

## 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, lograran 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



**Banco Caja Social**  
Su banco amigo.



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 bien vivir 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**.



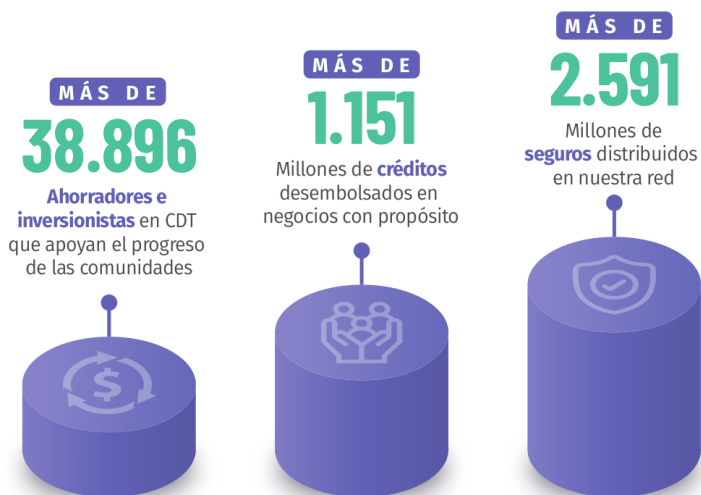
Así fue como se convirtió en el aliado de muchas familias emprendedoras, que trabajan por un futuro mejor. Una apuesta ganadora que se materializó el 16 de agosto de **2006**, cuando Fundacoop decidió apostarle a su idea de negocio: una empresa dedicada a **impactar** la vida de los empresarios y emprendedores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

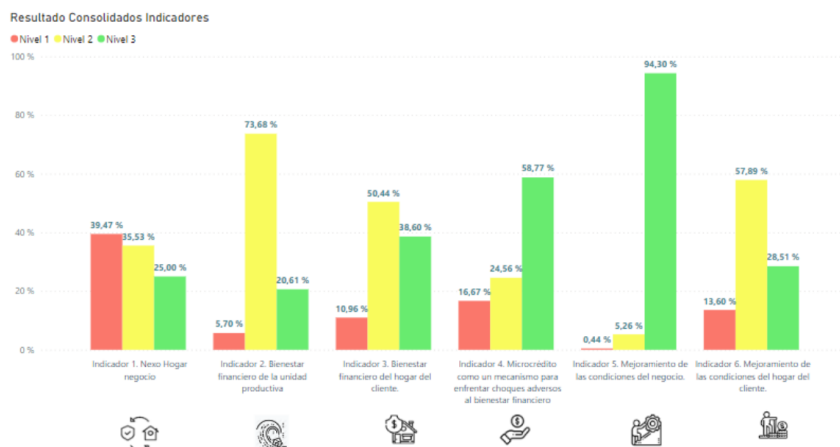
Esta iniciativa pionera se enmarcó en la metodología concebida por Asomicrofinanzas y Partners en 2021, y plasmada en el “Manual de indicadores sociales para entidades microfinancieras en Colombia”. El

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, Nocasía, 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 redundaba 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.

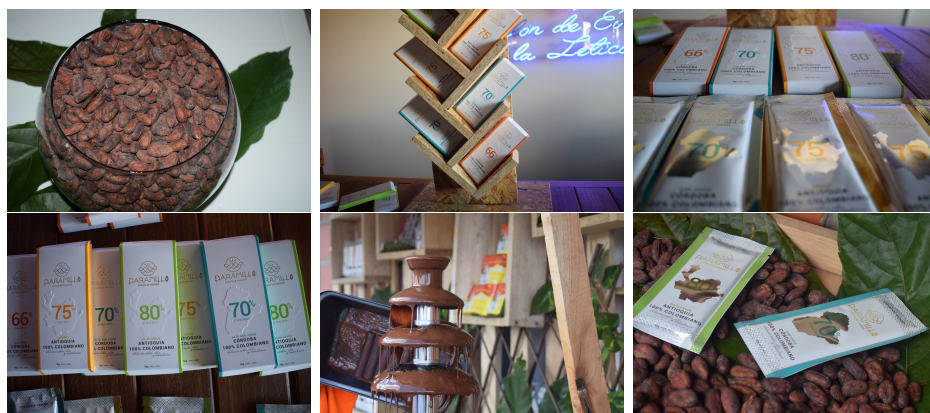


Desarrollo de habilidades con apropiación de técnica para emprendedores.

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 Sosténimiento 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



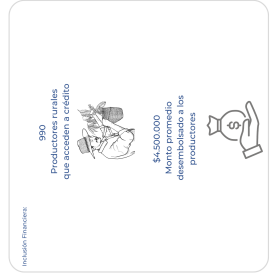
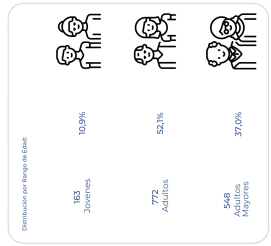
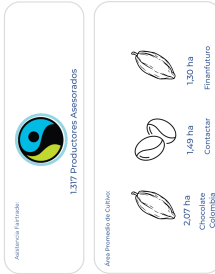
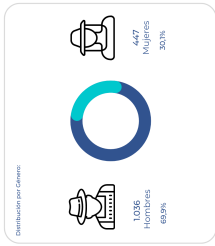
**CORDOBA**  
Montebano  
Puerto Libertador  
San José de Urú  
Valencia

**ANTIOQUIA**  
El Bague  
Cisneros  
Chigorodo

**NARIÑO**  
San Lorenzo  
Conzaco

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

**CALDAS**  
Babilozer  
Vieito  
Armero  
Armero  
Narcisca  
Samana  
Victoria



**Asistencia Técnica**

1,483 Microempresarios productores capacitados

**Educación Financiera**

793 Productores de cacao y café capacitados

**Fortalecimiento de Asociaciones**

11 Organizaciones fortalecidas

**Asesoramiento Tecnológico**

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 Interes 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.

