemplo: sexto de primaria o segundo de secundaria)

**Tabla 2.15.** Descripción de las variables explicativas Giannatale et al. (2020)

<b>Variables explicativas</b>	<b>Descripción</b>
<b>Características sociodemográficas</b>	<p>Para medir esta variable se utilizaron las siguientes preguntas:</p> <p><b>1)</b>Cuál es el último grado escolar que cursó? (Por ejemplo: sexto de primaria o segundo de secundaria).</p> <p><b>2)</b>Cuál de las siguientes opciones corresponde a su estado civil?: Soltero, Unión libre, Casado, Divorciado y Viudo.</p> <p><b>3)</b>Cuáles de los siguientes grupos de personas dependen de usted?            Menores de edad Sí ¿Cuántos? ( ) Ninguno ( )            Adultos mayores Sí ¿Cuántos? ( ) Ninguno ( )</p>
<b>Educación financiera</b>	<p>Para medir esta variable se usaron dos preguntas:</p> <p><b>1)</b> Imagínese que usted deposita 1,000 pesos al inicio del año en una cuenta de ahorro con un interés garantizado del 2% al año y la cuenta no tiene ningún costo por mantenerla. Además, suponga que usted no saca dinero de esa cuenta. ¿Cuánto dinero tendría en la cuenta después de un año incluyendo el pago de los intereses?</p> <p><b>2)</b> Cuando los precios bajan puedo comprar menos bienes y servicios con el mismo ingreso. Verdadero o falso?</p>



Imagen cortesía de Bancamía

## CAPÍTULO 3

---

### Pobreza y vulnerabilidad de los clientes de microcrédito

---

En este capítulo se presenta un resumen de la literatura reciente sobre las mediciones de impacto del microcrédito, y se exponen los resultados de un análisis descriptivo sobre la incidencia de la pobreza y vulnerabilidad entre los clientes de microcrédito en Colombia. De igual manera, se expone un modelo teórico y empírico del impacto del microcrédito en la superación de la pobreza en los municipios de Colombia. Aunque los resultados de ambos ejercicios subrayan el impacto positivo del microcrédito para la base de la pirámide, su alcance es limitado y se potenciaría con acciones del sector público y privado en beneficio de esta población.

#### **3.1. Revisión de literatura**

La literatura sobre el impacto del microcrédito se puede dividir en dos grandes ramas: la microeconómica, que mide cambios a nivel de los beneficiarios, y una más reciente enfocada en los efectos macroeconómicos de este tipo de préstamos. Dentro del primer grupo, las metodologías usadas corresponden principalmente a ensayos controlados aleatorios, estimadores de diferencias en el tiempo y modelos de

diferencias en diferencias. Para el segundo, es común encontrar modelos panel o de equilibrio general basados en variables macroeconómicas y/o financieras.

Dentro de la literatura microeconómica, estudios como los de Lensink, R. y Pham, T. (2012), Banerjee et al. (2015a), Dahal, M. y Fiala, N. (2019) y García, A. y Lensink, R. (2019) se han centrado en evaluar el impacto del microcrédito sobre los ingresos y ganancias de los microempresarios, sus niveles de consumo y calidad de vida.

De acuerdo con las estimaciones de Lensink, R. y Pham, T. (2012), el microcrédito tiene un impacto positivo en las ganancias de los empresarios rurales vietnamitas, lo cual se explica por un incremento en la productividad de la mano de obra y porque les permitió a los hogares asumir un mayor riesgo. Banerjee et al. (2015a), por su parte, encuentra que el microcrédito tiene un impacto positivo sobre los activos y ganancias comerciales de los microempresarios de la India, pero no sobre sus niveles de consumo. Los autores resaltan, además, que los microcréditos mejoran las decisiones de consumo de los hogares, en tanto les permite financiar compras de bienes durables para sus negocios u hogar, sacrificando el consumo de bienes de tentación o de ocio.

Por otro lado, Banerjee et al. (2015b) concluyen que, de acuerdo con seis evaluaciones de impacto del microcrédito en Bosnia y Herzegovina, Etiopía, India, México, Mongolia y Moroco, este tipo de préstamos tiene un vínculo positivo con las inversiones empresariales, el empleo de los microempresarios y su acceso a otros productos y servicios financieros. De igual manera, subrayan que el microcrédito ha ampliado el margen de elección de los beneficiarios, lo que se ha traducido en una mayor libertad y posiblemente bienestar. Finalmente, indican que el impacto es modesto o nulo sobre otras variables como salud, educación, consumo y empoderamiento femenino.

Mediante el análisis de ocho ensayos controlados sobre el impacto del microcrédito en el bienestar de los clientes, Dahal, M. y Fiala, N. (2019) resaltan que los efectos son modestos o nulos sobre el bienestar de los clientes, pero significativos en términos de los ingresos y ganancias empresariales. Citando a Field et al. (2016), los autores sugieren que para mejorar el impacto del microcrédito sobre los clientes se requiere flexibilizar sus condiciones, fomentar una mayor inversión empresarial,

usar las microfinanzas para construir capital social, y expandirse al sector rural donde se presentan las mayores restricciones en el acceso al financiamiento formal.

Por su parte, García, A. y Lensink, R. (2019) presentan un resumen de 18 evaluaciones realizadas a programas de microcrédito dirigidos a la oferta de servicios no financieros como el fortalecimiento de habilidades sociales y blandas, capacidades empresariales y asistencia técnica. En términos generales, los autores concluyen que la mayoría de los servicios no financieros aumentan el conocimiento de los clientes en las dimensiones respectivas, pero no siempre inducen a un cambio comportamental.

Dentro de los artículos analizados se destacan los de Gine, X. and G. Mansuri (2014), Karlan, D. y M. Valdivia (2011) y Sayinzoga et al. (2016), quienes no sólo encuentran un mayor conocimiento empresarial de los clientes de las instituciones financieras, sino también resultados positivos en términos de sus ingresos y ganancias. Respecto a las variables de salud, estudios como el de Karlan et al. (2017) encuentran efectos positivos de la capacitación en salud en el conocimiento de los clientes sobre la malaria, el VIH y el SIDA, sin embargo no se identifican mejoras en sus comportamientos. Finalmente, Pane, J. (2021) y Faraizi et al. (2013) analizan los impactos del microcrédito mediante metodologías cualitativas. Faraizi et al. (2013) encuentran que el microcrédito tiene un efecto positivo en la vida económica de las beneficiarias, pero no las empodera ni promueve su libertad. Pane, J. (2021), por su parte, reconoce la importancia del microcrédito en la independencia económica de las mujeres y en una mayor libertad para tomar decisiones. No obstante, resalta que el contexto, entendido como el conjunto de normas sociales y culturales preexistentes, es fundamental para asegurar que el acceso a mayores recursos económicos induzca un mayor empoderamiento. En cuanto al impacto del microcrédito desde el punto de vista macroeconómico, la literatura se ha centrado en estudiar su efecto sobre variables como el bienestar, el crecimiento económico, la desigualdad y la pobreza. Dentro de esta rama se destacan los trabajos de Ahmed, I. y Kitenge, E. (2022), Donou-Adonsou, C. y Sylwester, K. (2015) y Gomes, E. y Freitas, T. (2019).

Ahmed, I. y Kitenge, E. (2022) encuentran un impacto positivo del microcrédito en el bienestar de la población analizando una muestra de

108 países entre 2005-2015. En este estudio, el microcrédito se mide en función del préstamo promedio por deudor y el porcentaje de mujeres prestatarias, y el bienestar se cuantifica mediante el crecimiento del ingreso nacional bruto per capital y el consumo de los hogares.

Al comparar los efectos del microcrédito con los de la Asistencia Oficial para el Desarrollo (AOD), Lacalle et al. (2015) señalan que el primero tiene un efecto positivo y significativo en el crecimiento económico mediante la inversión privada, mientras que el segundo no. Para las estimaciones, los autores emplearon un panel desbalanceado de 67 países para el periodo comprendido entre 2001 y 2011.

De otro lado, Raihan, S., et al. (2017) encuentran un impacto positivo de las microfinanzas en el PIB de Bangladesh debido a su impacto directo en la producción de bienes y servicios de los sectores beneficiados y al efecto indirecto sobre el stock de capital, su precio relativo y su impacto en la productividad.

Lopatta, K., y Tchikov, M. (2015), por su parte, destacan que el desempeño de la industria microfinanciera contribuye directamente al crecimiento económico a través de un aumento en el poder adquisitivo de los clientes e indirectamente mediante un incremento de la inversión y la tasa global de participación. De igual manera, Donou-Adonsou, C. y Sylwester, K. (2015) encuentran un impacto positivo del microcrédito en el crecimiento económico, el capital humano y la productividad total de los factores para una muestra de 71 países en desarrollo.

Por otro lado, Imai et al. (2012) encuentran que los países con una mayor cartera per cápita de microcrédito tienden a tener menores tasas de pobreza. Estos resultados se comprueban mediante dos modelos: uno de corte transversal con datos de 48 países para 2007, y uno de tipo panel para 61 países en los años 2003 y 2007. Los autores señalan que esta relación se mantiene cuando la tasa de pobreza se reemplaza por la brecha de pobreza y la brecha de pobreza al cuadrado, lo cual sugiere que las microfinanzas no sólo reducen la incidencia de la pobreza sino también su profundidad y severidad.

En esta misma línea, Agbola et al. (2017) encontraron un impacto positivo de las microfinanzas en la reducción de la pobreza y el bienestar en Filipinas. Gomes, E. y Freitas, T. (2019) también constatan que este tipo de préstamos reduce los indicadores de pobreza, con base en datos de 11 países en desarrollo del sudeste asiático. Finalmente, los

resultados de Hermes (2014) señalan que el número de prestatarios activos del microcrédito y el valor de los préstamos están negativamente asociados con la desigualdad de ingresos del país.

A pesar de los esfuerzos de la academia por entender el impacto del microcrédito, especialmente a nivel microeconómico, se evidencian retos significativos en su interpretación dada la dificultad de generalizar los resultados. Como se ilustró, muchos de los trabajos se basan en ensayos controlados aleatorizados en contextos particulares, cuyo alcance muestral es limitado para sacar conclusiones generales. En segundo lugar, se destaca la crítica académica a los métodos tradicionalmente usados como el propensity score matching y de diferencias en diferencias de primera generación, lo cual enfatiza la necesidad de seguir investigando el tema.

### **3.2. Pobreza y vulnerabilidad de los clientes de microcrédito**

A continuación, se presenta un análisis descriptivo de la incidencia de pobreza y vulnerabilidad entre los clientes de microcrédito, y su variación entre aquellos con más de un préstamo de este tipo. En la medida en que se disponga de información sobre los créditos rechazados y las razones que explican dicha decisión, será posible estimar modelos de impacto robustos que ayuden a entender el impacto de este tipo de créditos. Adicionalmente, se requiere que todas las instituciones financieras actualicen la información financiera de los clientes al momento de otorgar un nuevo préstamo, ya que en algunos casos se mantuvo constante.

La pobreza es un fenómeno multidimensional que se manifiesta no sólo en la falta de ingresos y activos, sino también en la falta de acceso a bienes públicos y en limitaciones a la libertad de elegir la vida que se desea vivir. En este sentido, a nivel global se estiman indicadores de pobreza monetaria y multidimensional, siendo los primeros los más frecuentes dada la disponibilidad de información.

La pobreza monetaria se mide tradicionalmente en función a una canasta básica de bienes alimentarios y no alimentarios que se define como el umbral o línea de pobreza; un hogar o persona que no pueda costearla con su ingreso per cápita se define como pobre. Por su parte, la pobreza multidimensional cuantifica las carencias de los hogares

en cinco dimensiones, a saber, condiciones educativas, situación de la niñez y la juventud, trabajo, salud y condiciones de la vivienda y servicios públicos.

En este capítulo se estima la pobreza monetaria entre los clientes de microcrédito usando el umbral definido por el DANE y el ingreso per cápita de los clientes de microcrédito (tabla 3.1). Para el cálculo, se excluyeron las observaciones que no reportaron información de personas a cargo e ingresos, así como aquellas con ingreso igual a cero. Dado que no se cuenta con la información de ingresos de otros miembros del hogar, los resultados de incidencia de pobreza podrían estar sobreestimados.

**Tabla 3.1.** Umbrales de pobreza

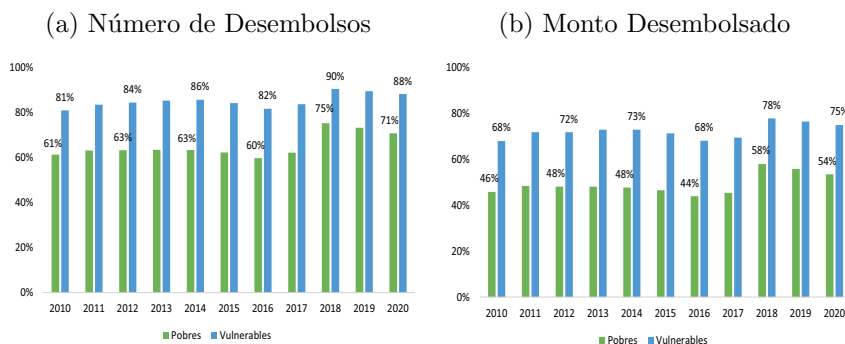
	<b>Pobreza Monetaria</b>	<b>Vulnerabilidad</b>
2010	\$187.063	\$374.126
2011	\$194.696	\$389.392
2012	\$202.083	\$404.166
2013	\$206.091	\$412.182
2014	\$211.807	\$423.614
2015	\$223.638	\$447.276
2016	\$241.673	\$483.346
2017	\$250.620	\$501.240
2018	\$316.815	\$633.630
2019	\$327.674	\$655.348
2020	\$331.688	\$663.376

Fuente: DANE. Elaboración propia.

Como se observa en las figuras 3.1a y 3.1b, el 65 % de las operaciones de microcrédito se han destinado a clientes pobres, quienes concentraron el 49 % del total desembolsado. Cuando se identifican a los clientes vulnerables, es decir a aquellos con un ingreso per cápita dos veces por encima de la línea de pobreza, se observan porcentajes del 49 % y 72 %, respectivamente. Dentro del periodo de análisis, el año 2018 registra los mayores niveles tanto de clientes pobres (75 %) como de vulnerables (90 %). Lo anterior resalta que la industria microfinanciera

sigue enfocada en las personas de la base de la pirámide, quienes normalmente tienen restricciones de acceso a la banca tradicional.

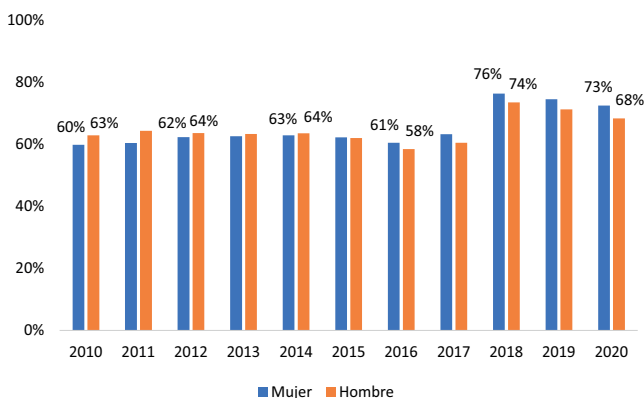
**Figura 3.1.** Porcentaje de las colocaciones por situación económica del cliente



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Del total de créditos destinado a mujeres, alrededor del 65 % se concentró en las clasificadas como pobres. Dentro del periodo de análisis, el valor máximo se registró en 2018 (76 %) y el mínimo en 2010 y 2011 (60 %). De forma similar, el 65 % de las operaciones registradas por los hombres se destinó a aquellos clasificados como pobres, con un nivel máximo de 74 % en 2018 y uno mínimo de 58 % en 2016 (figura 3.2).

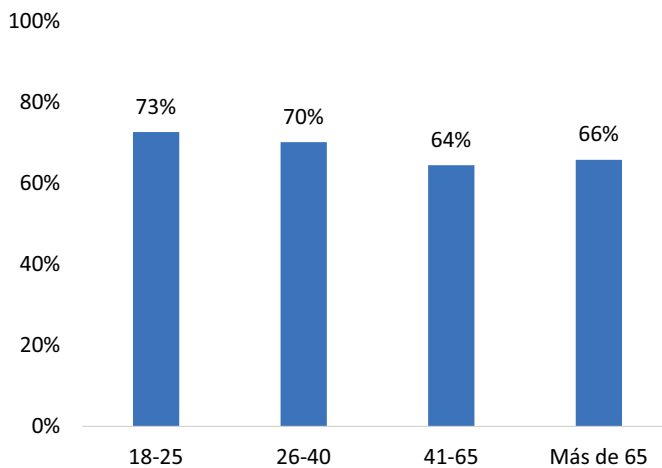
**Figura 3.2.** Operaciones a clientes pobres desagregadas por sexo



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Al desagregar por grupo etario para el periodo 2010-2020, se destaca que la mayoría de operaciones a personas entre 18 y 25 años corresponde a clientes pobres (figura 3.3). En el caso de los clientes entre 26 y 40 años, el porcentaje de pobres asciende a 70 %, mientras para aquellos de más de 65 años se ubica en 64 %. Finalmente, del total de clientes entre 41 y 65 años, los cuales representan el 49 % del total de operaciones, el 64 % fue catalogado como pobres.

**Figura 3.3.** Operaciones a clientes pobres desagregadas por grupo etario



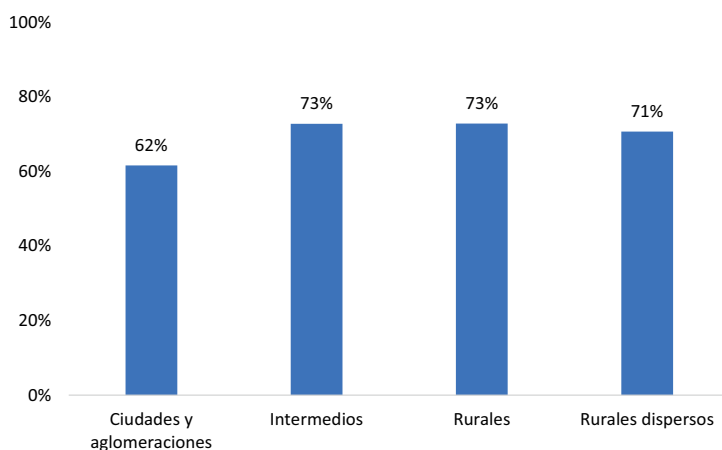
Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Al analizar la distribución de las colocaciones por el estado civil de los clientes, no se destacan diferencias significativas entre la incidencia de pobreza para el periodo de 2010 a 2020. Entre los clientes que viven unión libre o son casados, el porcentaje de clientes pobres ascendió a 70,2 % y 64,6 %, respectivamente. En el caso de los solteros, la incidencia de pobreza se ubicó en el 66,4 %.

A medida que se incrementa el nivel educativo de los clientes, la incidencia de la pobreza es menor. Dentro de los clientes con primaria, el porcentaje de pobres entre 2010 y 2020 fue de 70 %, mientras que para los que tienen secundaria fue de 64 % y los que cuentan con un nivel superior fue de 60 %. Contrario a lo esperado, la tasa de pobreza es mayor en las operaciones de clientes con vivienda propia (68 %) y familiar (68 %), frente a los que viven en arriendo (62 %).

Como se observa en la figura 3.4, la representatividad de los pobres dentro de las operaciones de los municipios intermedios y rurales se ubicó en el 73%. Este porcentaje fue del 71% en el caso de los municipios rurales dispersos y del 62% para las ciudades y aglomeraciones. Por otro lado, del total de operaciones en regiones PDET, el 70% se destinó a personas catalogadas como pobres.

**Figura 3.4.** Operaciones a clientes pobres por tipo de municipio



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

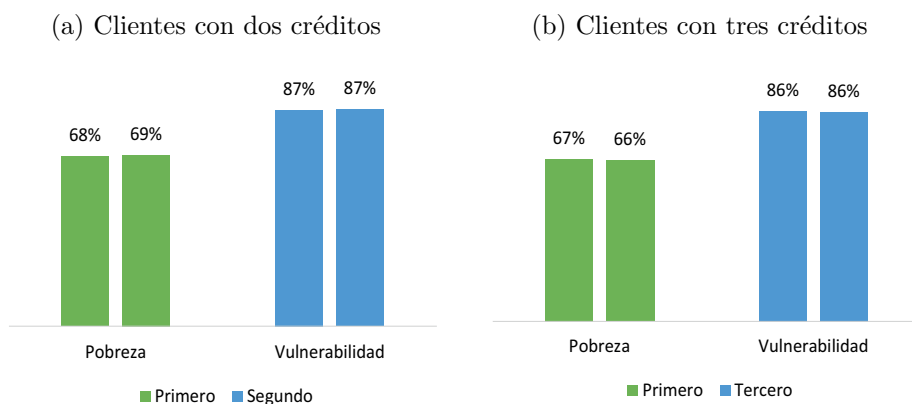
Para evaluar el cambio en las condiciones de pobreza y vulnerabilidad de los clientes de microcrédito se divide la muestra entre aquellos que tienen dos créditos, los que tienen tres, aquellos con cuatro, y los que registran cinco. Con base en lo anterior, se compara la incidencia de la pobreza entre el primer microcrédito y el segundo, el primero y tercero, y así sucesivamente.

De acuerdo con la figura 3.5, la tasa de pobreza de los clientes de microcrédito comienza a disminuir a partir del tercer crédito (pasando de 67% a 66%), registrándose el mayor cambio entre el primer y quinto crédito (de 67% a 64%). Por su parte, la tasa de vulnerabilidad se reduce a partir del cuarto crédito (de 86% frente a 85%), siendo más alta en aquellos clientes con cinco préstamos (de 87% a 85%).

Los resultados expuestos son una primera aproximación a la medición del impacto del microcrédito y su intensidad (número de créditos) dentro de la incidencia de pobreza y vulnerabilidad. Lo ideal para

este tipo de ejercicios es poder comparar a personas que recibieron el tratamiento (microcrédito) con respecto a las que no, y diferenciar entre aquellas que han recibido un tratamiento más intenso (mayor número de microcréditos). En la medida en que se disponga de más información será posible refinar este tipo de ejercicios.

**Figura 3.5.** Porcentaje de las colocaciones por situación económica del cliente



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

A pesar de las limitaciones señaladas, se puede concluir preliminarmente que la incidencia del microcrédito en las tasas de pobreza y vulnerabilidad son modestas. De hecho, autores como Oltenau (2018) subrayan que el impacto de este tipo de créditos debe medirse en su capacidad para ayudar a los hogares y los microempresarios a manejar su liquidez y la irregularidad de su ingreso. Finalmente, se destaca la necesidad de acciones gubernamentales integrales que potencien la capacidad de crecimiento de los microempresarios y el rol que juega el microcrédito dentro de sus balances financieros.

### 3.3. Relación entre microcrédito y pobreza

Esta sección consta de dos partes: en primer lugar, se define el concepto de microcrédito y los razonamientos acerca de su importancia en la reducción de la pobreza y luego se presentan los resultados de un modelo en donde se incorpora el microcrédito como variable explicativa

de la reducción de la pobreza a nivel municipal. Lo anterior con el fin de argumentar teórica y empíricamente el impacto del microcrédito en la superación de la pobreza en Colombia.

La lucha contra la pobreza contiene estrategias de política pública que divergen entre regiones según las características contextuales de las mismas. En un país como Colombia, donde el empleo informal supera la mitad de la población, según lo evidencia la encuesta de empleo informal realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), y el sector de la Economía No Observada (ENO)<sup>1</sup>, representa el 24,4 % del total de la producción y el 29,9 % del valor agregado, se vuelve indispensable pensar en proyectos de orden público y privado que beneficien el crecimiento económico de esta parte de la población y, por consiguiente, aumente el bienestar de toda la sociedad colombiana.

El microcrédito definido como el conjunto de préstamos de montos pequeños concedidos a la población de bajos ingresos que tienen acceso restringido a los créditos de la banca tradicional, debido a que no cuentan con activos que los respalden y a que la información sobre sus proyectos es deficiente (Banco de la República, Ministerio de Agricultura y Finagro (2010)) ha sido un foco de atención del gobierno en las últimas décadas debido a su impacto en los emprendimientos de los más vulnerables y en el ingreso per cápita de una región o país. La figura 3.6 muestra el efecto del microcrédito en la evolución del número de individuos ubicados por debajo de la línea de pobreza y vulnerabilidad evidenciando que la adquisición de los microcréditos disminuye considerablemente el porcentaje de individuos en condición de pobreza y vulnerabilidad.

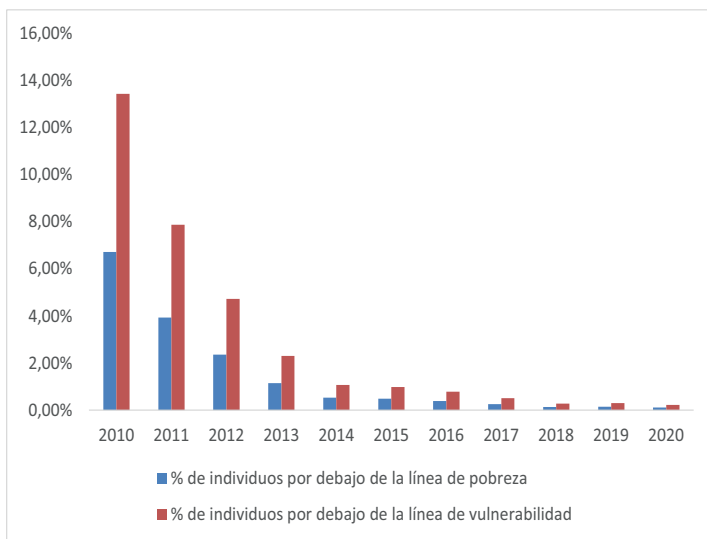
Los microcréditos no solo han mostrado su efecto positivo en el contexto Nacional, sino que también, en toda Latinoamérica y el Caribe y otros países en vías de desarrollo. En Bolivia y Perú, por ejemplo, se han presentado altos niveles de rentabilidad, eficiencia y solvencia. Estos países se han caracterizado por la acumulación de experiencias de expertos de todo el mundo, acompañados de cambios en la regulación de la banca, lo que ha permitido que los prestamistas no convencionales

---

<sup>1</sup>Incluye las operaciones económicas realizadas por unidades informales, subterráneas, ilegales o que forman parte de la producción de los hogares para su consumo final propio (DANE, 2022).

que operaban como organizaciones sin fines de lucro se transformen en intermediarios financieros formales, mejorando notablemente el acceso a los mercados financieros y las posibilidades de sustentación a largo plazo para los más pobres. Rodríguez Martínez, M. D. (2010).

**Figura 3.6.** Clientes de microcrédito en situación de pobreza



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

En este sentido, se destaca BancoSol (Bolivia), que cerró la gestión 2021 con un total de 296.372 prestatarios, logrando la mayor participación en el mercado con el 21,1 % (Escobar, M. (2021)). El Banco Grameen (Bangladesh), que comenzó con créditos por 1,100 dólares a un total de 42 personas (en 1976), hasta llegar a prestar aproximadamente 7 millones de dólares a un total de 6 millones de personas pobres (en el año 2008), de los cuales el 97 % de los préstamos han sido otorgados a mujeres (Gutierrez Loaiza, A. (2015)) y El Banco Mundo Mujer (Colombia), cuyos ingresos totales al finalizar el 2021 fueron \$652.9 mm, de los cuales, \$529.3 mm fueron distribuidos entre clientes, fondeadores, colaboradores, proveedores, accionistas y el Estado (Melo de Velasco, L. (2021)) son solo algunas de las Instituciones Microfinancieras (IMF) a nivel mundial que han generado un impacto positivo en la reducción de la pobreza a través de la otorgación de microcréditos con fines de emprendimiento.

Asimismo, instituciones como el Banco de la República, Finagro y el Ministerio de la Agricultura en su estudio sobre la situación del microcrédito en Colombia (Banco de la República, Ministerio de Agricultura y Finagro (2010)) y distintos autores como Manrique, J.G., y Satos, V. (2017) en su estudio sobre el impacto del microcrédito sobre la pobreza rural en los municipios de Tunja y Samacá, Colombia; Rodríguez Martínez, M. D. (2010) en su tesis *El microcrédito. Una mirada hacia el concepto y su desarrollo en Colombia* han demostrado científica y empíricamente la utilidad del uso del microcrédito como medio social para el mejoramiento de la calidad de vida de sus clientes. En conclusión, el microcrédito es un factor importante en la reducción de la pobreza, por lo que y en vista de la literatura presentada anteriormente, se formula la siguiente hipótesis:

H1: El microcrédito incrementa el ingreso per cápita en Colombia.

### 3.3.1. Variables explicativas

**Empleo:** La creación de mayores puestos de trabajo está directamente relacionada con el número de empresas presentes en una región específica. Según el informe sobre las Micro, —pequeñas y medianas empresas (MiPymes)—, en Latinoamérica publicado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 99 % de las empresas formales y el 61 % del empleo formal es generado por empresas de ese tamaño (Dini y Stumpo, 2020). Lo anterior enfatiza la centralidad de estos actores en la reducción de la pobreza a través de la generación de empleo y mejores niveles de productividad.

Sin embargo, la importancia que tienen las microempresas para la economía actual ha ido evolucionando de forma gradual. Un informe elaborado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre las contribuciones al empleo de los trabajadores independientes, las MiPymes publicado en el 2019, muestra cómo en el 2013 el empleo en los países de bajos ingresos e ingresos medios bajos era otorgado en su mayor proporción por las grandes empresas para luego en el 2019 ser facilitado en mayor medida por las microempresas y los trabajadores independientes.

Esta nueva dinámica laboral modifica necesariamente los criterios de elección de los objetivos de las políticas públicas de cada gobierno y convierte al microcrédito en un eje central, aunque no único, en la generación de *un crecimiento económico más rápido y continuo, que al mismo tiempo sea incluyente y sostenible* (Dini, M. y Stumpo, G. (2020)).

En Colombia, de acuerdo con el tamaño de la empresa medido por el valor de sus activos, se evidencia que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por microempresas (99,5 %), seguido por las pequeñas empresas (0,4 %) y el restante se encuentra en las medianas y grandes empresas (0,03 %) (Confecámaras, 2021). Al mismo tiempo, según el Registro Único Empresarial y Social (RUES), el 52,2% de las empresas creadas entre enero y diciembre de 2021 se constituyeron creando al menos un empleo, y aún después de la pandemia generada por el COVID-19, en los Resultados Encuesta de las Cámaras de Comercio de Seguimiento y Monitoreo del Impacto de la COVID-19 en el Sector Empresarial se evidencia que el 81,6% de las MiPymes tienen entre 2 y 10 empleados dentro de su planta personal.

Adicionalmente, un análisis de Libertank del informe de dificultades monetarias por departamentos del DANE en 2021 evidencia que la pobreza y la cantidad de empresas por regiones tienen una relación inversamente proporcional. Es decir, a mayor cantidad de empresas, menor es el índice de pobreza (Rico Muñoz, A. (23 de Agosto de 2022)), señalando que la nueva tendencia del micro empleo no solo contribuye a la creación de nuevos puestos de trabajo sino que genera innovación y desarrollo económico que ayudan a estabilizar la economía y por esta vía reducir la pobreza. (Domínguez Rivera, J., Ramírez Barbosa, C., Ortiz Medina, M., Noreña Salinas, I., y Pradilla Viña, M. (2021)). Teniendo en cuenta lo anterior, se formula la siguiente hipótesis:

H2: El empleo contribuye a incrementar el ingreso per cápita en Colombia.

**Educación:** La relación pobreza-educación se ha tratado desde diversas perspectivas según el enfoque social o científico. Con el fin de identificar la magnitud del impacto de la educación sobre la reducción de la pobreza se utilizará la teoría del capital humano para establecer una relación cuantitativa entre el nivel del ingreso y los años de educación de un individuo.

La teoría del capital humano establece esta relación de la siguiente manera: Mayor educación genera mayor productividad potencial de la fuerza de trabajo, y como consecuencia, mayores ingresos potenciales para los trabajadores (Bazdresch Parada, M. (2001)). Lo anterior indica que, en teoría, la inversión gubernamental o privada en la generación de mayores establecimientos educativos de calidad aumentará la probabilidad de obtener mejores empleos y, por lo tanto, mayores niveles de ingreso.

Sin embargo, el comunicado de prensa del DANE sobre la Pobreza multidimensional en Colombia (2020) muestra la integralidad social y económica necesaria para disminuir la pobreza en una mayor magnitud. Aunque el analfabetismo disminuyó, a nivel nacional, un 0,9% y un 2,9% en los centros poblados y rural disperso esto no fue suficiente para disminuir el indicador agregado de la pobreza multidimensional pues esta aumentó 0,6 puntos porcentuales con respecto al 2019. La educación sí es un factor que influye en la reducción de la pobreza, pero debe ser complementado con el otorgamiento de servicios públicos básicos, políticas públicas enfocadas en el emprendimiento, expansión de la demanda laboral y otras acciones que promuevan el crecimiento económico con igualdad de condiciones. Teniendo en cuenta lo anterior, se formula siguiente hipótesis:

H3: La educación contribuye a incrementar el ingreso per cápita en Colombia.

**PIB:** El Producto Interno Bruto de un país se define como el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos usando los factores de producción disponibles dentro de un país en un periodo determinado (Banco de la República de Colombia (2022)). Si el PIB de una economía es más alto que el de otra economía se afirma que el primero es más rico que el otro en términos de la producción de bienes y servicios finales. Empero, el PIB global de un país no es un

indicador adecuado para medir el bienestar de un país ya que depende de su número de habitantes (Bankinter. (28 de Septiembre de 2016)).

La presencia de una elevada desigualdad entre los habitantes de un país ocasiona que a pesar de que el PIB de la región sea alto la calidad de vida de gran parte de la población se vea deteriorada. Esto es, porque la riqueza se concentra en un sector específico de la sociedad. En Colombia, por ejemplo, en 2019, previo a la pandemia, el nivel de desigualdad medido por el coeficiente de Gini (0,53), fue el más alto de los países de la OCDE y, además, se ubica también como el segundo más alto en la región, solo superado por Brasil. Y, peor aún, la crisis del covid-19, ha aumentado aún más la desigualdad, empujando el coeficiente de Gini hasta 0,54 en 2020 y arrastrando a alrededor de 3,6 millones de personas más a la pobreza (Banco Mundial. (2021)). Lo cual indica que, a pesar de que el PIB de Colombia haya aumentado 6,8% en el 2020 con respecto al 2019 (DANE (2021)) esto no se ve expresado en mayor bienestar para toda la población debido a la gran desigualdad que enfrenta el país. Por lo anterior, se ha tomado el PIB agregado de cada municipio como variable dependiente con el fin de establecer una proxy de desigualdad con respecto al PIB per cápita. Si se observa en el modelo una relación inversamente proporcional entre el PIB agregado y el PIB per cápita existe un incremento en el ingreso agregado del municipio, pero la mayoría de la población percibe las mismas condiciones de bienestar que antes o viceversa y, por lo tanto, no se puede establecer una disminución real en el nivel de pobreza de la sociedad. En conclusión, se formula la siguiente hipótesis:

H4: Mayor PIB contribuye incrementa el ingreso per cápita en Colombia.

### 3.3.2. Metodología

La base de datos tiene datos de corte transversal sobre 344 municipios de Colombia desde 2011 hasta 2020. Los municipios utilizados están clasificados como *ciudades* e *intermedios*. Durante el proceso econométrico se corrió la regresión para los municipios clasificados como *rural* y *rural disperso* pero debido a la falta de datos y la variabilidad de los mismos se tuvo que utilizar solo los primeros. Adicionalmente,

las variables no eran significativas y los signos de la relación entre las variables explicativas y la variable explicada no era la esperada. Estos resultados se explican probablemente por la falta de información en los municipios rurales y rurales dispersos del país.

La tabla 3.2 presenta la descripción de las variables explicativas y sus respectivas fuentes de información y la tabla 3.4 muestra las estadísticas descriptivas de cada variable y el factor de inflación de la varianza (VIF), que mide la correlación y la fuerza de la correlación entre las variables predictoras del modelo de regresión. Como se puede observar, el VIF es menor que 5 lo que indica que existe una correlación moderada entre las variables predictoras, es decir, la multicolinealidad no es alta y, por lo tanto, no hay problemas al ajustar e interpretar el modelo propuesto.

**Tabla 3.2.** Variables de las estimaciones

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	FUENTE
PIB per cápita	PIB municipal / No. habitantes por municipio	DANE
Microcrédito	Monto de microcréditos por municipio	Asomicrofinanzas
Empleo	Número de microempresas por municipio	Confecámaras
Educación	Transferencias del Gobierno Central para educación	DNP
PIB	Producción Municipal	DANE

Como variable dependiente consideraremos el PIB per cápita municipal. Para efectos del estudio asumimos esta variable como una *proxy* a la medición de la pobreza ya que no se contaban con los datos de pobreza por municipio. El PIB per cápita mide el ingreso por habitante en cada municipio, si este incrementa como resultado de las variaciones en variables explicativas se reduce la pobreza. A mayor nivel de ingreso, mayor capacidad de compra y, por consiguiente, mejor bienestar y calidad de vida. La tabla 3.3 muestra los nombres de las variables dentro del modelo y el signo esperado de cada una de ellas en relación con el PIB per cápita.

**Tabla 3.3.** Variables explicativas

		Nombre en el modelo	Signo esperado
Explicativas	Microcrédito	Crédito	(+)
	Empleo	Microempresa	(+)
	Educación	Educacion	(+)
	PIB	PIB	(+)
Dependiente	PIB per cápita	$PIB_{PC}$	(+)

**Tabla 3.4.** Estadísticas descriptivas

Variable	Obs	Media	Desv. Std.	Min	Max	VIF
Microcrédito	344	4.640,54	12.912,02	0,10	297.365,74	2,08
PIB	344	1.923,49	12.301,10	19,57	243.835,89	1,15
Educación	344	27.820,81	120.286,66	53,36	2.378.885,31	3,26
Microempresa	344	5.867,40	40.796,09	10,00	1.148.605,00	2,69

Fuente: Asomicrofinanzas, DANE, Confecámaras y DNP; cálculo de los autores

Se analiza el impacto del microcrédito en la reducción de la pobreza a través del análisis de los montos de créditos por municipio y su efecto sobre el PIB per cápita de cada municipio. El modelo planteado investiga el impacto del monto del microcrédito, controlando la inversión en educación, el PIB agregado y el número de empresas por municipio, en el incremento del PIB per cápita.

El modelo empírico general viene dado por:

$$PIB_{PCit} = \beta_0 + \beta_1 PIB_{it} + \beta_2 \ln(\text{Educación})_{it} + \beta_3 \ln(\text{Créditos})_{it} + \beta_4 \ln(\text{Microempresa})_{it} + \epsilon_{it} \quad (3.1)$$

Donde  $PIB_{PCit}$  es el PIB per cápita en el municipio  $i$  y en el tiempo  $t$  y es la variable dependiente medida por el valor (en millones de pesos) de los bienes y servicios finales producidos en cada municipio. Las medidas de las variables dependientes están explicadas en la tabla 1.

Para analizar el impacto mencionado se creará un modelo de datos panel estimado a partir del método de Mínimos Cuadrados Ordinarios Combinados, Efectos Fijos, Efectos Aleatorios y Primeras Diferencias. La ventaja de tratar los datos como una base con características de datos panel es que permite controlar el modelo por factores específicos

individuales no observados que no varían en el tiempo y que podrían causar sesgo de la variable omitida, es decir, correlación entre las variables no observadas y las variables observadas (no se cumple el supuesto de exogeneidad  $\epsilon(\epsilon|x) = 0$ ).

Por lo anterior, cada metodología de estimación controlará el problema del sesgo por variable omitida y se obtendrá una estimación más eficaz en cada uno de los coeficientes. Además, como ya vimos el VIF está dentro del intervalo de tolerancia de la multicolinealidad por lo que la inferencia estadística es válida.

Ahora bien, para el elegir la metodología de estimación que más se adapte a las características de nuestra base de datos se realizarán una serie de pruebas estadísticas que permitirán elegir el mejor modelo econométrico y, por lo tanto, obtener la mejor aproximación de los parámetros poblacionales. Luego, se validarán los supuestos de no correlación serial en los residuales, homocedasticidad y normalidad para comprobar si es posible o no tener una inferencia estadística válida. La figura 1 muestra los resultados obtenidos en cada uno de los posibles modelos.

En el anexo 1 se muestran las pruebas estadísticas y los pasos econométricos necesarios para poder elegir el mejor modelo de estimación. Los resultados finales arrojan que para nuestra base de datos la mejor forma de calcular los coeficientes estimados es a través del método de efectos fijos.

### **3.3.3. Resultados empíricos**

Ahora veamos los resultados de los coeficientes estimados corregidos con errores robustos a la heterocedasticidad y la correlación serial en los residuales. La tabla 3.5 muestra la estimación del modelo de datos panel con efectos fijos.

En primer lugar, todos los coeficientes son significativos y tienen el signo esperado. Cada variable independiente afecta positivamente a la variable dependiente que en este caso es el PIB per cápita. En cuanto a nuestra variable de interés, es decir, el valor de los microcréditos en cada municipio, se puede observar que esta es altamente significativa y entre más se aumente en un punto porcentual la cantidad de microcréditos en

la economía mayor será el PIB per cápita por municipio y, por lo tanto, el bienestar de cada individuo se verá considerablemente mejorado.

Por otro lado, la obtención del microcrédito para la creación de micronegocios también afecta positivamente el PIB per cápita. Sin embargo, el impacto de las microempresas en comparación con el valor de los créditos es menor. Establecer políticas públicas enfocadas en la generación de microcréditos de manera integral, es decir, con el acompañamiento respectivo del manejo de los activos financieros podría multiplicar el efecto de la variable microempresas en el PIB per cápita. Recordemos que la desigualdad en Colombia tiene niveles bastante altos. Bajo este contexto, la distribución de la riqueza a través del emprendimiento se vuelve una opción viable y aún más cuando este fenómeno es cada vez más frecuente. La variable PIB agregado es la que menos efecto tiene sobre el PIB per cápita, aunque esta también es significativa y tiene el signo esperado.

**Tabla 3.5.** Estimación del modelo de datos panel con efectos fijos

<i>Variable Dependiente: PIB<sub>PCit</sub></i>	
	EF
PIB	0.0002* (0.0001)
ln(Educación)	1.546** (0.652)
ln(Crédito)	0.883*** (0.105)
ln(Microempresa)	0.626*** (0.130)

Errores estándar entre paréntesis.

\*\*\*  $p < 0,01$ , \*\*  $p < 0,05$ , \*  $p < 0,1$

Fuente: Asomicrofinanzas, DANE, Confecámaras y DNP. Elaboración propia.

### 3.4. Anexo 1

#### 3.4.1. Elección del modelo

Test de Hausman ¿Es mejor efectos fijos o efectos aleatorios? Esta prueba se basa en el supuesto de asumir que el modelo de efectos aleatorios es más eficiente debido a que con este se puede modelar la correlación serial que existe en el error compuesto de la regresión. Por lo tanto, la hipótesis nula nos dice que los modelos son equivalentes estadísticamente y por eficiencia elijo efectos aleatorios, mientras que la hipótesis alternativa asume efectos fijos como el mejor modelo de estimación.

Los resultados que arroja el Test de Hausman en la presente modelación son los siguientes:

```
[language=R]
Hausman Test
data:  PIB_PC ~ PIB + log(Educación) + log(Creditos) + ...
chisq = 51.462, df = 4, p-value = 1.787e-10
alternative hypothesis: one model is inconsistent
```

Como el p-value es pequeño se rechaza la hipótesis nula a favor de la alternativa, es decir, los modelos no son equivalentes estadísticamente y, por lo tanto, elegimos el modelo de efectos fijos. Otra manera de elegir el modelo de efectos fijos como el mejor modelo de estimación para nuestra base de datos es desde el punto de vista teórico. El modelo de efectos aleatorios supone que el efecto fijo o heterogeneidad inobservable que captura todos los efectos inobservables constantes en el tiempo ( $a_i$ ) no está correlacionado con ninguna variable explicativa en todos los periodos. Sin embargo, aceptar este supuesto en la práctica es poco probable. Normalmente sucede que no se incluyen todas las variables explicativas de la variable dependiente y, por lo tanto, quedan variables inobservables en el error que evidentemente se correlacionan con las variables explicativas del modelo. Por esta razón, aceptamos que es mejor estimar nuestro modelo con efectos fijos, ya que este sí asume la correlación entre  $a_i$  y las variables explicativas.

Test de primeras diferencias de Wooldridge ¿Es mejor primeras diferencias o efectos fijos? Caso en el que se prefiere el estimador de

primeras diferencias sobre el de efectos fijos: Teóricamente el estimador de primeras diferencias se prefiere cuando el error idiosincrático (en nivel)  $u_{it}$  se comporta como una caminata aleatoria. Al diferenciar la ecuación se obtendría que  $\Delta u_{it}$  deja de tener correlación serial, es decir,  $\text{cov}(\Delta u_{it}, \Delta u_{is}) = 0$ , por lo que el estimador de primera diferencia sería más eficiente que el de efectos fijos.

Caso en el que se prefiere el estimador de efectos fijos sobre el de primeras diferencias: Teóricamente, el estimador de efectos fijos se prefiere cuando el error idiosincrático  $u_{it}$  no presenta correlación serial, es decir cuando  $\text{cov}(u_{it}, u_{is}) = 0$ . Veamos los resultados del test cuando la hipótesis nula es igual a efectos fijos, es decir,  $\text{corr}(U_{ij}, U_{ij-1}) = 0$ :

```
[language=R]
Wooldridge's first-difference test for serial correlation in panels
data: plm.model
F = 20.996, df1 = 1, df2 = 1956, p-value = 4.893e-06
alternative hypothesis: serial correlation in original errors
```

Como el p-value es menor a 0.05 existe evidencia para rechazar la hipótesis nula y, por lo tanto, se prefiere estimar la regresión con el modelo de primeras diferencias. Resultados del test cuando la hipótesis nula es igual a primeras diferencias, es decir,  $\text{cov}(\Delta u_{it}, \Delta u_{is}) = 0$ :

```
[language=R]
Wooldridge's first-difference test for serial correlation in panels
data: plm.model
F = 0.11773, df1 = 1, df2 = 1956, p-value = 0.7316
alternative hypothesis: serial correlation in differenced errors
```

Como el p-value es mayor a 0.05 no existe evidencia para rechazar la hipótesis nula y, por lo tanto, se prefiere estimar la regresión con el modelo de primeras diferencias. Como se puede observar, los resultados para elegir entre uno u otro modelo son inconclusos, en el Test de Hausman se elige el modelo de efectos fijos y en el test de Wooldridge se elige el modelo de primeras diferencias, por lo tanto, es imposible elegir cuál es más eficiente. No obstante, ante este tipo de situaciones y en el desarrollo de política pública el estimador comúnmente más utilizado es el estimador de efectos fijos.

### 3.4.2. Validación de supuestos

Prueba de heterocedasticidad: Se emplea la prueba de Breusch Pagan para la heterocedasticidad de los estimadores de efectos fijos y se obtiene el siguiente resultado:

```
[language=R]
studentized Breusch-Pagan test
data: Fixed_BU_C
BP = 52.839, df = 4, p-value = 9.21e-11
```

Hipótesis nula: Homocedasticidad; Hipótesis alternativa: Heterocedasticidad

Al rechazarse la hipótesis nula se concluye que todos los residuales del modelo presentan heterocedasticidad y, por ende, se debe corregir sus errores estándar con errores robustos a la heterocedasticidad. Si no se corrige la heterocedasticidad presente en los residuales del modelo podría haber errores en los cálculos de las matrices correspondientes a los estimadores y, por lo tanto, se perdería eficiencia y fiabilidad en los resultados de la regresión. Prueba Breusch-Godfrey para autocorrelación de orden  $p$ : Se emplea la prueba Breusch-Godfrey para la autocorrelación serial de los errores del modelo de efectos fijos y se obtiene el siguiente resultado:

```
[language=R]
Breusch-Godfrey test for serial correlation of order up to 1
data: Fixed_BU_C
LM test = 1950.4, df = 1, p-value < 2.2e-16
```

Hipótesis nula: No correlación serial; Hipótesis alternativa: Presencia de correlación serial

Al rechazarse la hipótesis nula se concluye que los errores del modelo presentan correlación serial y, por ende, se deben corregir sus errores estándar con errores robustos a la correlación serial. Corrección de los errores estándar mediante errores robustos a la heterocedasticidad y a la autocorrelación serial:

Como observamos en los resultados anteriores, existe heterocedasticidad y autocorrelación serial en los residuales del modelo. Se utiliza el

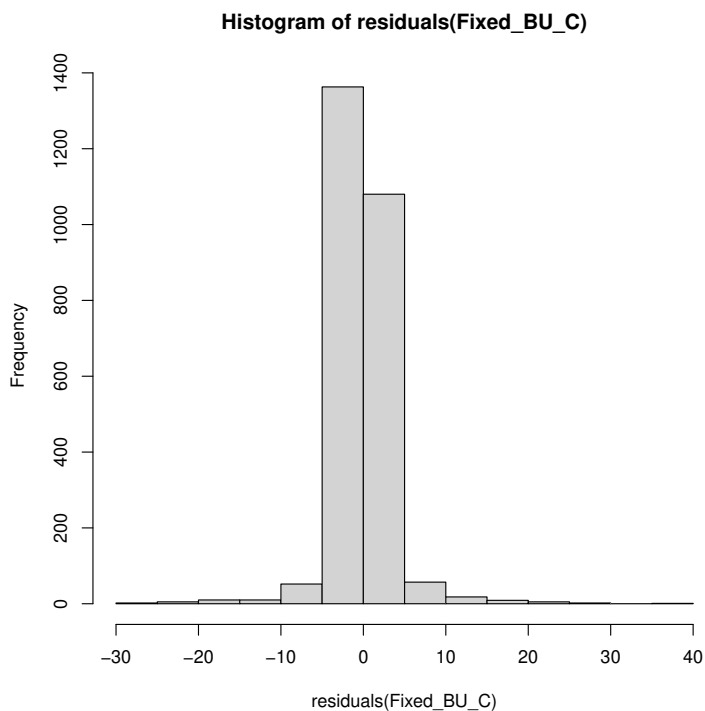
método de corrección de los errores estándar mediante errores robustos a la heterocedasticidad y a la auto correlación serial para volver los errores homocedásticos y sin presencia de correlación serial. Todo lo anterior con el fin de poder realizar inferencia estadística y obtener resultados totalmente válidos para el análisis económico.

Después de realizada la corrección obtenemos los siguientes estimadores (cuyos valores son bastante similares a los obtenidos antes de la inserción de los errores robustos a la heterocedasticidad y a la auto correlación serial):

```
[language=R]
t test of coefficients:
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
PIB          0.00019348 0.00011615  1.6658  0.09590 .
log(Eduacacion) 1.54583269 0.65187722  2.3714  0.01781 *
log(Créditos)   0.88304640 0.10515412  8.3976 < 2.2e-16 ***
log(Microempresas) 0.62612858 0.13016902  4.8101 1.607e-06 ***
---
Signif. codes:  0 *** 0.001 ** 0.01 * 0.05 . 0.1  1
```

Verificación de normalidad en los errores: Para verificar este supuesto, en primer lugar, realizaremos un histograma de los residuales para ver si estos tienen un comportamiento parecido al que se esperaría de una distribución normal:

El histograma nos muestra una distribución muy parecida a la distribución normal, es decir, una línea de tendencia en forma de campana. Sin embargo, realizaremos dos pruebas más para comprobar si en realidad la regresión estimada cumple con el supuesto de normalidad. Primero usaremos una qq-plot para ver la normalidad de los residuales (una gráfica tipo qq-plot permite comparar el comportamiento/distribución de los residuales, respecto a una distribución normal teórica. Es decir, se comparan los cuantiles teóricos con los muestrales) y luego haremos el test de Jarque-Bera para reafirmar los argumentos visuales de la validación del supuesto.

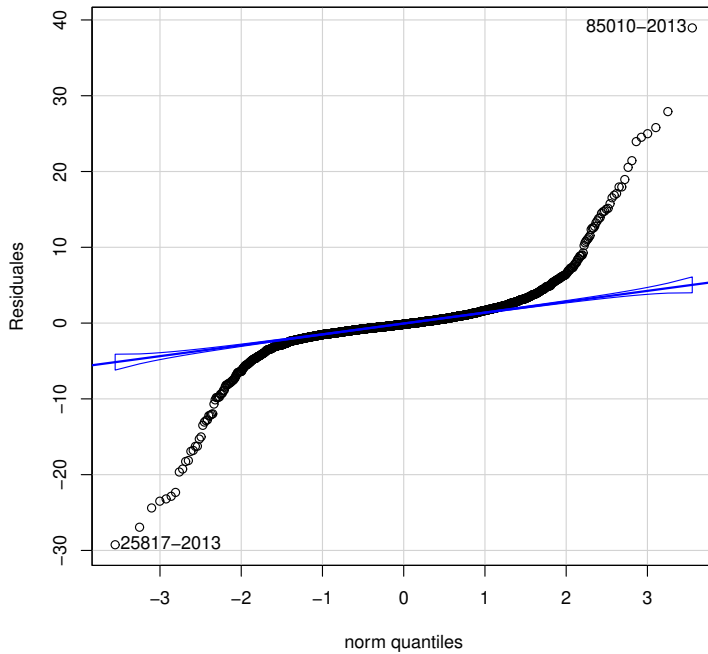
**Figura 3.7.** Distribución de los errores

Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

Gráficamente puede verse que los residuales no tienen una distribución normal debido a que hay datos que se agrupan hacia el centro sobre la línea punteada, pero en las colas de la distribución se alejan considerablemente de la línea teórica de la normalidad. Test de Jarque-Bera: Este test nos permite comprobar si los residuales tienen o no un comportamiento normal, veamos los resultados:

```
[language=R]
Jarque Bera Test
data: residuals(Fixed_BU_C)
X-squared = 65670, df = 2, p-value < 2.2e-16
```

**Figura 3.8.** Comportamiento de los residuales



Fuente: Asomicrofinanzas; cálculos de los autores

A pesar de que el histograma nos da indicios del cumplimiento del supuesto de normalidad el test de Jarque-Bera y la gráfica de los cuantiles refuta la hipótesis nula de normalidad indicando que en este caso el supuesto no se cumple. Sin embargo, se debe resaltar que los errores estándar y la inferencia estadística es asintóticamente válida así los errores no sean normales, es decir, cuando  $N$ , el número de observaciones, tiende a infinito. En este caso, esta condición se cumple, ya que la muestra utilizada para estimar el impacto del microcrédito en la reducción de la pobreza se puede hacer más grande a medida que aumentemos el número de observaciones en la base de datos.

---

## Indicadores Sociales para la Industria Microfinanciera

---

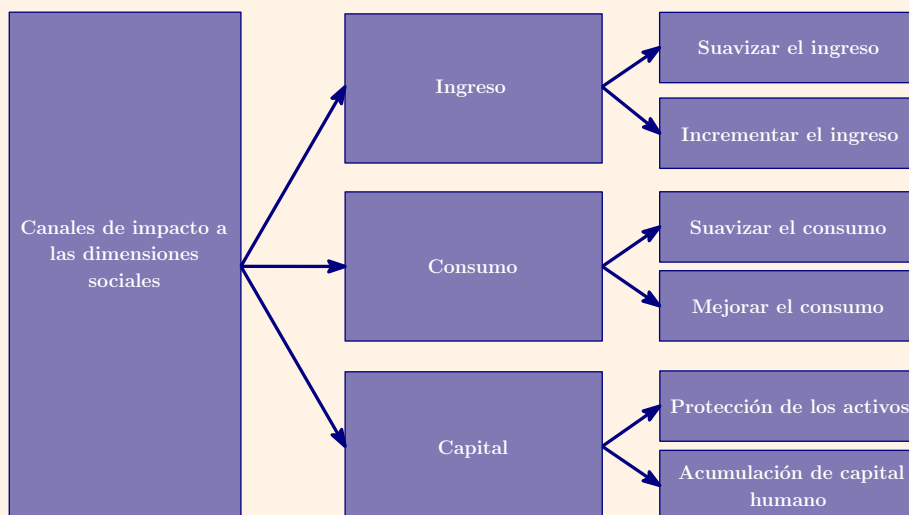
A nivel global, el microcrédito se ha reconocido como una herramienta fundamental para la inclusión financiera de los más vulnerables y el crecimiento de sus ingresos y unidades productivas. A continuación, se resume el Manual de Indicadores sociales para entidades Microfinancieras en Colombia elaborado por Asomicrofinanzas, *Farmer to Farmer* y *Partners of the Americas*, con el apoyo de Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y el Banco de la República, con el fin de contribuir a la reflexión sobre las mediciones sociales del microcrédito e incentivar a las instituciones a adoptar algunos de los índices sugeridos<sup>2</sup>.

Aunque los resultados del Capítulo 3 de este libro dan cuenta del impacto del microcrédito en el ingreso de los clientes, no permite cuantificar la incidencia en otras variables como el consumo, el capital y activos de los clientes, debido a la disponibilidad de la información. De acuerdo con Asomicrofinanzas et al. (2021), estas últimas variables permiten cuantificar el impacto integral del microcrédito, ya que dan cuenta de su rol en la suavización en el consumo de los más vulnerables, la protección de sus activos y la mejor administración de los riesgos (figura 3.9).

---

<sup>2</sup>Especial agradecimiento a las voluntarias del programa Farmer to Farmer Adria M. Vargas Santos y Ángela María Jiménez Peñuela por liderar este proyecto.

**Figura 3.9.** Hipótesis sobre los canales del impacto del microcrédito



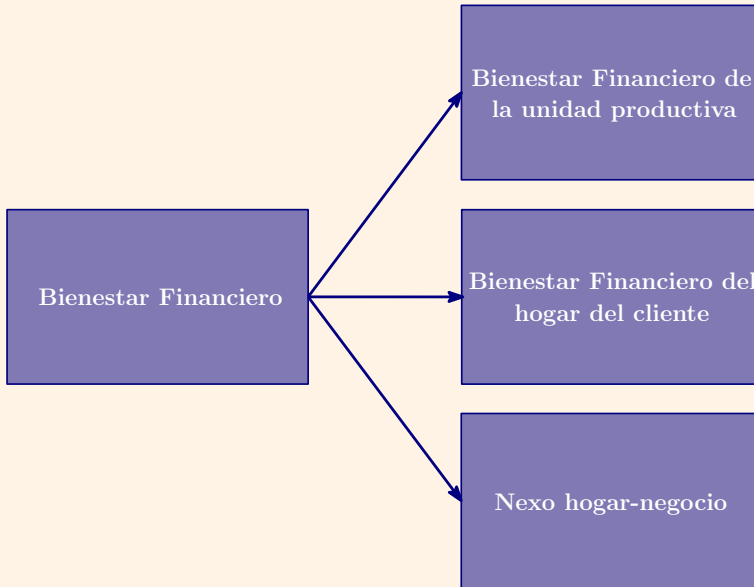
Fuente: Asomicrofinanzas et al. (2021). Elaboración propia.

El Manual de Indicadores Sociales para Entidades Microfinancieras en Colombia sugiere que el impacto podría medirse considerando tres dimensiones: (i) bienestar financiero; (ii) resistencia frente a choques adversos; (iii) mejoras en las condiciones de la unidad productiva y del hogar del cliente. A continuación se presentan los elementos por evaluar dentro de cada una de estas dimensiones. La elección de los indicadores para replicar dependerá de la disponibilidad de información de las instituciones financieras, las características de sus clientes y la naturaleza de la organización.

### **Bienestar financiero**

La dimensión de bienestar financiero evalúa el rol de las instituciones que ofrecen microcrédito en la capacidad de los clientes para responder ante una crisis y/o hacer realidad sus planes de vida. Como se muestra en la figura 3.10, el bienestar financiero se compone de tres índices con el mismo peso dentro de esta dimensión: (I) bienestar financiero de la unidad productiva; (II) bienestar financiero del hogar del cliente; (III) nexo hogar-negocio.

**Figura 3.10.** Bienestar financiero



Fuente: Asomicrofinanzas et al. (2021). Elaboración propia.

El primero mide el bienestar financiero de la unidad productiva mediante información relacionada con el balance ingresos y gastos de los negocios, su resiliencia frente a choques externos, y sus hábitos de ahorro. En la tabla 3.6, se incluyen algunas de las preguntas que podrían adoptarse para la medición de los temas descritos. Asimismo, se presentan las opciones de respuesta y su ponderación positiva (+), negativa (-) o neutra dentro de la dimensión.

El segundo analiza el bienestar financiero del hogar del cliente mediante preguntas relacionadas con el manejo de las finanzas al interior del hogar, su nivel de gastos y endeudamiento, el poder de decisión sobre las finanzas del hogar y el acceso a financiamiento o apoyo externo. En la tabla 3.7 se incluyen algunas de las preguntas que podrían formularse para la medición de los temas descritos, las opciones de respuesta y su calificación.

**Tabla 3.6.** Preguntas para la medición del bienestar financiero de la unidad financiera.

<p><b>Pregunta:</b> En los últimos 12 meses ¿ha podido cubrir cada mes todos los costos habituales o del día tras día del negocio con los ingresos obtenidos?</p>	<p><b>Pregunta:</b> Si su negocio dejara de generar ingresos, ¿por cuánto tiempo podría mantenerlo operando con las reservas que tiene?</p>	<p><b>Pregunta:</b> ¿Cuál de las siguientes afirmaciones le describen mejor con relación al ahorro en su actividad de negocio?</p>
<p><b>Opciones de respuesta y valoración:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sí (1)</li> <li>- No (-1)</li> <li>- No sabe o No responde (0)</li> </ul>	<p><b>Opciones de respuesta y valoración:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menos de 1 mes (-2)</li> <li>- 1-3 meses (-1)</li> <li>- 4-6 meses (1)</li> <li>- 7-12 meses (1)</li> <li>- Más de un año (2)</li> </ul>	<p><b>Opciones de respuesta y valoración:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ahorro regularmente un porcentaje fijo de mis ganancias mensuales (2)</li> <li>- Ahorro lo que quede al final del mes sin plan fijo (1)</li> <li>- No ahorro porque gasto tanto o más que mis ingresos (0)</li> <li>- No ahorro porque prefiero gastar dinero que ahorrar para el futuro (-1)</li> <li>- No sabe o No responde (0)</li> </ul>

Fuente: Asomicrofinanzas et al. (2021). Elaboración propia.

Tabla 3.7. Preguntas para la medición del bienestar financiero del hogar del cliente.

Finanzas del hogar	Poder decisión finanzas del hogar	Acceso financiamiento o apoyo externo
Pregunta: ¿Qué tan preocupada(o) se siente sobre ser capaz de cubrir en su totalidad los gastos esperados?	Pregunta: Dentro de su hogar ¿quién es el responsable de manejar el diario?	Pregunta: ¿Cómo cubriría una necesidad inesperada?
<b>Opciones de respuesta y valoración:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sin preocupación en absoluto (2)</li> <li>- Un poco preocupada/o (1)</li> <li>- Muy preocupada/o (0)</li> </ul>	<b>Opciones de respuesta y valoración:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yo (1)</li> <li>- Mi pareja (1)</li> <li>- Mi pareja y yo (1)</li> </ul>	<b>Opciones de respuesta y valoración:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondo de reserva del negocio o ahorros personales (2)</li> <li>- Reducir los gastos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Yo y otro miembro del hogar (1)</li> <li>- Nadie (0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- básicos del hogar (-1)</li> <li>- Retrasar un gasto planificado (-1)</li> <li>- Vender algo de su propiedad (-1)</li> <li>- Trabajar horas extras, aceptar un trabajo extra, ganar dinero extra (1)</li> </ul>	

Continúa

Finanzas del hogar	Poder decisión finanzas del hogar	Acceso financiamiento o apoyo externo
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitar apoyo del gobierno (0)</li> <li>- Pedir ayuda o pedir prestado a familiares, amigos o la comunidad (1)</li> <li>- Empeñar algo le pertenece (-1)</li> <li>- Obtener un préstamo informal (gota a gota) (-1)</li> <li>- Obtener un préstamo personal de las instituciones financieras (2)</li> <li>- Utilizar una línea de crédito o realizar un sobregiro autorizado (1)</li> <li>- Utilizar la tarjeta de crédito para un adelanto en efectivo (1)</li> </ul>

Fuente: Asomicrofinanzas et al. (2021). Elaboración propia.

Finalmente, el tercero relaciona el nivel de independencia entre la unidad productiva y el hogar del cliente. Cuanto más bajo sea este nivel, la vulnerabilidad de los clientes es mayor. Como se muestra en la tabla 3.8, las preguntas requeridas dan cuenta de la ubicación del negocio, los registros financieros del negocio/hogar, y la utilización de los insumos y productos.

**Tabla 3.8.** Preguntas para la medición del nexo hogar-negocio

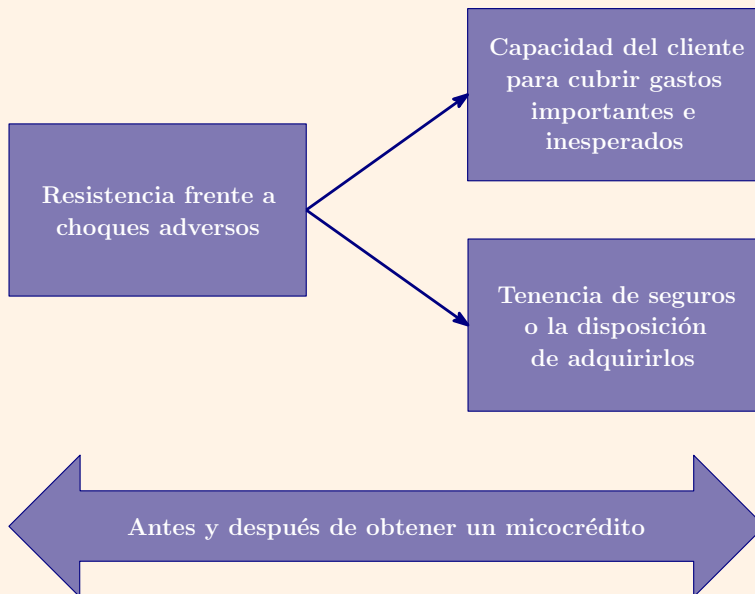
Pregunta	Opción respuesta y ponderación
¿Su negocio funciona en un espacio independiente a su domicilio?	Sí (1); No (0)
¿Los insumos y productos del negocio se utilizan para el consumo del hogar o viceversa?	Sí (1); No (0)
¿El registro de ingresos y gastos de su negocio se manejan separados de los ingresos y gastos de su hogar (utilizando presupuestos y/o cuentas diferentes)?	Sí (1); No (0)
En caso de tener productos financieros formales (crédito y ahorro), ¿cuenta con productos financieros separados para el hogar y el negocio?	Sí (1); No (0)

Fuente: Asomicrofinanzas et al. (2021). Elaboración propia.

## Resistencia frente a choques adversos

El objetivo de la segunda dimensión es medir si la tenencia de un microcrédito aumenta la resistencia a de los clientes frente a choques adversos. Como se muestra en la figura 3.11, en este caso se analiza la capacidad del cliente (antes y después de haber recibido un microcrédito) para cubrir gastos importantes e inesperados, así como su percepción sobre la tenencia de seguros o la disposición de adquirirlos. En la tabla 3.9, se exponen las preguntas que deberían formularse a los clientes con más de dos créditos dentro de la institución financiera.

**Figura 3.11.** Resistencia frente a choques adversos



Fuente: Asomicrofinanzas et al. (2021). Elaboración propia.

**Tabla 3.9.** Preguntas de medición de la resistencia frente a choques adversos

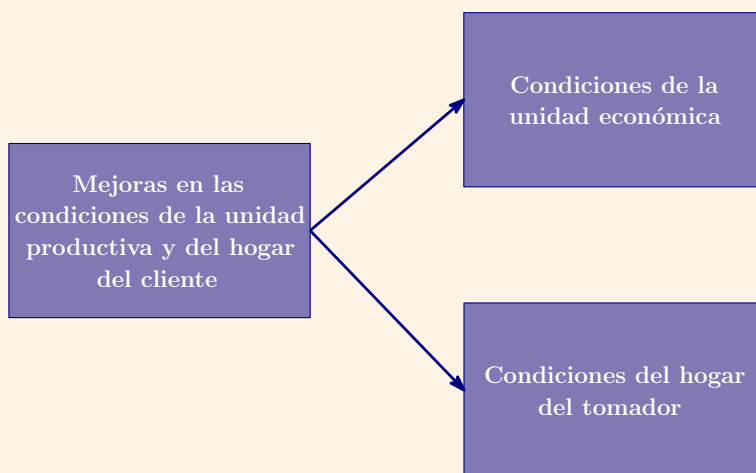
Pregunta	Opción respuesta y ponderación
Si mañana se enfrentara con un gasto importante e inesperado,	Sí (1); No (0)
¿podría cubrirlo en su totalidad sin necesidad de acudir a un préstamo que tendría que devolver?	Sí (1); No (0)
¿Ha hecho algo al respecto para asegurarse de que podría cubrir un gasto tan inesperado en su totalidad, sin acudir a un préstamo que tendría que devolver?	Sí (1); No (0)
¿Ha pensado en hacer algo al respecto para asegurarse de que podría cubrir un gasto tan inesperado en su totalidad, sin acudir a un préstamo que tendría que devolver?	Sí (1); No (0)
¿Qué tan preocupada(o) se siente sobre ser capaz de cubrir en su totalidad los gastos inesperados?	Sin preocupación en absoluto (2). Un poco preocupada/o (1). Muy preocupada/o (0).

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

## Mejoras en las condiciones de la unidad productiva y del hogar del cliente

La tercera dimensión indaga sobre las mejoras en las condiciones de la unidad productiva y del hogar de los clientes con acceso a microcrédito (figura 3.12). En el caso de las condiciones de la unidad económica, se indaga sobre el uso del préstamo y el impacto real o esperado en relación con las inversiones a corto plazo realizadas, la productividad y el ingreso (tabla 3.10). En cuanto a las condiciones del hogar, se analiza la percepción de los clientes sobre el impacto del microcrédito en su consumo de bienes básicos y de larga duración, así como en la mejora de su toma de decisiones.

**Figura 3.12.** Mejoras en las condiciones de la unidad productiva y del hogar del cliente



Fuente: Asomicrofinanzas et al. (2021). Elaboración propia.

Dada la integralidad en los temas que aborda y la diversidad de indicadores que expone, este Manual constituye una herramienta para la medición de impacto de las entidades microfinancieras. Ejercicios de este tipo son claves para entender el rol de la industria microcrediticia en la atención de la población de más bajos ingresos y vulnerable<sup>3</sup>. De esta

---

<sup>3</sup>De hecho, los resultados piloto de un ejercicio realizado por Asomicrofinanzas et al. (2021), con base en este manual subrayan la importancia del microcrédito en el mejoramiento de las condiciones de la unidad económica del cliente y en la protección de los clientes frente a choques.

forma, pueden seguir impulsándose cambios en las políticas públicas y sectoriales que potencien el impacto del microcrédito en sus beneficiarios finales.

**Tabla 3.10.** Preguntas de medición de la resistencia frente a choques adversos

	<b>Opciones de respuesta: 1 muy poco y 4 mucho</b>
<b>Unidad Económica ¿Usted considera que el microcrédito</b>	
mejoró los ingresos de su negocio, dado que pudo atender una emergencia en su negocio?	1 a 4
mejoró los ingresos de su negocio, dado que pudo invertir en mejoras en su negocio?	1 a 4
mejoró los ingresos de su negocio, dado que pudo ampliar su negocio?	1 a 4
le permitió invertir y hacer su negocio más productivo?	1 a 4
<b>Hogar del Cliente ¿Usted considera que el microcrédito</b>	
le ayudó a mejorar la dieta alimentaria?	1 a 4
evitó que algún miembro de la familia pausara sus estudios?	1 a 4
le facilitó el acceso al sistema de salud o a medicamentos?	1 a 4
le ayudó a salir de deudas con intereses muy altos (gota a gota)?	1 a 4

Fuente: Asomicrofinanzas et al. (2021). Elaboración propia.



Imagen cortesía de Microempresas de Colombia

---

### Competencia en el mercado de microcrédito

---

#### 4.1. Introducción

Tradicionalmente, se ha asociado un alto nivel de competencia de mercado con un mayor nivel de bienestar de los consumidores. La teoría económica afirma que la presencia de competidores activos o potenciales genera mayores incentivos para la innovación y reduce la posibilidad de que puedan cobrarse márgenes excesivos por la provisión de un producto o servicio. En el sector bancario, y concretamente en el mercado de microfinanzas, el análisis de la competencia de mercado ha sido abordado ampliamente tanto en el ámbito académico como en el diseño de políticas, debido a que la provisión eficiente de crédito para las microempresas desempeña un papel central en el fortalecimiento de la actividad económica en áreas menos favorecidas y en la lucha contra la pobreza<sup>1</sup>.

Los cambios en estructura de mercado y nivel de competencia son influenciados por la regulación aplicable a los proveedores de microcrédito y por su capacidad de adaptar innovaciones tecnológicas a su modelo negocio. Para determinar los efectos de estos cambios sobre el

---

<sup>1</sup>Para una revisión de la evidencia más reciente ver Cull, R. y Morduch, J., (2017)

bienestar del consumidor se requiere determinar los mecanismos de diferenciación de las entidades, y cómo estos pueden traducirse en mayores márgenes de intermediación o en expansión del volumen y variedad de servicios de financiación disponible para los microempresarios. En este capítulo, se dará un paso en esta dirección al analizar los cambios en los términos de financiación ofrecidos por las entidades microfinancieras ante la entrada de competidores en los mercados locales.

La mayoría de los indicadores de competencia utilizan información agregada en el nivel nacional, pues parten del supuesto de que todos los consumidores cuentan con el mismo nivel de acceso a todas las entidades financieras que ofrecen microcrédito. En consecuencia, el comportamiento agregado de las tasas de interés y de la participación de mercado de las diferentes entidades se entienden como un resultado directo de las preferencias de los clientes frente a un conjunto de servicios disponible de manera homogénea. Si bien este enfoque podría utilizarse en la descripción de tendencias agregadas del sector, ignorar las diferencias en términos de la oferta local de crédito disponible puede conducir eventualmente a conclusiones erróneas respecto al nivel de competencia en el sector y a la elasticidad/precio de la demanda local del microcrédito<sup>2</sup>.

Hasta ahora, el análisis de competencia en el sector financiero se ha desligado de la evolución de la infraestructura de acceso a los servicios financieros a lo largo y ancho del territorio nacional. No obstante, el tamaño y la distribución de las redes de oficinas son elementos de diferenciación claves para las entidades financieras, por lo que el análisis de su evolución reciente es el primer paso para analizar el poder de mercado de las entidades que participan en el sector de microcrédito.

En este capítulo describimos cómo se ha transformado la oferta de productos financieros en diferentes zonas geográficas, en términos del número y tipo de oferentes, y a su vez, examinamos las reacciones de los proveedores de crédito que operan en los mercados locales frente

---

<sup>2</sup>Por ejemplo, la baja elasticidad de la demanda frente cambios en la tasa de interés de una entidad particular puede deberse a que una parte de los clientes potenciales no tiene acceso a los servicios de esta entidad o carece de información acerca de esos cambios. La falta de identificación de los mecanismos detrás de la reacción de la demanda puede conducir a políticas erróneas de precios/acceso para los proveedores de crédito.

a la entrada-salida de nuevos competidores. Así mismo, adelantamos un análisis empírico que describe las características de los mercados locales que pueden influenciar las decisiones de las entidades financieras respecto a su red de oficinas.

Un número amplio de estudios empíricos recientes muestran que, pese al avance notable en desarrollo de canales alternativos de atención al cliente, como corresponsales bancarios y plataformas virtuales, las oficinas siguen siendo vitales en el mercado de crédito (Anenberg et al (2008) y Dore et al (2018)). Los consumidores financieros tienden a mostrar una preferencia por los oferentes de servicios financieros con presencia local cercana a su ubicación física, debido a que esto les permite reducir costos transaccionales y a la mayor probabilidad de aceptación de una solicitud de crédito dado que las entidades cuentan con más información de su situación financiera (Agarwal, S., (2010)). Como resultado, la demanda y oferta de servicios financieros, así como la intensidad de la competencia entre proveedores de crédito puede variar a lo largo y ancho del territorio nacional según la distribución de las redes de oficinas. Por tanto, aquí se examinará el grado de competencia entre las entidades que participan en el segmento de microfinanzas teniendo en cuenta estas diferencias locales.

Por las razones expuestas arriba, este capítulo complementa los estudios previos de competencia del sector con un análisis más detallado de la oferta local de estos servicios. Además, describe cómo se ha transformado la oferta de productos financieros en diferentes zonas geográficas, en términos del número y tipo de oferentes, y, a su vez, examina las reacciones de los proveedores de crédito que operan en los mercados locales frente a la entrada-salida de nuevos competidores. Asimismo, se analizan, empíricamente, las características de los mercados locales que pueden influenciar las decisiones de las entidades financieras respecto a su red de oficinas.

Para desarrollar el análisis, se utiliza información de créditos individuales proporcionada por entidades asociadas a Asomicrofinanzas, la cual incluye características de los créditos otorgados entre 2010 y 2020, así como de los clientes y los proyectos productivos financiados. Las características de los créditos y de los clientes registrados en esta base se describieron en el capítulo 1 de este libro. Esta información se complementa con aquella publicada por la Superintendencia Finan-

ciera de Colombia (SFC) y Banca de las Oportunidades acerca de la ubicación de oficinas, corresponsales bancarios y número de empleados de las entidades que ofrecen microcrédito en Colombia.

Para ello, el capítulo se divide en seis secciones, incluida esta introducción. La segunda explora las características de las entidades financieras que participan en el mercado de microcrédito. seguidamente se describe la oferta local de microcrédito en mercados geográficos definidos a partir de la cercanía de municipios colindantes. La siguiente sección examina los cambios de las entidades asociados a la entrada de un nuevo proveedor de microcrédito en el mercado local. En la quinta sección se analiza en detalle los cambios en las características de los créditos otorgados por algunas de las más importantes entidades del sector microfinanzas luego de la entrada de un competidor en el nivel local. Finalmente, en la última sección se recogen las conclusiones del ejercicio.

## **4.2. Entidades financieras del sector de microcrédito**

El primer paso de este análisis consiste en identificar las entidades que participan en el mercado de microcrédito. En años recientes, un número amplio de entidades financieras han expandido su portafolio de créditos para incluir servicios dentro de la categoría de microcrédito.<sup>3</sup> Se entiende como proveedores de microcrédito aquellas entidades que asignaron más del 0,1 % de su portafolio de créditos en esta categoría, según lo reportado con corte a diciembre de 2020. Con base en esta definición, hay 73 proveedores de microcrédito en Colombia (Apéndice 4.7).

Estas entidades difieren sustancialmente, en su grado de especialización en este nicho de mercado. Para facilitar la exposición de los resultados, en este capítulo se definen tres categorías de proveedores de microcrédito. La primera categoría, denominada instituciones mi-

---

<sup>3</sup>El crecimiento numérico de proveedores de microcrédito se evidencia particularmente pronunciado a partir de 2011, cuando se presentó un aumento sustancial en la tasa de usura aplicable a este tipo de créditos. El cálculo de la tasa de interés de usura en la categoría de microcrédito fue modificado por la SFC en septiembre de 2010, pues de un nivel fijo (33,4 %) pasó a calcularse como 1,5 veces el interés bancario de referencia para microcrédito.

crofinancieras (IMF), se compone de entidades privadas que exhiben un alto grado de especialización en el área de microfinanzas, la cual se mide a partir la participación del microcrédito en su portafolio de créditos (mayor que 30 %). Algunas de estas entidades comenzaron su trayectoria corporativa siendo organizaciones no gubernamentales o cooperativas del sector solidario, si bien en años más recientes algunas han migrado hacia un modelo de negocio que las ubica dentro del ámbito de vigilancia de la SFC.

La segunda categoría está conformada por instituciones que no están especializadas en microfinanzas (no IMF), pero que ofrecen microcréditos regularmente dentro de su portafolio de servicios. En este grupo hay bancos con un amplio portafolio de servicios para hogares y empresas, así como entidades financieras más pequeñas, vigiladas por la SFC o por la Superintendencia de la Economía Solidaria (SES), que pueden concentrarse en la oferta de créditos de consumo o comercial.

El Banco Agrario, entidad pública y enfocada en el sector agropecuario, se categoriza aparte debido a que las características de financiación y aseguramiento de los créditos otorgados por esta entidad, así como las consideraciones económicas que determinan la apertura o cierre de oficinas, pueden ser distintas de las aplicables para los demás proveedores de microcrédito. A diciembre de 2020, los créditos otorgados por esta entidad que podrían considerarse microcréditos, según el monto aprobado, representaron un 46,3 % de su cartera.

La tabla 4.1 presenta el número de competidores en las categorías señaladas arriba, de acuerdo con la información reportada a diciembre de 2020. Como se observa, en ese año se identificaron 34 IMF, de las cuales cinco son bancos especializados en microcrédito y 20 son fundaciones y ONG. Los bancos y las ONG microcrediticias tienen las mayores participaciones en el número y monto de los desembolsos otorgados en 2020. A su vez, los bancos no IMF, así como el banco público, tienen una participación en el monto de los desembolsos sustancialmente mayor en relación con el número de nuevos créditos, lo que sugiere que, en promedio, estas entidades otorgan créditos de mayor cuantía a sus clientes.

**Tabla 4.1.** Número de competidores y participación en desembolsos de microcrédito según tipo de entidad (2020)

Entidad	Número entidades		Monto de desembolsos		Número de desembolsos	
	EMF	No-EMF	EMF	No-EMF	EMF	No-EMF
Bancos	5	4	41,6	10,9	46,6	5,8
Coop. Sector Solidario	8	27	2,7	4,7	1,9	4,5
Fundaciones y ONG	20	0	16,7	0	26,7	0
Vigiladas SFC	1	5	0,1	2,5	0,1	1,7

<sup>a</sup> Esta tabla presenta el número de competidores en el mercado de microcrédito de acuerdo a su tipo y su nivel de especialización en este nicho de mercado. Las entidades microfinancieras (EMF) son aquellas con una participación del microcrédito de más de 30% de su portafolio de créditos a Diciembre de 2020. La entidades no especializadas en microcrédito (No-EMF) ofrecen microcréditos pero exhiben un grado de especialización menor en este nicho de mercado. La participación del microcrédito en la cartera propia de estas entidades es menor a 30% pero mayor a 0.1%.

<sup>b</sup> Las entidades que pertenecen a cada categoría pueden consultarse en el Apéndice 1.

<sup>c</sup> Fuentes: SFC, Superintendencia de la Economía Solidaria, Asomicrofinanzas y Banca de las Oportunidades.

### **4.3. La oferta local de microcrédito**

Como se argumentó arriba, empresarios y consumidores tienden a escoger proveedores de servicios financieros que se encuentran más cerca de su ubicación geográfica. En el mercado de depósitos, la innovación tecnológica ha reducido parcialmente la ventaja competitiva de las instituciones financieras con oficinas físicas, debido a la introducción de plataformas virtuales a través de las cuales los consumidores pueden realizar una amplia variedad de transacciones. No obstante, en el mercado de crédito, la presencia de una oficina física aún tiene importancia debido a que facilita la obtención de información del cliente y de su proyecto productivo.

Vale la pena señalar que varias entidades en el sector de microcrédito cuentan con corresponsales bancarios y agentes móviles que les permiten facilitar transacciones y realizar actividades de monitoreo mediante visitas a los proyectos productivos de clientes activos y potenciales ubicados en áreas rurales. Sin embargo, estos agentes suelen tener una conexión directa con una oficina local y no están facultados para tomar decisiones de otorgamiento de crédito, por lo que su actividad sigue estando estrechamente ligada a la presencia de una oficina física.

En relación con la demanda por servicios financieros, la experiencia reciente se alinea con lo observado en el contexto internacional. La información suministrada por la Encuesta de demanda de servicios financieros, publicada por la SFC confirma que los canales virtuales y los corresponsales no bancarios son más importantes en el mercado de depósitos que en el de créditos, debido a que tienen un mayor valor agregado a la hora de facilitar pagos y transacciones. Adicionalmente, los esfuerzos recientes por integrar estos servicios en la oferta de créditos han tenido un resultado más eficiente en los segmentos de tarjetas de crédito y otros créditos de consumo, en los que el número de clientes que demanda estos productos a través canales virtuales ha crecido significativamente.

Al respecto, Clavijo et al (2020) encuentra que muchos clientes en el segmento de microcrédito no están totalmente familiarizados con canales transaccionales alternativos, los cuales se perciben, en ocasiones, como menos confiables. Además, en zonas rurales del país con alta

demanda de microcrédito, el uso de canales digitales está limitado por el nivel de conectividad aún insuficiente.

El rol de las redes de oficinas es de crucial importancia para la oferta de microcréditos, debido a que la información acerca de la viabilidad del proyecto productivo o de la capacidad de pago del cliente debe obtenerse en muchos casos a partir de fuentes informales que requieren que los agentes de crédito de las entidades financieras se desplacen incluso hasta la ubicación del proyecto productivo. Agarwal, S., (2010) and Hollander, S. y Verriest, A., (2016) han demostrado que esta información es de vital importancia para la aprobación de los créditos comerciales, por lo que tanto entidades como consumidores financieros tienen incentivos para establecer relaciones crediticias en cercanías a la ubicación de sus oficinas.

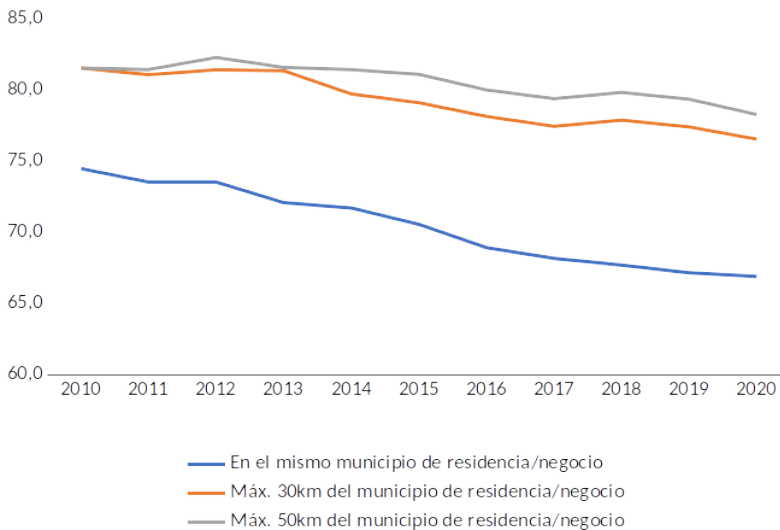
Adicionalmente, las redes de oficinas les permiten a las entidades obtener información concreta acerca de las características económicas, culturales e institucionales específicas del mercado geográfico que atienden, que puede resultar de gran utilidad para determinar el nivel de riesgo operacional y la intensidad de la competencia que pueden experimentar por parte de otros agentes establecidos en el mercado local.

En vista de que las entidades financieras pueden utilizar sus redes de oficina como un elemento de diferenciación que les permite obtener cierto poder monopólico en el nivel local, además de reducir los costos de la obtención de información acerca de los proyectos productivos, la estructura óptima de las tasas de interés y otros cobros puede depender significativamente del tamaño y distribución de sus redes de oficinas (Bellucci et al (2010); Degryse et al (2008)).

La información de Asomicrofinanzas, en conjunto con aquella publicada por la Superintendencia La información de Asomicrofinanzas, en conjunto con aquella publicada por la SFC y Banca de las Oportunidades, permite caracterizar la oferta local de servicios microfinancieros para distintos mercados geográficos. Aunque la información disponible no permite conocer la ubicación exacta del cliente, mediante la base se identifica el municipio donde el deudor reside (o ha establecido su proyecto productivo), así como el municipio donde se encuentra la oficina de la entidad crediticia que otorgó el microcrédito. Con base en esta información, se comprobó que en 2020 66,9 % de los clientes de las

entidades analizadas obtuvo financiación por medio de entidades que tenían oficinas activas en el municipio de residencia (o donde se ubicaba su micronegocio). Asimismo, el 78,3 % de las empresas obtuvo créditos con entidades que poseían oficinas en municipios situados a menos de 50 km de su ubicación. No obstante, el porcentaje de clientes que no ha recurrido a entidades financieras locales para obtener financiación ha aumentado en los últimos 10 años (figura 4.1).

**Figura 4.1.** Porcentaje de clientes que solicitaron créditos en oficinas cercanas



La línea sólida de color rojo representa el porcentaje de clientes que obtuvieron su crédito en una oficina ubicada en su municipio de residencia-actividad económica. La línea azul (negra) corresponde al porcentaje de clientes que obtuvieron su crédito en una oficina ubicada en un radio de 35 km (50 km) de su municipio.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

#### 4.3.1. Definición de mercados geográficos

La información referente a la ubicación del cliente y la entidad que otorga el crédito permiten deducir que los clientes tienen una fuerte predilección por aquellas entidades que poseen oficinas cercanas a su ubicación. No obstante, en algunos casos los empresarios tienen la necesidad de desplazarse hacia otros municipios para solicitar este

tipo de servicios financieros. En consecuencia, utilizar directamente las categorías definidas por división político-administrativa colombiana, como municipios o departamentos, para analizar la oferta de crédito local tiene sus limitaciones, debido a que puede pasar por alto la presencia de entidades financieras que forman parte de la oferta de crédito local disponible para los microempresarios.

Por ejemplo, de acuerdo con información publicada en 2020 por la SFC, en el municipio de Cota, ubicado a 33 km de Bogotá, solo dos proveedores de microcrédito tenían oficinas en operación; no obstante, probablemente, los clientes potenciales ubicados en este municipio pudiesen tener acceso con relativa facilidad a la oferta financiera de entidades ubicadas en el Distrito Capital o en otros municipios de la sabana de Bogotá. La información proporcionada por algunas de las entidades afiliadas a Asomicrofinanzas permite comprobar que, en 2020, el 96 % de sus clientes con residencia en este municipio obtuvieron créditos de entidades que no tenían oficinas en Cota.

En consecuencia, los mercados locales de microcréditos se definen como grupos de municipios ubicados a menos de 35 kilómetros entre sí. Estos clústeres se obtienen con base en un algoritmo de clasificación que minimiza la distancia geográfica entre los municipios miembros de un mismo grupo, con la restricción de que la máxima distancia entre estos sea inferior al límite establecido anteriormente<sup>4</sup> Se consideró que la oferta y la demanda de microcrédito, dentro de estas unidades geográficas, pueden tener un comportamiento común debido no solo a la presencia de proveedores de microcrédito, sino a una confluencia de factores económicos y sociodemográficos que afectan el desempeño económico de los micronegocios.

De esta manera, la definición de mercado local utilizada en este capítulo toma en cuenta la presencia de posible correlación espacial entre municipios cercanos.

---

<sup>4</sup>El análisis realizado se repitió con especificaciones alternativas basadas en distancias de 40 km y 50 km, con resultados similares. Los municipios pertenecientes a cada clúster pueden consultarse previa solicitud.

**Tabla 4.2.** Estadísticas descriptivas. Características de los mercados geográficos.

Variable	N	Prom.	Desv. Std.	Mín	Pctl(25)	Pctl(75)	Máx
Mercados rurales dispersos							
Área (km <sup>2</sup> )	152	3444.53	7152.34	33	578	3016.5	65674
Población total	152	21611.07	26500.02	1336	9212.5	25761.5	283515
Población en área rural (%)	152	0.71	0.15	0.23	0.65	0.82	0.96
Zonas PDET	152	0.30	0.46	0	0	1	1
Importancia Económica*	152	303.82	689.38	10.74	85.19	272.96	7881.18
Dist. a centro urbano (km)	152	86.06	38.59	0.00	64.81	103.11	219.30
Cobertura de Internet**	152	0.02	0.02	0.00	0.003	0.02	0.11
Programa de cobertura BDO	152	0.07	0.26	0	0	0	1
Mercados rurales							
Área (km <sup>2</sup> )	156	1278.62	2005.55	93	454	1396.2	17873
Población total	156	29230.11	20479.75	2168	14072.8	40854	124754
Población en área rural (%)	156	0.57	0.15	0.24	0.46	0.67	0.96
Zonas PDET	156	0.24	0.43	0	0	0	1
Importancia Económica*	156	399.20	617.99	27.65	153.39	443.36	6691.64
Dist. a centro urbano (km)	156	77.38	32.61	0.00	58.63	90.61	182.70
Cobertura de Internet**	156	0.03	0.03	0.001	0.01	0.04	0.12
Programa de cobertura BDO	156	0.06	0.23	0	0	0	1

Continúa

Mercados intermedios									
Área (km <sup>2</sup> )	135	988.46	1070.57	20	387	1189	7411		
Población total	135	63100.95	48980.46	6259	33289.5	80434	390702		
Población en área rural (%)	135	0.46	0.18	0.06	0.33	0.57	0.94		
Zonas PDET	135	0.16	0.36	0	0	0	1		
Importancia Económica*	135	838.92	976.51	78.44	351.58	989.60	7952.90		
Dist. a centro urbano (km)	135	65.52	26.65	0.00	47.99	78.50	164.87		
Cobertura de Internet**	135	0.06	0.04	0.002	0.02	0.08	0.21		
Programa de cobertura BDO	135	0.16	0.36	0	0	0	1		
Mercados Urbanos									
Área (km <sup>2</sup> )	60	1713.17	1521.47	88	645.5	2293.2	6785		
Población total	60	566112.10	1266068.00	34803	138581.8	440015.8	9094699		
Población en área rural (%)	60	0.21	0.14	0.01	0.11	0.25	0.66		
Zonas PDET	60	0.23	0.43	0	0	0	1		
Importancia Económica*	60	11201.26	33249.54	319.13	1334.09	7116.54	245986.20		
Dist. a centro urbano (km)	60	41.88	36.78	0.00	14.03	66.72	179.37		
Cobertura de Internet**	60	0.15	0.06	0.03	0.10	0.19	0.27		
Programa de cobertura BDO	60	0.13	0.34	0	0	0	1		

Esta tabla presenta estadísticas descriptivas de las características demográficas de los mercados geográficos locales, con corte a diciembre de 2019

(Miles de millones de pesos colombianos).

Número de puntos de acceso por cada 10000 habitantes.

La variable indicadora "Programa de cobertura BDO" toma el valor de 1 si el mercado geográfico participó en alguna de los programas de ampliación de cobertura de servicios financieros implementados por Banca de las Oportunidades (BDO) entre 2011-2019.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Con base en información de 1.102 municipios, se establecieron 504 clústeres geográficos, con base en los cuales se definirá la estructura de mercado local. Los clústeres que resultaron difieren tanto en el número de municipios que los componen como en el tamaño del área geográfica que abarcan. La tabla 4.2 describe esos clústeres geográficos. Los clústeres con mayor número de municipios se localizan típicamente alrededor de grandes centros urbanos o distritos especiales. Por ejemplo, en el Distrito Capital, Bogotá, el clúster geográfico se compone de los municipios Bogotá, Soacha, Chía, Cajicá, Funza, Cota, La Calera, Mosquera y Sopó. Los mercados geográficos ubicados en la Orinoquia o en la Amazonia están típicamente conformados por un único municipio.

Para facilitar el análisis se utilizó una clasificación de estos mercados geográficos basada en las categorías de ruralidad para los municipios desarrollada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP (2014)). Para cada clúster se calculó el porcentaje de personas que vive en municipios Rurales dispersos, Rurales, Intermedios o Urbanos, y se le asignó al clúster la categoría correspondiente al mayor de estos porcentajes. Según los datos disponibles a 2020, los 152 mercados locales clasificados como Rurales dispersos y Rurales concentraron un 15,6 % de la población nacional (7.844.780 personas); en contraste, los 60 mercados Urbanos contaron con el 67,5 % de la población, correspondiente a 33 966 724 personas.

#### **4.3.2. Evolución reciente del número de oficinas y entidades**

En esta sección analizamos la evolución de las redes de oficinas de los proveedores de En esta sección se analizará la evolución de las redes de oficinas de los proveedores de microcrédito. La tabla 4.3 presenta el número promedio de oficinas y de mercados geográficos locales donde tienen presencia los proveedores de microcrédito, según el tipo de entidad y su grado de especialización. Las entidades especializadas en este segmento mostraron una mayor expansión tanto del número de mercados geográficos donde operan, como del número de oficinas. En particular, los bancos especializados en microcrédito incrementaron el tamaño de sus redes de oficinas de manera significativa entre 2014 y 2020. El número de mercados locales donde estas entidades tienen presencia aumentó durante este periodo, pues de 69 en diciembre de 2014

pasó a cerca de 102 en el mismo mes de 2020. Similarmente, el número promedio de oficinas de estas entidades aumentó en este periodo: de 114, 8 pasó a 173,5. Las demás IMF poseen redes de oficinas significativamente más pequeñas que los bancos especializados en microcrédito. No obstante, también se observa una expansión considerable de sus redes de oficinas en años más recientes.

**Tabla 4.3.** Características de las redes de oficinas según tipo de entidad (2020)

Tipo de Entidad	No. promedio de mercados			No.promedio de oficinas		
	2014	2019	2020	2014	2019	2020
Entidades Microfinancieras (EMF)						
Bancos	63	77	81.4	108.4	129.6	138.8
Coop. Sector Solidario	6.7	8	8.6	11.8	11.8	12.4
Fundaciones y ONG	14.1	19.6	19.6	21.1	29.8	29
Vigiladas SFC	8	13	13	44	57	55
Entidades no Microfinancieras (No-EMF)						
Bancos	94	96.5	94	458	408.5	379.8
Coop. Sector Solidario	4.6	6.6	6.6	6.9	9.9	10.0
Vigiladas SFC	13	12.5	12.3	26.8	29.8	30
Entidades públicas						
Bancos	440	445	445	744	787	788

Esta tabla presenta el número de mercados geográficos y el número de oficinas promedio de los proveedores de crédito según su tipo y grado de especialización en el nicho de mercado de microcrédito. Se considera que una entidad está presente en un mercado geográfico local si cuenta con al menos una oficina en operación.

Tipos de entidades: Bancos privados (“Bancos”), entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera (“Vigiladas SFC”), ONG y fundaciones microfinancieras (“ONG”), Cooperativas vigiladas por la Superintendencia de la Economía Solidaria (“Coop. sector solidario”) y Banco Agrario (“Banco Público”).

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

La entidad con la mayor red de oficinas es el Banco Agrario, con presencia en 445 de los 504 mercados geográficos a lo largo y ancho del territorio nacional. Entre 2014 y 2020, esta entidad incrementó en cinco el número de mercados geográficos en los que opera y en 44 el número de oficinas físicas.

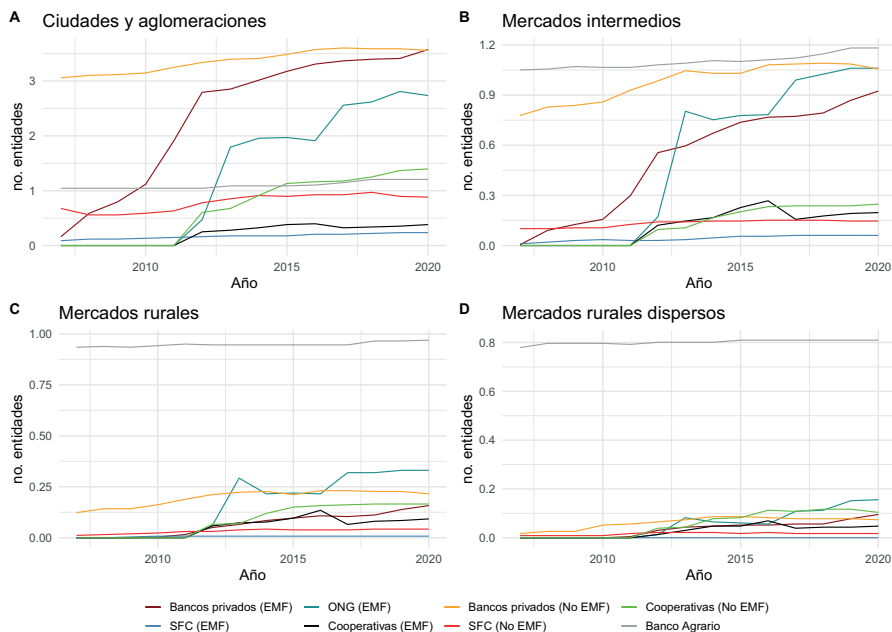
En contraste, los bancos que no están especializados en el segmento de microcrédito presentaron una reducción tanto en el número de mercados locales donde operan, como en el número de oficinas. Aunque se concentran en un menor número de mercados geográficos, estos bancos poseen redes de oficina de mayor tamaño. No obstante, entre 2014 y 2020 hubo una contracción significativa en el número total de oficinas para estas entidades.

En la figura 4.2 se presenta la evolución del número promedio de competidores en cada mercado local según el tipo de proveedor de microcrédito y la categoría del mercado geográfico entre 2007 y 2020. Se observa un incremento significativo en el número de IMF (bancos y ONG principalmente) a partir de 2011. En contraste, el crecimiento es menor para los bancos no especializados en microcrédito, que incluso muestran una reducción sustancial entre 2019 y 2020, particularmente en los mercados urbanos e intermedios. En los mercados rurales y rurales dispersos, se observa que el principal proveedor de microcrédito es el Banco Agrario; los demás proveedores solo tienen presencia en cerca del 20 % de los mercados.

En los años 2012 y 2013, justo después de la modificación de las tasas de interés de usura aplicables en la modalidad de microcrédito en 2011, se evidenció un crecimiento importante en el número de oficinas, en particular para las entidades microfinancieras (figura 4.2). También se observa que este crecimiento fue más pronunciado en los mercados intermedios, donde el número de competidores promedio aumentó entre 2011 y 2020, pues de 0,17 pasó a 0,85 en el caso de entidades microfinancieras, y de 0,14 a 0,75 en el caso de otras entidades financieras.

En las zonas rurales y rurales dispersas el número de oficinas también aumentó, lo cual se debe, en mayor medida, a la expansión de la red de oficinas de las entidades microfinancieras y las clasificadas como “Otras”. El número de entidades microfinancieras, en cada mercado, entre 2011 y 2020, de 0,05 pasó a 0,3 en mercados rurales, y de 0,01 a 0,22 en mercados rurales dispersos. Lo anterior significa que como máximo un 30 % de los mercados rurales y un 22 % de los mercados rurales dispersos contaron con un proveedor local de microcrédito.

**Figura 4.2.** Evolución del número promedio de competidores según tipo de entidad y de mercado geográfico (2007-2020)



Este gráfico presenta el número promedio de entidades con al menos una oficina en operación, según el tipo de entidad y de mercado geográfico. Las entidades se agrupan según su tipo como “Bancos”, “SFC” (otras entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, “ONG” y “Coop” (cooperativas del sector solidario), y según su grado de especialización en el mercado de microcrédito como “EMF” (entidad microfinanciera) o “No-EMF” (entidad no especializada en microcrédito).

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Las entidades tradicionales presentaron un crecimiento menos pronunciado en el número de mercados geográficos en los que operan. El mayor crecimiento en años recientes se observa en los mercados intermedios, donde el número de competidores de este tipo pasó de 0,8 a 1,2. En el caso del Banco Agrario, no se evidenció un cambio significativo entre 2011 y 2020, lo cual puede deberse a que esta entidad ya contaba con una extensa red de oficinas con anterioridad al periodo analizado. En las zonas rurales y rurales dispersas, esta entidad continúa con los mayores niveles de presencia y oficinas activas en cerca del 60 % de los mercados locales.

Las entidades que participan en el mercado de microcrédito no solo difieren en su grado de especialización, sino también en el tamaño de sus redes de oficinas. Como se observa en la tabla 4.4, la mayoría de los proveedores de microcrédito (46 de los 73 participantes en el mercado de microcrédito) son entidades de menor tamaño que concentran su operación en menos de 10 mercados geográficos. La mayoría de las entidades de este grupo son cooperativas del sector solidario y ONG. Entre 2014 y 2020, se observó un crecimiento en el número de mercados geográficos y en la participación en el número de créditos otorgados por estas entidades, pues del 4% pasó al 8% de los desembolsos entre 2019 y 2020.

**Tabla 4.4.** Entidades según tamaño de la red de oficinas

Categoría	Entidades		Mercados		Oficinas		Desembolsos (%)	
	2014	2020	2014	2020	2014	2020	2014	2020
1 a 10	48	46	2.5	3.9	4.8	6.5	4.0	8.0
11 a 30	10	12	13.3	16.1	20.3	30.3	5.8	4.3
31 a 60	8	6	40.1	43	89.3	99	17.4	14.8
61 o más	6	8	184.3	165.5	480.7	366	72.7	72.9

Esta tabla se definen cuatro categorías de las redes de oficinas según su tamaño (número de mercados locales en operación en 2020). Para cada categoría se compara el número de entidades, el número promedio de mercados locales y de oficinas observado en 2014 y 2020. Las últimas dos columnas de la tabla presentan la participación de las entidades de cada categoría en el número total de créditos desembolsados en 2014 y 2020 respectivamente.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

Por su parte, el grupo de entidades con las redes de oficinas de mayor tamaño (con presencia en más de 60 mercados locales) estuvo compuesto en 2020 por siete entidades (cinco bancos y dos ONG). En este grupo se evidenció una disminución sustantiva en el número de mercados geográficos donde se encontraban activas, así como en el número de oficinas entre 2014 y 2020.

### 4.3.3. Estructura local de la oferta de microcrédito

En esta sección se explorará la estructura local en el mercado de microcrédito y su evolución en años recientes. En la tabla 4.5 se observa la estructura de mercado prevalente en los mercados geográficos en 2014 y 2020, basada en el número de entidades proveedoras de crédito que contaban con al menos una oficina en operación. Para facilitar la exposición se presenta aquí únicamente dos categorías de proveedor de servicios financieros: instituciones microfinancieras (EMF)<sup>5</sup> y entidades no especializadas en microcrédito (no-EMF). En 2020, el 13,6 % de los mercados locales rurales no contaba con proveedores de microcrédito (42 de 308 clústeres) y un 40,1 % de estos contaba con solo un proveedor (Banco Agrario en el 98,4 % de los casos). Comparado con lo observado en 2014, se evidencia una reducción en el número de mercados geográficos con apenas un proveedor, lo cual indica que hay un aumento en la variedad de créditos disponibles para los residentes de estos lugares.

Los mayores cambios en la estructura de mercado se observan en los mercados intermedios. En 2020, el 61,5 % de los mercados contaban con tres o más competidores especializados en microcrédito; en 2014, este porcentaje era de apenas un 48,8 %. Por su parte, la oferta de microcrédito en términos del número de competidores en los mercados urbanos se mantuvo relativamente estable en el periodo analizado.

La última sección de la tabla 4.5 presenta el porcentaje de la población nacional que reside en mercados locales con el número de proveedores de microcrédito especificado en la fila (columna) correspondiente. En 2020, el 71,5 % de la población nacional se ubicaba en mercados cuya oferta local de microcrédito se componía de seis o más competidores, y este porcentaje fue de apenas 69,1 % en 2010.

---

<sup>5</sup>Incluido el Banco Agrario.

**Tabla 4.5.** Mercados locales según número de proveedores privados de microcrédito (2010-2020)

EMF \ No-EMF	2010				2020			
	0	1	2	3 o más	0	1	2	3 o más
No. de Mercados Rurales y Rurales dispersos								
0	46	6	0	1	42	6	0	1
1	142	29	9	0	126	28	3	1
2	28	16	4	2	35	19	3	0
3 o más	5	7	9	4	11	16	10	7
No. de Mercados Intermedios								
0	4	0	1	0	1	1	1	0
1	21	8	6	0	18	6	4	0
2	8	11	7	3	7	6	7	1
3 o más	6	13	22	25	9	16	27	31
No. de Ciudades y Aglomeraciones								
0	0	0	1	0	0	0	0	0
1	0	1	1	0	0	1	1	0
2	0	1	0	1	0	2	0	1
3 o más	1	5	4	45	1	2	5	47
Porcentaje de la población total								
0	1,6	0,3	0,1	0,1	1,4	0,2	0,03	0,1
1	7,2	2,3	1,3	0	6,1	1,7	0,7	0,1
2	3,0	2,2	0,8	0,5	2,7	1,6	0,6	0,1
3 o más	1,4	4,3	5,6	69,4	2,1	5,1	5,9	71,5

Esta tabla presenta el número de mercados según su clasificación y el número de proveedores de microcrédito de cada tipo (EMF y No-EMF). Las filas corresponden al número de EMF y las columnas al número de entidades no especializadas en microcrédito (No-EMF). La última sección de la tabla presenta el porcentaje de la población que reside en mercados locales con el número de proveedores de microcrédito especificado en la fila (columna) correspondiente.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

#### **4.3.4. Entrada y salida de proveedores de crédito**

En años recientes, la expansión del número de oficinas de algunas entidades financieras se ha desacelerado, debido posiblemente al desarrollo de otros canales transaccionales y de comunicación con los clientes, que han reemplazado algunos de los servicios financieros prestados con anterioridad exclusivamente en una oficina.

La tabla 4.6 registra el número de mercados que presentaron entradas o salidas de competidores entre 2014 y 2020, las cuales se aproximan a partir del incremento o disminución del número de entidades financieras con al menos una oficina en operación. Adicionalmente, se presenta el cambio en número de oficinas en operación registrado en este periodo. Como se observa en la tabla 4.6, la mayoría de los mercados geográficos donde hubo salida de competidores pertenece a las categorías *Rural* y *Rural disperso*. No obstante, el número de oficinas no disminuyó significativamente durante el periodo.

En los mercados catalogados como intermedios se evidenció un aumento significativo del número de oficinas y del número de mercados por la entrada de nuevos competidores. En contraste, los mercados urbanos presentaron una reducción significativa en el número de oficinas en operación. No obstante, tal disminución no se acompañó de la salida de competidores, por lo que los consumidores en estas zonas continúan experimentando un grado similar de variedad en la oferta de crédito.

La región del país donde se observa una mayor dinámica en los mercados de crédito local, entendida aquí como entrada de nuevos competidores, es la región Caribe, seguida de la región de la Orinoquia. En estas áreas, los mercados geográficos de tamaño intermedio se han beneficiado de una mayor variedad de oferentes de microcrédito en el nivel local. En contraste, los municipios rurales de la región de la Amazonia y del Pacífico registran los menores niveles de entrada de nuevos competidores.

**Tabla 4.6.** Patrones de entrada y salida en mercados locales según clasificación y tipo de proveedor

EMF \ No-EMF	Salida	Estable	Entrada	Subtotal
Mercados rurales y rurales dispersos				
Salida	0	3	0	3
Estable	8	235	9	252
Entrada	7	41	5	53
Subtotal	15	279	14	308
Mercados intermedios				
Salida	1	1	0	2
Estable	6	73	13	92
Entrada	1	35	5	41
Subtotal	8	109	18	135
Ciudades y Aglomeraciones				
Salida	0	0	0	0
Estable	1	48	3	52
Entrada	1	5	2	8
Subtotal	2	53	5	60
Población total (millones de habitantes)				
Salida	0,00	0,12	0,07	0,19
Estable	1,91	41,81	0,69	44,41
Entrada	0,90	4,36	0,52	5,78
Subtotal	2,81	46,29	1,18	50,38

Esta tabla presenta el número de mercados que experimentaron entrada o salida de proveedores de microcrédito entre 2014 y 2020. Se considera que hubo entrada (salida) de competidores si el número de entidades presentes en el mercado en 2020 es mayor (menor) al observado en 2014. Las columnas indican si hubo entrada o salida de entidades no especializadas en microcrédito (No-EMF) y las filas corresponden a los cambios en el número de entidades especializadas en este nicho de mercado (EMF).

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

### 4.3.5. Indicadores de concentración de mercado

En esta sección examinamos diferentes medidas de concentración de mercado y su evolución reciente. En esta sección se examinarán las diferentes medidas de concentración de mercado y su evolución reciente en el sector de microcrédito. Indicadores como el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) o el grado de participación de mercado que tienen los tres competidores de mayor tamaño en el mercado (CR3), se han utilizado ampliamente en la bibliografía para establecer el grado de concentración. El IHH se calcula como la suma de los cuadrados de las participaciones de mercado de las firmas que compiten en el mercado; el CR3 corresponde a la suma de las participaciones de mercado de los tres principales competidores. El IHH puede tomar valores entre 0 y 17<sup>6</sup>. Se considera que un mercado es moderadamente competitivo si el IHH se ubica en niveles inferiores a 0,15.

La tabla 4.7 muestra los indicadores IHH y CR3 calculados de dos maneras alternativas. La primera utiliza las participaciones de mercado de las entidades en el nivel nacional; la segunda corresponde a un promedio ponderado de los valores obtenidos en los mercados locales, según el tamaño de la población. Estos indicadores se calculan con base en el monto y el número de los desembolsos de créditos otorgados durante 2019 y 2020. Como se observa en la tabla 4.7, el índice IHH agregado, calculado con base en el monto y el número de los desembolsos, ha permanecido relativamente estable entre 2019 y 2020, alrededor de 0.096. Por su parte, el promedio ponderado del IHH calculado con base en las participaciones de mercado en el nivel local se ubicó en niveles cercanos a 0.125, entre 2019 y 2020. Ambos indicadores sugieren que el mercado de microcrédito es relativamente competitivo. En el nivel nacional, los tres principales competidores en el mercado de microcrédito concentraron el 43,3% de los desembolsos en 2020, una cifra ligeramente inferior a la observada en 2019 (46,5%), consistente con una situación de competencia moderada.

Por su parte, la mediana de las tasas de concentración CR3 y del índice IHH observadas en el nivel local sugieren un mayor nivel de

---

<sup>6</sup>Alternativamente, si las participaciones de mercado se multiplican por 100 antes de calcular la suma de sus cuadrados, los valores del IHH estarán en el rango de 0 a 10 000. Su interpretación es similar.

concentración en la oferta de microcrédito, ubicándose en 2020 en 66,2% y 0.27, respectivamente, según el monto de los desembolsos. Esto se debe a que en un número grande de mercados geográficos la oferta local de microcrédito se compone de menos de tres competidores.

**Tabla 4.7.** Indicadores de competencia en el mercado de microcrédito (2019-2020)

	2019	2020
	Índice de Herfindahl-Hirschman	
Total nacional (monto)	0.096	0.096
Total nacional (número)	0.103	0.097
Local(monto)- promedio ponderado	0.120	0.123
Local(número)- promedio ponderado	0.125	0.126
Local(monto)- mediana	0.255	0.270
Local(número)- mediana	0.230	0.238
	Tasa de concentración (CR3)	
Total nacional(monto)	0.427	0.449
Total nacional (número)	0.465	0.433
Local(monto)- promedio ponderado	0.465	0.470
Local(número)- promedio ponderado	0.491	0.490
Local(monto)- mediana	0.645	0.662
Local(número)- mediana	0.622	0.628

Esta tabla presenta el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) calculado con base en el valor y el número desembolsos de microcrédito otorgados durante 2019 y 2020. La tasa de concentración (CR3) corresponde a la suma de las participaciones de las tres entidades más grandes en el mercado. El IHH (CR3) promedio ponderado se obtiene como el promedio ponderado del indicador de competencia obtenido en cada mercado local, según el tamaño de la población.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

#### 4.4. Un nuevo competidor en los mercados rurales

Para medir el grado de competencia en el nivel local se requiere tomar en cuenta que la estructura de mercado observada en determinado momento es el resultado de acciones estratégicas tanto de las

entidades financieras que se encuentran en operación, como de los posibles competidores que podrían entrar o no en el mercado. De esta forma, el número de competidores y el nivel de beneficio de las firmas que operan en un mercado se determinan recíprocamente en el tiempo como resultado de un proceso de interacción continua. El desarrollo de un modelo estructural que capture la complejidad de esta dinámica escapa a los objetivos del presente capítulo, por lo que en esta sección se presenta una estrategia simplificada, basada en el modelo estático de competencia propuesto por Bresnahan, T. y Reiss, P. C., (1991)). Este modelo permite estimar la intensidad de la competencia a partir del efecto que la entrada de un nuevo competidor genera sobre el beneficio de las entidades que ya operan en un mercado local.

En este modelo, la variable dependiente es el número de competidores que opera en cada mercado geográfico, la cual depende, a su vez, de una variable latente: el beneficio de las entidades que operan en el mercado. La intuición detrás de la estrategia de identificación del modelo consiste en suponer que aquellas entidades que operan en el mercado en un momento dado deben tener un beneficio mayor que el que tendrían en su alternativa de *default* (se supone que tal beneficio es nulo). De igual manera, se supone que si se observan únicamente entidades ( $n$ ) en un mercado ( $m$ ), debe ser porque una entidad adicional obtendría un beneficio negativo en caso de entrar en ese mercado. Este argumento se resume de la siguiente manera:

$$\Pi(\bar{n}_{mt} + 1) < 0 < \Pi(\bar{n}_{mt}), \quad (4.1)$$

donde  $\Pi(\bar{n}_{mt})$  es la función de beneficio de la entidad y  $\bar{n}_{mt} = n_{mt} - 1$  es el número de competidores en el mercado  $m$  en el período  $t$ .

Adicionalmente, suponemos que la función de beneficio  $\Pi(\bar{n}_{mt})$  toma la siguiente forma funcional:

$$\Pi(\bar{n}_{mt}) = S(X_{mt})V(\bar{n}_{mt}) - F(W_{mt}) + \varepsilon_{mt}, \quad (4.2)$$

donde,  $S(X_{mt})$  representa el tamaño de mercado,  $V_{mt}(\bar{n}_{mt})$  es el beneficio marginal por cliente,  $F(W_{mt})$  es el costo fijo de operación y  $\varepsilon_{mt}$  simboliza un componente no observable que puede afectar el beneficio de las firmas, el cual sigue una distribución normal con varianza  $\sigma_\varepsilon^2$ . Supondremos que  $S(X_{mt})$ ,  $V_{mt}(\bar{n}_{mt})$  y  $F_{mt}(W_{mt})$  toman

formas funcionales lineales como se especifica a continuación:

$$S(X_{mt}) = \alpha_0 + \alpha X_{mt}, \quad (4.3)$$

$$V_{mt}(\bar{n}_{mt}) = \beta_0 + \beta_1 I(\bar{n} \geq 1) + \beta_2 I(\bar{n} \geq 2) + \beta_3 I(\bar{n} \geq 3) + \beta_4 \max(\bar{n} - 4, 0) \quad (4.4)$$

$$F_{mt}(W_{mt}) = \gamma_0 + \gamma_F W_{mt} \quad (4.5)$$

La matriz  $X_{mt}$  incluye variables como el tamaño de la población, el índice de importancia económica, el porcentaje de población rural, el área y si el municipio hace parte de los territorios beneficiarios de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET). El beneficio marginal,  $V(\bar{n}_{mt})$  depende del número de competidores en el mercado local. La estructura de mercado se representa mediante variables indicadoras ( $I(\bar{n} \geq x)$ , donde  $x \in \{1, 2, 3\}$ ) asociadas a la presencia de uno, dos o tres competidores. A partir del cuarto competidor suponemos que el efecto de un competidor adicional es lineal. Finalmente,  $F(W_{mt})$  depende de variables del mercado geográfico como la distancia en relación al centro urbano más cercano y el número de puntos de acceso a Internet.

Este modelo supone que las observaciones son independientes, y que las decisiones de entrada son fácilmente reversibles. Esto implica que no existe correlación espacial más allá de los clústeres geográficos construidos, y que las entidades no tienen en cuenta la ubicación relativa de los demás nodos de las redes de oficinas a la hora de decidir si abren o cierran una oficina en una ubicación particular. Adicionalmente, el modelo supone que las entidades microfinancieras son homogéneas. Aunque estos supuestos son fuertes, se consideran plausibles en mercados rurales pequeños, relativamente alejados entre sí, por lo que el análisis se restringe a los mercados clasificados como *Rurales* o *Rurales dispersos*.

En estos mercados, donde suele haber un número limitado de competidores, es más probable que los consumidores perciban a los proveedores de microcrédito como entidades similares. Adicionalmente, la apertura de oficina en estas localidades representa un costo en términos de inversión de planta y equipo relativamente pequeña (en comparación con la inversión que firmas en otras industrias deben

realizar para entrar en un mercado), y que puede movilizarse a otros puntos de la red en caso de ser necesario. Lo anterior supone que las entidades pueden abrir y cerrar varias oficinas en un momento dado. Finalmente, las sinergias que pueden tener lugar entre varias oficinas de la misma red se reducen en estas zonas. La relajación de estos supuestos representa un incremento significativo en la complejidad y dificultad de estimativos numéricos del modelo, que escapa a los objetivos del este capítulo. No obstante, en vista de las limitaciones para capturar la complejidad de las decisiones de las entidades en cuanto a la distribución de sus redes de oficinas, los resultados de este ejercicio deben interpretarse con precaución.

La tabla 4.8 presenta los resultados del modelo estimado con base en información del número de oficinas de las entidades que participaron en el mercado de microcrédito, en 2019. Respecto a las características demográficas que explican el tamaño potencial del mercado local, la variable de importancia económica tiene el mayor impacto<sup>7</sup>; asimismo, el acceso a internet tiene un efecto positivo y significativo sobre el tamaño del mercado.

Los efectos asociados a la entrada de un competidor adicional sobre el beneficio marginal son significativos y tienen el signo esperado. La mayor reducción sobre el beneficio de las entidades financieras activas en los mercados se genera por la entrada del primer competidor. Se observa que, manteniendo el tamaño de mercado constante, el beneficio variable de una entidad monopolista se reduce en el 61,54 % ante la entrada de un competidor adicional en el mercado local<sup>8</sup>, y la entrada de un segundo competidor reduce el beneficio de un duopolista en un 44 %. Estos valores indican que existe un nivel de competencia significativo en los mercados rurales. El efecto marginal de la entrada de un nuevo competidor se reduce conforme aumenta el número de firmas, lo cual puede esperarse en un mercado en el que se requiere

---

<sup>7</sup>El coeficiente que acompaña a la variable población toma el valor de 1 como una parte la normalización necesaria para identificar los demás parámetros, por lo que no se reporta en la tabla 4.8)

<sup>8</sup>Este cambio se calcula como  $1 - V_{mt}(\bar{n}_{mt} + 1)/V_{mt}(\bar{n}_{mt})$ . Por ejemplo, el cambio en el beneficio marginal asociado a la entrada de un competidor en un mercado que era previamente un monopolio estaría dado por  $1 - V_{mt}(\bar{n}_{mt} + 1)/V_{mt}(\bar{n}_{mt}) = 1 - \frac{\beta_0 + \beta_1}{\beta_0}$

un aumento muy significativo del tamaño de mercado para albergar competidores adicionales.

**Tabla 4.8.** Efectos de la entrada de competidores sobre el beneficio de las entidades financieras activas en los mercados locales

Variable	Mercados Rurales y Rurales Dispersos		
	Coefficiente	Error Est.	Estadístico-t
	Tamaño del mercado		
Población en áreas rurales (%)	-1.92	2.33	-0.82
PDET	-6.08	5.31	-1.15
Importancia Económica	17.84	9.50	1.88
Internet	0.47	0.28	1.66
Área ( $km^2$ )	-0.03	0.01	-2.39
	Beneficio Variable		
Intercepto	0.26	0.09	2.92
Primer competidor	-0.16	0.06	-2.77
Segundo competidor	-0.04	0.01	-3.10
Tercer competidor	-0.02	0.01	-2.22
Cuarto competidor	-0.01	0.00	-1.73
	Costo Fijo		
Intercepto	15.14	0.65	23.39
Distancia a centro urbano	-0.35	1.78	-0.20
Puntos de acceso a Internet	-6.02	1.90	-3.17
$\sigma_\varepsilon$	1.12	0.16	6.92

Esta tabla contiene resultados del model probit ordenado utilizando información del número de oficinas de proveedores de microcrédito en 2019 (503 observaciones). La primera columna presenta los coeficientes estimados mediante máxima verosimilitud. La segunda columna contiene los errores estándares, obtenidos utilizando la técnica de bootstrap. Para lograr la identificación de los parámetros del modelo es necesario imponer una normalización sobre algunos de los coeficientes. En este caso, impusimos el valor de 1 al coeficiente de la población (que es determinante del tamaño del mercado), por lo que esta variable no se reporta en la tabla.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

#### **4.5. Cambios en las características de los créditos**

Los resultados de la sección anterior proveen un estimativo de la variación en el beneficio de las firmas activas en un mercado después de la entrada de un competidor. No obstante, este análisis no permite identificar los mecanismos que explican tal reducción. En mercados más competitivos, la entrada de una nueva firma en el mercado puede reducir sustancialmente la participación de mercado de los demás competidores, puesto que los productos o servicios son relativamente homogéneos; en mercados oligopólicos, las firmas pueden intentar diferenciarse del competidor entrante ofreciendo términos de financiación más atractivos para el cliente.

Para entender los cambios en las características de la oferta local de microcréditos cuando hay un nuevo competidor en el mercado, se utilizó información anonimizada de créditos individuales suministrada por quince entidades microfinancieras afiliadas a Asomicrofinanzas (anexo 2). Esta base de datos contiene información de 7,41 millones de créditos desembolsados entre 2010 y 2020. Los créditos que forman parte de la base de datos suministrada por estas entidades representaron, en 2019, un 42,13% de monto de los desembolsos de microcrédito y el 51,8% de los nuevos créditos.

La información suministrada por estas entidades incluye características de los créditos, de los proyectos productivos y de los clientes, los cuales se describieron detalladamente en el capítulo 1 de este libro. En particular, la base contiene información sobre la ubicación de los clientes, de sus negocios y de las oficinas donde se otorgaron los créditos. Los cambios en la estructura de mercado analizados en esta sección incluyen entradas y salidas de todos los 73 proveedores de microcrédito identificados anteriormente.

En la tabla 4.9 se muestran estadísticas descriptivas de algunas características de los créditos según la presencia de competidores nuevos en los mercados locales. En primer lugar, se presenta el número promedio de créditos otorgados por las entidades previamente activas en los mercados. Respecto a las características de los créditos, se observa que en los mercados y periodos en los que hubo entrada de nuevos proveedores de microcrédito se presenta una reducción de la tasa de interés de los créditos, así como del monto de estos. En contraste,

se evidencia un mayor porcentaje relativo de solicitudes nuevas (en comparación con renovaciones o reestructuraciones). En cuanto a las características de los proyectos y de los clientes, se observa una menor antigüedad del negocio y un mayor porcentaje promedio de clientes mujeres.

**Tabla 4.9.** Características de los créditos según presencia de nuevos competidores (2011-2020)

Mercados y períodos donde no hubo entrada de nuevos competidores						
Variable	N	Prom.	Desv. Std	Pct(25)	Mediana	Pctl(75)
Tasa de interés	4.458.290	40.543	6.760	35.293	41.032	45.000
Monto del crédito	4.458.290	3.370	4.099	1.200	2.143	4.000
Plazo (meses)	4.458.290	19.708	16.096	12	18	24
Crédito nuevo	4.458.290	0.401	0.490	0	0	1
Antigüedad negocio	4.458.290	83.544	106.859	0	47	127
Presencia codeudor	4.458.290	0.256	0.436	0	0	1
Clientes mujeres	4.319.327	0.548	0.498	0.000	1.000	1.000
Proy. agropecuario	4.458.290	0.310	0.462	0	0	1
Mercados y períodos donde hubo entrada de nuevos competidores						
Variable	N	Prom.	Desv. Std	Pct(25)	Mediana	Pctl(75)
Tasa de interés	2.948.888	39.677	6.127	34.856	40.894	43.995
Monto del crédito	2.948.888	3.194	3.814	1.129	2.100	3.780
Plazo (meses)	2.948.888	19.942	14.194	12	18	24
Créditos nuevo	2.948.888	0.453	0.498	0	0	1
Antigüedad negocio	2.948.888	59.896	98.011	0	0	93
Presencia codeudor	2.948.888	0.243	0.429	0	0	0
Clientes mujeres	2.744.385	0.572	0.495	0.000	1.000	1.000
Proy. agropecuario	2.948.888	0.332	0.471	0	0	1

Esta tabla presenta estadísticas descriptivas de las características de los créditos otorgados por entidades financieras activas en mercados geográficos de acuerdo a la presencia de nuevos competidores en el mercado. Se reporta información de los créditos otorgados entre 2012 y 2019.

La variable ‘Crédito Nuevo’ toma el valor de 1 si la operación corresponde a una nueva solicitud, en lugar de una renovación o reestructuración de un crédito anterior.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

#### 4.5.1. Modelos con resultados a nivel entidad-municipio

Las diferencias en las características de los créditos evidenciadas en la tabla 4.9 pueden obedecer a que las entidades financieras deciden abrir oficinas en mercados geográficos más atractivos, donde los proyectos productivos que solicitan financiación tienen un mayor potencial económico y un mejor perfil de riesgo crediticio. Para reconocer si

estas diferencias se explican por una mayor competencia en el mercado local, se utiliza un modelo de panel con efectos fijos de tiempo y entidad-mercado local, de acuerdo con la siguiente especificación:

$$\begin{aligned}
 y_{jmt} = & \alpha_{jmt} + \gamma_0 NComp_{m,t-1} + \gamma_1 \Delta NComp_{m,t} & (4.6) \\
 & + \gamma_1 \Delta NComp_{m,t} d_m^{rural} + \gamma_3 OFI_{m,t-1} \\
 & + \beta_J X_{jmt} + \beta_M Z_{mt} + \delta_j + \delta_m + \delta_t + \epsilon_{jmt}.
 \end{aligned}$$

En esta expresión,  $y_{jmt}$  representa la característica de interés de los créditos otorgados por la entidad  $j$  activa en el mercado  $m$  en el año  $t$  (tasa de interés promedio, monto promedio, número de créditos, número de solicitudes nuevas).  $NComp_{m,t-1}$  indica el número de competidores activos en el mercado  $m$  en el periodo  $t-1$ ,  $\Delta NComp_{m,t}$  y  $\Delta NComp_{m,t-1}$  representan los cambio en el número de deudores observados en los años  $t$  y  $t-1$ , y  $OFI_{m,t-1}$  es el número de oficinas observado en el periodo  $t-1$ . Adicionalmente, se incluye un término de interacción ( $\Delta NComp_{m,t} * d_m^{rural}$ ), que permite identificar si la entrada de un nuevo competidores genera una respuesta distinta en mercados rurales. El modelo incluye variables de control agrupadas en las matrices  $X_{jmt}$  y  $Z_{mt}$ , que representan las características del mercado geográfico y de los créditos aprobados en ese mercado, además de efectos fijos de tiempo (año y mes), entidad y mercado local (representados por los términos  $\delta_t$ ,  $\delta_j$  y  $\delta_m$ ). El término de error  $\epsilon_{jmt}$  representa los choques idiosincrásicos de la entidad  $j$  que pueden afectar la variable resultado y que no son observables por el investigador.

Como se señaló arriba, es posible que las entidades decidan entrar en mercados en los que se presenta un importante crecimiento económico del que también se benefician las entidades financieras que ya están activas en el mercado. Adicionalmente, es posible que potenciales competidores decidan entrar en mercados donde se espera una respuesta débil de las entidades que ya operan allí. En vista de lo anterior, se utilizaron variables instrumentales para capturar el efecto de entrada de un nuevo competidor en el mercado. Los instrumentos utilizados se construyeron a partir de los patrones de entrada y de las características de los créditos observados en mercados similares pero distantes geográficamente<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Específicamente, se utilizó la suma de nuevos competidores en mercados geo-

Los resultados se presentan en la tabla 4.10. En el primer panel se observan los efectos de la estructura de mercado sobre las características de la oferta local de microcrédito. En cuanto a la tasa de interés, se observa una disminución pequeña, pero significativa, ante la entrada de nuevos competidores (24 puntos básicos). No se observa una respuesta diferenciada en mercados rurales en términos de las tasas de interés aplicadas a los nuevos créditos luego de la entrada de una nueva entidad financiera.

Respecto al monto promedio de los microcréditos otorgados por las entidades activas en el mercado, se aprecia un aumento del 2.1 % luego de la entrada de un nuevo competidor. El coeficiente asociado al término de interacción que captura la respuesta de las entidades en los mercados rurales es negativo y significativo, lo cual indica que este aumento fue menor en los mercados rurales (0.9 %). En cuanto a los desembolsos, se observa una reducción del 2.6 % en respuesta a la entrada de nuevos competidores. Tal reducción es aún más marcada en los créditos distintos a reestructuraciones o renovaciones, para los cuales se estimó una reducción del 8.8 % en los mercados intermedios y urbanos, y del 13.2 % para en los mercados rurales.

Al analizar las características de los créditos en función del número de competidores activos en el mercado en el año anterior, se encontró que conforme el número de proveedores de microcrédito activos aumenta, las entidades tienden a ofrecer créditos con tasas ligeramente inferiores (10,6 puntos básicos menos por cada competidor presente en el mercado) y un menor monto promedio. Asimismo, el porcentaje de créditos distinto de renovaciones o reestructuraciones tiende a ser más bajo en mercados con más proveedores.

---

gráficos de la misma categoría (rurales, rurales dispersos, intermedios, o ciudades y aglomeraciones) ubicados en la misma región geográfica, pero en distintos departamentos. De manera similar, se utilizaron características como la tasa de interés promedio, el monto y el número de cuotas promedio de los créditos en estos mercados. Un instrumento válido debe contribuir a predecir la entrada de nuevos competidores en el mercado  $m$ , pero no debe estar correlacionado con el término no observable  $\varepsilon_{jmt}$ . Se consideró razonable el supuesto de que los valores de estas variables en mercados distantes dentro de la misma región no estén influenciados por los choques de demanda locales del mercado  $m$  observados en el periodo  $t$ . Este tipo de instrumentos se ha utilizado ampliamente en la bibliografía de economía espacial en aplicaciones de políticas públicas.

Finalmente, respecto a las características del municipio incluidas en el estimativo, la tasa de interés de los microcréditos fue significativamente más baja en mercados con mayor población e importancia económica. A su vez, en esos mercados el número de renovaciones y reestructuraciones tendió a ser más alto en relación con el total de desembolsos.

#### **4.5.2. Resultados con información desagregada al nivel individual**

Anteriormente se encontró que la tasa de interés de los nuevos créditos es más baja después la entrada de un nuevo competidor, pero esta variación puede estar influenciada por cambios en el perfil de riesgo y otras características de los créditos de los clientes que acceden a financiación tras el aumento de la competencia en el mercado local. Para obtener un estimativo más preciso, se utilizó una regresión con base en información a nivel individual de los créditos, para investigar si las características de los créditos cambian cuando una entidad financiera abre una oficina en el mercado local. Este estimativo permitió incluir variables de control específicas del cliente y del proyecto productivo que recibe financiación.

Este estimativo se concentró en los créditos otorgados entre 2016 y 2019. Los resultados se presentan en la tabla 4.10. De manera consistente con los resultados presentados en la sección anterior, se observa que la tasa de interés de los créditos tiende a ser ligeramente más baja en los mercados donde hay un mayor número de proveedores de microcrédito. Adicionalmente, esa tasa se reduce levemente cuando se presenta la entrada de un nuevo competidor en los mercados clasificados como *Ciudades y aglomeraciones* (13.7 puntos básicos). En comparación, esta respuesta es levemente inferior (12.3 puntos básicos) en mercados intermedios; en los mercados rurales dispersos se observó la reducción más significativa, pues llegó a 25.4 puntos básicos<sup>10</sup>. Los cambios en las tasas de interés son consistentes con una respuesta competitiva de las entidades financieras implicadas, que buscan retener y atraer

---

<sup>10</sup>De acuerdo con los resultados del modelo, empresario que requiere un crédito de \$3.3 millones (valor promedio de los créditos) a un plazo de 24 meses, obtendría un ahorro entre \$11100 y \$24200 si solicita el producto en un mercado en el que se evidenció la entrada de una nueva entidad financiera.

nuevos clientes ofreciendo términos más favorables de financiación ante la entrada de un nuevo competidor.

Por su parte, el monto promedio de los créditos se reduce ligeramente después de la entrada de un nuevo competidor. Esta respuesta es similar en los diferentes tipos de mercados geográficos. Esta especificación también permitió reconocer el efecto de un incremento de la tasa de interés sobre el monto de crédito aprobado. Se encontró, además, que un aumento de un punto porcentual en esa tasa se asocia a una disminución del 2.2% del monto del crédito. Vale la pena tener en cuenta que este efecto corresponde al cambio esperado en el monto individual aprobado una vez el cliente hace la solicitud. El efecto total de un aumento de la tasa de interés sobre el volumen de crédito otorgado en una zona geográfica puede ser mayor en la medida en que algunos clientes deciden no solicitar crédito.

Respecto al plazo promedio de los créditos, se detectó un aumento cuando la entrada de un nuevo competidor ocurre en *Ciudades y aglomeraciones urbanas*. En contraste, se halló una disminución en el plazo en mercados intermedios y rurales dispersos. El resultado respecto a la reducción del plazo promedio es ambiguo. Si bien podría interpretarse como una mejoría en los términos de financiación para algunos clientes, podría también sugerir una actitud más cautelosa de las entidades financieras, al prever un posible sobreendeudamiento de los clientes después de la entrada de un nuevo competidor.

En general, las entidades financieras presentaron una reacción más fuerte después de la entrada de un nuevo competidor en áreas rurales. Este resultado es intuitivo en la medida en que el impacto de la entrada del nuevo proveedor de microcrédito es absorbido por un menor número de entidades, las cuales dependen de un número potencial de clientes relativamente pequeño.

**Tabla 4.10.** Efectos de la estructura de mercado sobre la oferta de las entidades financieras

	<i>Variable dependiente</i>			
	Tasa de interés (%) (1)	Monto créditos (2)	No. desembolsos (3)	No. sol. nuevas. (4)
Estructura de Mercado				
Nuevos de competidores ( <i>t</i> )	-0.243*** (0.043)	0.022*** (0.005)	-0.026*** (0.009)	-0.081*** (0.010)
Nuevos competidores ( <i>t</i> )*Mcdo Rural	-0.053 (0.089)	-0.013* (0.007)	0.016 (0.014)	-0.039** (0.018)
Número de competidores ( <i>t</i> - 1)	-0.106*** (0.004)	-0.002*** (0.0004)	0.007*** (0.001)	-0.014*** (0.001)
Número de oficinas	0.001*** (0.0001)	-0.00000 (0.00001)	0.0001*** (0.00002)	0.0001*** (0.00003)
Características de los créditos				
Tasa de interés promedio		-0.022*** (0.0005)	0.012* (0.007)	-0.009*** (0.001)
Monto promedio ( <i>log</i> )	-9.769*** (0.038)		0.868*** (0.224)	0.013*** (0.005)
Número de créditos ( <i>log</i> )	6.472*** (0.017)	1.247*** (0.002)		
Cuotas promedio	1.009*** (0.003)	0.044*** (0.0003)	-0.059*** (0.010)	-0.011*** (0.0003)
Características del municipio - mercado geográfico				
Población del municipio ( <i>log</i> )	-4.370*** (0.350)	-0.198*** (0.038)	0.799*** (0.058)	-2.254*** (0.072)
Importancia económica municipio	-0.139** (0.060)	0.044*** (0.007)	-0.001 (0.011)	0.012 (0.012)
Efectos de mercado local	Sí	Sí	Sí	Sí
Efectos de entidad	Sí	Sí	Sí	Sí
Efectos de tiempo (mes-año)	Sí	Sí	Sí	Sí
Observaciones	194,959	194,959	194,959	194,959
R <sup>2</sup>	0.0004	0.791	0.007	0.004
Estadístico F	116.922***	721,696.300***	775.838***	1,569.626***

\*p<0.1; \*\*p<0.05; \*\*\*p<0.01.

Esta tabla presenta resultados de un modelo de panel con efectos fijos que analiza el efecto de la entrada de nuevos competidores en los mercados locales sobre las características de los créditos otorgados por las entidades incumbentes, tales como la tasa de interés (1), monto promedio de los créditos (2), número de créditos otorgados (3) y número de créditos distintos de renovaciones o reestructuraciones (4).

Los modelos (2), (3) y (4) utilizan transformación logarítmica de la variable dependiente.

La estimación se realiza con una muestra de créditos otorgados entre 2012 y 2019 por 15 entidades especializadas en microcrédito.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

**Tabla 4.11.** Efectos de la estructura de mercado sobre las características de los créditos individuales

	Tasa de interés	Monto ( <i>log</i> )	Plazo
Estructura de Mercado			
Competidores ( $t - 1$ )	-0,0762*** (0,0013)	-0,0016*** (0,0002)	0,0241*** (0,0020)
Nuevos competidores ( $t$ )	-0,1370*** (0,0029)	-0,0029*** (0,0003)	0,0123** (0,0043)
Nuevos competidores *Mcdo Intermedio	0,0135* (0,0068)	-0,0010 (0,0008)	-0,0972*** (0,0103)
Nuevos competidores *Mcdo Rural	-0,0061 (0,0113)	-0,0019 (0,0014)	-0,0123 (0,0172)
Nuevos competidores *Mcdo Rural disperso	-0,1176*** (0,0147)	-0,0026 (0,0018)	-0,1535*** (0,0222)
Características del crédito			
Tasa de interés		-0,0344*** (0,0001)	-0,0665*** (0,0008)
Monto del crédito ( <i>log</i> )	-2,4239*** (0,0042)		8,3234*** (0,0050)
Codeudor	1,1267*** (0,0056)	0,1428*** (0,0007)	0,3904*** (0,0085)
Valor garantía ( <i>log</i> )	-0,0012 (0,0010)	0,0118*** (0,0001)	0,0623*** (0,0015)
Características del proyecto productivo			
Crédito agropecuario (dummy)	0,2765*** (0,0081)	-0,0552*** (0,0010)	-0,3460*** (0,0140)
Antigüedad del negocio	0,0020*** (0,0000)	0,0002*** (0,0000)	-0,0020*** (0,0000)
Valor de activos ( <i>log</i> )	0,0427*** (0,0008)	0,0283*** (0,0001)	0,0434*** (0,0011)

Continúa

Características del cliente			
Edad del cliente	-0,0630*** (0,0011)	0,0123*** (0,0001)	-0,0224*** (0,0016)
Género femenino (dummy)	-1,3290*** (0,0644)	-0,0154* (0,0077)	0,3917*** (0,0975)
Personas a cargo	-0,1033*** (0,0020)	-0,0017*** (0,0002)	-0,0365*** (0,0031)
Características Municipio			
Población del municipio (log)	0,0716*** (0,0089)	-0,0223*** (0,0011)	-0,0954*** (0,0135)
Población rural (porcentaje)	-0,0484 (0,0258)	-0,0271*** (0,0031)	0,4288*** (0,0390)
Importancia económica (log)	0,0550*** (0,0069)	0,0177*** (0,0008)	-0,0765*** (0,0104)
Efectos Fijos Año-Mes	Sí	Sí	Sí
Efectos Fijos Departamento	Sí	Sí	Sí
Efectos Fijos Entidad	Sí	Sí	Sí
No. de Observaciones	5264947	5264947	5264947

\*\*\* $p < 0,001$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \* $p < 0,05$ . Se incluyeron las variables: nivel de estudios del cliente, tipo de propiedad, estado civil, estrato, mercado objetivo del proyecto, tipo de trámite y tipo de plazo. En cuanto a las características del mercado, se incluyeron también variables como: distancia al centro urbano más cercano, grado de ruralidad del mercado geográfico y pertenencia a zonas PDET. Los resultados completos se encuentran disponibles previa solicitud a la autora.

Fuente: Asomicrofinanzas. Elaboración propia.

## 4.6. Conclusiones

En este capítulo se describieron las características de la oferta local de microcrédito, en términos del número de oficinas y competidores que los potenciales clientes tienen a su disposición en cercanías a su lugar de residencia o a la ubicación de su negocio. Adicionalmente, se exploraron los cambios de la competencia en el sector de microcrédito en mercados geográficos locales.

En cuanto a la estructura de mercado, se encontraron diferencias significativas entre los oferentes de microcrédito, tanto en su grado de especialización en este segmento como en el tamaño de sus redes de oficinas. En años recientes, se observa un aumento en la participación de mercado de las entidades microfinancieras; otras entidades financieras que incluyen microcrédito en su portafolio de servicios, pero no tienen un alto grado de especialización en este nicho de mercado, redujeron su participación.

También se encontró que la variedad de productos financieros disponible para los microempresarios depende significativamente de su ubicación geográfica. La información individual utilizada en este capítulo permitió comprobar que cerca del 80 % de los microempresarios obtiene financiación de entidades que cuentan con oficinas activas en cercanías a su lugar de residencia o a la ubicación de su proyecto productivo. Aunque este porcentaje se redujo en años recientes, debido al desarrollo de canales alternativos de comunicación con el cliente, puede afirmarse que la presencia de una oficina tradicional es un elemento clave en la diferenciación para las entidades que participan en este mercado.

Aunque en el nivel nacional se halló que el mercado de microcrédito es moderadamente competitivo, existen diferencias importantes en términos del número de proveedores disponibles en los mercados geográficos locales. Un porcentaje importante de estos mercados, particularmente aquellos rurales, son atendidos por menos de tres de entidades financieras. En contraste, la mayor variedad de proveedores de microcrédito se concentra en mercados intermedios y urbanos, donde los bancos especializados en microcrédito compiten con otras entidades más pequeñas que también ofrecen servicios de financiación para los microempresarios. Pese a las diferencias a lo largo y ancho del territorio nacional, se encontró que en años recientes la variedad de servicios financieros disponibles en los mercados locales se ha incrementado, particularmente en las ciudades intermedias y sus cercanías, donde hay una mayor dinámica en términos de entrada de nuevos competidores.

Luego, se exploraron los efectos de los cambios en la estructura local de los mercados sobre las características de los créditos otorgados por entidades microfinancieras, con el objetivo de establecer si la dinámica de expansión de las redes de oficinas hacia nuevos mercados

ha contribuido a mejorar los términos de financiación disponible a nivel local para los microempresarios. Se encontró que el beneficio de las entidades financieras se redujo significativamente ante la entrada de un nuevo competidor; mediante información más detallada de los desembolsos de algunas de las entidades microfinancieras más grandes del sector, esta reducción parece explicarse, en mayor medida, por una reducción en el margen de intermediación por cliente, en lugar de asociarse a una disminución importante en el número de desembolsos (se estima una variación negativa de apenas un 2,6 % por competidor adicional). Lo anterior sugiere que los nuevos competidores generan un crecimiento neto significativo en el volumen total de microcrédito, en lugar de sustituir a la oferta local.

Al analizar los cambios en las características de los desembolsos ante la entrada de un nuevo competidor, se encontró que las entidades financieras tienden a ofrecer términos levemente más favorables de financiación a sus clientes. En particular, la tasa de interés de los créditos es la característica más sensible a los cambios en la estructura de mercado, mientras que el monto de los créditos no presenta cambios significativos ante la presencia de una nueva entidad financiera.

Si bien estos cambios son significativos, su magnitud en términos económicos es reducida, lo cual sugiere que un aumento de la competencia en el nivel local también implica mayores costos de las entidades para diferenciarse y atraer nuevos clientes. Al respecto, se encontró que, después de la entrada de un nuevo competidor, las entidades experimentan una mayor reducción en el número de nuevas solicitudes, en comparación con el número de renovaciones y reestructuraciones. Lo anterior podría sugerir que existen costos claves para los clientes asociados a cambiar de proveedor de servicios financieros, ya sea de tipo transaccional, o asociados a una menor probabilidad de aprobación del microcrédito. Adicionalmente, una estrategia comercial más incisiva como respuesta a un mayor grado de competencia en el nivel local puede llevar a las entidades a incrementar el riesgo de crédito de su cartera. Estas posibilidades deberán considerarse en futuras investigaciones.

Si bien el presente análisis encuentra que la tasa de interés de los microcréditos responde a cambios en la estructura de mercado local, es apenas un primer paso para entender la manera como el tamaño y la distribución geográfica de las redes de oficinas determina la política

óptima de tasas de interés de las entidades en el nivel nacional. El siguiente paso es estudiar la capacidad que tienen las entidades de establecer su margen de intermediación y examinar su evolución en años recientes, para lo cual se requiere entender la valoración que hacen los microempresarios de las diferentes características de los créditos. La evidencia indica que tal valoración depende de manera sustancial de las condiciones de oferta y demanda locales, las cuales exhiben una heterogeneidad a lo largo y ancho del territorio nacional. Se espera avanzar en esta dirección en futuras investigaciones.

## 4.7. Apéndice

**Tabla 4.12.** Entidades que participan en el mercado de microcrédito en Colombia (2014-2020)

	nombre	Tipo	Espc
1	Banco Agrario	Bancos	EMF
2	Bancamía S.A.	Bancos	EMF
3	Banco W S.A.	Bancos	EMF
4	Banco Mundo Mujer S.A.	Bancos	EMF
5	Bancompartir S.A.	Bancos	EMF
5	Mi Banco S.A.	Bancos	EMF
6	Banco de Bogotá	Bancos	No EMF
7	Banco Caja Social	Bancos	No EMF
8	Bancompartir	Bancos	No EMF
9	Bancolombia	Bancos	No EMF
10	Banco Coopcentral	Bancos	No EMF
67	Banco CrediFinanciera S.A.	Bancos	No EMF
46	Acción por Atlántico	ONG	EMF
47	Corporación Microcrédito Aval	ONG	EMF
48	Contactar	ONG	EMF
49	Crezcamos*	ONG	EMF
50	Edificar Encumbra	ONG	EMF
51	Fintra	ONG	EMF
52	Fundación Amanecer	ONG	EMF
53	Fundación Coomeva	ONG	EMF
54	Finanfuturo	ONG	EMF
55	Fundación Mario Santo Domingo	ONG	EMF
56	Fundesmag	ONG	EMF
57	Famiempresas	ONG	EMF
58	Fundación de la Mujer	ONG	EMF
59	Corporación Interactuar	ONG	EMF
60	Actuar Famiempresas Tolima	ONG	EMF
61	ECLOF	ONG	EMF
62	Actuar Bolívar	ONG	EMF
63	A Progresar	ONG	EMF
64	Fudemic	ONG	EMF
65	Fundación Indufrial	ONG	EMF
66	Cootrafa Cooperativa Financiera	SFC	EMF
68	Oicolombia	SFC	No EMF
69	Confiar	SFC	No EMF
70	Coop. Financiera de Antioquia	SFC	No EMF
71	Coop. de ahorro y crédito John F. Kennedy	SFC	No EMF
72	Coofinep Cooperativa de Carácter Financiero	SFC	No EMF
11	Coop. de Ahorro y Crédito CREAR LTDA CREARCOP	Coop.	EMF
12	Coop. de Comerciantes COMERCIACOOP	Coop	EMF
13	Coop. Especializada de Ahorro y Crédito CREDISERVIR	Coop	EMF
14	Coop. Latinoamericana de Ahorro y Crédito	Coop	EMF
15	Coop. Multiactiva de El Paujil Caquetá LTDA	Coop	EMF
16	Coop. Tolimense de Ahorro y Crédito COOFINANCIAR	Coop	EMF
17	Coop. de Ahorro y Crédito San Miguel	Coop	EMF
18	Coop. de Ahorro y Crédito Tabacalera Y Agropecuaria LTDA	Coop	EMF
19	Coop. Microempresas de Colombia	Coop	No EMF

Continúa

20	Coop. de Ahorro y Crédito CONGENTE	Coop	No EMF
21	Coop. Multiactiva de Trabajadores de Santander	Coop	No EMF
22	Coop. de Ahorro y Crédito AVANCOP	Coop	No EMF
23	Coop. De Los Trabajadores De La Educac. Del Putumayo	Coop	No EMF
24	Coop. de Ahorro y Crédito COOPSERVIVELEZ LTDA	Coop	No EMF
25	Coop. de Servicios Múltiples Mogotes	Coop	No EMF
26	Coop. de Servicios Múltiples Villanueva LTDA	Coop	No EMF
27	Coop. Especializasa de Ahorro y Crédito COOPIGON	Coop	No EMF
28	Coop. Financiera Cafetera	Coop	No EMF
29	Coop. Financiera San Francisco	Coop	No EMF
30	Coop. de Ahorro y Crédito BELEN	Coop	No EMF
31	Coop. Multiactiva Del Guainia	Coop	No EMF
32	Coop. Multiservicios Barichara LTDA	Coop	No EMF
33	Coop. Nacional de Ahorro y Crédito AVANZA	Coop	No EMF
34	Coop. San Pio X de Granada LTDA	Coop	No EMF
35	Coop. COOTRAIM	Coop	No EMF
36	Coop. COPROCENVA	Coop	No EMF
37	Coop. de Ahorro y Créd. Caja Unión	Coop	No EMF
38	Coop. de Ahorro y Créd. de Aipe	Coop	No EMF
39	Coop. de Ahorro y Créd. Financiera COAGROSUR	Coop	No EMF
40	Coop. de Ahorro y Créd. Nacional LTDA	Coop	No EMF
41	Coop. de Ahorro y Créd. para el Dlo. Solidario de Colombia	Coop	No EMF
42	Coop. de Ahorro y Créd. Pio XII	Coop	No EMF
43	Coop. de Ahorro y Créd. Social Prosperando LTDA	Coop	No EMF
44	Coop. de Ahorro y Créd. Valle de San José LTDA	Coop	No EMF
45	Coop. de La Guajira	Coop	No EMF

\* 'Crecamos S.A.' se convirtió en una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia tras la integración con la compañía de financiamiento 'Opportunity International Colombia'. En las estadísticas descriptivas presentadas en este capítulo se considera como una ONG, dado que conservó esta categoría durante la mayor parte del período analizado.

**Tabla 4.13.** Número de créditos según entidad financiera (2010-2020)

	Entidad	Número de desembolsos
1	Fundación Amanecer	94.349
2	Bancamía	2.964.894
3	Banco Mundo Mujer	964.789
4	Banco Bancompartir	4.592
5	Banco W	411.756
6	Cooperativa Financiera de Antioquia	35.038
7	Cooperativa Coomultrasan	321.596
8	Cooperativa Financiera Confiar	29.252
9	Contactar	747.068
10	Crezcamos	473.681
11	Finamiga	4.389
12	Finanfuturo	39.079
13	Fundación de la Mujer	888.551
14	Interactuar	301.284
15	Microempresas de Colombia	133.826

---

## Microseguros

---

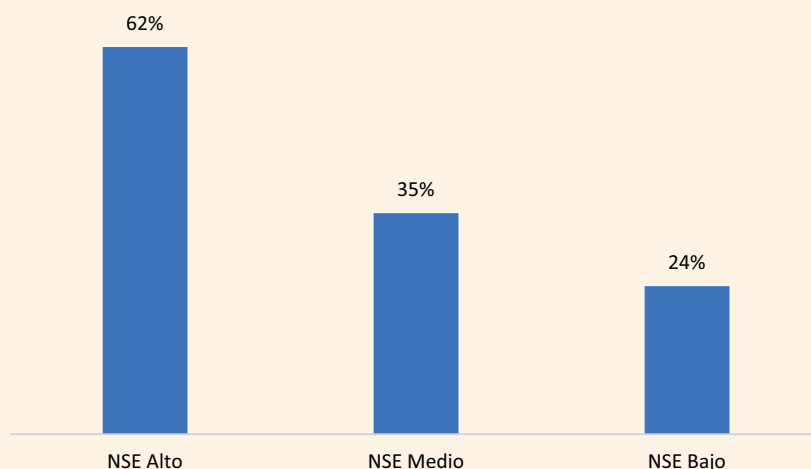
Los seguros son instrumentos financieros que reducen el impacto económico negativo que puedan sufrir las personas y empresas como consecuencia de eventos inesperados. Ante la ocurrencia de un siniestro, las personas con un seguro (o sus familias) cuentan con más recursos para hacer frente a la situación y pueden recuperarse más rápidamente. Este tipo de instrumentos es particularmente relevante para las poblaciones vulnerables, quienes se ven expuestas a un sinnúmero de riesgos que afectan su situación socioeconómica. A pesar de lo anterior, son los hogares con un Nivel Socioeconómico (NSE) alto los que más adquieren seguros voluntarios (Figura 4.3).

Con el fin de promover el aseguramiento entre los clientes de microcrédito, la industria y las aseguradoras han unido esfuerzos para el diseño de seguros acordes con las necesidades de este grupo poblacional y su capacidad de pago. Estas alianzas han permitido que la oferta de ambos productos se haga de forma simultánea, con lo cual se reducen los costos operativos, de desplazamiento y de tiempo tanto para las entidades como para los clientes.

Como se mencionó en el Capítulo 1 de este libro, el 57 % de los clientes de microcrédito cuentan con seguros voluntarios. La mayoría de estos seguros se clasifican dentro de la categoría de microseguros, cuya prima mensual es menor a \$20.000 en el caso de seguros de vida y accidentes, \$30.000 para seguros de propiedad y agricultura y \$75.000 para seguros

de salud (BdeO y SFC (2020)). En este recuadro se presentan algunos de los microseguros que se ofrecen a los microempresarios (BdeO y SFC (2018)).

**Figura 4.3.** Porcentaje de hogares con seguros voluntarios según su nivel socioeconómico



Fuente: BdeO y SFC (2018)

En primer lugar, se destacan los seguros de vida voluntarios que cubren casos de muerte por cualquier causa, incapacidad total y permanente, y enfermedades graves. Las primas mensuales van desde \$6.000 a \$7.250 y los amparos a los afectados o sus familias varían entre \$3 millones (m) y \$5 m. También se encuentran planes mensuales de \$9.000 con coberturas de \$9 m en caso de fallecimiento o incapacidad permanente, y de \$4 m para enfermedades graves. De igual manera, se ofrecen microseguros de accidentes personales que cubren fallecimiento accidental, diagnóstico de cáncer, renta diaria por incapacidad permanente o maternidad, por una prima mensual entre \$8.000 y \$12.500.

Por otro lado, se encuentran los microseguros dirigidos a las mujeres para su protección en temas de salud (i.e. cáncer), así como durante su embarazo y los primeros meses de maternidad. De igual manera, se destacan productos diferenciados para las mujeres rurales y urbanas (incluyendo uno que protege sus bolsos contra robos). Como se observa en la tabla 4.14,

las primas de dichos seguros varían entre \$1.425 y \$7.900, con coberturas que van desde \$500 mil hasta \$20 m.

**Tabla 4.14.** Oferta de microseguros para las mujeres

Microseguro	Prima mensual	Amparo	Cobertura
Cáncer	\$2.000- \$7.900	\$5 m - \$20 m \$500 mil- \$1 m \$1 m- \$3 m	Diagnóstico de cáncer por primera vez Muerte accidental Auxilio cirugía estética
Maternidad	\$3.200- \$5.600	\$250 mil - \$500 mil \$150 mil - \$300 mil	Renta por maternidad (4 meses) Auxilio para pago de microcrédito (único pago) No hay límites en asistencias médicas y orientación legal, entre otras
Mujer rural	\$1.425- \$1.900	\$500 mil - \$1 m	Fallecimiento accidental Incluye también orientación médica, geriátrica y pediátrica telefónica; asistencia psicológica, emocional, y jurídica telefónica; y control mujer, entre otros
Protección bolso	\$ 2800	\$200.000 \$100.000 \$200.000 \$800.000	Pérdida del bolso, cartera, morral o maletín debido a hurto calificado Billetera protegida / documentos por hurto calificado Llaves protegidas Auto / calificado Hogar a raíz del hurto Hurto de dinero en efectivo a raíz del hurto calificado

En esta tabla se incluye los amparos más sobresalientes.

Fuente: Tomado de la página web de algunas entidades adscritas a Asomicrofinanzas.

En tercer lugar, se encuentran los microseguros que protegen los negocios de los microempresarios, tanto agropecuarios como no agropecuarios. Dentro del primer grupo se encuentran algunos que cubren eventos climáticos adversos como lluvias, sequías, granizos e incendios, y otros que protegen las siembras. Las primas de este grupo varían entre \$13.314 y \$19.950 con coberturas que dependen del indicador paramétrico de referencia o valores máximos de hasta \$5 m. En el caso de los negocios no agro, se ofrecen seguros contra daños, robos y responsabilidad civil, así

como eventos como terremotos y exceso de lluvias. Estas primas se encuentran entre \$9.855 y \$16.308, con valores cubiertos desde \$50 mil hasta \$5 m.

Los seguros contra daños en el hogar o robos también hacen parte del portafolio que ofrecen las instituciones microfinancieras. Dentro de los daños materiales cubiertos se encuentran incendios, temblores, deslizamientos y daños por agua. Las primas ofrecidas van desde los \$7 mil, donde el amparo puede llegar a \$3 m, hasta de \$35 mil con pagos por siniestros de hasta \$15 m. En el caso de los robos o hurtos, se destacan seguros con primas de \$6.221 a \$15.988, las cuales cubren pérdidas entre los \$1,4 m y \$3,9 m. Adicionalmente, se ofrecen seguros todos riesgos para vehículos y motos, contra pérdida de documentos y tarjetas débito/crédito, y para la protección de todo el núcleo familiar del cliente.

El hecho de que el 57% de los clientes del microcrédito cuentan con alguno de los microseguros descritos anteriormente es una buena noticia en tanto los hace más resilientes frente a diferentes choques. En la medida en que los clientes sean más conscientes de adquirir este tipo de productos y, que el trabajo conjunto entre las industrias microcrediticia y aseguradoras fortalezcan la oferta dirigida a este segmento, es de esperarse un crecimiento significativo en el número de primas y pólizas emitidas. Este proceso debe ir acompañado de capacitación a los clientes sobre los trámites para hacer el cobro de las pólizas, con el fin de reducir el número de quejas y aumentar su uso. Al respecto, Martínez (2021) indica que las tasas de rechazo de siniestro y el número de quejas por póliza vigente en microseguros son mayores a los promedios de la industria, lo que podría desincentivar su adquisición.

---

## Rol de las entidades microfinancieras en la inclusión financiera de migrantes

---

Durante los últimos años, Colombia ha experimentado un fenómeno migratorio sin precedentes marcado por el ingreso significativo de ciudadanos venezolanos y de ciudadanos colombianos que vivían en ese país. Esta situación ha traído retos claves de atención humanitaria, regularización de su estatus, provisión de bienes y servicios básicos (salud, educación y vivienda), y su integración socioeconómica.

De acuerdo con datos de Migración Colombia: 2.162.489 migrantes finalizaron el proceso del Registro Único de Migrantes Venezolanos (RUMV); se tienen 1.821.041 prerregistros del Estatuto Temporal de Protección; y se aprobaron 1.061.815 Permisos de Protección Temporal (PPT)<sup>11</sup>. Adicio-

---

<sup>11</sup>En marzo de 2021, el Gobierno colombiano emitió el Decreto 216 por medio del cual se adopta el Estatuto de Protección Temporal a Migrantes Venezolanos (ETPV). Esta medida busca homogeneizar el proceso de formalización de esta población y crear un único registro que facilite su acceso a servicios y el seguimiento de las políticas. El ETPV está compuesto por el RUMV y por el PPT. Una vez las personas completen el RUMV (datos biográficos, demográficos, biometría facial, núcleo familiar y prueba sumaria), deben diligenciar la encuesta de caracterización (datos personales, grupo familiar, condiciones de vida, pertenencia étnica, estudios y ocupación, seguridad social, salud, permanencia en Colombia, motivos de migración, vulnerabilidad y percepción de la integración) y completar el registro biométrico presencial para poder acceder al PPT.

nalmente, la Cancillería tienen registro de 19.161 colombianos retornados, aunque se estima un número más alto de no registrados<sup>12</sup>.

La atención a estos grupos poblacionales ha demandado el esfuerzo conjunto de entidades públicas y privadas en todos los niveles, incluidos organismos locales e internacionales y las comunidades receptoras. El Gobierno ha avanzado en la implementación del CONPES 3950 Estrategia para la Atención de la Migración desde Venezuela, el Decreto 216 de 2021 y la consolidación de la Oficina de Atención e Integración Socioeconómica de la Población Migrante. Los esfuerzos del Gobierno se han enfocado en dos líneas de acción. Por un lado, mejorar la atención e integración de los migrantes en cuanto a su acceso a los servicios de salud y educación; la atención de la niñez, la adolescencia y juventud; la provisión de servicios humanitarios, de habitación, agua y saneamiento; y la mejora de su situación laboral. Por el otro, fortalecer la capacidad institucional para articular la respuesta al fenómeno migratorio en coordinación con actores locales e internacionales.

Integrar a la población migrante implica no solo garantizar su acceso a servicios básicos, sino que, además, requiere un trabajo articulado que logre promover su bienestar e integración, con el fin de generar las condiciones adecuadas para desarrollarse y aportar a las comunidades de acogida. Así pues, dentro de la ruta diseñada para la integración de estos grupos poblacionales, uno de los elementos claves es su inclusión socioeconómica mediante su vinculación al mercado laboral y/o el apoyo a sus emprendimientos.

En este sentido, se destacan los Centros de Integración Local para Migrantes, donde se brinda orientación y referenciación para la población migrante, refugiada y colombiana retornada. De igual manera, sobresalen los esfuerzos del Ministerio del Trabajo en la supervisión de la situación laboral de los migrantes, sus condiciones de trabajo y el cumplimiento de las normas laborales. Asimismo, hay programas de organismos no gubernamentales como Somos Panas Colombia, de la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) que, en alianza con algunas empresas del sector privado, promueve la vinculación laboral de la población venezolana. A pesar de los esfuerzos, los retos en esta materia son sobresalientes. De acuerdo con cifras de la Gerencia de

---

<sup>12</sup>Para mayor detalle ingresar en <https://www.dnp.gov.co/DNPN/observatorio-de-migracion/Paginas/Colombianos-retornados.aspx>.

Fronteras (2022), sólo 106.000 venezolanos cotizan en la Planilla Integrada de Liquidación de Aportes (PILA), y 12.000 empresas colombianas figuran como contratantes de migrantes venezolanos.

Recientemente el Gobierno emitió el CONPES 4100 Estrategia para la Integración de la Población Migrante Venezolana como Factor de Desarrollo para el País donde se definen siete líneas de acción: I) Implementar estrategias que permitan aumentar la oferta y viabilizar el acceso integral a servicios de la población migrante y receptora; II) Fortalecer la capacidad de respuesta del Estado en la prevención y atención a vulnerabilidades; III) Robustecer y adoptar estrategias que permitan la integración económica de la población migrante venezolana; IV) Promover ambientes que favorezcan la integración social y cultural de la población migrante venezolana; V) Robustecer la institucionalidad encargada de la atención e integración de la población migrante; VI) Definir una estrategia de financiación para garantizar la integración y el aprovechamiento en materia de desarrollo y VII) Fortalecer la generación, procesamiento, intercambio de información y evaluación de la oferta.

Por otro lado, los entes reguladores y las entidades financieras han aunado esfuerzos para incluir financieramente a estos segmentos poblacionales, entre los que se destacan la flexibilización de los requisitos para adquirir un producto financiero y/o el diseño de productos más acordes con sus necesidades. Mediante la Carta Circular 82 de 2019, la SFC estipuló que el Permiso Especial de Permanencia (PEP)<sup>13</sup>, así como el pasaporte venezolano vencido que tenga el sello de ingreso y permanencia otorgado por la Unidad Administrativa Especial Migración Colombia y cuyo vencimiento no exceda 2 años, deben admitirse para que los nacionales venezolanos contraten o abran productos y/o servicios financieros.

Posteriormente, la Carta Circular 71 de 2021 de la SFC les recuerda a las entidades bajo su supervisión que, a partir de la publicación del Decreto 216 de 2021, todos los PEP quedan automáticamente prorrogados por dos años (hasta el 28 de febrero de 2023), y que, durante ese periodo, estos seguirán siendo válidos como medio de identificación para la vinculación al sistema financiero. De la misma manera, subraya que el PPT es un documento con plena validez para la identificación de su titular y, por

---

<sup>13</sup>El PEP es un documento de identificación expedido por Migración Colombia, que les permite a los nacionales venezolanos que estén en territorio colombiano permanecer temporalmente de manera regular.

tanto, debe admitirse para la apertura y contratación de productos y/o servicios financieros.

El trabajo por la inclusión financiera de esta población se ha justificado por el convencimiento de que el acceso de la población migrante a productos y servicios financieros facilita su desarrollo en el mercado laboral formal, reduce el gasto en ayudas humanitarias debido a la autosuficiencia económica de la persona, y contribuye a su empoderamiento socioeconómico.

Pese a los esfuerzos descritos, el indicador de inclusión financiera para esta población alcanzó solamente el 14 % al cierre de 2020, mientras que para el total nacional fue de 87,8 % (Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera de Colombia 2021)<sup>14</sup>. Al cierre de marzo de 2022, la SFC reportó que 401.789 venezolanos cuentan con algún producto dentro del sistema financiero. El total de productos adquiridos por esta población ascendió a 549.732<sup>15</sup> (1,4 por persona), destacándose los establecimientos bancarios (76 %) y las SEDPES (21 %) con cerca del 97 % del total.

Por otro lado, el Reporte de la Situación del Microcrédito en Colombia de diciembre de 2021 reportó que solo 706 de los 127.658 nuevos deudores (0,55 %) del cuarto trimestre de 2021 fueron migrantes, lo cual representa el 0,27 % de la cartera total. Estas brechas subrayan la necesidad de seguir trabajando en esta materia y aprender de experiencias exitosas que incentiven e inspiren la participación de nuevos actores.

A continuación, se destacan los esfuerzos de algunas entidades pertenecientes a Asomicrofinanzas y beneficiarias de la Iniciativa de Finanzas Rurales (IFR) de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). La información expuesta se tomó del evento Oportunidades Financieras para la Comunidad Migrante organizado por USAID y entidades aliadas el pasado 24 de junio de 2021<sup>16</sup>.

En primer lugar, se destacó la creación de la *Guía de Orientación Financiera Para Población Refugiada y Migrante Proveniente de Venezuela*<sup>17</sup>,

---

<sup>14</sup>Este indicador se mide como la relación entre los adultos con algún producto de depósito, crédito o seguro, y el total.

<sup>15</sup>8.598 fueron microcréditos.

<sup>16</sup>Mayores detalles en: <https://www.oportunidadesfinancierasmigrantesvnlz.com/>

<sup>17</sup>Este documento es el resultado del esfuerzo conjunto entre ACNUR, la Fundación Panamericana para el Desarrollo (FUPAD), la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el

cuyo objetivo es informarle a esta población sobre el procedimiento para abrir una cuenta de ahorros, hacer uso de las billeteras electrónicas, acceder a tarjetas de crédito o seguros, enviar o recibir remesas y recomendaciones financieras para prevenir el fraude o mantenerse al día en los pagos, entre otros.

De igual manera, se resaltó que Bancamía forma parte de *The Tent Partnership for refugees (TENT)*, cuyo objetivo es movilizar al sector empresarial para mejorar las vidas de los migrantes, por lo que viene fortaleciendo la oferta de productos financieros dirigidos a migrantes venezolanos. La entidad vinculó a la población migrante como beneficiaria del programa Empropaz que brinda acompañamiento integral y financiamiento a los emprendedores. Por otro lado, se subrayó que Banco Mundo Mujer y Crezcamos vienen trabajando en asuntos de inclusión financiera de la población migrante venezolana por medio del microcrédito, el fomento de la inversión y programas de educación económica y financiera. Estos programas se realizan en alianza con la IFR de USAID que se complementa para algunas entidades con una garantía del International Development Finance Corporation (DFC) para esta población.

Por otro lado, se subrayó que Banco Mundo Mujer y Crezcamos vienen trabajando en asuntos de inclusión financiera de la población migrante venezolana por medio del microcrédito, el fomento de la inversión y programas de educación económica y financiera. Estos programas se realizan en alianza con la IFR de USAID que se complementa para algunas entidades con una garantía del *International Development Finance Corporation (DFC)* para esta población.

Asimismo, se resaltaron los esfuerzos de Microempresas de Colombia mediante el programa Educación Financiera Virtual dirigido a población migrante, retornada venezolana y habitantes de municipios PDET. Al finalizar el programa, la cooperativa les presenta su oferta financiera a los participantes, con lo que se promueve su inclusión financiera a través de cuentas de ahorros y/o microcréditos.

Finalmente, se destacaron los esfuerzos de entidades como Movii y Tpage y Agape. Las dos primeras ofrecen servicios de billeteras móviles para facilitar las transacciones de esta población. Agape, por su lado, se

---

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), USAID y el Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM).

enfoca en apoyar proyectos grupales de ahorro y crédito para comunidades vulnerables como la migrante venezolana.





Imagen cortesía de Crezcamos Compañía de Financiamiento

## 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.

## Bancamía



### *En Bancamía ;Trabajamos por las personas! <sup>1</sup>*

Una promesa de valor como la que hicimos en Bancamía, entidad de la Fundación Microfinanzas BBVA, desde nuestra creación en el año 2008, como es mejorar la calidad de vida de las familias de bajos ingresos, nos compromete a seguir avanzando para cumplir este propósito, en el que hemos trabajado a diario para generar transformaciones reales en las diferentes regiones del país.

Trabajamos sin parar en medio de una emergencia sanitaria mundial, nos hemos esforzado para contribuir en la mitigación de los efectos que se han causado. La vida nos cambió. La pobreza y la inequidad social que ha dejado la pandemia nos lleva a convertirnos en parte activa de muchas soluciones que se requieren en ese camino de acompañar a los más vulnerables.

De esta forma, en el Banco nos hemos mantenido cerca y activos para que los emprendedores sigan trabajando y buscando su crecimiento. Hoy tenemos más de 1,5 millones de clientes atendidos con productos de crédito, ahorro, inversión y seguros. De los empresarios de la microempresa que financiamos, el 54 % son mujeres, el 43 % viven en zonas rurales, el 86 % son vulnerables desde el punto de vista de sus ingresos y el 40 % a lo sumo tienen educación primaria.

Para mitigar esas barreras que representan limitantes en el camino hacia la salida de la pobreza estamos trabajando desde diferentes frentes que fortalecen la labor de las microfinanzas en su propósito amplio de acompañar el progreso de quienes más necesitan.

---

<sup>1</sup>Cifras a agosto de 2022

### *Estamos cada vez más cerca*

La Banca Relacional, que es la base de nuestra metodología microfinanciera, la estamos evolucionando, consolidamos con un plan de expansión que hoy nos permite tener 227 oficinas en el 100 % de los departamentos del país, se complementa con fuerza en procesos de digitalización que acercan el banco y facilitan su relación con los clientes.

Hemos fortalecido nuestro portafolio de productos, con una estrategia de digitalización de la oferta de valor que nos permitió lanzar el CDT Digital, las cuentas Soñando Juntos Digital, Micronómina y Platamía, un depósito de bajo monto que ayudó a bancarizar a cerca de 270.000 personas en la pandemia. Junto a ello, hemos creado un Crédito Digital para nuestros clientes destacados en el buen manejo de sus productos. Todo esto gestionado por el mismo cliente desde nuestra aplicación de Banca Móvil.

A 2022 tenemos más de 340.000 clientes digitales, 63 % de ellos mujeres y 28 % pobladores rurales, que hacen uso del ecosistema en línea, con herramientas como Oficina Virtual, WhatsApp corporativo y Banca Móvil.

### *Vamos más allá de lo financiero*

Mujeres, indígenas, campesinos, migrantes y víctimas del conflicto, entre otros grupos poblacionales han encontrado barreras para acceder al sistema financiero formal, son una prioridad para Bancamía, y de allí que trabajemos programas que no solo tocan la entrega de un producto o servicio financiero, la meta es contribuir con la generación de un desarrollo integral en ese camino de salida de la pobreza.

Nuestra intención se ha fortalecido, por ejemplo, con el acompañamiento que hace Bancamía desde el 2018 por medio del programa Emprendimientos Productivos para la Paz (Empropaz), trabajando en alianza con USAID, la Corporación Mundial de la Mujer Colombia y la Corporación Mundial de la Mujer Medellín, para atender a microempresarios y emprendedores colombianos, migrantes venezolanos y comunidades de acogida en 89 municipios del país, afectados por la violencia y la pobreza.

Con este modelo hemos conseguido generar capacidades emprendedoras y fortalecimiento empresarial, a través de formación especializada socio-empresarial, complementado con un proceso de inclusión financiera en condiciones especiales. En estas zonas hemos atendido a más de 150.000 personas con Finanzas Productivas que les permiten recibir créditos, cuentas de ahorro, CDT y Seguros, y cerca de 7.000 beneficiarios han recibido acompañamiento formativo.

En 2020, en medio de la pandemia, en un panorama que aumentaba la deserción escolar, en BBVA y Bancamía creamos la Beca ‘Transformando Realidades’ para facilitar que hijos de emprendedores de bajos recursos, atendidos por Bancamía, logran estudiar en la universidad. Hemos entregado 10 subvenciones y después de dos años decidimos ampliar esta apuesta por las próximas generaciones entregando el doble de becas anuales.

Nos complementa con un robusto programa de educación financiera, ‘Echemos Números’, creado para facilitar a los clientes y comunidades acciones formativas que les permitan tomar decisiones acertadas en el manejo de sus finanzas e influir positivamente en su bienestar económico, el cual ha sido calificado con el Sello de Calidad en la categoría “Gestión de Capacidades en Educación Financiera” Nivel 1, por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia, siendo el primer banco del país en recibir este reconocimiento.

A través de diferentes alianzas con socios locales y organizaciones internacionales, como USAID, IFC (Corporación Financiera Internacional), Trust for the Americas y Tent Partnership for Refugees, entre otros, gestionadas de la mano de la Fundación Microfinanzas BBVA, Bancamía amplía el impacto de su misión, trabajando en equipo por poblaciones vulnerables desde diferentes frentes como: formación en capacidades empresariales y habilidades digitales, inclusión financiera de mujeres y migrantes venezolanos.

*“En Bancamía, más allá de hablar de transformación digital, innovación o entrega de un producto financiero, como un paso estándar dentro de la evolución empresarial, nos mueve el propósito de transformar realidades, acercándonos cada vez más a quienes desde cualquier lugar del país pueden poner en marcha sus ideas de negocio o fortalecer sus microempresas, como único camino para sacar adelante*

*a sus familias, contribuir al desarrollo de sus comunidades y empezar a dejar atrás lastres de pobreza que amplían las brechas de desigualdad por las que todos luchamos en el grupo Fundación Microfinanzas BBVA”.*

**Luis Germán Linares Peña**  
Presidente de Bancamía

## Banco Caja Social



El Banco Caja Social, empresa de Fundación Grupo Social, es una de las instituciones financieras con mayor tradición en Colombia ya que a lo largo de su historia se ha mantenido fiel a sus principios de construir cada día una sociedad justa, solidaria, productiva y en paz.

Su origen se remonta a 1911; ese año, gracias a la labor del sacerdote jesuita español José María Campoamor, se creó la Caja Social de Ahorros del Círculo de Obreros, con el propósito de incentivar en la clase obrera la práctica del ahorro como instrumento económico y social, y facilitar el acceso al crédito para sectores populares de estratos medios y bajos. Así comenzó a abrirse en Colombia el camino hacia la verdadera inclusión financiera de la población con menores ingresos.

Es una organización cuya razón de ser se fundamenta en el bien común para concebir una banca diferente, que tiene un interés genuino por escuchar, conocer y entender la real necesidad del otro para brindar esas oportunidades reales de progreso, a través de soluciones financieras pertinentes y relevantes, pensadas en función de las personas a quienes sirve y con especial vocación por los sectores populares. En un mercado competitivo como en el que vivimos, el Banco Caja Social trabaja incansablemente para destacarse marcando la diferencia con un Servicio que se entiende como: “La orientación genuina, deliberada, permanente y estructural, por conocer profundamente la necesidad del otro, para encontrar en la satisfacción de ésta, la razón de ser de la organización”.

Por este motivo, dispone de una robusta propuesta de valor con un componente muy importante que es la **gratuidad**, como reflejo de su compromiso de ser un banco que brinda soluciones a sus clientes, y que se ha hecho tangible al poner a disposición de los colombianos

algunos de los servicios de mayor demanda como retiros gratis en cajeros automáticos y una amplia red de corresponsales bancarios, transferencias gratis desde canales digitales a otros bancos y la apertura y manejo de la cuenta de ahorros Cuentamiga.

Así mismo, el Banco Caja Social dispone de su Unidad Especializada de Microfinanzas, la cual promueve la atención personalizada a través del genuino acompañamiento a los microempresarios, apoyando así su vinculación a la dinámica económica del país en aras de fortalecer y proteger el tejido empresarial y productivo de la nación, responsable en buena parte de la generación del empleo en Colombia. Es a través de esta unidad de negocio, donde se comparte el propósito de impulsar los procesos de inclusión financiera, brindando acceso a servicios financieros asequibles acorde a las reales necesidades de los microempresarios y acompañando sus unidades de negocios para contribuir a alcanzar mayores niveles de bienestar.

La Unidad Especializada de Microfinanzas en su metodología de operación diferente a los modelos tradicionales de otorgamiento de créditos, no se basa en la evaluación de estados patrimoniales, historial crediticio o garantías reales de pago, sino que evalúa cada solicitud desde la dinámica y realidad de la microempresa, el pleno conocimiento y proyección del negocio, las capacidades de pago con frecuencias flexibles y, lo más importante, dispone de asesores con entrenamiento especializado para visitar los negocios y acompañar a los clientes en sitio para brindar mejores alternativas a los microempresarios.

Sin duda, el Banco Caja Social se mantiene fiel al legado de Fundación Grupo Social reiterando su compromiso con el país y su vocación de servir a los mercados populares de manera auténtica con el firme convencimiento de que su aporte, como el Banco Amigo de los colombianos que hace del Servicio su razón de ser, tendrá un impacto transformador en la sociedad.

## Banco Credifinanciera



*Banco Credifinanciera: transformando la experiencia financiera del segmento base de la población colombiana.*

Banco Credifinanciera nace con el propósito de ofrecer productos de crédito de primera calidad para los segmentos base de la población colombiana y un portafolio de ahorro e inversión con criterios de seguridad y rentabilidad.

La entidad surge en el año 2011 con foco principal en el producto de Certificado de Depósito a Término (CDT). Luego, en 2012, recibe autorización por parte de la Superintendencia Financiera para cambiar su razón social por Credifinanciera – Compañía de Financiamiento. En este mismo año abre su primera oficina en la capital del país y con el propósito de ampliar su portafolio, compra la cartera de Microcrédito de Microfinanzas, una compañía relevante en el mercado de Microcréditos, para posteriormente lanzar sus productos de Libranza y Microcrédito.

A partir del año 2013 inicia su estrategia de expansión abriendo oficinas en la ciudad de Bogotá, Medellín y Cali.

Con la visión de continuar consolidado su modelo de negocio, en agosto del 2019, Credifinanciera solicita la autorización de la Superintendencia Financiera de Colombia para adquirir el 100 % de las acciones del Banco Procredit S.A y así dar paso a su consolidación como Banco en enero del 2020.

A lo largo de su trayectoria ha construido una oferta de valor basada en principios de transparencia, confianza, celeridad y responsabilidad, lo cual ha dado como resultado productos y servicios para que miles de personas y familias, que por alguna razón no han contado con el historial o requisitos de la banca tradicional, puedan cumplir con sus propósitos y proporcionar mejores condiciones de vida.

Su compromiso se refleja en sus líneas de crédito con las cuales cada persona con un sueño, una historia de vida y un propósito encuentre una forma responsable y confiable de cumplirlo. Parte de ello, es llegar

a diferentes poblaciones; actualmente la entidad está presente en más de 890 municipios.

Con cifras a julio de 2022, Banco Credifinanciera contaba con más de 170 mil clientes y para este periodo, la compañía reflejó una evolución en su cartera de crédito, alcanzando los \$1.66 billones, equivalentes a un 18 % más en comparación a todo lo logrado en 2021.

Parte de este crecimiento se debe al acompañamiento y a la oferta del microcrédito bajo una modalidad 100 % digital que ha permitido atender necesidades de capital de trabajo de microempresarios y emprendedores, y reducir los tiempos de aprobación y desembolso a través de un proceso ágil y amigable.

Credifinanciera apuesta por ampliar el acceso responsable a servicios financieros, como la forma más eficaz de reducir los índices de pobreza y construir un mejor país.

Para julio de 2022, el microcrédito presentó una dinámica muy positiva, pues el producto contaba con 24.458 clientes, con un saldo de cartera de \$132 mil millones de pesos. Es de anotar que el número de clientes entre 18 y 25 años aumentó más del doble respecto al año anterior y las mujeres lideraron las cifras con un 56 % de solicitudes y aprobaciones. Esto refleja la construcción de relaciones sólidas del Banco con sus clientes permitiéndoles tener una mayor inclusión financiera.

Para el primer semestre de 2022 se crearon 127.517 empresas en el país, lo que representa un crecimiento del 3.7 % con respecto a cifras del año pasado, como demuestra un informe de Confecámaras (2022). Así, en línea con el aumento del número de empresas constituidas en el país, Credifinanciera ha generado un crecimiento en el número de apoyos ofrecidos a estos sectores de la economía. El comercio al por mayor y al por menor lideraron la participación en microcrédito en el Banco con un 45 %, seguido de industrias manufactureras, agricultura y servicios de hostelería y turismo (ver tabla 1).

El enfoque del Banco en aportar a la inclusión financiera se evidencia en su estrategia de brindar amplias soluciones para los segmentos base de la población. Muestra de ello es que el 92 % de su cartera de crédito está concentrada en los estratos 1, 2 y 3. Eso produjo que la revista británica Pan Finance reconociera a la entidad como el banco innovador de 2022 en inclusión financiera. Su selección tuvo en cuenta factores como las iniciativas de inclusión financiera, el alcance, facilidades de

acceso por parte de los clientes a los servicios financieros, incorporación de nuevas soluciones, el crecimiento sostenido de la entidad bancaria y la singularidad de los productos y servicios.

SECTOR ECONÓMICO	Jul.22
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	48.51 %
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	19.10 %
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA, SILVICULTURA Y PESCA	10.16 %
INMOBILIARIAS	5.40 %
COMIDAS Y ALOJAMIENTOS	4.55 %
OTROS	3.81 %
SERVICIOS	3.77 %
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	2.83 %
CONSTRUCCIÓN	1.87 %
TOTAL	100.00 %

“En Banco Credifinanciera trabajamos con eficiencia para brindar un servicio cercano, llevando una oferta de productos a poblaciones desatendidas por la banca tradicional. Estos resultados muestran la confianza de las personas en nuestro modelo de negocio, en nuestra solidez financiera y en la capacidad de proveer apoyo financiero a través de canales innovadores”, afirmó Danilo Morales, presidente de Banco Credifinanciera.

## Banco Mundo Mujer



### *Mundo Mujer, el banco de la comunidad*

El compromiso de contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades trabajadoras, especialmente en las poblaciones de menores ingresos, ha sido la gran motivación del Banco Mundo Mujer para lograr ser el banco privado número uno de microfinanzas en Colombia, por mayor saldo de cartera bruta en microcrédito y número de clientes, de acuerdo con cifras de Asomicrofinanzas, a corte de agosto de 2022.

Durante treinta y siete años, treinta como Fundación y siete como Banco, Mundo mujer se ha posicionado como una entidad que trabaja con disciplina y resiliencia, fortaleciéndose como institución y siendo aliado estratégico de sus grupos de interés.

Le da la mano a la comunidad con productos financieros de crédito, ahorro e inversión, de manera fácil, con pocos requisitos, rápida respuesta y atención personalizada. Ofrece a sus clientes microcrédito urbano, rural y agropecuario, crédito para Pequeña Empresa, crédito de Libre Inversión, así como cuentas de ahorro y CDT.

Su casa matriz está en Popayán. Tiene una cobertura de 178 oficinas ubicadas en 22 departamentos desde donde atiende a poblaciones de 673 municipios. Brinda empleo a cerca de 4800 personas en el país, de las cuales, el 56 % son mujeres; 18 % de esta población se encuentra en el departamento del Cauca, convirtiéndose así en un referente de impulso a la región.

A cierre de agosto de 2022 cuenta con un total de 702.888 clientes, de los cuales 512.795 pertenecen al segmento de crédito, su saldo en cartera fue de COP 2,2 billones y su Índice de Cartera Vencida, ICV

fue de 3,73 %. En cuanto a su gestión de captaciones, ha llegado a más de 180 mil ahorradores e inversionistas, quienes ven en Mundo Mujer una entidad de confianza y respaldo. Realiza convenios con diferentes compañías de seguros legalmente constituidas en el país, basados en acuerdos comerciales y contratos de uso de red, que buscan garantizar que los clientes puedan acceder a productos de seguros hechos a la medida y con condiciones competitivas.

Los excelentes resultados del Banco Mundo Mujer se obtienen entre otros, gracias a su metodología crediticia focalizada en la atención cercana e incluyente y direccionada a trabajadores que desean fortalecer sus negocios o unidades productivas tanto en el campo como en la ciudad.

Además de velar por la inclusión financiera ética y responsable, Mundo Mujer le apuesta al cuidado de los recursos hoy, para las generaciones futuras, buscando como propósito superior, un sistema financiero compatible con la sostenibilidad económica, social y medioambiental. Como parte de su compromiso con el cuidado del medio ambiente desde el 2017 pertenece al Protocolo Verde de Asobancaria y avanza en la masificación del Crédito Agropecuario BioSostenible.

En agosto de 2021, se vinculó al programa nacional Carbono Neutralidad del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, con el fin de ayudar a crear un futuro más verde para todos los colombianos; comprometiéndose a frenar los avances del cambio climático y contribuir al logro de la meta de cero emisiones netas de Gases de Efecto Invernadero (GEI), fijada por el Gobierno al 2050. Así mismo, cuenta con el Sistema de Administración de Riesgos Ambientales y Sociales (SARAS), que permite evaluar los riesgos y detectar las posibles fallencias que presenta el cliente en cuanto a los aspectos ambientales y sociales que puedan afectar el pago de sus obligaciones.

Actualmente Mundo Mujer profundiza en el conocimiento del cliente, evoluciona tecnológicamente, ofreciendo nuevos productos y servicios acordes con sus necesidades, conserva su promesa de valor con accesos fáciles, rápidos y atención personalizada, para mejorar la experiencia del cliente y crear relaciones de largo plazo.

El Banco Mundo Mujer crece de la mano de sus clientes y juntos construyen historias de progreso, que son la fuente de inspiración para continuar dándole mano a Colombia.

*“Le damos la mano a los microempresarios a través del crédito y el ahorro. Estamos cuando más nos necesitan para que puedan crecer y fortalecer sus negocios. Nuestros clientes ven en el microcrédito una excelente oportunidad para invertir y seguir progresando con sus familias”.*

**Leonor Melo de Velasco**  
Presidente del Banco Mundo Mujer

## **Confiar Cooperativa Financiera**



### *Microfinanzas en Confiar Las pequeñas grandezas solidarias*

Cooperativizar para el bienvivir una de las máximas que Confiar ha implementado a lo largo de sus 50 años; no solo para incluir financieramente a las personas, sino para mejorar muchos ámbitos de sus vidas.

Si hablamos de microfinanzas podemos decir que la cooperativa al primer semestre de 2022 atendió a 119.594 trabajadores y trabajadoras independientes, lo que corresponde a 31 % de la base social de Confiar. La mayor parte de ellos son informales, formales, campesinos y profesionales.

Como particularidad debemos destacar que en este mismo periodo estas personas ahorran más de lo prestan. Las captaciones, que ascienden a \$274.419 millones, junto a los aportes sociales por \$ 71.508, suman una cifra mayor al crédito que corresponde a \$282.217 millones. Actualmente nos caracterizan dos líneas: el microcrédito, que cuenta con una de las tasas más bajas del mercado y crédito para vivienda, donde somos punto de referencia a nivel nacional en atender este segmento con soluciones de vivienda de interés social.

Estas cifras fueron posibles al dejar atrás los efectos la crisis financiera de 1999. Luego de este período la Cooperativa arribó a una etapa de desarrollo y excelencia operacional que despertó el interés de algunos analistas que admiraban la inventiva de Confiar para adaptarse a las exigencias y regulaciones de los entes de control, concebir imperativos estratégicos para garantizar la autosuficiencia financiera, la participación e integración a los proyectos de ciudad, la continuidad de los procesos educativos y la excelente gestión administrativa

de la Cooperativa, manteniendo con ello una propuesta de bienestar colectivo.

En el orden mundial se destaca en este periodo la campaña internacional para impulsar y fomentar el microcrédito promovida por el Banco Mundial. Confiar tuvo en el 2004 el apoyo del Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito y el acompañamiento de la organización no gubernamental Acción Internacional, para implementar el proyecto de microcrédito individual dirigido a los sectores informales y por ello marginados de los servicios financieros, razón esta por la cual estaban en manos de la usura ilegal o también llamados prestamistas gota a gota.

En su etapa inicial tuvo cobertura en los sectores de Castilla y Metrocable en Medellín, y en los municipios de Itagüí y Caldas, otorgando 567 créditos por valor de \$ 814 millones que respaldaron las necesidades económicas de personas sin vínculos bancarios y que así accedieron a préstamos de bajo monto, pero suficientes para activar sus pequeñas organizaciones comerciales y de servicios.

En el 2005 desde Confiar, y en consecuencia con los parámetros de la ONU, el programa de microcrédito entregó una bolsa crediticia por valor de \$3.111 millones, que benefició a 1.701 personas, con la esperanza puesta en el respaldo de la Cooperativa a sus proyectos productivos; renovando así las aspiraciones de mejorar sus condiciones de vida y mantener, en el ámbito laboral, los emprendimientos comunitarios.

La intervención en los programas de microcrédito se complementó con el fortalecimiento de la alianza entre la Cooperativa y Fomentamos, corporación conformada por 11 organizaciones, entre cooperativas y ONG, que tenía y tiene como objetivo llevar servicios y productos de microfinanzas a los sectores más marginales mediante la estrategia de los círculos o grupos solidarios, en los cuales no hay un individuo responsable de las acreencias, sino que se erige un sujeto grupal donde cada uno es responsable y codeudor del otro.

El proyecto piloto se realizó en el barrio Moravia, una comunidad que creció en las invasiones y alrededor de los depósitos de basura de la ciudad, sumamente vulnerable, y que fue la primera depositaria de los créditos que le posibilitaban crear y fortalecer sus emprendimientos alrededor de sus oficios y saberes.

Las acciones formativas posibilitaron la organización de la comunidad bajo la modalidad de los círculos solidarios, integrados por entre 15 y 20 personas a quienes se les otorgaba el crédito para capitalizar los respectivos emprendimientos, cuyo respaldo no era otro que la confianza generada por el apoyo solidario del círculo.

Para el 2010, la economía colombiana creció en un 4,3% y en ese crecimiento las cooperativas dieron ejemplo ante las debilidades especulativas del sistema financiero.

En muchos aspectos Confiar se convirtió en un paradigma solidario; uno de esos avances fue pasar del microcrédito a las microfinanzas, perspectiva que se mantiene y se ha extendido a los nueve departamentos en los que la cooperativa hace presencia actualmente; y en lo que tiene como propósito seguir trabajando.

## Contactar



### *Contactar, 31 años transformando vidas a través de las microfinanzas*

En Contactar todos los días son extraordinarios. El equipo humano de la entidad, distribuido en 12 departamentos de Colombia, encontró en las microfinanzas un propósito de vida, llegando hasta la puerta de miles de colombianos que necesitan oportunidades. Para lograrlo, recorren miles de kilómetros por carreteras destapadas, suben montañas, atraviesan ríos, soportan calor o frío y todo con el fin de brindar servicios financieros y no financieros a las comunidades ubicadas en zonas geográficamente más apartadas.

Con 31 años de historia, un ADN diferencial de servicio y su inconfundible chaqueta naranja, Contactar ha llevado financiamiento, prioritariamente a clientes en el campo que con su trabajo generan crecimiento económico en el país.

Son 1.300 colaboradores los que hacen la diferencia para que estos colombianos tengan un aliado estratégico formal, oportuno y seguro para su sostenibilidad, cuando el 16 % de la población carece de condiciones socioeconómicas favorables para vivir (pobreza multidimensional) y en el que la ruralidad dispersa y los centros poblados tienen una incidencia del 31,3 % (Dane,2022).

Esta familia Contactar, motor de transformación está en Nariño, Putumayo, Cauca, Huila, Meta, Boyacá, Cundinamarca, Tolima, Risaralda, Quindío, Valle del Cauca y Casanare, trabaja todos los días desde una red de 80 oficinas que busca el progreso de clientes y sus unidades productivas con créditos, microcréditos y microseguros, en más de 400 municipios, con una visión que promueve la generación de valor agregado en materia social, ambiental y enfocado en la sostenibilidad.

Darlo todo por Colombia, la premisa que mueve a Contactar y lo demuestra con hechos. En agosto de 2022, la entidad superó el medio billón de pesos en cartera y llegó a 130.000 clientes, hitos que reflejan el avance en inclusión financiera con diversidad de unidades productivas rurales como: cría de animales, cultivos y transformación de alimentos, artesanías, al igual que negocios que necesitan crecer como ferreterías, confeccionistas, tiendas de barrio, entre otros.

A través de una metodología microfinanciera, el acceso a recursos se otorga con un análisis riguroso, personalizado y detallado, que implica un proceso responsable de asignación del crédito, demostrado en el Índice de Cartera Vencida, al mes de agosto del 2,56 %, uno de los más bajos del sector.

Es así como cobra sentido esa frase que guía el accionar de la entidad: “brindamos oportunidades financieras a tu alcance”, al incluir en el sistema a la población más vulnerable del país e históricamente limitada en su financiamiento, acompañado de una asesoría integral de sostenibilidad que promueve la educación financiera, asistencia técnica, empoderamiento femenino (programa MujerES) y el de los jóvenes (Jóvenes Rurales), así como el mejoramiento de vivienda, para que más colombianos tengan un lugar adecuado, digno y saludable donde vivir (Sueño de Vivienda Ideal). Igualmente, la entidad trabaja en línea para prevenir a los clientes de desastres naturales con la generación de herramientas para la gestión y mitigación de riesgos de cambio climático.

Contactar aporta en la inclusión financiera del país trabajando en equipo junto a BuskSeguros, para entregar protección a través de microseguros, que se traducen en un mecanismo de tranquilidad para el cliente, al acceder a bajo costo, de un amparo ante eventualidades para personales, su familia, vivienda y negocio. Es así como 9 de cada 10 clientes tienen un seguro voluntario, lo que se traduce en que a junio 2022 tenemos 396.928 pólizas que les permiten a nuestros clientes proteger sus sueños.

Estos resultados se han conseguido por el trabajo en conjunto con aliados estratégicos nacionales e internacionales, que comparten la misma visión, confían en el sello Contactar y creen en el progreso del país apoyando a más y más colombianos que lo requieren. En este camino de las microfinanzas, Contactar se une a organizaciones que van en el

mismo rumbo como Asomicrofinanzas, asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras; la Banca de las Oportunidades, programa de Bancóldex para promover la inclusión financiera en Colombia y la Red Acción, asociación internacional de microfinancieras en América Latina, instituciones que son la muestra de la firme convicción de alcanzar en equipo metas y fortalecer el tejido microempresarial del país.

La operación de Contactar esta monitoreada por la revisoría fiscal de KPMG y soportada en las calificaciones de riesgo realizadas por Microfinanzas Rating y Fitch Ratings, que se convierten en aliento para la entidad al impulsar proyectos que transformen las realidades en más rincones del país y promuevan una mejor calidad de vida.

Para Contactar la magia de su operación está en las manos de sus colaboradores, guiados por unos valores claros de: transparencia, calidez, compromiso, responsabilidad, coherencia y solidaridad. Por eso se destaca que en la más reciente certificación de Great Place to Work, 9 de cada 10 colaboradores consideran que Contactar es un excelente lugar para trabajar, igualmente el mismo número, se siente orgulloso de lo que se ha logrado y de estar vinculado a la entidad (GPTW 2022).

En esta vía, el talento humano Contactar demuestra diversidad y equidad de género evidenciado al tener paridad entre hombres y mujeres, y un importante lugar que ocupan las nuevas generaciones con el 88% de colaboradores millenials, que tienden puentes de conversación con los clientes para identificar sus necesidades e incluirlos al mundo financiero de una manera responsable y cercana.

*“Contactar avanza de manera decidida para seguir acompañando los sueños de quienes quieren fortalecer sus negocios y cuidar a sus familias, hogares y unidades productivas”.*

**¡Contactar lo da todo por Colombia!**

**Tabla 5.1.** Umbrales de Pobreza

Contactar en cifras		
Datos en millones de pesos (agosto 2022)		
<b>Ítem</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Activo	505.595	621.019
Pasivo	358.970	461.036
Patrimonio	146.625	159.983
Ingresos	97.865	121.848
Productividad (Ingresos 12 meses/Cartera promedio)	37,15 %	39,47 %
Gastos	85.291	112.203
Eficiencia (Gastos 12 meses/Cartera promedio)	36,56 %	37,25 %
Excedentes	12.574	9.645
ROA (Excedentes 12 meses/Activo Promedio)	0,80 %	2,37 %
ROE (excedentes 12 meses/Patrimonio promedio)	2,68 %	8,71 %
Cartera	401.077	501.295

Fuente: DANE. Elaboración propia.

## Cooperativa Minuto de Dios



### *Cooperativa Minuto de Dios, tu futuro, nuestro presente*

La Cooperativa Minuto de Dios pertenece a la Obra Minuto de Dios - OMD, con otras once organizaciones sociales nacidas de la visión de innovación social liderada por el padre Rafael García Herreros, cjm; mediante el servicio, llevamos a la práctica su pensamiento y aplicamos con ellas y otras organizaciones sin ánimo de lucro, de carácter solidario y educativo, el sexto principio del sector sobre “Colaboración entre Cooperativas”.

La Cooperativa inició con 39 asociados fundadores y hoy superan los ciento cuatro mil, base sobre la cual se construye y pone en práctica la solidaridad, quienes con su trabajo, aportes, ejercicio de sus derechos, vivencia de los principios cooperativos y cumplimiento de sus obligaciones, conforman un patrimonio colectivo en continuo crecimiento extendido en 23 departamentos, 55 sedes y 83 puntos de atención, 11 Instituciones de Educación Superior - IES - y 9 organizaciones sin ánimo de lucro, para multiplicar y diversificar servicios hacia un creciente número de personas, comunidades y territorios.

### *Servicios solidarios*

En estos años de historia la Cooperativa Minuto de Dios ha logrado gestionar 1 047 026 créditos por encima de los 1.3 billones de pesos; ha desarrollado políticas y actividades solidarias dirigidas a nuestros asociados y a sus comunidades con la inversión del 50% de todos los excedentes obtenidos, expresión de los principios y los valores cooperativos que nos diferencia de la banca tradicional.

El crédito educativo, es la razón origen de la Cooperativa, nos ha permitido generar un modelo ajustado a las particularidades de nuestra base social, mediante el diseño de productos diferenciales que tienen como finalidad la “inclusión” a partir de la situación real de los asociados y sus familias; este modelo estructurado inicialmente con y para Uniminuto ha buscado garantizar la continuidad y permanencia en el proceso educativo de los estudiantes y ha sido referente para otras Instituciones de Educación Superior – IES, once de las cuales son hoy nuestras asociadas y aliadas.

El compromiso de la Cooperativa en tiempos de pandemia nos impulsó en la oferta no solo de crédito educativo, sino en productos de microcrédito para atender las necesidades de financiamiento a unidades productivas de nuestros asociados y micronegocios vinculados a la Obra Minuto de Dios en su Programa Micronegocios MD.

### *Transformación digital*

Hemos entendido la necesidad de desarrollar e implementar estas tecnologías como medio para ampliar su cobertura, mejorar sus servicios, dar respuesta oportuna a las necesidades de los asociados, aliados estratégicos y público en general.

La construcción de nuestro Ecosistema Digital conecta las necesidades y las soluciones para mejorar la calidad de vida de asociados y usuarios; se adapta a los cambios y condiciones que impone la revolución 4.0, los cambios del mercado y del modelo de negocios; evoluciona con nuevos desarrollos, plataformas de integración e implementación de servicios para colocarse a la vanguardia en la excelente prestación de servicios; y es eficiente en el mejor uso de los servicios tecnológicos, humanos y financieros que garanticen la mejor experiencia de los asociados y de esta manera lograr la evolución de sistemas de información, plataformas y aplicativos autónomos que impacten positivamente en el servicio; hemos identificado y están siendo ejecutados proyectos con empresas externas especializadas o mediante el desarrollo de plataformas propias:

- CRM: Administración de la relación con el cliente - asociado, simplificando los procesos de servicio.

- Solicitud de crédito 100 % virtual
- Aplicación móvil que incentiva la autogestión de solicitudes por parte de los asociados
- Optimización de los canales de comunicación de acuerdo con las preferencias de nuestros asociados.
- Adopción de las modalidades de teletrabajo existentes para beneficio en la calidad de vida los empleados y eficiencia de los recursos.

### ***Fondos sociales***

En los tres últimos años y a pesar de las dificultades económicas, la Cooperativa ha registrado excedentes, gracias al compromiso y acuerdos de pago de la mayor parte de la base social, fortaleciendo reservas y fondos sociales, en especial el fondo de solidaridad para apoyar asociados en dificultades e incrementar el patrimonio propio de la Cooperativa.

El mejoramiento continuo y la apropiación de la cultura de la calidad nos ha permitido mantener desde el año 2013 la certificación de calidad, hoy bajo la norma ISO 9001:2015 mejorando considerablemente todos los procesos en beneficio del del Asociado.

Asociados, empleados, directivos y aliados estratégicos han contribuido desde diferentes frentes a la construcción y crecimiento de la Cooperativa; su servicio y compromiso nos permitirá alcanzar las metas propuestas en beneficio de personas, comunidades y territorios: esta es la esencia de la “Solidaridad”.

## Corporación Interactuar



### *Trascendiendo el impacto positivo del microcrédito*

Interactuar es un emprendimiento social y empresarial que, desde su fundación, ha trascendido el efecto positivo del microcrédito. Hoy es una organización social, cuyo propósito es movilizar el acceso a la clase media y contribuir a su consolidación a través de servicios financieros con acompañamiento de valor a empresas y personas con potencial de desarrollar capacidades empresariales y humanas. Desde 1983, la Corporación Interactuar ha acompañado a más 450.000 empresarios colombianos a impulsar sus microempresas, lo que mejora la calidad de vida de los pequeños emprendedores y es una clara apuesta por la equidad social y el desarrollo del país.

Con el propósito de que las pequeñas empresas familiares pudieran acceder al sistema financiero y así fortalecer sus emprendimientos mejorando su calidad de vida, nació hace 39 años en Medellín, bajo el liderazgo de los hermanos Julio Ernesto y Joaquín Urrea. Ellos, junto con el apoyo de diferentes líderes empresariales antioqueños, se dieron a la tarea de identificar y apoyar a los emprendedores de la región, y permitirles creer en sus sueños y capacidades.

Con el pasar de los años Interactuar entendió que no solo el dinero hace una empresa sostenible y que los emprendedores debían tener una visión de gestión y conocimiento integral de su sector. Por eso, en la actualidad Interactuar los conecta con la posibilidad de acceder a recursos financieros con el acompañamiento del conocimiento aplicado a la realidad de su microempresa.

Hoy atiende a cerca de 50.000 empresarios anualmente, de los cuales el 53 % son mujeres, en 39 oficinas en los departamentos de Antioquia,

Caldas, Córdoba, Cundinamarca, Sucre y Tolima, y su cartera vigente es de más de 330.000 millones de pesos con una cartera vencida de 3%. El 25% de los empresarios atendidos han sido fortalecidos con conocimientos entregados a través de talleres, asesorías, consultorías y programas para la aceleración empresarial urbana y agro. Además, Interactuar desarrolla proyectos sociales en alianza con otras instituciones nacionales e internacionales, impactando la vida de más de 3.000 empresarios anualmente.

### *Una poderosa herramienta para la transformación empresarial*

39 años capitalizando aprendizajes del acompañamiento integral al empresario, ha llevado a Interactuar a diseñar herramientas para acompañar su ruta de crecimiento, con las que entrega a los empresarios desde consejos prácticos hasta programas completos de transformación de la mentalidad empresarial, que potencian la expansión del capitalismo consciente acompañando la generación de capacidades competitivas y la sostenibilidad de la micro y pequeña empresa; una de ellas es el Método Base de Aceleración – MBA - para la microempresa urbana y agro.

El propósito de trabajar en estos programas los principios del capitalismo consciente en todos los niveles como organización eficiente, conexión con el mercado y crecimiento sostenible, es el de contribuir a la generación de valor y sostenibilidad de las micro y pequeñas empresas con un enfoque de desarrollo sostenible y de garantía de los derechos humanos para el acceso y consolidación de una clase media empoderada, en los territorios en los que influyen las empresas acompañadas.

Desde el MBA agroempresarial, por ejemplo, se hace énfasis en acompañar a los líderes agro, las mujeres rurales, los agromillennials y las organizaciones de productores; con los semilleros agroempresariales y los MBA agro, se articulan con las agrocadenas, fortaleciendo la base productiva de las organizaciones comunitarias y acompañando la generación de nuevas estrategias para una agricultura más resiliente.

Interactuar ve en la microempresa un potente habilitador de desarrollo humano, social, económico y empresarial, capaz de dinamizar la economía, los territorios y la vida de millones de personas. Es por ello

que trabaja con un modelo basado en el desarrollo de habilidades humanas y empresariales desde su servicio financiero y acompañamiento de valor, que le permite al empresario transformar principalmente su mentalidad y comportamiento, pasando de creer que es el único que hace las cosas bien haciendo todo en la empresa, a una mentalidad empresarial que asume la responsabilidad de sus resultados, apropiándose de las herramientas necesarias para gerenciar, definiendo un propósito claro con su microempresa desarrollando capacidades para implementar mejoras en sus procesos, empoderando, monitoreando el mercado, capacitándose, innovando, generando nuevas negociaciones y relaciones, es decir, no solo se confía sino que en realidad aprende a entender, y a ajustarse a los cambios del contexto económico, ambiental y social.

Asimismo, ser una organización sostenible es un reto permanente para que Interactuar pueda cumplir su propósito. Trabajar en la generación de valor, el aporte a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la escalabilidad del impacto en sus empresarios reafirma que crecer es un compromiso social en este tipo de instituciones y esto debe hacerse de la mano del aprendizaje continuo, de la escucha a sus públicos de interés y de lograr articularse con otras instituciones para ampliar impactos positivos.

## Crezcamos Compañía de Financiamiento



Crezcamos es una entidad financiera que trabaja arduamente por llevar **desarrollo** y oportunidades de acceso a **servicios financieros de calidad**, a las comunidades de menores ingresos del país. Una compañía en **expansión** que cree firmemente que trabajar por los demás es la mejor forma de **transformar la realidad**.



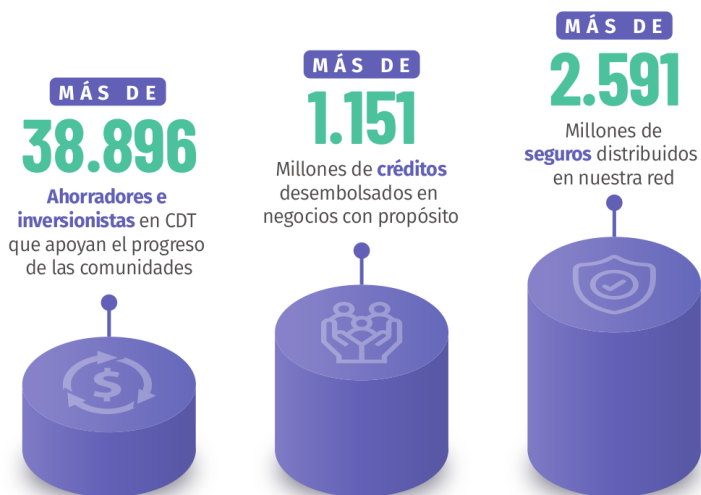
Así fue como se convirtió en el aliado de muchas familias emprendedoras, que trabajan por un futuro mejor. Una apuesta ganadora que se materializó el 16 de agosto de **2006**, cuando Fundacoop decidió apostarle a su idea de negocio: una empresa dedicada a **impactar** la vida de los empresarios y emprendedores colombianos.

Durante años, Crezcamos entregó toda su energía para **inspirar** a sus clientes a **cumplir sus sueños metas**, enfrentándose a retos llenos

de oportunidades que le permitió hacer posibles **nuevas realidades**, y respaldar las **ideas de negocio** de todos los que necesitaron de una mano en su **camino hacia el progreso**.

Con la fusión con Opportunity en **2019**, se transformó en Crezcamos S.A. Compañía de Financiamiento, una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia, que ofrece a sus clientes un amplio portafolio de servicios de financiación, ahorro e inversión, protección y educación financiera, que responden a las nuevas necesidades y requerimientos de sus clientes.

Durante sus 16 años de trayectoria ha logrado expandir su cobertura a nivel nacional con **presencia** en más de 421 municipios y 13 departamentos, 104 oficinas y más 1.500 colaboradores que **vibran sembrando progreso**.



\*Cifras históricas a corte de septiembre de 2022

Los **resultados** han sido **satisfactorios**, esta empresa santandereana está marcando la **historia** del departamento y de muchas familias colombianas, abriendo **nuevos caminos** y oportunidades para las personas que un día pensaron que no podrían cumplir sus metas. Crezcamos, como su nombre lo indica, se ha dedicado a **crecer junto a sus clientes**, manteniendo la luz de esperanza en cada uno de los corazones e impactando vidas que hoy aportan al desarrollo social y económico del país.

*“La vida nos presenta una cantidad de obstáculos y dificultades que la mayoría de las personas prefieren evitar. En mi historia lo que he hecho es abrazar esas dificultades, y con eso, he construido una compañía que ayuda a otros a superar esas dificultades. No permitas que nada detenga tus ganas de progresar”.*

**Mauricio Osorio**  
Presidente de Crezcamos



## Fundación El Alcaraván



### *Medición del impacto social: Oportunidades y desafíos para Microfinanzas El Alcaraván*

En 2022, la Fundación El Alcaraván adelantó un ejercicio piloto para medir el impacto social del programa de microfinanzas. La Fundación El Alcaraván, creada por Ecopetrol y SierraCol Energy, inició la implementación de este programa hace más de 25 años con el objeto de ayudar a las personas más vulnerables y sin oportunidades en Colombia a superar las barreras que impiden su acceso al sistema financiero formal.

En la actualidad, microfinanzas El Alcaraván ofrece varias líneas de crédito, atención y asesoría personalizada a cerca de 4,000 clientes, y un programa complementario de educación financiera. El programa ha beneficiado a más de 7,000 microempresarios en los municipios de Arauca, Arauquita, Saravena, Tame, Fortul, Cravo Norte y Puerto Rondón en el departamento de Arauca; Cubará y Samoré en Boyacá; y Hato Corozal, Pore, Paz de Ariporo y Yopal en Casanare.

El piloto de métricas de impacto fue desarrollado por el equipo de la Unidad de Inclusión Financiera de la Fundación y contó con el valioso apoyo y asesoría de la Asociación Colombiana de Instituciones Microfinancieras - Asomicrofinanzas y del programa de voluntarios de la organización Partners of the Americas.

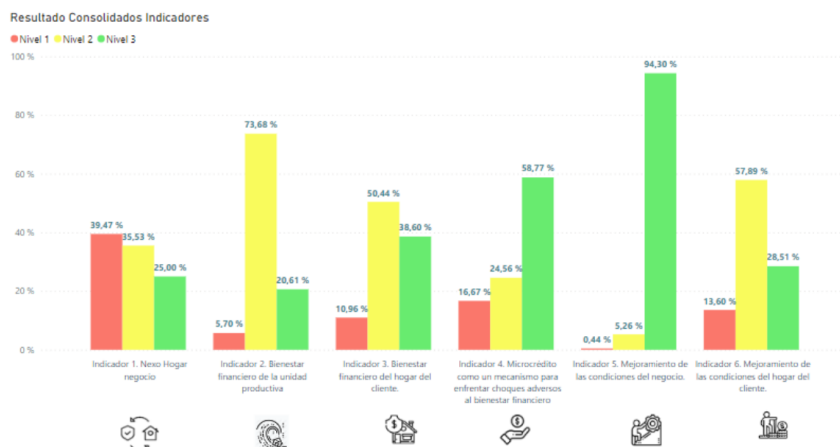
Esta iniciativa pionera se enmarcó en la metodología concebida por Asomicrofinanzas y Partners en 2021, y plasmada en el “Manual de indicadores sociales para entidades microfinancieras en Colombia”. El

Manual orienta a las organizaciones a contemplar tres dimensiones en la medición del impacto. En la primera se aborda la relación unidad productiva-hogar, y se identifican los vínculos entre el acceso a créditos y el bienestar financiero de los negocios y los hogares. Una segunda dimensión considera al microcrédito como un mecanismo para enfrentar choques adversos; y por último, se analiza el potencial del microcrédito para apalancar el mejoramiento de las condiciones.

El piloto, implementado en Arauca, inició con un entrenamiento de “campeones de la evaluación de impacto” del equipo de El Alcaraván. A continuación se definió una muestra aleatoria de 228 clientes del programa de microfinanzas (51 % mujeres y 49 % hombres), se diseñó la encuesta de línea base y se realizó una prueba de consistencia antes de salir a terreno. La caracterización de los empresarios encuestados reveló que en el 23,5 % de los casos se trata de población víctima del conflicto; el 15,8 % de las empresarias son madres cabeza de hogar; el 2,6 % de los casos son migrantes, y en 4,1 % de los casos se registró algún tipo de discapacidad.

El siguiente paso del proceso permitió realizar las mediciones para los seis indicadores propuestos por la metodología. Los indicadores 1 a 3 miden la dimensión 1 (nexo hogar-negocio, y bienestar), mientras que el indicador 4 se concentra en la dimensión 2 (choques adversos), y los dos últimos corresponden a las métricas de la dimensión 3 (apalancamiento de mejores condiciones). La colorimetría, por su parte, es estándar, en tanto el color rojo establece una alerta asociada a impactos no favorables, el amarillo señala impactos medianamente favorables y el verde identifica los impactos positivos.

Como se observa en la gráfica, el resultado obtenido en el indicador 1 revela que el 39,5 % de los encuestados no realiza un manejo diferenciado de las finanzas del hogar y las del negocio. En el 60,5 % restante, los y las empresarias tienen niveles medianamente aceptables (35,5 %) o favorables (25 %) en cuanto a sus prácticas de manejo, logrando separar las finanzas del hogar de las de la unidad productiva. Existe pues una oportunidad de mejora para el equipo de Alcaraván, que implica profundizar el análisis de las variables para entender en qué grupos de clientes se debería enfocar la atención dentro del segmento del 39,5 % que no tienen buenas prácticas en este sentido.



**Figura 5.1.** Resultados iniciales piloto de métricas de impacto social, Fundación El Alcaraván, 2022.

Los indicadores 2 y 3 muestran el nivel en el cual el microcrédito afecta el bienestar financiero de la unidad productiva y el del hogar del cliente. En ambos indicadores, la mayoría de los negocios (73,7 %) y hogares (50,4 %), reconocen un nivel de impacto intermedio asociado al acceso al microcrédito. De nuevo, existe una oportunidad para afinar la intervención del programa en Arauca, con el propósito de aumentar, en el futuro inmediato, los registros en la columna verde o de alto impacto.

El resultado registrado en el indicador 4 es muy interesante, pues refleja que para el 58,8 % de los clientes de microfinanzas El Alcaraván, el crédito y la atención brindadas contribuyen a la resiliencia de los negocios, protegiendo el bienestar financiero frente a choques adversos. Este hecho es particularmente relevante en el actual contexto, después de haber enfrentado una pandemia y de haber sufrido las consecuencias negativas generadas por las medidas de aislamiento que restringieron seriamente la actividad económica y social.

El indicador 5 es indudablemente la medición más satisfactoria derivada de este primer ejercicio de métricas de impacto, pues el 94,3 % de los clientes declara percibir el mejoramiento de las condiciones de sus micronegocios gracias a la inclusión financiera. Por último, la

mayor proporción de los tomadores de crédito (57,9 %) reconoce el mejoramiento de las condiciones de los hogares.

En términos generales el piloto plantea desafíos significativos y retadores para la organización. Como se mencionó anteriormente, es necesario profundizar en el cruce de variables y en el análisis más detallado, a fin de diseñar acciones específicas para reducir los indicadores desfavorables y/o para mejorar los resultados hacia la franja más positiva. Así mismo, es esencial darle continuidad a la medición del impacto social de la actividad microfinanciera, con el fin monitorear cambios y evaluar la efectividad de las nuevas medidas que sean adoptadas como resultado de cada nueva medición. En este sentido, es importante resaltar que la Fundación cuenta con personal capacitado y con la valiosa experiencia de este primer piloto de métricas.

Microfinanzas El Alcaraván es miembro de ASOMICROFINANZAS. Cuenta entre sus aliados estratégicos a la Fundación Sparkassenstiftung Alemana, Partners of the Americas, Opportunity Finance, y Ecotropics.

## MiBanco



### *Mibanco, juntos construimos historias de progreso*

Mibanco ha asumido el compromiso de guiar el desarrollo de las microfinanzas en Latinoamérica. Esta entidad financiera, que integra el grupo Credicorp, nació en Perú hace más de 20 años con la bandera de promover la inclusión financiera y contribuir al progreso de la economía, buscando desafiar los limitantes del sistema y las barreras que representan para los emprendedores, y convirtiéndose en la marca líder de microfinanzas en la región.

El propósito de Mibanco es transformar vidas en todos los rincones de los países en los cuales tiene operación, para promover la bancarización, la inclusión financiera y la evolución de las micro, pequeñas y medianas empresas en pro del desarrollo económico. De este modo, la llegada de Mibanco a Colombia en 2020 significó el aterrizaje de la marca líder en Latinoamérica y la segunda a nivel mundial, para abrir un nuevo capítulo del sector en el país. En Colombia Mibanco conjugó la experiencia del grupo Credicorp, principal holding financiero del Perú, y el conocimiento del mercado local, con la trayectoria y experiencia de dos entidades colombianas como Bancompartir, con 35 años en el mercado, y Encumbra, con 6, todas al servicio de los micro, pequeños y medianos empresarios, y de los trabajadores informales.

La incursión de un actor tan relevante como Mibanco en Colombia, supone la resignificación del sector de las microfinanzas para el país, pues dicho liderazgo ha sido posible gracias al profundo conocimiento

de las realidades financieras de la región, para las cuales el banco constantemente diseña soluciones innovadoras que, sumadas a la trayectoria capitalizada por las entidades integradas, forman una ecuación ideal para convertirse en el principal aliado del emprendimiento y las familias colombianas.

En el centro de la cultura corporativa del banco están las personas y el compromiso por brindarles un servicio de calidad, cercano, caracterizado por el acompañamiento y la asesoría personalizada para que sus clientes puedan tomar las decisiones financieras que mejor les convengan para sus necesidades, con responsabilidad y pensando siempre en su bienestar y progreso. Mibanco trabaja para ser el socio más querido de sus clientes, colaboradores y comunidades en las que opera, con una filosofía basada en la confianza y soportada en su excelencia en el servicio. Estos atributos, así como sus proyecciones en digitalización y tecnología, lo han convertido en el principal promotor de la evolución de las microfinanzas en la región.

El performance y experiencia de Mibanco en el sector han permitido alcanzar no solo una bancarización e inclusión financiera exitosa en los mercados en los que opera, sino la obtención de reconocimientos y calificaciones que respaldan su liderazgo. Es así como en el 2021 Mibanco se convierte en Colombia en la primera entidad de microfinanzas calificada como AAA por parte de Fitch Ratings, la máxima nota que otorga la calificadora a nivel local e internacional. A su vez, en el 2022 Mibanco emite el primer bono social de género emitido públicamente por una entidad microfinanciera en Colombia que cuenta con la participación de BID Invest como inversionista ancla, apuntando así al propósito de cerrar brechas de género en el acceso al crédito y promover una mayor inclusión de las mujeres microempresarias. Esta operación ha contribuido a seis Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas: Fin de la pobreza (ODS 1), Igualdad de género (ODS 5), Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8), Industria, innovación e infraestructura (ODS 9), Reducción de las desigualdades (ODS 10) y Alianzas para lograr los objetivos (ODS 17).

Mibanco se proyecta como un aliado clave para promover el progreso de los emprendedores de Colombia, quienes encontrarán en él a un experto que va más allá de ofrecer una solución financiera, pues apuesta

siempre a conocer a sus clientes y a entender profundamente sus necesidades y aspiraciones para convertirse en el líder en experiencia en las microfinanzas, apalancado en la innovación y el desarrollo de un modelo híbrido que combine la atención personalizada con las aplicaciones y la autogestión de sus clientes.

Mibanco, honrando el propósito de Credicorp de acelerar los cambios que los países necesitan, continuará apostando por el progreso económico de Colombia, elevando los estándares locales del segmento de las microfinanzas y cumpliendo con el firme compromiso de construir cada vez más historias de progreso en el país.

## Microempresas de Colombia



### *Microempresas de Colombia, desarrollo integral para los microempresarios y emprendedores*

Desde 1970, año de su creación, la misión de Microempresas de Colombia ha sido la misma: contribuir a la transformación social y económica de los microempresarios, sus familias y la comunidad en general.

Y fue hace 52 años cuando nació en la Textilera Fabricato la Corporación Fabricato para el Desarrollo Social como un programa para apoyar a las familias de los trabajadores en el desarrollo de sus emprendimientos. Luego, por voluntad de un grupo de empresarios antioqueños, en 1980 continúa la iniciativa dándole vida a Microempresas de Antioquia como corporación privada, sin ánimo de lucro, especializada en microcrédito. Institución pionera en otorgación de créditos con acompañamiento para la creación de empresa y la formación de empresarios.

En 2007, se crea Microempresas de Antioquia como Cooperativa de Aporte y Crédito y, en 2009, comienza a operar la Cooperativa de Ahorro y Crédito para promover el hábito del ahorro en los microempresarios para que logren avanzar en su ciclo de vida. Luego, en 2012, en la Asamblea ordinaria de delegados y Asociados, se aprueba el cambio de nombre a Microempresas de Colombia, que permitió atender a regiones necesitadas de proyectos de emprendimiento productivo como el Chocó, Córdoba, Sucre, entre otros territorios.

Microempresas de Colombia es una entidad sólida que brinda un portafolio integral acorde a las necesidades de los emprendedores,

empresarios y asociados; contribuye a mantener el empleo nuestros colaboradores y aporta a la calidad de vida de las personas.

Una red de 34 oficinas, más de 130 corresponsales bancarios, 7 puntos de atención y 105 asesores financieros que permiten atender 190 municipios de Antioquia, Caldas, Córdoba, Chocó y Sucre. Además de los servicios financieros, hacemos presencia con proyectos de cooperación al desarrollo que buscan atender comunidades vulnerables como mujeres, jóvenes, indígenas y afro con una intervención de carácter integral que ha impulsado y fortalecido su empoderamiento social, económico y político.

Del total de nuestra cartera, el 69 % de los créditos se desembolsan por fuera del Valle de Aburrá y el 51 % de la cartera pertenece a mujeres. El crédito digital nos ha permitido continuar con la prestación de los servicios financieros en las zonas más apartadas. En ese sentido, durante el 2021 la colocación digital cerró con un total de 25.013 millones de pesos en 6.393 créditos, lo que corresponde al 17 % de la cartera total.

De los 112 mil asociados, se destaca que el 55 % son mujeres, el 97 % pertenece a los estratos 1, 2 y 3. El 62 % está ubicado fuera del Valle de Aburrá. De los ahorradores, el 54 % son mujeres y el 51 % de los prestatarios son mujeres.

En el último año, 33.250 personas recibieron diagnósticos, asesorías, formación y educación financiera.

Nuestro servicio de desarrollo empresarial está diseñado especialmente a la medida de las necesidades de los asociados. Usamos metodologías virtuales y presenciales, siempre con acompañamiento y asesoría de nuestro equipo de profesionales. Estas herramientas permiten a los microempresarios: desarrollar sus ideas de negocio, identificar gastos, ingresos e inversiones, mejorar la oferta de productos y generar valor agregado, hacer encadenamientos productivos, ampliar mercados, diseñar estrategias de comercialización e incursionar en canales digitales.

En 2021 hicimos presencia en varios municipios de Colombia a través del desarrollo y liderazgo de proyectos de incidencia económica, cultural, educativa, humanitaria y social, aportando a la reactivación económica, al empoderamiento femenino, a la reconstrucción de tejido social, a la garantía de derechos y, claro está, a la inclusión financiera a través

de un ecosistema digital, fácil y seguro para realizar transacciones, desembolsar créditos, adquirir el hábito del ahorro y acceder a seguros, entre otros productos y servicios. Invertimos en el fomento de las habilidades socioemocionales en niños, niñas y adolescentes a través del deporte y la tecnología con el propósito de contribuir a la formación de ciudadanos críticos, con capacidades para el liderazgo y la toma de decisiones.

En alianza con cooperantes nacionales e internacionales realizamos acciones para generar desarrollo económico y social en Antioquia, Chocó, Córdoba y Sucre, beneficiando de manera directa a 16.539 personas, de las cuales 9.675 son mujeres y 6.864 son hombres.

Garantizar el acceso, la disponibilidad y las condiciones de seguridad son objetivos estratégicos para nuestra Institución. Año tras año fortalecemos nuestro modelo transaccional para acercar a cero costos los productos financieros a los asociados, especialmente, de zonas rurales. Los desarrollos más recientes son la afiliación digital, la posibilidad de que el asociado pueda gestionar créditos digitales, abrir y renovar el seguro digital y pagar productos de ahorro.

Nuestra misión es y será acompañar al asociado en su sostenibilidad empresarial, con metodologías de atención rural, formación en habilidades empresariales y un ecosistema digital que facilite sus transacciones financieras como crédito y ahorro. Así mismo, continuaremos trabajando en el desarrollo social y económico de las personas en diversos territorios del país.

## UNI2 Microcrédito



### *UNI2 Microcrédito - Del emprendimiento a la inclusión financiera*

UNI2 Microcrédito inició su operación en el 2014 como un emprendimiento direccionado a construir un mejor país con oportunidades de inclusión financiera para la población en la base de la pirámide. A lo largo de estos 8 años, la empresa ha tendido un crecimiento acelerado y sostenible que la ha llevado a posicionarse a nivel nacional y tener una de las carteras más sanas del país, generando inclusión financiera de alto impacto enfocada en garantizar la sostenibilidad de microempresarios y pequeños agricultores.

Para llegar hasta este punto, UNI2 estableció una estrategia ascendente centrada en el bienestar de los clientes a través del financiamiento de activos productivos, al mismo tiempo que estableció las mejores prácticas en la colocación y manejo de cartera. Esta visión ha sido trascendental en la construcción de diversos hitos que han marcado la historia de la compañía y su positiva evolución en el mercado.

Durante el 2020, a pesar de los múltiples retos presentados por el COVID-19, la empresa realizó su primera certificación social, obteniendo la calificación sBB que se traduce en la correcta implementación de sistemas de gestión de desempeño social y estándares de protección al cliente adecuados. Este proceso se realizó junto a Microfinanza Rating (MFR), una de las principales calificadoras y referentes mundiales en evaluación de instituciones financieras. La certificación social proporciona una opinión experta sobre la gestión del desempeño social ejecutada

por un proveedor de servicios financieros y su capacidad para poner en práctica su misión para lograr objetivos sociales.

Alcanzar esta calificación representó un logro trascendental, que ayudó a consolidar los fuertes pilares que se han forjado en la cimentación de una entidad enfocada en generar cambios reales en la población atendida.

Continuando con este enfoque, para el 2021 UNI2 Microcrédito logró la Certificación Internacional Nivel Oro en el cumplimiento de los principios de protección al cliente, un reconocimiento a la dedicación y mejora continua de los procesos en todos los niveles de la compañía para garantizar la atención adecuada de todos los clientes.

En la actualidad, UNI2 tiene una cartera que supera los 100,000 millones de pesos atendiendo a más de 14,000 clientes activos en 16 oficinas a nivel nacional y un equipo de trabajo con más de 250 colaboradores.

Estos importantes hitos y crecimiento se ven reflejados en la generación de bienestar para las más de 40,000 familias atendidas a lo largo de los últimos ocho años en zonas urbanas y rurales dispersas, quienes han tenido una oportunidad de crédito gracias a la empresa. Actualmente, el 14 % de los clientes en la cartera de UNI2 nunca ha tenido alguna experiencia crediticia con otro sector. De igual forma, cuatro de cada diez clientes que solicitan un microcrédito con la entidad jamás han tenido vínculos con el sector financiero tradicional o cooperativas.

Por otra parte, la atención de la población en situación de vulnerabilidad y pobreza también se ha caracterizado por ser un eje central de la compañía. Casi el 16 % de los clientes actuales atendidos se encuentra en situación vulnerable, mientras que alrededor de 400 familias están en condición de pobreza extrema, circunstancia que les cierra las puertas del sector financiero tradicional. Esta visión de inclusión financiera por parte UNI2 es el eje central que ha venido abriendo oportunidades a miles de personas para continuar creciendo su negocio de manera responsable y formal.

Los resultados sociales y estratégicos han estado acompañados por importantes avances en la consolidación de fuentes de fondeo nacional e internacional, ampliando cupos con la banca comercial local y atrayendo nuevos inversores extranjeros con visión de impacto. La construcción de estas relaciones ha pavimentado el camino para la dinamización de

la gestión de tesorería que estableció hitos a resaltar como el cierre de operaciones en dólares por cerca de \$5 millones USD incluyendo una Deuda Subordinada por tres millones de dólares con Bamboo Capital Partners. Bajo este esquema, UNI2 cuenta actualmente con más de 20 aliados nacionales e internacionales quienes han contribuido a consolidar su fondeo y continuar con su plan de desarrollo empresarial.

Para el 2022, UNI2 Microcrédito espera, continuar aportando a la inclusión financiera con una expansión responsable y sostenible en nuevos territorios a nivel nacional, priorizando siempre el bienestar del cliente como eje central para el crecimiento y la construcción de país.





Imagen cortesía de Bancamía

## Mención especial: Fundación Citi en Colombia

# Citi Foundation



La Fundación Citi trabaja para promover el progreso económico y mejorar la vida de las personas en comunidades de bajos ingresos en todo el mundo. Invierte sus esfuerzos en incrementar la inclusión financiera, promueve oportunidades de trabajo para las personas y traza caminos conjuntos que activan comunidades económicamente. La Fundación impulsa el liderazgo de pensamiento y la innovación en los lugares donde opera el Banco Citi.

Llevamos varios años afortunados en los que la Fundación Citi ha acompañado a Asomicrofinanzas y ha apoyado procesos de transformación productiva, capacitación y soporte a programas que tienen que ver con inclusión y educación financiera.

“Programa de Cadenas Productivas Sostenibles para el Desarrollo Rural en Paz” ha estado desde 2020 fortaleciendo pequeños productores de cacao y café en zonas vulnerables de diferentes regiones del país.

Asomicrofinanzas ha gestionado el programa que cobija a estos microempresarios a través de las entidades asociadas que se han unido a la iniciativa y las han ampliado en concepto.

Con recursos cercanos a los 350 mil dólares, se ha llegado a la población objetivo: Población víctima del conflicto armado colombiano, madres cabeza de hogar, mujeres y jóvenes.

Esta interacción a través de las entidades se enfocó en los siguientes ejes: asistencia técnica, asistencia fairtrade, apoyo asociativo, educación financiera e inclusión financiera.



Beneficiarias del programa.

El proyecto se localizó en diferentes departamentos del país donde se seleccionaron las microempresas para trabajar. Antioquia (El Bagre, Cáceres, Chigorodó), Bolívar (Cantagallo, Morales, San Pablo, Santa Rosa del Sur, Simití), Caldas (Belalcázar, Viterbo, San José, Anserma, Nocasia, Samaná, Victoria), Córdoba (Monte Líbano, Puerto Libertador, San José de Uré, Valencia) y Nariño (La Unión, San Lorenzo, Consacá y Sandoná)

El trabajo hecho con microfinancieras como Contactar, que está enfocada prioritariamente en el sector rural. Contactar siembra en los caficultores el bienestar financiero. A través de esta alianza se activó el proyecto: Fortalecimiento productivo, ambiental y socioempresarial para caficultores en Nariño.

Esta iniciativa beneficia a más de 240 productores del grano, y sus familias, en La Unión, San Lorenzo, Consacá y Sandoná, en Nariño, mediante la implementación de la agricultura sostenible, el uso de tecnología satelital que ofrece precisión en la selección de la tierra apta para mejorar la calidad del café y el barismo como herramienta para disfrutar de la mejor taza.

Contactar, desarrolla un círculo virtuoso en el cual el caficultor no solo es incluido financieramente, sino que se reconoce como parte

fundamental de la transformación de su cafeto en la mejor tostión, sabor y textura.

El proyecto, es un aliciente para seguir aportando a la productividad del campo, con la reducción de costos, el aumento de utilidades, la adecuada administración de recursos que transforma la vida de los productores rurales y los motiva a permanecer en sus tierras y a transmitir a más generaciones ese sello cultural que ha sido motor real para cumplir sueños.



Funcionarios de Contactar brindando acompañamiento.

**Fuente:** Contactar (2021)

Lo más importante del acompañamiento de Contactar, es mezclar la técnica de cultivo del grano con conocimiento, tecnología, profundización en los procesos, y que, paralelamente, los microempresarios reciban el mejor abono con educación y asesoría para el fortalecimiento de sus cultivos, negocios y su calidad de vida.

Por otro lado, la Corporación Interactuar desarrolló un programa de formación y consultoría, diseñado específicamente para organizaciones de productores agrícolas. El objetivo es fortalecer a sus equipos directivos o gobierno corporativo, con estrategias de gerencia asociativa y capacidades de liderazgo, para impulsar la participación de sus integrantes y la competitividad empresarial.

Durante estos años de acompañamiento por parte de Interactuar, se han identificado oportunidades y retos en relación con la competitividad de estas organizaciones, entre ellas: desarrollar un modelo de negocio de doble vía que satisfaga las necesidades sociales, consolidar un liderazgo lateral para impulsar el pensamiento crítico colectivo y la participación, enfocar recursos y capacidades bajo una planeación estratégica, a largo plazo, que considere sus ventajas competitivas, cohesionar a sus integrantes y lograr consistencia con criterios de permanencia según méritos, e invertir en estrategias de mercadeo que posicionan la marca asociativa a nivel local, regional e internacional.

Todo esto redundando en proyectar organizaciones sólidas bajo un enfoque empresarial. Este tipo de relacionamiento hace que instituciones como Interactuar pueda llegar a más empresarios con propuestas de servicio ajustadas a sus necesidades. Usualmente, estas propuestas tienen ventajas como mejores tasas de interés y agilidad en el acceso al crédito. Además, la asociatividad favorece los vínculos con empresas ancla. En conclusión, el modelo de atención integral de Interactuar, basado en la financiación y el conocimiento, permite que el modelo asociativo genere ecosistemas en los que el desarrollo de capacidades conduzca al desarrollo empresarial y se tuvo la ventura de que estos conocimientos fuesen aportados a los proyectos promovidos por Fundación Citi.

Por otro lado, Finanfuturo acompañó durante 19 meses, a las asociaciones, unidades productivas y población de los municipios de Belalcázar, Viterbo, San José, Anserma, Norcasia, Samaná y Victoria, del departamento de Caldas, con el propósito de mejorar indicadores de ingreso y vida crediticia, que contribuyan en la calidad de vida de los beneficiarios y sus familias.

Con la firma del Convenio, se inició la ejecución del proyecto FRU-PAZ 3.0, el cual realizó intervención integral, que consistió en: más de 400 productores de cacao beneficiados con asistencia técnica para mejora de cultivos a partir de la aplicación de buenas prácticas agrícolas, identificación del plan de cultivos, apoyo en cultivos complementarios, sensibilización en producción sostenible de cacao y en Fair Trade, 2 asociaciones con fortalecimiento asociativo y empresarial a partir de la capacitación en: direccionamiento estratégico y financiero, revisión y ajuste de protocolos Covid-19, fortalecimiento en la estructura de

buen gobierno y gobernanza, y, revisión y validación de cumplimiento normatividad asociativa.

Más de 600 personas con capacitación y sensibilización en temas de emprendimiento, educación financiera y habilidades blandas. Promover políticas inclusivas: promoción de la equidad de género con participación del 30 % de mujeres, promover la equidad y la inclusión de la juventud (14-28 años) con participación del 10 % de jóvenes. Promoción de la inclusión financiera con el propósito de facilitar el acceso a mecanismos de financiación para 550 personas de la población rural ubicada en la zona de intervención con más de 2.200 millones de pesos disponibles para crédito. Acceso a mercados por medio de estrategias de visibilización: promoción de convenios comerciales, capacitación en estrategias de medios y gestión de redes sociales.

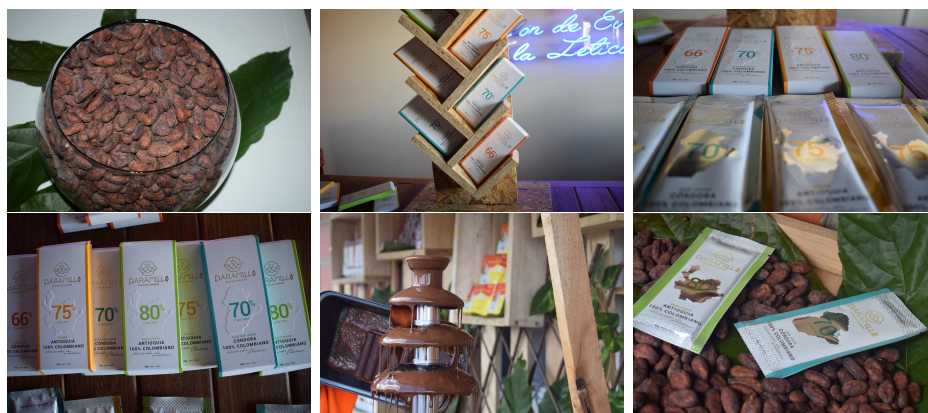


Desarrollo de habilidades con apropiación de técnica para emprendedores.

Todas estas acciones fueron ejecutadas a través de Asomicrofinanzas en alianza con las entidades. Resaltamos la Asociación de Organizaciones Productoras de Cacao del Nudo de Paramillo “Chocolate Colombia”, que recibió la certificación Fair Trade, un sello que avala y es garante del cumplimiento de estrictos requisitos internacionales en términos económicos, sociales y ambientales, y la cual le será entregada por la entidad Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) durante el 2022, con el posterior cumplimiento de la totalidad de los requisitos.

La certificación aporta al blindaje de los productos contra la caída de los precios, garantiza un precio mínimo en el mercado y estimulará que este se eleve según la demanda. Así mismo, entrega a los productores una prima Fair Trade para que los agricultores puedan invertir en la potencialización de su negocio, con el objetivo de aportar a que estos puedan generar mayores ingresos, asociarse y mejorar sus condiciones de vida.

Vale la pena destacar que este proyecto tiene un enfoque en género e inclusión de juventudes para perpetuar el negocio e impulsar el relevo generacional, puesto que surge del entendimiento de que el cacao es un producto insignia para el país y su producción se hace bajo desafiantes condiciones como la pobreza generalizada, la desigualdad de género, la deforestación, entre otros. Este proyecto se sumó al proyecto “Inversión de capital mixto (Blended Finance) en Chocolate Colombia”, implementado por la Fundación Julio y Astrida Carrizosa - IC Fundación, con recursos del Fondo Multidonante de Naciones Unidas para el Sostenimiento de la Paz, que crearon junto a Fundación Citi una sinergia importante para lograr el objetivo.



Fomento al consumo responsable y al desarrollo sostenible.

“Sin duda alguna, el fortalecimiento del agro colombiano y el desarrollo de capacidades de nuestros productores de cacao son un motor que impulsa el progreso. Por más de cinco años, Citi ha apoyado la inclusión financiera de nuestros campesinos a través de diferentes proyectos de inversión social con Asomicrofinanzas. Lograr esta certificación ratifica la importancia de seguir invirtiendo y apoyando los

sistemas productivos de las poblaciones rurales de Colombia que permiten aportar al cierre de brechas de desigualdad tan marcadas en estas zonas del país”, aseguró Pablo del Valle, Citi Country Officer (CCO) en Colombia.

Para impulsar este programa, con recursos aportados por la Fundación Citi, Asomicrofinanzas ha desembolsado y comprometido recursos por un monto superior a 1.200 millones de pesos. Las ocho organizaciones cacaoteras que participaron en el proceso de certificación para obtener el sello Fair Trade ya se encuentran comercializando parte de su producción a clientes en Europa.

Han sido unos años importantes para concretar apoyos y lograr objetivos. Asomicrofinanzas concretó diferentes salidas de campo con entidades claves del Gobierno nacional, entre ellas: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Banco de la República; Superintendencia Financiera de Colombia; Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro); Unidad de Regulación Financiera (URF) del Ministerio de Hacienda y Crédito Público; Bancoldex; Banca de las Oportunidades; Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Agrosavia); Fondo de Garantías de Instituciones Financieras (Fogafin); Fondo Nacional de Garantías (FNG), DANE, Superintendencia Financiera, Colombia Productiva y entidades Aliadas dentro de las cuales están Desjardins, Corporación Minuto de Dios, Fundación Sparkassenstiftung, IC+ Fundación, USAID, Fondo Multidonante de las Naciones Unidas para el Sostenimiento de la Paz en Colombia entre muchas otras.

Estas visitas permitieron acercarse de manera metodológica y técnica a los procesos y territorios donde se gestionan los proyectos. La validación en campo y la cultura experiencial da una perspectiva capaz de sembrar un interés mayor a la participación en proyectos, a confirmar hechos y sostener que las alianzas son el camino para que juntos puedan edificarse nuevos proyectos que promulguen el desarrollo de la microempresa en Colombia.

Todas estas actividades incorporadas a la gestión del gremio nos permiten seguir formulando activos para nuestros asociados.



**PROYECTO:**  
**"Programa de Cadenas Productivas Sostenibles para el Desarrollo Rural en paz"**

Objetivo del proyecto:

El Programa de Asomicrofinanzas, apoyado por Fundación Citi, busca fortalecer y capacitar en habilidades empresariales a las asociaciones para optimizar los sistemas de producción, sostenibilidad y comercialización que mejoren la cadena de valor y resiliencia de los productores rurales de cacao y café, contribuyendo a la inclusión social, económica y financiera de las familias de las regiones más afectadas por el flagelo de la violencia en el país.



**Proyecto en cifras**  
 \*Cifras a Septiembre 2022

Con el apoyo de Citi Foundation  
**citi**

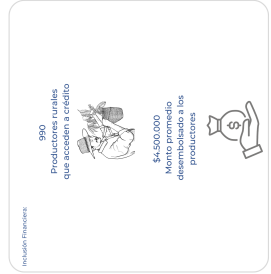
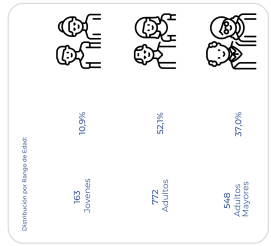
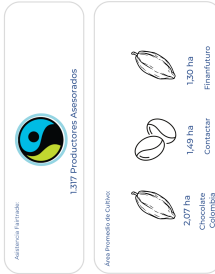
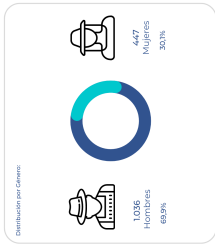
**CORDOBA**  
 Montebello  
 Puerto Libertador  
 San José de Urú  
 Valencia

**ANTIOQUIA**  
 El Bague  
 Cisneros  
 Chigorodó

**NARIÑO**  
 San Lorenzo  
 Conzaco

**BOLIVAR**  
 Cartagallo  
 Morales  
 San Pablo  
 Santa Rosa del Sur  
 Simón

**CALDAS**  
 Belalcázar  
 Viotto  
 Anserma  
 Armero  
 Nariacá  
 Samaná  
 Victoria



**Asociación Ferretilde:**

1,483 Microempresarios productores capacitados

**Educación Financiera:**

793 Productores de cacao y café capacitados

**Fortalecimiento de Asociaciones:**

11 Organizaciones financieras

**Asesoramiento Financiero:**

916 Asesorías

## Bibliografía

- Agarwal, S. (2010). Distance and private information in lending. *Review of Financial Studies* 23 (7), 2757-2788. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:oup:rfinst:v:23:y:2010:i:7:p:2757-2788>
- Agbola, F., Acupan, A., and Mahmood, A. (2017). Does microfinance reduce poverty? New evidence from Northeastern Mindanao, the Philippines. *Journal of Rural Studies*, vol. 50, 159-171.
- Ahmed, I. and Kitenge, E. (2022). Microfinance outreach and aggregate welfare. *Journal of International Development*, Vol. 34:652-669.
- Altman, E.I. and Sabato, G. (2013). Modeling Credit Risk for SMEs: Evidence from the US Market. *ABACUS*, 43 (3), 332-357.
- Anenberg, E., Chang, A. C., Grundl, S., Moore, K. B. and Windle, R. (2008). The Branch Puzzle: Why Are there Still Bank Branches? Finance and economics discussion series, Board of Governors of the Federal Reserve System (U.S.).
- Armitage, P., and Berry, G. (1994). *Statistical Methods in Medical Research*. Oxford: Blackwell Science.
- Arráiz, I., Bruhn, M. and Stucchi, R. (2015). Psychometrics as a tool to improve screening and Access to credit. *Policy Research Working Paper* No 7506.
- Asomicrofinanzas, Farmer to Farmer, Partners of the Americas y USAID (2021). Manual de Indicadores Sociales para Entidades Microfinancieras: Colombia.
- Banco de la República, Ministerio de Agricultura y Finagro. (2010). Reporte de estabilidad financiera. Situación actual del microcrédito en Colombia: Características y experiencias. Bogotá.
- Banco de la República de Colombia. (2022). Producto Interno Bruto (PIB). Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/glosario/producto-interno-bruto-pib>

- Banco Mundial (2013). Capacidades financieras en Colombia: resultados de la encuesta nacional sobre comportamientos, actitudes y conocimientos financieros. Washington D.C.
- Banco Mundial. (2021). Hacia la construcción de una sociedad equitativa en Colombia. Washington D.C.: World Bank Group.
- Banerjee, A. et al. (2015a). The miracle of microfinance? Evidence from a randomized evaluation. *American Economic Journal: Applied Economics*, Vol. 7, No. 1 (January 2015), pp. 22-53.
- Banerjee, A., Karlan, D. and Zinman, J. (2015). Six Randomized Evaluations of Microcredit: Introduction and Further Steps. *American Economic Journal: Applied Economics*, 7 (1), 1-21. ??
- Bankinter. (28 de Septiembre de 2016). Blog de Economía y Finanzas. Obtenido de <https://www.bankinter.com/blog/economia/pib-per-capita-paises-2016>
- Bazdresch Parada, M. (2001). Educación y pobreza: una relación conflictiva. En Pobreza, desigualdad social y ciudadanía. Los límites de las políticas sociales en. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Bellucci, A., Borisov, A. and Zazzaro, A. (2013). Do banks price discriminate spatially? evidence from small business lending in local credit markets. *Journal of Banking and Finance* 37 (11), 4183-4197. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378426613002975>.
- Banca de las Oportunidades (BdO), Fasecolda y la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) (2018). Estudio de demanda de seguros. [https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2019-02/Banca\\_InformeSeguros\\_WEB-Final%20vsImpresa-Feb2019\\_0.pdf](https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2019-02/Banca_InformeSeguros_WEB-Final%20vsImpresa-Feb2019_0.pdf)
- Banca de las Oportunidades (BdO) y Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) (2020). Reporte de Inclusión Financiera 2020. [https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2021-07/REPORTE\\_DE\\_INCLUSION\\_FINANCIERA\\_2020.pdf](https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2021-07/REPORTE_DE_INCLUSION_FINANCIERA_2020.pdf)

- Bernardin, H. J., and Cooke, D. K. (1993). Validity of an honesty test in predicting theft among convenience store employees. *Academy of Management Journal*, Vol. 36(5).
- Bresnahan, T. and Reiss, P. C. (1991). Entry and competition in concentrated markets. *Journal of Political Economy* 99 (5), 977-1009. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:ucp:jpolec:v:99:y:1991:i:5:p:977-1009text>.
- Castro, F., Londoño, D., Parga, A. y Peña, C. (2020). ¿Qué factores inciden en la demanda de crédito de la microempresa en Colombia? *Archivos de Economía* 522. Dirección de Estudios Económicos. Departamento Nacional de Planeación (DNP).
- Clavijo, F. (2016). Determinantes de la morosidad de la cartera de microcrédito en Colombia. Borradores de Economía, 951. Banco de la República. Bogotá.
- Clavijo, F., Estrada, D. y Yaruro, A. (2020). El microcrédito en municipios rurales y rurales dispersos: determinantes de acceso y morosidad. Bogotá: Asomicrofinanzas, Banco de la República y FINAGRO.
- Chowdhury, A. (2009). Microfinance as a Poverty Reduction Tool - A Critical Assessment. DESA Working Paper No. 89. Nueva York: Naciones Unidas.
- Confecámaras. (Diciembre de 2021). Dinámica de Creación de Empresas en Colombia. Obtenido de <https://confecamaras.org.co/phocadownload/2022/Informe-Dinamica-de-Creacion-de-Empresas-2021.pdf>
- Costa, P. T., and McCrae, R. R. (1992). The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders. *Journal of Personality Disorders*, Vol. 6(4).
- Cornée, S. (2012). The Relevance of Soft Information for Predicting Small Business Credit Default: Evidence from a Social Bank. *University of Rennes*. Working Paper No. 26.

- Cull, R. and Morduch, J. (2017). *Micronance and economic development*. Tech. rep., World Bank, Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28913>.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). *Encuesta de Micronegocios 2019 y 2020*.
- DANE (2021). Comunicado de Prensa. Obtenido de *Pobreza multidimensional en Colombia 2020*: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones\\_vida/pobreza/2020/cp\\_pobreza\\_multidimensional\\_20.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2020/cp_pobreza_multidimensional_20.pdf)
- DANE (2022). Boletín técnico. *Encuesta de Micronegocios (EMICRON)*: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/bol-micronegocios-2019-2021.pdf>
- Dahal, M. y Fiala, N. (2019). What do we know about the impact of microfinance? The problems of statistical power and precision. *World Development*, Vol. 128.
- Degryse, H., Laeven, L. and Ongena, S. (2008). The Impact of Organizational Structure and Lending Technology on Banking Competition. *Review of Finance* 13 (2), 225-259. <https://doi.org/10.1093/rof/rfn029>.
- DNP (2014). *Definición de categorías de ruralidad*. Tech. rep., DNP-Dirección de Desarrollo Rural Sostenible-DDRS.
- Departamento Nacional de Planeación (2018). CONPES 3950 *Estrategia para la Atención de la Migración desde Venezuela*. Tomado de *Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera*. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3950.pdf>.
- Dini, M., y Stumpo, G. (2020). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. Obtenido de *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf)

- Domínguez Rivera, J., Ramírez Barbosa , C., Ortiz Medina, M., Noreña Salinas, I., y Pradilla Viña, M. (2021). Confecámaras, Red de Cámaras de Comercio. Obtenido de Industria 4.0 Transformación Empresarial para la reactivación económica: [https://confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Analisis\\_Economicos/Industria%204.0,%20Transformaci%C3%B3n%20Empresarial%20para%20la%20Reactivaci%C3%B3n%20Econ%C3%B3mica.pdf](https://confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Analisis_Economicos/Industria%204.0,%20Transformaci%C3%B3n%20Empresarial%20para%20la%20Reactivaci%C3%B3n%20Econ%C3%B3mica.pdf)
- Donou-Adonsou, C. and Sylwester, K. (2015). Macroeconomic Effects of Microfinance: Evidence from Developing Countries. *Journal of Economic Insight*, Missouri Valley Economic Association, vol. 41(1), pages 21-35.
- Dore, T. E. and Mach, T. L. (2018). Recent Trends in Small Business Lending and the Community Reinvestment Act. FEDS Notes 2018-01-02, Board of Governors of the Federal Reserve System (U.S.). <https://ideas.repec.org/p/fip/fedgfn/2018-01-02.html>.
- Escobar, M. (2021). Memoria BancoSol . Obtenido de Informe anual del Gerente General: <https://www.bancosol.com.bo/es/quienes-somos>
- Estrada, D. y Hernández, A. (2019). Situación Actual e Impacto del Microcrédito en Colombia. Bogotá: Asomicrofinanzas y Banco de la República.
- Faraizi, A., Rahmans,T., and MaCallister, J. (2013). Microcredit and women’s empowerment: a case study of Bangladesh. Routledge: Oxon y New York.
- Field, E., Holland, A. and Pande, R. (2016). Microfinance: points of promise. In *Evolving Approaches to the Economics of Public Policy: Views of Award-Winning Economists*, Jean Kimmel, Ed. Kalamazoo, MI: W.E. Upjohn Institute for Employment Research, pp. 11-32.
- Frederick, S. (2005) Cognitive reflection and decision making. *The Journal of Economic Perspectives*, Vol. 19.
- Fundación Microfinanzas BBVA (2017). Informe de Desempeño Social 2016. *Midiendo lo que realmente importa*.

- García, A. and Lensink, R. (2019). Microfinance-plus: a review and avenues for research. En: Hudon et al. (eds.), *A Research Agenda for Financial Inclusion and Microfinance*, Capítulo 9, Edward Elgar Publishing.
- Gerencia de Fronteras (2022). *Migración, Fintech e Inclusión Financiera. Inclusión Financiera de la Población Refugiada y Migrante: Avances y Retos*. Bogotá, 25 de mayo de 2022.
- Giannatale, S., Elbittar, A. y Roa, M. J. (2015). Características de personalidad y cognitivas: Efectos sobre el comportamiento de repago. Documentos de investigación, CEMLA, No 20. <https://www.cemla.org/PDF/investigacion/inv-2015-07-20.pdf>
- Giannatale, S., Ventosa, D., Roa, M. J., Elbittar, A. and Trujano, D. (2020). The role of cognitive and personality characteristics in timely microcredit repayment: Evidence from a survey conducted by Provident, Mexico. *Ensayos Revista de Economía*, Vol. 39 (1).
- Gine, X. and G. Mansuri (2014). Money or Ideas? A Field Experiment on Constraints to Entrepreneurship in Rural Pakistan, *World Bank Policy Research Working Paper* No. 6959.
- Gomes, E. and Freitas, T. (2019). The impact of microcredit on poverty reduction in eleven developing countries in south-east Asia. *Journal of Multinational Financial Management* 52-23.
- Gutierrez Loaiza, A. (2015). El Banco Graamer como impulsor del microcrédito. *Revista en Contexto*, 3(3), 105–119. <https://doi.org/10.53995/23463279.295>
- Hermes, N. (2014). Does microfinance affect income inequality? *Applied Economics*, vol. 46(9), 1021?1034. <https://doi.org/10.1080/00036846.2013.864039>
- Imai, K., Gaiha, R., Thapa, G., and Annim, S. (2012). Microfinance and poverty? A macro perspective. *World Development*, vol. 40(8), 1675?1689. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2012.04.013>.

- Hollander, S. and Verriest, A., (2016). Bridging the gap: the design of bank loan contracts and distance. *Journal of Financial Economics* 119 (2), 399-419. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304405X15001737>.
- Karlan, D., B. Thuysbaert and B. Gray (2017), Credit with Health Education in Benin: A Cluster Randomized Trial Examining Impacts on Knowledge and Behavior, *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, vol. 96 (2).
- Karlan, D. and M. Valdivia (2011). Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance Clients and Institutions, *Review of Economics and Statistics*, vol. 93 (2), 510-527.
- Lacalle-Calderón, M., Chasco, C., Alfonso-Gil, J. and Neira, I. (2015). A comparative analysis of the effect of aid and microfinance on growth, *Canadian Journal of Development Studies*, vol 36:1, pp.
- Lensink, R. and Pham, T. (2012). The impact of microcredit on self employment profits in Vietnam. *Economics of Transition*, 20(1), pp. 73-111.
- Lopatta, K., and Tchikov, M. (2015). Do microfinance institutions fulfil their promise? Evidence from cross-country data. *Applied Economics*, 48(18), 1655-1677.
- López, M. (2022). Inteligencia artificial para conceder créditos a los desfavorecidos. El Pais.com, Planeta-futuro, Red de Expertos.
- Manrique Joya, G., Ramírez, M., y Santos Varón, F. (2017). Scielo. Obtenido de Impacto del microcrédito sobre la pobreza rural en los municipios de Tunja y Samacá, Colombia.
- Martínez, O. (2021). Cobertura, transaccionalidad y seguros ? RIF 2020. Presentación del Grupo de Finanzas Sostenibles de la SFC el 15 de julio de 2021. <https://img.lalr.co/cms/2021/07/15183607/20210715perif-1.pdf>
- Melo de Velasco, L. (2021). Mundo Mujer, El Banco de la Comunidad. Obtenido de Informe de Gestión Sostenible: <https://www.bmm.com.co/pdf/informegestion2021.pdf>

- Nannyonga, H. L. (2000). Determinants of repayment behavior in the centenary rural development bank in Uganda. The Ohio State University.
- Nawai, N. (2010). Determinants of Repayment Performance in Micro-credit Programs: A Review of Literature. University Sains Islam Malaysia.
- Ochoa, J. C., Galeano, W. y Agudelo, L. G. (2010). Construcción de un modelo de scoring para el otorgamiento de crédito en una entidad financiera. *Perfil de Coyuntura Económica* Vol. 16, Universidad de Antioquia.
- Oltenau, Y. (2019). The role of microfinance in economic development. Guest lecturer at Freie Universität Berlin. January 17, 2019.
- Pane, J. (2021). How does empowerment happen? Exploring the process of empowerment through narratives of women who participated in Microfinance-Plus programs in Paraguay. Thesis Submitted for the Degree of Doctor of Philosophy. Institute of Development Studies (IDS), University of Sussex.
- Pérez, M. (2019). Modelo de puntaje de crédito alternativo usando variables de huella digital. Trabajo de Grado-Maestría, Facultad de Economía, Universidad de los Andes.
- Raihan, S., Osmani, S. and Khalily, B. (2017). The macro impact of microfinance in Bangladesh: A CGE analysis. *Economic Modelling*, vol. 62, 1-15.
- Rico Muñoz, A. (23 de Agosto de 2022). El Índice de pobreza monetaria aumenta en las regiones que tienen menos empresas. La República.
- Roa, M. J. (2022). The Role of Cognitive and Non-Cognitive Characteristics in Financial Behaviors and Financial Literacy. Disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3964945>.
- Rodríguez Martínez, M. D. (2010). Repositorio Institucional Universidad Nacional. Obtenido de El microcrédito. Una mirada hacia el concepto y su desarrollo en Colombia. Borrador Depositorio, UNAL.

- Roslan, A.H. and Karim, M.Z.A. (2009). Determinants of Microcredit Repayment in Malaysia: The case of Agrobank. *Hum. Soc. Sci. J.*, 4 (1), 45-52.
- Sayinzoga, A., E. H. Bulte and R. Lensink (2016), Financial Literacy and Financial Behaviour: Experimental Evidence from Rural Rwanda, *Economic Journal*, 126 (594), pp. 1571-99.
- Simumba, N., Okami, S., Kodaka, A. and Kohtake, N. (2018). Alternative Scoring Factors using Non-Financial Data for Credit Decisions in Agricultural Microfinance, *IEEE International Systems Engineering Symposium (ISSE)*, pp. 1-8, doi: 10.1109/SysEng.2018.8544442.
- Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), Banca de las Oportunidades (BdO) y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) (2018). Principales Hallazgos del Estudio de Demanda de Inclusión Financiera: Segunda Toma.
- Werling, M. (2018). Las Tasas de Interés en el Sector de Microcrédito en Colombia. Bogotá: Sparkassenstiftung für Internationale Kooperation.

Asomicrofinanzas comprometido con el medio ambiente,  
imprimió este libro con papel proveniente de bosques  
sostenibles y renovables, utilizando tintas ecológicas  
y planchas térmicas

Este libro se terminó de imprimir en Octubre  
de 2022 en los talleres gráficos de All Print  
Graphic & Marketing S.A.S.  
Bogotá, Colombia.

