



Revista Perspectiva Empresarial

ISSN: 2389-8186

ISSN: 2389-8194

perspectivaempresarial@ceipa.edu.co

Fundación Universitaria CEIPA

Colombia

ROJAS GÓMEZ, CINDY JULIETH; MELGAREJO*, ZURAY

El microcrédito: efectos en las microempresas del sector belleza de Bogotá 1

Revista Perspectiva Empresarial, vol. 9, núm. 1, 2022, Enero-Junio, pp. 66-77

Fundación Universitaria CEIPA

Colombia

DOI: <https://doi.org/10.16967/23898186.770>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=672274132009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

[redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

ARTÍCULO ORIGINAL DE INVESTIGACIÓN

El microcrédito: efectos en las microempresas del sector belleza de Bogotá*

pp. 66-77

CINDY JULIETH ROJAS GÓMEZ**

ZURAY MELGAREJO***

*Artículo de investigación científica derivado de la tesis de maestría: “El microcrédito: efectos en las microempresas en Bogotá”.

**Magíster en Contabilidad y Finanzas. Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá, Bogotá, Colombia. E-mail: cijrojasgo@unal.edu.co. ORCID: 0000-0002-6121-9415. Google Scholar: https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=etMvvggAAAAJ&view_op=list_works&sortby=title.

***Doctora en Sistemas Flexibles de Dirección de Empresas. Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá, Bogotá, Colombia. E-mail: zamelgarejomo@unal.edu.co. ORCID: 0000-0001-6651-6964. Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=bsoHea8AAAAJ&hl=es>.

**COMO CITAR ESTE ARTÍCULO****How to cite this article:**

Rojas, C. y Melgarejo, Z. (2022). El microcrédito: efectos en las microempresas del sector belleza de Bogotá. *Revista Perspectiva Empresarial*, 9(1), 66-77.

Recibido: 30 de octubre de 2021

Aceptado: 28 de marzo de 2022

RESUMEN El microcrédito fue creado como una herramienta para contribuir al desarrollo económico de las personas a través de la financiación de proyectos productivos con el objetivo de reducir la pobreza. **Objetivo.** Determinar los efectos del microcrédito sobre los microempresarios para comprender si este cumple con su finalidad. **Metodología.** Se utilizó el estudio de caso múltiple a microempresas del sector belleza en Bogotá, aplicando entrevistas semiestructuradas. **Resultados.** El acceso al microcrédito no promueve el crecimiento de la empresa. Adicionalmente se observa que la asertividad para la mejora en la situación económica de la microempresa con los fondos obtenidos depende más de la buena planeación y uso de los recursos que realiza el microempresario. **Conclusión.** El microcrédito posee bastantes limitaciones debido a la dificultad en su acceso, además requiere que el empresario tenga una buena planeación y conocimientos en temas financieros.

PALABRAS CLAVE microcrédito, microempresas, financiamiento, crecimiento económico.

Microcredit: Effects on microenterprises in Bogota's beauty industry

ABSTRACT Microcredit was created as a tool to contribute to people's economic development through the financing of productive projects with the aim of reducing poverty. **Objective.** To determine the effects of microcredit on microentrepreneurs in order to establish whether or not it achieves its goals. **Methodology.** A multiple case study of Bogota's microbusinesses in the beauty industry was conducted through the use of semi-structured interviews. **Results.** Access to microcredit does not promote business growth. Additionally, it is observed that assertiveness in using the funds received to improve the economic situation of the microenterprise depends on the microentrepreneur's good planning and resource management. **Conclusions.** Microcredit has many limitations due to accessibility issues, and also requires good planning and financial knowledge from the entrepreneur.

KEY WORDS Microcredit, microenterprises, financing, economic growth.

Microcrédito: efeitos nas microempresas do setor de beleza em Bogotá

RESUMO O microcrédito foi criado como uma ferramenta para contribuir com o desenvolvimento econômico das pessoas por meio do financiamento de projetos produtivos com o objetivo de reduzir a pobreza. **Objetivo.** Determinar os efeitos do microcrédito nos microempreendedores para entender se cumpre sua finalidade. **Metodologia.** Utilizou-se o estudo de casos múltiplos de microempresas do setor de beleza em Bogotá, aplicando entrevistas semiestruturadas. **Resultados.** O acesso ao microcrédito não promove o crescimento dos negócios. Adicionalmente, observa-se que a assertividade para a melhoria da situação econômica da microempresa com os recursos obtidos depende mais do bom planejamento e utilização dos recursos realizados pelo microempreendedor. **Conclusão.** O microcrédito apresenta muitas limitações devido à dificuldade de acesso, exige também que o empreendedor tenha um bom planejamento e conhecimento das questões financeiras.

PALAVRAS CHAVE microcrédito, microempresas, financiamento, crescimento econômico.

Introducción

Las microempresas representan una parte muy importante de la economía del país. De acuerdo con el Decreto 957 de 2019 (el cual reglamenta la clasificación de las empresas en micro, pequeñas, medianas y grandes) se consideran como microempresas las que no superen los siguientes valores de su ingreso en actividades ordinarias según al sector al que pertenezcan: para manufactura son microempresas las que tienen ingresos de hasta 23563 UVT (\$ 855'525000 a 2021); para servicios hasta 32988 UVT (\$ 1197'728000 a 2021) y para Comercio hasta 44769 UVT (\$ 1625'472000 a 2021). Para 2019, en la región Bogotá-Cundinamarca (región que representa el 31 % del PIB del país), el 89 % de las empresas son microempresas y el restante 11 % lo componen las pequeñas, medianas y grandes empresas, lo cual permite ver la importancia de estas unidades económicas para la economía regional (Cámara de Comercio, 2019).

Ahora bien, al resaltar la importancia que tienen las microempresas para la economía nacional, se observa la necesidad de promover el crecimiento de estas empresas en torno al mejoramiento de la calidad de vida no solo del microempresario y su familia sino de las personas que dependen de estas (desde empleados a proveedores). Con base en lo anterior, surge la importancia del estudio del microcrédito como fuente de financiación de las microempresas (Rojas, 2021).

El microcrédito se define como pequeños créditos guiados para apoyar a las personas más necesitadas por medio de proyectos productivos que permitan mejorar su calidad de vida y el de sus familias (García y Díaz, 2011). En comparación con otras líneas de crédito, el microcrédito se caracteriza especialmente por: intereses más altos; montos bajos; un control de la morosidad más estricto (Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, 2010).

Las altas tasas de interés se pueden convertir en una limitación para que el objetivo de promover la mejora de las condiciones económicas de los microempresarios se logre, ya que estas afectan el valor que debe cubrir el microempresario con sus

ingresos (Rojas, 2021). En esta línea, el estudio de los efectos del microcrédito ha sido debatido en diversos estudios en diferentes países: Caçador (2014) en Brasil; Aroca y Hewings (2009) en Chile y Brasil; Lacalle y Rico (2008) en España; Gómez et al. (2014) en México. En Colombia, Álvarez (2013) realizó una evaluación del impacto del microcrédito otorgado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Colanta en el departamento de Antioquia; en este se afirma que el microcrédito facilita el crecimiento de la empresa, además de existir una relación positiva entre el crédito otorgado y la situación económica de los usuarios.

Álvarez (2013) también plantea que hay un creciente interés en los últimos años por demostrar una relación entre la concesión de microcréditos y los cambios en las condiciones económicas de los usuarios. No obstante, el autor señala que en el país no se han realizado estudios que evalúen esta relación de causalidad y resalta que en este sentido hay un camino por recorrer. Por tanto, este estudio pretende evaluar la contribución que el microcrédito genera sobre las microempresas del sector belleza en la ciudad de Bogotá con el fin de determinar si este contribuye o no a la mejora de las condiciones económicas de los usuarios.

En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo principal establecer los efectos del microcrédito en sus usuarios. Particularmente se pretende establecer si el microcrédito juega un papel benéfico en el crecimiento económico de las microempresas usuarias o si, por el contrario, no tiene efecto alguno; o incluso si llega a tener efectos negativos para su crecimiento. Para tal fin, se realiza un estudio de caso múltiple con un grupo de microempresarios del sector belleza de la ciudad de Bogotá.

Por último, el trabajo se compone de la siguiente manera: se presenta el estado de la cuestión sobre los efectos del microcrédito en las microempresas; posteriormente se aborda la estrategia metodológica; se describen los resultados obtenidos y se exponen las conclusiones generales del estudio.

Marco teórico

La teoría del microcrédito está dividida en dos líneas de pensamiento, a saber: (i) la Escuela de Ohio y (ii) la Escuela del Grameen Bank (Gutiérrez, 2006). Estas dos líneas de pensamiento se encuentran relacionadas con los enfoques dados entre microcrédito y sistema financiero y con los usos del crédito para reducir la pobreza.

El presente trabajo se desarrolla bajo la línea de pensamiento de la Escuela del Grameen Bank y su enfoque del microcrédito para reducir la pobreza. La Escuela del Grameen Bank estima que la pobreza persiste porque los pobres pierden oportunidades de negocios al no tener acceso a la financiación en el sector formal; por tanto, el microcrédito surge como una alternativa para ofrecer fuentes de fondos (Gutiérrez, 2006).

El enfoque de los préstamos del microcrédito debe ser la reducción de la pobreza. Se especifica que de nada sirve la sostenibilidad financiera si los servicios no tienen influencia sobre ella. En contraste con el enfoque del sistema financiero, cuyo objetivo principal es solo la prestación de servicios. En este sentido Gulli (1999) hace referencia que el acceso al crédito no debe ser un negocio sino un derecho humano.

El microcrédito se caracteriza porque generalmente se otorga a mujeres cabeza de hogar, agricultores y campesinos sin tierra y familias desplazadas, los cuales no tienen activos para respaldar las obligaciones financieras, viven en áreas alejadas de los centros urbanos o tiene un bajo nivel de estudio. De igual manera otras condiciones de las microempresas tales como la falta de garantías, la ausencia de activos, la falta de información y registro de las operaciones del negocio, así como la mano de obra no calificada, también deben ser tenidas en cuenta al momento de evaluar la operación de financiamiento (Banco de la República, 2010).

En Colombia, el microcrédito tuvo sus inicios en los años 80 por medio de un programa del Banco Interamericano de Desarrollo —BID— y la Fundación Carvajal con el fin de financiar a personas sin acceso a la banca y con pequeños negocios a través de montos menores y de un acompañamiento permanente para brindarle a sus usuarios madurez financiera; de forma posterior, otras organizaciones no gubernamentales y el Departamento Nacional de Planeación —DNP— fueron acompañando el proceso; para los años 90 otro tipo de entidades financieras se unieron a este tipo de créditos pequeños, de forma tal que a fines de la década era necesario reglamentar esta línea de crédito en creciente aumento (Valencia et al., 2017).

Aristizábal (2007) señala que el microcrédito en Colombia se reguló en el 2000 por medio de la Ley 590; indica, además, que para el 2006 el sistema financiero del país no tenía la capacidad de desarrollarlo para la población objeto de este; por ello las instituciones que desarrollaban esta línea eran instituciones especializadas tales como las cooperativas, cajas de compensación y bancos especializados.

Producto de la revisión y análisis de estudios previos relacionados con los efectos del microcrédito se encuentran diversos resultados (tabla 1). Algunos autores señalan efectos positivos del microcrédito frente al alivio de la pobreza (Galleano, 2010; Martínez, 2006; Valencia et al., 2017). No obstante, otros autores señalan que el microcrédito genera un efecto negativo o que no tiene una influencia como herramienta en la disminución de la pobreza (Caçador, 2014; Martínez, 2018).

Tabla 1. Estudios previos sobre microcrédito

Autor	Ubicación	Objetivo del estudio	Conclusiones
Álvarez (2013)	Antioquia	Realizar una investigación para comprobar si el acceso al microcrédito de una entidad objeto de estudio tiene impactos positivos en sus usuarios	El microcrédito facilita el crecimiento de la empresa y existe una relación positiva entre el crédito otorgado y la situación económica de los usuarios
Aroca y Hewings (2009)	Chile y Brasil	Evaluar los programas de microcrédito de ambos países y varias ONG	Para Brasil existe un impacto positivo del microcrédito sobre los ingresos de sus usuarios; para Chile también es positivo, pero en menor proporción, y para las ONG el impacto del microcrédito sobre los ingresos de sus usuarios es negativo
Caçador (2014)	Brasil	Comprobar el impacto del programa estatal de microcrédito en indicadores socioeconómicos	El programa evaluado no contribuye a la reducción de la pobreza
Das y Kumar (2014)	India	Evaluar el impacto económico del microcrédito otorgado a través de grupos de autoayuda	El acceso al microcrédito tiene un impacto positivo en el ingreso de los usuarios, lo que hace que sea eficiente para incrementar la inclusión financiera y generar autoempleo
Galleano (2010)	Argentina	Determinar la influencia del microcrédito en el ingreso familiar	El acceso al crédito si incrementa el ingreso del hogar, pero no de forma proporcional
Gómez et al. (2014)	México	Análisis de la relación entre el perfil de las mujeres emprendedoras y el acceso al microcrédito en el Estado de Coahuila (México)	Existe una valoración satisfactoria de los microcréditos y su uso para el desarrollo de microempresas en el grupo objeto de estudio
Jiang, Paudel y Zou (2020)	China	Evaluar si el desarrollo de un tipo de crédito innovado en China es una forma efectiva de desarrollar un programa de microcrédito desde la perspectiva de la reducción de la pobreza	El tipo de préstamo basado en el microcrédito innovado en China disminuye las restricciones crediticias en cierta medida, aunque no tiene ningún impacto en los activos de corto y largo plazo y en los gastos educativos y médicos
Lacalle, Rico y Durán (2008)	Ruanda	Evaluar el impacto económico y social del programa de créditos de la Cruz Roja española en Ruanda	Las personas que accedieron al programa de microcrédito tienen un mayor bienestar económico y se tuvieron indicios de que el acceso al microcrédito incrementa la capacidad productiva de las familias
Martínez (2006)	Venezuela	Evaluar si el programa mejoraba la situación socioeconómica de las familias	El programa tiene un efecto positivo frente al alivio de la pobreza, aunque no solo interviene el crédito sino otros apoyos como capacitación y apoyo del programa
Martínez (2018)	Área urbana de Colombia	Evaluar los cambios en la situación socioeconómica de un grupo de personas que cumplían las condiciones para acceder a un microcrédito	Para las personas que podía acceder y accedieron al microcrédito no hubo cambios significativos en su situación económica

Autor	Ubicación	Objetivo del estudio	Conclusiones
Orozco (2019)	Chiapas (México)	Identificar las características de quienes solicitan microcréditos	El microfinanciamiento ha sido un instrumento de ayuda contra la pobreza en el sector rural, pero hay un problema dado que hay muchas personas que no pueden acceder a este y por lo tanto no pueden tener una mejora en su situación económica
Ruiz (2014)	Uganda	Estudiar el impacto de los microcréditos y de microleasing en la reducción de la pobreza y mejora de las condiciones de vida de los beneficiarios	Las iniciativas analizadas promueven el desarrollo de la región y han representado una mejora en la calidad de vida de muchas personas
Valencia et al. (2017)	Chiapas (México) y Chocó (Colombia)	Analizar cómo el microcrédito incide en la pobreza	No hay evidencia de que el microcrédito ayude en la erradicación de la pobreza

Fuente: Rojas (2021).

De la tabla anterior sobre estudios del microcrédito en diferentes países se evidencia que hay diversas políticas y programas desarrollados que tienen básicamente como objetivo la disminución de la pobreza y a la vez tienen diversas formas de funcionamiento (por ejemplo, algunos son préstamos a grupos de personas y no a un individuo en particular); además se evidencia que no solo son los establecimientos bancarios los que ofertan los créditos, sino también que hay participación de diversas ONG y programas desarrollados en diferentes comunidades.

Por otra parte, se observa que no hay un común denominador respecto a los efectos del microcrédito. Si bien en algunos estudios es concluyente que hay un efecto positivo en términos de incrementar los ingresos de los microempresarios, sus utilidades o mejorar su calidad de vida (en torno a medidas socioeconómicas como la educación o la salud), para otros se concluye que el acceso al microcrédito no ayuda a reducir la pobreza en la población o que no es un programa eficiente para este propósito.

Metodología

El presente estudio tiene un alcance descriptivo, con el fin de determinar los efectos del microcrédito sobre los microempresarios y comprender si cumple con su finalidad.

Se emplea como estrategia de investigación un estudio de caso múltiple cualitativo, el cual estudia varios objetos a partir de los significados entregados por este sujeto-objeto de un fenómeno social (Katayama, 2014); este estudio permitió explorar los efectos del microcrédito sobre los microempresarios, consiguiendo contribuir al conocimiento en el tema específico del sector belleza en Bogotá (Álvarez, 2013).

El sector belleza en la ciudad de Bogotá se distingue por estar formado por microempresas, las cuales de acuerdo con la Secretaría de Salud (2019) se encuentran compuestas entre uno y cinco empleados como máximo en promedio por establecimiento; tan solo el 2 % de los locales comerciales cuenta con trece empleados; debido a esto la generación de empleo por parte de este tipo de organizaciones no puede considerarse como relevante, lo que no implica que el sector no genere autoempleos; elemento que se analizara a la luz del impulso que el microcrédito debe incentivar en la población colombiana, bajo los objetivos que este se había planeado en un primer momento.

En lo que respecta a los condicionantes financieros y contables con los que cuentan los establecimientos se logra evidenciar, desde los estudios analizados, que son muy pocos los microempresarios que pueden definir de manera concisa la cantidad de ingresos que son percibidos mensualmente; de hecho, de acuerdo con la información obtenida en el estudio de Aguilar et

al. (2019), se logra identificar que solo el 14 % de las empresas de este sector perciben ingresos entre cinco y diez SMMLV; ingresos que son destinados en su conjunto al pago de arrendamientos, salarios, servicios públicos entre otros rubros para el mantenimiento del negocio.

Para el multicaso, y considerando un muestreo no probabilístico a conveniencia (Otzen y Manterola, 2017), se ha escogido un grupo de cinco microempresarios; personas que han sido consultadas con anticipación y desean aportar con sus opiniones al estudio.

Cabe aclarar que con el desarrollo de este tipo de estudio existen limitantes en torno a que no todo lo que se observa sea generalizable a la población (Bautista, 2011); en aplicación a esta investigación, la presente está centrada en el estudio de un fenómeno específico en un grupo definido de casos (es decir, los efectos del microcrédito en un grupo de microempresarios) en los cuales se busca describir y analizar los hechos y circunstancias en el contexto particular de las microempresas bajo estudio.

El instrumento de recolección de la información fue la entrevista. La entrevista planteada fue construida en tres partes, teniendo en consideración el objetivo de esta investigación: (i) identificar al sujeto de estudio (los microempresarios); (ii) generar una discusión en torno a cuál es la percepción de los entrevistados respecto al acceso al microcrédito, sus características y su percepción sobre el impacto del acceso al microcrédito sobre su negocio; (iii) consultar cuál ha sido el comportamiento de la microempresa, esto para definir si existe una relación entre el acceso al microcrédito y el crecimiento o decrecimiento de las microempresas objeto de estudio. Las preguntas de las entrevistas fueron validadas por consulta a expertos en la temática de investigación.

Resultados y discusión

Producto de las entrevistas, a continuación, se describen los efectos del microcrédito sobre las microempresas del sector belleza en Bogotá.

Se logra identificar que la mayoría de los microempresarios que se encuentran asociados al sector belleza y que acceden al microcrédito son personas con una edad promedio de 43 años, así como la totalidad de las personas en el entorno pertenecen al género femenino con un nivel educativo técnico. También se evidencia una gran cantidad de profesionales, el 26 % dedicados a esta misma actividad.

En la búsqueda de la identificación de condiciones que han sido generadas por el microcrédito se indagó a la población objeto de estudio, si la microempresa en el último año ha presentado crecimiento. Para efectos de este estudio, se entiende por crecimiento al efecto económico en términos de obtención de utilidades por parte de los microempresarios usuarios del microcrédito; considerando, además, que las utilidades obtenidas por las microempresas son la fuente de sustento del microempresario (Rojas, 2021). Se identifica que el 60 % de la población reconoce que en el último año su empresa ha tenido un decrecimiento acentuado.

En la indagación de los factores externos a la financiación y manejo de la empresa se ha podido corroborar que la situación mundial presentada debido a la pandemia por el virus SARS-CoV-2, ha provocado el cierre de diferentes establecimientos por las medidas restrictivas del gobierno para disminuir la velocidad de contagio, por lo que sus finanzas y la posibilidad de generar crecimiento en la empresa —e incluso de mantenerse en el mercado— son reconocidos como terriblemente problemáticos. De hecho, el 40 % de la población restante argumenta que la empresa no ha logrado crecimiento en el último año; no obstante, se han logrado sostener durante el mismo.

En contraste con la literatura se observa que la generación de crecimiento en las empresas depende, en buena medida, de la promoción y desarrollo de amparos que les brinden posibilidades de tener un crédito diferencial; no obstante, este tipo de condicionantes difícilmente llegarían a estructurarse como apropiados para que el microcrédito tuviera impacto en la generación de crecimiento de la empresa (Gutiérrez, 2005).

En relación con los condicionantes cercanos a la banca comercial se demuestra que el acceso al crédito tradicional es complejo puesto que los ingresos de los microempresarios analizados son variables; asimismo, esta situación no atiende de ninguna manera a los percances que los empresarios se encuentran sufriendo por cuenta de la pandemia. Por el contrario, se trata de un elemento bastante común en el tipo de empresa que dirigen. Vale la pena mencionar que para los empresarios la única forma de garantizar ingresos es fidelizar a sus clientes. Aunque para ello requieren de procesos de formación en los que se enseñen técnicas que permitan llevar a cabo este tipo de estrategias empresariales, lo que implicaría que no es suficiente con impulsar la inversión desde el crédito sino que es necesario aunar a este acompañamiento económico un acompañamiento formativo (Martínez, 2006).

En relación a los efectos que el microcrédito tiene en las microempresas del sector belleza en la ciudad de Bogotá es importante mencionar que el sector belleza tradicional se ha ido convirtiendo con el paso de los años en un sector que tiene la posibilidad de generar una gran cantidad de empleos y emprendimientos en pro del desarrollo de la capital. De hecho, este sector ha sido ampliamente reconocido por incluir en sus catálogos una mayor cantidad de servicios correspondientes a la atención integral de la población; de igual manera es bastante común encontrarse con este tipo de servicios en cualquier barrio o municipio de Colombia, lo que demuestra la estrategia de marketing que manejan; lo anterior, demuestra la expansión que ha tenido con empresas de tipo micro o pymes (Rojas, 2021).

Desde los hallazgos encontrados en la investigación se puede verificar que el 100 % de la población encuestada manifiesta la necesidad latente de acceder a créditos, ya sea con una entidad bancaria o con una persona natural; del mismo modo se evidencia que el microcrédito es la forma principal de crédito que acoge a esta población, lo que indica que efectivamente esta forma de crédito contribuye de manera significativa a la comunidad analizada. También se identifica que el microcrédito y el crédito informal son las únicas dos maneras de financiamiento externo que encuentran los microempresarios; desde este punto de vista se reconoce que, aunque el crédito tradicional en muchas ocasiones es mucho mejor porque otorga una mayor cantidad de capital al

cliente y una menor tasa de interés, por el tipo de cuentas manejadas por las empresas, la cantidad de ingresos y su clasificación en las centrales de riesgo se hace prácticamente imposible que puedan acceder a este tipo de crédito.

En el estudio también se logra identificar que, en efecto, aunque se cree que el microcrédito es una opción para invertir y mejorar el negocio, lo cierto es que el 60 % de las personas analizadas argumentan que el microcrédito no mantiene este impacto puesto que aluden de manera directa a las condiciones comerciales que atraviesa la ciudad y el país en general; de ahí que la variable inversión que se encuentra acompañada por el microcrédito no resulta relevante desde la identificación del negocio de la población analizada. En concordancia con ello para Martínez (2018), quien realiza una evaluación de los cambios en la situación socioeconómica de un grupo de personas que cumplen las condiciones para acceder a un microcrédito, las personas que obtuvieron el crédito no tuvieron cambios significativos en su situación económica. Por su parte Aroca y Hedwigs (2009) concluyen de forma similar que para los programas de ONG analizados, en realidad, los microcréditos tienen un efecto negativo en los usuarios.

Los que reconocen que el microcrédito ha sido elemental en el crecimiento de su empresa señalan que la mayor cantidad de ingresos procedente de este ha sido ocupada en la compra de maquinaria o equipo y medios de transporte que son esenciales para el negocio de la belleza; para una de las personas encuestadas el medio de transporte (representado en un vehículo) es fundamental para su negocio dado que maneja su empresa a partir de domicilios, con lo cual la eficiencia en el trabajo se ha incrementado notablemente y con ello sus ingresos. Por el contrario, las personas que desconocen completamente el impacto del microcrédito en sus beneficios especifican que en muchas ocasiones el problema principal radica en que el movimiento del mercado provoca un crecimiento en sus negocios, pero que el microcrédito no tiene impacto directo en esta variable debido a lo cual es bastante complejo aludir un crecimiento a este tipo de proceso que se reconoce como visiblemente financiero.

Del mismo modo el acceso al microcrédito provee para la población encuestada la posibilidad de incrementar sus inversiones. Aunque la mayoría

de la población ocupa los fondos les que son otorgados por el microcrédito para inversiones que promueven su negocio, el 20 % de la población manifiesta que el dinero otorgado por el crédito es ocupado para sus servicios de salud y de su núcleo familiar y otro tipo de gastos personales.

Uno de los hallazgos más relevantes y preocupante se relaciona con el hecho de que los microempresarios gastan el dinero adquirido con el microcrédito para pagar sus deudas, ante esta situación es prudente mencionar que cancelar una deuda con otra implica un doble pago por el dinero representado en el interés; esto puede concebirse como una de las razones por las cuales las personas consideran que el valor del dinero en el microcrédito es demasiado, precisamente porque las personas ocupan de manera inadecuada el dinero al gastarlo en deudas que tenían con anticipación. Aroca y Hewings (2009) manifiestan con respecto a estos hallazgos que el impacto positivo se encuentra solo cuando hay una inversión real de por medio en la empresa.

Es necesario reconocer que hay un problema importante en la distribución del dinero en el presupuesto de las personas. Aunque se supone que el dinero debería destinarse de forma directa en el negocio que se posee porque esa es la función que prioritariamente debería cumplir el microcrédito, lo cierto es que la totalidad de la población argumenta que el crédito también es ocupado en el hogar y en el mejoramiento del mismo; situación que, si bien mejora la calidad de vida de las personas en cuestión, se puede resumir como un gasto y no como un gasto propio del crecimiento de la organización; por tal motivo, este se podría indicar como el motivo por el cual las personas consideran al microcrédito como una variable que no mejora el crecimiento de la organización.

Adicionalmente se reconoce que la variable más relevante en la adquisición de microcrédito para las personas del sector belleza de la ciudad de Bogotá no es —como se pensaría— el acceso a este, precisamente porque esta es una variable que es fácilmente modificable, sino el compromiso que la persona tenga con el manejo de los recursos; de esta manera el impacto positivo depende más que de la cantidad de dinero, de la tasa de interés o de la forma de pago que presente el microcrédito, de las condiciones de manejo que se les dé a los recursos

que de este provienen. Por ello se deja por sentado nuevamente la necesidad de que las personas, antes de adquirir un microcrédito para lucrar su negocio, reconozcan la necesidad de generar un proceso de planificación de su economía y de sus empresas.

La inyección de una cantidad de dinero en la inversión se reconoce como la posibilidad de comprar mucha más maquinaria y equipo, así como de enseres para la prestación de servicios o la producción de bienes. La pregunta de la encuesta que indaga si el microcrédito ha logrado que los ingresos incrementen, evidencia que el microcrédito cumple su cometido precisamente porque les permite comprar productos y comercializarlos y ganar así una cantidad de dinero por cuenta de los beneficios. Estos hallazgos se sustentan en la misma medida en Lacalle, Rico y Durán (2008), quienes manifiestan que los programas de microcrédito proveen un mayor bienestar económico.

Sin embargo se reconoce que, aunque los microempresarios argumentan que se incrementan los ingresos, no ocurre lo mismo con todos los microcréditos obtenidos; pues algunos cuentan con intereses que son demasiado altos, lo cual no permite que el margen para los empresarios sea el prudente. Ruiz (2014) corresponde con su investigación a estos hallazgos, precisando que existe un incremento sustancial en los costos.

Es necesario establecer que los microempresarios dejan por sentado la imposibilidad de generar ingresos aun con un incremento de capital si no se cuenta con condiciones de mercado favorable. Esto indica, de nuevo, que la cantidad de dinero para inversión con la que cuentan no es necesariamente la cantidad acorde; de la misma manera Valencia et al. (2017) establecen, en concordancia con lo anterior, que existe una evidencia fuerte que desacredita el valor que tiene el microcrédito. Aquí se reconoce que en algunos casos el incremento en la cantidad de dinero de inversión no implica necesariamente una cantidad superior de beneficios puesto que solo coadyuva al flujo de dinero, lo que puede o no mejorar sus beneficios. Galleano (2010) expone que el acceso al microcrédito, a pesar de tener un efecto positivo en los ingresos de sus usuarios no los incrementa de manera proporcional; es decir que no incrementa el ingreso en la misma medida en que aumenta el flujo de efectivo con el acceso al crédito.

Es prudente mencionar que las personas que aseguran incrementar sus beneficios con la ocupación del crédito mantienen en su imaginario un condicionante que debe ser tenido en cuenta, que el dinero es apropiado y coadyuva a los beneficios siempre y cuando las personas logren invertirlo bien y adquieran un beneficio temprano de este; estos hallazgos corresponden adecuadamente con los presentados por Martínez (2018) en lo que respecta al acceso al microcrédito, sin embargo también sustenta la imposibilidad de generar un beneficio apropiado. Es así, que el dinero depositado por cuenta del microcrédito debe comenzar a otorgar beneficios en un tiempo relativamente corto dado que el tiempo implica costos y gastos que deben ser asumidos por los clientes.

Desde las premisas planteadas por Aguilar et al. (2019) se evidencia la correspondencia entre los datos encontrados en la presente investigación y las investigaciones antecesoras, así que se estipula que el principal riesgo que tiene el microcrédito es el de saber en qué se piensa invertir; es decir cuál es el rubro al que se destinarán estos dineros, situación debido a la cual sin la existencia de un plan estructurado difícilmente se tendrá la posibilidad de realizar una adecuada inversión y con ello el pago de la deuda.

Es prudente mencionar que la población manifiesta que el acceso al microcrédito, si bien brinda la posibilidad de adquirir dinero para inyectar capital al negocio, es reconocido también como un problema debido a que este cuenta con una tasa de interés que es poco favorable; de esta manera se demuestran las condiciones de desventaja en cuanto a tasa de interés y a que es el único tipo de crédito al que pueden acceder mientras se consolidan como personas gratas para el sistema financiero tradicional y pueden de esta manera acceder a una mayor cantidad de dinero.

Se puede afirmar que, aunque el microcrédito cumple con la funcionalidad que se había programado porque apoya a pequeños empresarios que no tienen acceso a la banca comercial por falta de sustento para soportar la cantidad de dinero que plantean adquirir, también es prudente reconocer que en muchas ocasiones las entidades que se encuentran destinadas a la prestación de este tipo de créditos mantienen un interés bastante alto; precisamente porque la

flexibilidad del microcrédito dada por la normativa les permite llegar hasta el 56,58 % de interés efectivo anual, tasa que permite un incremento anual, que para 2020 fue de 4,50 puntos básicos (Banca de Oportunidades, 2020).

En ese mismo orden de ideas, no se cumplen los presupuestos expuestos por Fuertes y Chowdhury (2009) debido a que los microempresarios afirman que el incremento de su beneficio se desprende netamente de su trabajo y de las condiciones que el mercado nacional genere para sus empresas; y a pesar de que el microcrédito es una buena alternativa por su fácil adquisición, lo cierto es que los costos que implican esta adquisición de dinero requieren de un manejo estricto de sus ingresos porque el microcrédito contiene una obligación bastante importante y exigente para sus empresas.

Bajo estos hallazgos se tiene la necesidad de implementar procesos de seguimiento y establecer estándares a nivel nacional para aminorar las diferencias entre entidades financieras con la intención de fomentar transparencia en el proceso de adquisición, disminuyendo las posibilidades del cliente de caer en un acreedor excesivamente costoso que pueda generar pérdidas en su negocio.

A pesar de que la mayoría de las personas afirman que pudieron adquirir el microcrédito de manera sencilla, el proceso no es tan cómodo como se pensaría; pues manifiestan que son muchos los documentos requeridos por la entidad y muchos los requisitos que deben cumplir. Además se accede a una cantidad de dinero realmente ínfima, con lo cual es difícil acceder a nueva tecnología o mejores productos para la comercialización o la prestación del servicio. La adquisición de un microcrédito también implica gastos relacionados con el seguro de vida, papelería, costo de asociación a una cooperativa y sin olvidar que parte del dinero depositado se mantiene retenido en forma de ahorro solidario.

Por último, hay una creencia entre los clientes de que el crédito se encuentra prácticamente diseñado para personas que ya tienen dinero en sus haberes; lo anterior, implicaría que el impulso planeado es poco real y que para nada mejora la situación de los microempresarios colombianos. Además es evidente que las personas que se dedican a una actividad independiente presentan

una mayor cantidad de problemas para acceder al microcrédito, precisamente porque su solicitud no puede sustentarse en ingresos mensuales (como es lo común para las personas que se encuentran vinculadas a una empresa) puesto que sus ingresos son variables.

Conclusiones

Este estudio determina los efectos del microcrédito sobre los microempresarios, algunos de los cuales coinciden con resultados de trabajos previos sobre el tema. Los resultados obtenidos sugieren que hay diferencias marcadas entre el microcrédito y el crédito tradicional dada su tipología, el tipo de interés, la forma de acceder a este y por los clientes a los que va dirigidos.

El microcrédito en Colombia se distingue por estar planeado bajo la necesidad de incluir a cada vez más personas en el sistema financiero, impulsar el negocio local, promover el empleo y principalmente disminuir los niveles de pobreza. También está enmarcado en un plan de inclusión financiera de la economía colombiana, el cual impulsa la bancarización y el uso de canales bancarios para todo tipo de transacciones.

En lo que respecta al acceso al microcrédito y su relación con el crecimiento de las empresas, se encuentra que realmente este tipo de financiación —desde la perspectiva de los microempresarios— no promueve el crecimiento de la empresa debido a que las ventas dependen en buena medida del mercado y del número de clientes mensuales.

Referente al sector belleza se evidencia un crecimiento potenciado entre las empresas pertenecientes a este sector, aunque esto no implica que las empresas se consoliden como formales o que mantengan un buen nivel de contratación; de hecho, estas cuentan entre uno y cinco empleados como máximo que generalmente devengan un salario mínimo o menos.

La mayoría de las personas encuestadas se refieren a la problemática presentada por las condiciones del mercado en el último año, el cual se encuentra ampliamente trastocado por la pandemia

de la COVID-19 y las restricciones al comercio por parte del gobierno. Los microempresarios también establecen que, aunque hay buenas condiciones de inversión desde el microcrédito, las condiciones de acceso a este no se reconocen como apropiadas dadas las limitantes para las personas que no tienen antecedentes financieros. Los intereses también son una problemática latente debido a que son demasiado altos para la poca cantidad de dinero a la que se accede, además del pago por cuestiones relacionadas con seguros y papeleo con lo que el dinero entregado disminuye significativamente.

El impulso que se debería brindar para las empresas no es el apropiado porque las condiciones de acceso, intereses y la cantidad de requisitos solicitados son una problemática significativa en cuanto a la posibilidad de hacerse a una cantidad de dinero que es pequeña. De igual manera se encuentra en la misma medida que se tiene una mala imagen del microcrédito para los microempresarios debido a los problemas que existen en su acceso, la exigencia de documentación, demostración de ingresos y suministro de garantías (afirman que, en realidad, se les presta dinero a las personas que ya lo tienen), lo que dificulta comenzar un proyecto productivo.

Igualmente la asertividad o eficiencia de los fondos otorgados a través de este tipo de financiación depende de la planeación que tenga el microempresario para usarlos, ya que algunas personas por necesidades diferentes pueden llegar a utilizar los recursos en rubros diferentes a los de inversión en el negocio; esto implica que el crédito otorgado no se convierte en una inversión sino en un mero gasto que posteriormente deben entrar a suplir mes a mes con las utilidades que obtengan de manera usual en su negocio, lo que en vez de generar un crecimiento económico produce una carga para el microempresario.

En definitiva, si bien el microcrédito puede ser una herramienta para lograr la financiación de los negocios también tiene bastantes limitaciones en cuanto a la dificultad en su acceso. De igual manera se evidencia que el efecto que puede tener su uso en los casos estudiados no es considerado como una mejora en la situación económica para las microempresas, toda vez que impactan de manera más directa las condiciones del mercado (por ejemplo, afluencia de clientes).

Otro factor importante en el efecto que tiene el microcrédito sobre la situación financiera de las microempresas depende, en gran medida, de la forma en que el microempresario invierta los recursos obtenidos. No es suficiente obtener financiación para lograr el crecimiento de una microempresa sino que la capacitación de los microempresarios también es relevante para que puedan usar de forma eficiente y óptima los recursos recibidos; por ello se destaca la importancia de capacitarlos en temas financieros, de planeación y mercadeo.

Para futuras investigaciones se considera importante analizar bajo qué condiciones se lograría obtener un mayor provecho o beneficio de la financiación por parte de los microcréditos, para que así las microempresas lo vean como una buena opción para el desarrollo de sus negocios.

Referencias

- Aguilar, J. et al. (2019). *Informalidad en la industria de salones de belleza, peluquerías y barberías en Bogotá*. Bogotá, Colombia: Universidad EAN.
- Álvarez, J. (2013). *Evaluación del impacto del microcrédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Colanta*. Medellín, Colombia: Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín.
- Aristizábal, R. (2007). El microcrédito como alternativa de crecimiento en la economía colombiana. *Revista Ciencias Estratégicas*, 15(17), 39-57.
- Aroca, P. and Hewings, G. (2009). Microcredit Impact Assessment: The Brazilian and Chilean Cases. *Panorama Socioeconómico*, 27(39), 98-110.
- Banca de Oportunidades. (2020). *Reporte de inclusión financiera*. Bogotá, Colombia: Banca de Oportunidades, Superintendencia Financiera de Colombia.
- Banco de la República. (2010). *Situación actual del microcrédito en Colombia: características y experiencias*. Bogotá, Colombia: Banco de la República, FINAGRO.
- Bautista, N. (2011). *Proceso de la investigación cualitativa. Epistemología, metodología y aplicaciones*. Bogotá, Colombia: Manual Moderno S.A.
- Caçador, S.B. (2014). Impactos socioeconômicos do microcrédito: o caso do Nossocrédito no Espírito Santo. *Revista Brasileira de Administração Pública*, 48(6), 1475-1502.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). *Balance de la economía de la región Bogotá-Cundinamarca 2019*. Bogotá, Colombia: Cámara de Comercio de Bogotá.
- Comité de Supervisión Bancaria de Basilea. (2010). *Actividades de microfinanciación y los principios básicos para una supervisión bancaria eficaz*. Recuperado de https://www.bis.org/publ/bcbs167_es.pdf.
- Fuertes, A. y Chowdhury, N. (2009). Los microcréditos como instrumento de erradicación de la pobreza. En: Cortina, A. y Pereira, G. (Coords.), *Pobreza y libertad: erradicar la pobreza desde el enfoque de las capacidades de Amartya Sen* (pp. 235-262). Madrid, España: Tecnos.
- Galleano, S. (2010). *El microcrédito: estudio de caso y debates empíricos*. Victoria, Argentina: Universidad de San Andrés.
- García, F.J. y Díaz, Y. (2011). Los microcréditos como herramienta de desarrollo: revisión teórica y propuesta piloto para el África Subsahariana. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 70, 101-126.
- Gómez, E. et al. (2014). Relación entre el perfil de las mujeres emprendedoras y el acceso a los microcréditos: un análisis en microempresas de Saltillo, Coahuila. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 9(1), 1145-1154.
- Gulli, H. (1999). *Microfinanzas y pobreza. ¿Son válidas las ideas preconcebidas?* Washington, Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Gutiérrez, B. (2005). Antecedentes del microcrédito. Lecciones del pasado para las experiencias actuales. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 51, 25-50.
- Gutiérrez, B. (2006). El microcrédito: dos escuelas teóricas y su influencia en las estrategias de lucha contra la pobreza. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 54, 167-186.
- Katayama, R. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa: fundamentos, métodos, estrategias y técnicas*. Lima, Perú: Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

- Lacalle, M., Rico, S y Durán, J. (2008). Estudio piloto de evaluación de impacto del programa de microcréditos de Cruz Roja española en Ruanda. *Revista de Economía Mundial*, 19, 83-104.
- Martínez, A. (2006). Microcrédito y pobreza en Venezuela: un caso de estudio. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 198, 95-112.
- Martínez, J. (2018). *Microcrédito y pobreza un debate abierto. Evidencia para Colombia*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
- Rojas, C. (2020). *El microcrédito: efectos en las microempresas en Bogotá*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Ruiz, A. (2014). *Las microfinanzas en Uganda. Dos estudios de caso de microcréditos y microleasing*. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.
- Secretaría de Salud. (2019). *Informe sector belleza en la ciudad de Bogotá*. Bogotá, Colombia: Alcaldía de Bogotá.
- Valencia, M. et al. (2017). Incidencia de los microcréditos en la pobreza. Estudio de caso, Chiapas-México y Chocó-Colombia. *Revista Espacios*, 38(53), 17-34.