

1-1-2010

## Los microcréditos como alternativa para la financiación de los tenderos de la localidad cuarta de San Cristóbal Sur

Elizabeth Cubides Cuellar  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

Yuly Diaz  
*Universidad de La Salle, Bogotá*

Follow this and additional works at: [https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria\\_publica](https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica)

---

### Citación recomendada

Cubides Cuellar, E., & Diaz, Y. (2010). Los microcréditos como alternativa para la financiación de los tenderos de la localidad cuarta de San Cristóbal Sur. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria\\_publica/243](https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/243)

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Contaduría Pública by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE**

**Facultad De Ciencias Administrativas Y Contables**

**Programa De Contaduria Pública**



**LOS MICROCREDITOS COMO ALTERNATIVA PARA LA FINANCIACION DE  
LOS TENDEROS DE LA LOCALIDAD CUARTA DE SAN CRISTOBAL SUR**

**Preparada por**

**Elizabeth Cubides Cuellar (17031001)**

**Yuly Diaz (17011265)**

**Bogotá, Colombia**

**2010**

## TABLA DE CONTENIDO

GRAFICO NIVEL DE ESTUDIOS <sup>21</sup> .....	5
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	7
1.1. DESCRIPCIÓN .....	7
1.1.1. Extensión .....	7
1.1.2. Limites.....	7
1.1.3. Clasificación del tema según las áreas y líneas de investigación. ....	8
1.2. JUSTIFICACION .....	9
1.3. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	10
1.3.1. Antecedentes del problema .....	10
1.3.2. Formulación del Problema .....	11
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.4.1. Objetivo General .....	13
1.4.2. Objetivos Específicos.....	13
1.5. METODOLOGIA.....	13
1.5.1. Diseño de Investigación de Campo (Descriptivo).....	13
1.5.2. Diseño de Investigación de Campo (Cuantitativo).....	14
1.5.3. Diseño de Investigación Bibliográfico. ....	14
2. MARCO DE REFERENCIA.....	15
2.1. MARCO TEORICO.....	15
2.2. MARCO CONCEPTUAL.....	15
3. ANTECEDENTES.....	17
TABLA CARACTERÍSTICAS DE LOS PROPIETARIOS .....	23
3.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS PROPIETARIOS .....	23
TABLA CARACTERÍSTICAS DE LOS PROPIETARIOS 2 .....	24
3.1.1. Nivel De Estudios.....	24

GRAFICO NIVEL DE ESTUDIOS.....	25
TABLA NIVEL DE ESTUDIOS .....	25
3.1.2. Antigüedad De Negocio .....	26
3.1.3. El Negocio Es Familiar .....	27
GRAFICO EL NEGOCIO ES FAMILIAR .....	27
3.1.4. Cuantas Personas Trabajan En Su Negocio .....	28
3.1.5. El local está abierto (horario - tiempo).....	29
3.1.6. Valor Total De Los Activos.....	30
3.1.7. Controla Los Inventarios De Sus Productos .....	32
3.1.8. ¿Lleva Contabilidad Si o No? .....	32
3.1.9. Pertenece A Alguna Asociación De Comerciantes .....	33
3.1.10. Le Gustaría Asociarse Con Comerciantes Que Tienen El Mismo Tipo Negocio 34	
3.1.11. El Asociarse Conlleva A Capacitarse. ¿En Qué Le Gustaría?.....	35
3.1.12. ¿Considera Que Si Se Asocia, Debería Estar “En Cabeza” De: Alcaldía, Parroquia, Junta De Acción Comunal, Comité Cívico, Gremio De Comerciantes, Grupo Político, Otros .....	36
3.2. LOCALIZACIÓN.....	38
3.3. LA POBLACIÓN .....	40
3.4. FICHA TECNICA .....	41
3.4.1. Modalidad de la Investigación .....	41
3.4.2. Metodo de Investigación .....	41
3.4.3. Poblacion y muestra .....	41
3.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	41
4.1. ALTERNATIVA DE MICROCRÉDITOS .....	43
4.2. COMO FUNCIONA EL MICROCRÉDITO.....	46
4.3. EJEMPLO CORPORACIÓN DE LA MUJER .....	47
4.4. BENEFICIOS DE LOS MICROCRÉDITOS .....	48
4.5. DESVENTAJAS DEL MICROCRÉDITO .....	48
4.6. ENTORNO DE LOS MICROCRÉDITOS EN COLOMBIA .....	50
4.7. MODELO GRAMEEN -MICROCRÉDITO INSTRUMENTO EN CONTRA DE LA POBREZA-.....	50

4.8. PREFERENCIAS DE LOS POBRES Y PEQUEÑOS TENDEROS.....	52
4.9. DINÁMICA DE LOS MICROCRÉDITOS.....	55
4.10. INSTITUCIONES PRESTADORAS DE CRÉDITOS ORDINARIOS Vs INSTITUCIONES PRESTADORAS DE MICROCRÉDITOS. ....	59
4.11. SITUACIÓN DE COLOMBIA EN EL PROCESO DE BANCARIZACIÓN.....	60
4.12. ¿Es COSTOSO EL MICROCRÉDITO EN COLOMBIA? .....	62
4.13. TENDEROS DE SAN CRISTÓBAL INCURSIONANDO EN EL MICROCRÉDITO...62	
CONCLUSIONES.....	68
PROPUESTA PARA CONTINUAR CON EL DESARROLLO DE LOS MICROCREDITOS .....	70
LISTA DE REFERENCIAS .....	72
ANEXOS.....	74

## TABLA DE CONTENIDO GRÁFICOS

GRAFICO UPZ SAN CRISTOBAL .....	6
TABLA CARACTERÍSTICAS DE LOS PROPIETARIOS .....	15
TABLA CARACTERÍSTICAS DE LOS PROPIETARIOS 2 .....	20
GRAFICO NIVEL DE ESTUDIOS.....	21
TABLA NIVEL DE ESTUDIOS .....	22
TABLA ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO.....	23
GRAFICO EL NEGOCIO ES FAMILIAR .....	24
TABLA EL NEGOCIO ES FAMILIAR .....	24
GRAFICO PERSONAS QUE TRABAJAN EN SU NEGOCIO .....	25
TABLA PERSONAS QUE TRABAJAN EN SU NEGOCIO .....	25
GRAFICO HORARIO TIEMPO .....	26
TABLA HORARIO TIEMPO.....	26
GRAFICO VALOR DE LOS ACTIVOS .....	27
GRAFICO CONTROL DE INVENTARIOS.....	28
TABLA CONTROL DE INVENTARIOS.....	27
GRAFICO LLEVA CONTABILIDAD .....	28
TABLA LLEVA CONTABILIDAD .....	28
GRAFICO PERTENECE A ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES .....	29
TABLA PERTENECE A ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES .....	29
GRAFICO LE GUSTARÍA ASOCIARSE .....	30
TABLA LE GUSTARÍA ASOCIARSE .....	30
GRAFICO CAPACITACIONES .....	31
GRAFICO DIRECCION CAPACITACIONES .....	32
TABLA DIRECCION CAPACITACIONES.....	32
GRAFICO EJEMPLO .....	40

GRAFICO SALDO DE LA CARTERA .....	50
GRAFICO CALIDAD DE LA CARTERA.....	51
GRÁFICO DESEMBOLSOS MENSUALES.....	52

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

***¿Cómo pueden los microcréditos favorecer el crecimiento económico de los tenderos de la localidad cuarta de San cristobal Sur ?.***

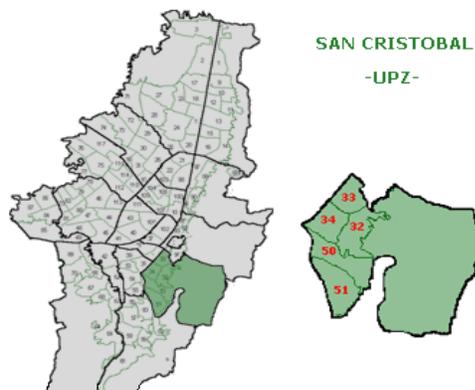
### **1.1. DESCRIPCIÓN**

#### **1.1.1. Extensión**

La localidad de San Cristóbal tiene una extensión territorial urbana de 1677.40 hectáreas, lo que la ubica en el décimo lugar entre la localidades de la ciudad.

#### **1.1.2. Limites**

Según el Acuerdo 15 de 1993, se determina que : la Localidad de San Cristóbal ubicada al suroriente de la ciudad, limita al norte, con la Avenida Primera hasta cortar el límite oriental del Distrito, separándola de la Localidad de Santa Fe, al oriente con el límite del Distrito, municipios de Ubaque y Choachí, al sur con los Cerros de Guacamayas y la Localidad de Usme y al occidente con la Carrera Décima que la separaran de las Localidades Antonio Nariño y Rafael Uribe.



**GRAFICO UPZ SAN CRISTOBAL**

UPZ 20 DE JULIO – 34	
Norte	Av. Primero de Mayo (Cll. 22 sur)
Oriente	Kra. 4a. Este - Av. La Victoria
Sur	Av. Ciudad de Villavicencio
Occidente	Av. Fernando Mazuera (Kra. 10a.)

**TABLA UPZ 20 DE JULIO – 34**

### 1.1.3. Clasificación del tema según las áreas y líneas de investigación.

- Ubicación de establecimientos de comercio (tiendas)
- Tipos de establecimientos
- Niveles socioeconomicos

- Niveles educativos
- Capacidades administrativas
- Estructuras administrativas (manejo interno del establecimiento)
- Interés asociativo

## **1.2. JUSTIFICACION**

La Localidad cuarta de San Cristóbal se encuentra al sur oriente del área urbana del distrito. Cuenta con 5 UPZ (Los Libertadores, San Blas, La Gloria, 20 de Julio y Sosiego) dentro de estas 5 UPZ se mueve un gran número de tenderos el cual se dedica a diversos tipos de negocios en tiendas muy pequeñas que se han creado como una necesidad de sobrevivir luego de varias razones como perder el empleo, la imposibilidad de conseguir trabajo por la edad, la intención de surgir como independiente, etc. Estos negocios nacen en la sala de la casa, en el patio o en cualquier lugar que se le pueda ubicar dentro de la casa para poner en funcionamiento la tienda.

Las personas deciden crear un establecimiento comercial para estrictamente la subsistencia propia y la de sus respectivas familias, dentro de un espacio tan limitado no tienen todos los requisitos de calidad y sanidad para el adecuado almacenamiento de los productos que comercializan; si tenemos en cuenta que por lo general son precederos.

Si estos comerciantes tuvieran unas capacitaciones administrativas, financieras, de manipulación de alimentos, mercadeo, etc para el mejoramiento

de la calidad de sus productos y servicios esto contribuiría al crecimiento económico y social de todos los participantes en el presente proyecto.

Teniendo en cuenta los programas sociales de desarrollo presentados por la Alcaldía del sector de San Cristóbal, para el mejoramiento de la calidad de vida de todos y cada uno de los tenderos involucrados y pertenecientes a la Localidad se desea asociarlos de forma que se logre una colaboración común en el manejo y productividad requerida, para que estos establecimientos presenten un crecimiento comercial organizado y reconocido por la localidad.

### **1.3. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Antecedentes del problema**

Incremento de desempleo: Preocupantes cifras sobre el desempleo emitidas por Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, en el mes de enero: un crecimiento de 14, 2%, comparado con el 13.1% para el mismo mes del año pasado. Las cifras demuestran que hay más de 300 mil nuevos desempleados.

Según el informe divulgado por el DANE, los desempleados en las trece principales ciudades pasaron de 1,1 millones a 1,4 millones, lo que significa que Colombia perdió 288 mil puestos de trabajo hasta enero de este año en los principales centros de la producción nacional.

Bogotá es una de las ciudades que menos desocupación presenta. En enero de 2009, la tasa de desempleo a nivel nacional fue de 14,2 por ciento; la tasa global de participación fue de 59,7%.

Esta situación conlleva a la apertura de locales informales que ayudan a llevar la carga del desempleo.

### **1.3.2. Formulación del Problema**

La Localidad cuarta de San Cristóbal se encuentra al sur oriente del área urbana del distrito. Esta localidad cuenta con un gran número de tiendas informales. “Según un estudio de Meiko y Fenalco La mayoría de las tiendas (62 por ciento) vende entre 100.000 y 300.000 pesos y, en general, ocupa espacios que están entre los 16 y los 50 metros cuadrados. Igualmente se ratifica el tema de la 'juventud' de las tiendas que en un 47 por ciento tienen máximo tres años de operaciones. “1. Este dato no se aleja de la realidad encontrada en esta localidad pues en el momento de hacer el trabajo de campo se observó que en la mayoría de los casos son tiendas de espacios reducidos y creadas sin ninguna reglamentación.

La mayoría de estas tiendas logran sobrevivir en un mercado absorbente gracias a que los consumidores regularmente son clientes de estratos bajos que buscan productos acordes con su posibilidad de pago, lo que quiere decir que buscan que se les venda en proporciones pequeñas que

---

<sup>1</sup> “ Tiendas de Barrio”  
Meiko y Fenalco.

no se consiguen en los grandes supermercados, o de marcas no tan reconocidas que les pueden generar el mismo beneficio a un menor costo y otras razones que permiten el funcionamiento continuo de las tiendas.

Teniendo en cuenta los aspectos mencionados anteriormente los tenderos de la localidad cuarta de San Cristóbal tienen negocios que no le generan utilidad sino que se han convertido en una forma de subsistir y mantener a sus familias, estos pequeños comerciantes no han buscado la forma de lograr que su negocio sea rentable porque muchos de ellos cuando intentan capitalizar su negocio se encuentran con entidades financieras que les exigen tener ciertos recursos que respalden sus obligaciones, recursos que ellos realmente no poseen, o se encuentran con tasas de interés elevadas a plazos muy cortos que no son de fácil acceso, o en el peor de los casos simplemente tienen la vida crediticia cerrada gracias a un reporte negativo en alguna central de riesgos. Esto conlleva a un nivel de pobreza mayor con el paso del tiempo.

Siendo la pobreza un mal de esta sociedad y teniendo en cuenta que esta situación es cada día más grande, se hace necesario combatirla con algunas herramientas de la economía actual. La herramienta que aquí proponemos es la de los microcréditos la cual ha sido un arma fundamental en la lucha contra la pobreza.

## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

El objetivo de este proyecto es evaluar y desarrollar los beneficios de los microcréditos en los tenderos de la Localidad Cuarta de San Cristóbal Sur partiendo de las necesidades que se reflejaron en el momento de realizar la encuesta que se elaboro para el convenio Universidad de La Salle - Alcaldía local "San Cristóbal "facultad de ciencias administrativas y contables caracterización de los comerciantes ubicados en la localidad cuarta "San Cristóbal" - Bogotá D.C.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Describir la funcionalidad y competencia de los microcréditos en la Localidad Cuarta de San Cristóbal Sur.
- Evaluar la necesidad de implementación de los microcréditos.
- Determinar las necesidades específicas de los tenderos de la Localidad.
- Plantear propuestas a los tenderos para la capitalización de sus negocios.

## **1.5. METODOLOGIA**

### **1.5.1. Diseño de Investigación de Campo (Descriptivo).**

- Describir el sistema de microcréditos usado en la economía actual.
- Describir la población de la Localidad que necesita financiación.

**1.5.2. Diseño de Investigación de Campo (Cuantitativo).**

- Medir la respuesta de las entidades generadoras de microcréditos a los tenderos de la localidad.
- Valorar la importancia de los microcréditos en esta localidad.
- Determinar las necesidades de financiación de los tenderos de la localidad.
- Plantear propuestas de capitalización para la economía de esta localidad.

**1.5.3. Diseño de Investigación Bibliográfico.**

- Revisar información existente sobre microcréditos.
- Revisar información sobre el acceso de la población vulnerable a los microcréditos.

## **2. MARCO DE REFERENCIA**

### **2.1. MARCO TEORICO**

En un gran porcentaje de los establecimientos comerciales existentes en la localidad de San Cristóbal no se cumple con las normas mínimas para su funcionamiento como cámara de comercio, permiso de bomberos, aceptación de la secretaria de salud, Rut, no poseen unos parámetros claros de cómo deben organizarse para de esta manera percibir que los negocios se encuentran rentando (contabilidad, Extractos bancarios, manejo de inventarios) aquellos que manejan personal no tienen conocimiento de la normatividad y de sus deberes y obligaciones.

### **2.2. MARCO CONCEPTUAL**

Desde la década de los setenta para combatir la pobreza en el mundo entero se han creado los microcréditos como alternativa de surgimiento empresarial que ayuda a mitigar las necesidades de la clase menos favorecida.

La Localidad Cuarta de San Cristóbal Sur no es una excepción a esta regla por lo tanto presentamos los antecedentes de los microcréditos en Colombia y en el mundo para poder mostrar a esta localidad los beneficios de acceder a un microcrédito en la economía actual.

Esta monografía pretende presentar de manera clara el nacimiento, evolución y desarrollo de las políticas de crédito que se crearon para ayudar a los pequeños o pobres empresarios, en este caso tenderos de San Cristóbal que desean tener una empresa con una proyección al mercado Colombiano.

Adicionalmente, se presentan los puntos negativos que puede acarrear el hacerse acreedor a un microcrédito pero que en comparación con su beneficio son de poca importancia en el momento de tomar la decisión de involucrase en las políticas de los planes de desarrollo gubernamental a través de las micro finanzas.

### 3. ANTECEDENTES

Teniendo como punto de partida el convenio universidad de la Salle - alcaldía local "San Cristóbal "facultad de ciencias administrativas y contables caracterización de los comerciantes ubicados en la localidad cuarta "San Cristóbal" - Bogotá D.C. el cual tenia como objetivo identificar las características empresariales y las expectativas de los comerciantes de la localidad de San Cristóbal, tendientes a establecer la posibilidad de crear entre ellos, una asociación o red de asociatividad y un programa de capacitación se realizo el trabajo de campo durante los meses de junio y julio del año 2009 en la localidad de San Cristóbal Sur, en donde se realizaron visitas a tenderos de la zona con el fin de recolectar información acerca de diversos temas de interés como (tipo de negocio , antigüedad negocio, ventas mensuales) entre otras, y donde se utilizo el método de encuestas<sup>2</sup> con preguntas de tipo de respuestas tanto abiertas como cerradas, y así mismo, por intermedio de la alcaldía poder ofrecerles servicios adicionales de acompañamiento, capacitación y asociatividad a las personas que trabajan en este medio, fue de nuestro especial interés abarcar el tema de financiamiento a corto plazo que deben tener los tenderos para poder capitalizar su negocio; en el momento del levante de información, nos comentaban sobre sus experiencias en las tomas

---

<sup>2</sup> Encuesta convenio universidad de la Salle - alcaldía local "San Cristóbal "Facultad de Ciencias administrativas y contables caracterización de los comerciantes ubicados en la localidad cuarta "San Cristóbal" - Bogotá D.C. Anexo 1

de créditos informales o en las negativas que el sector financiero (bancos, corporaciones financieras y demás ) les ponía en el estudio, aprobación y desembolso de sus créditos.

Por lo anterior y teniendo en cuenta las siguientes características desarrollamos el tema de los microcréditos en esta localidad.

No	TIPO NEGOCIO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFO NO	BARRIO	UBICACIÓ N	UP Z
1	MISCELANEA	FANTASTIC	KR 6 21A 31 SUR	2397612	20 DE JULIO	URBANA	34
2	PELUQUERIA	ALEX ESTILOS	KR 6 20A 22 SUR	2728676	20 DE JULIO	URBANA	34
3	PELUQUERIA	SENTHIA	CL 22 SUR 6 08	2789086	20 DE JULIO	URBANA	34
4	INMOBILIARIA	REINA SOFIA	CL 22 SUR 6 16	3615102	20 DE JULIO	URBANA	34
5	MISCELANEA	N/A	CL 22 SUR 6 16	3615102	20 DE JULIO	URBANA	34
6	RESTAURANT	GIOVO	KR 6 24A	3613838	20 DE	URBANA	34

	E	GOURMET	20		JULIO		
7	ALMACEN	SERVIPLAS TICOS	CL 22 SUR 6 44	2782306	20 DE JULIO	URBANA	34
8	PELUQUERIA	E'RNesto PELUQUER IA	CLL 22 SUR 6 71	9135122	20 DE JULIO	URBANA	34
9	ALMACEN	ARTESANI AS SOL DE LUNA	KR 7 22 09 SUR	2392914	20 DE JULIO	URBANA	34
10	ALMACEN	VARIEDAD ES MARYLIN	KR 7 22 19 SUR	2800119	20 DE JULIO	URBANA	34
11	ALMACEN	PORTIARA L	KR 7 24 66 SUR	0	20 DE JULIO	URBANA	34
12	ALMACEN	PLASTICO S Y DESECHAB LES AYA	KR 7 22 31 SUR	2390881	20 DE JULIO	URBANA	34
13	ALMACEN	COSMETIC OS	CL 25 SUR 6 40	3619134	20 DE JULIO	URBANA	34

14	MINIMERCADO	SUPERMERCADO HAROLD	CL 30C SUR 2A 57	0	BELLO HORIZONTE	URBANA	34
15	PANADERIA	BARCELONA	KR 9 3B 03	0	BELLO HORIZONTE	URBANA	34
16	MINIMERCADO	SUPERMERCADO EL MUDO	KR 9 34A 16	0	BELLO HORIZONTE	URBANA	34
17	CIGARRERIA	N/A	KR 35 KR 2	0	VILLA DE LOS ALPES	URBANA	34
18	ALMACEN	PHOTO ESTUDIO YK	KR 35 KR 3 LC 1	4744894	VILLA DE LOS ALPES	URBANA	34
19	MISCELANEA	PRODUCTOS DE BELLEZA	KR 3B 34B 12 SUR	3628378	VILLA DE LOS ALPES	URBANA	34
20	MISCELANEA	SHEKINAH	CL 34B 3A 36 SUR	2064880	VILLA DE LOS ALPES	URBANA	34
21	SALSAMENTA	CEOS	CL 35A	5697805	VILLA DE	URBANA	34

	RIA		SUR 3B 48		LOS ALPES		
22	MISCELANEA	MISCELANEA Y CACHARRERIA	CL 36 3A 63	0	VILLA DE LOS ALPES	URBANA	34
23	CIGARRERIA	LA VILLA	CL 36 3A 45	3677420	VILLA DE LOS ALPES	URBANA	34
24	MINIMERCADO	AUTOSERVICIO	DG 36 BIS 33 39 ESTE	3622079	ATENAS	URBANA	34
25	DROGUERIA	POPULAR ATENAS	DG 33 0 27 SUR	3672898	ATENAS	URBANA	34
26	MISCELANEA	MISCELANEA CANAAN	DG 33 BIS SUR 1 38 ESTE	5691885	ATENAS	URBANA	34
27	CARNICERIA	DISTRITAL DEL PARAISO	TV 1BIS ESTE 33BIS SUR	5678254	ATENAS	URBANA	34
28	TIENDA	SAN JORGE	DG 33 01 31 SUR	0	ATENAS	URBANA	34
29	MINIMERCADO	N/A	DG 33 BIS	3638380	ATENAS	URBANA	34

			2A 02 ESTE				
30	CARNICERIA	DISTRICAR NES MARIOS	TV 2 ESTE 33 52 SUR	2064727	ATENAS	URBANA	34
31	TIENDA	N/A	DG 33 SUR 2A 49	2071277	ATENAS	URBANA	34
32	TIENDA	LICHIGO	KR 3 ESTE 36 56 SUR	3675927	ATENAS	URBANA	34
33	PANADERIA	BLANDI PAN	KR 3 ESTE 34 06 SUR	2067064	ATENAS	URBANA	34
34	TIENDA	SAN MARTIN	DG 33A 2 96	0	ATENAS	URBANA	34
35	CIGARRERIA	MI BARRIO	CL 33A SUR 3A 19 ESTE	0	ATENAS	URBANA	34
36	MISCELANEA	N/A	TV 4 3 37 SUR	2072729	ATENAS	URBANA	34
37	TIENDA	JURIVAN	KR 4 ESTE 33 25	9136027	ATENAS	URBANA	34

38	TIENDA	FRUTAS Y VERDURAS SAN PEDRO	KR 4 ESTE 33 19 SUR	0	ATENAS	URBANA	34
39	MISCELANEA	MISCELAN EA SAPINOS	KR 4 ESTE 33 15 SUR	0	ATENAS	URBANA	34
40	CARNICERIA	CARNES EL TRIUNFO	KR 4 ESWTE 33 19 SUR	3629534	ATENAS	URBANA	34

TABLA CARACTERÍSTICAS DE LOS PROPIETARIOS

### 3.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS PROPIETARIOS

Durante el trabajo de campo realizado en la Localidad de san Cristóbal, UPZ 34 a los propietarios con establecimientos comerciales en una muestra de 40 encuestas, los días sábados del mes de Junio del año 2.009, en un horario de 9:00 a.m. a 4:00 p.m., se obtuvieron los siguientes resultados:

TIPO NEGOCIO	Total
ALMACEN	7
CARNICERIA	3
CIGARRERIA	3
DROGUERIA	1
INMOBILIARIA	1
MINIMERCADO	4
MISCELANEA	8
PANADERIA	2
PELUQUERIA	3
RESTAURANTE	1
SALSAMENTARIA	1
TIENDA	6
Total general	40

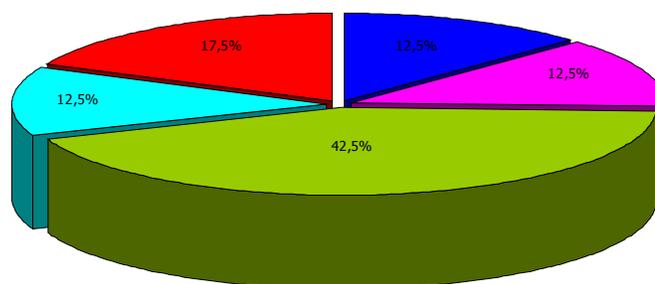
TABLA CARACTERÍSTICAS DE LOS PROPIETARIOS 2

### 3.1.1. Nivel De Estudios

Dentro del nivel de escolaridad se pudo observar que la secundaria con un 42.5% es el nivel con mayor participación, seguido de un nivel de educación superior profesional universitario con el 17.5% y de un nivel de educación intermedio técnico del 12.5%, por ultimo encontramos a los de nivel de educación básica primaria con el 12.5% igualados con el mismo índice a aquellos que no han recibido ningún tipo de educación con el 12.5%

Si sumamos los índices porcentuales de nivel básica primaria y los que nunca han tenido ningún tipo de contacto con un medio educativo la representación es de un 25%, superando así a las persona con una educación

superior con el 17.5% o los de una educaron intermedia técnica con un 12.5%.  
(Ver grafico).



■ NINGUNA ■ PRIMARIA ■ SECUNDARIA ■ TECNICA ■ UNIVERSITARIA

GRAFICO NIVEL DE ESTUDIOS

NIVEL DE ESTUDIOS	
NINGUNA	12,5%
PRIMARIA	12,5%
SECUNDARIA	42,5%
TECNICA	12,5%
UNIVERSITARIA	17,5%

TABLA NIVEL DE ESTUDIOS

### 3.1.2. Antigüedad De Negocio

El tiempo de existencia del negocio teniendo como punto de referencia la creación y puesta en marcha al día de hoy, se pudo confirmar que la mayor representación es el rango comprendido a los superiores de cinco años y es del 45% y con un porcentaje significativo el que oscila entre el rango menor a un año con un índice de 35.0%, seguido por el rango de antigüedad que oscila entre 1 – 3 años con un porcentual del 17.5% y por último el de 4 – 5 años con un porcentual del 10%.

Estos márgenes porcentuales dan tranquilidad ya que los establecimientos comerciales acreditados son los más antiguos sosteniéndose en un mercado globalizado y en crisis y a la vez con una competencia de almacenes de grandes superficies fortalecidos por su gran manejo de inventarios, precios, ofertas y facilidades de pago. (Ver grafico)

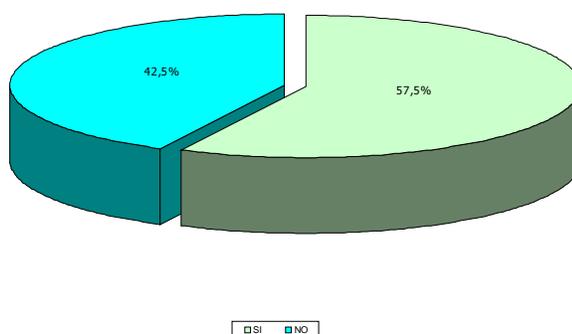
ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO	
MENOS DE UN AÑO	27,5%
ENTRE 1 Y 3 AÑOS	17,5%
ENTRE 4 Y 5 AÑOS	10,0%
MÁS DE 5 AÑOS	45,0%

**TABLA ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO**

### 3.1.3. El Negocio Es Familiar

En cuanto a la información suministrada por los propietarios a la presente pregunta, en donde se valida si el negocio es de algún tipo de vinculo familiar más de la mitad de los encuestados afirmaron que sí, es decir el 55%, mientras que el 42.5% respondió que no que el negocio es propio o de una sociedad conformada por diferentes socios.

Más de la mitad de los encuestados prefieren de socios a familiares que personas allegadas o desconocidas, esto por el nivel de confianza que existe en este tipo de vinculo y de por medio existen núcleos familias luchando por este mismo objetivo. (Ver grafico).



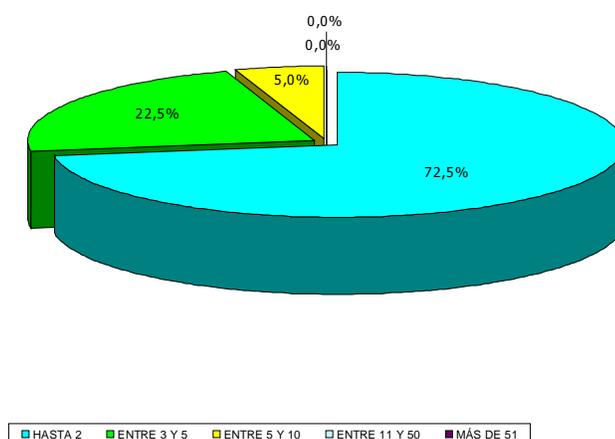
**GRAFICO EL NEGOCIO ES FAMILIAR**

EL "NEGOCIO" ES DE LA FAMILIA	
SI	57,5%
NO	42,5%

**TABLA EL NEGOCIO ES FAMILIAR**

### 3.1.4. Cuantas Personas Trabajan En Su Negocio

La generación de empleo de este tipo de empresas comerciales en la localidad es de admirar ya que el 72.5% de los negocios contratan como mínimo dos empleados (1–2), y el 22.5% presentan un nivel de contratación en un rango de tres a cinco empleados (3–5), y superior a estos niveles esta en un 5% con una contratación en un rango entre seis a 10 empleados (6–10), es de anotar que se presentaron dos rangos adicionales a los anteriores el primero entre once a cincuenta empleados (11–50) y el otro superior a los cincuenta empleados (+50), pero ninguno de los anteriores presento representación numérica dentro de las respuestas de los propietarios de negocio. (Ver grafico)



**GRAFICO PERSONAS QUE TRABAJAN EN SU NEGOCIO**

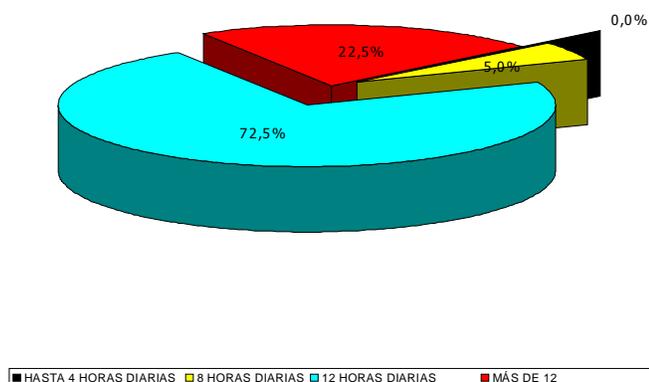
CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN SU NEGOCIO	
HASTA 2	72,5%
ENTRE 3 Y 5	22,5%
ENTRE 5 Y 10	5,0%
ENTRE 11 Y 50	0,0%
MÁS DE 51	0,0%

**TABLA PERSONAS QUE TRABAJAN EN SU NEGOCIO**

### 3.1.5. El local está abierto (horario - tiempo).

La intensidad horario de acuerdo a los días de apertura de cada uno de los establecimientos es el siguiente, con 12 horas el 72.5%, seguido con la intensidad horaria de más de 12 horas con el 22.5%, y por ultimo con un porcentaje bastante bajo el de 8 horas con el 5%, es de tener en cuenta que existía otro ítem de repuesta con intensidad horaria de 4 horas diarias pero su representación fue nula del 0%. (Ver grafico).

A pesar de ser jornadas laborales largas y que entre dos índices (+12) horas de trabajo representa el 95.0% de la totalidad nos deja claro que, los horarios están sujetos al mercado, o que por el contrario las jornadas son largas para poder tener un punto de equilibrio.



**GRAFICO HORARIO TIEMPO**

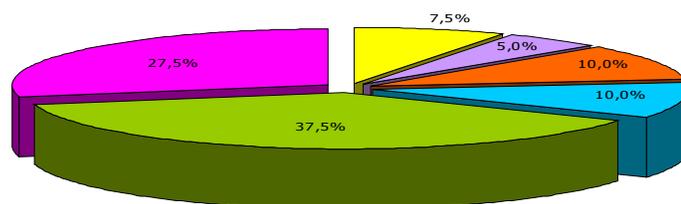
EL LOCAL ESTÁ ABIERTO	
HASTA 4 HORAS DIARIAS	0,0%
8 HORAS DIARIAS	5,0%
12 HORAS DIARIAS	72,5%
MÁS DE 12	22,5%

**TABLA HORARIO TIEMPO**

### 3.1.6. Valor Total De Los Activos

Teniendo en cuenta que la mayoría de negocios de la localidad son misceláneas o mini mercados los cuales necesitan un mínimo de inventarios no es de sorprender que el mayor porcentaje 37.5% se encuentran en el rango de valor activos entre \$4.500.001 y \$10.500.000, mientras que en segundo lugar

se encuentran los que poseen activos superiores a los \$10.000.000, En un menor porcentaje se encuentran las tiendas que están por debajo de los \$4.500.000. (Ver grafico).



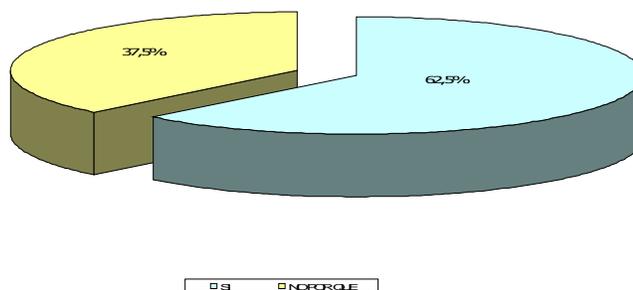
MENOR A \$500.000	ENTRE \$500.001 Y \$1.000.000	ENTRE \$1'000.001 Y \$ 2'500.000
ENTRE \$2'500.001 Y \$4'500.000	ENTRE \$4'500.001 Y \$ 10'500.000	MÁS DE \$10'500.001

### GRAFICO VALOR DE LOS ACTIVOS

EL VALOR DE LOS ACTIVOS TOTALES ES	
MENOR A \$500.000	7,5%
ENTRE \$500.001 Y \$1.000.000	5,0%
ENTRE \$1'000.001 Y \$ 2'500.000	10,0%
ENTRE \$2'500.001 Y \$4'500.000	10,0%
ENTRE \$4'500.001 Y \$ 10'500.000	37,5%
MÁS DE \$10'500.001	27,5%

### 3.1.7. Controla Los Inventarios De Sus Productos

El 62.5% de los encuestados afirman controlar sus inventarios, lo cual en el trabajo de campo se pudo evidenciar que no es cierto puesto que si se hace una pregunta acerca de un producto específico el tendero no sabe cuál es su existencia real, mientras que un 37.5% admite nunca haber controlado las existencias de sus productos. (Ver grafico).



**GRAFICO CONTROL DE INVENTARIOS**

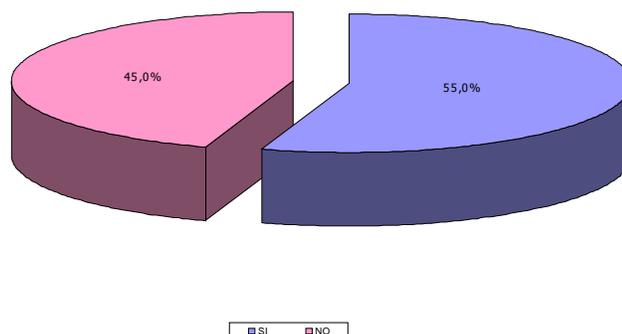
CONTROLA LOS INVENTARIOS DE SUS PRODUCTOS	
SI	62,5%
NO POR QUE	37,5%

**TABLA CONTROL DE INVENTARIOS**

### 3.1.8. ¿Lleva Contabilidad Si o No?

La respuesta del 55% de los tenderos fue afirmativa, pero observamos que esta contabilidad que ellos argumentan llevar no es real pues ellos mismos hacen referencia a contabilidades como anotaciones en cuadernos de casa. El

otro 45% admite no llevar contabilidad porque no saben cómo hacerlo según pudimos evidenciar. (Ver grafico).



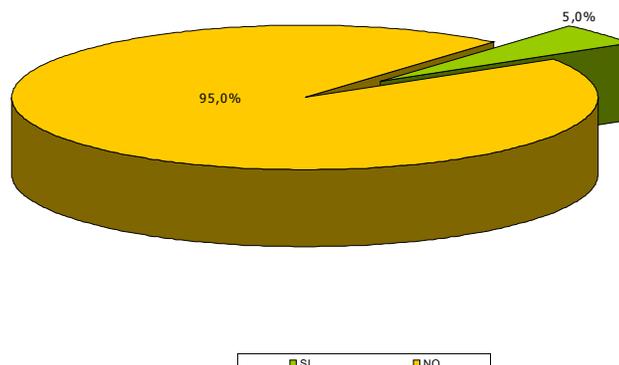
**GRAFICO LLEVA CONTABILIDAD**

"LLEVA" CONTABILIDAD	
SI	55,0%
NO	45,0%

**TABLA LLEVA CONTABILIDAD**

### **3.1.9. Pertenece A Alguna Asociación De Comerciantes**

En esta pregunta la respuesta es contundente ya que un 95% de los establecimientos contestaron de forma negativa lo que nos lleva a concluir que se tiene desconocimiento total del tema y solo un pequeño porcentaje que se ha interesado en conocer los beneficios de Asociación se encuentran en estas. (Ver grafico).



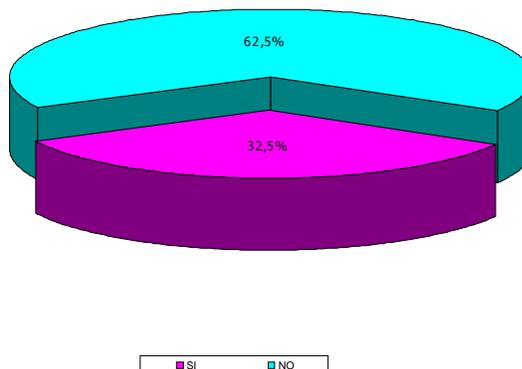
### **GRAFICO PERTENECE A ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES**

PERTENECE A ALGUNA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES	
SI	5,0%
NO	95,0%

### **TABLA PERTENECE A ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES**

#### **3.1.10. Le Gustaría Asociarse Con Comerciantes Que Tienen El Mismo Tipo Negocio**

El mayor porcentaje (62.5%) no desean asociarse con comerciantes que tienen el mismo tipo de negocio porque creen que en lugar de beneficiarse crearían más competencia. Mientras que un menor porcentaje (32.5%) lo ven como un beneficio a mediano plazo. (Ver grafico).



**GRAFICO LE GUSTARÍA ASOCIARSE**

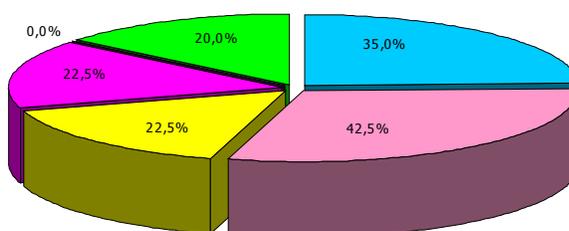
LE GUSTARÍA ASOCIARSE CON COMERCIANTES QUE TIENEN EL MISMO NEGOCIO QUE EL SUYO	
SI	32,5%
NO	62,5%

**TABLA LE GUSTARÍA ASOCIARSE**

### **3.1.11. El Asociarse Conlleva A Capacitarse. ¿En Qué Le Gustaría?**

El 42.5% de los encuestados desean capacitarse en ventas ya que se piensa que es el centro sobre el cual giran los negocios, puesto que Gente más ventas se realicen más ganancias obtendrán. En segundo lugar les gustaría capacitarse en Contabilidad esto se explica teniendo en cuenta que la gran mayoría de negocios no llevan contabilidad y les gustaría empezar a hacerlo. El tercer lugar esta dividido entre Producción y manejo de Personal, esto se explica por qué las empresas que tienen empleados diferentes a sus familiares no

saben realmente como debe manejarse el personal y como pueden ser más productivos. El último lugar lo ocupa las fuentes de financiación esto se debe a que regularmente los comerciantes de la localidad compran a medida de sus ventas lo cual quiere decir que según sus ventas diarias o semanales compran a pequeños proveedores que les dan créditos cortos que hacen pensar que no se necesita otra fuente de financiación que podríamos llamar formal. (Ver grafico).



■ CONTABILIDAD ■ VENTAS ■ PRODUCCIÓN ■ MANEJO DEL PERSONAL ■ COMPUTADORES ■ FUENTES DE FINANCIACIÓN

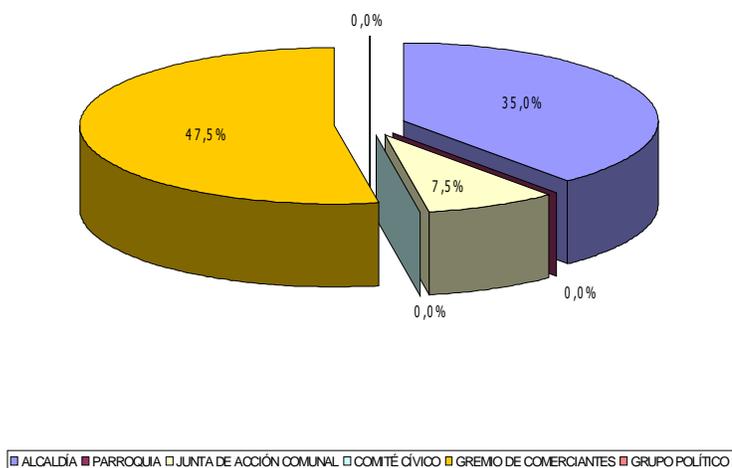
### GRAFICO CAPACITACIONES

#### **3.1.12. ¿Considera Que Si Se Asocia, Debería Estar “En Cabeza” De: Alcaldía, Parroquia, Junta De Acción Comunal, Comité Cívico, Gremio De Comerciantes, Grupo Político, Otros**

El mayor porcentaje (47.5 %) de los encuestados se asociarían con una agremiación de comerciantes mientras que en segundo lugar lo harían en

cabeza de la alcaldía Local (35%) en un porcentaje más bajo junta de acción comunal (7.5%).

Esto nos muestra que los comerciantes confían en hacer asociaciones con agremiaciones del sector y no involucrarse con la alcaldía a no ser que no puedan pertenecer a una de estas agrupaciones y los demás se van por juntas de acciones comunales porque son tiendas muy pequeñas que se mantienen con sus clientes fieles (vecinos) (Ver grafico).



### **GRAFICO DIRECCION CAPACITACIONES**

CONSIDERA QUE SI SE ASOCIA, DEBERÍA ESTAR “EN CABEZA” DE	
ALCALDÍA	35,0%
PARROQUIA	0,0%
JUNTA DE ACCIÓN COMUNAL	7,5%
COMITÉ CÍVICO	0,0%
GREMIO DE COMERCIANTES	47,5%
GRUPO POLÍTICO	0,0%

### **TABLA DIRECCION CAPACITACIONES**

Teniendo en cuenta los anteriores puntos entramos a desarrollar el tema que proponemos como parte de solución a los problemas reflejados en esta encuesta por parte de los tenderos de la Localidad de San Cristóbal.

#### **3.2. LOCALIZACIÓN**

La localidad de San Cristóbal Sur se encuentra ubicada en el sur oriente de la ciudad, limita al norte con la calle 1 Sur, localidad de Santa Fé; por el sur se extiende hasta la Calle 73 Sur, limitando con la localidad de Usme; hacía el occidente hasta la carrera décima y limita con la localidades Rafael

Uribe Uribe y Antonio Nariño; por el oriente limita con los Cerros Orientales y los municipios de Ubaque y Choachí.

San Cristóbal tiene una extensión total de 4.816,32 hectáreas (ha), 1.629,19 ha están clasificadas como suelo urbano y 3.187,13 ha han sido definidas como suelo rural, cifra de equivale al 66,2% del total de la superficie de la localidad; ésta no tiene suelo de expansión. San Cristóbal está localizado en la cordillera Oriental de los Andes colombianos, sobre un altiplano de 2.600 metros sobre el nivel del mar (msnm), rodeado por cadenas montañosas que superan los 3.500 msnm; la localidad se extiende sobre las montañas del eje principal de la cordillera, contra los cerros del páramo Cruz Verde. Los pisos térmicos que tiene van desde una altitud cercana a los 2.600 msnm hasta los 3.500 msnm, en donde nacen un gran número de quebradas y existen bosques nativos y montunos. La localidad está dividida en 5 Unidades de Planeación Zonal (UPZ) con un total de 198 barrios.

En esta localidad encontramos diversos sitios de interés cultural, religioso y turístico tales como: Iglesia del Divino Niño en el Veinte de julio, Parques metropolitanos recreativos de San Cristóbal y Columnas, Parque natural Entrenubes en el barrio Juan Rey, Velódromo 1º de Mayo, Zona comercial del Veinte de Julio y el Centro comunitario de La Victoria (Piscina, centro cultural, etc.) en el barrio La Victoria.

### 3.3. LA POBLACIÓN

En esta localidad se encuentran 488.407 habitantes los cuales se distribuyen en 3 estratos socioeconómicos; un 7,6% de la población de San Cristóbal habita viviendas pertenecientes al estrato 1, mientras que un 76,6% lo hace en viviendas de estrato 2 y, un 14,8% de los habitantes de la localidad viven en viviendas de estrato 3.

La composición de la población residente muestra una población eminentemente joven es decir que el 33% es menor de 15 años y la fuerza de trabajo esta representada por 334.238 que corresponden al 73% de la población local.

Teniendo como referente lo anterior y ante la experiencia vivida en el trabajo de campo se comprobó que esta localidad presenta un gran numero de establecimientos comerciales en su gran mayoría informales, esto parte de la falta de capacitación a nivel superior lo que conlleva a la disminución de las oportunidades en el medio laboral formal, es por esto que el único medio de subsistencia es el propio y esto lleva a la creación bien o mal, legal o no (por desconocimiento de la ley ) de pequeños negocios familiares o de personas en común con una misma idea de negocio y con el objeto de mantener a sus familias y así sobrevivir a una dura situación económica nacional y mundial.

### **3.4. FICHA TECNICA**

#### **3.4.1. Modalidad de la Investigación**

Esta investigación se realizara por medio de encuestas, directamente con los tenderos de la localidad cuarta de San Cristóbal UPZ 34 20 de Julio

#### **3.4.2. Metodo de Investigación**

Encuesta cualitativa y cuantitativa

#### **3.4.3. Poblacion y muestra**

La población encuestada será la ubicada en la localidad Cuarta de San Cristóbal UPZ 34 20 de Julio dedicada a la comercialización de binos y servicios y por lo tanto fuente directa de ingresos.

### **3.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA**

$N$ =total de la población( $x$ )

$Z_{\alpha}$ =1,962 (si la seguridad es del 95%)

$p$ =proporción esperada (en este caso 50%=0.50)

$q$ =1- $p$  (en este caso 1-0.50=0.50)

$d$ =precisión en (este caso se desea un 5%)

$n$ =muestra

$$n = N \cdot Z a^{2p} \cdot q$$

$$d^{2(N-1) + Z^{2p} \cdot q}$$

$$n = X \cdot 1,962^{2 \cdot 0.50} \cdot 0.50$$

$$0.05^{2(183-1) + 1,962^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}$$

#### **4. LOS MICROCRÉDITOS COMO ALTERNATIVA PARA LA FINANCIACION DE LOS TENDEROS DE LA LOCALIDAD CUARTA DE SAN CRISTOBAL SUR**

##### **4.1. ALTERNATIVA DE MICROCRÉDITOS**

Los microcréditos fueron ideados por Muhammad Yunus, Premio Nobel de la Paz 2006, cuando decidió, a través de su banco Grameen, otorgar pequeños créditos a personas pobres, que a su vez invertirían en una actividad productiva. Al pasar los años y al extenderse la idea de los microcréditos a occidente, y a otras varias partes del mundo, la idea ha cambiado relativamente, aunque la esencia es la misma.

Los microcréditos surgieron en el mundo en la década de los setenta. Su surgimiento fue paralelo en América Latina y en Asia. En la región de América Latina se desarrollaron instituciones como Opportunity International, en Colombia, Proyecto Uno, en Brasil, Banco Andemi, en República Dominicana, la Cooperativa Fedecrédito, en El Salvador, entre otros. La evolución de las microfinanzas en Colombia la marcaron las Organizaciones no gubernamentales entre 1985 y 1995. Eran las únicas entidades en la época que le apostaban al microcrédito. A partir de 1992, la banca comercial 'se le mide al negocio' porque se da cuenta de que prestarle a las personas de menores recursos es un negocio rentable.

Pero para obtener rentabilidad los bancos son conscientes de que se debe mejorar la atención a los usuarios. En este punto las entidades bancarias entran a competir por un mercado apetecido por muchos. Según cifras de Iniciativas de Emprendimiento Social (IESO), existen en el mundo 3000 instituciones de microcrédito con más de un millón de clientes.<sup>3</sup>

Tengamos en cuenta que un microcrédito consiste en la provisión de una variedad de servicios financieros tales como depósitos, préstamos y seguro a familias pobres que no tienen acceso a los recursos de las instituciones financieras formales. Los préstamos son utilizados para invertir en microempresas, así como para invertir en salud y educación, mejorar la vivienda o hacer frente a emergencias familiares.

En Colombia, según la Ley 590 de 2000, en su artículo 39, las actividades de microcrédito hacen referencia al sistema de financiamiento a microempresas. Según el mismo artículo, el monto máximo de un microcrédito es de 25 salarios mínimos legales mensuales vigentes.<sup>4</sup>

La gran ventaja de un microcrédito para las familias de escasos recursos es que no es solo una forma de financiación es un mecanismo de apoyo en el cual se brinda capacitación, entrenamiento para el manejo de sus finanzas, apoyo para aprender a ser líder en el mercado y conocimientos generales de un buen comerciante.

---

<sup>3</sup>Emprendimiento Social (IESO) de la Universidad de los Andes

<sup>4</sup> Definición legal.

Teniendo en cuenta estas ventajas los proyectos de microcrédito están focalizados en los pequeños tenderos que a pesar de haber invertido sus ahorros en su negocio no saben aprovechar el mercado en pro de su bienestar, claro esta esto no significa que este tipo de crédito sea para todo aquel que se encuentra en estado de pobreza pues como se ha advertido estos microcréditos se otorgan a personas que tienen objetivos claros de surgimiento, que quieren proyectar sus negocios al futuro o que si aún no han creado negocio tienen metas y proyectos claros de lo que desean hacer.

Por esta razón es importante una buena identificación de los posibles beneficiarios de los microcréditos. La mayoría de estos microcréditos son otorgados a mujeres cabezas de familia; esta figura es razonable teniendo en cuenta que la mujer pocas veces accede al sistema financiero habitual por su poco nivel de endeudamiento ya que la mayoría de veces los pocos bienes que poseen están a nombre de sus maridos y esto no genera confianza a las entidades bancarias -el ingreso percibido por las mujeres usualmente tiene un mayor impacto sobre el bienestar de la familia; el microcrédito no sólo mejora la situación financiera de la mujer sino que mejora su posición en la familia y la sociedad, su autoestima y su poder de decisión, por ello muchos programas de microcrédito tienen un enfoque de género para que las mujeres tengan las mismas oportunidades que los hombres-<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> La Comisión Europea (European Commission 2000)

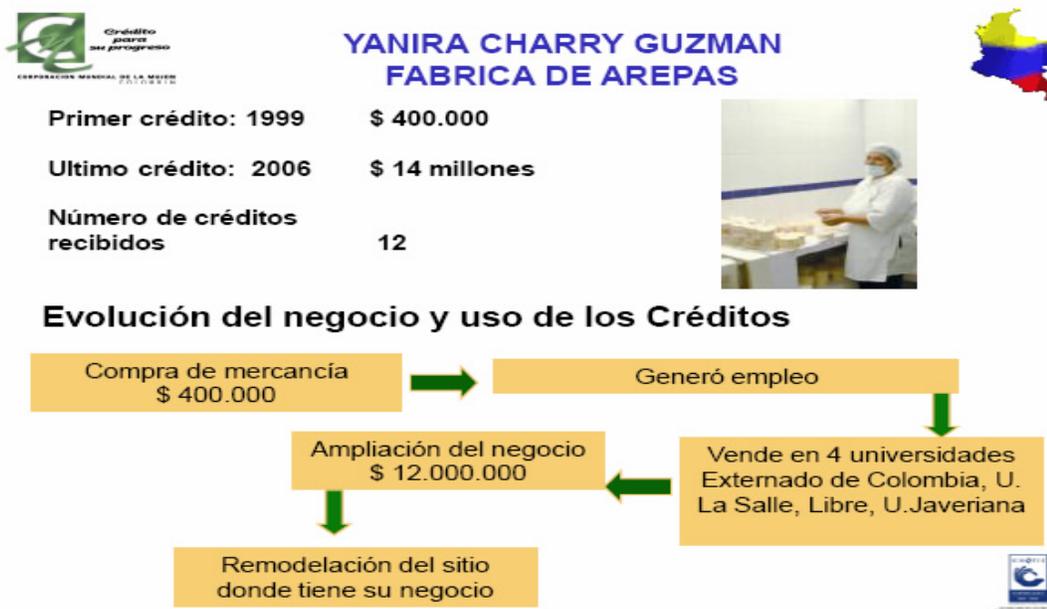
#### **4.2. COMO FUNCIONA EL MICROCRÉDITO.**

La manera típica como funciona el microcrédito es otorgando un préstamo pequeño, cuyo monto está determinado por la capacidad de pago del prestatario; en Colombia la mayoría de entidades prestan montos que empiezan desde \$300.000 y va incrementándose de acuerdo a su comportamiento de pago durante un período corto, regularmente entre 3 y 6 meses . Una vez pagado el primer préstamo, el prestatario puede optar por un segundo préstamo mayor, ya que ha aprendido a gerenciar sus inversiones y ha demostrado ser buen pagador. Si el beneficiario continúa pagando puntualmente puede optar a préstamos cada vez mayores. El tamaño máximo del próximo préstamo se determina por el desempeño en los pagos, declinando en una cantidad previamente establecida por cada cuota no pagada a tiempo. Se fija un número máximo de cuotas no pagadas a tiempo que hacen que el beneficiario deje de ser elegible para nuevos préstamos. Este mecanismo de control de pago es dinámico, y se recurre a él porque los pobres no tienen activos que puedan ser utilizados como garantía, lo cual representa uno de los principales obstáculos para acceder a los préstamos del sistema bancario.

Otra manera usual de garantizar el pago del préstamo es mediante el sistema de grupo es decir, que se asocian entre 5 y 6 personas con pequeñas unidades productivas para solicitar de forma individual micro préstamos de (\$ 200.000) doscientos mil pesos como mínimo, que sumados grupalmente corresponden a un millón o millón quinientos mil pesos y que son asumidos como conjunto solidario. Oportunidad Latinoamérica Colombia (OLC) es una

organización que nos sirve de ejemplo de este sistema de microcrédito grupal. Los créditos son por un periodo de cuatro meses máximo y durante este periodo le corresponde pagar, por ejemplo, un interés total de quince mil pesos, cuando el monto es de un millón. Si el grupo ha sido cumplido con sus obligaciones se renovarían automáticamente incrementándose moderadamente los montos prestados. La meta de inversión sobre la colocación de pequeños préstamos para este año es de veintisiete (27) mil millones de pesos.<sup>6</sup>

### 4.3. EJEMPLO CORPORACIÓN DE LA MUJER



### GRAFICO EJEMPLO

Fuente: Corporación Mundial de la Mujer “Crédito para su progreso”

<sup>6</sup> Oportunidad Latinoamérica Colombia (OLC)

#### **4.4. BENEFICIOS DE LOS MICROCRÉDITOS**

- Promueven la paz, a través del trabajo solidario, la disciplina y las ganas de salir adelante.
- Disminuye el número de personas que viven en la pobreza, ya que alivian la vulnerabilidad de la población y ayudan a quebrar el círculo de la pobreza con pocas inversiones. Según el BID “América Latina es la región del mundo con mayores índices de desigualdad. Una de cada tres personas vive con dos dólares diarios”<sup>7</sup>.
- Crean economías sostenibles, ya que son un mecanismo para establecer la cultura del pago en poblaciones influenciadas por el conflicto, además de incentivar el ahorro y emprendimiento.
- Forman nuevos negociantes.
- Disminuyen el desempleo.
- “El cambio en los ingresos de la microempresa produce cambios en el ingreso del hogar el cual lleva a una mayor/menor seguridad económica en el hogar. El nivel modificado de seguridad económica en el hogar lleva a cambios en los niveles educativos y de habilidades, y en las oportunidades económicas y sociales”.

#### **4.5. DESVENTAJAS DEL MICROCRÉDITO**

- Su generación de empleo es inferior a dos puestos de trabajo por negocio o microempresa.
- Cobran tasas de interés superiores a las de mercado tradicional.

---

<sup>7</sup> Banco Interamericano de Desarrollo BID

- El índice de penetración de microcréditos en Colombia según la ONG Acción Internacional es tan solo del 5% del sistema financiero.
- No todos los prestatarios logran llevar a cabo su idea de negocio.
- El argumento de que los microcréditos convierten a los pobres en responsables de su propio desarrollo los convierte a su vez en culpables de su supervivencia, anulando el papel del Estado Colombiano y de la comunidad internacional.
- Que se necesita para que un microcrédito funcione
- Las instituciones que realizan los microcréditos deben ser diferentes de entidades estatales o con fines humanitarios para que efectivamente los deudores realicen los pagos.
- Es necesario que las instituciones que otorgan estos créditos estén reguladas por organismos gubernamentales.
- Los gobiernos deben de generar el marco legal necesario para la creación y existencia de los microcréditos
- Poseer un equipo de trabajo experto en la identificación de los usuarios del microcrédito y sus necesidades.
- Los proyectos para los cuales se prestan deben ser coherentes, emprendedores, dinámicos y realistas.
- Los proyectos productivos deben ser de largo plazo, incluyentes y con seguimiento y acompañamiento continuo.
- Se debe brindar acompañamiento constante al pequeño empresario.

#### **4.6. ENTORNO DE LOS MICROCRÉDITOS EN COLOMBIA**

En Colombia se están llevando a cabo programas de apoyo a pequeños empresarios por parte del Gobierno a través de la banca de oportunidades.

Desde cuando nació la Banca de las Oportunidades, en agosto de 2006, hasta marzo de 2009, la red institucional financiera que hace microcrédito en Colombia ha desembolsado 3 millones 825.425 créditos, que equivalen a 11,7 billones de pesos.

Como resultado de la implementación de esta política, en la actualidad hay 1.190.949 personas que por primera vez acceden a un crédito formal, dijo el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Luis Guillermo Plata, al hacer un balance de los logros arrojados por esta política. La meta del Gobierno es alcanzar 5 millones de microcréditos.

Es importante destacar que la mayor disponibilidad de recursos crediticios ha estado acompañada de una política de innovación de servicios. Además de otorgar recursos de crédito a la microempresa, se han firmado acuerdos con el fin de ofrecer garantías automáticas a éstos y servicios profesionales de asesoría a los empresarios.

#### **4.7. MODELO GRAMEEN -MICROCRÉDITO INSTRUMENTO EN CONTRA DE LA POBREZA-**

“En 1976, Muhammad Yunus, el premio Nobel de la Paz de 2006, lanzó la institución precursora en ese terreno, el Banco Grameen en Bangladesh. El crecimiento de esa actividad ha sido explosivo desde que Grameen abrió sus

puertas. Según un artículo reciente en *The Economist*, "ahora hay unas 10.000 instituciones de microfinanzas que prestan un promedio de menos de 300 dólares a 40 millones de prestatarios en todo el mundo." Esas instituciones han realizado importantes adelantos respecto al despliegue de prestamistas y casas de empeño que previamente habían controlado el suministro de servicios bancarios para los pobres del mundo".<sup>8</sup>

Este modelo tiene un campo de acción limitado teniendo en cuenta los modelos económicos del mundo en donde predomina la política macroeconómica y deja por fuera a las políticas de subsidio y apoyo a los más desfavorecidos incluyendo a los microempresarios. Por lo cual este modelo no avanza a la velocidad que se desea.

A pesar de los aspectos políticos más amplios, el modelo Grameen ha realizado innegables contribuciones al llevar los servicios financieros a la gente pobre. La primera contribución es el simple reconocimiento del hecho que los créditos y los servicios relacionados – incluyendo las cuentas bancarias y las pólizas de seguro – pueden ser importantes recursos para mejorar el bienestar de los pobres, tal como lo hacen con todos los demás. La segunda es la concentración en las mujeres como receptoras de préstamos, confiriendo poderes a las mujeres dentro de sus familias y ayudándolas a sustentar sus microempresas basadas en su hogar.

---

<sup>8</sup> Ensayo publicado por *Foreign Policy in Focus*

Bajo un sistema tradicional, no se puede obtener un préstamo a menos de que se posea suficientes activos para entregar al banco, prestamista, o casa de empeño por si no se pagaran los préstamos. Pero la gente pobre, por definición, posee pocos activos que puedan dar en prenda – tal vez unos pocos animales, un pequeño trozo de tierra, o joyas. La pérdida de esos pocos bienes a favor de un acreedor conduciría con seguridad a la miseria. La innovación de Grameen fue crear grupos prestatarios, típicamente de cinco mujeres. Cada miembro del grupo podría recibir préstamos sólo mientras todos realicen los pagos. Esto impulsa tanto el apoyo mutuo entre miembros del grupo así como la presión entre pares para continuar con los pagos. También creó oportunidades para grandes cantidades de pobres a fin de llegar a ser dignos de crédito por primera vez.

Contrarrestando esas innovaciones positivas, los intereses promedio de los préstamos Además, el Banco Grameen se ha enorgullecido durante mucho tiempo de mantener tasas de repago de hasta un 95. Algunos observadores sostienen que, en realidad, Grameen permite que prestatarios afligidos refinancien continuamente o extiendan sus repagos en lugar de declararlos en cesación de pagos. Éste podría ser el enfoque más efectivo y humano bajo las circunstancias. Pero es claramente inconsistente con el modelo de negocios duro apoyado por una parte creciente de los entusiastas de las microfinanzas.

#### **4.8. PREFERENCIAS DE LOS POBRES Y PEQUEÑOS TENDEROS.**

Según una encuesta realizada en el 2007, la principal fuente de crédito a la que acuden las personas de más bajos ingresos son los amigos, vecinos y

familiares con un 60%, le siguen los agiotistas con un 20% y las casas de empeño con un 10%. Los que acuden al sector formal financiero no superan el 10%.<sup>9</sup>

Los pobres prefieren a los amigos, vecinos, familiares y agiotistas por los costos de acceso y la oportunidad. Cuando se les preguntó a esas mismas personas encuestadas, por qué prefieren a una fuente y no a otra, ellos contestaron que el agiotista y la casa de empeño le prestan cuando lo necesita y sin pedirle muchos documentos, como usualmente lo hace un banco.

La buena noticia para el país, si se tiene en cuenta que el 90% de la industria es microempresa, es que la competencia entre la banca comercial ha hecho que se bajen barreras de acceso. Los préstamos salen en el menor tiempo posible, con tasas atractivas y sin exigir muchos documentos.

Teniendo en cuenta estas preferencias hoy en día existen diversas entidades dispuestas a brindar apoyo a los pequeños tenderos con poca experiencia en créditos entre las cuales se encuentran las siguientes según el ministerio de Industria y Comercio:

- ✓ Oportunidad Latinoamérica Colombia
- ✓ Fundación Mundial de La Mujer Bucaramanga (FMMB)
- ✓ Fundación Mundo Mujer
- ✓ Fundación Vida y Futuro
- ✓ Corporación Acción Por el Quindío Actuar Famiempresas.

---

<sup>9</sup> Econometría 2007

- ✓ Congente.
- ✓ Crezcamos S.A
- ✓ Conficafe.
- ✓ Emprender
- ✓ Banco Procredit
- ✓ Financiera compartir S.A
- ✓ Banagrario.
- ✓ Cooperativa Multiactiva Central Castilla.
- ✓ Amanecer.
- ✓ BCSC.
- ✓ Bancamia.
- ✓ Actuar Atlántico.
- ✓ Financiera Cafetera Sociedad Cooperativa LTDA. Coopercafe.
- ✓ Actuar Bolivar.
- ✓ Corporación Nariño Empresa Futuro Contactar.
- ✓ Fundación Amanecer.
- ✓ Corporación Banco del Pueblo.
- ✓ Fundación WWB Colombia.
- ✓ Fundación Mario Santo Domingo.
- ✓ Financiera Compartir S.A.
- ✓ Coopcides.
- ✓ Avansar.
- ✓ Comultagro.

- ✓ Actuar Caldas.
- ✓ ECLOF – Colombia.
- ✓ Microempresas de Antioquia MEDA.
- ✓ fundación Indufrial en Cartagena.
- ✓ FMM Popayán.

La gran mayoría de estas entidades se encuentran ubicadas en Bogotá lo que nos empieza a encaminar hacia nuestro principal objetivo los tenderos de la localidad cuarta de San Cristóbal Sur.

#### **4.9. DINÁMICA DE LOS MICROCRÉDITOS.**

Con el fin de contar con la mayor cantidad de información para éste análisis, utilizamos diferentes fuentes de información sobre la cartera de microcrédito:

1. Las cifras de la Superintendencia Bancaria.
2. Las del Ministerio de Industria y Comercio y
3. Los créditos movilizados a través del Fondo Nacional de Garantías (FNG)

Antes de entrar en materia, es fundamental realizar algunas precisiones sobre las diferencias que existen entre las dos primeras: Las cifras de la Superintendencia Bancaria corresponden a saldos de cartera<sup>10</sup>. Allí se define la cartera de microcrédito como: “el conjunto de operaciones activas de crédito otorgadas a microempresas cuyo saldo de endeudamiento con la respectiva

---

<sup>10</sup> De acuerdo con lo estipulado en la Circular 011 de febrero 2002

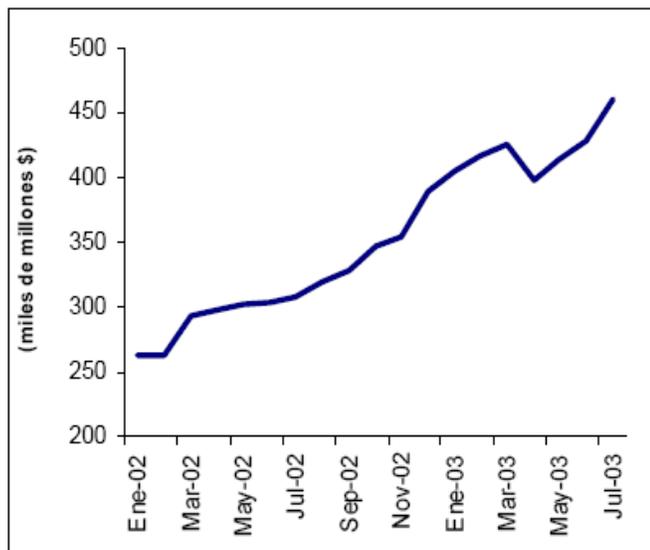
entidad no supere veinticinco (25) salarios mínimos legales mensuales vigentes” La información de microcrédito de la Superintendencia Bancaria contiene saldos acumulados desde enero de 2002 hasta la fecha y se rige de manera estricta a las definiciones allí consignadas.

Las cifras del Ministerio de Industria y Comercio incorporan una definición más amplia de microempresa. En tal sentido, se reportan cifras de créditos desembolsados por encima de los 25 salarios mínimos vigentes.

De la misma manera se reporta información correspondiente a créditos que las entidades financieras desembolsan directamente a Fundaciones y ONG`s especializadas en préstamos de bajo monto con fines empresariales. Dadas estas condiciones las cifras reportadas por el sector financiero a la Superintendencia Bancaria y al Ministerio de Industria y Comercio tienen horizontes de tiempo distintos, metodologías diferentes y lo más importante, las primeras son saldos, las segundas son desembolsos acumulados.

\* La Superintendencia Bancaria muestra que el saldo de microcrédito a julio de 2003 asciende a \$461 mil millones. Esto es un crecimiento anual de 49.7% (45.7% en lo corrido del 2003) (gráfico 14)

Saldo De La Cartera De Microcrédito



### **GRAFICO SALDO DE LA CARTERA**

Fuente: Superintendencia Bancaria

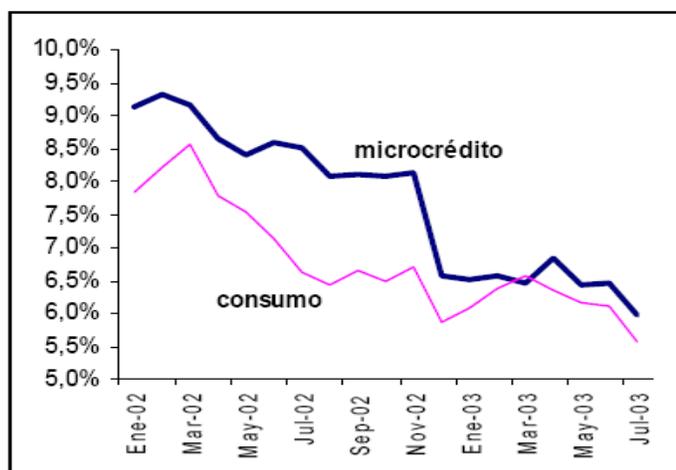
A la misma fecha la calidad de la cartera del microcrédito es del orden de 5.6%. Esta situación es muy similar a la registrada por la calidad cartera de consumo, dentro de la cual muy seguramente hay microcrédito otorgado a microempresas de mayor tamaño (gráfico 2)

El buen desempeño de la calidad de la cartera del microcrédito se corrobora al revisar el comportamiento de la cartera vencida. A julio del 2003, el saldo de cartera vencida es de \$26 mil millones. Sin embargo, al analizar su dinámica se observa que crece a una tasa anual del 4.9%.

\* El Ministerio de Industria y Comercio De acuerdo con las cifras, en el convenio entre la banca y el Gobierno Nacional muestra que entre septiembre de 2002 y julio de 2003 se han desembolsado \$448 mil millones. Dicho monto se divide en financiación directa a la microempresa por \$339 mil millones (89%)

y \$48 mil (11%) a financiación de ONG especializada en microempresa. Se estima que el total de microempresarios beneficiados por esta vía es de 162 mil aproximadamente.

#### Calidad De La Cartera De Crédito De Consumo Y Microcrédito

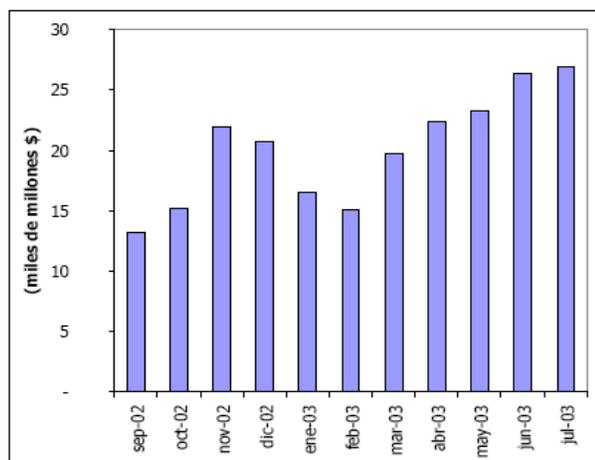


#### **GRAFICO CALIDAD DE LA CARTERA**

Fuente: Superintendencia Bancaria

Esto es, créditos promedio de \$16.1 millones. Los sectores más beneficiados han sido comercio, artesanías, textiles, confecciones, cuero, calzado. Al tener en cuenta sólo el 2003, las cifras muestran que bajo el convenio Banca-Gobierno Nacional se han desembolsado \$301 mil millones. Las regiones más favorecidas han sido Bogotá con el 31% de los recursos, Antioquia con el 10,5%, Valle del Cauca con el 10,4% y Cundinamarca con el 4,2%. Debe destacarse el crecimiento que han tenido los desembolsos mensuales, tal como puede apreciarse en el siguiente gráfico.

## Desembolsos Mensuales Convenio Banca-Gobierno



### **GRÁFICO DESEMBOLSOS MENSUALES**

Fuente: Ministerio de Industria y Comercio

\*En los créditos movilizados a través del Fondo Nacional de Garantías (FNG), dirigidos a los empresarios, se encuentra que hay un excelente desempeño.

#### **4.10. INSTITUCIONES PRESTADORAS DE CRÉDITOS ORDINARIOS Vs INSTITUCIONES PRESTADORAS DE MICROCRÉDITOS.**

La diferencia radical entre las instituciones prestadoras de servicios financieros a población pobre y las instituciones tradicionales es el análisis del microcrédito. Las instituciones que promueven el acceso a crédito de población vulnerable analizan entre sus beneficiarios:

La iniciativa de negocio

La calidad del recurso humano

Responsabilidades como empresario

Pueden considerarse análisis sumamente flexibles, sin embargo son criterios de selección y beneficio serios que contradicen a los de la banca tradicional.

Las instituciones micro financieras prestan un servicio a los que realmente lo requieren, “los no considerados como sujetos de crédito por la banca tradicional” y deben incentivar componentes de ahorro para población pobre y diversificar sus productos y rangos de acción.

Por otra parte estas instituciones logran a través del crédito la coherencia social debido a las relaciones de confianza que se tejen, la insistencia en la responsabilidad del pago, en los procesos de largo plazo, refinanciación de los compromisos y de desembolsos responsables evitando el sobreendeudamiento.

#### **4.11. SITUACIÓN DE COLOMBIA EN EL PROCESO DE BANCARIZACIÓN**

En Colombia por cada 100 colombianos sólo 26 personas tienen acceso al menos a un producto del sistema financiero, lo cual implica que el nivel de cobertura es bajo y por tanto el segmento de mercado hacia el cual se debe orientar el sector financiero tradicional.

La Asociación Bancaria y de Instituciones Financieras de Colombia – Asobancaria, en un estudio reciente, concluyó que 12.1 millones de colombianos tienen relación con el sistema financiero, a través de sus diferentes productos, de una población cercana a los 48 millones de habitantes.

En ese sentido, el proceso de bancarización se debe entender como —el grado de acceso que tiene la población a cualquiera de los productos y servicios que ofrece el sistema financiero. Es así como el 27.15% de la población en Colombia, esto es 12.257.400 personas, tienen cuentas de ahorro, 1.340.128 cuentas corrientes, 2.774.361 tienen tarjeta de crédito y aproximadamente 4.6 millones cuentan con al menos un (1) crédito otorgado por el sector financiero, es decir el 11.4% de la población en total. En ese mismo sentido, tal como se cita en el artículo Bancarización; ampliación de cobertura y más servicios integrales<sup>11</sup>, en la actualidad hay 483.000 personas que poseen microcrédito con las entidades financieras. Por su parte, el Gobierno Nacional ha expresado que en los primeros seis meses del segundo mandato, esto es agosto 2006 – febrero de 2007, el saldo de la cartera de microcrédito vigente llegó a 4.2 billones de pesos, mostrando un crecimiento del 22.4%, con lo cual se busca generar equidad social y crecimiento económico. Señala la Presidencia de la República que del saldo total la banca comercial tiene 3 billones 270 mil 607 millones de pesos. Indica igualmente que la meta es llegar en el año 2010 a 5.000.000 millones de operaciones a los sectores más vulnerables socialmente y que a junio de 2007 se cuente con 1.250.000 operaciones de crédito desembolsadas.

---

<sup>11</sup> Página 6, Artículo —Bancarización: Ampliación de cobertura y más servicios integrales, Revista Guía Financiera 2006.

#### 4.12. ¿ES COSTOSO EL MICROCRÉDITO EN COLOMBIA?

En Colombia la ley autoriza sumar a la tasa de interés del microcrédito un costo por comisiones y honorarios; adicionalmente se debe cargar el costo de la garantía automática y los respectivos pagos del IVA de cada componente del costo. Por lo tanto el costo del microcrédito es realmente elevado en comparación con los créditos tradicionales. Sin embargo los costos de comisiones y honorarios no se toman como un mayor valor de intereses sino como un costo fijo por lo cual en el momento de la comparación de intereses no se refleja esta elevación.

Uno de los costos más elevados en el microcrédito es el de comisiones puesto que este tipo de crédito conlleva a que los asesores se dirijan a la microempresa en periodos muy cortos para el cobro de cartera (usualmente semanalmente). Esto indica que las entidades prestadoras de microcréditos necesitan un mayor número de empleados que realicen esta labor. Adicionalmente el riesgo que corren estas entidades es alto ya que los microempresarios no tienen activos con los cuales respaldar su obligación por lo tanto la legislación colombiana autorizó estos costos en la ley 590 aprobada por el congreso.

#### 4.13. TENDEROS DE SAN CRISTÓBAL INCURSIONANDO EN EL MICROCRÉDITO

Tradicionalmente, los tenderos de la localidad de San Cristóbal, por su carácter informal y su carencia de historia crediticia, han encontrado muchos obstáculos para acceder al sistema financiero, esto preocupa si se tiene en

cuenta que de acuerdo con la Encuesta Nacional de Hogares, mientras la microempresa representa más del 95% de las empresas en Colombia y aporta cerca del 62% del empleo, la gran empresa concentra sólo el 0,1% del total de empresas y el 5% del empleo.

Una de las razones más frecuentes encontradas en el momento de indagar con los tenderos de la Localidad acerca del rechazo a las entidades financieras es el reporte a las centrales de riesgos, un gran número de estos tenderos aseguraron estar reportados en Datacredito u otra central de riesgos por no haber cancelado a tiempo alguna obligación.

En el momento de hablar con los tenderos de San Cristóbal la gran mayoría coincide en no querer financiarse con créditos a largo plazo ni con bancos que prestan a tasas altas y con requisitos que son casi imposibles de conseguir para ellos, en cambio si desean obtener crédito de sus proveedores pero a corto plazo, razón por la cual creemos que los microcréditos serian una modalidad de gran aceptación por su dinámica de pago y los montos que se prestan regularmente.

El desarrollo de las actividades empresariales de un gran numero de tenderos podría aumentar en forma desmedida si logramos llegar a ellos y mostrarles los beneficios de acceder a un microcrédito que les de la oportunidad de capitalizar sus negocios y de hacerlos rentables y no solo un negocio que les de para vivir.

Esta actividad es muy fácil de lograr ya que como vimos hay un gran número de entidades dispuestas a brindar este servicio y en el afán de competitividad las instituciones encontraron nuevas formas de llevar a cabo el análisis crediticio y de medir la capacidad de pago de sus clientes. Jorge Arévalo, gerente de microcrédito del Banco Agrario dice que, en el caso del banco, se tienen asesores especializados que visitan al cliente en su actividad y miden si hay riesgo, no según su historia crediticia, sino según sus hábitos de pago en servicios. También se mide si tiene habilidad empresarial y conocimiento de la competencia, proveedores y clientes, cómo se proyecta él como empresario y para qué va a utilizar el dinero.

Según pudimos observar al microempresario de la Localidad Cuarta de San Cristóbal Sur no le gusta tratar con el funcionario impersonal de un banco que no sabe entender sus necesidades y anhelos, las entidades que se dedican a los microcréditos han trabajado en este factor llevando funcionarios al negocio y metiéndose en el rol del tendero para poder entender sus necesidades de servicio y poder evaluar efectivamente el negocio, desafortunadamente en esta localidad hay sectores críticos de violencia, drogas, y otros problemas sociales por esta razón muchas entidades interesadas en ayudar a los tenderos se han visto obstaculizadas para poder llegar a ellos, razón por la cual creemos que es labor de las autoridades competentes y de la Alcaldía Local brindar espacios de integración entre entidades que quieren ayudar al fortalecimiento de la economía a través del microcrédito y de los tenderos de la localidad que han entendido que en la vida

económica que se lleva en Colombia es necesario acceder al mercado crediticio en las condiciones que los pueda favorecer y encaminar a crear negocios con proyección.

Es importante brindar a esta población la información necesaria y oportuna para que accedan a microcréditos de forma fácil y sin mayores traumatismos, es entendible que en un comienzo la idea de pagar intereses mas altos no sea para nada atractiva, pero como vimos en el desarrollo de este escrito se debe hacer ver al microempresario que esta es la forma mas contundente de capitalizar su negocio y así poder realizar los planes que tienen de microempresas con visión.

Cuando realizamos las encuestas en San Cristóbal los tenderos nos decían que ellos “odiaban” la forma de pago a los bancos porque para ellos era de mayor facilidad pagar de acuerdo a sus ingresos diarios, esta es la gran ventaja para esta localidad en cuanto a microcréditos, aquí cada tendero escogerá su plazo de pago que oscila entre (1) una semana y (15) quince días máximo. Además de esta facilidad las entidades prestatarias harán capacitaciones a los tenderos que así lo deseen, teniendo en cuenta que este trabajo se desarrollo bajo el marco de ayudar a la alcaldía Local de San Cristóbal a recoger información de los tipos de negocios para lograr la asociatividad de estos de acuerdo a su actividad económica, no hay un mejor panorama para el encuentro entre este sistema de financiación con estas asociaciones que se deben formar en apoyo con la alcaldía local.

Seria el momento ideal para lograr la penetración del microcrédito en estos tenderos que tienen negocios desorganizados por falta de estudio (capacitación), para enseñarles como lograr un negocio rentable y competitivo que les genere los suficientes ingresos para cumplir con sus obligaciones crediticias y para ir capitalizando sus negocios de tal forma que puedan constituirse como empresas reconocidas tanto en la localidad como en la ciudad y porque no a niveles nacionales.

Si el tendero de la localidad accede al microcrédito bajo una idea clara no solo mejorara su economía sino que por consiguiente su calidad de vida también será óptima puesto que en el momento en que el tendero deja de preocuparse por como conseguir lo del diario para poder comer y darle de comer a su familia y se empieza a sentir como empresario y ver los buenos resultados tendrá los activos necesarios para vivir cómodamente y darle un mejor futuro a su familia.

Esto conlleva a disminuir en un gran porcentaje los niveles de pobreza y de delincuencia que hay hoy en día en la localidad. Si hay mayor oportunidad de trabajo automáticamente la delincuencia disminuye y realmente vale la pena luchar en este aspecto pues esta localidad es enorme en comparación con las otras de la ciudad de Bogotá y esta llena de personas con deseos de salir adelante y de mostrar que son grandes seres humanos que nos pueden enseñar muchísimo a los demás habitantes de la Ciudad.

En los anexos se encuentra la información reportada por diferentes entidades para acceder al microcrédito por los habitantes de esta localidad y de cualquier persona que lo considere necesario.

## CONCLUSIONES

El microcrédito es una herramienta de desarrollo social que debe ser utilizada en el mundo entero y en especial en aquellos países subdesarrollados donde el índice de desempleo es alto.

Nadie asegura que el dinero invertido en las pequeñas y mediana empresas y a su vez dirigido por gente de escasos recursos educativos vayan a fructificar, pero si es una oportunidad de igualdad al ser considerados como gerentes de sus propios negocios.

Los programas establecidos por el Gobierno central son amplios y están al alcance de todos los habitantes, en algunos casos por desconocimiento es que ese dinero no llegan a su destino de origen y se logran desviar a personas o entes que no los necesitan de la misma forma.

Se debe de considerar en primera instancia que los microcréditos están diseñados para crear y más aun fortalecer pequeñas economías, y no empresas de primer nivel.

Las autoridades de la zona en cabeza del alcalde de la localidad son conscientes de que la grandeza de la gente se genera desde las bases y que muchas veces es necesario apoyar no siempre con dinero o subsidios, sino con capacitación, metodologías y técnicas de trabajo que ayuden a los individuos a encontrar su propia idea de negocio y a su vez logren un beneficio lucrativo.

El acceso al crédito es un derecho y este no debe ser vulnerado por el valor adicional del dinero (interés cobrado por las instituciones) ya que “El crédito más caro es el que no se tiene”.

Existe un gran abismo entre la visión de las entidades financieras y la visión general de la comunidad independiente generadora de su propio capital de trabajo por sus actividades de comercio informal.

Cada uno de los programas independientes como el Banco Grameen son ejemplos a seguir, siempre y cuando se adecuen al entorno de la economía nacional (formal / informal) y se conozcan los donativos u otras fuentes de recursos necesarias para su aplicación.

Es necesario la inversión no solamente de tiempo, publicidad, sino de recursos monetarios en el conocimiento sobre las actividades enrutadas en el concepto de microempresa, para así clasificarlas y crear fuentes de trabajo asociados donde se genere un mejor producto de gran calidad y a un precio competitivo.

Es el mejor momento para generar encuentros por parte de las autoridades de la localidad entre los prestatarios y las entidades dedicadas a los microcréditos.

Las micro finanzas contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población de menores ingresos con limitado acceso a los servicios financieros.

## **PROPUESTA PARA CONTINUAR CON EL DESARROLLO DE LOS MICROCREDITOS**

Teniendo en cuenta la investigación realizada proponemos que esta sea divulgada a la población estudiada ( Localidad cuarta de San cristobal Sur) por parte de la universidad en un proximo proyecto pues no basta con obtener esta informacion si no se da a conocer a los directamente implicados.

De tal forma se sugiere hacer en cooperacion de la Alcaldía de la localidad una socializacion acerca de los microcreditos y la forma en que estos ayudarian al crecimiento de sus diferentes negocios.

Ademas se debe articular esfuerzos para lograr un acercamiento entre las diferentes entidades que prestan en esta modalidad (microcréditos) y los tenderos, de tal forma que ellos puedan tener la opción de escoger la que en su concepto sea benéfica para sus propósitos.

Este proceso no puede detenerse en este punto pues es importante realizar un acompañamiento y seguimiento en el proceso de implementacion de los microcréditos en la localidad comprobando los resultados ya sean como se ha planteado en este trabajo favorecedores o si por el contrario en esta localidad pudieran ser contraproducentes.

Por lo mencionado anteriormente se hace necesario que este proyecto sea acogido por parte de la Universidad para lograr resultados en un mediano plazo.

## LISTA DE REFERENCIAS.

BBC Mundo <<El Nobel de la Paz a Bangladesh>> 13 Octubre 2006.

<http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/hi/spanish/internacional/newsdid.stm> 01

noviembre 2006.

CORPORACION MUNDIAL ME LA MUJER COLOMBIA. Crédito para su progreso. [www.cmmbogota.org](http://www.cmmbogota.org).

Rodríguez Garcés Catalina. IMPACTO DE LAS MICROFINANZAS: RESULTADOS DE ALGUNOS ESTUDIOS ÉNFASIS EN EL SECTOR FINANCIERO, [catalinarodriguezgarces@yahoo.es](mailto:catalinarodriguezgarces@yahoo.es)

Avendaño Cruz Hernán. ¿ES DEMASIADO COSTOSO EL MICROREDITO EN COLOMBIA?

THE ECONOMIST. November 3. 2005. The Hidden Wealth of the Poor.

CARTERA VENCIDA DE LOS MICROREDITOS, Diario la República, Marzo 2.008, [www.larepublica.com.co](http://www.larepublica.com.co)

MICROREDITOS MAS QUE UNA MODA, El Espectador, 26 de Enero de 2.009

MAS 360.000 CREDITOS EN BANCA DE OPORTUNIDADES, Revista Dinero , 11 de Mayo 2.009

PRECREDITO CREE EN LA RENTABILIDAD DE LOS MICROREDITOS,  
Citytv, 18 de junio de 2.009

LISTADOS DE ENTIDADES, Ministerio de Comercio Exterior, 27 de julio de  
2.009

MICROREDITOS A BUSCAR LAS BASES, Revista Dinero, Junio 26 de  
2.009

MICROREDITO BASTANTE COSTOSO, Ministério de Comercio Exterior.

## ANEXOS



Encuesta

CONVENIO UNIVERSIDAD DE LA SALLE - ALCALDÍA LOCAL "SAN CRISTOBAL"

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CARACTERIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES UBICADOS EN LA LOCALIDAD CUARTA "SAN CRISTOBAL" - BOGOTÁ D.C.

**OBJETIVO:** IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y LAS EXPECTATIVAS DE LOS COMERCIANTES DE LA LOCALIDAD DE SAN CRISTOBAL, TENDIENTES A ESTABLECER LA POSIBILIDAD DE CREAR ENTRE ELLOS, UNA ASOCIACIÓN O RED DE ASOCIATIVIDAD Y UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN.

INFORMACIÓN PERSONAL DEL COMERCIANTE ENTREVISTADO

**NOMBRES**

**Y**

**APELLIDOS:**

\_\_\_\_\_ **CELULAR:**

\_\_\_\_\_ **HOMBRE** \_\_\_\_\_ **MUJER** \_\_\_\_\_ **ESTADO CIVIL:**

\_\_\_\_\_ **SOLTERO** \_\_\_\_\_ **CASADO** \_\_\_\_\_ **UNIÓN LIBRE** \_\_\_\_\_

SU EDAD ES:

MENOS DE 18 AÑOS \_\_\_\_\_ ENTRE 35.1 Y 45 \_\_\_\_\_

ENTRE: 18.1 Y 25 \_\_\_\_\_ ENTRE 45.1 Y 55 \_\_\_\_\_

ENTRE 25.1 Y 35 \_\_\_\_\_ MÁS DE 55.1 AÑOS \_\_\_\_\_

**NIVEL DE ESTUDIOS:** NINGUNA \_\_\_ PRIMARIA \_\_\_ SECUNDARIA \_\_\_  
TÉCNICA \_\_\_ UNIVERSITARIA \_\_\_

VIVE EN LA LOCALIDAD DE SAN CRISTOBAL: SI \_\_\_ NO \_\_\_

DATOS GENERALES DEL "NEGOCIO"

**TIPO DE NEGOCIO:** \_\_\_\_\_ **NOMBRE DEL**  
**NEGOCIO:** \_\_\_\_\_ **LOCALIZACIÓN:** VÍA PRINCIPAL SI  
\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**DIRECCIÓN:** \_\_\_\_\_ **BARRIO:**  
\_\_\_\_\_ **UPZ:** \_\_\_\_\_

**UBICACIÓN:** RURAL \_\_\_ URBANA: \_\_\_ **TELÉFONOS:** \_\_\_\_\_

**EMAIL:** \_\_\_\_\_

1. ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO ( EN AÑOS): \_\_\_\_\_

2. CUÁNTAS SUCURSALES: \_\_\_\_\_

3. CUÁNTAS SUCURSALES EN LA LOCALIDAD: \_\_\_\_\_

4. CUÁNTAS EN OTRA LOCALIDAD: \_\_\_\_\_

5. EL "NEGOCIO" ES DE LA FAMILIA: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

6. CUÁNTAS PERSONAS TRABAJAN EN EL NEGOCIO:

FAMILIA \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

TOTAL \_\_\_\_\_

7. CUÁL ES LA FORMA DE PAGO A SUS TRABAJADORES:

DIARIAMENTE \_\_\_\_\_

CADA 8 DÍAS \_\_\_\_\_

CADA 15 DÍAS \_\_\_\_\_

CADA 30 DÍAS \_\_\_\_\_

OTRA FORMA \_\_\_\_\_

CUÁL: \_\_\_\_\_

INFORMACIÓN SOBRE EL LOCAL, SU FUNCIONAMIENTO, LOS PRODUCTOS, LAS VENTAS, LOS PROVEEDORES, LOS PRECIOS

8. EL LOCAL ES:

PROPIO \_\_\_\_\_

ARRENDADO \_\_\_\_\_

9. EL LOCAL ESTA DENTRO DE LAS INSTALACIONES DE LA VIVIENDA SI

\_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

10. SEÑALE LOS SERVICIOS PÚBLICOS CON LOS QUE CUENTA SU LOCAL:

AGUA \_\_\_\_\_

ENERGÍA ELÉCTRICA \_\_\_\_\_

TELÉFONO \_\_\_\_\_

GAS \_\_\_\_\_

11. EL LOCAL ESTÁ ABIERTO:

TODOS LOS DÍAS (L – L) \_\_\_\_\_

LUNES A VIERNES \_\_\_\_\_

FIN DE SEMANA (V –S –D) \_\_\_\_\_

OTRO \_\_\_\_\_ CUÁL: \_\_\_\_\_

12. ¿CUANTAS HORAS TIENE ABIERTO SU LOCAL? Y ¿CUAL ES LA JORNADA?:

1 A 4 HORAS DIARIAS \_\_\_\_\_

5 A 8 HORAS DIARIAS \_\_\_\_\_

9 A 12 HORAS DIARIAS \_\_\_\_\_

MÁS DE 12 \_\_\_\_\_

MAÑANA \_\_\_\_\_

TARDE \_\_\_\_\_

NOCHE \_\_\_\_\_

TODO EL DÍA \_\_\_\_\_

24 HORAS \_\_\_\_\_

13. EL VALOR DE LOS ACTIVOS TOTALES ES:

MENOR A \$500.000 \_\_\_\_\_

ENTRE \$500.001 Y \$1.000.000 \_\_\_\_\_

ENTRE \$1'000.001 Y \$ 2'500.000 \_\_\_\_\_

ENTRE \$2'500.001 Y \$4'500.000 \_\_\_\_\_

ENTRE \$4'500.001 Y \$ 10'500.000 \_\_\_\_\_

MÁS DE \$10'500.001 \_\_\_\_\_

14. LOS ARTÍCULOS QUE USTED VENDE, LOS FABRICA: SI \_\_\_\_\_ NO

\_\_\_\_\_

CUÁLES:

\_\_\_\_\_

15. LOS ARTÍCULOS QUE USTED VENDE, SON ADQUIRIDOS:

A DIARIO \_\_\_\_\_

SEMANAL \_\_\_\_\_

QUINCENAL: \_\_\_\_\_

OTRO \_\_\_\_ CUÁL: \_\_\_\_\_

16. LOS PRODUCTOS LOS ADQUIERE A TRAVÉS DE:

a. MAYORISTAS

b. DISTRIBUIDORES

c. SUPERMERCADOS Y/O GRANDES SUPERFICIES

d. OTROS: \_\_\_\_ CUÁLES \_\_\_\_\_

17. SUS PROVEEDORES ESTÁN UBICADOS:

EN LA LOCALIDAD \_\_\_\_\_

EN OTRA LOCALIDAD DE BOGOTÁ \_\_\_\_\_

FUERA DE BOGOTÁ \_\_\_\_\_

18. CUÁNTOS PROVEEDORES TIENE? \_\_\_\_\_

19. SUS PROVEEDORES LE OTORGAN CRÉDITO: SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

a. HASTA 30 días \_\_\_\_\_

b. DESDE 31 A 60 días \_\_\_\_\_

c. DESDE 61 A 90 días \_\_\_\_\_

20. SI NECESITARA CRÉDITO DE SUS PROVEEDORES, CUÁL SERÍA EL TIEMPO QUE SOLICITARÍA?:

a. HASTA 30 días \_\_\_\_\_

b. DESDE 31 A 60 días \_\_\_\_\_

c. DESDE 61 A 90 días \_\_\_\_\_

21. CUANDO USTED HACE UN PEDIDO, SUS PROVEEDORES GENERALMENTE, SE LO ENTREGAN:

EL MISMO DÍA \_\_\_\_\_

ENTRE 2 Y 5 DÍAS \_\_\_\_\_

MÁS DE 6 DÍAS \_\_\_\_\_

22. LOS PRECIOS DE SUS PRODUCTOS, LOS FIJA:

DE ACUERDO CON LA COMPETENCIA \_\_\_\_\_

PRECIOS DEL MERCADO \_\_\_\_\_

APLICANDO UN PORCENTAJE \_\_\_\_\_

CUÁL \_\_\_\_\_

23. LOS PRECIOS EN SU NEGOCIO SON:

MÁS O MENOS IGUALES A LOS DE SUS COMPETIDORES \_\_\_\_\_

MÁS ALTOS \_\_\_\_\_

MÁS BAJOS \_\_\_\_\_

NO SABE \_\_\_\_\_

24. NECESITA EN SU NEGOCIO UN SITIO ESPECIAL PARA ALMACENAR  
LOS PRODUCTOS?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_POR \_\_\_\_\_ QUE?

\_\_\_\_\_

25. EL NO TENER UN SITIO ESPECIAL PARA ALMACENAR SUS  
PRODUCTOS, LE HA IMPEDIDO VENDER MÁS?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

26. CONTROLA LOS INVENTARIOS DE SUS PRODUCTOS? SI \_\_\_\_\_ NO

\_\_\_\_\_

27. "LLEVA" CONTABILIDAD? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ POR QUÉ?

\_\_\_\_\_

28. LOS CLIENTES SON:

SIEMPRE LOS MISMOS \_\_\_\_\_

NO SIEMPRE LOS MISMOS \_\_\_\_\_

CAMBIAN PERMANENTEMENTE \_\_\_\_\_ POR  
QUÉ: \_\_\_\_\_

29. LE FÍA A SUS CLIENTES: SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ POR QUÉ:

\_\_\_\_\_

30. CUANDO LES FÍA, ELLOS LE PAGAN CADA:

8 DÍAS \_\_\_\_\_

15 DÍAS \_\_\_\_\_

30 DÍAS \_\_\_\_\_

OTRO PERÍODO DE TIEMPO \_\_\_\_\_

CUÁL: \_\_\_\_\_

31. LAS METAS DE VENTAS SON:

DIARIAS \_\_\_\_\_

SEMANALES \_\_\_\_\_

QUINCENALES \_\_\_\_\_

MENSUALES \_\_\_\_\_

OTRAS \_\_\_\_\_

CUÁLES \_\_\_\_\_

32. UTILIZA ESTRATEGIAS PARA:

VENDER MÁS \_\_\_\_\_

CUMPLIR LAS METAS DE VENTAS \_\_\_\_\_

CONTROLAR LOS GASTOS \_\_\_\_\_

O, NO NECESITA ESTRATEGIAS \_\_\_\_\_

33. UTILIZA ESTRATEGIAS PARA DIFERENCIARSE DE SU COMPETIDOR?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

CUALES

? \_\_\_\_\_

34. PERTENECE A ALGUNA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES: SI \_\_\_

NO \_\_\_ POR QUÉ: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

35. LE GUSTARÍA ASOCIARSE CON COMERCIANTES QUE TIENEN EL MISMO TIPO NEGOCIO:

SI \_\_\_\_\_ POR QUÉ?

\_\_\_\_\_

—

NO \_\_\_\_\_ POR  
QUÉ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

36. PARA USTED, ASOCIARSE, SIGNIFICA:

- a. LA OPORTUNIDAD DE COMPRAR MÁS BARATO \_\_\_\_\_
- b. TENER UN SITIO ADECUADO Y SEGURO PARA ALMACENAR LOS PRODUCTOS \_\_\_\_\_
- c. OBTENER CRÉDITO PARA PAGAR LO ADQUIRIDO CON INTERESES MÁS BAJOS \_\_\_\_\_
- d. PRODUCIR MÁS PARA VENDER MÁS \_\_\_\_\_
- e. AMPLIAR EL NÚMERO DE CLIENTES \_\_\_\_\_
- f. TODAS LAS ANTERIORES \_\_\_\_\_

37. EL ASOCIARSE CONLLEVA A CAPACITARSE. ¿EN QUÉ LE GUSTARÍA:

CONTABILIDAD \_\_\_\_\_

VENTAS \_\_\_\_\_

PRODUCCIÓN \_\_\_\_\_

MANEJO DEL PERSONAL \_\_\_\_\_

COMPUTADORES \_\_\_\_\_

FUENTES DE FINANCIACIÓN \_\_\_\_\_

OTRAS \_\_\_\_\_

CUÁLES? \_\_\_\_\_

38. CONSIDERA QUE SI SE ASOCIA, DEBERÍA ESTAR “EN CABEZA” DE:

ALCALDÍA \_\_\_\_\_

PARROQUIA \_\_\_\_\_

JUNTA DE ACCIÓN COMUNAL \_\_\_\_\_

COMITÉ CÍVICO \_\_\_\_\_

GREMIO DE COMERCIANTES \_\_\_\_\_

GRUPO POLÍTICO \_\_\_\_\_

OTRO(S) \_\_\_\_\_

CUÁL(ES)? \_\_\_\_\_

39. EL ASOCIARSE CONTRIBUYE A:

a. SER LEAL CON LA COMPETENCIA \_\_\_\_\_

b. RESPETAR LOS ACUERDOS \_\_\_\_\_

c. SOLIDARIZARSE CON LOS COMPETIDORES \_\_\_\_\_

d. DESARROLLAR ACTIVIDADES U OBRAS COMUNITARIAS  
CONJUNTAS \_\_\_\_\_

e. TODAS LAS ANTERIORES \_\_\_\_\_

GRACIAS POR LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA

ENTREVISTADOR:

\_\_\_\_\_

TELÉFONO(S): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

## OFERTAS DE MICROCRÉDITOS

Bancamia.

<b>FORMATO DE INFORMACIÓN DE MICROCRÉDITO</b>													
¿Hacia quién va dirigido específicamente el crédito?	Nuestros productos y servicios están dirigidos a la población de más bajos ingresos de Colombia.  Nuestros clientes son hombres y mujeres microempresarios que con sus negocios generan un alto porcentaje del empleo en Colombia y respaldan el crédito con su negocio.												
¿Cuáles son los montos que prestan?	Desde \$ 350.000 hasta \$49 millones												
¿Cuáles son los plazos de los créditos?	De 6 a 36 meses, líneas especiales hasta 60 meses												
¿Cuáles son los requisitos para acceder al crédito?  a) Condiciones que debe cumplir el beneficiario  b) Documentos requeridos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser mayor de edad y tener cédula.</li> <li>• Ser el propietario del negocio.</li> <li>• Antigüedad mínima de 10 meses con el negocio y de 6 meses en el sitio de ubicación.</li> <li>• Estar ubicado (negocio y vivienda) dentro del área de cobertura.</li> <li>• No es requisito tener Certificado de Cámara de Comercio</li> </ul>												
¿Cuál es el costo del crédito?  a) Tasa de Interés  b) Otros costos	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Modalidad de crédito</th> <th style="text-align: center;">Mensual</th> <th style="text-align: center;">Nominal</th> <th style="text-align: center;">Tasa e.a.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cartera de microcrédito</td> <td style="text-align: center;">2.4642%</td> <td style="text-align: center;">29.5700%</td> <td style="text-align: center;"><b>33.9258%</b></td> </tr> <tr> <td>Cartera comercial</td> <td style="text-align: center;">2.0771%</td> <td style="text-align: center;">24.9252%</td> <td style="text-align: center;"><b>27.9793%</b></td> </tr> </tbody> </table>	Modalidad de crédito	Mensual	Nominal	Tasa e.a.	Cartera de microcrédito	2.4642%	29.5700%	<b>33.9258%</b>	Cartera comercial	2.0771%	24.9252%	<b>27.9793%</b>
Modalidad de crédito	Mensual	Nominal	Tasa e.a.										
Cartera de microcrédito	2.4642%	29.5700%	<b>33.9258%</b>										
Cartera comercial	2.0771%	24.9252%	<b>27.9793%</b>										

¿Qué tipo de acompañamiento suministran al receptor del crédito?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Relación personalizada y de largo plazo con los clientes.</li> <li>2. Visita domiciliaria y negocio.</li> <li>3. Recurso humano con competencia y vocación de servicio.</li> <li>4. Metodología de microfinanzas (colocación y recaudo) apoyada en una tecnología de última generación.</li> <li>5. Software de Cartera diseñado específicamente para el grupo Meta de atención.</li> <li>6. Requisitos flexibles.</li> <li>7. Información operacional en tiempo real.</li> <li>8. Seguimiento a la cartera vencida &gt; 1 día.</li> <li>9. Rapidez en el desembolso.</li> </ol>
¿Cuál es la persona de contacto para información?	Call Center Bancamía
a) Teléfono	Línea Nacional: 018000 126 100 / Línea Bogotá: 307 70 21 / Línea Medellín: 444 60 22
b) Dirección	Cr 9 # 86 – 25, Bogotá.
c) E-mail	<a href="mailto:Servicioalcliente@bancamia.com.co">Servicioalcliente@bancamia.com.co</a> // <a href="http://www.bancamia.com.co">www.bancamia.com.co</a>

Este formato puede ser solicitado vía correo electrónico a [lverderama@mincomercio.gov.co](mailto:lverderama@mincomercio.gov.co)

## Microcrédito Banco Agrario

¿Hacia a quien va dirigido específicamente el crédito?	El crédito esta dirigido específicamente hacia madres cabeza de familia que residan en estratos 1 y 2 de igual forma para personas naturales con negocios puestas en marcha con mínimo 12 meses de operación como microempresario en la actividad a financiar y seis meses local si atiende a publico.									
¿Cuales son los montos?	Los montos que se desembolsan a Madre cabeza de familia van desde \$ 550.000 hasta \$ 2.000.000 m/CTE y el monto para personal natural microempresaria están contemplados desde 1SMLV hasta 25 SMLV.									
¿Cuales son los plazos de los créditos?	<p>Según la experiencia como microempresario se definirá el plazo máximo de aprobación de las operaciones por lo que en ningún caso el plazo del crédito podrá superar el 70% del tiempo de operación en dicha actividad.</p> <p>Además de acuerdo a la colocación del crédito los límites a aplicar serán los siguientes:</p> <table border="1" data-bbox="659 852 1284 1031"> <thead> <tr> <th data-bbox="659 852 883 911">Línea de crédito</th> <th data-bbox="883 852 1073 911">Capital de trabajo</th> <th data-bbox="1073 852 1284 911">Inversión</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="659 911 883 970">Fortalecimiento</td> <td data-bbox="883 911 1073 970">De 3 hasta 24 meses</td> <td data-bbox="1073 911 1284 970">De 3 hasta 36 meses</td> </tr> <tr> <td data-bbox="659 970 883 1031">Madre Cabeza de Familia</td> <td data-bbox="883 970 1073 1031">De 3 hasta 12 meses</td> <td data-bbox="1073 970 1284 1031">De 3 hasta 24 meses</td> </tr> </tbody> </table>	Línea de crédito	Capital de trabajo	Inversión	Fortalecimiento	De 3 hasta 24 meses	De 3 hasta 36 meses	Madre Cabeza de Familia	De 3 hasta 12 meses	De 3 hasta 24 meses
Línea de crédito	Capital de trabajo	Inversión								
Fortalecimiento	De 3 hasta 24 meses	De 3 hasta 36 meses								
Madre Cabeza de Familia	De 3 hasta 12 meses	De 3 hasta 24 meses								

¿Cuales son los requisitos para acceder al crédito?	<p align="center"><b>a) Condiciones que debe cumplir el beneficiario</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas Naturales</li> <li>• Edad de 18 a 70 años de edad</li> <li>• Negocio propio</li> <li>• Tiempo de operación en la actividad a financiar como microempresario mayor a 12 meses</li> <li>• En caso de clientes nuevos, ya vinculados con otras entidades, se podrán atender clientes que tengan créditos vigentes hasta de dos (2) entidades en calidad de deudor principal. (No se incluye el sector real ni tarjetas de crédito).</li> </ul> <p align="center"><b>b) Documentos Requeridos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotocopia del documento de identidad ampliada al 150%</li> <li>• Autorización consulta a las centrales de riesgo CIFIN</li> </ul>
---	---

¿Cual es el costo del crédito?	<p style="text-align: center;"><b>a) Tasas de interés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mujer madre Cabeza de Familia DTF + 6 % T.A</li> <li>• Microcredito 33.91% E.A</li> </ul>
--------------------------------	--

	<p style="text-align: center;"><b>b) Otros costos</b></p> <p>Cualquier línea de crédito que se coloque estará regida bajo unos descuentos efectuados como lo son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobro de comisión MIPYIME ( Ley 90del 2000 y resolución No 01 del 26 de Abril de 2007)</li> <li>• Comisión FNG</li> <li>• Consulta CIFIN: Únicamente a los aprobados se debita el valor correspondiente del crédito al momento del desembolso.</li> </ul>
¿Que tipo de acompañamiento suministran al receptor del crédito?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría Financiera para el trámite inicial.</li> <li>• Seguimiento durante la vigencia del crédito, orientando al cliente en la importancia de mantener al día la obligación. al crédito desembolsado</li> </ul>
¿Cual es la información de contacto para la información?	<p>Jorge Enrique Arévalo Cáceres</p>
a) Teléfono	<p>091 3426863</p>

b) Dirección	<p>Cra 8 # 15 – 73 piso 3</p>
c) E-mail	<p><a href="mailto:Jorge.arevalo@bancoagrario.gov.co">Jorge.arevalo@bancoagrario.gov.co</a></p>

## Microcrédito Colmena BCSC

<b>FORMATO DE INFORMACION DE MICROREDITO</b>	
Hacia quién vá dirigido específicamente el crédito?	Personas naturales independientes que perciben sus ingresos del desarrollo de unidades de negocio pequeñas, que cuentan con sitio fijo y pertenecen a sectores como Industria, comercio y servicios.
cuáles son los montos que prestan?	Monto mínimo \$750.000 hasta 25 SMLV
Cuáles son los plazos de los créditos?	Los plazos de los créditos van de 6 a 36 meses, de acuerdo con la necesidad productiva a satisfacer
Cuáles son los requisitos para acceder al crédito?  a) Condiciones que debe cumplir el beneficiario.  b) Documentos requeridos.	<p>* Edad entre 20 y 70 años</p> <p>*Antigüedad en el desarrollo de la actividad mínima de 12 meses</p> <p>*Si tiene experiencia financiera haber atendido sus obligaciones oportunamente</p> <p>*Estar ubicado en plazas con presencia del Banco Caja Social BCSC</p> <p>*Documento de identificación.</p> <p>*Los documentos adicionales, serán construidos con el asesor del Banco, a partir de la realidad del negocio del empresario</p> <p>*Si tiene ingresos adicionales por otra actividad, se requiere soportes</p>
Cuál es el costo del crédito? a) Tasa de interés. b) Otros costos.	<p>La tasa de interés del 33.9%</p> <p>Comisión Mipyme dependiendo del valor del desembolso del crédito.</p>
Qué tipo de acompañamiento suministran al receptor del crédito?	<p>* Asesoría en la solicitud del crédito. Para tales efectos el asesor del Banco visita al cliente y en su negocio le ayuda a construir la información que requiere para soportar la solicitud , acorde con las posibilidades reales del negocio.</p> <p>* Acompañamiento durante todo el ciclo, desde la solicitud hasta la finalización del pago de la operación.</p>

<b>Cuál es la persona de contacto para información?</b>	El cliente se puede dirigir a cualquiera de las oficinas del Banco Caja Social BCSC. A continuación se anexa la información de las principales oficinas en cada ciudad
a) Oficina	CIUDAD: BOGOTA OFICINA : BOSA
b) Teléfono	7-757429
c) Dirección.	CALLE 60A SUR No. 85 - 05
a) Oficina	CIUDAD: BOGOTA OFICINA : ESTRADA
b) Teléfono	3290566- 3290570
c) Dirección.	Avna. Calle 72 No. 68 G-80
a) Oficina	CIUDAD: BOGOTA OFICINA : GAITANA
b) Teléfono	6-974228
c) Dirección.	CALLE 139 No. 112 - 12/16
a) Oficina	CIUDAD: BOGOTA OFICINA : PATIO BONITO

## Microcrédito Latinoamérica

### INFORMACIÓN DE MICROCRÉDITO

1. Los créditos de Oportunidad Latinoamérica Colombia están dirigidos a la población
2. vulnerable de estratos 0, 1 y 2 en condición de desplazamiento, discapacitados, mujeres cabeza de familia, entre otras, atendiendo en el 90% a mujeres. Atendemos actualmente en las ciudades de Bogotá, Villavicencio y Medellín.
3. Los montos que se prestan empieza desde \$300.000 y va incrementándose, según su comportamiento de pago, en renovaciones con el 40% adicional, a través de grupos de confianza de 28 personas
4. Los plazos de los créditos son de 4 a 6 meses
5. Los requisitos para acceder al crédito son: Tener un negocio con no menos 6 meses de antigüedad, no estar reportado negativamente en centrales de riesgo, pertenecer a un Grupo de Confianza entre los cuales deben conocerse certificado entre ellos de manera escrita, ser mayor de edad.
6. Los costos del crédito son la tasa de interés de microcrédito certificada por la Superfinanciera, comisión MIPYME, Seguro Vida-Deudores y consulta a Centrales de Riesgo
7. El acompañamiento que se efectúan a los créditos son capacitaciones semanales donde se les apoya y enseñan administración de negocios, capacitaciones sociales, entre otras así como también el seguimiento de la obligación.

#### 8. Personas de Contacto:

a) Luis Carlos Jaramillo Muriel Director Ejecutivo [director@olc.org.co](mailto:director@olc.org.co)

b) Nelson García Reyes Director Comercial [dioperativo@olc.org.co](mailto:dioperativo@olc.org.co)

c) Álvaro Martínez Varela Director de Control Financiero  
y Riesgo [dirfinanciero@olc.org.co](mailto:dirfinanciero@olc.org.co)

Oportunidad Latinoamérica Colombia Teléfono: 2787700

Dirección: Cra.22 No. 15-28 Sur

#### Álvaro Martínez Varela

Director de Control Financiero y Riesgo

Cra. 22 No.15-24 Sur

Teléfono: 2787700 Ext.110



## Microcrédito Vida y Futuro

<b>FORMATO DE INFORMACIÓN DE MICROCRÉDITO</b>	
¿Hacia quién va dirigido específicamente el crédito?	Empresarios de la micro y pequeña empresa principalmente estratos 1,2 y 3
¿Cuáles son los montos que prestan?	Entre 1 y 25 SMMLV
¿Cuáles son los plazos de los créditos?	Hasta 36 Meses
¿Cuáles son los requisitos para acceder al crédito? a) Condiciones que debe cumplir el beneficiario b) Documentos requeridos	a) Ser mayor de edad, Ser propietario de una microempresa, con mínimo 12 meses de funcionamiento y estar ubicado en la zona de influencia b) Solicitud de microcrédito, fotocopia de la cédula, Otros documentos para la evaluación crediticia (ultima factura cancelada de servicios públicos)
¿Cuál es el costo del crédito? a) Tasa de interés b) Otros costos	a) Tasa certificada por la Superfinanciera para microcrédito b) Comisión mipyme
¿Qué tipo de acompañamiento suministran al receptor del crédito?	Seguimiento a la inversión Fortalecimiento microempresarial Oportunidades comerciales
¿Cuál es la persona de contacto para información?	Gloria Stella Tobón Henao
a) Teléfono	(6)334 49 07 – (6)334 49 18
b) Dirección	Carrera 9 Calles 16 y 17 Local 1, Centro Cultural Lucy Tejada, Pereira, Risaralda
c) E-mail	creditoparasunegocio@vidayfuturo.org