

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE CRÉDITO POR
CONTACTAR EN EL MUNICIPIO DE MOCOA PUTUMAYO
A 31 DE MAYO DE 2011

RUBÉN DARÍO DÍAZ GARZÓN

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO
2011

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE CRÉDITO POR
CONTACTAR EN EL MUNICIPIO DE MOCOA PUTUMAYO
A 31 DE MAYO DE 2011

RUBÉN DARÍO DÍAZ GARZÓN

Trabajo de grado para optar al título de
Economista

Director:
FELIPE SANTIAGO CALDERÓN
Economista.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA
SAN JUAN DE PASTO
2011

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado son responsabilidad exclusiva del autor”

Artículo 1º del acuerdo N° 234 de Octubre 11 de 1966, emanada del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, 9 de diciembre de 2011

A Dios.
Porque dedicándose a Él...
Lo dedico a todo el mundo.

AGRADECIMIENTOS

El autor expresa sus agradecimientos a:

Mi madre Rosalbina y mi padre Luis Gonzalo, por incommensurable dedicación en mi formación como ser humano.

Dra. Gloria Lucia Bustos Chaves, Directora ejecutiva de Contactar por su confianza y apoyo para la realización de este proyecto.

Dr. Cesar Gregorio Arroyo Eraso, por su confianza depositada en mi capacidad y actitud para el trabajo.

Bernardo Javier Ruano, por acogerme en su círculo de amigos.

Felipe Santiago Calderón, por sus oportunas y acertadas observaciones.

RESUMEN

Este documento contiene el informe de una investigación que se realizó, con el propósito de establecer las características de la población, objeto de crédito por Contactar, en el municipio de Mocoa que fue atendida desde el 31 de mayo de 2010 hasta el 31 de mayo de 2011.

Los resultados arrojaron la información necesaria para construir la línea base que le debe servir a la institución para estudios posteriores. La validez de la investigación está soportada en que se siguieron todos los pasos sugeridos en el método de investigación empírica; es decir se realizó un proyecto, debidamente formulado y se ejecutó el trabajo de campo ceñidos a lo previamente programado.

El lector podrá enterarse de las características socioeconómicas de la población objeto de crédito por Contactar en el municipio de Mocoa para el tiempo referenciado y dispondrá de gráficos, cuadros y análisis que le pueden contribuir a la explicación de los fenómenos identificados.

ABSTRACT

This document contains the report of an investigation that was conducted for the purpose of establishing the characteristics of the population, credit Contact object in the municipality of mucus that was served from May 31, 2010 until May 31 2011.

The results yielded the information needed to build the baseline that he should serve the institution for further studies. The validity of the research is supported in that all the steps suggested in the empirical research method, a project, properly formulated and implemented the tight field work than previously scheduled.

The reader will learn about the socioeconomic characteristics of the population to credit for Contact in the town of Mocoa the time referenced and have graphs, charts and analysis that can contribute to the explanation of the phenomena identified.

CONTENIDO

	Pag.
INTRODUCCIÓN	
1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.1. TEMA.....	15
1.2. TÍTULO.....	15
1.3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	15
1.3.1. Antecedentes.....	15
1.3.2. Situación actual.....	18
1.3.3. Formulación del problema.....	21
1.3.3.1. Pregunta general.....	21
1.3.3.2. Preguntas específicas.....	21
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	21
1.5. OBJETIVOS.....	22
1.5.1. Objetivo general.....	22
1.5.2. Objetivos específicos.....	22
2. MARCO DE REFERENCIA.....	23
2.1 MARCO TEÓRICO.....	23
2.1.1. Joseph A. Schumpeter.....	24
2.1.2. Ronald Mackinnon y Edward Shaw.....	25
2.1.3. Muhammad Yunus.....	27
2.2. MARCO CONTEXTUAL.....	30
2.3. MARCO LEGAL.....	34
2.4. MARCO CONCEPTUAL.....	34
3. METODOLOGÍA.....	37
3.1. TIPO DE ESTUDIO.....	37
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	37
3.3. DISEÑO DE PROCEDIMIENTOS Y MÉTODOS.....	38
3.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	39
4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	40
4.1. POBLACIÓN TOTAL CON CRÉDITO EN CONTACTAR.....	40
4.2. GENERO.....	40
4.3. EDAD.....	41
4.4. ESTRATO SOCIOECONÓMICO.....	42
4.5. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	42
4.6. NIVEL DE EDUCACIÓN.....	43
4.7. ESTADO CIVIL.....	44
4.8. PERSONAS A CARGO.....	44
4.9. NUMERO DE HIJOS.....	45

4.10.	ETNIA.....	46
4.11.	RÉGIMEN DE SALUD.....	46
4.12.	TIPO DE VIVIENDA.....	48
4.13.	TIPO DE DATACREDITO.....	48
4.14.	ACTIVIDADES ECONÓMICAS DESARROLLADAS.....	49
4.15.	NUMERO DE EMPLEADOS.....	50
4.16.	CRÉDITO CON OTRAS ENTIDADES.....	51
5.	ENTORNO FINANCIERO.....	53
5.1.	ACTIVOS.....	53
5.2.	PASIVOS.....	54
5.3.	PATRIMONIO.....	55
5.4.	VENTAS.....	56
5.5.	INGRESOS.....	57
5.6.	COMPOSICIÓN DEL INGRESO.....	58
5.7.	GASTOS.....	69
6.	GENERALIDADES DEL CRÉDITO.....	62
6.1.	MONTO SOLICITADO.....	62
6.2.	PLAZO.....	64
6.3.	FORMA DE PAGO.....	65
6.4.	TIPO DE GARANTÍA.....	65
6.5.	TIPO DE CRÉDITO.....	66
6.6.	DESTINO DEL CRÉDITO.....	67
6.7.	EFFECTOS ESPERADOS DEL CRÉDITO.....	67
6.8.	DESTINO REALIZADO DEL CRÉDITO.....	68
7.	RETORNO DEL CRÉDITO.....	70
7.1.	DÍAS DE MORA ACUMULADA.....	70
7.2.	CALIFICACIÓN DEL MANEJO DEL CRÉDITO.....	71
8.	PERCEPCIÓN DEL SERVICIO.....	73
8.1.	CALIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	73
8.2.	PROCESO DE CRÉDITO.....	73
8.3.	PRODUCTOS O SERVICIOS CONOCIDOS.....	74
8.4.	CRÉDITO Y CONDICIÓN ECONÓMICA.....	75
8.5.	RECURRENCIA AL CRÉDITO INFORMAL.....	76
	CONCLUSIONES.....	77
	RECOMENDACIONES.....	80
	BIBLIOGRAFÍA.....	82
		83
	ANEXO.....	83

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 01: Genero.....	41
Grafica 02: Edad.....	42
Grafica 03: Estrato socioeconómico.....	43
Grafica 04: Ubicación geográfica.....	44
Grafica 05: Nivel de educación.....	44
Grafica 06: Estado civil.....	45
Grafica 07: Personas a cargo.....	46
Grafica 08. Número de hijos.....	46
Grafica 09: Etnia.....	46
Grafica 10: Régimen de salud.....	47
Grafica 11: Entidad promotora de salud.....	48
Grafica 12: Tipo de vivienda.....	49
Grafica 13: Tipo de data crédito.....	50
Grafica 14: Numero de empleados.....	52
Grafica 15: Crédito con otra entidad.....	53
Grafica 16: Nivel de activos.....	54
Grafica 17: Nivel de pasivos.....	54
Grafica 18: Relación de activos frente a pasivos.....	55
Grafica 19: Nivel de patrimonio.....	56
Grafica 20: Nivel de ventas mensuales.....	57
Grafica 21: Nivel de ingreso mensual.....	58
Grafica 22: Composición del ingreso.....	59
Grafica 23: Nivel de gasto.....	60
Grafica 24: Constitución del gasto.....	61
Grafica 25: Relación ingreso mensual y gasto mensual.....	61
Grafica 26: Recursos solicitados y monto de crédito aprobado...	63
Grafica 27: Relación monto solicitado y aprobado.....	64
Grafica 28: Plazo del crédito.....	64
Grafica 29: Forma de pago.....	65
Grafica 30: Tipo de garantía.....	66
Grafica 31: Tipo de crédito.....	66
Grafica 32: Destino del crédito.....	67
Grafica 33: Efectos esperados del crédito.....	67
Grafica 34: Otros efectos esperados del crédito.....	68
Grafica 35: Destino de la inversión.....	68
Grafica 36: Días de mora acumulada.....	69
Grafica 37: Días de mora promedio.....	70

Grafica 38: Calificación del comportamiento de pago.....	71
Grafica 39: Motivo de atraso.....	71
Grafica 40: Calificación en la prestación del servicio.....	72
Grafica 41: Desarrollo del proceso de crédito.....	73
Grafica 42: Posibles temas de capacitación.....	73
Grafica 43: Crédito y su efecto sobre a condición económica.....	74
Grafica 44: Crédito informal.....	75

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01: Bancarización total nacional – Personas.....	17
Tabla 02: Putumayo - Personas con acceso a productos Financieros.....	18
Tabla 03: Distribución de clientes por rango de edad y genero....	43
Tabla 04: Clientes encuestados por sector económico.....	51
Tabla 05: Estadísticos para activos.....	54
Tabla 06: Estadísticos para pasivos.....	55
Tabla 07: Estadísticos para patrimonio.....	57
Tabla 08: Estadísticos para ingreso mensual.....	58
Tabla 09: Estadísticos para monto solicitado.....	62
Tabla 10: Estadísticos para monto aprobado.....	63
Tabla 11: Parámetros de calificación.....	70

INTRODUCCIÓN

El presente documento es el informe de un proyecto de investigación, y como tal, contiene los elementos tradicionales de su esquema.

Esta investigación se encaminó a identificar las características de la población que aspira a ser sujeto de crédito por la CORPORACION NARIÑO EMPRESA Y FUTURO – CONTACTAR –,¹ en el municipio de Mocoa (Putumayo) para el año 2011.

La fuente de la información son los formularios de solicitud crediticia, que reposan en la entidad, además de encuestas realizadas a la muestra representativa de los clientes. De dicha información se pretende establecer la línea base.

Este informe de investigación comprende, en primera instancia: un análisis demográfico formal de los clientes; que son las personas a quienes después de realizar la solicitud de crédito, y la posterior análisis realizado por el asesor de crédito que realiza una visita personal al negocio y a la vivienda del solicitante, determina que el crédito es viable con la aprobación del comité de crédito y así el solicitante obtiene el crédito, inicia una relación comercial con la entidad y se convierte en cliente de esta. Dentro de los formularios del crédito se encuentra consignada la información básica del cliente de las cuales se tomó como referencia la ubicación geográfica, la edad, el género, estado civil, régimen de salud, número de hijos, nivel de educación, estrato socioeconómico tipo de vivienda; que es la información básica que CONTACTAR solicita a cada uno de los clientes.

También se analiza la información financiera básica en la cual se tuvo en cuenta: datos relacionados con tipo de historial crediticio, actividad económica financiada, otras actividades económicas diferentes a la financiada, número de empleados que utiliza en el negocio, nivel de activos y pasivos del negocio.

En la misma dirección se analiza la información financiera para lo cual se tomó como referencia: Ingresos principales, ingresos generados por otras actividades, ingresos del conyugue, nivel de endeudamiento, recursos que se destinan mensualmente a solventar necesidades tales como, alimentación, servicios públicos, educación, salud y gastos financieros.

Por último se realiza un análisis de las características del crédito como tal, para lo cual se tiene en cuenta aspectos como monto solicitado por cada cliente, monto aprobado por CONTACTAR, plazo, tipo de garantía y destino de los recursos del crédito grado de morosidad además de un análisis en cuanto a la percepción de

¹ En adelante CONTACTAR oficina de Mocoa Putumayo

los beneficios logrados con la inversión, la calificación que le da al servicio prestado y las expectativas de capacitación.

Con este estudio se pretende obtener la información necesaria de las condiciones socioeconómicas y, establecer así, una línea de base que informe sobre el perfil de los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa para el año 2011.

1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACION.

1.1. TEMA: MICROCRÉDITO

El microcrédito es un conjunto de operaciones activas de crédito otorgado a microempresas cuyo saldo de endeudamiento con la respectiva entidad no supere veinticinco (25) salarios mínimos legales mensuales vigentes, asignados como recursos de capital en dinero efectivo con destino a las microempresas, cuya devolución se hace bajo las políticas legales generales de crédito, como el incremento de una tasa por el monto y tiempo solicitados y que se paga en cuotas periódicas fijas.

1.2. TITULO

CARACTERIZACION DE LA POBLACION SUJETO DE CREDITO POR CONTACTAR EN EL MUNICIPIO DE MOCOA PUTUMAYO 2011.

1.3. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

1.3.1. Antecedentes: CONTACTAR, CORPORACIÓN NARIÑO EMPRESA Y FUTURO, es una asociación civil, de participación mixta, sin ánimo de lucro, regida por el derecho privado, con personería jurídica mediante resolución No. 1249 del 18 Septiembre de 1991.

Sus fundadores son: Corponariño – la corporación técnica alemana GTZ, Fundación Social, Artesanías de Colombia y Corfas.

La Junta Directiva está conformada por Corponariño, Sena, Sedecom y dos representantes del sector empresarial.²

CONTACTAR es una empresa dedicada al ofrecimiento de servicios microfinancieros a poblaciones de la base de la pirámide socioeconómica, prioritariamente del área rural de tal manera que contribuya a reducir la pobreza y mejorar las condiciones de vida. Dentro de los servicios financieros se encuentra principalmente el ofrecimiento de microcrédito individual, además de microcrédito en Metodología grupal entre las que se encuentra el microcrédito solidario asociativo y los bancos comunales.

² CONTACTAR, Quienes somos, Disponible en:www.contactar-pasto.org/site/es/quienes-somos.html; Consultado el 8 de agosto de 2011.

La misión de contactar es: Prestamos servicios microfinancieros inclusivos e integrales con calidad, calidez, responsabilidad social y ambiental, a poblaciones prioritariamente rurales, para contribuir a mejorar sus condiciones de vida.³

Sus principales objetivos son:

- “Reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida en Nariño y Putumayo, ofreciendo un portafolio diversificado de servicios financieros adecuados a los requerimientos de las microempresas y a las condiciones de la región”.
- “Influir en políticas públicas para el fortalecimiento de las microempresas de la base socioeconómica del sector urbano y rural en alianza con entidades gubernamentales y no gubernamentales, formulando y participando en la ejecución de programas de desarrollo humano sostenibles”.⁴

CONTACTAR inició a ofrecer directamente el servicio de microcrédito en el municipio de Mocoa a partir del mes de marzo del 2010, desde entonces la comunidad posee otra alternativa de acceso al crédito, con el cual financiar sus negocios o actividades económicas; ya que por mucho tiempo gran parte de la población no ha tenido acceso al servicio financiero diferentes a los que ofrecen los particulares que tienen unas tasas de usura, interés que llega a cobrarse al 10% como corresponde a el modelo conocido como gota-gota.

Como lo indica la Superintendencia financiera en el reporte de bancarización a septiembre de 2010⁵ el ingreso de la población mayor de 18 años que accede a los servicios financieros estaba alrededor de los 19,155 millones de personas con al menos un producto financiero equivalente al 62% de la población mayor de 18 años.

Como se indica en el siguiente cuadro, el segmento de población a nivel nacional beneficiaria del microcrédito es de, 1.145.456 que representa un el 3,9% de la población mayor de 18 años a Septiembre de 2010, (cuyo total es de 30.895.647); frente a 1.003.464 personas que representa el 3,3% en septiembre del 2009, lo cual representa un incremento de 0,9%,⁶ fenómeno que es explicado por el interés

³ CONTACTAR, Antecedentes, Disponible en: www.contactar-pasto.org/site/index.php; Consultado el 8 de agosto de 2011

⁴ CONTACTAR, Quienes somos, Disponible en: www.contactar-pasto.org/site/es/quienes-somos.html; Consultado el 8 de agosto de 2011.

⁵ FUENTE: Reporte de bancarización ASOBANCARIA, Septiembre de 2010; pág. 3.

⁶ ASOBANCARIA, Reporte de bancarización, Disponible en:

<http://www.asobancaria.com/portal/pls/portal/docs/1/732047.PDF>; consultado el 15 de julio de 2011.

del gobierno nacional en posibilitar el acceso al sistema financiero por la población Colombiana que aun no cuenta con algún servicio relacionado.

Tabla N° 01: Bancarización total nacional – Personas

Producto	Cédulas		Tarjetas de identidad		Total personas				Porcentaje Población mayor de edad	
	sep-09	sep-10	sep-09	sep-10	Variación cédulas				Sep-09 ^{2/}	Sep-10 ^{3/}
					sep-09	sep-10	Absoluta	%		
Cuenta de Ahorro	15.496.735	17.386.923	684.545	758.353	16.181.280	18.145.276	1.890.188	12,2	53,5	58,6
Cuenta Corriente	1.400.663	1.387.372			1.400.663	1.387.372	-13.291	-0,9	5,0	4,7
Cartera Total/1	4.793.018	5.325.020			4.793.018	5.325.020	532.002	11,1	16,4	17,9
Cartera Comercial	394.233	445.615			394.233	445.615	51.382	13,0	1,4	1,5
Cartera Consumo	3.486.142	3.864.170			3.486.142	3.864.170	378.028	10,8	12,0	13,0
Cartera Vivienda	632.654	697.402			632.654	697.402	64.748	10,2	2,1	2,3
Microcrédito	1.003.464	1.145.456			1.003.464	1.145.456	141.992	14,2	3,3	3,9
Tarjeta de Crédito	4.729.225	5.069.169			4.729.225	5.069.169	339.944	7,2	15,9	17,1
Al menos un producto financiero	16.514.468	18.396.948	684.545	758.353	17.199.013	19.155.301	1.882.480	11,4	56,7	62,0

1/ No incluye tarjeta de crédito.

2/ Porcentaje de la población mayor de 18 años a septiembre de 2009

3/ Porcentaje de la población mayor de 18 años a septiembre de 2010

Fuente: ASOBANCARIA y DANE.

En el caso puntual del Putumayo a septiembre de 2010 aproximadamente 138.119 personas han tenido acceso a los diferentes servicios del sector bancario, comprendidos entre cuantas de ahorro, cuentas corrientes, crédito de consumo, crédito para vivienda, microcrédito y tarjeta de crédito, en el caso que compete a esta investigación el aspecto del microcrédito en el municipio de Mocoa a esta fecha 1.350 personas tenían acceso a este servicio lo que representa un incremento del 12,87% en relación con el año anterior.⁷

⁷ ASOBANCARIA. Reporte de bancarización por departamentos; Disponible en: <http://www.asobancaria.com/portal/pls/portal/docs/1/732047.xls>; consultado el 17 de julio de 2011.

Tabla N° 2 Putumayo - Personas con acceso a productos financieros

Municipios									
Producto		La Hormiga	Leguízamo	Mocoa	Orito	Puerto Asís	Sibundoy	Villagarzón	TOTAL
Cuenta de Ahorro	ene-00	10.688	8.997	28.556	11.068	23.677	12.843	6.543	102.372
	sep-10	16.184	10.715	29.305	12.162	25.309	13.928	7.286	114.889
Cuenta Corriente	sep-09	267	137	605	261	808	258	112	2.448
	sep-10	257	142	594	265	799	253	112	2.422
Cartera Total	sep-09	1.274	1.126	5.669	627	3.244	2.979	1.066	15.985
	sep-10	1.611	1.269	5.873	742	3.934	3.260	1.145	17.834
Cartera Consumo	sep-09	87	887	4.343	46	2.089	1.187	186	8.825
	sep-10	91	902	4.293	55	2.045	1.280	164	8.830
Cartera Vivienda	sep-09	2	2	167	n.d.	213	1	18	403
	sep-10	2	2	211	n.d.	253	2	20	490
Microcrédito	sep-09	1.050	209	1.196	520	956	1.641	708	6.280
	sep-10	1.390	333	1.350	626	1.723	1.882	831	8.135
Tarjeta de Crédito	sep-09	104	80	1.557	64	1.289	145	69	3.308
	sep-10	97	106	1.590	59	1.297	141	63	3.353
TOTAL 09		12.198	10.312	36.424	11.959	29.032	16.075	7.636	123.636
TOTAL 10		18.021	12.200	37.343	13.167	31.426	17.486	8.476	138.119

FUENTE: Asobancaria.

Hasta abril de 2011 no se tiene conocimiento de la realización de alguna investigación relacionada con la caracterización de la población en cuanto a sus condiciones socioeconómicas y el efecto que sobre ellas ejerce el microcrédito en la ciudad de Mocoa.

1.3.2. Situación actual

Oferta de servicios financieros: Dentro del municipio de Mocoa, se encuentran entidades financieras como son: el Banco Popular, Banco BBVA, Banco Agrario, Fundación Mundo Mujer Popayán, y CONTACTAR son entidades que prestan el servicio de crédito personal y por libranza. Los bancos Popular, BBVA, y Banco Agrario son entidades dedicadas principalmente al crédito comercial, además de otros servicios financieros como son la apertura de cuentas bancarias, recaudo de impuestos, CDT's entre otros servicios. Por su parte CONTACTAR, FUNDACION MUNDO MUJER, Y BANAGRARIO son entidades que tienen líneas de

microcrédito diseñadas exclusivamente para los microempresarios rurales y urbanos.

Por muchos años en Mocoa el Banco Agrario fue la única entidad que figuraba en el mercado de servicios financieros incluyendo el microcrédito para personas habitantes en el sector rural. Con la llegada de CONTACTAR y de la Fundación Mundo Mujer, la población cuenta con nuevas alternativas para financiar sus negocios, ya que estas dos últimas entidades se especializan en el servicio de microcrédito.

Demanda por servicios financieros

Las micro-finanzas es un concepto que hace referencia al mercado de servicios financieros como préstamos, ahorro, seguros o transferencias a hogares con bajos ingresos. Entre estas posibilidades, la mayoría de las instituciones del sector se ha dedicado al microcrédito, que son préstamos de bajos montos de dinero que permiten a las personas, que no poseen las garantías reales exigidas por la banca convencional, poder iniciar o ampliar su propia unidad productiva y aumentar sus ingresos.⁸ Este estudio toma como referencia el microcrédito.

La observación empírica permite establecer que dentro de la población del municipio de Mocoa es común que los microempresarios y productores, no solo urbanos sino también rurales, se dirijan hacia terceros prestamistas informales o extra-bancarios para obtener recursos de crédito y poder solventar una necesidad tanto del negocio como del hogar, esta alternativa es rápida, sin consulta en centrales de riesgo y el costo del dinero es significativamente alto.

Por estas razones en los últimos años, dentro de algunas comunidades rurales, se han generado organizaciones comunales denominados “FONSOCAM”⁹ grupos veredales de ahorro, con el propósito de ahorrar en un fondo común y administrar esos recursos en forma de crédito para cada uno de los integrantes del grupo a una tasa de interés cómoda;¹⁰ “La metodología dentro de los grupos es muy sencilla, cada integrante realiza un aporte mensual mínimo de \$ 20.000.⁰⁰ si

⁸ CENTRO INTERNACIONAL DE APOYO A LAS INNOVACIONES FINANCIERAS; Introducción a las microfinanzas, Buenos Aires, Octubre de 2010. Pág. 22.

⁹ FONSOCAM: Fondo solidario campesino. Mocoa Putumayo.

¹⁰ Modelo de ahorro reconocido en la literatura como ROSCAS (Rotating Savings and Credit Associations) Se conoce en la mayor parte del país como “cadenas”, en la zona antioqueña como “natilleras” y en los Santanderes como “san”.

necesita crédito se le presta hasta 3 veces el monto ahorrado, a una tasa del 2% mensual.”¹¹

Esta modalidad surge como una alternativa para la financiación de la población mediante el manejo de sus propios recursos y por la falta de acceso a los servicios financieros formales, tanto en Mocoa como en todo el territorio nacional y principalmente en el sector rural. Este fenómeno es tan real que para atenderlo se realizó el lanzamiento del programa gubernamental de la banca de las oportunidades en el 2006, como resultado de las recomendaciones que hizo el documento 3424 del Consejo Nacional de Política Económica y Social - CONPES¹² - “para promover un entorno normativo e institucional a favor de la inclusión financiera en el país”.¹³

Es de reiterar que el microcrédito surge como un mecanismo para que la población más vulnerable tengan la posibilidad de acceder a recursos financieros como mecanismo para mejorar sus condiciones de vida y reducir la pobreza, si esto es así, valdría la pena conocer las condiciones socioeconómicas de los usuarios de microcrédito en el Municipio de Mocoa y especialmente los clientes de CONTACTAR, de tal manera que se tenga un referente para futuras investigaciones y para que pueda servir como referente en el diseño e implementación de políticas institucionales en procura de un mejor impacto regional.

¹¹ Entrevista realizada al Sr. Gamaliel Erazo coordinador grupo FONSOCAM vereda la Tebaida Mocoa; Putumayo.

¹² El Consejo Nacional de Política Económica y Social — Conpes — fue creado por la Ley 19 de 1958. Ésta es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión.

¹³ MICROFINANZAS. Bancarización y microcrédito en Colombia, Disponible en: <http://www.microfinanzas.org/centro-de-informacion/documentos/bancarizacion-y-microcredito-en-colombia/> Consultado el 23 de agosto de 2011

1.3.3. Formulación del problema

1.3.3.1. Pregunta general

¿Cuál es el perfil socioeconómico de los clientes de la Agencia CONTACTAR – Mocoa en el periodo Mayo de 2010 a Mayo de 2011?

1.3.3.2. Preguntas específicas

1. ¿Cuáles son las características demográficas de los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa a 31 de mayo de 2011?
2. ¿Cómo está caracterizado el servicio de crédito recibido por los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa a 31 de mayo de 2011?
3. ¿Cómo está conformado la estructura de ingresos y gastos familiares de los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa a 31 de mayo de 2011?
4. ¿Cómo ha sido el retorno y los efectos económicos del crédito recibido por los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa a 31 de mayo de 2011?
5. ¿Cuál es la percepción que tienen los clientes de CONTACTAR en cuanto a los servicios recibidos en el municipio de Mocoa a 31 de mayo de 2011?

1.4. JUSTIFICACION

A partir de la década de los setenta cuando se crea el concepto de microcrédito como una alternativa de acceso al sector financiero para los microempresarios, y familias de los niveles socioeconómicos más bajos, mucho se ha hablado de sus bondades, además del riesgo asociado con cada crédito, por lo que es pertinente realizar un diagnóstico de las características socioeconómicas y de la situación actual de los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa, de tal manera que se constituya en línea base que permita a futuro evidenciar como ha sido la evolución socioeconómica de la población, información que servirá para establecer cuál es la incidencia del microcrédito en el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas que lo adquieren.

Esta investigación, busca ser un punto de referencia y material de consulta para la implementación de futuras estrategias que repercutan en el fortalecimiento de la institución y el ofrecimiento de un mejor servicio.

Esta investigación arrojará una base de datos (línea base) completa que refleje las condiciones, características y los requerimientos con el objetivo de ofrecer servicios adecuados y oportunos a los clientes de CONTACTAR además de diseñar políticas que permitan cumplir eficientemente su misión y visión.

El trabajo de investigación se realiza como trabajo de grado en modalidad de pasantía para la obtención del título de economista de la Universidad de Nariño por parte del investigador.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general: Determinar el perfil socioeconómico de los clientes de la Agencia CONTACTAR – Mocoa en el periodo Mayo de 2010 a Mayo de 2011.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Identificar las características demográficas de los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa a 31 de mayo de 2011.
2. Determinar las características del servicio de crédito recibido por los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa a 31 de mayo de 2011.
3. Identificar la estructura de ingresos y gastos de los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa a 31 de mayo de 2011
4. Identificar el retorno y los efectos económicos del crédito recibido por los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa a 31 de mayo de 2011.
5. Identificar la percepción que tienen los clientes de CONTACTAR en cuanto a los servicios ofrecidos a 31 de mayo de 2011 en el municipio de Mocoa.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. MARCO TEÓRICO

La economía examina la distribución de la renta y sugiere mecanismos con los que se puede ayudar a los pobres sin afectar a los resultados de la economía, la economía es el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos.¹⁴ De forma genérica dentro de la producción entran en juego variables muy importantes como lo son el trabajo, tierra y el capital. Una expresión de este último es el dinero que se requiere para realizar las inversiones necesarias para estructurar la empresa y tiene fuentes externas al empresario como son los recursos de crédito bancario, sin el cual muchas de las actividades productivas no tendrían lugar, por lo tanto, este elemento es objeto de estudio ya que incide directamente dentro de la producción.

El entusiasmo con el que se ha abordado el estudio de las microfinanzas en los últimos años ha sido un alimento para el supuesto implícito de que el otorgamiento de crédito a personas necesitadas para fines empresariales ayuda a mejorar el crecimiento económico de una región o país.

En general se reconoce ampliamente de forma teórica y econométrica que el sector financiero contribuye a mejorar el crecimiento económico de un país retrasado (Levine 1997) por consiguiente, mediante el uso de modelos de crecimiento endógeno diversas teorías financieras han podido relacionar el impacto de la movilización del ahorro y el crédito de los intermediarios financieros con la tasa de crecimiento económico por ejemplo King y Levine en un estudio reciente miden el grado y la eficiencia del desarrollo financiero de 1960 a 1990 en 80 países. Los autores encontraron en sus medidas que el crédito otorgado al sector privado, la participación de pasivos líquidos en el producto interno bruto, el crédito total otorgado por los bancos privados y por las instituciones no financieras afectan positivamente las tasas de crecimiento económico.¹⁵ En síntesis se ha encontrado evidencia de que el sector financiero puede beneficiar en conjunto a toda la economía.

Por lo tanto, se puede afirmar que las finanzas son realmente importantes para el desarrollo económico y sin el cual el desarrollo humano se retarda en el largo plazo. No obstante, los teóricos ofrecen distintas interpretaciones sobre la

¹⁴ SAMUFELSON Paul ; NORDHAUS William D. ECONOMIA; Decimoquinta edición. McGraw – Hill. Conceptos básicos pág. 4.

¹⁵ CABEZAS E. Dora A: Las instituciones microfinancieras como medio de inserción de las mujeres a la actividad económica. Universidad de Colima, México.

importancia de los mercados financieros en la economía los cuales se presentan a continuación:

La teoría económica del siglo XIX sostenía que el dinero y las estructuras financieras no influían en el *output* agregado y los precios relativos. La idea de que un comportamiento eficiente del sistema financiero puede promover el crecimiento fue formulada a finales del siglo

Joseph Schumpeter, en particular reivindicó la importancia de los intermediarios financieros para movilizar ahorro, evaluar proyectos, diversificar riesgos, vigilar a directivos de empresas endeudadas y facilitar transacciones en aras de la innovación tecnológica y el crecimiento económico.

2.1.1. JOSEPH A. SCHUMPETER y la teoría de la dinámica del desenvolvimiento financiero. Para Schumpeter, el factor dinamizador o motor capaz de activar el sistema económico y hacerlo pasar de una situación estacionaria a una situación de desarrollo es el empresario innovador, cuya actividad típica –la innovación– tiene el efecto de destruir el equilibrio del estado estacionario del flujo circular. Con esta ruptura de las relaciones económicas existentes, aparece el desarrollo económico. La función del empresario innovador es la de poner en marcha nuevas combinaciones de factores productivos, esto es, innovar. Esta función distingue al empresario innovador del simple empresario administrador que toma únicamente las decisiones de rutina.

Para Schumpeter, una innovación consiste en la utilización productiva de un invento. En este sentido, existen cinco tipos posibles de innovaciones:

- Introducción de nuevos bienes o de bienes de nueva calidad.
- Introducción de un nuevo método productivo, ya existente en un sector, que no deriva de algún descubrimiento científico.
- Apertura de un nuevo mercado.
- Conquista de nuevas fuentes de oferta de materias primas.
- Establecimiento de una nueva organización en una determinada industria.

El acto empresarial consiste, pues, en la introducción de una innovación y conduce de este modo a la obtención de beneficios. La introducción de innovaciones supone una disminución en los costes de la empresa que la ha llevado a cabo, o bien, un incremento en el precio de los bienes producidos por la empresa. Así pues, la diferencia entre ingresos y gastos de la empresa innovadora se amplía, y es aquí, en este mayor margen, donde surgen los beneficios. Posteriormente, con el paso del tiempo, la innovación va a difundirse a toda la economía, produciéndose una disminución continua de los beneficios, hasta que llega a anularse el componente extraordinario de los mismos. El resultado final de

todo este proceso es que se ha producido un aumento de la riqueza. En el caso de que la innovación no se difundiese enteramente por todo el sistema, entonces el beneficio se convertiría en una renta de monopolio.

Schumpeter también supone que son los servicios prestados por los intermediarios financieros los que pueden dar un salto hacia el desenvolvimiento económico, permitiendo movilizar el ahorro, evaluar los proyectos, estimulando la innovación tecnológica y que finalmente termina promoviendo el desarrollo económico.

Además de facilitar el funcionamiento de los mercados, el sistema financiero contribuye al crecimiento económico y al desarrollo movilizandolos ahorros y asignándolos a proyectos de inversión. El crédito no es un factor más, sino un motor del crecimiento; los sistemas financieros no son considerados elementos neutrales en el proceso de desarrollo, sino una parte fundamental del mismo.

2.1.2. Ronald Mckinnon y Edward Shaw: Teoría de la represión financiera:

Mckinnon y Shaw, son los autores de la llamada "Teoría de la represión financiera" la cual establece un importante vínculo entre los procesos monetarios y la acumulación de capital, y plantea que la falta de liquidez en el mercado crediticio, limitación más importante a la expansión de las inversiones en el mundo en desarrollo, es producto de la intervención estatal en el sector bancario y los mercados de capital.

Según la teoría, la represión es una situación en la que el mercado enfrenta severos obstáculos administrativos y de política económica para alcanzar una posición de equilibrio, y se caracteriza por un rígido control sobre el crédito, la tasa de interés y el encaje legal. La receta que estipula para superarla, y estimular el ahorro, la intermediación financiera y la inversión, es la desreglamentación de la actividad bancaria y la elevación de la tasa de interés.¹⁶

En su obra "*Money and Capital in Economic Development*", McKinnon confiere particular importancia a las operaciones financieras regidas fundamentalmente por el sector bancario, y centra su atención en las distorsiones que caracterizan los mercados nacionales de capital en los países en desarrollo como resultado de lo que él llamó "síndrome de la intervención". En consecuencia, propugna una liberalización plena con la que se traspasen los confines del autofinanciamiento prevaleciente y se canalicen fondos hacia los grandes y pequeños inversionistas a través de un sistema más costoso fundado en el crédito bancario.

¹⁶ GARCIA RUIZ, Mercedes; Reformas Financieras en América Latina, los Paradigmas Teóricos. La Habana 2003, Pág. 3

Parte del supuesto que toda inversión no financiada con el ahorro previo de cada inversionista, deberá financiarse con el que está depositado en la arcas de los bancos, y plantea que el papel de éstos consiste, precisamente, en centralizar el ahorro y trasladarlo a los inversionistas a una tasa de interés determinada por la oferta y la demanda de fondos para préstamos. En ese sentido, el aumento de la tasa de interés constituye la pieza clave de su propuesta, aunque también considera oportunas otro tipo de medidas para incrementar el ahorro, como son la eliminación de los créditos selectivos y la homogeneización o supresión de los coeficientes de encaje.

Retomando la teoría de la represión, ésta se contrapuso particularmente a las posiciones keynesianas y monetaristas que en aquel momento eran aceptadas como explicativas de los procesos monetarios y financieros. Con la primera, porque se concentraba en variables diferentes y tenía una orientación más a corto plazo, y con la teoría neoclásica del crecimiento, porque la misma daba por supuesto que los mercados de capital eran esencialmente "perfectos", negando la abrumadora fragmentación de las tasas de interés que caracteriza la estructura financiera de los países en desarrollo.

Para los teóricos de la represión, los mercados no funcionaban de manera perfecta como lo suponía la teoría neoclásica del crecimiento económico, sin embargo se caracterizaban por un alto grado de fragmentación. Que los mercados operasen en forma fragmentada significaba para ellos la presencia de agentes con potenciales oportunidades de producción, pero carentes de recursos propios u otro tipo de financiamiento, y la de agentes con suficiente capital sin alternativas atractivas de inversión interna. Son mercados donde, en virtud de una gran incertidumbre, la estructura de las tasas de interés se distorsiona hasta el punto que no refleja las preferencias temporales de la comunidad.

Los teóricos de la represión financiera ponen énfasis en la importancia que tiene la intermediación del sistema bancario para el proceso de ahorro-inversión, sin valorar en toda su dimensión el papel de otras instituciones e instrumentos financieros que ofrecen oportunidades de inversión en las que las ganancias de capital, más que los intereses por depósitos, suministran el incentivo para ahorrar. Suponer que, en un periodo dado, la tasa de interés es el factor más importante del ahorro y la inversión, es cuestionable. Existe un conjunto de elementos que también son esenciales en el comportamiento de ambas variables, tanto a nivel macroeconómico, como de empresa: nivel de actividad empresarial (volumen de ventas, capacidad instalada, nivel de acumulación interna, disponibilidad de mercados), la inflación actual y esperada, y las expectativas de crecimiento económico, entre otros.

Por otra parte, dejar en manos del mercado el proceso de asignación de crédito mediante la libre determinación de la tasa de interés, es peligroso también para la propia estabilidad de las instituciones financieras. El aumento de la tasa de interés

puede llevar al deterioro de la calidad de los prestatarios –clientes– bancarios, pues los que están dispuestos a pagar más, no necesariamente representan la mejor tasa de retorno para el prestamista debido a que el mayor costo del préstamo incrementa la probabilidad de atrasos en los pagos y el riesgo de moratoria.

Que los organismos gubernamentales dejen de fijar las tasas de interés en virtud de la liberalización, no supone una intermediación financiera eficiente. La presencia en el mercado de grandes consorcios bancarios fijando las tasas de interés cuando el gobierno deja de hacerlo, y el débil desempeño administrativo de los intermediarios; expresado en carteras vencidas y racionamiento voluntario del crédito, afectan de modo importante el proceso de intermediación para el financiamiento de la economía.

Además, en general en América Latina y en particular es el caso colombiano, la teoría de la represión resulta deficiente porque defiende la liberalización interna y externa como única vía para alcanzar la profundización financiera, sin prestar la debida atención a los rasgos *sui generis* de esta economía. La notable inestabilidad e incertidumbre que la caracteriza, constituyen factores fundamentales que distorsionan las relaciones entre deudores y acreedores, impiden que los agentes económicos hagan previsiones con un mínimo de certeza, e incapacitan a los mercados para generar una corriente de capital que estimule significativamente la tasa de inversión.

Por lo tanto, el insuficiente desarrollo de los sistemas financieros nacionales y los problemas de volumen, plazos y condiciones de crédito, no son estrictamente atribuibles a la "represión" a la que está sometido el mercado por parte de las autoridades, y la solución es más compleja de lo que predice la teoría.

La responsabilidad de promover el ahorro, asignar eficientemente los recursos e incrementar la inversión no recae solo sobre el sector financiero, y además, para que éste funcione normalmente no basta con reorientar la actividad de las instituciones existentes, se necesitan otras medidas de política económica.

2.1.3. Muhammad Yunus: las microfinanzas como propuesta de inclusión para todos e instrumento de superación de la pobreza: Las microfinanzas se han convertido en una de las herramientas más populares en la lucha contra la pobreza. Este movimiento empieza en Bangladesh y su eficacia permitió su expansión por todo el mundo. Este sistema revolucionó el mundo financiero con su método basado en la "confianza" que permitió el acceso al crédito a aquellas personas de muy bajos ingresos. Bajo el supuesto de que las personas se ven incentivadas por su deseo de progresar, que son motivadas por una profunda conciencia social, se reemplazó el sistema bancario tradicional por un mecanismo que permitió reducir el riesgo de prestarle a la gente pobre y hacer del microcrédito

una actividad viable.

En 1976 Muhammad Yunus, siendo director de los Programas Económicos Rurales de la Universidad de Chittagong, la segunda ciudad en importancia de Bangladesh, pone en marcha un proyecto de investigación para explorar la posibilidad de hacer llegar en su propios domicilios a los sectores más pobres un servicio bancario denominado *Grameen Bank Project* bajo la forma de créditos de autoayuda de muy bajo monto, reembolsables en micro pagos semanales a través del producido del propio trabajo.

La propuesta es un verdadero desafío que procura ayudar a los más pobres a iniciarse en prácticas de autoempleo, adquiriendo herramientas simples pero imprescindibles para ejercer por cuenta propia oficios que mejoren su situación y permitan escapar de prácticas de abuso por partes de prestamistas o de la mendicidad obligada.

El proyecto ya en marcha, con resultados más que satisfactorios con una tasa de impagos prácticamente nula, lleva a que el proyecto se consolide con donaciones y nuevos aportes expandiendo sus servicios conocidos como microcréditos bajo el formato de un banco legalmente constituido a partir de octubre de 1983. En un 90% las acciones de la institución quedan en manos de decenas de miles de sus propios beneficiarios.

"...Mi experiencia en el Grameen me dio una fe inquebrantable en la creatividad de los seres humanos. Me llevó a pensar que ellos no nacieron para sufrir hambre y miseria. Las padecen hoy, como en el pasado, porque hemos eludido el problema. Estoy profundamente convencido de que podemos sacar al mundo de la pobreza si solo tenemos la voluntad de hacerlo. Esta conclusión no es fruto de una esperanza piadosa, sino el resultado concreto de la experiencia que hemos adquirido en nuestra práctica de microcrédito. El crédito, por sí solo, no va a acabar con la pobreza. Es solamente una de las vías que permiten salir de la miseria. Se pueden abrir otras vías para facilitar esta salida. Pero para hacerlo, necesitamos ver a la gente de un modo distinto y concebir un nuevo marco para esta sociedad"¹⁷.

La propuesta de Yunus es un claro contraste con el individualismo característico del sistema capitalista imperante, el cual a través de manera bastante pragmática, ha logrado transformar la lógica bancaria y así disminuir los índices de pobreza en el país con mayor densidad poblacional en el mundo, su natal Bangladesh.

Además con su iniciativa, demuestra que el egoísmo predominante en el sistema

¹⁷ MUHAMMAD, Yunus. Hacia un mundo sin pobreza. Editorial Andrés Bello. Barcelona, España. 1999.

capitalista no es la fuerza que mueve al hombre y que existen hoy muchas personas que creen en un cambio y que existe la esperanza de construir un mundo mejor, sin desigualdades e injusticias.

"El capitalismo creó una peligrosa situación con la globalización que va a arrastrar a casi todas las economías pobres; economías ricas y fuertes, se las tragarán. Es la regla del pez: el pez grande se come al pez pequeño. Lo siento, éste es el libre mercado, ¿qué podemos hacer? Lo que podemos hacer es reinterpretar los textos y cambiar toda la mecánica consumista y competitiva actual; introducir otro tipo de persona en el mercado, personas de otras habilidades: que no quieren hacer dinero, todo lo que quieren es servir".¹⁸

Como se puede observar, la alternativa que ofrece Yunus no tiene nada de revolucionaria ni radical. Su propuesta no se sale de los límites del capitalismo, sino que dispone una reinterpretación de los textos, un cambio de marco conceptual. Y si uno hace una mirada parcial del aporte del microcrédito a la superación de la pobreza, se podría considerar apenas como una pincelada a los problemas, no obstante, si se enmarca el tema del microcrédito dentro de un contexto más amplio, en donde se haga una crítica robusta a las políticas públicas neoliberales, a la concentración de la riqueza, la producción, y a las condiciones de vida de la población, el aporte de Yunus resulta más que importante.

Por tanto el microcrédito es una alternativa de acceso a recursos económicos para pequeños inversionistas. Se parte del supuesto que la inversión es el motor generador de riqueza y en tanto esta estrategia puede ser optima para la superación de la pobreza. En el anterior sentido es importante establecer unos criterios de selección para que las entidades financieras hagan el manejo mas eficiente de los recursos de inversión. Si los beneficiarios del crédito generan riqueza y devuelven los recursos económicos prestados se entra en un círculo virtuoso que permitirá que todas las personas emprendedoras puedan generar riqueza económica, permitiendo realizar nuevas inversiones en la consolidación de las empresas con la generación de empleo asociada. Este ciclo supone un crecimiento económico constante y la riqueza social para todo el sistema económico.

Teniendo en cuenta todo lo anterior y para que dentro de una población se genere la producción de mercancías que satisfagan las necesidades básicas, sin duda alguna deben de confluir todos los elementos necesarios para que se genere riqueza, los medios de producción como tal; ahora bien, dentro de las poblaciones

¹⁸ MUHAMMAD, Yunus. Cumbre Regional de Microcrédito para América Latina y el Caribe (LACMRS) y el encuentro de jóvenes realizadas en Chile, fragmento del discurso, noviembre 2007.

de la base socioeconómica el factor capital es uno de los mas escasos ya que en la mayoría de los casos el factor tierra, y trabajo la población lo posee, mas por si solos no permite la generación de riqueza.

Por lo tanto el microcrédito como elemento de capital que se le incorpora al sector productivo por medio de las actividades que desarrollan las personas de la base de la pirámide socioeconómica, es el factor que posibilita una alternativa para involucrar a esta población dentro del sistema productivo, en el desarrollo de actividades de bajo nivel de especialización como lo son las actividades del campo, artesanías, comercio entre otras, de tal manera que se permita la generación de ingresos para el sostenimiento de sus familias.

2.2. MARCO CONTEXTUAL.



MOCOA

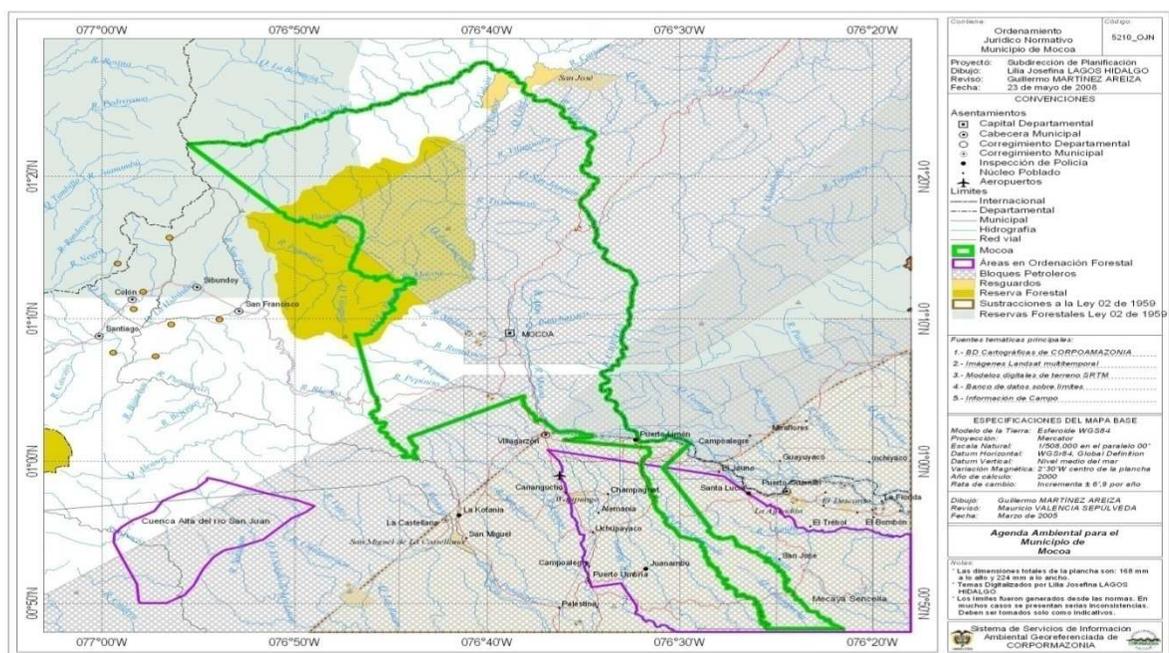
La ciudad fue fundada con el nombre de **San Miguel de Agreda de Mocóa** el 29 de septiembre de 1563 por el Capitán Gonzalo H. de Avendaño bajo órdenes de Pedro de Agreda, entonces Gobernador y Capitán General de la Provincia de Popayán.

En 1683 el poblado fue atacado por los indígenas Andaquíes, quienes lo incendiaron casi por completo. Debido a los frecuentes ataques contra la población, se determinó que esta fuera trasladada a su actual ubicación sobre la ribera del río Mocoa a la altura de las bocas de los ríos Mulato y Sangoyaco.

Para 1841 el pueblo contaba con 36 casas. En 1876 Mocoa se convirtió en un centro de comercio de la Quina y del Caucho.

En 1958 la población fue elevada a la categoría de municipio. En 1968 es cuando se creó la intendencia del Putumayo, segregada del departamento de Nariño. Mocoa se convirtió en su capital. La constitución del 1991 la convirtió en capital del departamento del Putumayo.

Mapa Político - administrativo de Mocoa.



Economía.

En el sector secundario existen diversas y pequeñas asociaciones que están transformando los productos primarios, lo cual es una alternativa de generación de Empleo a través de la integración y conformación de grupos, mejorando la calidad de vida aplicando desarrollo sostenible. Los que actualmente están funcionando son aproximadamente 60 asociaciones o grupos de trabajo, como empresas Cooperativas Asociativas de Trabajo o Empresas Asociativas de Trabajo sin ánimo de Lucro, las cuales están bien organizadas y desarrollan convenios o contratos de trabajo con las entidades del Sector Público y privado de la región.

En el Municipio de Mocoa hay actualmente 10 aserríos o talleres que principalmente transforman la madera vasta en piezas que se usan para la construcción, las especies generalmente son: Sangre toro, Caracolí, Guarango, Zapote entre otros.

La Actividad principal de los habitantes del Municipio de Mocoa radica en la agricultura con una gran variedad de productos como: el maíz, plátano, yuca, caña panelera, frutales como piña y cítricos.

La Ganadería, este sistema es de una gran importancia ya que hay unas 27.000 has en potrero y corrigiendo las tecnologías utilizadas, puede impulsarse procesos de fabricación de lácteos.

Tiene menor significancia lo relacionado con el comercio ya que por ser la capital administrativa del Putumayo se ha concentrado gran cantidad de establecimientos comerciales como son de productos alimenticios; vestuario, cacharrerías, misceláneas, floristerías y artesanías; artículos para el deporte en general, calzado; Concesionarios de Motos Yamaha, Mostos Suzuki, Motos Jialing, Motos Kawasaki, etc. En gran parte constituye un generador de trabajo y de ingresos para la población. Debido a ser Capital del Departamento, gran parte de personas se dedican a laborar en las diferentes entidades Públicas existentes como son la Gobernación, Corpoamazonía, Alcaldía, Procuraduría, Fiscalía, Contraloría, INCORA, Secretaría de Educación, Bancos, Cooperativas, Fondos de Empleados, entre otras.¹⁹

Turismo

Es la puerta de la gran Amazonía y pulmón del mundo, su gente amable y cordial da la Bienvenida a todos los visitantes de diferentes partes del Mundo, Mocoa se ha convertido en el hogar de paso de miles de turistas que visitan la región por los maravillosos parques naturales, que la rodean.

Crecimiento demográfico

La construcción de la carretera Bogotá - Pitalito - Mocoa sacó al municipio del aislamiento geográfico en el que estuvo sumido desde su creación; esto ha generado durante la última década un incremento en el número de inmigrantes de otras regiones del país. Una consecuencia de este crecimiento ha sido el desarrollo del comercio y el transporte de productos desde Mocoa hacia la capital

¹⁹ALCALDIA DE MOCOA, Secretaria de salud, disponible en:
<http://www.alcaldiademocoa.gov.co/salud.html>, consultado el 18 de agosto de 2011.

del país. El municipio posee una población total para el año 2.008 de 45.292 habitantes de los cuales 18.653 corresponden a la población rural y 26.639 son de población urbana, incluidos los 10.332 desplazados.²⁰

Educación

La educación en el Departamento del Putumayo no ha sido tan buena como en las demás ciudades del resto del País, en la ciudad se encuentran centros de educación superior como lo son el Instituto Tecnológico Del Putumayo, ofreciendo programas de pregrado y ha sido la única institución pública del Departamento; entre otras instituciones están La Institución de Educación Superior del Putumayo INESUP, ofreciendo programas de pregrado y postgrado en diversas áreas del conocimiento, en convenio con la Corporación Universitaria Remington; Ecsalud; el SENA también tiene su sede en de la ciudad, ofreciendo algunos programas gratuitos para la gente de escasos recursos del Departamento; existen universidades abiertas y a distancia como lo son La Universidad del Tolima, La Universidad Católica de Manizales, la Universidad de Nariño, la Universidad Mariana, La Gran Colombia y la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.

Vías de Comunicación

Terrestres: Por el norte, desde Bogotá, El Espinal, Neiva, pasando por la mayoría de los municipios del Huila, Pitalito, y a dos horas se encuentra Mocoa.

Por el Sur, desde la frontera del Ecuador, pasando por el municipio de la Hormiga, Puerto Caicedo, Villagarzón y finalmente Mocoa, algunas de las vías del sur del departamento actualmente se encuentran en pavimento.

Por el Suroccidente, de Pasto, El Encano, Colon, San Francisco y A 3 horas en vía de mal estado se encuentra Mocoa.²¹

²⁰ ALCALDIA DE MOCOA, Secretaria de salud, disponible en:

<http://www.alcaldiademocoe.gov.co/salud.html>, consultado el 18 de agosto de 2011.

²¹ MOCOA, Disponible en: www.es.wikipedia.org/wiki/Mocoe, consultado el 8 de agosto de 2011.

2.3. MARCO LEGAL

Para la presente investigación se tendrán en cuenta la siguiente reglamentación:

El decreto 2555 del 2010 le encarga a la Superintendencia Financiera de Colombia certificar el interés bancario corriente, correspondiente a las modalidades de microcrédito y crédito de consumo y ordinario.

La ley 919 de 2008 autoriza a los intermediarios financieros y a las organizaciones especializadas en el crédito microempresaria el cobro de honorarios y comisiones de conformidad con las tarifas que autorice el consejo superior de microempresa, no repuntándose tales cobros como intereses para efectos de lo estipulado en el artículo 68 de la ley 45 de 1990.

Ley 1266 de 2008 cuyo objeto es desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales relacionadas con la recolección, tratamiento y circulación de datos personales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política, así como el derecho a la información establecido en el artículo 20 de la constitución política, particularmente en relación con la información financiera y crediticia, comercial de servicios y la proveniente de terceros países.

2.4. MARCO CONCEPTUAL

ASOBANCARIA: Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia. Entidad gremial sin ánimo de lucro que agrupa a todos los establecimientos bancarios, las corporaciones financieras, los almacenes generales de depósito, las corporaciones de ahorro y vivienda, las sociedades fiduciarias y las sociedades administradoras de fondos de pensiones y cesantías. La Asobancaria busca promover y mantener la confianza del público en el sector financiero y lograr un mayor conocimiento de la naturaleza y la función de la actividad financiera. De igual manera, contribuye a la modernización del sector financiero y apoya su actividad mediante diversos servicios.

BANCARIZACION: Se refiere al uso masivo del sistema financiero formal por parte de los individuos, para la realización de transacciones financieras o económicas; incluyendo no solo los tradicionales servicios de ahorro y crédito, sino también la transferencia de recursos y la realización de pagos a través de la red bancaria formal. Así el concepto se relaciona con el acceso a los servicios financieros por parte de la población.

BANCA DE OPORTUNIDADES: Programa de inversión administrado por el Banco del Comercio Exterior (BANCODEX) que tiene como objetivo promover el

acceso al crédito y los demás servicios financieros a las familias de menores ingresos, micro, pequeñas y medianas empresas, y emprendedores. Se enmarca dentro de la política de largo plazo del Gobierno Nacional, dirigido a lograr el acceso a servicios financieros para la población de bajos ingresos con el fin de reducir la pobreza, promover la igualdad social y estimular el desarrollo económico en Colombia.

CRÉDITO GOTA – GOTA: Más conocido como el paga diario y es una modalidad crediticia informal que cada día gana más seguidores. Mantiene un carácter semi confidencial por los riesgos que puede acarrear, no solo para los prestamistas sino también para los prestatarios.

INSTITUCIONES FINANCIERAS: Es uno de los entes que conforman el sistema financiero. Instituciones financieras son los bancos comerciales, los bancos centrales, las corporaciones hipotecarias y/o de ahorro y vivienda, las bolsas de valores, etc.

MICROCREDITO: Conjunto de operaciones activas de crédito otorgado a microempresas cuyo saldo de endeudamiento con la respectiva entidad no supere veinticinco (25) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Por microempresa se entiende toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rurales o urbanos, cuya planta de personal no supere diez (10) trabajadores u sus activos totales sean inferiores a quinientos uno (501) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

MICROFINANZAS: comprende varios instrumentos financieros, pero con un objetivo social. Estos instrumentos no financian el consumo sino el capital de trabajo y los activos fijos en un nivel muy básico, por lo cual suelen tener como clientes empresas extremadamente pequeñas o unipersonales. Estos clientes, el “nicho” de las microfinanzas, son en definitiva personas en situación de pobreza o clientes de bajos ingresos, que no tienen otra opción de financiamiento ya que están “excluidos” del sistema financiero tradicional por no contar con las garantías suficientes para pedir préstamos de otra naturaleza.

RIESGO DE CRÉDITO: Es la posibilidad de sufrir una pérdida originada por el incumplimiento de las obligaciones contractuales de pago.

SISTEMA FINANCIERO: conjunto de instituciones encargadas de la circulación del flujo monetario y cuya tarea principal es canalizar el dinero de los ahorristas hacia quienes desean hacer inversiones productivas. Las instituciones que cumplen con este papel se llaman intermediarios financieros.

SUPERINTENDENCIA BANCARIA: según el art. 35 del E. O. S. F, (Estatuto Orgánico del Sistema Financiero) la Superintendencia bancaria es un organismo de carácter técnico, adscrito al ministerio de Hacienda y Crédito Público con

personería jurídica, autónoma administrativa, financiera y con patrimonio propio, mediante el cual el Presidente de la República ejerce la inspección, vigilancia y control sobre las personas que realicen la actividad financiera y aseguradora.

TASA DE INTERÉS: Expresión porcentual del interés aplicado sobre un capital. Las tasas de interés pueden estar expresadas en términos nominales o efectivos. Las nominales son aquellas en que el pago de intereses no se capitaliza, mientras que las efectivas corresponden a las tasas de intereses anuales equivalentes a la capitalización de los intereses periódicos, bien sea anticipadas o vencidas. La tasa de interés efectiva es el instrumento apropiado para medir y comparar el rendimiento de distintas alternativas de inversión.

INGRESOS: Cantidad de dinero que se percibe con regularidad.

GASTO: porcentaje del ingreso que se destina a la satisfacción de las necesidades.

CAPACIDAD DE PAGO: porcentaje del ingreso con el cual el individuo está en capacidad de adquirir una deuda.

ACTIVIDAD ECONOMICA: diferentes acciones encaminadas a realizar procesos productivos generadores de valor.

DATA CREDITO: Base de datos que informa sobre el historial crediticio de cada Colombiano.

3. METODOLOGÍA

Esta investigación se desarrollara teniendo en cuenta este segmento de mercado de crédito, el microcrédito, servicio ofrecido por Contactar en el municipio de Mocoa.

3.1 TIPO DE ESTUDIO

El estudio de caracterización de la población objeto de crédito por CONTACTAR en el municipio de Mocoa Putumayo se realizara con un tipo de estudio descriptivo-empírico-analítico, estableciendo las condiciones de cada individuo en su estado natural, y realizando un análisis de las posibles causas de los fenómenos encontrados.

Se pretende describir en este estudio en primer lugar las características generales de la población objeto de crédito, tales como género, edad, estado civil, estrato socioeconómico, número de hijos. Que son elementos básicos de cada individuo, luego se procederá a estudiar aspectos relacionados con la actividad económica en particular, para lo cual se tendrá en cuenta lo que es el tipo de actividad financiada, la ubicación geográfica, urbana o rural, que otras actividades económicas realiza el individuo objeto de crédito, niveles de ingreso, nivel de gasto en general, porcentaje de gasto en servicios públicos, porcentaje de gasto en alimentación, en educación, en salud, nivel de gasto en otras obligaciones financieras, información del nivel de activos, pasivos y patrimonio; datos que expresara claramente cuáles son las condiciones económicas de los clientes de CONTACTAR en el municipio de Mocoa.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRAS

La presente investigación, cuyos actores principales son los clientes de Contactar en el municipio de Mocoa a la fecha 31 de mayo de 2011 quienes conforman la población objetivo correspondiente a 1124 personas distribuidos tanto en el área urbana como rural, para lo cual se tomará una muestra representativa aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(N * Z^2) * (p*q)}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * (p*q)}$$

Donde:

N= tamaño de la población = 1124

n= tamaño de la muestra = ?

Z= nivel de confianza 95% = 1,96

p= posibilidad de de acierto, = 0,5

q= posibilidad de fracaso = 0,5

e= nivel máximo de error. = 0,05

Para la presente investigación se tendrán en cuenta los siguientes datos:

N = 1124

n = ?

Z = 1,96

p = 0,5

q = 0,5

e = 0,05

Así:

$$n = ((1124 * 1,96^2) * (0,5 * 0,5)) / (((1124 - 1) * 0,05^2) + (1,96^2 * (0,5 * 0,5)))$$

$$n = 1074,490 / 3,768$$

$$n = 285,496$$

Este valor por defecto se aproxima a 285 que es el tamaño de la muestra a un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Para la presente investigación se realizara un muestreo aleatorio simple sin reposición en donde cada uno de los elementos de la población tiene las misma probabilidad de ser seleccionado, sin reposición lo cual un elemento después de ser seleccionado no se devuelve a la población ya que se tiene la posibilidad de seleccionarse nuevamente y arrojar una información sesgada.

Para la selección de los clientes a encuestar se realizara muestreo aleatorio simple mediante la utilización de Excel y su herramienta de análisis de datos, para lo cual se introducen cada uno de los elementos de la población, en una hoja de cálculo, (en este caso se utilizara el número de la cedula). Luego se habilita el complemento análisis de datos siguiendo la ruta opciones de Excel, complementos, complementos de Excel y Herramienta para análisis.

Teniendo los datos de la población a estudiar en una hoja de cálculo se procede a realizar el muestreo siguiendo la ruta Datos + Análisis de Datos + Muestra y se selecciona el rango de entrada que está conformada por todos los miembros de la población, el numero de muestras que se requiere y la ubicación de los datos que arroje esta operación, así se tendrá los números de cedula de las personas a quienes se les realizara la encuesta.

3.3. DISEÑO DE PROCEDIMIENTOS Y METODOS

- La presente investigación en primera instancia se recurrió a la recopilación de toda la información secundaria disponible, tales como documentos, revistas, ponencias, artículos y otras investigaciones que se hayan realizado afines a esta.
- Luego se procedió con la obtención de información terciaria, tomando como elemento principal el internet.
- Por último se recurrió a la recopilación de la información primaria que es aquella que se obtuvo de encuestas a los individuos objeto de crédito, llama además de la información consignada en las carpetas de cada cliente de contactar, en donde se encuentra la mayor cantidad de información.

3.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una vez se obtuvo toda la información primaria se procedió con el análisis de los resultados para lo cual se empleó un técnica de tipo descriptivo y cuantitativo, mediante la utilización de el software estadístico **Epi Info**, el cual permitió analizar e interpretar de manera rápida y sistemática toda la información recopilada en las encuestas.

- En primera instancia se procedió a depurar toda la información dentro de las encuestas que presenten alguna inconsistencia.
- Luego se procedió a introducir la información al programa estadístico, de tal manera que quede organizada y sistematizada.
- Se procedió a realizar los respectivos cruses de variables concernientes a los objetivos de la presente información de tal manera que se pueda presentar de forma clara los resultados de la investigación.
- Mediante la presentación de gráficos, cuadros y tablas se presentaran los resultados de manera clara y concreta de tal manera que sea de fácil interpretación por cualquier público.
- Se continuó a analizar los resultados para formular las recomendaciones y conclusiones pertinentes.

4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.

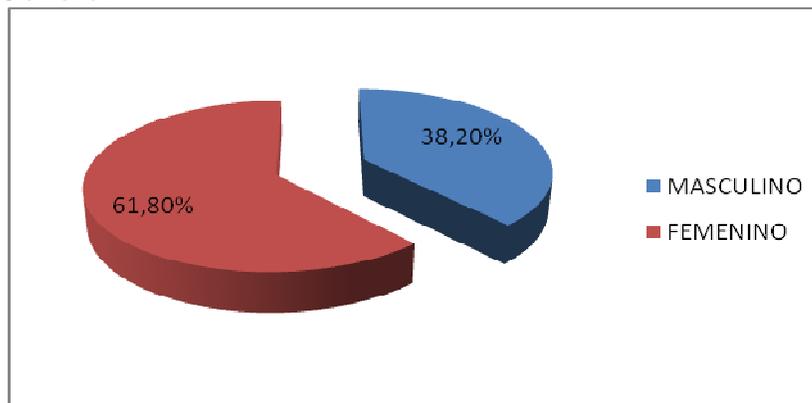
4.1. POBLACIÓN TOTAL CON CRÉDITO EN CONTACTAR.

Para 31 de mayo de 2011 Contactar en el municipio de Mocoa contaba con 1.124 clientes, según el reporte de saldos insolutos del sistema informático *Financial*, dentro del área urbana y rural.

4.2. GENERO

En el estudio realizado se pudo evidenciar que de los 1.124 clientes que CONTACTAR poseía a 31 de mayo de 2011, la mayoría son mujeres con participación del 61,8% del total de la población en estudio, mientras que los hombres representan el 38,20% del total, como se indica en la grafica N° 01; esta tendencia en la cual el género femenino representa en mayor porcentaje dentro de los clientes de Contactar se ve reflejado en las características y actividades de la mujer ya que ella al dedicarse a las labores del hogar tiene la posibilidad de atender otras actividades como lo es una tienda, modistería, a la cría de especies menores en el área rural, además de la venta de productos por catalogo actividad muy recurrente dentro del género femenino; no obstante cabe destacar el grado de emprendimiento de la mujer Mocoana ya que si bien existe gran porcentaje de ellas en el desarrollo de las actividades propias de este género, también desarrollan actividades las cuales son más frecuentes en hombres como el caso de la ganadería o el comercio.

Grafica 01: Genero.



FUENTE: Esta investigación.

4.3. EDAD.

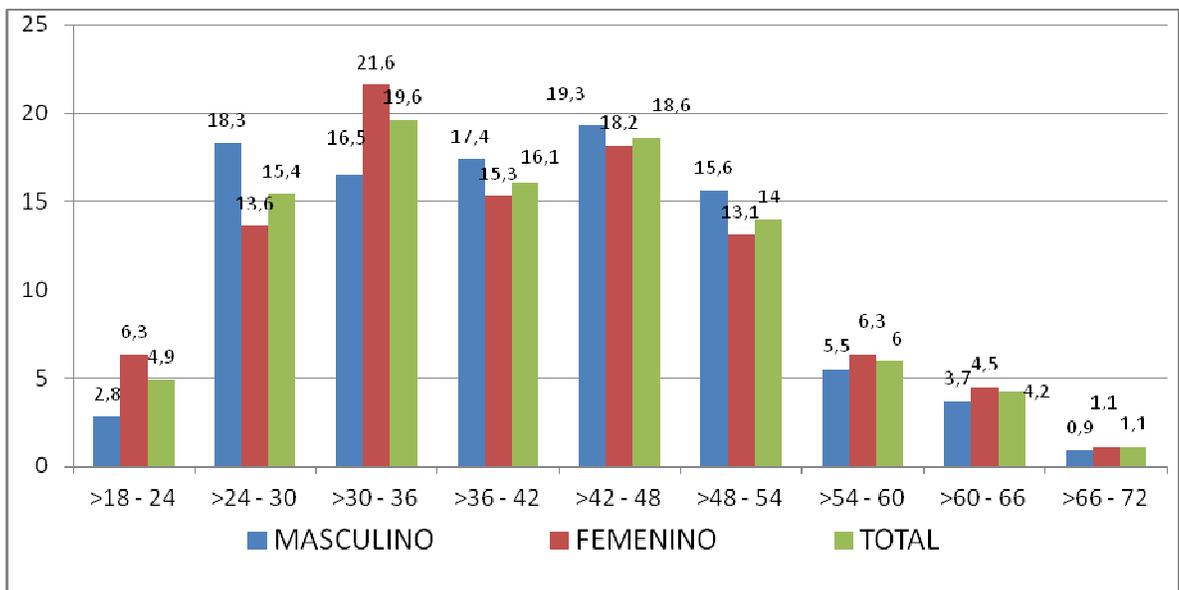
En esta investigación se logra detectar que las personas que en su mayoría recurren a crédito, se encuentran entre los rangos de edad que comprende de los 24 a 54 años.

Este rango coincide con el rango de edad en que las personas son más productivas desde el punto de vista de la fuerza de trabajo. A esta edad las personas en ya han terminado sus estudios y pueden dedicar más tiempo a organizar su vida económica, mientras que de los 60 años en adelante inicia la etapa de vejez la cual se emplea en actividades poco productivas y más bien de descanso.

En términos generales el rango de edad el cual más clientes presenta CONTACTAR es entre los 30 y 36 años lo que representa un 41,2% de la población objeto de estudio. El género masculino es representado por el 19,6% y es este mismo rango de edad el género femenino representa un 21,6%.

Para el rango de edades entre el 42 y 48 años que representa un 41,2% de la población objeto de estudio. El género masculino es representado por el 19,3% y es este mismo rango de edad el género femenino representa un 18,2%.

Grafica 02: Edad.



FUENTE: Esta investigación.

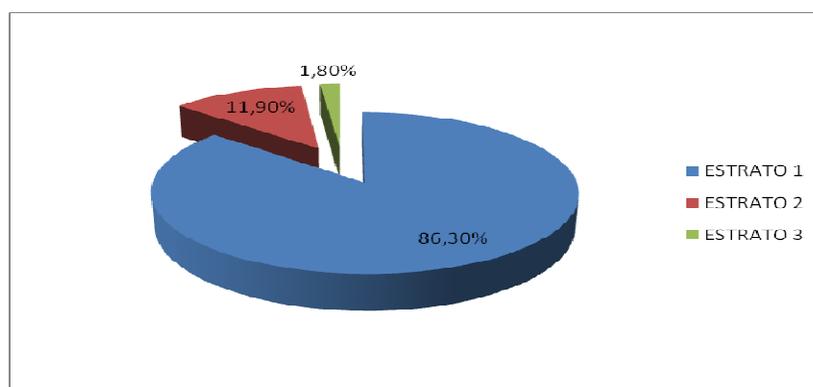
Tabla N° 03 Distribución de clientes por rango de edad y genero.

EDAD	>18 - 24	>24 - 30	>30 - 36	>36 - 42	>42 - 48	>48 - 54	>54 - 60	>60 - 66	>66 - 72	TOTAL
MASCULINO	12	79	71	75	83	67	24	16	4	430
FEMENINO	43	95	150	106	126	91	43	32	8	694
TOTAL	19	61	77	63	73	55	24	17	4	1.124

4.4. ESTRATO SOCIOECONOMICO.

Según el presente estudio el 100% de la población que demanda microcrédito en CONTACTAR de Mocoa pertenece a los estratos 1, 2, 3. La distribución porcentual por estratos es la siguiente: el 86,3% pertenecen al estrato 1, el 11,9% al estrato 2 y solo el 1,8% se clasifica en el estrato 3. De acuerdo con lo anterior podría sugerirse que la agencia de Contactar en Mocoa está cumpliendo con la misión corporativa de ofrecer recursos de microcrédito a la población más necesitada.

Grafica 03: Estrato socioeconómico.



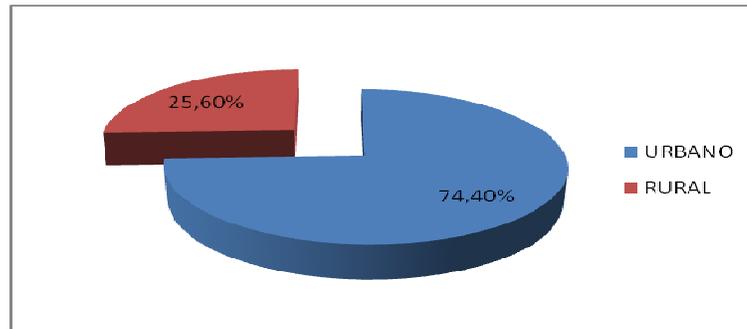
FUENTE: Esta investigación.

4.5. UBICACIÓN GEOGRAFICA

Dentro del municipio de Mocoa el 41,2% de la población vive en el área rural mientras que el 58,8% reside en el casco urbano; de igual manera en lo referente a los clientes de Contactar el 74,4% reside en el área urbana mientras que el 25,6% reside en el área rural, lo que significa que hasta la fecha quienes más demandan recursos de microcrédito son las personas cuyas actividades económicas se desarrollan en el casco urbano del municipio de Mocoa, hecho que se puede contrastar con el tipo de actividad económica ya que en su mayoría estas pertenecen al sector terciario de la economía, principalmente el comercio

cuyas actividades por naturaleza se encuentra en los centros poblados, como lo indica la tabla N°04.

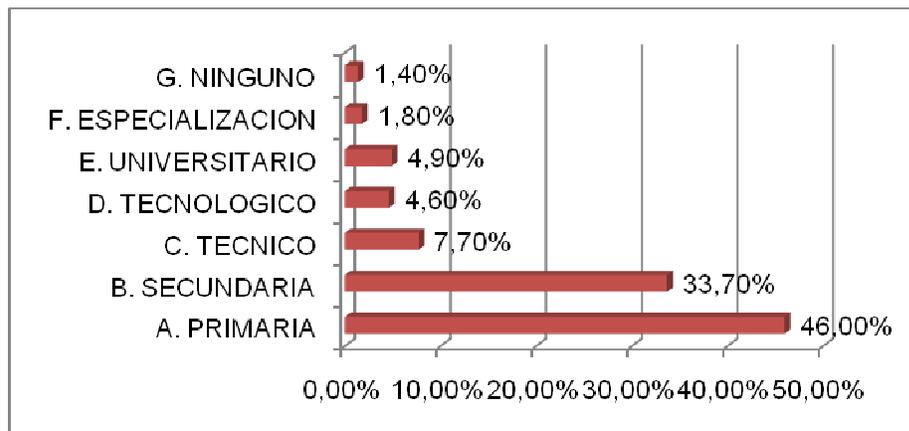
Grafica 04: Ubicación geográfica.



FUENTE: Esta investigación.

4.6. NIVEL DE EDUCACIÓN

Grafica 05: Nivel de educación.



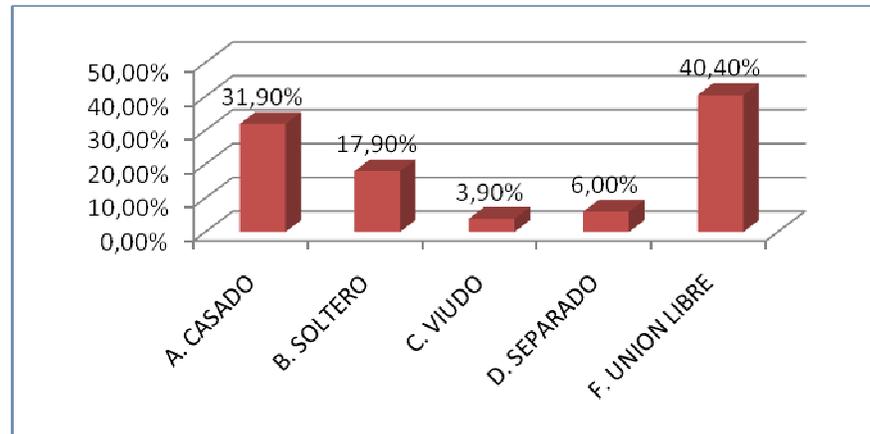
FUENTE: Esta investigación.

Dentro del entorno educativo, el 46% ha recibido un nivel de educación básica primaria, mientras que el 33,7% ha realizado un nivel de secundaria, datos que son consecuentes con el estrato socioeconómico ya que en su mayoría los clientes de contactar están en estrato 1, donde es muy difícil obtener niveles de capacitación superiores, solo el 4,9% del total ha realizado estudios universitarios. Es por ello que al analizar las diferentes actividades económicas desarrolladas en un mínimo porcentaje se encuentran aquellas que requieren de altos niveles de especialización y por lo tanto de educación como lo son la ejecución de contratos en los cuales se desarrollan obras civiles, el manejo de almacenes para lo cual en

necesario tener conocimiento en contabilidad y administración; mientras que en la gran mayoría de actividades como las desarrolladas en el campo o actividades de subsistencia los niveles de educación son muy bajos.

4.7. ESTADO CIVIL

Grafica 06: Estado civil.

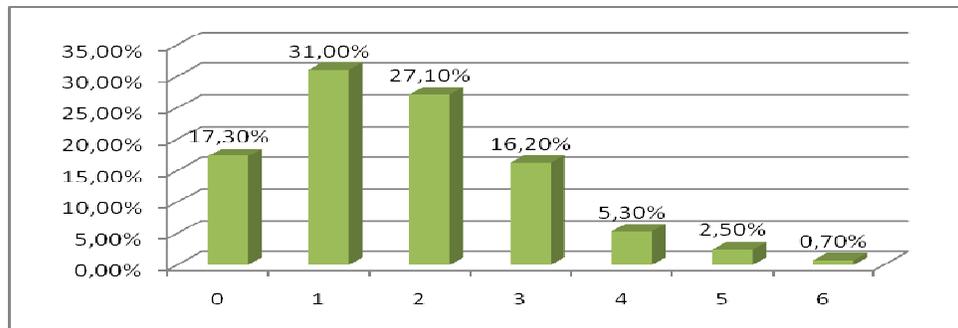


FUENTE: Esta investigación.

El estado civil de las personas es importante porque de acuerdo con su dinámica las personas pueden o no verse atraídos hacia algunas actividades de carácter económico. La consolidación de una familia es una decisión que trae consigo obligaciones jurídicas en torno a asegurar un mínimo de condiciones de vida para la pareja y sus hijos, como alimentación, vestido, vivienda, etc. Así quienes poseen una familia, tienen hijos o personas a cargo son quienes con mayor razón deben desarrollar actividades que le generen ingresos para satisfacer sus necesidades básicas. No obstante dentro de los clientes de contactar siendo consecuente con las edades, la mayoría de las personas tienen un compromiso con un compañero permanente, así para el 40,4% su estado es unión libre, debido a la confiabilidad que este ofrece y la facilidad de la disolución de los compromisos, seguido del 31,9% quienes son personas Casadas, el estado soltero lo representa el 17,9%; le sigue separado con un 6% y por último viudo con el 3,9%.

4.8. PERSONAS A CARGO

Grafica 07 Personas a cargo.

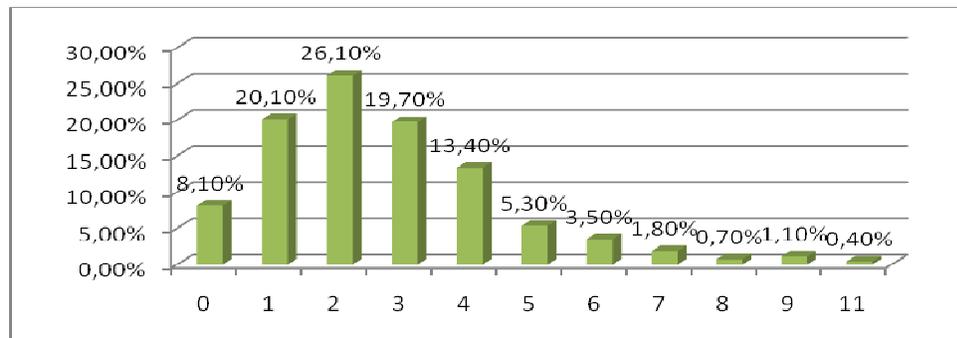


FUENTE: Esta investigación.

En promedio cada cliente de Contactar tiene 2,6 personas a cargo, donde el 31% de los clientes tiene una persona a cargo, el 27,1% tiene dos personas a cargo, seguido de 17,3% que marca la diferencia con cero personas a cargo; así los solteros son quienes menos personas a cargo tienen con un promedio de 0,88 mientras que las personas separadas tienen un promedio de personas a cargo de 1,94 seguido del viudo y union libre que se encuentran igualados con un promedio de 1,9 personas a cargo.

4.9. NUMERO DE HIJOS.

Grafica 08: Numero de hijos.



FUENTE: Esta investigación.

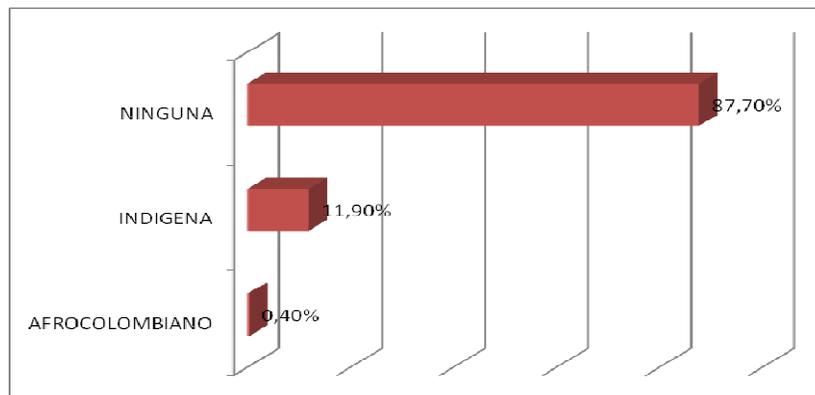
Cada cliente tiene en promedio 2,6 hijos siendo las personas viudas son quienes mas hijos tienen 3,63 en promedio, seguido de las personas casadas con un promedio de 3,35 hijos; 2 es el numero de hijos mas recurrente entre los clientes

de Contactar con una participación de 26,1% seguido de 1 y 3 con 20,1% y 19,7% respectivamente.

4.10. ETNIA

Dentro del total de clientes que Contactar atiende en el municipio de Mocoa en su mayoría son mestizos con un 87,7%. El 11,9% son personas consideradas indígenas mientras que los afrocolombianos representan el 0,4%,

Grafica 09: Etnia.



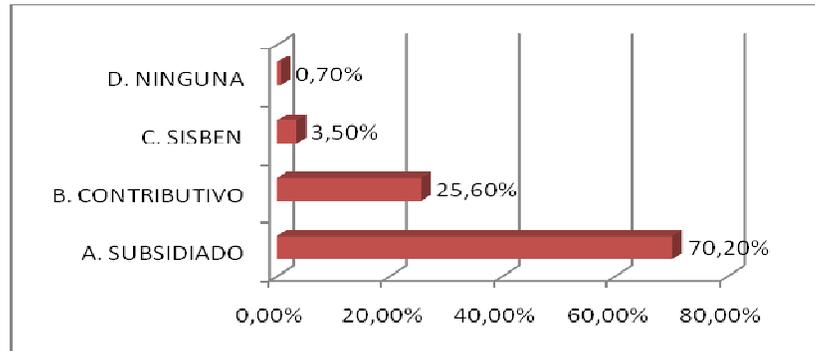
FUENTE: Esta investigación.

Esta información es consecuente con el tipo de colonización que se originó dentro del departamento del Putumayo ya que esta se dio por la migración de personas provenientes de departamentos como Nariño y el Cauca, de igual manera las poblaciones indígenas se encuentran retiradas de los centros poblados, de igual manera el conflicto armado ha generado un desplazamiento de personas del cauca, Caquetá y bajo Putumayo hacia la capital del departamento.

4.11. REGIMEN DE SALUD

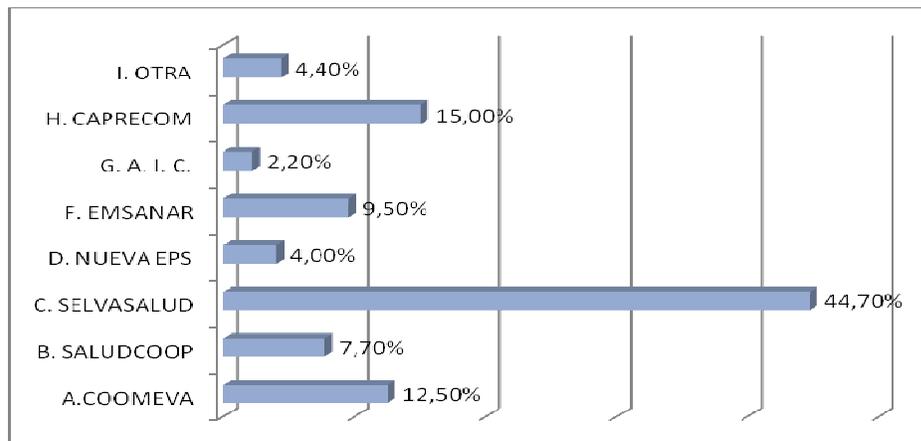
Como se observo en la grafica N° 03 el 86,3% de los clientes de Contactar pertenecen al estrato 1, y ser personas de escasos recursos se encontraran en el regimen de subsidiado consolidando el 70,2% de los clientes de Contactar de igual manera esta informacion es coherente con los datos nivel de educación; el 25,6% de la poblacion pertenece al regimen contributivo mientras que el 3,5% solo presenta ficha de sisben y se encuentra en proceso de consecucion de eps, mientras que el 0,7% no tiene definida su situación en cuanto al regimen de salud.

Grafica 10: Regimen de salud.



FUENTE: Esta investigación.

Grafica 11: Entidad Promotora de Salud.



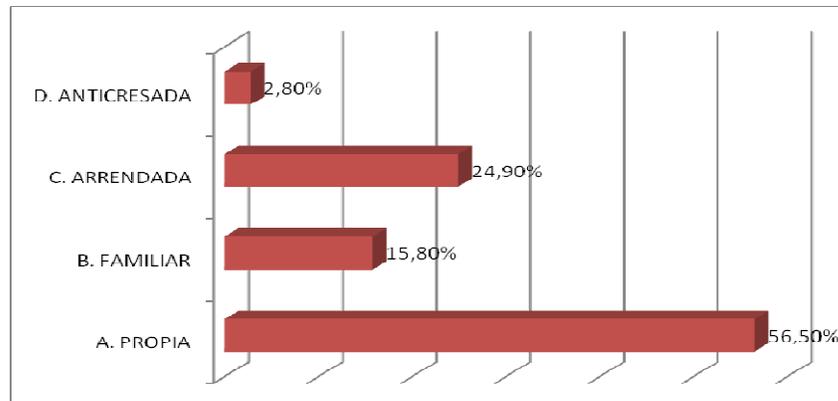
FUENTE: Esta investigación.

Por su parte la EPS que mas usuarios presenta es Selvasalud con el 44,7% empresa que al ser la entidad promotora de salud del departamento se atribuye este porcentaje, seguida de Caprecom con un 15% ; dentro de las eps del regimen contributivo Coomeva es la entidad con mayor numero de usuarios con 12,5% del total; dentro de las otras entidades promotoras de salud se encuentra a Unimap que es la entidad que presta el servicio relacionado con la salud de los educadores del departamento con una participacion del 58,3% seguido de Sanidad que es la entidad de la Policia Nacional con un 25%.

4.12. TIPO DE VIVIENDA.

Ser propietario de su propia casa ha sido por mucho tiempo conceptualizado como uno de los principales activos que una persona o familia puede tener, además que el hecho de tener casa propia es un indicador que le contribuye a acceder a créditos con entidades financieras, luego para una persona que solicite un crédito en Contactar, y tenga casa propia, este puede firmar el crédito solo hasta un monto de \$ 3.000.000, así el 56,5% de los clientes de Contactar cuentan con casa propia, información que contrasta con la grafica N°31 en la cual se especifica el tipo de garantía para los créditos otorgados donde el 51,6% firman solos; luego el 24,9% posee vivienda arrendada quienes pagan en promedio \$196.100.00 por el servicio, las personas que viven en casa familiar corresponden al 15,8% y por último las personas que viven en anticresis representan el 2,8% y pagan en promedio \$ 6.787.500.00

Grafica12: Tipo de vivienda.



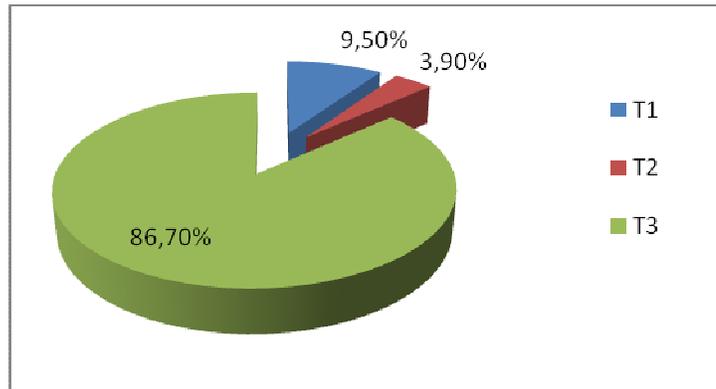
FUENTE: Esta investigación.

4.13. TIPO DE DATACREDITO

Contactar al igual que cualquier otra entidad financiera toma como referencia para la aprobación o negación de un crédito es la verificación de la información del historial crediticio que los colombianos posean en las bases de datos de las centrales de datos una de ellas es Datacredito.

Muchas entidades financieras como comerciales reportan el comportamiento en el pago de las obligaciones de los usuarios a esta entidad, los tipos de reporte puede ser positivo (cuando el usuario ha tenido un mal hábito de pago) o reporte negativo (cuando el usuario ha tenido un buen comportamiento de pago).

Grafica 13: Tipo de Datacredito



FUENTE: Esta investigación.

Mas alla del tipo dereporte que tenga un usuario, Contactar posee una clasificacion del usuario tomando como referencia el historial crediticio el cual es el siguiente:

T1: Datacredito tipo 1: es cuando la persona no ha tenido algun tipo de relacion comercial con entidades financieras como con casas comerciales.

T2: Datacredito tipo 2: Aquí se clasifican a las personas que solo poseen relacion crédito o relacion financiera con Contactar.

T3: Datacredito tipo 3: en este grupo se encuentran las personas que tienen por lo menos un producto o servicio financiero bien sea de captacion como de colocacion o crédito con casas comerciales.

En el caso particulas de los clientes de Contactar se encontro que el 86,7% se clasifican como personas con datacredito tipo 3 seguido de tipo 1 con un 9,5% que son las personas que solicitaron crédito en Contactar y dicho crédito es el primer servicio financiero al que acceden, seguido 3,9% quienes son personas que la primer vez que accedieron a un servicio financiero lo hicieron con un crédito en Contactar y lo siguen haciendo con esta Empresa.

4.14. ACTIVIDADES ECONOMICAS DESARROLLADAS

Los clientes de Contactar desarrollan diferentes actividades productivas, unas secundarias y actividades economicas principal de la cual reciben el mayor porcentaje de los ingresos ademas es la actividad dobjeto de financiacion por Contactar; Asi la mayor cantidad de clientes desarrollan su actividad que se clasifica en el sector terciario de la economia, sector caracterizado principalmente por la prestacion de servicios con un porcentaje del 68,42% seguido del sector

primario donde se encuentra toda la producción agropecuaria y minera con una participación del 23,16%; y por último el sector secundario donde se encuentran actividades industriales y de transformación con una participación del 8,42%; estos resultados son consecuentes con la ubicación geográfica de las personas ya que el 74,4% de los clientes de contactar se encuentran ubicados en el área urbana, (ver gráfica N°04) cifra que es muy cercana a la sumatoria del porcentaje de actividades del sector secundario y terciario de la economía. En la tabla N° 04 se muestra el número de clientes encuestados por sector económico.

Tabla N° 04: Clientes encuestados por sector económico.

CANTIDAD DE USUARIOS	SECTOR ECONOMICO	%
66	SECTOR PRIMARIO	23,16%
7	Sector agrícola.	2,46%
50	Sector ganadero.	17,54%
7	Sector pesquero.	2,46%
1	Sector forestal.	0,35%
24	SECTOR SECUNADARIO	8,42%
19	Sector industrial.	6,67%
4	Sector de la construcción.	1,40%
195	SECTOR TERCIARIO	68,42%
11	Sector transporte.	3,86%
184	Sector comercial.	64,56%
285	TOTAL	100,00%

FUENTE: Esta investigación.

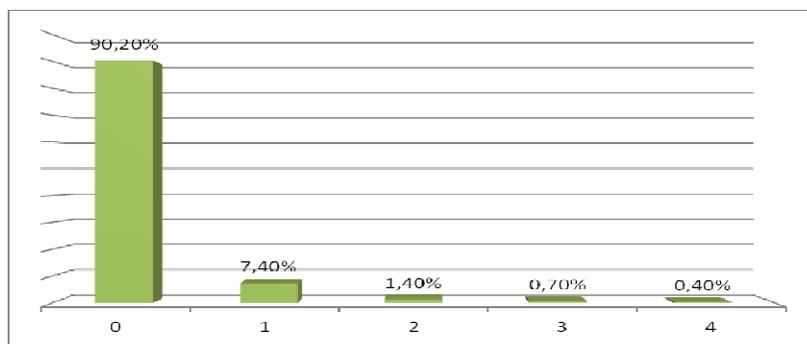
Por otra parte el 90,5% de los clientes perciben ingresos mensuales por el desarrollo de su actividad principal, mientras que el 3,20% lo hace de manera bimestral, el 0,7% de forma trimestral y el 5,6% reciben ingresos cada 6 meses. Este es un indicador de liquidez dentro del desarrollo de cada actividad económica. De igual manera el 53,3% percibe ingresos por una actividad económica adicional, mientras que el 14% recibe ingresos por dos actividades económicas adicionales, por su parte el 9,8% recibe ingresos por concepto de un empleo.

4.15. NUMERO DE EMPLEADOS

Como lo muestra la gráfica N°14 solo el 9,8% de los clientes de Contactar están generando algún nivel de empleo, así el 7,4% tiene 1 empleado permanente, el 1,45% emplea a 2 personas, el 0,7% y 0,4% emplean a 3 y 4 personas

respectivamente mientras que el 90,2% no recurre a la utilización de personal para el desarrollo de su actividad económica, o lo hace de manera muy ocasional. Esta información se contrasta con los niveles de ventas alcanzados por cada una de las actividades ya que como lo indica la grafica N°21 la cual indica el nivel de ventas generados por las actividades económicas desarrolladas por los clientes de Contactar, donde el 77,1% de ellos realizan ventas inferiores a 4 salarios mínimos legales vigentes²² ventas que son muy bajas con lo cual difícilmente se podría emplear algún ayudante. Así se concluye que los créditos otorgados por Contactar no genera un impacto fuerte en la generación de empleo en el municipio de Mocoa.

Grafica N 14: Numero de empleados.



FUENTE: Esta investigación.

4.16. CRÉDITO CON OTRAS ENTIDADES FINANCIERAS.

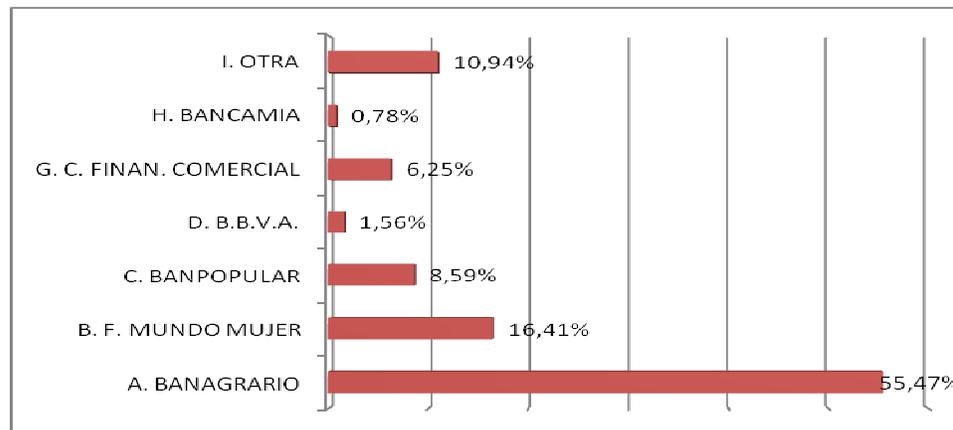
Solo el 51,9% de los clientes de Contactar poseia una rrelación crediticia con alguna entidad financiera en el momento de obtener el credito en esta entidad de los cuales el 55,47% posee crédito con Banco Agrario, el 16,41% posee crédito con Fundacion Mundo Mujer el 8,59% posee crédito con el Bancopopular, estas son las entidades financieras con mayor aceptacion dentro de la poblacion del municipio de Mocoa, ademas cabe destacar que el 89,8% de dichos creditos poseen una garantia personal mientras que el 7,8% y el 2,3% es respaldado con una garantia real y crédito por libranza respectivamente.

Dentro del municipio de Mocoa la competencia directa de Contactar se presenta con la entidad Funcacion Mundo Mujer, con la cual para el presente estudio se encontro que el 10,9% de los clientes de Contactar tenian crédito con dicha entidad, antes de solicitar el crédito en Contactar, cifra que indica el grado de

²² SMMLV Salario mínimo mensual legal vigente para el año 2011 \$ 535.600.° Decreto 033 de 2011 de la Presidencia de la Republica.

necesidad de financiación por parte de los microempresarios, no obstante para realizar un análisis completo de la competencia es necesario la verificación del otro 89,1% de quienes interesa conocer que parte de ellos recurrieron a la Fundación Mundo Mujer por recursos aun teniendo un crédito en contactar, así se podrá establecer el verdadero porcentaje de Clientes en común.

Grafica 15: Crédito con otra entidad financiera.



FUENTE: Esta investigación.

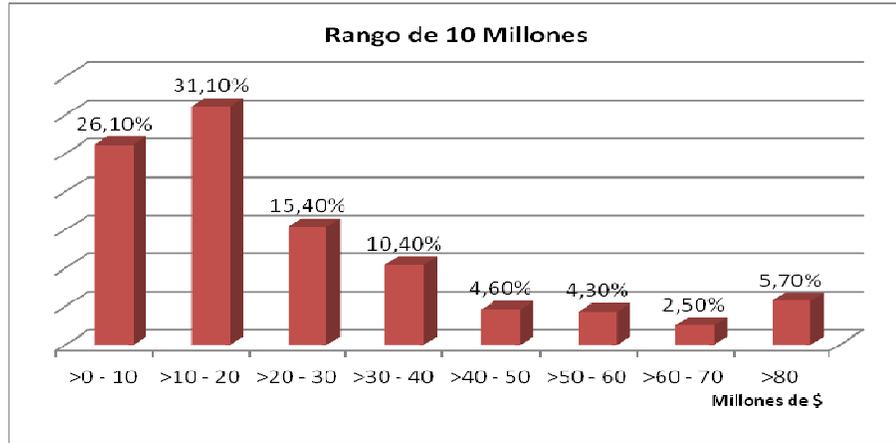
5.0. ENTORNO FINANCIERO

5.1. ACTIVOS

La grafica N° 16 muestra el monto total de activos para los clientes de Contactar, agrupados en rango de 10 millones de pesos, para lo cual el 26,10% de los clientes cuentan con un nivel de activos por debajo de los 10 millones de pesos, mientras que en el rango de 10 a 20 millones se encuentra el mayor porcentaje con el 31,10%; en el rango entre 20 a 30 millones se encuentra el 15,4% y en el rango de 30 a 40 millones se encuentra el 10,4% de la población, mientras que el 17,1% posee un nivel de activos superior a los 40 millones de pesos.

En promedio cada cliente de Contactar poseía un nivel de activos por un valor de \$ 27.750.121 al momento de obtener edl crédito en esta entidad, el valor mínimo es de \$ 430.000, el valor máximo es de \$ 386.400.000, el dato que más se repite es el nivel de activos por un monto de \$ 2.500.000; como lo muestra la tabla N° 05.

Grafica 16: Nivel de activos.



FUENTE: Esta investigación.

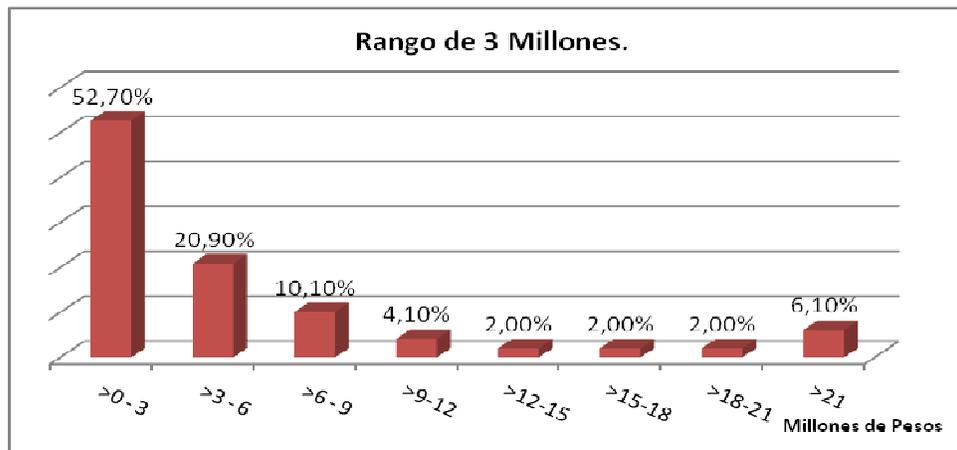
Tabla N° 05: Estadísticos Activos.

Obs 280	Total 7.770.034.000	Mean 27.750.121	Variance 1.645.560.386.207.420	Std Dev 40.565.507,35	
Minimum 430.000	25% 9.625.000	Median 17.165.000	75% 31.125.000	Máximum 386.400.000	Mode 2.500.000

FUENTE: Esta investigación.

5.2. PASIVOS

Grafica 17: Nivel de Pasivos.



FUENTE: Esta investigación.

Dentro del analisis de los pasivos se encuentra un caso especial ya que no todos lo clientes de contactar cuentan con obligaciones con entidades financieras o con terceros, asi solo el 51,9% un poco mas de la mitad de los clientes contaban con pasivos al momento de hacerse efectivo el crédito en esta entidad, de ese porcentaje como se muestra en la grafica 17 donde se indica el nivel de pasivos en un rango de 3 millones de pesos, el 52,7% de las personas poseen deudas inferiores a 3 millones de pesos, mientras que en el rango de 3 a 6 millones, seguido de el rango fentre 6 a 9 millones se encuentra el 10,10% por su parte el 16,2% posee deudas superiores a 9 millones de pesos.

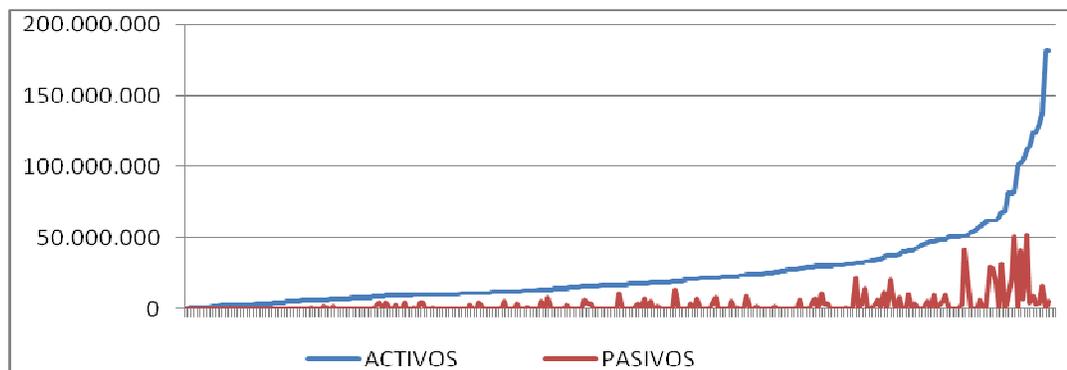
Tabla N° 06. Estadisticos Pasivos.

Obs	Total	Mean	Variance	Std Dev	
285	933.186.999	3.274.340,35	78.659.253.677.435,80	8.869.005,22	
Minimum	25%	Median	75%	Maximum	Mode
0	0	150.000	2.681.000	92.318.000	0

FUENTE: Esta investigación.

En promedio cada cliente tenía un nivel de deuda de \$ 3.274.340 en el momento en que se realizó el crédito en Contactar, la tabla N° 06 indica los datos estadixticos como desviacion estandar del nivel de pasivos, el dato minimo al igual que la moda lo representa el valor cero lo que indica que existen personas que no poseian deudas al momento de obtener el credite en Contactar, que corresponden al 48,1%.

Grafica 18. Relacion de activos frente a pasivos.

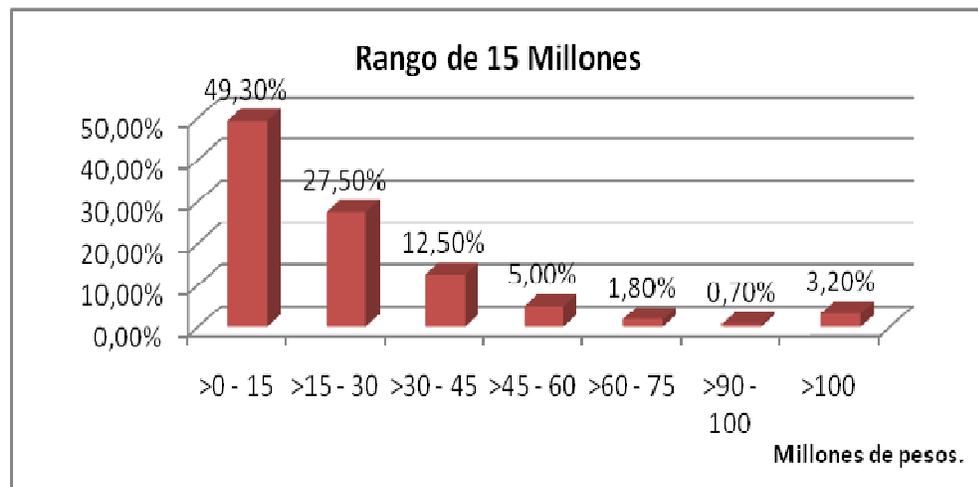


FUENTE: Esta investigación.

La grafica N° 18 indica mas claramente la relacion de los activos frente a los pasivos de los clientes objeto de estudio por la presente trabajo, se observa claramete una relacion directa entre los dos, a medida en que los activos se incrementa, los pasivos son mayores, aclarando que los pasivos no presentan un comportamiento continuo ya que se da que si en niveles altos de activos se presentan niveles de pasivos igual a cero, corroborado en la medida en que solo el 51,9% de los clientes de Contactar poseian un credito o relacion comercial con otra entidad financiera en el momento de solicitar el credito en esta entidad. En promedio cada cliente de Contactar tiene comprometido en creditos el 10,25% de sus activos.

5.3. PATRIMONIO.

Grafica 19: Nivel de patrimonio.



FUENTE: Esta investigación.

Dentro del analisis de los pasivos se encuentra una relacion muy estrecha con los activos al contener este ultimo al primero, asi el 49,3% de los clientes cuentan con un nivel de patrimonio inferior a 15 millones de pesos; mientras que en el rango entre 15 a 30 millones se encuentra el 27,5% de la poblacion, el 12,5% posee un nivel de patrimonio entre 30 a 45 millones de pesos mientras que el 10,7% posee un patrimonio superior a 45 millones de pesos; en promedio cada cliente de contactar posee \$ 24.413.811,79 en la cuenta de patrimonio, como lo indica la tabla N° 07; la cuadro ademas indica el valor minimo, la desviacion estandar de los datos del patrimonio y el valor maximo que corresponde a un nivel de patrimonio igual a \$364.978.000.

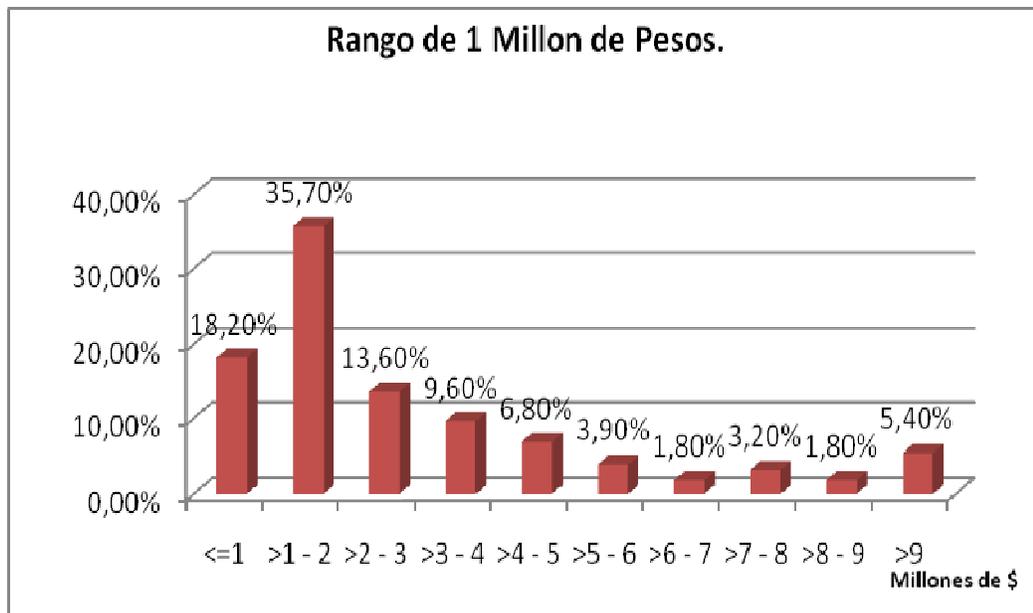
Tabla N° 07: Estadísticos Patrimonio.

Obs	Total	Mean	Variance	Std Dev	
280	6.835.867.300	24.413.811,7	1.286.548.783.711.7	35.868.492,9	
Minimum	25%	Median	75%	Maximum	Mode
430.000	7.668.500	15.465.000	28.341.500	364.978.000	4.700.000

FUENTE: Esta investigación.

5.4. VENTAS

Grafica 20: Nivel de ventas mensuales.

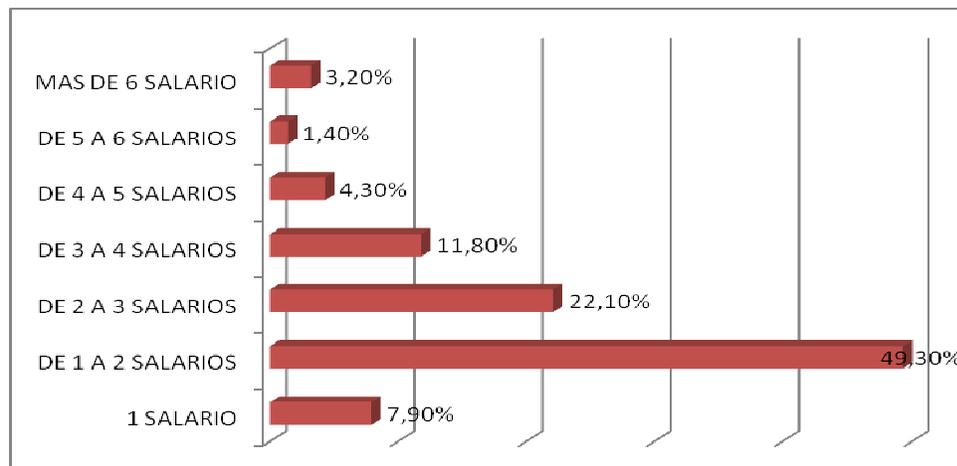


FUENTE: Esta investigación.

Dentro de esta permite identificar mas claramente el tamaño de los negocios de los clientes de Contactar se evidencia que las actividades economicas no manejan en su mayoría grandes cantidades de dinero ya que el 35,7% de los clientes realizan ventas entre 1 y 2 millones de pesos, seguido de 18,2% quienes venden menos de 1 millon de pesos mensuales, por su parte el 13,6% de los clientes realizan ventas entre 2 y 3 millones de pesos, y por ultimo el 32,5% de los clientes realizan ventas mensuales por montos superiores a 3 millones de pesos.

5.5 INGRESOS

Grafica 21: Nivel de ingresos Mensual.



FUENTE: Esta investigación.

Dentro del análisis de los ingresos totales de los clientes, se puede observar que el 7,9% percibe un ingreso mensual inferior a un salario mínimo donde el menor valor está dado por \$ 200.000; el 49,3% recibe un ingreso que se encuentra entre uno y dos salarios mínimos, el 22,1% tiene un ingreso entre 2 y 3 salarios mínimos, por su parte entre 3 y 4 salarios mínimos son percibidos por el 11,8% de la población, mientras que el 8,9% de la población recibe un ingreso superior a 4 salarios mínimos mensuales cuyo valor máximo es 13.740.000; de igual manera se puede inferir que en promedio un cliente de Contactar percibe ingresos mensuales por un valor de \$1.260.352.

Tabla N° 08: Estadísticos Ingreso.

Obs	Total	Mean	Variance	Std Dev	
280	352.898.779	1.260.352,78	1.220.474.602.336,97	1.104.750,92	
Minimum	25%	Median	75%	Maximum	Mode
200.000	762.500	991.000	1.484.500	13.740.000	800.000

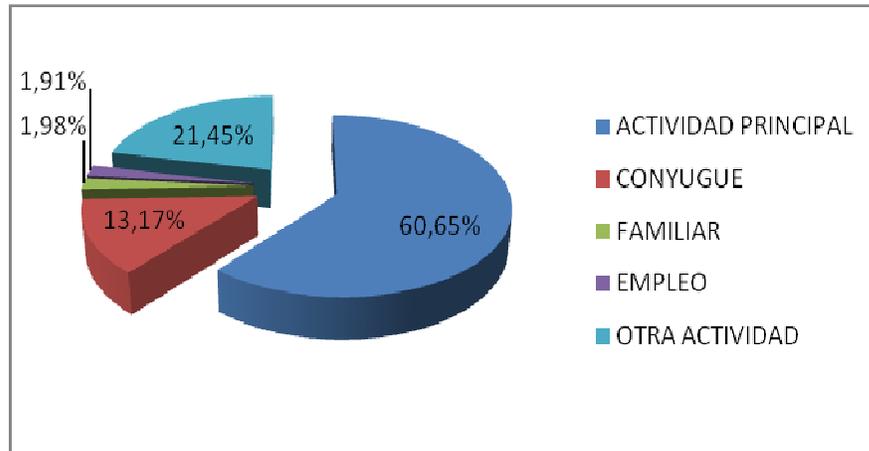
FUENTE: Esta investigación.

La tabla N° 08 expresa datos estadísticos más puntuales por ejemplo el nivel mínimo de ingreso es de \$ 200.000.⁰⁰ el máximo es de \$ 13.740.000 y el dato que más se repite es el nivel de ingreso mensual por un valor de \$ 800.000.⁰⁰ y la respectiva desviación estándar.

5.6. COMPOSICION DEL INGRESO.

Dentro de la unidad familiar, son diferentes las fuentes de ingreso, con lo cual se hace necesario realizar el analisis de estas dpara lo cual en el presente estudio se encontró que el 88,4% de los clientes de contactar perciben ingresos por concepto de la actividad economica principal la cual es objeto de crédito por esta entidad; en promedio los ingresos son de \$ 877.683 pesos; de igual manera el 39,3% de los conyugues contribuyen en promedio con \$ 377.054 pesos en los ingresos; de lmismo modo el 8,8 % de los hogares persiben ingresos de familiarees con un promedio de \$ 211.480 pesos; el 4,56% persiben ingress por concepto del empleo cuyo promedio es de \$ 735.918 pesos y por ultimo el 57,54% de los clientes obtienen sus ingresos por concepto de la realizacion de las otras actividades cuya contribucion en promedi es de \$ 385.212 pesos.

Grafica N 22: Composicion del ingreso.



FUENTE: Esta investigación.

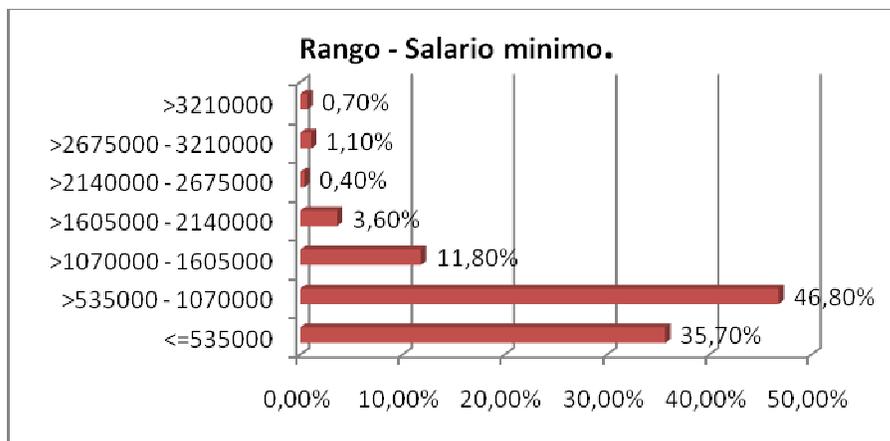
La grafica N° 22 indica la composicion del ingreso tomando como base el promedio de los ingresos de las diferentes fuentes. El 100% es el total del ingreso de todos y cada uno de los clientes de Contactar, de esta manera en promedio el 60,65% de los ingresos de los clientes de Contactar provienen de la actividad principal, el 21,45% de los ingresos provienen de otras actividades, el 13,17% del total de los ingresos provienen de las actividades que desarrolla el conyugue, mientras que el 1,98% y 1,91% es la contribucion que realiza los ingresos familiares e ingreso por concepto de empleo respectivamente.

Aqui es muy importante resaltar la gran importancia que tiene el desarrollo de la actividad que es objeto de financiacion ya que esta es la que en mayor proporción contrubuye a la formacion del ingreso, tanto asi que en el caso en que se disponga

de esos recursos de crédito a la mejora o incremento de capital de trabajo, muy seguramente se mejorará la participación de la actividad principal en el total del ingreso.

5.7. GASTOS

Grafica N° 23: Nivel de gasto.

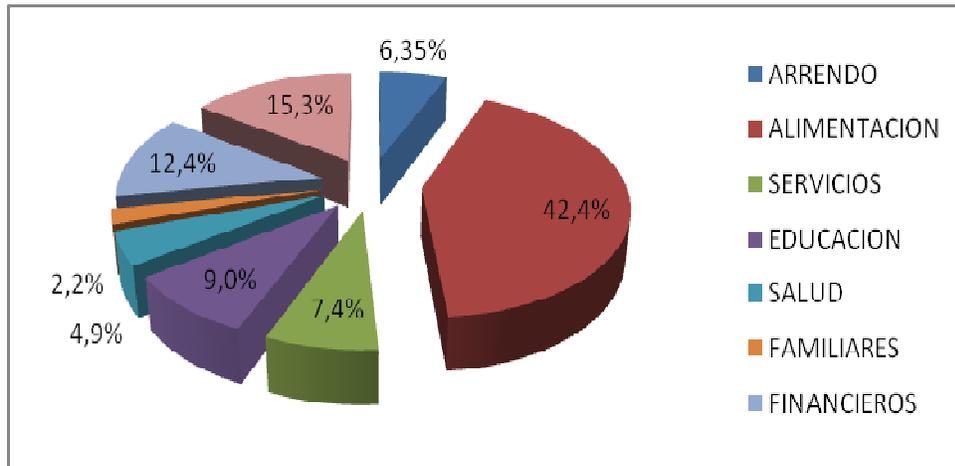


FUENTE: Esta investigación.

La grafica N° 23 indica el rango de los gastos de los clientes de Contactar en el Municipio de Mocoa con corte a 31 de mayo de 2011, a esta fecha el 35,7% de los clientes realizan gastos para satisfacer todas sus necesidades por un monto menor a un salario mínimo, el 46,8% realizan gastos por un monto que oscila entre uno y dos salarios mínimos, mientras que en el rango de 2 a 3 salarios mínimos se encuentra el 11,8%; por su parte el 5,8% de la población realizan gastos mensuales por montos superiores a tres salarios mínimos.

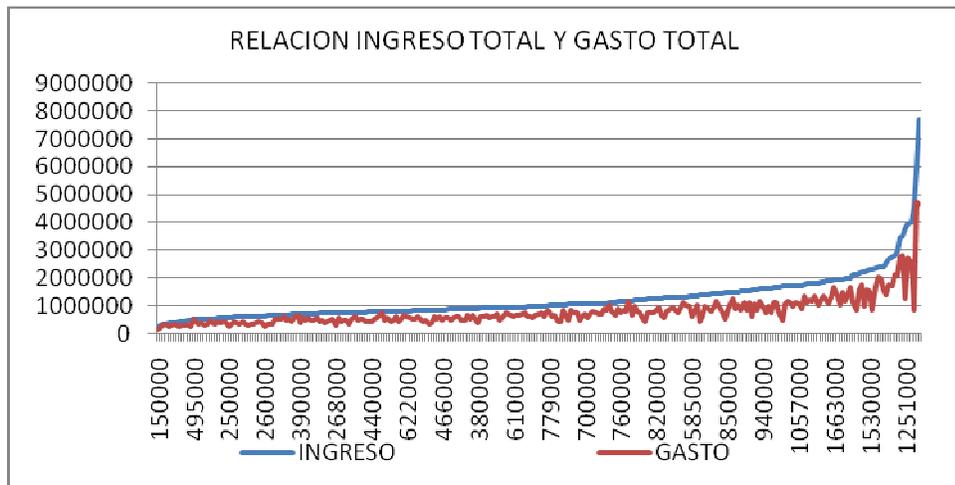
Según los estudios de crédito y en relación con los gastos, en promedio cada cliente gasta el 63,6% de sus ingresos; ahora bien del total de los recursos destinados a solventar todas las necesidades se discriminan de la siguiente forma, en promedio el 42,4% de los gastos son destinados a alimentación, el 7,4% es destinado al pago de servicios públicos domiciliarios, el 9,0% es destinado a educación, principalmente de los hijos, solo el 4,9% es destinado a salud, el 2,2% del total del gasto en promedio es destinado para gastos familiares, en promedio cada cliente de Contactar destina el 6,35% de su gasto al pago de arrendamientos, aquí cabe anotar que solo el 27,4% de los clientes pagan arrendamiento por la vivienda y que por ello en promedio pagan \$ 186.089,74; por último el 15,3% restante es empleado para gastos varios como lo es la recreación e imprevistos.

Grafica N° 24: Constitucion del gasto.



FUENTE: Esta investigación.

Grafica N° 25: Relacion entre ingreso y gasto.



FUENTE: Esta investigación.

Si se expresan en una sola grafica el nivel de ingreso frente al nivel de gasto de cada uno de los clientes de Contactar se puede observar como a niveles bajos de ingreso el gasto es significativamente alto; esto significa que todo el dinero que ingresa a la unidad familiar se gasta en la satisfacción de todas las necesidades de la familia, tanto así que, no permite la posibilidad de ahorrar, luego a medida que el ingreso aumenta, el gasto lo hace de igual manera con una pendiente menor, generándose un margen entre las dos lo que se traduce en posibilidades de ahorro o inversión para el caso de los microempresarios; no obstante es claro que entre más ingreso se obtiene de igual manera consume más, una explicación

a este fenómeno radica en que a medida que mejoran las condiciones económicas, se va escalonando en la pirámide socioeconómica alcanzando niveles de mas altos, alejándose de la línea de pobreza.

6.0. GENERALIDADES DEL CRÉDITO.

6.1. MONTO SOLICITADO.

La grafica 22 representa tanto el monto de dinero solicitado por los clientes en relacion con el monto aprobado; así que las solicitudes se concentran en el rango entre 1 y 3 millones de pesos con un porcentaje del 46%; luego le siguen las solicitudes entre 4 y 5 millones de pesos con un porcentaje del 16,5%; el 15, 1% de los cleintes solicitan recursos inferiores al millon de pesos, entre 3 y 4 millones solicitan el 9,10% de los clientes; luego el 13,4% realiza solicitudes por montos superiores a los 5 millones de pesos.

Si se quisiera ser equittivo cada cliente solicita en promedio \$3.437.052,63, donde el minimo valor solicitado es de 500 mil pesos y el valor maximo es de 20 millones de pesos, la moda o solicitud que mas se repite es 3 millones de pesos.

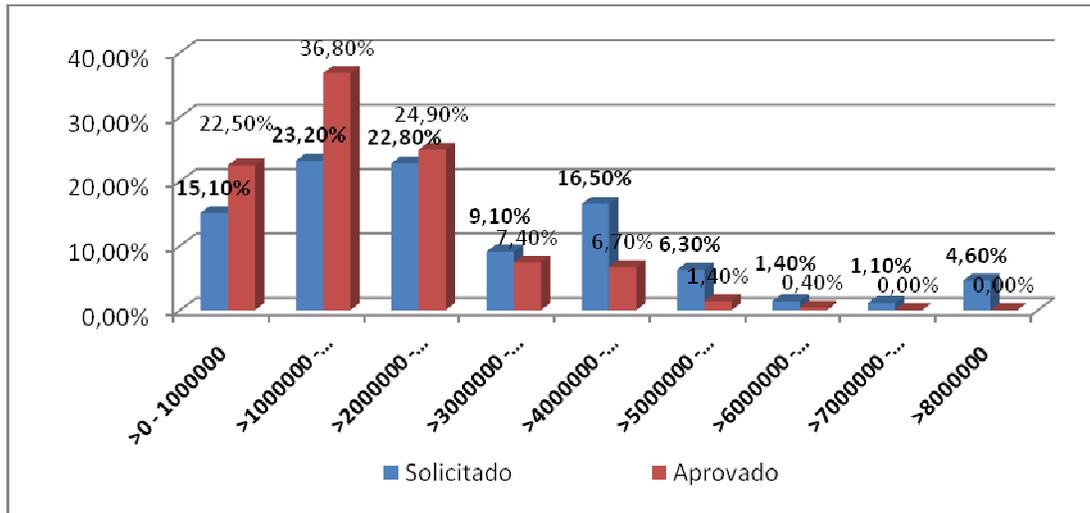
Tabla N° 09: Estadisticos monto solicitado.

Obs	Total	Mean	Variance	Std Dev	
285	979.560.000	3.437.052,63	5.674.918.042.994,81	2.382.208,65	
Minimum	25%	Median	75%	Máximum	Mode
500.000	2.000.000	3.000.000	5.000.000	20.000.000	3.000.000

FUENTE: Esta investigación.

De igual manera dentro de los recursos aprobados el 36,8% son desembolsos que se encuentran en el rango de entre 1y 2 millones de pesos, seguido del rango entre 2 a 3 millones con el 24,9% del total de creditos aprobados, el 22,5% de los creditos aprobados se realizan por un monto inferior a 1 millon de pesos, luego el 7,4% de los creditos son aprobados por un monto de entre 3 a 4 millones, entre 4 y 5 millones son aprobados el 6,7% mientras que el 1,8% de los creditos son aprobados por montos superiores a los 5 millones de pesos. Si se fuese equitativo a cada uno de los clientes de les aprueba en promedio \$ 2,308.456,14 millones de pesos.

Gráfica N° 26: Recursos solicitados y monto de créditos aprobados.



FUENTE: Esta investigación.

Teniendo en cuenta estos dos aspectos tanto el monto solicitado como el aprobado se puede concluir que en promedio a cada uno de los clientes se les aprueba el 77,01% del monto que solicita.

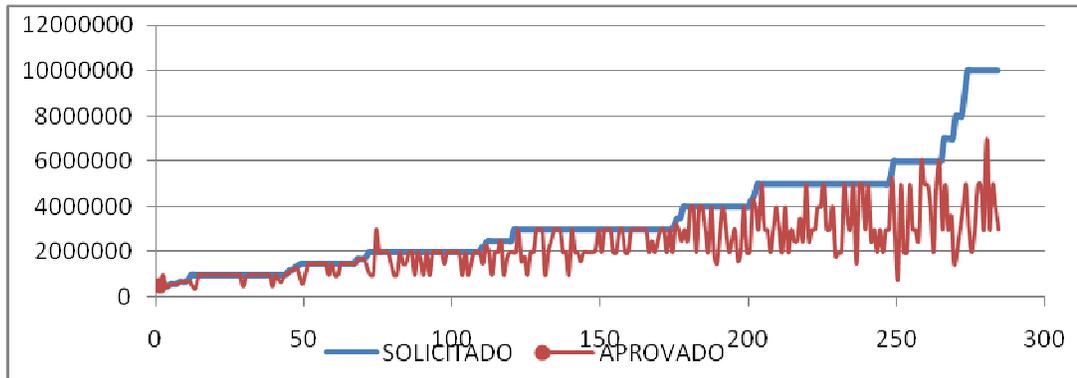
Tabla N° 10: Estadísticos monto aprobado.

Obs	Total	Mean	Variance	Std Dev	
285	657.910.000	2.308.456,14	1.565.922.960.217,45	1.251.368,44	
Minimum	0,25	Median	0,75	Maximum	Mode
400.000	1.500.000	2.000.000	3.000.000	7.000.000	2.000.000

FUENTE: Esta investigación.

De igual manera la gráfica N° 27 indica el comportamiento de las dos variables anteriormente explicadas, ahora teniendo en cuenta cada uno de los clientes; así la línea de color azul refleja el comportamiento del monto solicitado, el cual es muy estable ya que las solicitudes se realizan por montos cerrados; la línea de color rojo refleja el comportamiento del nivel de recursos desembolsados el crédito, montos que son mucho menos estables y varían dependiendo de las capacidades de cada uno de los clientes.

Grafica N° 27: Relacion monto solicitado con el aprobado.

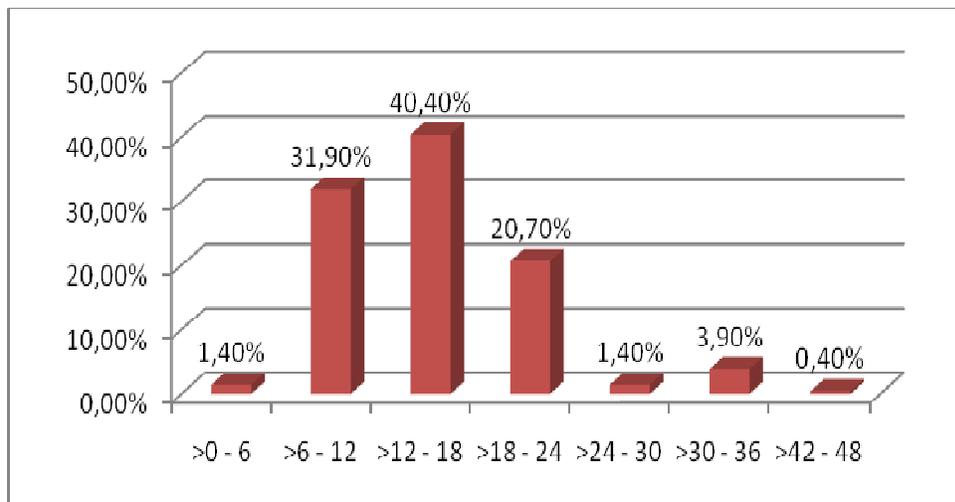


FUENTE: Esta investigación.

6.2. PLAZO.

En cuanto a la duracion del crédito para los clientes de Contactar en el municipio de Mocoa se encuentra que el 40,40% de estos estaran cancelados en un periodo de entre 12 a 18 meses, seguido de los plazos entre 6 a 12 meses con un porcentaje del 31,9%, mientras que los creditos otorgados a un termino de pago de entre 18 a 24 meses es del 20,70%, los creditos por montos mas pequeños los cuales son cancelados en un termino inferior a seis meses es del 1,4% y por ultimo los creditos otorgados a plazos superiores a 24 meses es del 5,7%.

Graficad N° 28: Plazo del crédito.

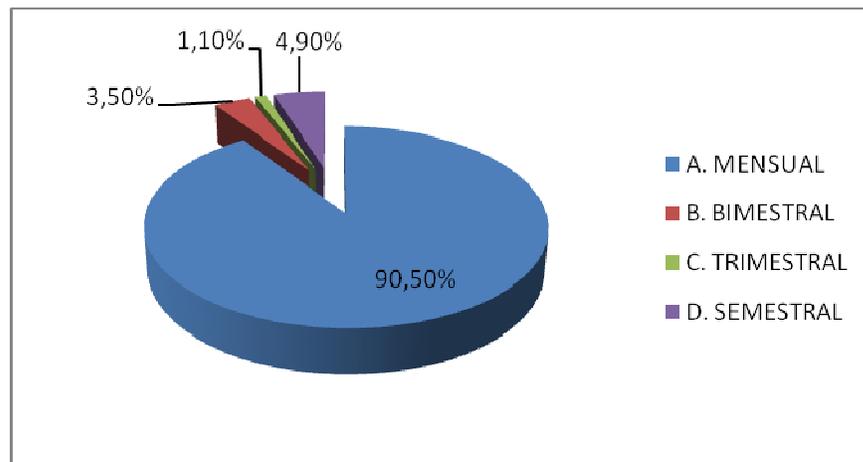


FUENTE: Esta investigación.

6.3. FORMA DE PAGO.

La forma de pago de los créditos se ajusta muy bien al periodo en el cual reciben los ingresos los clientes por el desarrollo de la actividad, así el 90,5% de los clientes cancelan mensualmente su obligación con Contactar, mientras que el 4,9% lo hace de forma semestral, el 3,5% lo realiza de forma bimestral, mientras que el 1,1% de forma trimestral, cabe anotar que hasta la fecha no se ha realizado algún crédito con la modalidad de pago único. De igual manera las actividades con las cuales los clientes tienen pagos diferentes al mensual son actividades netamente agropecuarias entre las que se encuentran, ganadería, avicultura, y cultivo de café.

Grafica N° 29: Forma de pago.

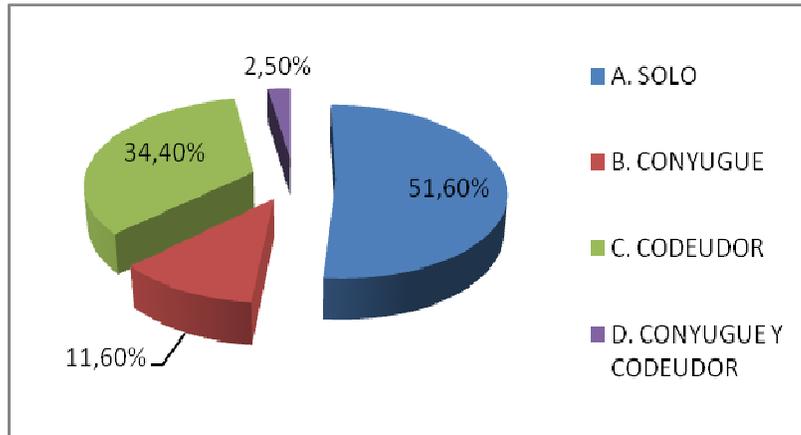


FUENTE: Esta investigación.

6.4. TIPO DE GARANTIA

Dentro del otorgamiento de cada crédito uno de los aspectos más importantes es el respaldo que cada uno de los usuarios presenta. Dentro de la entidad se tiene una política muy flexible para que la población acceda al servicio del crédito formal y por ende se incrementa la bancarización de la población, tanto así que una persona puede obtener un crédito sin fiador hasta por 3 millones de pesos, siempre y cuando cumpla con algunos requisitos. Ahora bien en el presente estudio se encontró que el 51,6% de los clientes lo hacen de esta manera firmando sin codeudor, mientras que el 11,6% firma los créditos con el conyugue, el 34,4% firma con un codeudor particular, mientras que el 2,5% son créditos cuya garantía es el espodo y un codeudor adicional, Como se muestra en la grafica N° 30.

Grafica N° 30: Tipo de garantía.

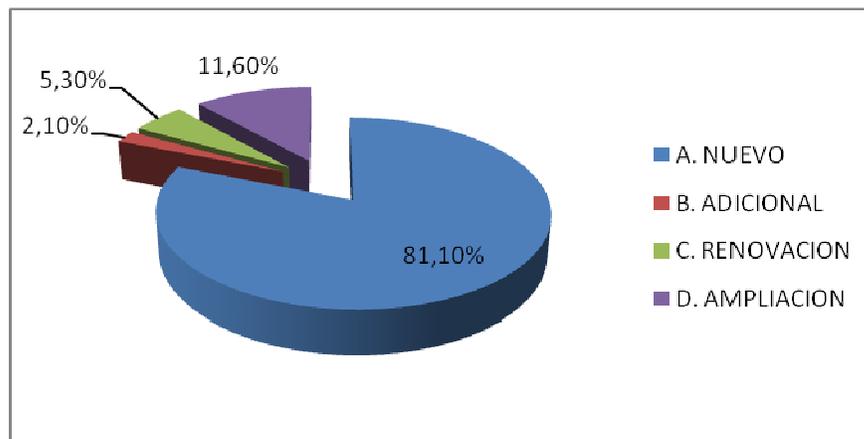


FUENTE: Esta investigación.

6.5. TIPO DE CRÉDITO

La oficina de Mocoa al igual que las del medio y bajo pPutumayo al ser relativamente nuevas presentan un porcentaje mayoritario en el otorgamiento de créditos nuevos así estos representan el 81,1% de los créditos colocados, mientras que el otro 18,9% son créditos para clientes antiguos así el 11,6% son créditos en modalidad de Ampliación, el 5,3% son renovaciones, y el 2,1% son créditos adicionales. De igual manera después de la implementación de los créditos grupales en las oficinas del medio y bajo Putumayo, a la fecha de corte del 31 de mayo de 2011 en la oficina de Mocoa el 5,69% de los clientes poseían un crédito en la modalidad grupal así el 2,94% de los clientes poseían un crédito solidario mientras que el 2,76% poseían un crédito asociativo.

Grafica N° 31: Tipo de crédito.

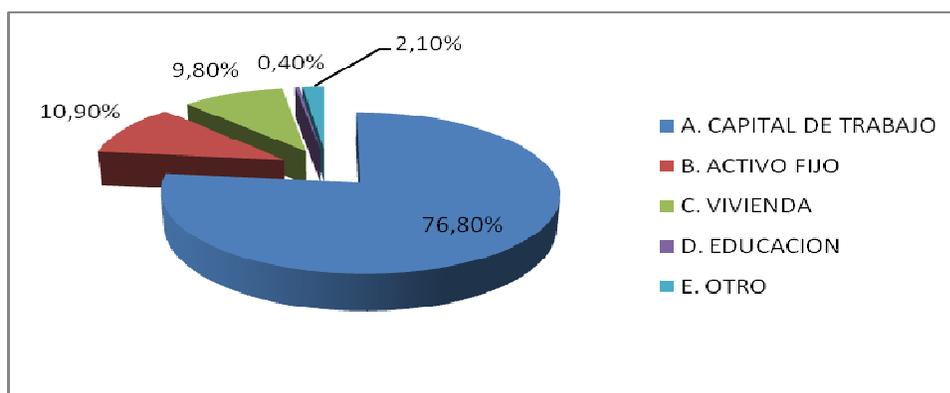


FUENTE: Esta investigación.

6.6. DESTINO DEL CRÉDITO.

Del 100% de los créditos otorgados a 31 de mayo de 2011 el 76,8% fueron solicitados para ser empleados como capital de trabajo el 10,9% fueron solicitados para la adquisición de activo fijo, el 9,8% son solicitados para mejoramiento de vivienda, por su parte el 0,4% y 2,1% de los créditos son solicitados para ser destinados a educación y otro uso respectivamente.

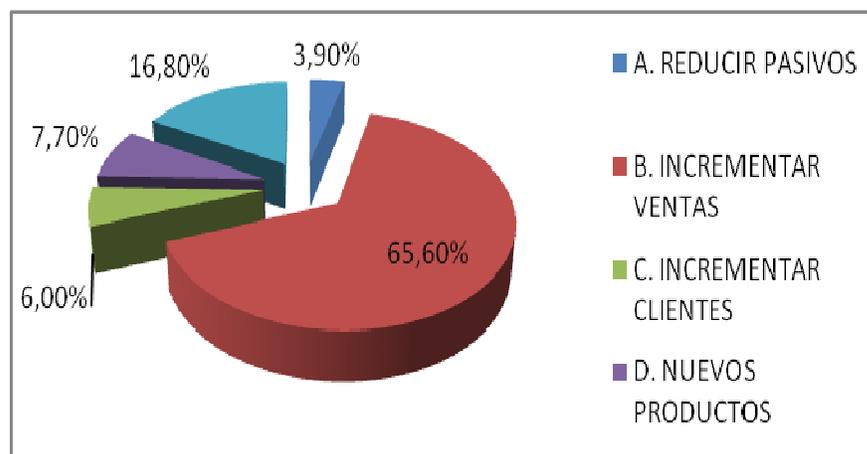
Grafica N° 32: Destino del crédito.



FUENTE: Esta investigación.

6.7. EFECTOS ESPERADOS DEL CREDITO.

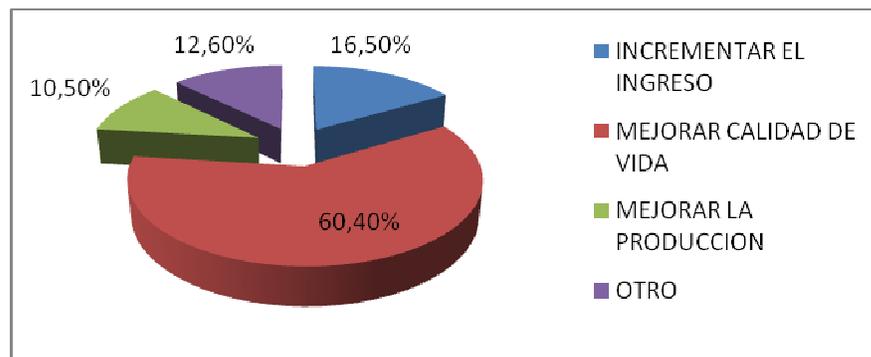
Grafica N° 33: Efectos esperados del crédito.



FUENTE: Esta investigación.

Si bien cada uno de los clientes al momento de realizar la inversión del dinero producto de crédito dentro de su actividad en particular, desea sin duda alguna que los recursos le permitan desarrollar la actividad, generar ingresos suficientes para pagar el préstamo; así que se les preguntó puntualmente cuales son los efectos que espera que surtan los recursos del crédito al cual el 65,6% espera poder incrementar las ventas, el 6% espera poder incrementar clientes, del mismo modo el 7,7% espera poder ofrecer nuevos productos, mientras que el 3,9% le gustaria reducir los pasivos, por su parte el 16,8% manifiesta esperar otro tipo de efecto entre los que se encuentra mejorar la calidad de vida con un 60,4%, incrementar el ingreso con el 16,5%; mejorar la producción con una participación del 10,5%; mientras el 12,6% manifiesta poder bajar los costos, generar empleo o ampliar local.

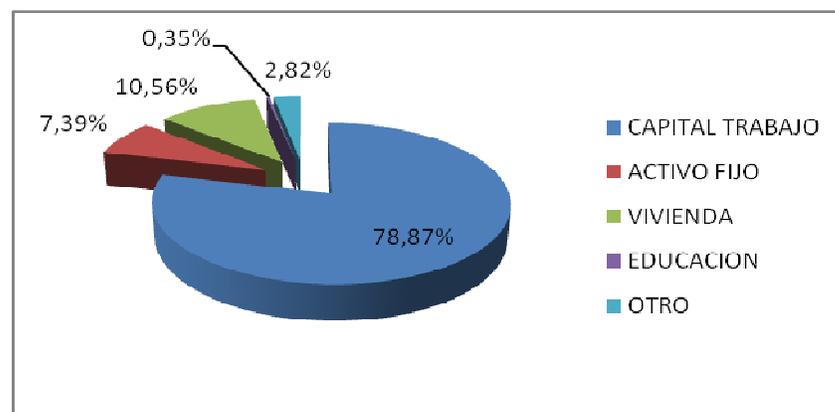
Grafica Nº 34: Otros efectos esperados del crédito.



FUENTE: Esta investigación.

6.8. DESTINO REALIZADO DEL CRÉDITO.

Grafica Nº 35: Destino realizado de la inversión.



FUENTE: Esta investigación.

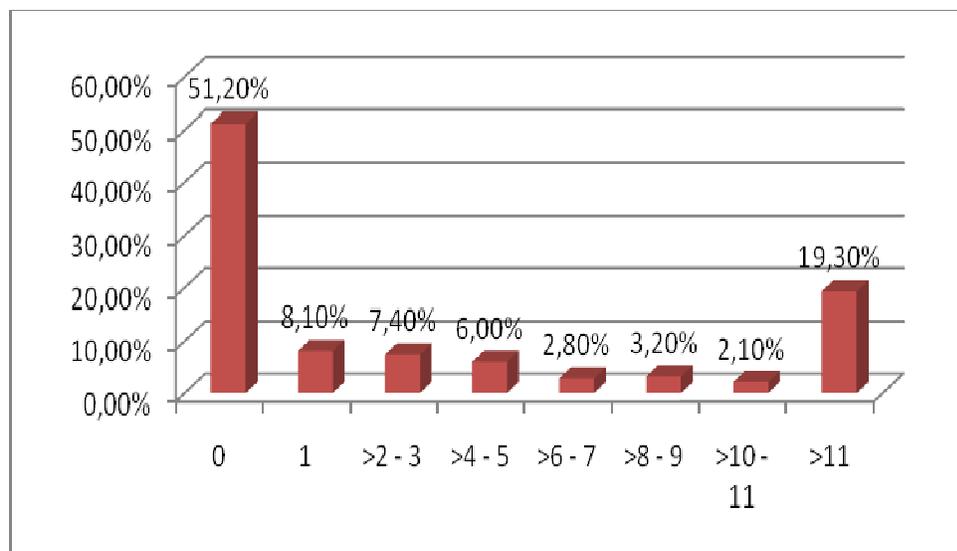
Dentro del estudio se le pregunto a los clientes cual fue el destino dque se le dio a los recursos del credito preguanta a la cual el 78,87% respondió que la invirtió en capital de trabajo dentro de las diferentes actividades financiadas, seguido del 7,39% quienes invirtieron el dinero en activos fijo, seguido del 10,56% quienes destinaron los recursos al mejoramiento de la vivienda, solo el 0,35% lo destinaron a educacion mientras que el 2,82% lo destino a otro fin como lo es el pago de deudas.

7. RETORNO DEL CRÉDITO

7.1. DIAS DE MORA ACUMULADA

El sistema financiero Software empleado por Contactar, cuenta con una aplicación que permite medir en días el vencimiento de la cuota de cada cliente, en dos datos uno los días de atraso acumulado y otro el promedio por mes. Asi en la primer medición, el 51,2% de los clientes no han presentado algun atraso en el pago de su obligacion, mientras que el 8,10% tiene 1 dia acumulado, el 7,4% posee entre 2 y 3 dias, el 6% posee entre 4 y 5 dias de atrazo acumulado, por su parte el 27,4% poseia a 31 de mayo de 2011 mas de 6 dias acumulado en el pago de la cuota mensual.

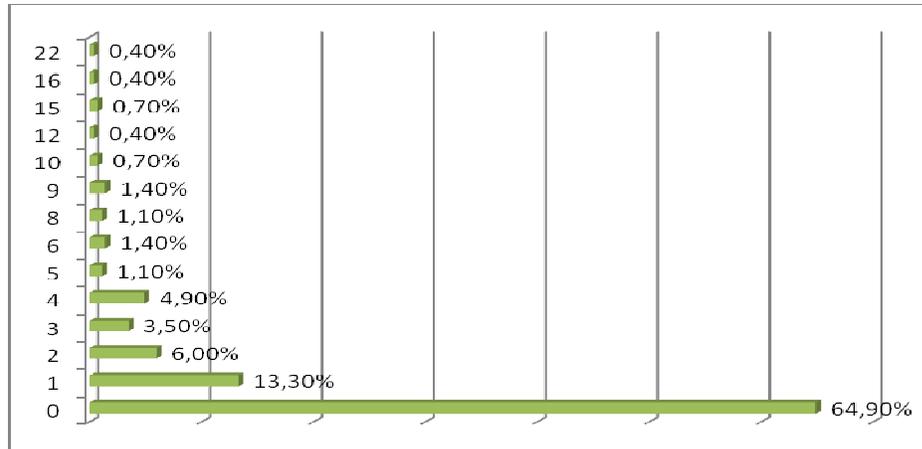
Grafica N° 36: Dias de mora acumulada.



FUENTE: Esta investigación.

Ahora bien el 64,9% de los clientes en promedio tiene cero días de atraso, el 13,3% psee en promeio un día de atraso, con dos días en promedio esta el 6,0%; con tres días de atraso esta el 3,5% mientras que con 4 y más días en promedio de atraso esta el 12,3% del total de clientes.

Grafica N° 37: Días de mora, promedio.



FUENTE: Esta investigación.

7.2. CALIFICACION DEL MANEJO DEL CREDITO.

Teniendo en cuenta la informacion de los días promedio de atrazo, el sistema Financiamiento permite darle calificación al comportamiento de pago de los clientes, para lo cual se tiene como referencia los siguientes parametros:

Tabla N° 11: Parametros de calificacion.

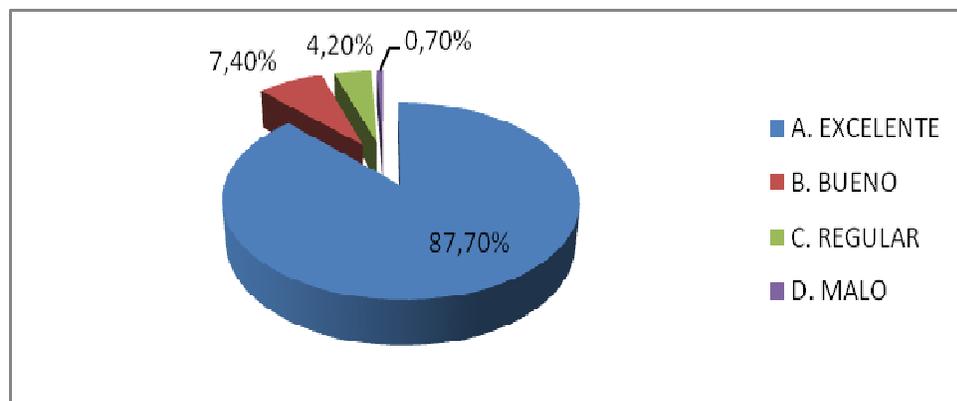
DIAS PROMEDIO ATRAZO	CALIFICACION
0 - 3	EXCELENTE
DE 4 - 6	BUENO
DE 7 - 10	REGULAR
MAS DE 11	MALO

Teniendo como referencia el anterior referencia se tiene que el 87,7% de los clientes de contacta presentan una calificación excelente, seguido del 7,4% quienes poseen una calificación buena, mientras que el 4,2% le ha dado un

manejo regular al crédito, y el 0,7% de los clientes tiene una calificación mala en cuanto al manejo del crédito.

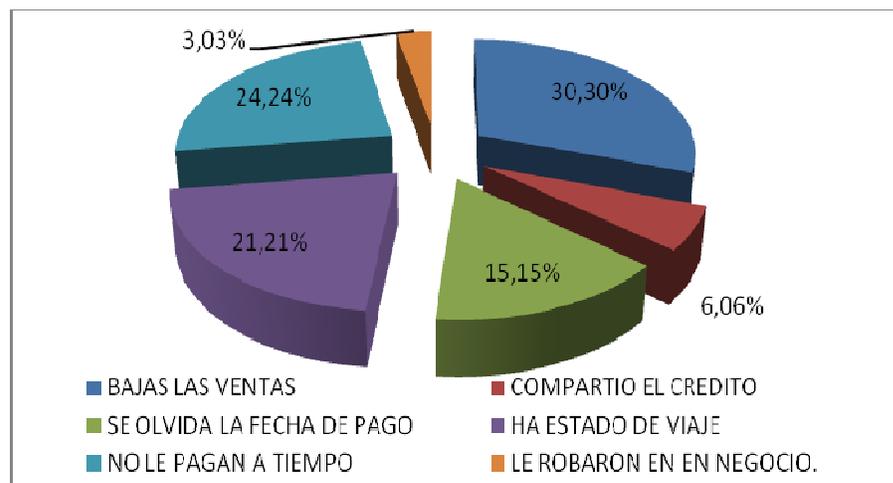
Del 12,3% de personas quienes poseen una calificación buena, regular y mala; se les cuestionó sobre los motivos que han conllevado al atraso en el cumplimiento del pago de la cuota a lo cual el 30,3% manifestaron que se han atrasado por que las ventas estan bajas, seguido del 24,24% quienes manifiestan que a ellos sus clientes no les pagan a tiempo, por su parte el 21,21% dice haberse ausentado de la ciudad y descuidado sus obligaciones, mientras que el 15,15% manifiesta olvido en la fecha de pago del crédito.

Grafica N° 38: Calificación del comportamiento de pago.



FUENTE: Esta investigación.

Grafica N° 39: Motivo de atraso.

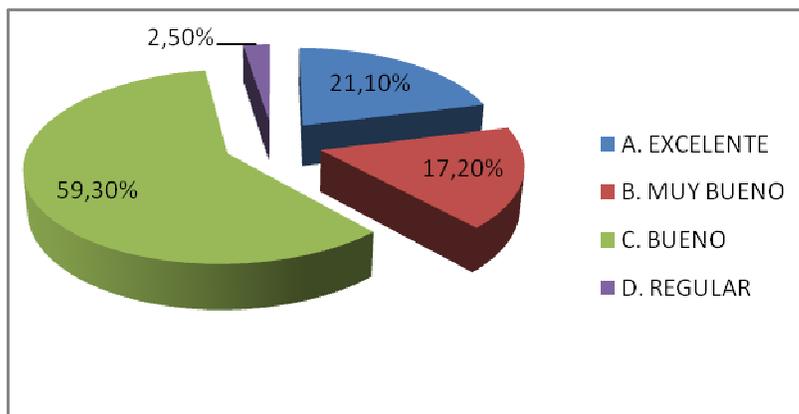


FUENTE: Esta investigación.

8. PERCEPCION DEL SERVICIO

8.1. CALIFICACION DEL SERVICIO.

Grafica N° 40: Calificación en la prestación del servicio.



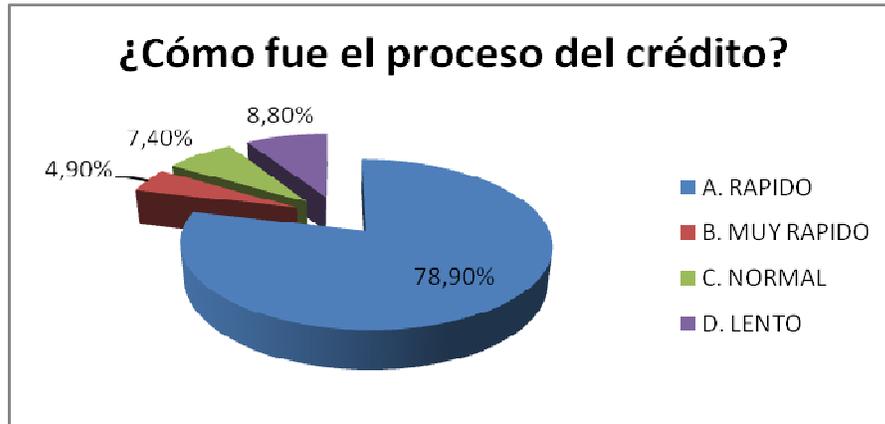
FUENTE: Esta investigación.

Dentro de la realización de cualquier objeto social de las empresas es muy importante conocer la percepción que sus clientes tienen en cuanto al servicio, tanto así que las grandes empresas poseen un sistemas de atención al usuario, con el fin de conocer todas las sugerencias, quejas y reclamos del cliente; teniendo esto como referencia dentro del presente estudio se trato de conocer cual es la calificación que los clientes de dan al servicio prestado por Contactar, a lo cual ellos respondieron así: el 21,1% considera que la atención es excelente, el 17,2% manifiesta ser muy buena, el 59,3% dice ser buena la atención, mientras que el 2,5% dice ser regular la atención prestada.

8.2. PROCESO DEL CRÉDITO.

Otro aspecto a conocer dentro de la entidad es verificar dentro de los usuarios como es su percepción en cuanto a la duración del proceso del crédito, a lo cual el 78,95% manifiesta que el proceso fue rápido, seguido del 4,9% quienes manifiestan que el crédito fue otorgado de manera muy rápida, el 7,4% manifiesta ser normal la demora, y por su parte el 8,8% dice que el proceso del crédito fue lento.

Grafica N° 41: Desarrollo del proceso de crédito.



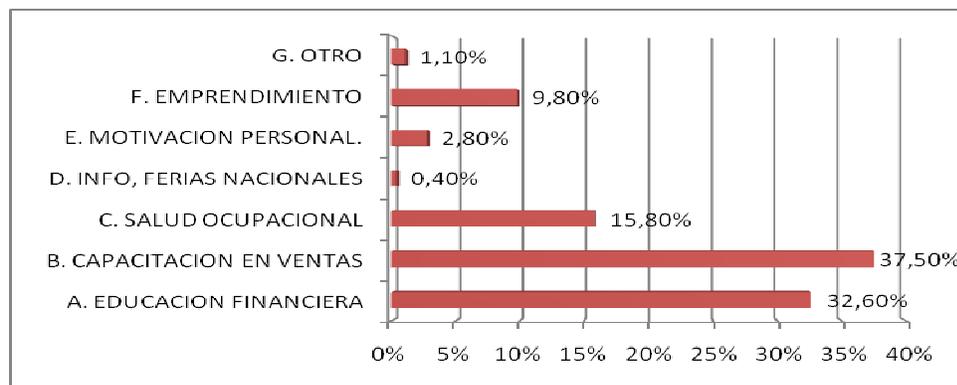
FUENTE: Esta investigación.

8.3. PRODUCTOS O SERVICIOS CONOCIDOS.

Otro de los puntos importantes para tener en cuenta por la entidad es conocer si la población tiene conocimiento del portafolio de servicios ofrecidos al público para lo cual el 100% de los clientes conoce como principal servicio el microcrédito mientras que el 38,6% conoce dos productos, el 6,7% conoce tres productos, mientras que el 0,6% conoce cuatro productos.

Ahora bien de todos los servicios el más conocido después del microcrédito individual está el seguro de vida con el 30,2%; el crédito grupal es conocido por el 7,7% de la población, mientras que la ampliación del crédito es conocido por el 5,6% y por último el crédito adicional es conocido por el 2,5% del total de clientes de Contctar.

Grafica N° 42: Posibles temas de capacitación.



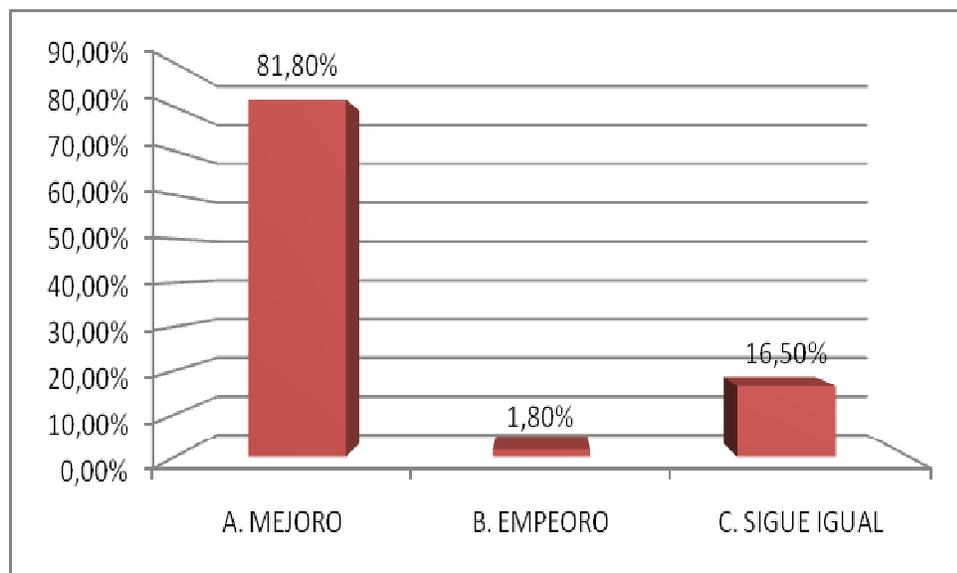
FUENTE: Esta investigación.

Del mismo modo dentro del estudio se quiso conocer las expectativas de los clientes en cuanto a temas de capacitacion a lo cual el 37,5% de ellos manifestaron estar interesados en recibir capacitacion en ventas, aspecto de vital importancia dentro del desarrollo de cualquier actividad comercial y mas aun cuando la mayoría de los clientes de Contactar se dedican al comercio; seguido se encuentra la capacitacion en ventas la cual la solicitaron el 32,65 de los clientes, seguido de salud ocupacional la cual la solicitaron el 15,8% y emprendimiento con un 9,8%.

8.4. CRÉDITO Y CONDICION ECONOMICA

Evaluar el impacto del crédito dentro de la situación economica de cada uno de los clientes, permite la creacion de indicadores para establecer si este mecanismo esta contribuyendo en realidad con la reduccion de la pobreza y la erradicacion de la miseria. Asi dedntro de este estudio se indagó a los clientes de Contactar sobre su sutuacion economica a lo cual el 81,8% manifiesta que ha mejorado despues de haber obtenido el crédito, para lo cual la razon mas frecuentes indica que las personas estan recibiendo mas ingresos, ha nmejorado las ventas dy las condicion es de vida; el 16,5% considera que su condicion economica sigue igual, ya que hasta el momento no han persibido los efectos del crédito, mientras que el 1,8% manifiestan que la condicion economica ha empeorado debido a que ha tenido perdidas dentro del negocio debido a eventualidades ajenas.

Grafica N° 43: Crédito y su efecto sobre la condicion economica.



FUENTE: Esta investigación.

8.5. RECURRENCIA AL CRÉDITO INFORMAL.

Por ultimo como lo muestra la grafica N° 43, se indago en los clientes si ellos han recurrido a creditos informales o con prestamistas a lo cual el 91,9% manifiesta no haber recurrido a este sistema mientras que el 8,1% si lo ha hecho; el motivo por el cual lo han hecho principalmente es para solventar alguna eventualidad o imprevistos con un 52,17% seguido de del 30,43% quienes manifiestan que han recurrido a estos creditos ya que el crédito no fue suficiente para la inversión que necesitaba, mientras que el 17,4% restante lo ha hecho por otras razones.

GraficaN° 44: Crédito informal.



FUENTE: Esta investigación.

CONCLUSIONES

1. Son las mujeres quienes más hacen uso del microcrédito Contactar en el municipio de Mocoa, representando el 51,8% del total de clientes lo que significa que por cada 1000 clientes 518 son mujeres.
2. Uno de los principales objetivos de Contactar es por medio del ofrecimiento de los servicios financieros (principalmente el microcrédito) posibilitar la reducción de la pobreza y mejorar las condiciones de vida de la población objetivo. Uno de los mecanismos que permiten lograr dichos objetivos desde el ámbito económico es la generación de ingresos que permitan satisfacer las necesidades básicas y posibilitar el “escalafonamiento” hacia mejores niveles de vida, alejándose de la pobreza. Según la percepción de los clientes de Contactar en el municipio de Mocoa se puede evidenciar que dicho objetivo se está logrando cumplir ya que el 81,8% de los clientes manifiestan haber mejorado su condición económica después de que obtuvieron el crédito en esta entidad, esto significa que por cada 1000 clientes, en 818 mejoró la situación económica después de haber obtenido el crédito.

Sin embargo se hace necesario realizar un registro posterior que permita identificar los niveles de ingreso de los clientes de tal manera que permita la comparación y seguimiento a la información recopilada en el presente estudio.

3. En el municipio de Mocoa, Contactar es una entidad que está contribuyendo con la ampliación de la bancarización de la población además contribuye con la reducción en la recurrencia de los microempresarios hacia el crédito informal o denominado gota - gota como lo indica el presente estudio el cual indica que el 91,9% de los Clientes no ha recurrido a estas fuentes como mecanismo de financiación.
4. El proceso del crédito desde que la persona realiza la solicitud hasta el momento de la aprobación es ágil, como lo manifiestan los clientes, por cada 1000 clientes, 789 afirman que el proceso es rápido; además el 49 manifiesta que el proceso es muy rápido 74 dicen ser normal.
5. En términos generales en cuanto a la prestación del servicio según la calificación que los mismos clientes le dieron a Contactar, la entidad fue calificada de la siguiente manera por cada 1000 clientes 211 dicen ser excelente, muy bueno 172 bueno 593; indicadores que reflejan la satisfacción de los usuarios con el servicio prestado.

6. Del total de créditos desembolsados hasta el 31 de mayo de 2011 el 81,1% son créditos nuevos, lo que es evidencia tanto de la falta de acceso al crédito formal dentro del municipio, como de la necesidad de financiación de los microempresarios.
7. Hasta el momento la mayor cantidad de clientes de Contactar se concentra en la zona urbana ya que por cada 100, 74 son urbanos; indicador que contrasta con la vocación de la entidad al enfocarse primordialmente en la población rural.
8. Una gran proporción de clientes no tienen un avanzado nivel de educación formal ya que el 46% solo ha realizado el nivel de primaria y el 1,4% ningún nivel de educación.
9. El 86,7% de los clientes de Contactar ya poseían experiencia crediticia o un producto o servicio bancario al momento de solicitar crédito en Contactar.
10. El 68,42% de las actividades que desarrollan los clientes se catalogan dentro del sector terciario de la economía, destacándose el comercio como actividad de compra y venta.
11. Por cada 1000 clientes solo 98 generan entre y más empleos siendo 4 el número máximo.
12. La actividad económica financiada por Contactar contribuye en promedio con el 60,65% de los ingresos de las unidades familiares, esto es que por cada mil pesos que percibe la unidad familiar \$ 606,5 son generados por el desarrollo de la actividad principal.
13. Dada la facilidad que Contactar, le permite a las personas para acceder al microcrédito, relacionando en este punto el respaldo de garantías como lo representa un codeudor el 51,6% de los créditos son firmados solo por el titular de la obligación.
14. Al 87,7% de los clientes de Contactar el sistema financiero les reporta una calificación excelente al manejo del crédito.
15. Una de las principales características que sobresalieron en el desarrollo de este estudio está reflejada en el cumplimiento del objeto social de Contactar, del mismo modo su misión ya que la gran mayoría de sus clientes son personas que se encuentra en la base de la pirámide socioeconómica.

16. Mediante este estudio se puede evidenciar que el microcrédito es un mecanismo que posibilita un mejoramiento de los ingresos de la población, y por ende una mejor condición de vida.

17. los clientes de contactar incrementan el gasto a medida que su ingreso aumenta, con una pendiente menor a la presentada por el ingreso, generándose en mayores ingresos, mejores posibilidades de ahorro e inversión.

Con todo lo anterior queda planteada la línea base en cuanto a las características socioeconómicas de los clientes de la Corporación Nariño Empresa y Futuro -CONTACTAR- en el municipio de Mocoa Putumayo, estudio que representa un referente para futuras investigaciones.

RECOMENDACIONES

1. Desarrollar mecanismos de información que permitan divulgar el crédito adicional entre los clientes ya que el 51,17% de los clientes que han tenido que recurrir al crédito informal o gota - gota lo han hecho para solventar algún evento imprevisto, y dicho producto ha sido diseñado para este tipo de necesidades; así se le permitirá a los clientes una reducción considerable en los costos por concepto de intereses.
2. Como se evidenció en el presente estudio el 79,7% de los clientes solo han tenido un nivel de educación inferior a secundaria, de ellos el 46% solo primaria, se evidencia bajos niveles de escolaridad y por consiguiente baja capacitación; en consecuencia se recomienda diseñar jornadas de capacitación en los temas que ellos consideran necesarios para el desarrollo de sus actividades como lo son capacitación en ventas y educación financiera que son solicitados por el 37,5% y 32,6% de los clientes respectivamente. Dichas capacitaciones pueden ser programadas con el apoyo de entidades involucradas en el desarrollo y fortalecimiento de los microempresarios.
3. Si bien la entidad sale bien calificada por lo clientes en cuanto al servicio prestado el 8,8% de ellos manifiestan que el proceso del crédito es lento, una de los posibles motivos que han incidido en esta calificación representa el hecho de que los desembolsos de los créditos anteriormente se realizaban desde las oficinas de la ciudad de Pasto, además de las dificultades que se presentaban por motivos del transporte en la vía actual. En la actualidad los desembolsos se realizan desde la oficina de Mocoa, hecho que ha permitido mejorar la agilidad en cuanto al proceso del crédito, lo cual debe ser objeto de estudio posterior al presente estudio.
4. Diseñar mecanismos de mercadeo que posibilite el incremento de los clientes en las zonas rurales siendo este un foco muy importante para la entidad, dado que en el municipio este segmento corresponde al 25,6% del total de clientes. Una forma dentro de las múltiples posibles es participar de las diferentes actividades que se desarrollan en torno al campo como lo es el día del campesino, fiestas patronales, reuniones de las juntas de acción comunal; coordinar y acompañar en actividades que desarrollan en las veredas entidades como Corpoamazonía y Pastoral Social.
5. Establecer estrategias de concientización en la importancia de invertir en la salud ya que siendo uno de los aspectos muy importante dentro de la vida del ser humano, y como lo demuestra el presente estudio las personas destinan una mínima parte de sus ingresos en salud, lo que refleja una cultura de baja importancia a este aspecto. Para lo cual una estrategia sería

la de generar brigadas de promoción de la salud y prevención de las enfermedades en pequeños grupos de clientes.

6. Fomentar en la población actitudes que involucren incentivo hacia el ahorro como estrategia de inversión a futuro, para reducir los costos en la financiación de sus actividades económicas, mejorando la rentabilidad, y por ende los ingresos familiares, esta estrategia puede realizarse mediante la divulgación de material didáctico como cartillas alusivas al ahorro y mecanismos para administrar mejor el dinero.

7. Realizar todas las gestiones necesarias para disponer de una caja propia dentro de la oficina de Mocoa ya que dentro de la presente investigación no se tuvo en cuenta el tema de los puntos de pago (por lo cual no se indican cifras); la gran mayoría de clientes expresaron la necesidad de que la entidad cuente con un medio propio para el pago de las cuotas ya que el mecanismo de Supergiros les representa un costo adicional además en múltiples ocasiones presentan dificultades en el sistema; por otra parte el mecanismo del Banco Agrario, presenta un alto grado de congestión. Al contar con un punto de pago propio se mejorará en cuanto a la atención al usuario, y esto posibilitará la fidelización de los clientes.

BIBLIOGRAFIA:

ASOBANCARIA, reporte de bancarización, septiembre 2010.

CABEZAS E. Dora A: Las instituciones microfinancieras como medio de inserción de las mujeres a la actividad económica. Universidad de Colima, México.

CENTRO INTERNACIONAL DE APOYO A LAS INNOVACIONES FINANCIERAS, Introducción a las microfinanzas. Buenos Aires, Octubre de 2010.

MACKINNON, R 1973. "Money and Capital in Economic Development", Brookings Institution, Washington, D.C.

MUHAMMAD, Yunus. Hacia un mundo sin pobreza. Editorial Andrés Bello. Barcelona, España. 1999.

SAMUELSON Paul; NORDHAUS William D. ECONOMIA; Decimoquinta edición. McGraw – Hill. Conceptos básicos p. 4.

SCHUMPETER, Joseph A. Teoría del desenvolvimiento Económico. México: fondo de Cultura Económica. 1978

SHAW, Edward. 1973. "Financial Deepening in Economic Development", Oxford University Press, Nueva York.

NETGRAFIA

www.contactar-pasto.org/site/es/quienes-somos.html
www.asobancaria.com
es.wikipedia.org

ANEXOS

LIENTES ENCUESTADOS, SEGÚN INSOLUTOS A 31 MAYO 2011									
1	24645427	28	69006361	55	10697584	82	69007607	109	1122782384
2	18129767	29	69007836	56	18127481	83	69006485	110	1124855830
3	27362478	30	69008554	57	27079646	84	69005638	111	1124850268
4	27356071	31	18128434	58	29109370	85	51636525	112	1124855591
5	26509474	32	69006831	59	69008009	86	40632725	113	1124854748
6	27353606	33	1124850138	60	27361844	87	27355683	114	27355294
7	26553316	34	80274549	61	69006887	88	27353420	115	27353119
8	27355536	35	27354530	62	69006659	89	27277308	116	27353229
9	69006147	36	41118753	63	27356146	90	26548847	117	27362939
10	40601771	37	1120352860	64	27356462	91	17704308	118	5297899
11	69008130	38	18122667	65	41181836	92	31939984	119	19405178
12	18126693	39	18123541	66	6681980	93	27476314	120	18129820
13	18124590	40	18126410	67	40177276	94	27353619	121	18123570
14	24645441	41	26629997	68	27355175	95	1089030634	122	18124444
15	1062275869	42	27354672	69	18128289	96	69029385	123	18126005
16	18127583	43	40620523	70	39825190	97	69005561	124	41170523
17	27354469	44	41181599	71	37055033	98	27359426	125	34542229
18	18124907	45	1124896790	72	31137229	99	18122305	126	33818003
19	27354209	46	69006218	73	1124849264	100	69008176	127	18126251
20	69005681	47	41125171	74	69010182	101	13487528	128	39690314
21	39825161	48	41170168	75	18122126	102	18122404	129	41170317
22	18131273	49	27353145	76	18104721	103	18125672	130	41170091
23	2399013	50	1060207430	77	16683914	104	18101372	131	40082248
24	27355562	51	94388829	78	69008592	105	18122102	132	52260118
25	27356441	52	15555162	79	60392715	106	1112758950	133	51609530
26	40080615	53	27333034	80	27353187	107	1124851132	134	41170698
27	27431312	54	18124957	81	18101386	108	69005237	135	59122628

136	69008756	166	97471207	196	18129517	226	27355867	256	27360702
137	18102441	167	97472487	197	18129823	227	27143137	257	30732094
138	69015049	168	97480240	198	69007736	228	18127978	258	40077121
139	69009397	169	98553181	199	18187802	229	27355593	259	17667628
140	69008777	170	1124848522	200	18126833	230	27356424	260	14319190
141	27353971	171	27354010	201	69009192	231	5297787	261	18126091
142	69015104	172	27355762	202	25733133	232	69006239	262	18128385
143	5211470	173	5228599	203	26637372	233	17704696	263	27359453

144	30507739	174	18124566	204	27354390	234	87303271	264	27361815
145	27354882	175	39840834	205	69005257	235	27355564	265	41106626
146	41101643	176	39841998	206	24538952	236	1124849415	266	5297679
147	27353847	177	27359118	207	18126612	237	1124848357	267	69009585
148	36379752	178	27359304	208	18123539	238	69009209	268	18124905
149	36754336	179	39840772	209	8703186	239	21233093	269	18129549
150	38941012	180	41182554	210	39825232	240	25320994	270	27079010
151	69008407	181	5917922	211	5297712	241	1124848998	271	27354271
152	30722328	182	69005632	212	18123319	242	17704169	272	30731482
153	18127614	183	69008848	213	27474438	243	69005541	273	69005724
154	18123911	184	12968685	214	18125061	244	93134121	274	87430872
155	27354206	185	34542986	215	18126633	245	1124848610	275	97425206
156	27359858	186	52005390	216	69009686	246	30702471	276	10697291
157	69006335	187	1124849728	217	27476370	247	40761480	277	27354840
158	69008837	188	1121506005	218	1124850960	248	1124849113	278	69007951
159	69027966	189	69006796	219	18123370	249	27354718	279	18123872
160	69028131	190	69007281	220	18124061	250	25600110	280	69009081
161	7697108	191	69007841	221	18125601	251	69015123	281	18130242
162	87470189	192	27354919	222	18126374	252	1124849679	282	5297469
163	87530523	193	18103528	223	18126918	253	18124507	283	12116694
164	97425757	194	18122884	224	18128463	254	18125299	284	69006538
165	97470099	195	18126970	225	18128513	255	18126093	285	69005639

Actividad economica financiada.

PRINCIPAL ACTIVIDAD ECONOMICA			
	ACTIVIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	AGRICULTURA	7	2,46%
2	ALMACEN AGROPECUARIO	3	1,05%
3	COMERCIO DE CAHARRERIA	6	2,11%
4	ALMACEN DE MUEBLES PARA HOGAR	3	1,05%
5	ALMACEN REPUESTO CARRO MOTO	2	0,70%
6	ARRENDAMIENTOS	13	4,56%
7	ARTESANIAS	5	1,75%
8	AVICULTURA	26	9,12%
9	EXTRACCION DE MADERA, CARPINTERIA	3	1,05%
10	CERRAJERIA	1	0,35%
11	COMERCIO DE PRODUCTOS SEXUALES	1	0,35%
12	COMERCIO ALIMENTOS PREPARADOS	32	11,23%
13	COMERCIO DE FRUTAS Y VERDURAS	12	4,21%
14	COMERCIO DE GAS	2	0,70%
15	COMERCIO DE LACTEOS	4	1,40%
16	COMERCIO DE LADRILLO	1	0,35%
17	COMERCIO DE LICORES	3	1,05%
18	COMERCIO DE MOTOS	1	0,35%
19	COMERCIO DE PERFUMES AMBULANTE	1	0,35%
20	COMERCIO DE PINTURAS	1	0,35%
21	COMERCIO DE CARNE, POLLO Y PESCADO	5	1,75%
22	COMERCIO DE ROPA	11	3,86%
23	CONTRATISTA	1	0,35%
24	GANADERIA	20	7,02%
25	HOTEL Y RESIDENCIAS	3	1,05%
26	INTERNET	5	1,75%
27	JOYERIA Y RELOGERIA	2	0,70%
28	LABORATORIO FOTOGRAFICO	1	0,35%
29	LAVAUTOS	1	0,35%
30	MADRE COMUNITARIA	2	0,70%
31	MAESTRO DE CONSTRUCCION	5	1,75%
32	MEDICINA NATURAL	1	0,35%
33	MODISTERIA Y SASTRERIA	8	2,81%

34	OPTICA	1	0,35%
35	PANADERIA Y CAFETERIA	6	2,11%
36	PAPELERIA	3	1,05%
37	PISICULTURA	7	2,46%
38	PORCICULTURA	2	0,70%
39	PRODUCCION DE JABON	1	0,35%
40	PRODUCCION MUEBLES METALICOS	1	0,35%
41	REPARACION DE CELULARES	1	0,35%
42	SALON DE BELLEZA	8	2,81%
43	TALLER MECANICA LATONERIA Y PINTURA	6	2,11%
44	TALLER ORNAMENTACION	2	0,70%
45	TIENDA	26	9,12%
46	TRANSPORTE	11	3,86%
47	VENTA DE MINUTOS	1	0,35%
48	VENTAS POR CATALOGO	13	4,56%
49	VIDEOJUEGOS	2	0,70%
50	VIVERO	1	0,35%
51	ZAPATERIA	1	0,35%
	Total	285	100,00%

FUENTE: Esta investigación.