

**INCLUSIÓN DE LA DIMENSIÓN CAPITAL SOCIAL EN LA METODOLOGÍA DE
EVALUACIÓN Y ASIGNACIÓN DE MICROCRÉDITOS. ANÁLISIS A PARTIR
DEL CASO COMULTRASAN.**

**SILVIA JOHANA AYALA JOYA
SILVIA JULIANA LANCHEROS GRECO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA**

2013

**INCLUSIÓN DE LA DIMENSIÓN CAPITAL SOCIAL EN LA METODOLOGÍA DE
EVALUACIÓN Y ASIGNACIÓN DE MICROCRÉDITOS. ANÁLISIS A PARTIR
DEL CASO COMULTRASAN.**

**SILVIA JOHANA AYALA JOYA
SILVIA JULIANA LANCHEROS GRECO**

**Trabajo de grado para optar al título de
Economistas**

Director

**Héctor Julio Fuentes Durán
Esp. Mercados y política de suelos en A.L.**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
BUCARAMANGA**

2013

"Hoy es el día más hermoso de nuestra vida, querido Sancho; los obstáculos más grandes, nuestras propias indecisiones; nuestro enemigo más fuerte, el miedo al poderoso y a nosotros mismos; la cosa más fácil, equivocarnos; la más destructiva, la mentira y el egoísmo; la peor derrota, el desaliento; los defectos más peligrosos, la soberbia y el rencor; las sensaciones más gratas, la buena conciencia, el esfuerzo para ser mejores sin ser perfectos, y sobre todo, la disposición para hacer el bien y combatir la injusticia donde quiera que esté".

Miguel de Cervantes Saavedra

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	15
1. MARCO TEÓRICO	18
1.1. ECONOMÍA SOCIAL	18
1.2. CAPITAL SOCIAL.....	23
1.2.1. Análisis del concepto.	23
1.2.2. Capital Social y ciencia económica.	27
2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS MICROCRÉDITOS Y SUS MECANISMOS DE ASIGNACIÓN	29
2.1. ASIGNACIÓN DE MICROCRÉDITOS	32
2.2. SERVICIOS MICROFINANCIEROS EN COLOMBIA.....	37
2.3 SERVICIOSMICROFINANCIERO EN BUCARAMANGA	43
3. APROXIMACIÓN A LA MEDICIÓN DELCAPITAL SOCIAL EN UNA MUESTRA DE MICROEMPRESARIOS DELAMB	48
3.1. DIMENSIONES DELCAPITAL SOCIAL	49
3.1.1 Grupos y Redes.....	49
3.1.2 Confianza, Solidaridad Y Reciprocidad.....	50
3.1.3. Acción Colectiva y Cooperación.....	52
3.1.4. Información/ Cohesión e Inclusión Social / Participación Cívica.....	52
3.2. METODOLOGÍA EMPLEADAPARA LA MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL .	55
3.2.1.Distribuciónde la muestra.....	55
3.2.2. Prueba piloto.....	56
3.2.3. Tamaño muestral.....	57
3.2.4. Trabajo de campo	58

3.3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	60
3.3.1. Grupos y redes.	60
3.3.2. Confianza, solidaridad y reciprocidad.....	69
3.3.3. Acción colectiva y cooperación	72
3.3.4. Información	73
3.3.5. Participación Cívica.	74
3.4. CONSTRUCCIÓN DEL ÍNDICE DE CAPITAL SOCIAL	74
4. INCIDENCIA DEL INDICE DE CAPITAL SOCIAL EN EL RIESGO PERCIBIDO POR LA FINANCIERA COMULTRASAN.....	78
4.1. INCIDENCIA EL ÍNDICE DE CS EN EL RIESGO MORAL.....	78
4.2. INDICENCIA DEL ÌNDICE DE CAPITAL SOCIAL EN EL INGRESO REPORTADO POR LOS MICROEMPRESARIOS.....	81
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFÍA.....	86
ANEXOS	91

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Distribución de la Cartera Bruta de Microcréditos. (Cifras a marzo de 2011)	41
Figura 2. Organigrama del equipo para el trabajo de campo	58
Figura 3. Encuestas realizadas por Municipio	60
Figura 4. Participación del microempresario en la toma de decisiones dentro de los grupos	64
Figura 5. Ubicación de las relaciones personales del microempresario	65
Figura 6. Ubicación de las relaciones comerciales del microempresario	65
Figura 7. Nivel educativo de los miembros de los grupos respecto al microempresario	67
Figura 8. Estrato socioeconómico de los miembros de los grupos respecto al microempresario	67
Figura 9. Nivel de reconocimiento social de los miembros de los grupos respecto al microempresario	68
Figura 10. Interacción entre grupos	68
Figura 11. ¿Cuenta el microempresario con una persona que le sirva de fiador?	69
Figura 12. ¿De qué manera colabora el microempresario a la comunidad?	70
Figura 13. ¿Existen normas y controles dentro de los grupos?	71
Figura 14. ¿Se asocian los microempresarios para conseguir objetivos comunes?	72
Figura 15. ¿Es eficaz la asociación de los microempresarios?	73
Figura 16. Grupos de participación cívica a los que pertenecen los microempresarios	74
Figura 17. Estadística descriptiva de las submuestras Riesgos vs. ICS	80
Figura 18. Prueba de hipótesis de las submuestras Riesgos vs. ICS	80

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Principales consideraciones para la aprobación de créditos	34
Tabla 2. Los requerimientos para la asignación de microcréditos	34
Tabla 3. Consideraciones para el rechazo de créditos.....	35
Tabla 4. Clasificación en la evaluación del riesgo.....	36
Tabla 5. Comentarios de los clientes de entidades bancarias.....	36
Tabla 6. Evolución del número de personas con productos financieros. (Por tipo de producto)	39
Tabla 7. Evolución de número de empresas con productos financieros. (Por tipo de producto)	40
Tabla 8. Bancarización por tipo de ciudad y producto	43
Tabla 9. Principales Instituciones Microfinancieras en el AMB.....	44
Tabla 10. Preguntas que apuntan a la medición de Capital Social.....	53
Tabla 11. Estimación del tamaño de la muestra	57
Tabla 12. Grupos y redes a los que pertenecen los microempresarios del AMB....	61
Tabla 13. Beneficios percibidos por los microempresarios al pertenecer a un grupo o red	62
Tabla 14. Razones por las cuales los microempresarios no pertenecen a ningún grupo o red	63
Tabla 15. Individuos con los cuales los microempresarios mantienen relaciones de reciprocidad	71
Tabla 16. Principales fuentes de información de los microempresarios	73
Tabla 17. Preguntas seleccionadas para la construcción del índice de Capital Social.....	75
Tabla 18. Nivel de Capital Social de los microempresarios	77
Tabla 19. Estadística descriptiva ingresos vs. ICS.....	82
Tabla 20. Regresión lineal	82

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta realizada. Dimensión Capital Social.....	91
Anexo B. Informe estadístico de la prueba piloto de la encuesta a una muestra de microempresarios del AMB.....	103
Anexo C. Distribución espacial por barrios	104
Anexo D. Análisis desagregado de socios y no socios de la Financiera Comultrasan	105

RESUMEN

Título: Inclusión de la dimensión Capital Social en la metodología de evaluación y asignación de microcréditos. Análisis a partir del caso Comultrasan.*

Autor (es): Silvia Johana Ayala Joya, Silvia Juliana Lancheros Greco**

Palabras claves: capital social, microfinanzas, economía social, bancarización, riesgo moral, microempresas, microempresarios)

Este documento pretende ofrecer una perspectiva diferente en la metodología de asignación de microcréditos. De esta manera, la investigación plantea la posible inclusión del Capital Social como herramienta o variable a tener en cuenta en las metodologías de asignación del microcrédito, específicamente en el caso de la Financiera Comultrasan. En el primer capítulo se expone la revisión bibliográfica de planteamientos teóricos y conceptuales sobre Economía Social, Capital Social, y Microfinanzas; seguido de la caracterización del sistema Microfinanciero en Colombia, en donde se identifican sus principales características, problemas y fortalezas. En la segunda parte del texto se diseña y se desarrolla una propuesta para la medición del Capital Social de una muestra de microempresarios del AMB a partir de la interpretación de los resultados de una encuesta realizada en 2012 por el grupo de investigación de desarrollo regional y ordenamiento territorial (GIDROT). Ésta medición permite el desarrollo de un índice de Capital Social, tomando en cuenta las variables identificadas. Finalmente se presenta la evaluación de la incidencia del Capital Social en el riesgo moral de los microempresarios del AMB a través del análisis de un modelo de regresión simple en el cual se comparan los ingresos de los microempresarios con la calificación dada por la financiera.

* Trabajo de Grado

** Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía, Director Héctor Julio Fuentes Durán

ABSTRACT

Title: Inclusion of Social Capital in the microcredit evaluation and allocation methodology Analysis from the Comultrasan case.

Autor (es): Silvia Johana Ayala Joya. Silvia Juliana Lancheros Greco**

Key words (Social Capital, microfinance, social economy, banking, moral risk, micro-enterprises, micro-entrepreneurs)

This paper aims to provide a different perspective on the microcredit allocation methodology. In this way, the research proposes the inclusion of Social Capital as a tool or variable to be considered in the microcredit allocation methodologies, specifically in the case of the Financial Company "Comultrasan". The inclusion of this variable is proposed following the guidelines of the millennium development goals, as they pose microfinance as a mechanism able to reduce poverty in the world, as has been demonstrated in several experiments like the Grameen Bank in Bangladesh and its replicas in Latin America. The first chapter presents the theoretical review of Social Economy, Social Capital and Microfinance, followed by the characterization of the microfinance system in Colombia, where identifies its main characteristics, problems and strengths. The second part of the document introduces the proposal designed and developed for the measurement of Social Capital in a sample of micro- entrepreneurs in Bucaramanga based on the interpretation of the survey conducted by the research group of regional development and management territorial (GIDROT) in 2012. Finally presents the impact evaluation of Social Capital in the moral risk of micro-entrepreneurs of Bucaramanga's metropolitan area through the analysis of a simple regression model in which, incomes are compared with micro-entrepreneurs rating given by Comultrasan.

* Work Degree

** Faculty of Humanities, School of Economics, Director Hector Julio Durán Fuentes

INTRODUCCIÓN

“El desafío de servir a los más pobres es determinar quién puede beneficiarse solamente de los servicios financieros, quién necesita servicios financieros a la par con no financieros, y quién necesita servicios no financieros antes de participar en una financiación orientada hacia el mercado” ¹

Actualmente en Colombia para prestar servicios financieros, especialmente otorgar microcréditos², la metodología utilizada tanto por las instituciones financieras formales como por las cooperativas de ahorro y crédito, multiactivas y organizaciones no gubernamentales, considera principalmente características relacionadas con los activos y recursos físico-financieros, basándose en el resultado de la simple operación Ingresos – Egresos, dejando a un lado aspectos importantes como el Capital Social entre otras variables.

La rigidez de dicha metodología de asignación, puede estar impidiendo que un importante número de microempresas con potencial de pago no obtengan esta clase de servicios, disminuyendo de esta manera su posibilidad de encontrar estrategias y generar herramientas para superar sus condiciones de vulnerabilidad.

Aunque la esencia de dicho servicio consiste en ayudar en el proceso de transición de las microempresas³, que perciben ingresos mínimos hacia pequeñas unidades productivas autosuficientes, las instituciones micro-financieras no han

¹MEYER, 2002. Citado en: RODRIGUEZ, María. El microcrédito. una mirada hacia el concepto y su desarrollo en Colombia. Bogotá 2010.trabajo de grado, Maestría En Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas.

²Créditos en reducida escala o de bajo monto, dirigidos principalmente a la población carente de recursos y activos.

³Unidades económicas que poseen activos totales hasta de 500 salarios mínimos legales vigentes, alrededor de \$283 millones de pesos y que poseen menos de 10 empleados.

logrado superar las restricciones creadas por el sistema financiero tradicional, fortaleciendo la dependencia de los prestatarios por los mecanismos informales de financiación tales como los préstamos de usura que ahondan su economía de supervivencia.

Es así, como se puede ser pertinente incluir la variable Capital Social en el proceso de selección de los posibles beneficiarios de los microcréditos en el AMB, la inclusión de esta variable tal vez permita establecer y plantear nuevas metodologías para disminuir el riesgo de incumplimiento en los créditos, al tener en cuenta elementos inherentes a las relaciones sociales. En efecto y bajo la anterior hipótesis, esta investigación busca aportar nuevas herramientas que faciliten alcanzar una de las metas del movimiento microfinanciero colombiano - aumentar el mercado potencial de clientes- , contribuyendo de esta manera a la consecución del primero de los objetivos del milenio (Erradicar la pobreza extrema y el hambre) a través del aumento de la cobertura de las microfinanzas, generando alternativas de inclusión social.

Es importante recalcar que esta investigación nace en el marco del proyecto *Análisis de los factores socioeconómicos de las microempresas del AMB, desde el enfoque de activos familiares y la estructura de oportunidades*; convenio firmado entre la Financiera Comultrasan y la Universidad Industrial de Santander a través del Grupo de Investigación en Desarrollo Regional y Ordenamiento Territorial (GIDROT).

De esta manera, la presente investigación indaga sobre la posible inclusión del capital social como herramienta o variable a tener en cuenta en las metodologías de asignación del microcrédito, específicamente en el caso de la Financiera Comultrasan. En el primer capítulo se expone la revisión bibliográfica de planteamientos teóricos y conceptuales sobre Economía Social, Capital Social, y Microfinanzas; seguido de la caracterización del sistema Microfinanciero en

Colombia. En la segunda parte del texto se plantea y desarrolla una propuesta para la medición del Capital Social a partir de una muestra de microempresarios del AMB, y por último se presenta la evaluación de la incidencia del Capital Social en el riesgo moral de los microempresarios del AMB.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. ECONOMÍA SOCIAL

“La paz sólo se puede asegurar cuando las personas están libres del miedo al hambre. Por consiguiente, las diversas iniciativas para una cultura de paz deben vincular la paz con el desarrollo endógeno, equitativo y sustentable. Si el desarrollo no es endógeno, se corre el riesgo de que contraríe e incluso perturbe el contexto cultural y económico tradicional de las vidas de las personas. Si no es equitativo, puede perpetuar injusticias que conducen a conflictos violentos. Si no es sustentable, puede perjudicar e incluso destruir el medio ambiente y las estructuras sociales existentes”⁴.

Actualmente, una de las innovaciones en cuestión de política económica impulsada por los gobiernos, es la implementación de una racionalidad económica-social alternativa que complemente los paradigmas y supla los principales vacíos de la economía tradicional, en tanto, brinde bienes y servicios indispensables para tener una buena calidad de vida, y considere las necesidades de los distintos miembros que conforman la sociedad, con el fin de crear un escenario capaz de generar oportunidades para el gran número de personas que han sido excluidas del sistema capitalista.

Es importante señalar, que aunque este nuevo marco le permite al Estado ejercer funciones de inclusión social a través de la economía generando oportunidades reales a las mayorías marginadas de la población, para incorporarlas al quehacer

⁴HACIA UNA CULTURA GLOBAL DE PAZ (1995: Manila). Documento de trabajo del Segundo foro Internacional sobre la cultura de paz. 1995UNESCO. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001522/152204so.pdf>

productivo de la nación⁵ no se trata de ayudas asistencialistas subsidiadas que ahondan la condición de vulnerabilidad de las personas pobres; sino de herramientas y políticas de potenciación social que incentivan a la población a usar la estructura de oportunidades existente para aumentar su senda de bienestar.

José Luis Coraggio⁶ resalta dos errores que se han venido cometiendo a través de los tiempos, el separar los temas económicos, de los intereses sociales, así como, creer que las políticas públicas y sociales pueden ser vistas como la solución a los problemas que tiene la economía. Por esta razón plantea la necesidad subyacente del pensamiento tradicional para aceptar que la realidad está compuesta por elementos culturales, sociales, económicos, políticos que no se excluyen entre sí, como requisito para llegar a entender el significado de economía social

Siguiendo a Oscar Bastidas-Delgado y Madeleine Richer⁷, se habla de un tercer sector, o sector social que se nutre de la economía pública y privada para “redefinir las relaciones entre el Estado y la sociedad civil, cuando se enfatizan las potencialidades de la participación de la sociedad civil para la solución de los problemas sociales y la construcción de una sociedad más democrática”⁸, evidenciando la existencia e importancia del Capital Social como motor del

⁵ CONVITE A.C La política económica social y desarrollo endógeno del gobierno Venezolano 1999-2006: La economía social y el desarrollo endógeno. En: Publicaciones recientes CONVITE A.C Disponible en:

[http://www.conviteac.org.ve/admin/publicaciones/libros/CONVITEAC%20y%20Liderazgo%20y%20Visi%C3%B3n-](http://www.conviteac.org.ve/admin/publicaciones/libros/CONVITEAC%20y%20Liderazgo%20y%20Visi%C3%B3n-Pol%C3%ADtica%20de%20econom%C3%ADa%20social%20y%20Desarrollo%20end%C3%B3geno%20del%20Gob%20Venezolano%20199-2006-Octubre%202006.pdf)

[Pol%C3%ADtica%20de%20econom%C3%ADa%20social%20y%20Desarrollo%20end%C3%B3geno%20del%20Gob%20Venezolano%20199-2006-Octubre%202006.pdf](http://www.conviteac.org.ve/admin/publicaciones/libros/CONVITEAC%20y%20Liderazgo%20y%20Visi%C3%B3n-Pol%C3%ADtica%20de%20econom%C3%ADa%20social%20y%20Desarrollo%20end%C3%B3geno%20del%20Gob%20Venezolano%20199-2006-Octubre%202006.pdf)

⁶CORAGGIO José Luis, La economía social como vía para otro desarrollo social. Documento de lanzamiento del debate sobre "Distintas propuestas de Economía Social" en Urbared, Red de Políticas Sociales, 2002. En: Economía popular y economía alternativa: centrada en el trabajo, social y solidaria. Disponible en:

http://www.coraggioeconomia.org/jlc_publicaciones_ep.htm

⁷ BASTIDAS Delgado Oscar y RICHER Madeleine. Economía social y solidaria: Intento de definición: CAYAPA Revista Venezolana de Economía Social: Vol 1, número 001, Mayo 2001. Disponible en:

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/622/62210102.pdf>

⁸ Ibíd. P. 5

desarrollo local y como parte fundamental en la construcción de esta teoría alternativa; ya que dicho Capital se considera un posible recurso para los individuos que hacen parte de las redes sociales que se tejen dentro de las comunidades⁹.

Así mismo gran cantidad de pensadores coinciden en que en este sistema de *Economía Social* tiene primacía el ser humano sobre el capital, y las relaciones sociales sobre el dinero, cobrando especial importancia el trabajo humano como elemento dinamizador del comportamiento de las clases menos favorecidas; se hace énfasis en la participación democrática, en las decisiones, en principios de solidaridad y reciprocidad, y finalmente en el propósito de conseguir una mejor distribución de los pocos recursos existentes, ya que como lo plantea Federico Saravia¹⁰, la economía popular se desarrolla precisamente en los lugares que se encuentran fuera del alcance del Estado - en la periferia de la economía- en donde los individuos marginados se relacionan, razón por la cual se le atribuye el carácter “alternativo” a dicho sistema de economía.

Como se mencionó anteriormente, se propone pensar “el trabajo” como factor de cohesión social en la manera en que aporta experiencia y conocimiento a las comunidades y promueve relaciones de productividad basadas en la justicia social, a través de las distintas organizaciones que hacen parte de esta racionalidad alternativa, que actúa de forma paralela en un sistema de competencia. A saber Bastidas y Richer afirman que dichas organizaciones combinan dos estructuras: “Una asociación de personas y una empresa (o unidad

⁹COLEMAN, citado por: VARGAS, en “hacia una teoría del Capital Social”. Revista de Economía Institucional. v.4 n.6 Bogotá Bogotá 2002. Disponible en:

http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01249962002000100004&lng=es&nrm=

¹⁰SARAVIA Federico. Responsabilidad social: El sector comprometido de la economía. En: Economía Social. Colección para que el conocimiento nos sirva a todos: Proyecto de Modernización del Estado y Programa Nacional de Voluntariado Universitario: Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Agosto de 2008. Disponible en:

http://curriform.me.gov.ar/pretis/pluginfile.php/806/mod_resource/content/0/Emprendedorismo/economia_social.pdf_LIBRO_LINK_MED.pdf

de producción de bienes o servicios) cuya producción está destinada a satisfacer las necesidades del grupo de personas que son sus propietarias”¹¹; ejemplo de lo anterior son las cooperativas ligadas, sobre todo, al consumo, al ahorro y crédito; las mutuales de seguros especializadas en la cobertura de riesgos¹²; cajas de ahorro, institutos de previsión, otras organizaciones dedicadas a una única actividad , y asociaciones sin fines de lucro prestatarias de servicios.

La mayor parte de la bibliografía consultada señala a las entidades de la economía social como agentes constructoras e impulsadoras de tejido social y las responsables del desarrollo socioeconómico, argumentando que el campo de acción de éstas, alcanza todas las actividades económicas en donde ni las instituciones privadas ni la administración central logran desempeñar un papel activo¹³, fomentando de esta manera el empleo, bienestar, integración social, y el desarrollo endógeno de una comunidad.

El desarrollo endógeno es una política de desarrollo “desde adentro, para adentro y por los de adentro”¹⁴ que se fundamenta en las capacidades, recursos y necesidades de los individuos de una región y en la disposición de éstos para asociarse en redes que lleven a cumplir objetivos comunes; es en este sentido como Diana C. Catalano describe que “el desarrollo surge cuando las personas de

¹¹BASTIDAS Delgado Oscar y RICHER Madeleine. Economía social y solidaria: Intento de definición: CAYAPA Revista Venezolana de Economía Social: Vol 1, número 001, Mayo 2001 Disponible en:

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/622/62210102.pdf>

¹²Entidades sin ánimo de lucro en las que las personas voluntariamente contribuyen a su financiación con una cuota periódica.

¹³MOZAS Moral Adoración y BERNAL Jurado Enrique. Desarrollo territorial y Economía social: CIRIEC-España Revista de Economía pública, social y cooperativa: numero 055, Agosto de 2006. Disponible en:

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/174/17405505.pdf>.

¹⁴ CONVITE A.C La política económica social y desarrollo endógeno del gobierno Venezolano 1999-2006: La economía social y el desarrollo endógeno. En: Publicaciones recientes CONVITE A.C. Disponible en:

<http://www.conviteac.org.ve/admin/publicaciones/libros/CONVITEAC%20y%20Liderazgo%20y%20Visión->

[Política%20de%20economía%20social%20y%20Desarrollo%20endógeno%20del%20Gob%20Venezolano%201999-2006-Octubre%202006.pdf](http://www.conviteac.org.ve/admin/publicaciones/libros/CONVITEAC%20y%20Liderazgo%20y%20Visión-Política%20de%20economía%20social%20y%20Desarrollo%20endógeno%20del%20Gob%20Venezolano%201999-2006-Octubre%202006.pdf)

una comunidad se organizan, comunican, y deciden utilizar sus recursos para compartir los conocimientos con el propósito de promover el progreso de su comunidad¹⁵”; siendo de esta manera un modelo productivo incluyente de abajo hacia arriba que comparte los principios de la economía social y analiza la realidad de manera multidisciplinaria.

La relación entre Economía Social y desarrollo endógeno se evidencia en tanto las características de éste benefician justamente a las organizaciones que hacen parte de esta economía ya que “busca incorporar a la población excluía y adoptar nuevos estilos de vida y de consumo”¹⁶ apoyando la aparición de pequeñas empresas cooperativas y solidarias, con el objetivo de ampliar las oportunidades de las personas.

En un estudio de política económica social y desarrollo endógeno¹⁷ se afirma que la organización popular es el pilar del desarrollo endógeno porque promueve la mejora de la calidad de vida de los individuos, familias y comunidades, solo sí:

- La población se organiza en asociaciones productivas, tales como cooperativas, empresas de producción social y empresas autogestionarias.
- Se generan capacidades de conocimiento, gestión, confianza e inserción en las dinámicas y sistemas más amplios
- Se alcanzan los objetivos de inclusión social y de asimilación por parte de la población de los nuevos valores, dinámicas y funciones del nuevo modelo.

¹⁵CATALANO. C. Diana. Desarrollo Endógeno, ¿Cuánto Sabemos?:Revista económicaINIA divulga: número 6, septiembre-diciembre del 2005. Disponible en:

http://sian.inia.gob.ve/repositorio/revistas_tec/inia_divulga/numero%206/catalano_d.pdf

¹⁶MINISTERIO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE VENEZUELA. Desarrollo Endógeno desde adentro, desde la Venezuela profunda. Disponible en:

<http://cepep.org.ve/documentos/Poder-popular/bibliodocumentacion/folletodesarrolloendogeno-1.pdf>

¹⁷ CONVITE A.C, Op. Cit., p.36

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede afirmar que existe una relación entre la Economía Social, el Desarrollo Endógeno y el Capital Social, en tanto que, este último constituye la base para la creación de las redes sociales.

1.2. CAPITAL SOCIAL

Resaltando la importancia que tiene el Capital Social dentro de esta economía alternativa, se analiza a continuación su concepto y la incidencia de éste en los estudios económicos y sociales.

1.2.1. Análisis del concepto. Aunque en general exista la creencia que el concepto de Capital Social surgió alrededor de los años setenta u ochenta, hay estudios que reconocen su uso a principios de siglo XX. En el año 1916 fue Hanifan quien presentó la importancia de las relaciones y las redes sociales en el desempeño de las comunidades, a través del estudio de las escuelas locales, en el cual advirtió que había que partir

“De aquellas sustancias tangibles que cuentan más en la vida diaria de las personas: específicamente buena voluntad, compañerismo, empatía, y el encuentro social entre individuos y familias que construyen una unidad social... Si los individuos entran en contacto con sus vecinos, y ellos con otros vecinos, habrá una acumulación de **Capital Social**, que puede satisfacer inmediatamente sus necesidades sociales y que puede producir un potencial suficiente para realizar una mejora sustancial de las condiciones de vida en toda la comunidad”¹⁸

No obstante antes de la utilización formal del concepto, ya se argumentaban los beneficios de las buenas relaciones sociales para el desarrollo de las sociedades.

¹⁸ HANIFAN, Lyda., 1916; Citado por Wallis, Killerby&Dollery, 2004. Citado por: FORNI, SILES, BARREIRO y Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza? Estudios de Caso en Buenos Aires, Argentina. Julian Samora, Research institute. 2004. P.2.

Emile Durkheim señalaba a finales del siglo XIX que “Un cuerpo social saludable era aquel en el que los individuos mantenían múltiples y variadas relaciones entre sí y compartían simultáneamente valores y sentimientos comunes hacia la sociedad como un todo”.¹⁹

Después de los años setenta aparecen acercamientos teóricos al concepto de Capital Social, los cuales provienen desde diferentes frentes, como la antropología, la sociología y la economía. Se puede entonces afirmar que la teoría del Capital Social se caracteriza por ser interdisciplinar y estar en una fase de “construcción”, ya que constantemente sufre modificaciones y descubrimientos, al tratarse de fenómenos sociales que son de difícil generalización.

Al acercarse al concepto tal y como se reconoce en la actualidad aparecen tres referentes principales: Bordieau, Coleman y Putnam.

Bordieau define el Capital Social como “el agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento o reconocimiento mutuo”²⁰ además sostiene que la configuración de redes no es un acto demasiado inconsciente ya que lleva implícito estrategias para maximizar los beneficios individuales, y considera el Capital Social como un medio por el cual puede accederse a otra clase de capitales como el económico: “los resultados de la posesión de Capital Social se reducen a la posesión de capital económico. Una de las innovaciones más prometedoras de la teoría social contemporánea”²¹

¹⁹ Ibíd. p.2

²⁰BOURDIEU, Pierre. 1986. citado por: VARGAS, en “hacia una teoría del Capital Social”. Revista de Economía Institucional. v.4 n.6 Bogotá 2002. Disponible en: http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01249962002000100004&lng=es&nrm=

²¹FORNI, SILES y BARREIRO, Op.cit., p.3

James Coleman sostiene que no es una entidad aislada sino una variedad de entidades que tienen dos características en común: consisten en algún aspecto de la estructura social, y facilitan a los individuos que están dentro de la estructura realizar ciertas acciones.²²

Según él, existen varias formas de Capital Social, una referente a las expectativas y obligaciones de los favores, otra el sistema normativo en el cual está inserto el individuo, (el sistema de incentivos y sanciones) y el uso de los amigos y conocidos para acceder a información, entre otras. Afirma que no solo es importante considerar las redes como tal sino la densidad de éstas, ya que este factor es la garantía de que las expectativas de reciprocidad no serán defraudadas.

La perspectiva de Richard Putnam presenta al Capital Social como un *bien público*, al considerar que los individuos se encuentran dentro de éste y que no constituye propiedad privada de quienes se benefician de él²³. El Capital Social está definido para Putnam como “aspectos de la organización social tales como confianza, normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al facilitar la acción coordinada”²⁴.

Esta manera de tomar el concepto lo convierte en un referente no solo de las pequeñas comunidades, sino del ámbito regional y nacional, relacionado con el compromiso “cívico” de sus integrantes, donde la confianza, las redes y las relaciones de reciprocidad de sus miembros constituye un sistema de expectativas y sanciones: “De este modo, sus reputaciones están en juego, las que son, seguramente, más valiosas que las ventajas de traiciones momentáneas. En ese sentido, la honestidad es estimulada por la existencia de redes sociales densas”²⁵

²²VARGAS. Op.cit.

²³ PUTNAM, Ibíd. p.4

²⁴ PUTNAM, 1993:167. Citado en ibid.p4

²⁵ PUTNAM 2000:136. Citado en: ibid.p.5

Otros autores como Ostrom aportan definiciones al concepto en tanto lo consideramos: “Un conjunto compartido de conocimientos, normas, reglas y expectativas acerca de los patrones de interacción de los individuos. Lo diferencia de otras formas de capital: “el Capital Social no se consume con el uso, desaparece con el desuso, no se puede identificar ni medir fácilmente y es difícil construirlo mediante intervenciones externas; incluso, éstas pueden destruir el Capital Social existente y generar efectos indeseables”.²⁶

La iniciativa de investigación sobre el Capital Social de la Universidad Estatal de Michigan propone tres tipos de Capital Social: de nexo, de vínculo, y de puente o aproximación. El Capital Social de **nexo** incluye aquellas relaciones naturalmente estrechas, entre los cuales se observan los lazos familiares o de compromisos adquiridos. Al mismo tiempo caracterizan a aquellas relaciones que se estrechan por su contacto frecuente y conexión entre pares. Por otro lado se encuentra el Capital Social de **vínculo** el cual se refiere a las relaciones que nacen gracias a sentimientos de respeto, confianza y compañerismo en contexto de trabajo, clubes, asociaciones, etc. Por último se encuentra el Capital Social de **puente o aproximación** el cual se construye con las relaciones asimétricas entre las personas (relaciones débiles), es decir aquellas que se crean a pesar de las diferencias culturales, sociales, económicas, de conexión, etc.

En este sentido,

“Los lazos débiles pueden considerarse como “puentes” que pueden vincular a los actores con otras redes o ámbitos de interacción en los que no participan o a los que no tienen acceso. Su importancia consistiría en facilitar el acceso a información no fácilmente disponible (en la terminología de los

²⁶OSTROM.2000.Citado en: VARGAS. Op.cit.,

economistas, reducirían los costos de transacción), facilitando así el logro de metas o beneficios difíciles de obtener de otro modo”.²⁷

Se podría establecer con lo anteriormente mencionado que la importancia del Capital Social en el contexto de la presente investigación va de la mano con la relación que se establece entre el Capital Social y la inclusión, en términos de pobreza y desigualdad sobre todo en las estrategias de superación de la vulnerabilidad.

Collier plantea que el Capital Social puede actuar como sustituto del capital físico y financiero del que carecen los pobres²⁸, aunque se debe tener precaución ya que redes de confianza y organizaciones cerradas, si bien generan algún tipo de Capital Social, podrían considerarse como excluyentes (de los beneficios) para aquellos que se encuentren fuera de las mismas.

1.2.2. Capital Social y ciencia económica. Tardíamente la economía se dio cuenta de la importancia de las instituciones y el comportamiento de los miembros de la sociedad para el estudio y la explicación de fenómenos económicos. El Neoinstitucionalismo toma esas preocupaciones y se interna en la comprensión de aspectos de la estructura y organización de la sociedad, abarcando temas relacionados como los costos de transacción, los derechos de propiedad, los problemas de acción colectiva, las formas de organización, los acuerdos contractuales y las reglas políticas y sociales²⁹

A través del estudio del Capital Social, se observa que la confianza y las relaciones son mecanismos que pueden disminuir los costos de transacción y

²⁷CUELLAR, Oscar. BOLIVAR, Augusto. Capital Social hoy. En: **Polis**, Revista de la Universidad Bolivariana. Volumen 8, N° 22. 2009. Disponible en: <http://www.scielo.cl/pdf/polis/v8n22/art12.pdf>. Citado el 18 de Agosto de 2012.

²⁸COLLIER. 1998. Citado en: VARGAS. Op.cit.,

²⁹Ibid.

facilitar la información. Las instituciones, comprendidas por las normas, contratos, estructuras sociales, aportan conocimientos desde lo social para múltiples campos de acción. Una revisión bibliográfica realizada por la revista de economía institucional presenta las áreas de estudio económico desde las cuales el Capital Social ha sido utilizado: crecimiento económico, pobreza, comportamiento de las firmas, economías en transición, acción colectiva, microfinanzas, entre otros.³⁰

En este sentido, Coleman afirma que el Capital Social crítica a la corriente clásica de la economía que supone la acción individual como centro, ya que por el contrario las sociedades actuales se caracterizan por grados mayores de interdependencia y acción colectiva; sostiene entonces: "...pues los individuos no actúan independientemente, los objetivos no son alcanzados independientemente, y los intereses no son completamente egoístas"³¹.

³⁰Ibíd.

³¹ Coleman: 301. En: FORNI Pablo, SILES Marcelo y BARREIRO Lucrecia. ¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza? Estudios de Caso en Buenos Aires, Argentina: JulianSamoraResearchInstitute, Michigan StateUniversity :ResearchReport No. 35: December 2004. p11. Disponible en: <http://www.jsri.msu.edu/pdfs/rr/rr35.pdf>

2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS MICROCRÉDITOS Y SUS MECANISMOS DE ASIGNACIÓN

Al hablar de microfinanzas se establece una relación casi inmediata con el microcrédito; ya que sigue siendo el instrumento más importante y conocido. Este mecanismo de financiamiento tiene un monto máximo de veinticinco salarios mínimos mensuales legales vigentes, que para el año 2012 alcanzaban aproximadamente la suma de \$14.200.000.

Los microcréditos responden a la necesidad de financiación de una gran parte de la población mundial: los pobres. En el mundo para el año 2002 se estimaban 3.7 billones de personas que vivían con menos de dos dólares diarios (1 billón con menos de un dls/día)³²; en Latinoamérica el panorama era el mismo con el 43% (241 millones) de su población en pobreza y cerca de 93 millones de personas en la indigencia³³, en Colombia esta cifra alcanza en la actualidad los 20 millones³⁴. Para el Área Metropolitana De Bucaramanga (AMB) la pobreza asciende al 10,8% de su población y las personas por debajo de la línea de indigencia alcanzan el 1,2%³⁵.

El común denominador de los usuarios de los microcréditos es la carencia de garantías que permitan soportar el cumplimiento de los pagos del servicio. Entre esos clientes se encuentran los microempresarios ya que ven limitadas las

³²Fast Facts: The Faces of Poverty. Disponible en: http://www.unmillenniumproject.org/resources/fastfacts_e.htm. citado el 22 de julio de 2012.

³³ CEPAL. "Índices de pobreza se estancan en la región". Disponible en: <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/4/12984/P12984.xml&xsl=/prensa/tpl/p6f.xsl>. citado el 22 de julio de 2012.

³⁴ DANE. Sociales. Disponible en: http://www.dane.gov.co/#twoj_fragment1-4 citado el 12 de agosto de 2012.

³⁵VANGUARDIA LIBERAL. Disponible en: <http://www.vanguardia.com/economia/local/150992-bajar-la-pobreza-con-una-dosis-de-educacion>. Consultado el 27 de agosto de 2012.

posibilidades de financiación de sus proyectos productivos, impidiéndoles ingresar a los servicios financieros formales, y por lo tanto obligándolos a continuar en el círculo vicioso sujeto a créditos ilegales y agiotistas.

Las políticas de microcrédito alrededor del mundo han encaminado sus esfuerzos en aumentar la cobertura ideando estrategias para que la falta de garantías financieras no sea un impedimento para acceder a dichos préstamos brindándoles de esta manera oportunidades para salir de las situaciones de pobreza. Si bien, en la actualidad existen alrededor de mil setecientas instituciones microfinancieras en todo el mundo, el mercado potencial es mucho más amplio. Hay quienes sostienen que las microfinanzas han pasado de ser una estrategia para la superación de la pobreza, a otro servicio financiero que genera más utilidades para los bancos y otras entidades relacionadas. Aunque el microcrédito ha tratado de consolidarse como un negocio, la naturaleza social de su condición aparece constantemente en las políticas y en las razones sociales de las entidades que lo ofrecen. La cuestión podría plantearse en encontrar un equilibrio donde la actividad microfinanciera sea enteramente rentable e integral, donde la visión social sea la cabeza. Al hablar de una integralidad de la estrategia de las microfinanzas se intenta hacer frente a uno de los problemas esenciales de los hogares: las familias son vulnerables, en la medida que no tienen o no consiguen herramientas con las cuales puedan hacer frente a los tiempos de adversidad y crisis.

El microcrédito provee herramientas útiles a las familias para que afronten los cambios bruscos en su entorno, ya que posibilita la acumulación de activos, que podrían llegar a ser fuente de ingresos inmediatos a la hora de salir de una situación problemática. Este instrumento posibilita a las personas pobres o con bajos recursos pasar de actividades que generan ingresos ínfimos a pequeñas unidades productivas propias. Dar este paso puede significar la diferencia entre permanecer en la pobreza extrema, y alcanzar los niveles mínimos de calidad de

vida de los integrantes de una familia; siempre y cuando éstos emprendimientos productivos sean sostenibles en el tiempo.³⁶

El respaldo a la iniciativa del microcrédito por parte de entidades como la Organización De Naciones Unidas, ACNUR, Banco Mundial, entre otras, ayuda a ubicarla en las agendas internacionales. Desde esta perspectiva ACNUR plantea en una de sus asambleas que “El microcrédito y la microfinanciación son herramientas financieras importantes en la lucha contra la pobreza, fomenta la creación de patrimonio, de empleo y la seguridad económica, da autonomía a las personas que viven en pobreza, en particular a las mujeres, contribuyendo a crear una economía en la que todos y todas participen sin exclusión y pueda verse reflejado en desarrollo económico para un país”.³⁷

Por otro lado la Coordinadora de ONG para el Desarrollo de España (CONGDE), sostiene que todo depende de cómo se utilicen. "Los microcréditos pueden ser una gran herramienta para erradicar la pobreza, pero mal empleada, puede ser una carga que imposibilita el desarrollo personal si el sobreendeudamiento hace imposible la subsistencia de las personas."³⁸

Tal vez uno de los mayores impedimentos para el éxito de los programas de microcrédito, sea una característica propia de la población beneficiaria: la no

³⁶ RODRIGUEZ, María. El microcrédito. una mirada hacia el concepto y su desarrollo en Colombia. Bogotá 2010. trabajo de grado, Maestría En Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas.

³⁷ ACNUR, Microcrédito y microfinanciación para la creación de empleo y reducción de la pobreza e instrumentos de ayuda a la cohesión social y la participación comunitaria. cuarta sesión plenaria ACNUR, celebrada el 7 de junio de 2005 (ag/res. 2082 (xxxv-o/05)). Disponible en: <http://www.acnur.org/biblioteca/pdf/3645.pdf?view=1>

³⁸ V Cumbre Mundial del Microcrédito. 2011 Disponible en: <http://www.valladolid.es/es/v-cumbre-mundial-microcredito>

destinación productiva de los préstamos, y la utilización de éstos para otras cosas, lo que algunos autores denominan Riesgo Moral.³⁹

2.1. ASIGNACIÓN DE MICROCRÉDITOS

Las metodologías actuales de asignación de los créditos, dejan por fuera a quienes no alcanzan a cumplir con los requisitos mínimos propuestos por las instituciones, ya que no tienen manera de demostrar que poseen activos físico-financieros, omitiendo en la mayoría de los casos aspectos tan importantes como el comportamiento de las personas y su interacción con la sociedad, las habilidades, destrezas y conocimientos que poseen.

Según la legislación colombiana el microcrédito se encuentra en una categoría especial, la cual permite cobrar una comisión por parte del oferente hasta del 7%, relacionada con los costos de asesoría y seguimiento al beneficiario, ya que la población objetivo en su mayoría, no tiene historial crediticio en las centrales de riesgo lo que supone al microcrédito como un producto más costoso que un crédito común.

El acceso al microcrédito es impulsado a través de asesores que se encuentran divididos por zonas en la ciudad, los cuales llegan a las puertas de los negocios en dichas zonas y ofrecen el producto. La forma más frecuente de otorgar un microcrédito es similar a la de un crédito común, si bien no puede excederse en la exigencia de garantías, responde a la manera convencional de asignación de productos financieros: el estudio del capital físico-financiero, más allá de las posibles indagaciones por Capital Social, u otro factor como capital humano.

³⁹Consiste en la habilidad del agente para emplear el dinero prestado en algo distinto a lo acordado con el principal gracias a que éste último tiene información imperfecta y su sistema de control es imperfecto.

Al iniciarse el microcrédito con una persona los montos resultan bajos; a medida que el cliente va demostrando cumplimiento de pago, los montos prestados aumentan. Este crédito dinámico constituye un primer acercamiento o ensayo para observar si los microempresarios pueden afrontar los pagos, y medir su capacidad de endeudamiento, en consecuencia algunos créditos se condicionan a mecanismos como ahorro obligado, o microseguros, encareciendo así los costos operacionales del servicio.

El análisis de la capacidad de pago de los clientes, va desde visitas a los hogares y microempresas, hasta el análisis detallado de sus activos, balances, etc.; acciones que demandan tiempo y costos monetarios. Las entidades financieras deben asumir pérdidas permanentes al realizar operaciones de bajo monto con microempresarios que no tienen la posibilidad de recuperarse, por tratarse de unidades productivas tan pequeñas que cambian fácilmente de actividad, de ubicación o que ven afectada su capacidad de pago por problemas de tipo familiar⁴⁰

En el boletín microfinanciero número 16 publicado por la Red Emprender en 2011, existe un apartado que muestra las políticas de asignación usadas por la mayoría de los bancos oferentes de este producto, las políticas encontradas allí, reflejan los principales aspectos que se toman en cuenta en la aprobación de nuevos créditos, en orden de importancia: el conocimiento previo del cliente junto con su historia crediticia, el bajo riesgo del crédito, la rentabilidad esperada del mismo y la existencia de garantías reales para respaldar el crédito⁴¹ En este sentido encontramos que las entidades bancarias fijan sus políticas desde una perspectiva físico-financiera, dejando a un lado cualquier aspecto distinto de evaluación.

⁴⁰¿QUÉ ES EL MICROCRÉDITO? Disponible en:
<http://www.gacetafinanciera.com/MCr.pdf>

⁴¹EMPRENDER, boletín microfinanciero número 16 .Área de investigación sectorial. P. 2 Marzo de 2011. Disponible en: <http://www.microfinanzas.org>.

Según la encuesta sobre la información del crédito en Colombia, por el Banco de la República⁴² se demuestra que la principal forma de asignar los microcréditos se fundamenta en las características físico-financieras de los clientes potenciales.

Para las instituciones financieras los aspectos que tienen mayor peso en la aprobación de nuevos créditos resultaron: 1) el conocimiento previo del cliente y su buena historia de crédito; 2) el bajo riesgo del crédito; 3) la existencia de garantías reales e idóneas; 4) la alta rentabilidad esperada del crédito; 5) otra.

Tabla 1. Principales consideraciones para la aprobación de créditos

En la aprobación de nuevos créditos, ¿Qué tanto pesaron en su entidad las siguientes consideraciones?	Porcentaje de respuestas
El conocimiento previo del cliente y su buena historia de crédito	31%
La alta rentabilidad esperada del crédito	19%
El bajo riesgo del crédito	25%
La existencia de garantías reales y/o idóneas	21%
Otra.	4%

Fuente: Banco de la República. Encuesta sobre la información del crédito en Colombia

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, los requisitos para la asignación de nuevos microcréditos serán más restrictivos, lo que impedirá que más personas entren al sistema y accedan a los productos microfinancieros.

Tabla 2. Los requerimientos para la asignación de microcréditos

¿Cambiarían sus requerimientos para la asignación de nuevos créditos de microcrédito?	Porcentaje de encuestados
1. Más restrictivos	33,3%
2. Moderadamente más restrictivos	0,0%
3. Han permanecido igual	50,0%
4. Moderadamente menos restrictivos	0,0%
5. Menos restrictivos	16,7%

Fuente: Banco de la República. Encuesta sobre la información del crédito en Colombia

⁴² BANREP.documentos. Informes económicos. Encuesta sobre la información del crédito en Colombia. Disponible en:
http://www.banrep.org/documentos/informes-economicos/encuestas/SCC/2012/escc_dic_2012_cfc.xls

El rechazo de nuevos préstamos, así como la entrega de crédito de una cuantía inferior a la solicitada por el cliente responde principalmente a: 1) dudas sobre la viabilidad financiera de la empresa o la persona aplicante; 2) historia crediticia del cliente en otra institución financiera; 3) otra; 4) dudas sobre la viabilidad financiera y rentabilidad del crédito.

Tabla 3. Consideraciones para el rechazo de créditos

En el rechazo de nuevos préstamos o en las entregas de crédito en una cuantía inferior a la solicitada por el cliente, ¿Qué tanto pesaron en su entidad las siguientes consideraciones?	Porcentaje de respuestas
Dudas sobre la viabilidad financiera de la empresa o persona aplicante	33%
Falta de información financiera de los nuevos aplicantes a crédito	15%
Historia crediticia de un antiguo cliente de la institución financiera	17%
Historia crediticia del cliente en otra institución financiera	17%
Incertidumbre sobre la evolución de los activos	0%
Por sector productivo al cual pertenece el aplicante	5%
Dudas sobre la viabilidad financiera y la rentabilidad del crédito	11%
Otra	2%

Fuente: Banco de la República. Encuesta sobre la información del crédito en Colombia

Según la encuesta en el proceso de evaluación de nuevos clientes la mayoría de las instituciones financieras se fijan inmediatamente en la historia crediticia del cliente, después evalúan el flujo de caja proyectado, como tercer parámetro consideran la relación deuda-patrimonio o deuda-activos de la empresa o persona natural y por último la actividad económica del cliente; dejando a un lado cualquier aspecto social.

Tabla 4. Clasificación en la evaluación del riesgo.

Cuando evalúa el riesgo de nuevos clientes. ¿Cómo clasifica las siguientes opciones en orden de importancia?	Porcentaje de respuestas
El crecimiento de las ventas del negocio	7,14%
Las utilidades o ingresos recientes de la empresa o persona natural	12,70%
La relación deuda-patrimonio o deuda-activos de la empresa o persona natural	19,84%
La existencia y la cantidad de garantías	4,76%
La historia de crédito del cliente	24,60%
La actividad económica del cliente	9,52%
El flujo de caja proyectado	19,05%
Otra	2,38%

Fuente: Banco de la República. Encuesta sobre la información del crédito en Colombia

Adicionalmente la encuesta evalúa la respuesta de los clientes al proceso de asignación de créditos. Los principales reclamos de las personas se relacionan con las altas tasas de interés de los microcréditos, con las excesivas garantías exigidas, con la dificultad de aprobación del crédito, convirtiéndolo en un proceso dispendioso.

Tabla 5. Comentarios de los clientes de entidades bancarias

Comentarios expresados por los clientes de las entidades bancarias	Porcentaje de respuestas
Las tasas de interés están muy altas	38%
El proceso del crédito es muy largo	19%
Las condiciones de aprobación del crédito son muy difíciles	16%
El plazo del crédito es muy corto	4%
Las garantías exigidas son muy altas	7%
Falta de acompañamiento en la solicitud del crédito	15%
Otra	1%

Fuente: Banco de la República. Encuesta sobre la información del crédito en Colombia

En este orden de ideas la asignación de créditos restringe la participación de la mayoría de microempresarios, teniendo en cuenta que una de sus principales características resulta la informalidad de su actividad. Para el caso específico del

AMB, el empleo informal alcanza una cifra cercana al 63% de la población; así mismo hay un gran número de famiempresas y microempresas en la informalidad, que no cuentan con historia crediticia, ni respaldo físico financiero que les permita acceder al sistema financiero regular.

Se hace necesaria entonces la introducción de nuevas variables de evaluación que respondan a las condiciones y características del sector microempresarial, en este sentido las variables del Capital Social pueden aportar nuevos aspectos de valoración en el proceso de aprobación de las solicitudes de microcréditos.

2.2. SERVICIOS MICROFINANCIEROS EN COLOMBIA

Cuando una entidad decide prestar servicios microfinancieros en Colombia, en este caso otorgar microcréditos, considera como principal fuente de financiamiento sus propios recursos, complementados con el crédito de redescuento de Bancoldex⁴³. Los recursos de las instituciones ya sean por captaciones de ahorro al público, donaciones, recursos de crédito de ONGs, aportes, entre otros, son los utilizados para la colocación de microcréditos, los cuales en la mayoría de los casos tienen un aval ofrecido por el Fondo Nacional de Garantías, entidad que responde por un porcentaje del crédito si las obligaciones por parte del prestatario son incumplidas, tomando la forma de codeudor. Por otro lado la regulación financiera en Colombia considera un “techo” para el cobro de las tasas de interés para el microcrédito, que actualmente se encuentra alrededor del 33% efectivo anual.

Si bien las microfinanzas en Colombia se han basado en el microcrédito, actualmente otros servicios como la apertura de cuentas de ahorro de bajo monto

⁴³Bancóldex, cuyo principal accionista es el Gobierno colombiano, opera en Colombia como Banco de Redescuento, es decir, financia a las empresas colombianas, a través del sistema financiero.

y los microseguros han venido desarrollándose con fuerza.⁴⁴ La evolución de las microfinanzas en el país ha permitido un aumento en el número de créditos desembolsados, en la cantidad de beneficiarios, en el número de actores u oferentes, y en general en la imagen de la actividad microfinanciera, ya que se observa como una actividad rentable y sólida. Pero a pesar de esto, su cobertura no es suficiente.

En el proceso de bancarización⁴⁵ en el cual está inserto Colombia, la microfinanzas aparecen como un elemento fundamental, por esa razón el Gobierno ha implementado mecanismos para el fácil acceso a los servicios financieros básicos a personas que históricamente no se le ha permitido ingresar. La estrategia del Gobierno nacional denominada “la banca de las oportunidades” creó estímulos para la apertura de cuentas de ahorro de bajo monto, como la exclusión de 4 por mil, la exoneración de la cuota de manejo, y la supresión de inversiones forzosas sujetas a un crédito. Además creó el concepto de *corresponsales no bancarios*, que comprende supermercados, tiendas, droguerías, con el fin de impulsar el fácil acceso a la banca dentro de todo el territorio nacional.

La bancarización de la población se ha relacionado con el desarrollo económico de los países, ya que contribuye a la mejora de su productividad al incrementar el gasto privado y la inversión. En este sentido, diferentes estudios dan evidencia de la relación positiva entre el nivel de penetración de los servicios financieros y el

⁴⁴Es el caso de los microseguro fúnebre, el cual se considera un caso de gran éxito por el volumen de beneficiarios (caso los olivos).

⁴⁵La bancarización 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 forma. VILLANUEVA, Héctor. Disponible en: http://www.didaweb.net/mediatori/articulo.php?id_vol=1916

crecimiento económico, así como de sus implicaciones positivas en el bienestar de la población.⁴⁶

Refiriéndose a los reportes de bancarización o de inclusión financiera 2006-2010 presentado por ASOBANCARIA, el acceso a los servicios financieros tuvo aumentos importantes durante ese cuatrienio. El índice de bancarización⁴⁷ creció durante los 4 años del estudio, pasando de 51% en 2006 a 62% en 2010. Solo en 2010 este indicador aumento el 8%, equivalente a 1.8 millones de nuevas personas en el sistema financiero es decir, seis de cada diez personas en Colombia tenían un producto financiero.⁴⁸

Dentro de los productos financieros objetos del estudio de ASOBANCARIA se encuentra el microcrédito. El crecimiento del número de personas que usan este producto es muy significativo pasando de 536.395 usuarios en 2006 a 1.175.393 en 2010, un crecimiento del 119% durante los 4 años. Por su parte la cartera de microcrédito creció 156% pasando de 1.6 billones a 4.3 billones de pesos.

Tabla 6. Evolución del número de personas con productos financieros. (Por tipo de producto)

	Número de personas mayores de edad					Diferencias		Crecimientos	
	2006	2007	2008	2009	2010	06-10	09-10	06-10	09-10
Cuentas Ahorro	13.438.110	14.896.214	15.223.956	15.683.340	17.494.742	4.056.632	1.811.402	30%	12%
Cuentas Corriente	1.388.016	1.479.985	1.514.820	1.290.427	1.399.970	11.954	109.543	1%	8%
Crédito Consumo	2.704.508	3.692.860	4.273.141	3.604.856	4.083.448	1.378.940	478.592	51%	13%
Vivienda	541.790	511.620	600.821	638.167	691.527	149.737	53.360	28%	8%
Microcrédito	536.395	612.509	712.099	1.077.185	1.175.393	638.998	98.208	119%	9%
Tarjeta de Crédito	3.282.369	3.653.150	3.889.043	4.709.192	5.201.395	1.919.026	492.203	58%	10%

Fuente: DANE y ASOBANCARIA. Cálculos ASOBANCARIA

⁴⁶ ASOBANCARIA. reporte de bancarización a 2010. Bogotá, septiembre de 2010. Disponible en: http://www.asobancaria.com/portal/page/portal/Asobancaria/publicaciones/economica_financiera/reporte_bancarizacion/2010

⁴⁷ Bancarización= número de personas mayores de edad con por lo menos un producto financiero/ personas mayores de edad

⁴⁸ Ibíd. p. 8

Para las empresas también existen registros de bancarización. En 2010 el número de empresas que contaban con un producto de microcrédito ascendió el 220%. Pasando de 2.300 en 2006 a 7.349 en 2010. A pesar de ésta evolución, la penetración financiera del microcrédito es muy baja, ya que aproximadamente el 1,37% de las personas tienen acceso a este producto financiero.

Tabla 7. Evolución de número de empresas con productos financieros. (Por tipo de producto)

	Número de empresas					Diferencias		Crecimientos	
	2006	2007	2008	2009	2010	06-10	09-10	06-10	09-10
Cuentas Ahorro	246.128	272.714	284.918	276.654	293.533	47.405	16.879	19%	6%
Cuentas Corriente	256.237	278.709	304.988	268.487	299.212	42.975	30.725	17%	11%
Comercial	83.980	96.119	110.935	124.818	138.475	54.495	13.657	65%	11%
Vivienda	809	670	519	383	336	-473	-47	-58%	-12%
Microcrédito	2.300	1.978	4.501	6.697	7.349	5.049	652	220%	10%
tarjeta de Crédito	45.786	47.688	49.948	60.161	64.970	19.184	4.809	42%	8%

Fuente: DANE y ASOBANCARIA. Cálculos ASOBANCARIA

La estructura que soporta el microcrédito en Colombia, está dividida en aquellas entidades que son reguladas por la Superintendencia Financiera y aquellas que son controladas por la Superintendencia de Economía Solidaria, las cuales se encuentran adscritas a la Red Emprender.

Según el Reporte de Bancarización, a junio de 2007 existían en Colombia 586.199 personas con un microcrédito con el sistema financiero regulado, para esa misma fecha La Red Emprender contaba con 755.160 clientes⁴⁹

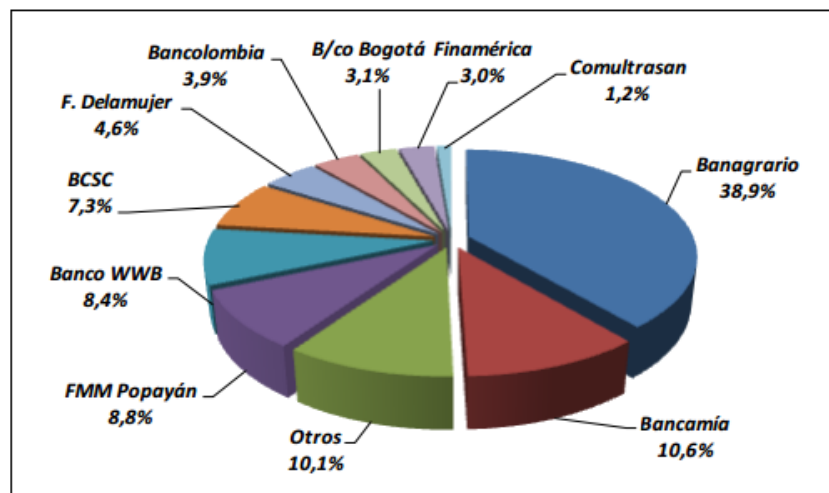
Del total de la cartera para 2007 la Red Emprender poseía el 39.2% mientras que el sistema bancario regulado poseía el 60.8%, la cifra del sistema bancario es explicada por el peso que tiene el Banco Agrario, institución que tiene presencia a

⁴⁹ EMPRENDER, boletín microfinanciero número 12. Área de investigación sectorial. Bancarización y microcrédito en Colombia. pág. 12. Febrero de 2008. Disponible en: <http://www.microfinanzas.org>

lo largo y ancho del país, con una cobertura cercana al 100% del territorio nacional en sucursales y corresponsales. Teniendo en cuenta la gran participación que tiene el Banco Agrario en la cartera de microcrédito, se puede afirmar que las operaciones privadas de microcrédito en Colombia tienen cobertura y profundidad gracias a la gestión de la Red Emprender⁵⁰. A marzo de 2011 la cartera bruta de microcréditos agregada (Bancos, Cooperativas y ONGs) ascendió a \$6,35 billones de pesos, \$215 mil millones más que en diciembre de 2010 y \$936 mil millones más que en marzo de 2010; lo que ha permitido acentuar la tendencia histórica de crecimiento sostenido que ha caracterizado la evolución del microcrédito en el país⁵¹

A continuación se observa la distribución a marzo de 2011 de la cartera de microcrédito a nivel nacional, teniendo en cuenta la participación del Banco Agrario.

Figura 1. Distribución de la Cartera Bruta de Microcréditos. (Cifras a marzo de 2011)



Fuente: Superfinanciera, supersolidaria, Emprender.

⁵⁰Ibid, p.20

⁵¹EMPRENDER, boletín microfinanciero número 42 .Área de investigación sectorial. Marzo de 2011. Encontrado (en línea) <http://www.microfinanzas.org>.

Los departamentos en los cuales se concentra la cartera de microcrédito en el país están encabezados por Valle, Antioquia, Cundinamarca, Santander y Nariño. Estos departamentos concentran más del 55% de dicha cartera.

Según los datos de ASOBANCARIA, se encontró que el 1.7% de la población santandereana accedió al microcrédito a 2007, ubicándose en el promedio nacional en la asignación de este producto, ya que solo fue superado significativamente por Huila y Boyacá; sin embargo a pesar de la cobertura superior que se maneja en dichos departamentos, la cartera no es liderada por éstos.

En la división de la cartera de microcrédito en el país, Santander posee el 6,2% del total nacional.⁵² En lo relacionado con los promedios de dinero prestado en Santander se encuentra que para las instituciones bancarias este alcanza la cifra de \$ 3.000.000 mientras que las instituciones vinculadas a la Red Emprender el promedio es más bajo acercándose a \$1.700.000. La cooperativa multiactiva Comultrasan tiene una participación del 1.2% en el total de la cartera nacional, sin embargo cuando se observa la distribución de la cartera de microcréditos de las cooperativas del país, Comultrasan la encabeza al poseer el 22% de dicha cartera.⁵³ La importancia de esta cooperativa en el ámbito nacional valida la presente investigación al ser un referente representativo de la actividad microfinanciera en Colombia.

Una característica del microcrédito, es que su importancia varía con el tipo de ciudad. En general el crédito de consumo y las tarjetas de crédito suponen los servicios más comunes para los colombianos, sin embargo el microcrédito en ciudades de menos de 30.000 habitantes constituye el principal método de financiación. Esto resulta significativo ya que el 80% de los municipios del país

⁵²Ibíd.

⁵³ EMPRENDER, boletín microfinanciero número 45 .Área de investigación sectorial. Marzo de 2011. Encontrado (en línea) <http://www.microfinanzas.org>.

tiene estas características, y cercal de 25% de la población nacional reside en dichos municipios.⁵⁴

Tabla 8. Bancarización por tipo de ciudad y producto

Rango	N° Ciudades	% del total de hab.	C/ta de Ahorros	C/ta Corriente	Crédito	Crédito Consumo	Crédito Vivienda	Micro crédito	Tarjeta Crédito
> 2.000.000	3	26,03%	66,96%	7,12%	20,36%	17,07%	2,72%	1,13%	18,93%
500.001-2.000.000	4	7,32%	59,19%	5,71%	13,93%	11,37%	1,84%	1,02%	13,56%
200.001-500.000	19	15,52%	40,26%	2,78%	9,22%	7,35%	1,17%	0,78%	4,53%
100.001-200.000	30	8,98%	40,73%	2,69%	6,82%	5,20%	0,43%	0,97%	3,46%
50.001-100.000	58	9,04%	27,33%	1,83%	3,96%	2,53%	0,22%	0,93%	2,25%
30.001-50.000	100	8,69%	22,77%	1,35%	3,67%	2,01%	0,08%	1,22%	1,30%
20.001-30.000	134	7,59%	20,52%	1,19%	2,98%	1,08%	0,07%	1,50%	0,98%
10.001-20.000	328	10,86%	18,35%	0,98%	3,73%	0,77%	0,03%	2,47%	0,69%
< 10.000	443	5,97%	15,68%	0,66%	4,00%	0,28%	0,02%	3,16%	0,49%
TOTAL	1119	100,00%	19,66%	1,07%	4,01%	1,13%	0,09%	2,36%	1,02%

Fuente: DANE y ASOBANCARIA. Cálculos ASOBANCARIA

2.3 SERVICIOSMICROFINANCIERO EN BUCARAMANGA

En 2007 Bucaramanga ocupaba el quinto lugar en lo relacionado con la cartera de microcrédito en el país con el 1,4%, después de Bogotá (10,6 %), Cali (3,2) Medellín (2,3%) y Barranquilla (1,7%).Las cifras anteriores muestran un bajo nivel colocación de microcréditos en las ciudades principales, ya que dejando a Bogotá fuera; entre Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga solo alcanzan a poseer el 9% de la cartera de microcrédito a nivel nacional.

⁵⁴Ibíd.

Las entidades que en el departamento de Santander y en el área metropolitana ofrecen microcréditos se han especializado en los sectores populares y por medio de distintos mecanismos de difusión han logrado ubicarse como grandes oferentes de microcrédito y otros servicios microfinancieros.

A continuación se presentan los principales operadores de microcrédito en la región Santandereana, especialmente el en AMB.

Tabla 9. Principales Instituciones Microfinancieras en el AMB

INSTITUCIÓN	GENERALIDADES
FUNDACIÓN MUNDIAL DE LA MUJER AHORA BANCO WWB	<ul style="list-style-type: none"> • Se enfocan en impulsar el desarrollo económico y social preferiblemente de mujeres emprendedoras de bajos ingresos, ofreciendo Productos y Servicios financieros responsables. • Aporta el 8.4 % de la cartera en el país • A septiembre de 2012 la mayoría de los clientes de los microcréditos son mujeres (68.1%), dichos productos están destinados al comercio (46.4%)⁵⁵. • Según las cifras presentadas a septiembre 2012 por la Fundación, el número de clientes es de 28.077⁵⁶
FINANCIERA COMULTRASAN	<p>Se han especializado en líneas de microcréditos productivos otorgados a microempresarios y condicionados a actividades productivas independientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1.2% de la cartera en el país • En el sector cooperativo Comultrasan

⁵⁵FUNDACION DE LA MUJER. Cifras. Disponible en: http://www.fmmb.org/resultados/resultados_financieros.aspx

⁵⁶ ibíd.

INSTITUCIÓN	GENERALIDADES
	<p>aporta el 22,5%⁵⁷</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de clientes de microcréditos 20823
FUNDACIÓN MUNDO MUJER	<ul style="list-style-type: none"> • La Fundación Mundo Mujer, otorga crédito a mujeres y hombres con negocios formales e informales en actividades de producción, comercio o servicios. • Cuenta con 111 agencias a nivel nacional que atienden principalmente el área rural de las localidades donde hace presencia⁵⁸. • Aporta a la cartera a nivel nacional el 8.8% • Número de clientes: 303.000⁵⁹
CREZCAMOS	<p>Su misión es generar oportunidades de desarrollo para familias emprendedoras, principalmente del sector rural, a través de servicios financieros inclusivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50.027 créditos para el 3 trimestre de 2012 • Número de clientes al 3T de 2012 es de: 47792

⁵⁷EMPRENDER, boletín microfinanciero .Área de investigación sectorial. Marzo de 2011.Disponible en: <http://www.microfinanzas.org>.

⁵⁸FUNDACIÓN MUNDO MUJER. Nuestras cifras. Junio de 2012. Disponible en: http://www.fmm.org.co/Tuga/NUESTRAS_CIFRAS_79.web

⁵⁹“FUNDACIÓN MUNDO MUJER: 25 años generando progreso y desarrollo a nivel nacional”. Disponible en: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fiViI8lQankJ:www.portalmicrofinanzas.org/gm/document-1.9.43961/FUNDACION_MUNDO_MUJER_NOTA.doc+&hl=es&gl=co

INSTITUCIÓN	GENERALIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • 1.700.000 monto promedio • Calidad del activo en mora general 6.42%⁶⁰
BANCAMIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Hace parte de los nuevos actores del microcrédito en el país, este banco especializado en microcrédito facilita el desarrollo productivo de los clientes en la base de la pirámide económica, a través de la provisión de productos y servicios financieros a su medida. • A marzo de 2012 aportó el 10.6% de la cartera en el país • Según el informe de gestión sostenible 2011, el número de clientes al cerrar el año fue de 36.579⁶¹
COOMULDESA	<ul style="list-style-type: none"> • Es una cooperativa que moviliza el ahorro, para atender las necesidades de crédito, en procura del mejoramiento de su calidad de vida y el desarrollo integral de la región. • Su participación en la cartera de microcrédito asciende a 1.2% sin tener en cuenta el banco agrario. • Por otro lado, aporta el 10.3% al sector cooperativo.

⁶⁰CREZCAMOS. Estadísticas. Disponible en:

<http://www.crezcamos.com/crezcamos.php?pagina=1&categoria=Crezcamos>

⁶¹BANCAMIA. Informe de gestión sostenible 2011. Panamericana formas e impresos. 2012. Disponible en:

http://www.bancamia.com.co/pdf/nuevos_pdf/GestionSostenible2011.pdf

INSTITUCIÓN	GENERALIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Morosidad asciende al 3,45% • . El 89.5% de los prestatarios son asociados⁶²
BANCOLOMBIA	<ul style="list-style-type: none"> • En Bucaramanga la cartera de microcréditos de esta entidad es de \$6 mil 500 millones y tiene un indicador de cartera vencida del 2%, • Aporta 3.9% de la cartera nacional
OTROS BANCOS	<ul style="list-style-type: none"> • Banco Agrario, Banco Caja Social Colmena, Bancolombia, Banco de Bogotá como consecuencia de la adquisición del Megabanco, BBVA

Fuente: Elaboración propia con información de IMF'S AMB

De acuerdo a lo anteriormente mencionado se podría establecer una contrariedad a la hora de presentar los microcréditos como mecanismos para la superación de la pobreza, si los requisitos para el acceso a éstos no son coherentes con la razón social de su implementación. Por lo tanto debe pensarse en alternativas en la medición de los activos, y reconsiderar las garantías preestablecidas por el sector bancario.

⁶²COOMULDESA .Gestión económica. Disponible en:
<http://www.coomuldesa.com/gestion.php>

3. APROXIMACIÓN A LA MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL EN UNA MUESTRA DE MICROEMPRESARIOS DEL AMB

La medición del capital social no tiene aún una metodología predominante en la literatura económica, habiendo desarrollado distintos métodos sin que se haya llegado a uno universalmente aceptado, en igual sentido la literatura económica ha centrado sus esfuerzos en la medición de Capital Social en los individuos sin que se encuentren desarrollos importantes en cuanto a dicha medición para unidades productivas o unidades grupales como la familia. Frente al anterior panorama uno de los objetivos a alcanzar es identificar teóricamente los conceptos que permitan lograr una aproximación a la medición de este tipo de capital para las microempresas, específicamente a partir del caso de las unidades microempresariales afiliadas a Comultrasan y localizadas en el AMB.

A partir de lo anterior y teniendo en cuenta los aportes teóricos de los principales exponentes del Capital Social, asimismo algunos de los estudios de medición adelantados por institutos internacionales como el Julian Samora de la Universidad Estatal de Michigan y el Banco Mundial⁶³ se propone la medición del Capital Social de una comunidad de microempresarios del AMB, para ello se toman aspectos cualitativos que permitan una caracterización más acertada de la comunidad ya que existen factores que son de difícil cuantificación.

El análisis propuesto en este trabajo, busca caracterizar integralmente al Capital Social, pretendiendo adecuar los aspectos generales a las particularidades propias

⁶³FORNI Pablo, SILES Marcelo y BARREIRO Lucrecia. ¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza? Estudios de Caso en Buenos Aires, Argentina: Julian Samora Research Institute, Michigan State University : Research Report No. 35: December 2004. p11. Disponible en: <http://www.jsri.msu.edu/pdfs/rr/rr35.pdf>

del sector microempresarial. La identificación de características como la asociación alrededor de grupos comerciales, las relaciones de reciprocidad entre personas de la misma actividad económica, la confianza en las instituciones, y los medios que utilizan para obtener información importante, entre otras; permiten la construcción de dimensiones que recogen las características más importantes en seis grupos:

1. Grupos y redes
2. Confianza, solidaridad y reciprocidad
3. Acción colectiva y cooperación
4. Información
5. Cohesión E Inclusión Social:
6. Participación Cívica

Cada una de las dimensiones contiene variables que responden a los aspectos que se identificaron como relevantes en la medición del Capital Social; de las cuales nacen las preguntas aplicadas en el instrumento.

3.1. DIMENSIONES DEL CAPITAL SOCIAL

3.1.1 Grupos y Redes. Las redes sociales cobran especial importancia ya que son el escenario en donde los individuos se asocian, se apoyan y emprenden iniciativas comunes a través de intercambios recíprocos que permiten el acceso a recursos, oportunidades, experiencias. El interés en ellas radica en que “han sido aplicadas en diferentes épocas como panacea para explicar el cómo diversos grupos en condiciones económicas precarias o en altos grados de marginación y

pobreza han logrado sobrevivir –en algunos casos manteniendo su desigualdad–”
64 .

En situaciones de vulnerabilidad la distancia física, la vecindad, y las organizaciones sociales son las variables a seguir, ya que sí una persona se encuentra alejada de otra, el contacto va a ser esporádico, sin intercambio de favores ni de experiencias, y los costos de transacción van a ser altos imposibilitando la construcción de Capital Social.

Para que las redes sociales sean un escenario dinámico en el que se construye Capital Social, debe agrupar no solo individuos con iguales condiciones socio-económicas, sino posibilitar el contacto con otras redes, así mismo, los lazos débiles y lazos fuertes que se gestan dentro de ellas deben estar caracterizados por la reciprocidad, la solidaridad, y el empuje colectivo.

La importancia del análisis de las redes sociales en el documento radica en que constituye un elemento esencial para que los microempresarios cumplan con los plazos establecidos por las instituciones microfinancieras en relación con el pago de los microcréditos, ya que se ha demostrado que la presión social que ejercen directa o indirectamente las redes sociales densas, modifica el comportamiento individual de las personas.

3.1.2 Confianza, Solidaridad Y Reciprocidad. Las relaciones sociales se construyen en gran medida a través de sentimientos de solidaridad y confianza, al igual que de empatía, admiración, cuidado y respeto. Según Larissa Lomnitz la constitución de las redes es posible por el intercambio recíproco de bienes y

⁶⁴LOMNITZ, L. A. (1975). *Cómo sobreviven los marginados*: México: Siglo XXI Editores. Citado por: INSTITUTO HIDALGUENSE DE MUJERES. *Redes Sociales, Capital Social y Empoderamiento*: México Disponible en:
<http://mujeres.hidalgo.gob.mx/documentos/ensayo3.pdf>

servicios, intercambio que se da entre los individuos de una manera regular.⁶⁵ Este comportamiento favorece las redes sociales en tanto el establecimiento de obligaciones, normas y expectativas reciprocas incrementa su densidad generando altos niveles de cohesión, y por lo tanto incrementando el Capital Social.

Las relaciones de reciprocidad implican que los beneficios obtenidos por un individuo en el presente, se verán retribuidos en un futuro no muy lejano, contribuyendo a mejorar la eficiencia de las sociedades ya que la cooperación facilita la consecución de los propios objetivos. “La norma de reciprocidad generalizada reconcilia el interés personal con la solidaridad: cada acto individual en un sistema de reciprocidad es por lo general caracterizado por una combinación de lo que uno podría llamar el altruismo a corto plazo e interés propio a largo plazo”⁶⁶

De esta manera se observa que la reciprocidad y la confianza tienen interdependencia, al pensarse que la reciprocidad solo puede mantenerse si existe la confianza entre los individuos, y que entre mayor sea la reciprocidad, los niveles de confianza entre las personas aumentan. Por otro lado Putnam sugiere que la participación en redes sociales aumenta de manera generalizada la confianza ya que ésta se extiende a más individuos. “confío en ti porque confío en ella, y ella me asegura que confía en ti”⁶⁷

Estos atributos constituyen la esencia de las redes sociales y determinan la incidencia de éstas en el comportamiento de los agentes que hacen parte de ella,

⁶⁵ibíd. pág. 6

⁶⁶ PUTNAM, Robert (1993). “Making Democracy Work.” Princeton University Press, New Jersey. Citado por: FORNI Pablo, SILES Marcelo y BARREIRO Lucrecia. ¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza? Estudios de Caso en Buenos Aires, Argentina: JulianSamora Research Institute, Michigan State University : Research Report No. 35: December 2004. p11 Disponible en:

<http://www.jsri.msu.edu/pdfs/rr/rr35.pdf>

⁶⁷Ibíd. P12

pues brindan una luz de los beneficios futuros a los que conlleva una decisión del presente dilucidando ventajas para toda la asociación.

Para efectos del presente análisis, el Capital Social y su relación con las microfinanzas, conocer el nivel de confianza, solidaridad y reciprocidad del conjunto de microempresarios constituye un elemento supremamente importante ya que éste puede ser determinante en los mecanismos de repago de los microempresarios en localidades pobres, complementando su capital físico-financiero; en la medida que el Capital Social pueda convertirse en garante de su hábito de pago hacia las entidades microfinancieras.

3.1.3. Acción Colectiva y Cooperación. La acción colectiva se constituye como una estrategia para que el Capital Social se convierta en un bien público, en tanto, hace alusión al fortalecimiento de la sociedad en dos sentidos: ampliando las redes sociales ya existentes y permitiendo la integración con otras, pues se entiende como “la materia prima para la vitalidad cultural del país”⁶⁸.

Es a través de la asociación entre individuos que se genera mayor Capital Social, ya que logra reunir actores con distintas características y proyectos de vida, pero con un mismo objetivo: salir de la lista de los marginados para incluirse a la estructura de oportunidades que le brinde mejores beneficios. Es en el momento en que se trascienden las diferencias culturales cuando se puede afirmar que se está generando el mayor Capital Social posible.

3.1.4. Información/ Cohesión e Inclusión Social / Participación Cívica. Uno de los beneficios de pertenecer a redes sociales es el acceso a información de interés que posiblemente no sería tan fácil de encontrar por los mecanismos regulares. De esta manera, la forma cómo se informan los individuos y el medio por el cual

⁶⁸Informe sobre Desarrollo Humano en Chile 2000: Parte II Asociatividad y Capital Social: Formas de asociatividad p 11. Disponible en: <http://www.desarrollohumano.cl/archivos/parte3ok.pdf>

difunden información, constituye una medida de Capital Social en tanto las personas recurran a las redes sociales para obtenerla.

Por su lado la participación cívica juega un papel importante dentro del Capital Social al basarse en las relaciones sociales que nacen del quehacer cívico, como la conformación de redes políticas, la participación en partidos, etc. Putnam sugiere que el compromiso cívico produce efectos sobre las conductas de los individuos que participan en asociaciones civiles ya que inculca en sus miembros hábitos de cooperación y solidaridad, así como un sentido de responsabilidad compartida por los esfuerzos colectivos: “Las redes de compromiso cívico, como las asociaciones barriales, las cooperativas, los clubes deportivos, los partidos de masa, y otras similares (...), son la expresión de interacciones horizontales y representan un componente esencial del Capital Social. Tanto más densas las redes de una comunidad, tanto más probable que los ciudadanos colaboren en ella para bien de todos”⁶⁹

A continuación se presentan las preguntas realizadas en la encuesta para cada una de las variables que se plantearon, que a su vez se asocian con las seis dimensiones propuestas para la medición del Capital Social. Cada una de las veinte preguntas intenta identificar una característica específica de los microempresarios.

Tabla 10. Preguntas que apuntan a la medición de Capital Social

DIMENSION	VARIABLE	PREGUNTAS
GRUPOS Y REDES	Pertenencia a redes sociales	SG1. De los siguientes grupos, a cual o cuales pertenece usted SG9. A qué se debe que usted no pertenezca a ningún grupo: SG2. De todos los grupos a los cuales usted pertenece, diga el más importante.
	Participación dentro del	

⁶⁹Ibid. P13

DIMENSION	VARIABLE	PREGUNTAS
	grupo	SG4. Su participación en la toma de decisiones dentro de dicho grupo:
	Densidad de la red social	SG10. La mayoría de sus amigos viven: SG11. Sus relaciones comerciales con proveedores, clientes, u otros microempresarios, están ubicados:
	Relaciones horizontales	SG5. ¿Cuál considera usted que es el principal beneficio de pertenecer a este grupo? SG6. En comparación con usted, los miembros del grupo en el cual participa cuentan con: SG7.El grupo al cual usted pertenece :
	Relaciones verticales	
CONFIANZA, SOLIDARIDAD Y RECIPROCIDAD	Confianza en general	SC14.1 ¿Cuenta usted con alguna persona que le sirva de fiador para la gestión de un crédito, por una suma razonable de dinero? SC15. ¿Confía usted en las personas en el momento de prestarles dinero o concederles un plazo de pago? SC17. Indique el nivel de confianza, en general, que tiene en:
	Solidaridad	SC16. Sí un proyecto tuviera beneficios para la comunidad, y no lo beneficiara directamente a usted o a su empresa, ¿Cómo Contribuiría con el proyecto?
	Relaciones de reciprocidad	SC12. ¿Ha realizado usted acciones en beneficio de otros, en donde considere que si usted necesitara algún día algo importante, podría acudir a ellos?
	Expectativas/ obligaciones/ sanciones.	SG8. ¿En el grupo al cual usted pertenece, existen normas/controles que garanticen el cumplimiento de los compromisos adquiridos?

DIMENSION	VARIABLE	PREGUNTAS
ACCIÓN COLECTIVA Y COOPERACIÓN	Cooperación	SA18. ¿En el último año, ha participado en acciones conjuntas para conseguir nuevos objetivos? SA19. Con respecto a los objetivos compartidos, estos han sido logrados a través de dichas acciones.
INFORMACIÓN	Acceso a la información por medio del uso de redes o grupos	SI21 ¿Cuáles son las fuentes de información que usted utiliza para enterarse de asuntos de interés para su negocio?
PARTICIPACIÓN CÍVICA	Pertenencia a organizaciones voluntarias de la sociedad civil(quehacer cívico, partidos)	SG1.El grupo al que Ud. pertenece es: SG1.9. ¿Junta De Acción Comunal?

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a lo anteriormente señalado, un microempresario tiene un alto nivel de Capital Social (CS) sí: pertenece a una o más redes sociales, en las cuales tiene la posibilidad de participar activamente en la toma de decisiones y su pertenencia está condicionada a normas y sanciones globalmente conocidas. De igual manera construye relaciones horizontales y verticales, basadas en los principios de reciprocidad y confianza que lo llevan a trazarse objetivos comunes, a comprometerse con la sociedad y a beneficiarse de las redes de información que se tejen dentro de la misma.

3.2. METODOLOGÍA EMPLEADA PARA LA MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL

3.2.1. Distribución de la muestra. La metodología empleada para la medición de Capital Social se basó en la aplicación de una encuesta semiestructurada (Ver

anexo 1) que consistió en la realización de 384 encuestas a una muestra de microempresas del AMB, conformada por socios y clientes de la Financiera Comultrasan y otros microempresarios.⁷⁰ La encuesta indaga las principales características de las unidades microempresariales y obtiene información pertinente para la medición del capital social entre otros.

La muestra se aplicó en los cuatro municipios del AMB, teniendo en cuenta el peso que tienen los asociados en la Financiera Comultrasan: Bucaramanga, Florida, Girón, y Piedecuesta.

La distribución de la muestra no se produjo de forma aleatoria como se planteó inicialmente, ya que se presentaron las siguientes situaciones que dificultaron el trabajo de campo:

- La lista de microempresarios que proveyó la Dirección de Riesgo de Comultrasan tenía un orden específico
- Debido a los inconvenientes a la hora de ubicar a los microempresarios seleccionados por Comultrasan, se recurrió a los asesores comerciales de cada barrio, quienes seleccionaban a los clientes de acuerdo a parámetros propios relacionados con el buen hábito de pago, cercanía con las oficinas principales, y las buenas relaciones entre sí.
- Para completar el número óptimo de encuestas, el equipo encargado de proveer nuevas direcciones, incurrió en un proceso de autoselección al utilizar únicamente la base de datos de la línea “microcrédito”.

3.2.2. Prueba piloto. Para hacer más eficiente la aplicación del instrumento se hizo una prueba piloto con el objetivo de validar la pertinencia de las preguntas

⁷⁰Suponiendo que un individuo que hace parte de la Financiera posee características distintas que posiblemente influyen en la medición de su Capital Social.

hechas para medir cada uno de los capitales que involucraba el estudio, entre ellos el Capital Social.

Esta prueba se aplicó a 10 microempresarios del municipio de Floridablanca que fueron escogidos aleatoriamente por la Gerencia de Riesgo de la Financiera Comultrasan tomando en cuenta una selección preliminar de barrios.

A través de esta prueba piloto, se estableció el tiempo necesario para realizar la encuesta, y se corrigieron errores en la formulación de algunas preguntas. En el anexo 2 se encuentra el informe hecho por GIDROT de los resultados de este piloto.

3.2.3. Tamaño muestral. Para establecer el número de microempresarios a encuestar, se tomó como referencia el Censo Industrial ampliado realizado en el 2005 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en el cual se encontraron 42.685 microestablecimientos en el AMB.

La muestra se calculó para proporciones de una población finita donde se tomó varianza máxima y no se estableció una variable como la más importante, dando como resultado una muestra óptima de 384.

A continuación se presenta los datos de cálculo utilizados para la estimación del tamaño muestral.

Tabla 11. Estimación del tamaño de la muestra

Z	1.96
p	50%
q	50%
i	0.05
N	42.685

Fuente: GIDROT (2012)

Para poblaciones infinitas

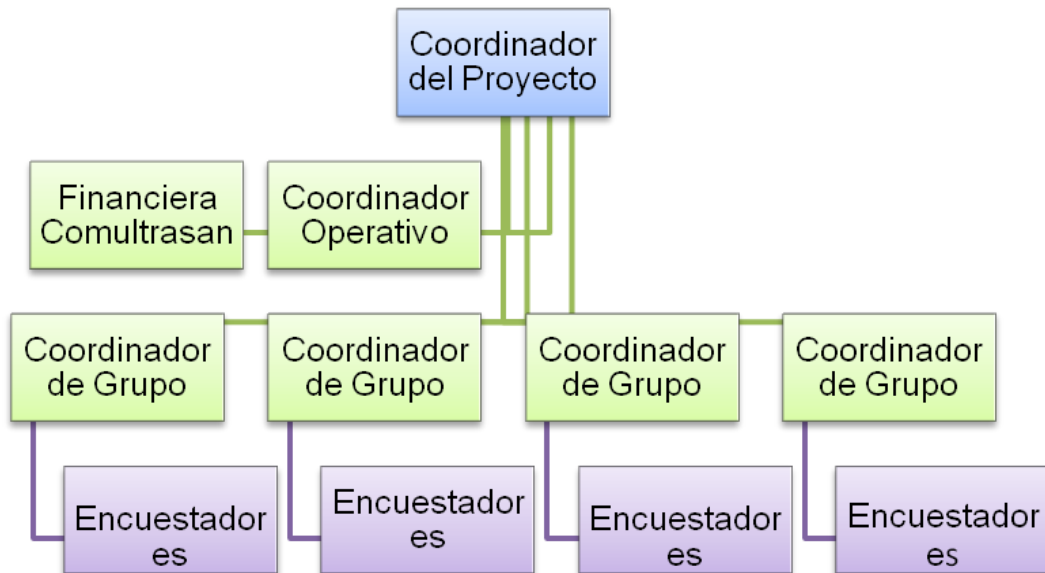
$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{p \cdot q}{t^2}$$

n=384

Donde **n** es el tamaño muestral, **Z** es el valor correspondiente a la distribución de Gauss 1.96 para $\alpha=0.05$ y 2.58 para $\alpha=0.01$, **p** es la prevalencia esperada del parámetro a evaluar. **q** es 1-p (si $p=30\%$, $q=70\%$). **t** es el error que se prevé cometer y finalmente **N** es el tamaño de la población.

3.2.4. Trabajo de campo

Figura 2. Organigrama del equipo para el trabajo de campo



Fuente: Elaboración propia con información de GIDROT (2012)

Para llevar a cabo la aplicación del instrumento, se hizo necesario conformar un grupo de trabajo compuesto por trece estudiantes de últimos semestres de la Universidad Industrial de Santander en su mayoría de la carrera de trabajo social, cuatro profesionales que lideraron el trabajo operativo y un equipo conformado por asesores comerciales, y el call center de la Financiera Comultrasan.

Se realizaron jornadas de capacitación dirigidas a los encuestadores con el objetivo de exponer de forma general el propósito del proyecto, las características de los individuos objeto de estudio –microempresarios-, el plan operativo, el diseño de la encuesta y la interpretación de las preguntas y posibles respuestas. Se les recomendó mantener una postura neutral frente a las respuestas de los microempresarios, con el fin de evitar el sesgo en los resultados finales.

Para realizar las 384 encuestas se empleó una base de datos de 1.199 microempresarios distribuidos en 56 barrios del AMB. Inicialmente, se utilizaron 450 registros de las líneas de crédito específicas: “micro empresarial independiente” y “microcrédito”.

El call center de la Financiera se encargó de asignar el día en que se realizaría la encuesta validando a su vez los datos de contacto de los microempresarios. El primero de Octubre del 2012 se inició el trabajo de campo, visitando aquellos microempresarios que tenían cita previa. Para facilitar el trabajo se contó con la ayuda de los asesores comerciales quienes presentaban a los encuestadores, y proveían nuevas direcciones cuando no se podía ubicar al registro inicial.

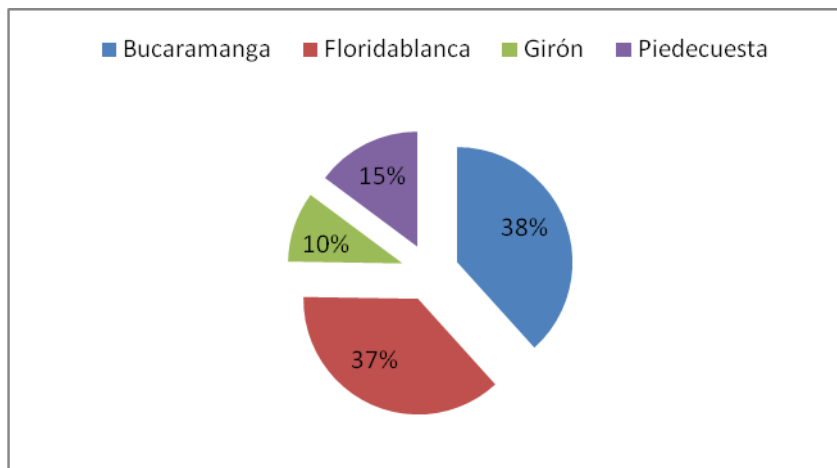
A pesar de lo anterior, el número de encuestas realizadas fue bajo, suscitando la necesidad de 421 registros adicionales con los que se obtuvieron tan solo 90 encuestas. Las razones de esto se relacionaron con la desactualización de la base de datos ya que las direcciones registradas no coincidían con los lugares de trabajo de los microempresarios, haciendo imposible su ubicación.

Para los días 9 y 10 de octubre se solicitaron 328 direcciones más que pertenecían a la línea “microcrédito”, ya que era la base de datos más consistente debido a la naturaleza del seguimiento que se les realiza a estos clientes. El trabajo de campo se desarrolló entre el 1 y el 19 de octubre de 2012, a cada encuestador se le dotó con chaleco, escarapela, lista de direcciones a visitar, el

formulario de la encuesta, y agenda telefónica con los números de los coordinadores y los asesores.

Durante el trabajo de campo se lograron realizar las 384 encuestas estimadas en el diseño muestral, distribuidas proporcionalmente de la siguiente manera: 85% socios y clientes de Comultrasan y 15% no socios, especialmente por municipios así: (En el anexo 3 se encuentra la distribución espacial final por barrios).

Figura 3. Encuestas realizadas por Municipio



Fuente: GIDROT (2012)

3.3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

En esta sección se presenta el análisis de los resultados obtenidos para la variable Capital Social, analizándolos por dimensión de manera agregada, ya que contrario a lo que se pensó las poblaciones se comportan de manera similar, posibilitando el análisis conjunto. (Para verificar lo anterior, ver anexo 4).

3.3.1. Grupos y redes. De la muestra tomada de 384 microempresarios, se encontró que el 62% pertenecen a por lo menos 1 grupo o red, y el 25%

pertenecen a más de un grupo, lo cual evidencia la alta propensión de éstos a asociarse y construir redes como estrategia para alcanzar mejores beneficios y oportunidades

La red con mayor frecuencia fue “cooperativas de ahorro y crédito” – como Comultrasan- concentrando al 36% de la muestra. Asimismo ésta resultó ser la red más importante para los encuestados, siendo coherente con la cantidad de microempresarios que seleccionaron a las cooperativas como única opción cuando se les pregunto por los grupos a los que pertenecían (79). La segunda red tanto en frecuencia como en importancia fue “grupos religiosos” con 17% y 18% correspondientemente.

Lo anterior puede ser explicado por el hecho de que la mayor parte de la muestra corresponde a microempresarios socios de la Financiera Comultrasan. Adicionalmente este resultado puede revelar, el papel que tienen las Financieras como entidades que contribuyen a impulsar el desarrollo empresarial y el mejoramiento de la calidad de vida.

Tabla 12. Grupos y redes a los que pertenecen los microempresarios del AMB⁷¹

GRUPO O RED	CANTIDAD	% DEL TOTAL	¿CUÁL ES LA RED O GRUPO MAS IMPORTANTE?
Gremio	24	6.25%	2
Sindicato.	2	0.05%	1
Asociación comercial o de microempresarios.	13	3.3%	4
Grupo de ahorro o bancos comunales.	17	4.4%	1
Cooperativa de ahorro y crédito	139	36%	92
ONG o fundación.	12	3 %	1
Asociación de profesionales	5	1%	1
Grupo o movimiento político.	3	0.7%	0

⁷¹Los encuestados podían elegir más de un grupo o red.

GRUPO O RED	CANTIDAD	% DEL TOTAL	¿CUÁL ES LA RED O GRUPO MAS IMPORTANTE?
Junta de acción comunal.	10	2%	5
Asociación de padres de familia.	7	1.8%	5
Grupo de jóvenes.	11	2.8%	0
Grupo religioso.	69	17%	65
Programa de asistencia del estado	11	2.8%	4
Otros : grupos deportivos, socioculturales, de la tercera edad, desplazados	10	2%	9

Fuente: Elaboración propia

El hecho de que la población objetivo en su mayoría son individuos con bajos niveles de ingresos y que necesitan de herramientas financieras –microcréditos– para llevar a cabo sus proyectos, justifica la mayor frecuencia del beneficio “adquirir préstamos”. Por otro lado “adquirir nuevas capacidades” es un factor que atrae a las personas a agruparse, dicha adquisición de habilidades les permite a los individuos aprovechar la estructura de oportunidades presente.

Tabla 13. Beneficios percibidos por los microempresarios al pertenecer a un grupo o red

BENEFICIO	No. DE RESPUESTAS
Conseguir trabajo	7
Realizar negocios	15
Adquirir préstamos	90
Adquirir avales	2
Tener buenas recomendaciones personales y financieras/información	27
Adquirir descuentos	1
Recibir auxilios, subsidios, donaciones	6
Adquirir nuevas capacidades y habilidades / recreación	31
Crecimiento espiritual y personas	22
Servicio a la comunidad	5
Generar relaciones personales	2
Otros	19

Fuente: Elaboración propia

De igual manera, se les preguntó a las 146 personas que declararon no pertenecer a ninguno de los grupos mencionados anteriormente, las razones de dicha respuesta, identificando como factor más importante la falta de tiempo (93.15%) ya que manifiestan que el costo de hacer parte de una de éstas redes, no compensa los beneficios que les brinda el grupo. Como segunda medida, 75 respuestas (51.36%) se relacionan con la desinformación en cuanto a la existencia de los grupos y organizaciones, lo que podría sugerir la poca difusión e impacto que tienen la mayoría de redes en el área metropolitana de Bucaramanga.

Tabla 14. Razones por las cuales los microempresarios no pertenecen a ningún grupo o red

RAZONES	No. DE RESPUESTAS
Cree que gastaría dinero	42
Piensa que no le trae beneficio alguno	54
Desconoce grupos u organizaciones	75
Cree que no tendría tiempo	136
otros	22

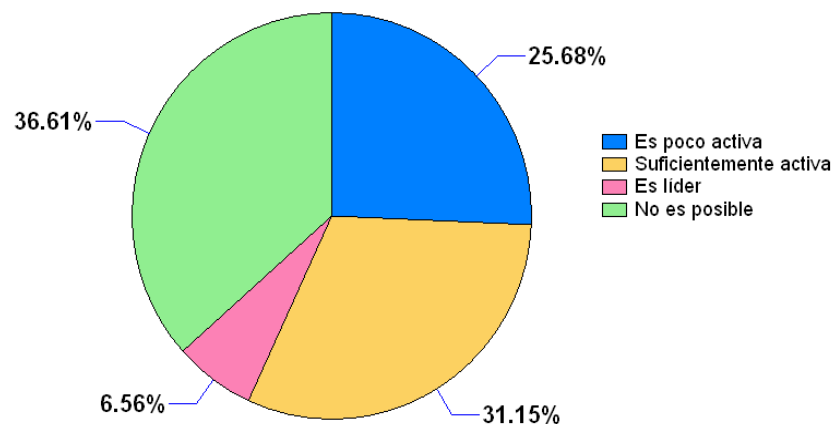
Fuente: Elaboración propia

Siguiendo este orden de ideas, el 36.6% de las personas que contestaron esta pregunta declararon que no tienen participación en la toma de decisiones del grupo al que pertenecen. Esta respuesta concuerda con lo esperado, ya que, como se mencionó anteriormente, los individuos pertenecen principalmente a las cooperativas de ahorro y crédito en donde no son reconocidos por sus pares, ni gozan de un rol específico para influir en el progreso de la organización.

Se encontró que sólo el 6.5% (12 personas) cuentan con capacidad de liderazgo, denotando la falta de iniciativa en los microempresarios para potenciar sus capacidades y ampliar sus oportunidades. Desde esta perspectiva, se puede

inferir que las cooperativas de ahorro y crédito no contribuyen a crear Capital Social, en tanto, no permiten el empoderamiento de los agentes.

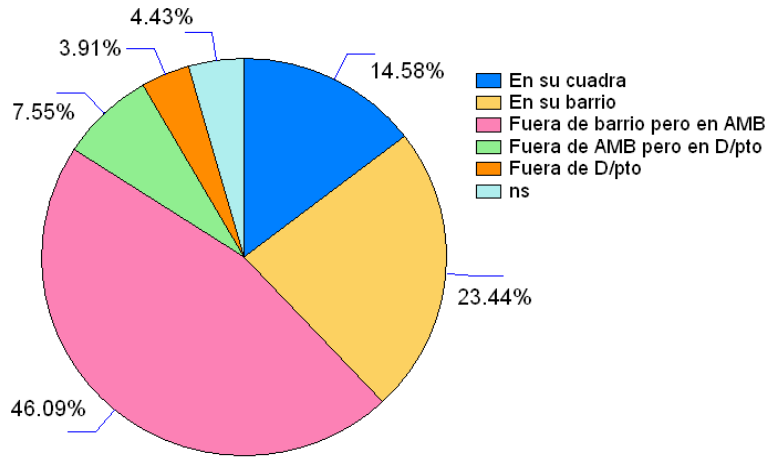
Figura 4. Participación del microempresario en la toma de decisiones dentro de los grupos



Fuente: Elaboración propia

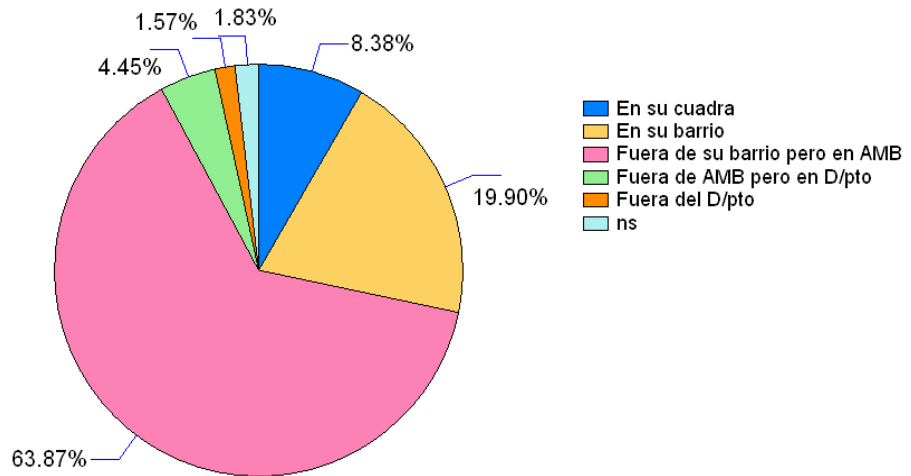
En cuanto a la densidad de las redes, se observa que la mayoría de las relaciones personales de los encuestados se dan dentro de la misma ciudad (83%), dentro de las cuales 37% viven dentro de su mismo barrio. Asimismo la densidad de las relaciones comerciales con proveedores, clientes entre otros se configura de una manera similar: el 90% de los microempresarios mantienen relaciones comerciales con personas de toda la ciudad, donde el 28% se generan en su mismo barrio. Estos resultados muestran que teniendo en cuenta la cercanía de éstas, es posible la configuración del Capital Social.

Figura 5. Ubicación de las relaciones personales del microempresario



Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Ubicación de las relaciones comerciales del microempresario



Fuente: Elaboración propia

Las clases de relaciones (horizontales o verticales) que se configuran dentro de los grupos se identificaron a través de tres aspectos: nivel educativo, estrato socioeconómico y reconocimiento social.

En el primer aspecto se encontró que el 40% de los encuestados afirman que en comparación con ellos los miembros del grupo al cual pertenecen poseen el mismo nivel educativo, mientras que sólo el 4.5% afirman que en los grupos de los que hacen parte los miembros son de un menor nivel educativo respecto a ellos.

En cuanto a las diferencias en el estrato socioeconómico de los miembros del grupo 4.5% afirman que son de un mayor estrato socioeconómico, 50% sostienen que son del mismo estrato socioeconómico y 23%afirman que son de uno menor.

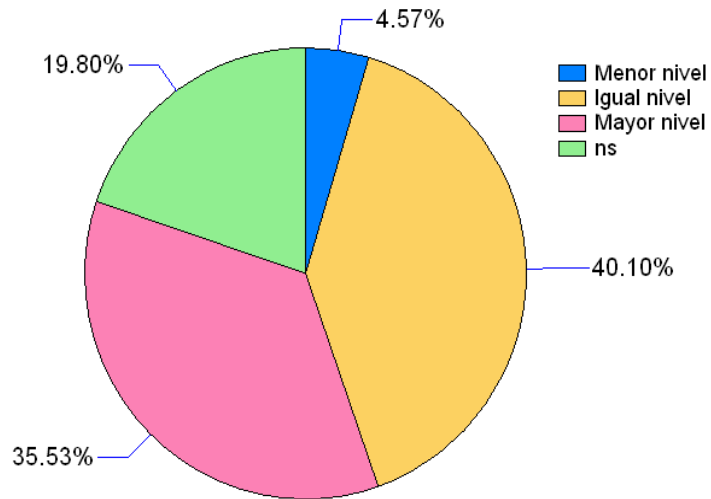
En las diferencias en el reconocimiento social que gozan los miembros del grupo al cual pertenecen se observa que la mayor parte de los encuestados 57% dice gozar del mismo reconocimiento que sus compañeros.

Por lo anteriormente mencionando se puede decir que las relaciones que se entretienen en de los grupos encontrados son de carácter horizontal ya que se trata de miembros con características similares. Las relaciones horizontales promueven que los individuos interactúen y se asocien con mayor facilidad para luchar por iniciativas comunes.

Sin embargo aunque esta clase de relaciones permitan la generación de Capital Social, la ausencia de relaciones verticales impide la aparición de relaciones heterogéneas que permitan a los individuos observar modelos de rol⁷² y la interacción con personas con características sociales distintas que puedan influir en su actuar.

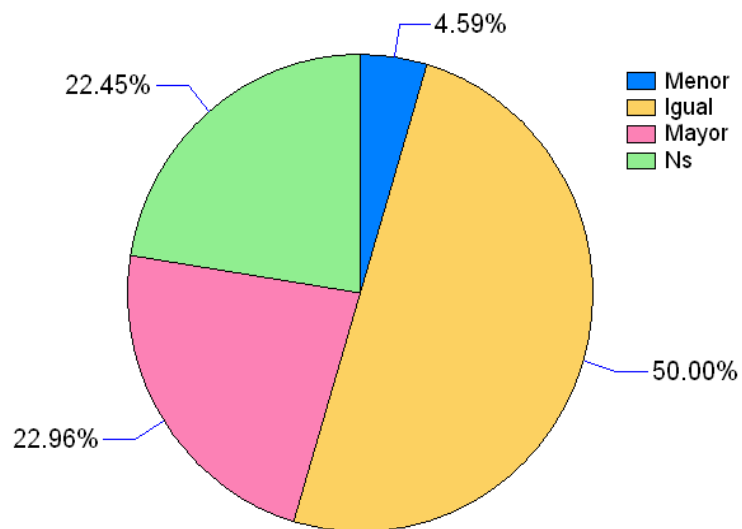
⁷²Individuos ejemplo que hayan alcanzado la senda de bienestar aprovechando la E.O existente

Figura 7. Nivel educativo de los miembros de los grupos respecto al microempresario



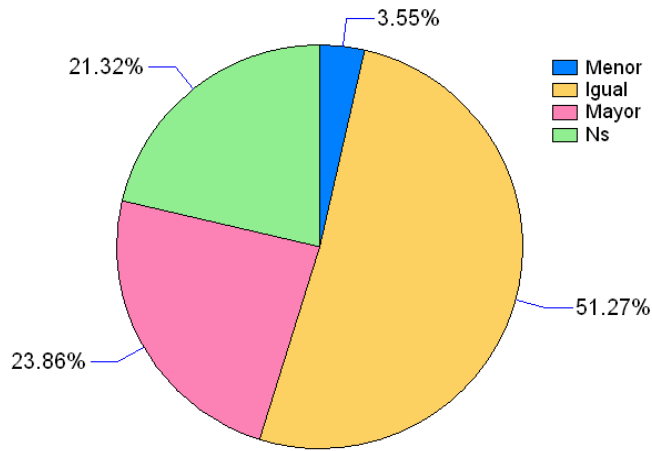
Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Estrato socioeconómico de los miembros de los grupos respecto al microempresario



Fuente: Elaboración propia

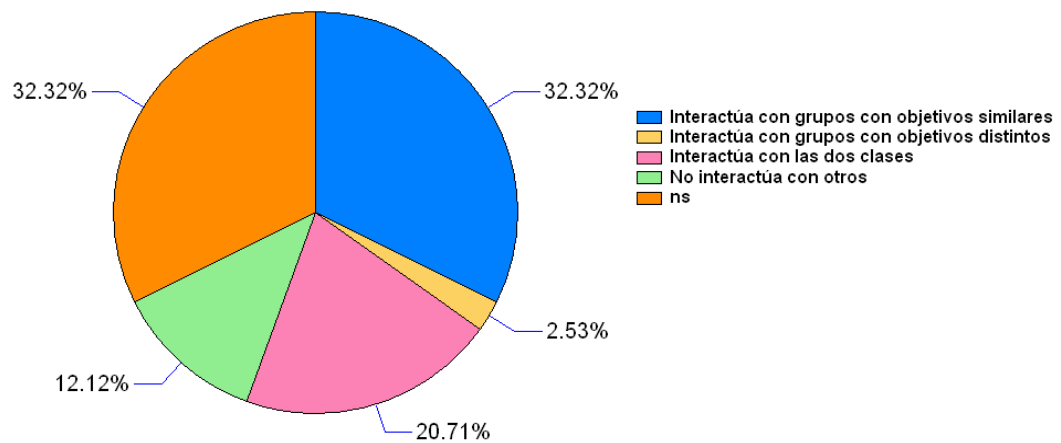
Figura 9. Nivel de reconocimiento social de los miembros de los grupos respecto al microempresario



Fuente: Elaboración propia

Las relaciones verticales se evaluaron al indagar por el alcance de los grupos: El 32% manifestaron que su grupo interactúa con otros que tienen los mismos o similares objetivos. El 2.5% respondieron que su grupo interactúa con otros que tienen objetivos distintos. El 20% afirma que su grupo interactúa con las dos clases, y el 12% sostiene que su grupo no interactúa con otros.

Figura 10. Interacción entre grupos

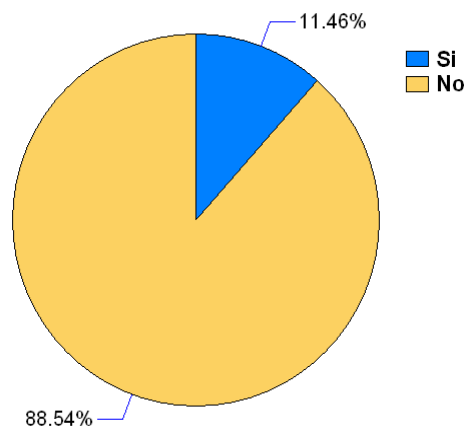


Fuente: Elaboración propia

3.3.2. Confianza, solidaridad y reciprocidad. En lo que se refiere a confianza se encontró que cerca del 89% de los encuestados, es decir 340 personas afirmaron que cuentan con alguna persona que les sirva de fiador por una suma razonable de dinero. El grado de confianza depositada en una persona a la hora de servirle de fiador de un crédito es sumamente alto, ya que implica posibles embargos y sanciones para el fiador si el prestatario incumple sus obligaciones. Dicha confianza permite forjar relaciones más fuertes y de reciprocidad entre los individuos. Para el caso de disminuir el riesgo de no pago de los créditos, la confianza juega un papel muy importante, ya que si las relaciones se hacen más fuertes entre los individuos los incentivos a defraudar esa confianza disminuyen notablemente, y por lo tanto las personas responderán responsablemente en mira de no perjudicar sus relaciones.

Por su parte los encuestados tuvieron una respuesta positiva al responder por la confianza que les tienen a otras personas en el momento de prestarles dinero o concederles largos plazos de pago. El 53% de los microempresarios confían en las personas, lo que permite la generación del Capital Social.

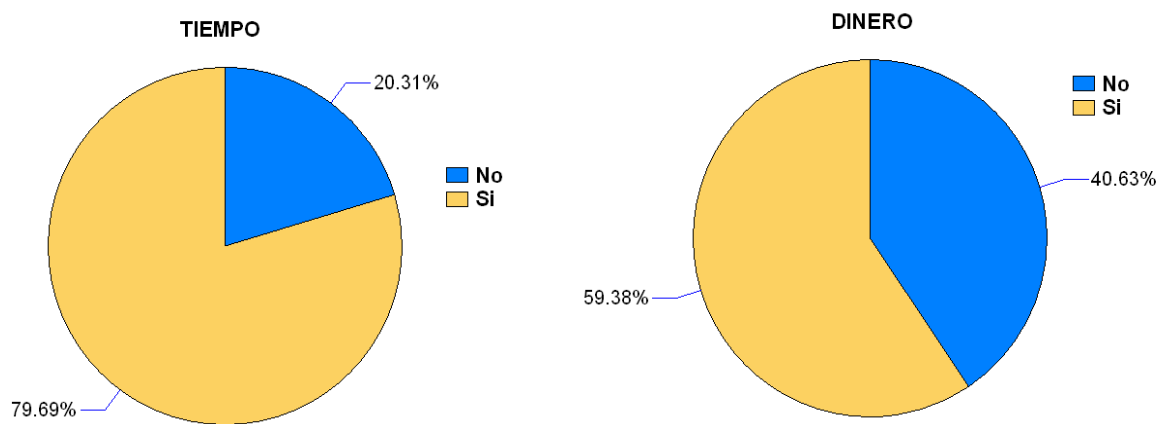
Figura 11. ¿Cuenta el microempresario con una persona que le sirva de fiador?



Fuente: Elaboración propia

El análisis de los datos nos da la pauta del grado de solidaridad que tienen los microempresarios de la muestra. Se observa que aproximadamente el 80% de la personas estarían dispuestas a colaborar con tiempo en proyectos de la comunidad así no obtuvieran beneficios personales. Por otro lado la colaboración con dinero aunque es importante es más baja en relación con el “tiempo” (60% de los encuestados). Estos resultados indican que en conjunto se puede hablar de un alto grado de solidaridad de los microempresarios. Recordemos que la solidaridad es un aspecto fundamental en la construcción de Capital Social, ya que incentiva las iniciativas colectivas y crea lazos fuertes entre los individuos.

Figura 12. ¿De qué manera colabora el microempresario a la comunidad?



Fuente: Elaboración propia

Las relaciones de reciprocidad que mantienen los microempresarios sitúan a la familia como principal agente en el cual obtener respaldo en una determinada situación (76%). Las relaciones de reciprocidad son importantes en la generación de Capital Social al contribuir directamente a mejorar la eficiencia de la sociedad. Estas relaciones que son bastante fuertes, como es el caso de la familia, permiten a las personas contar con alternativas de solución en los momentos de crisis. En el caso de los microcréditos las relaciones de reciprocidad que mantiene con la familia, pueden generarle al prestatario un recurso extra sí llegado al caso tiene un problema con el cumplimiento de sus obligaciones.

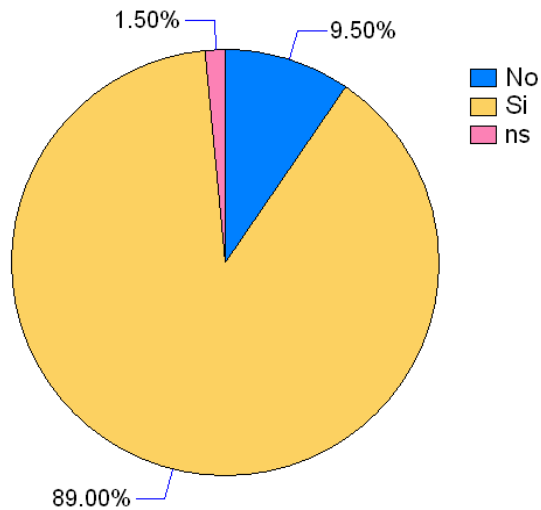
Tabla 15. Individuos con los cuales los microempresarios mantienen relaciones de reciprocidad

INDIVIDUOS	FRECUENCIA	%
Familia	291	0.7618
Amigos	35	0.0916
Vecinos	6	0.0157
Bancos	19	0.0497
Coop. de ahorro y crédito	20	0.0524
Microempresarios	1	0.0026
Proveedores	1	0.0026
Clientes	3	0.0079
Ninguno	5	0.0131
Ns/Nr	1	0.0026

Fuente: Elaboración propia

Es importante en la formación de Capital Social, que una gran proporción de individuos (178) hayan manifestado que en existen normas que regulan el comportamiento dentro del grupo, permitiendo tener control de los compromisos adquiridos, imprimiendo confianza en las relaciones y articulando el interés colectivo en proyectos productivos.

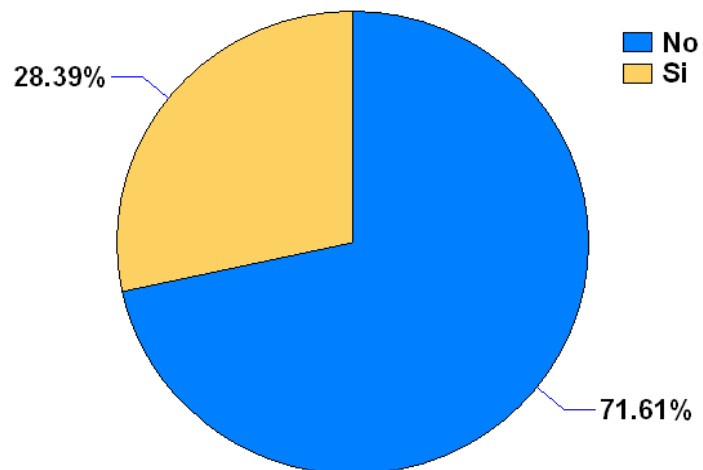
Figura 13. ¿Existen normas y controles dentro de los grupos?



Fuente: Elaboración propia

3.3.3. Acción colectiva y cooperación

Figura 14. ¿Se asocian los microempresarios para conseguir objetivos comunes?

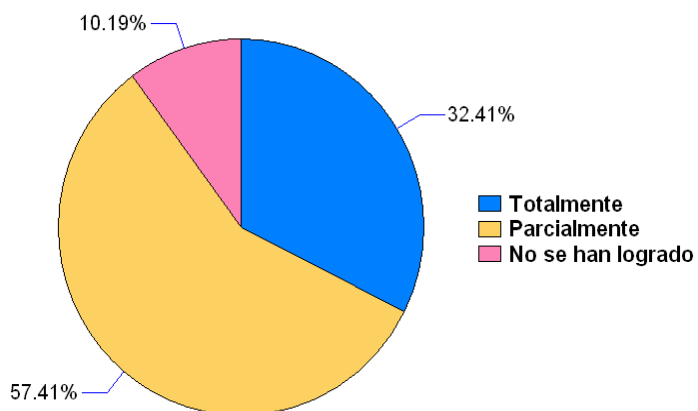


Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, la capacidad de asociación de los microempresarios no es representativa ya que solo el 28.39% tiene disposición para agruparse alrededor de proyectos y objetivos comunes. Lo que supone que no es está siendo posible superar las diferencias culturales existentes en una red, y por lo tanto impidiendo la creación de sinergia en pro de la consecución de ciertos fines.

Es de esta manera, como aunque los microempresarios se estén asociando y buscando espacios que contribuyan a la generación de Capital Social, resulta inquietante que las acciones emprendidas colectivamente no se hayan conseguido totalmente, restándole importancia al hecho que pertenezcan a una red

Figura 15. ¿Es eficaz la asociación de los microempresarios?



Fuente: Elaboración propia

3.3.4. Información

Tabla 16. Principales fuentes de información de los microempresarios

FUENTE DE INFORMACIÓN	FRECUENCIA	%
Periódico local	70	18.32%
Otros	7	1.83%
Ninguno	12	3.14%
Periódico nacional	17	4.45%
Radio.	52	13.61%
Televisión.	50	13.09%
Parientes amigos y vecinos	44	11.52%
Proveedores	88	23.04%
Microempresarios	11	2.88%
Asociaciones o gremios	6	1.57%
Redes sociales virtuales	23	6.02%
Teléfono	1	0.026%
Ns	1	0.026%

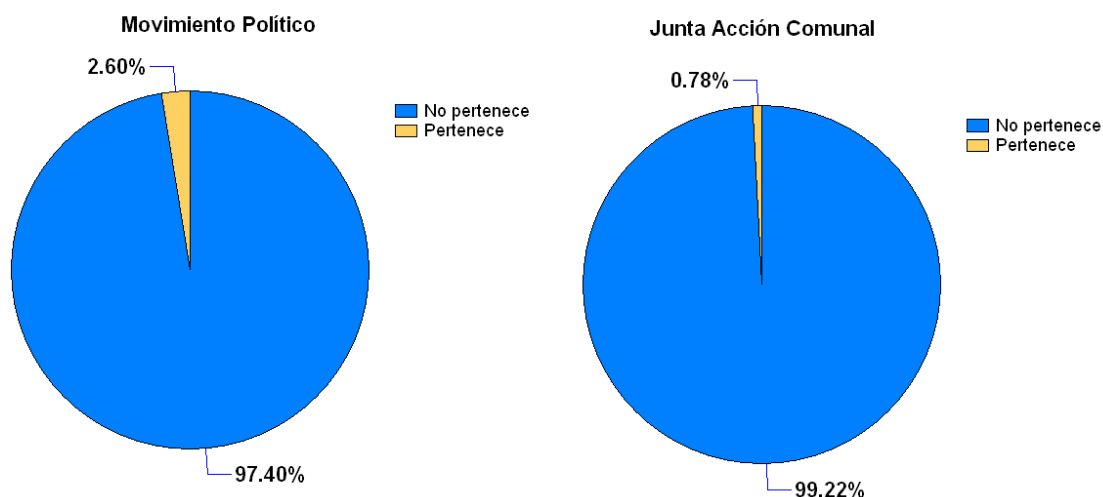
Fuente: Elaboración propia

El acceso a la información por medio del uso de las redes sociales a las cuales los individuos pertenecen, puede generar Capital Social en tanto este acceso privilegiado constituye un beneficio para sus miembros y una disminución de los costos de transacción. La encuesta arrojó que 23% de los microempresarios

recurre a su red de proveedores para enterarse de información específica. Las otras alternativas no constituyen en sí mismo un beneficio de las redes sociales: periódico local (18%), televisión (13%).

3.3.5. Participación Cívica. La participación cívica es medida por la asociación de las personas en grupos políticos o de intereses populares. Se encontró que es insignificante la cantidad de personas que están vinculada activamente a grupos o movimientos políticos, solo 3 personas pertenecen a partidos políticos y 10 a Juntas de Acción Comunal.

Figura 16. Grupos de participación cívica a los que pertenecen los microempresarios



Fuente: Elaboración propia

3.4. CONSTRUCCIÓN DEL ÍNDICE DE CAPITAL SOCIAL

Paso seguido a la descripción de los resultados de la encuesta se plantea la construcción de un índice que permita estimar el Capital Social existente en la

muestra de microempresarios analizada. El objetivo principal de su construcción es poder identificar los microempresarios que cuenten con el mayor número de características que influyan positivamente en su nivel de Capital Social, a través de la suma de los puntajes obtenidos en las respuestas a determinadas preguntas.

Las preguntas se seleccionaron bajo dos criterios: el primero aquellas que pudieran constatar la existencia de determinada característica, como por ejemplo: ¿Pertenece usted a un grupo o asociación? la respuesta positiva a la pregunta confirma la existencia de un aspecto fundamental del Capital Social: “la pertenencia a grupos o redes”. Y como segundo criterio, aquellas con las que pudiera establecer una puntuación, es así como en la pregunta que indaga por el grado de participación en la toma de decisiones, se observa que si un microempresario responde que su participación es “poco activa” obtendrá menos puntaje en comparación con aquel que diga que “es tan activa que lidera la toma de decisiones”. Para establecer la puntuación, se recodificaron algunas respuestas, ordenándolas de menor a mayor importancia de acuerdo a la contribución de éstas al Capital Social.

Siguiendo estas consideraciones las preguntas que se tomaron en cuenta responden a nueve características fundamentales del Capital Social: pertenencia a grupos o redes, relaciones verticales de los grupos, existencia de normas y sanciones, confianza, capacidad asociativa, efectividad de la colectividad y participación política.

Tabla 17. Preguntas seleccionadas para la construcción del índice de Capital Social

PREGUNTAS SELECCIONADAS	PUNTUACIÓN
SG1.13 ¿Pertenece usted a algún grupo o red?	0 = No 1 = Si
SG1.9 ¿Hace parte usted de la junta de acción comunal de su barrio o localidad?	0 = No 1 = Si
SG4. Su participación en la toma de	0 = No es posible la participación en la

PREGUNTAS SELECCIONADAS	PUNTUACIÓN
decisiones dentro de dicho grupo:	toma de decisiones en este grupo. 1 =Es poco activa 2 =Es suficientemente activa 3 =Es tan activa que lidera la toma de decisiones
SG7. El grupo al cual usted pertenece :	0=No interactúa con otros grupos 1=Interactúa con grupos con objetivos similares 1=Interactúa con grupos con objetivos distintos 2= Interactúa con las dos clases de grupos
SG8 ¿En el grupo al cual usted pertenece, existen normas/controles que garanticen el cumplimiento de los compromisos adquiridos?	0=No 1=Si
SC14.1 ¿Cuenta usted con alguna persona que le sirva de fiador para la gestión de un crédito, por una suma razonable de dinero?	0=No 1=Si
SC15. ¿Confía usted en las personas en el momento de prestarles dinero o concederles un plazo de pago?	0=No 1=Si
SA18¿En el último año, ha participado en acciones conjuntas para conseguir nuevos objetivos	0=No 1=Sí
SA19. Con respecto a los objetivos compartidos, estos han sido logrados a través de dichas acciones.	0= No se han logrado 1=Parcialmente 2=Totalmente
TOTAL DE PUNTOS ESPERADOS	7.66 ⁷³

Fuente: Elaboración propia

La construcción del índice de CS se describe en la siguiente ecuación:

$$F1 = SG1.13 + SG4 + SG7 + SG8 + SC14.1 + SC15 + SA18 + SA19 + SG1.955$$

En el índice hallado algebraicamente se pondera de igual manera cada pregunta en donde las contribuciones de las variables tienen un mismo peso. De esta manera se encuentra que el mínimo puntaje posible es 0 y el máximo es 7.66. Para facilitar la comprensión de los resultados se creó una escala en la cual se toma

⁷³ Para sacar este total, se pondera cada pregunta, por Ej SA.19: 1/3=0,33. 2/3= 0,66 y se suman los resultados de cada una.

100 como el puntaje más alto y 0 como el más bajo, es decir que el individuo que tenga un mayor valor en el índice será el que tenga mejor Capital Social.

Tabla 18. Nivel de Capital Social de los microempresarios

Puntuación	nivel	Cantidad de individuos por nivel	Porcentaje del total
0-30	muy bajo	14	3.64%
30-60	bajo	193	50.26%
60-80	alto	168	43.75%
80-100	muy alto	9	2.34%

Fuente: Elaboración propia

El nivel muy bajo se caracteriza por aquellos individuos que respondieron dos o menos respuestas acertadas, en el cual se ubica el 3.64% de los microempresarios de la muestra. El nivel bajo donde se encuentra el 50.26% de los encuestados se caracteriza por obtener entre 2 y 4 puntos de un máximo cercano a 8 puntos. Por su parte el 43.75% de los microempresarios se ubicaron en el nivel alto donde se llega a un puntaje máximo de 6 y por último tan solo el 2.34% de los individuos obtuvieron más de seis hasta un máximo de 7.5.

4. INCIDENCIA DEL INDICE DE CAPITAL SOCIAL EN EL RIESGO PERCIBIDO POR LA FINANCIERA COMULTRASAN

Para evaluar la posible influencia que tiene el Capital Social en la valoración del riesgo se planteó como metodología realizar un modelo de regresión lineal entre el nivel de riesgo (1 el mejor y 5 el peor) y las variables que ayudan a explicar y medir el Capital Social. La información proporcionada por la dirección de riesgo de la Financiera Comultrasan, tuvo una particularidad: el 97.1% de los individuos de la muestra estaban clasificados como “nivel 1” lo que hizo imposible el cálculo del modelo ya que el nivel de riesgo se convirtió en una constante.

4.1. INCIDENCIA EL ÍNDICE DE CS EN EL RIESGO MORAL

A pesar de la situación encontrada, se planteó la posibilidad de evaluar la posible influencia del CS en los niveles de riesgo de los microempresarios al contrastar los índices de CS hallados para el 2.9% de microempresarios que tenían un nivel de riesgo diferente a 1.

Se comparó entonces el promedio de los índices de Capital Social de los 11 individuos con hábitos de pago diferentes a “1” y de una muestra de individuos con hábito de pago “1” que fue hallada de la siguiente manera:

1. Se recurre a la estimación de la muestra aleatoria simple para media. Donde V es igual a la varianza requerida y S^2 la varianza poblacional

$$n = \frac{NS^2}{NV + S^2}$$

$$n = \frac{373 * 324.3}{(373 * 25) + 324.3}$$

$$n = 12.53$$

2. Se halla la V (óptima). siendo f el factor de corrección

$$V = \frac{S^2}{n} (1 - f)$$

$$f = \frac{n}{N}$$

$$V = \frac{324.31}{12.53} (1 - 0.03)$$

$$V = 25.10$$

3. Se reemplaza en n

$$n = \frac{373 * 324.3}{(373 * 25.10) + 324.3}$$

$$n = 13 \text{ aprox}$$

4. Se comparan las medias de los índices mencionados anteriormente utilizando pruebas de hipótesis calculado por medio de un programa estadístico.

Dónde

$$H_0 = \text{diff} = 0$$

$$H_a = \text{diff} \neq 0$$

pago; es decir, que el ICS que se halló para esta muestra no incide en el riesgo percibido por la financiera para cada persona.

Una de las posibles explicaciones de la obtención de este resultado, podría ser el nivel de mora de los clientes de las líneas de microcrédito de la Financiera Comultrasan, ya que constituye cerca del 5% del total de los prestatarios (12000). Adicionalmente se mantiene la hipótesis que los problemas de muestreo y recolección de la información influyeron en este resultado.

4.2. INDICENCIA DEL ÍNDICE DE CAPITAL SOCIAL EN EL INGRESO REPORTADO POR LOS MICROEMPRESARIOS

Partiendo del planteamiento de Bourdieu mencionado anteriormente, el cual indica que la posesión de Capital Social puede traducirse en beneficios económicos⁷⁴ se propone evaluar la incidencia que tiene el ICS en el ingreso reportado por los microempresarios por medio de una regresión lineal.

De resultar significativa esta relación, la Economía Social se consolidaría como una vía alternativa para mejorar la calidad de vida de los microempresarios desde una perspectiva diferente a la tradicional, posicionando las relaciones sociales como posibles generadoras de ingreso. En efecto, podrían proponerse programas que contribuyan a la generación de CS enmarcadas en las políticas de responsabilidad social empresarial de las financieras, así como sugerir iniciativas de política pública que fortalezcan el tejido social en las comunidades.

Para llevar a cabo dicha regresión se utilizaron los registros de los 175 microempresarios que reportaron su ingreso, el cual en promedio fue de \$518811,

⁷⁴ BOURDIEU, Pierre. 1986. citado por FORNI, SILES, BARREIRO ¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza? Estudios de Caso en Buenos Aires, Argentina. Julian Samora, Research institute. 2004

donde la media del ICS resultó ser de 3.43 indicando un nivel bajo de dicho capital.

Tabla 19. Estadística descriptiva ingresos vs. ICS

	ingreso reportado	índice CS
Cantidad	175	175
Promedio	518.811.	3.4324
Desviación Estándar	313838.	1.45448
Coef. Variación	60.4917%	42.3751%
Mínimo	100.000.	0
Máximo	2.200.000	6.67

Fuente: Elaboración propia

La regresión lineal muestra que no existe una relación lineal entre el índice de Capital Social hallado para los microempresarios con el nivel de ingreso reportado, de la misma manera el ICS explica las variación de los ingresos en tan solo 1,2%.

Tabla 20. Regresión lineal

	Coeficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad
constante	545234.375	61089.58729	8.925160558	6.30249E-16
ICS	-7698.096501	16394.47017	-0.469554455	0.639264652
Estadísticas de la regresión				
	Coeficiente de correlación múltiple		0.035676837	
	Coeficiente de determinación R ²		0.001272837	
	R ² ajustado		-0.004500153	
	Error típico		314543.2775	
	Observaciones		175	

Fuente: Elaboración propia

Se podría pensar que la razón por la cual el ICS no explica significativamente los ingresos de los microempresarios, es que el instrumento creado no estuvo dirigido a conocer las maneras como los individuos generaron sus ingresos sino a

recolectar información suficiente para la caracterización y medición de del Capital Social de las microempresas.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Las microfinanzas y especialmente el microcrédito han sido planteados como estrategias para la superación de las vulnerabilidades de los individuos desfavorecidos. Desde esa perspectiva existe una contrariedad al encontrarse que las metodologías de asignación de microcréditos en Colombia consideran principalmente elementos físico-financieros en la evaluación de la viabilidad de los créditos, negándole la posibilidad a los individuos con menos recursos aprovechar la estructura de oportunidades que fue creada especialmente para ellos. En este sentido, uno de los aportes de este trabajo de investigación es que demuestra que existen restricciones de índole financiera que necesitan minimizarse para que la población objetivo pueda acceder a los servicios microfinancieros, y que probablemente las instituciones deban incluir nuevas variables en sus estudios de viabilidad.
- Aunque la investigación realizada constituye una innovación en tanto es la primera aproximación a la medición de Capital Social en una muestra de microempresarios que se ejecuta en el AMB, se presentaron algunos problemas relacionados con la consecución de los objetivos que pueden servir como referente para las próximas investigaciones en este tema.
- El análisis descriptivo de los microempresarios encuestados muestra que “las redes” las cuales son el fundamento de la creación del Capital Social, no son lo suficientemente fuertes como para generar beneficios sociales. Los principales grupos identificados, como las cooperativas de crédito y la iglesia, la mayoría de las veces no permiten la construcción de relaciones densas que finalmente no podrán traducirse en ganancias sociales ni económicas; esto junto con la

imposibilidad de participación en la toma de decisiones no genera un impacto positivo en la construcción de Capital Social.

- Se afirma que la razón principal por la cual los individuos hacen parte de las cooperativas de ahorro y crédito es acceder a mecanismos de financiación como microcréditos, no para fortalecer las relaciones sociales que construyan Capital Social.
- Teniendo en cuenta los resultados de la investigación, se podría llegar a pensar que la condición de vulnerabilidad que caracteriza a nuestra población de estudio, no solo es consecuencia de la evidente falta de recursos físicos-financieros, sino de la ausencia de relaciones interpersonales fuertes que sirvan como respaldo en sucesos fortuitos.
- Se hace pertinente el desarrollo de estudios e investigaciones más detallados que planteen nuevas metodologías para la medición del Capital Social en los individuos y en los grupos sociales. La realización de dichos estudios podría materializar con hechos estadísticos la importancia de las redes sociales en el desarrollo económico, avanzando en el camino para encontrar soluciones alternativas a la exclusión en distintos campos, en especial el de las finanzas y microfinanzas.

BIBLIOGRAFÍA

ACNUR, Microcrédito y microfinanciación para la creación de empleo y reducción de la pobreza e instrumentos de ayuda a la cohesión social y la participación comunitaria. Cuarta sesión plenaria ACNUR, celebrada el 7 de junio de 2005 (ag/res. 2082 (xxxv-o/05). Disponible en:

<http://www.acnur.org/biblioteca/pdf/3645.pdf?view=1>

ASOBANCARIA. Reporte de bancarización a 2010. Bogotá, septiembre de 2010.

Disponible en:

http://www.ASOBANCARIA.com/portal/page/portal/ASOBANCARIA/publicaciones/economica_financiera/reporte_bancarizacion/2010

BANCAMIA. Informe de gestión sostenible 2011. Panamericana formas e impresos 2012. Disponible en:

http://www.bancamia.com.co/pdf/nuevos_pdf/GestionSostenible2011.pdf

BANREP. Documentos. Informes económicos. Encuesta sobre la información del crédito en Colombia. Disponible en:

http://www.banrep.org/documentos/informes-economicos/encuestas/SCC/2012/escd_dic_2012_cfc.xls

BASTIDAS Delgado Oscar y RICHER Madeleine. Economía social y solidaria: Intento de definición: CAYAPA Revista Venezolana de Economía Social: Vol 1, número 001, Mayo 2001. Disponible en:

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/622/62210102.pdf>

CATALANO. C. Diana. Desarrollo Endógeno, ¿Cuánto Sabemos?:Revista económica INIA divulga: número 6, septiembre-diciembre del 2005. Disponible en: http://sian.inia.gov.ve/repositorio/revistas_tec/inia_divulga/numero%206/catalano_d.pdf

CEPAL. “índices de pobreza se estancan en la región”. Disponible en: <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/4/12984/P12984.xml&xsl=/prensa/tpl/p6f.xsl>,Citado el 22 de julio de 2012.

CONVITE A.C La política económica social y desarrollo endógeno del gobierno Venezolano 1999-2006: La economía social y el desarrollo endógeno. En: Publicaciones recientes CONVITE A.C. Disponible en: <http://www.conviteac.org.ve/admin/publicaciones/libros/CONVITEAC%20y%20Liderazgo%20y%20Visi%C3%B3n-Pol%C3%ADtica%20de%20econom%C3%ADa%20social%20y%20Desarrollo%20end%C3%B3geno%20del%20Gob%20Venezolano%20199-2006-October%202006.pdf>

CORAGGIO José Luis, La economía social como vía para otro desarrollo social. Documento de lanzamiento del debate sobre "Distintas propuestas de Economía Social" en Urbared, Red de Políticas Sociales, 2002. En: Economía popular y economía alternativa: centrada en el trabajo, social y solidaria. Disponible en: http://www.coraggioeconomia.org/jlc_publicaciones_ep.htm

CREZCAMOS. Estadísticas. Disponible en: <http://www.crezcamos.com/crezcamos.php?pagina=1&categoria =Crezcamos>

CUELLAR, Oscar. BOLIVAR, Augusto. Capital Social hoy. En: Polis, Revista de la Universidad Bolivariana. Volumen 8, N° 22. 2009. Disponible en:

<http://www.scielo.cl/pdf/polis/v8n22/art12.pdf>. Citado el 18 de Agosto de 2012.

DANE. Sociales. Disponible en:

http://www.dane.gov.co/#twoj_fragment1-4. Citado el 12 de agosto de 2012.

EMPRENDER, boletín microfinanciero número 16 .Área de investigación sectorial. Pág.2 Marzo de 2011.Disponible en:

<http://www.microfinanzas.org>.

Fast Facts: The Faces of Poverty. Disponible en:

http://www.unmillenniumproject.org/resources/fastfacts_e.htm. Citado el 22 de julio de 2012.

FORNI, SILES, BARREIRO ¿Qué es el Capital Social y cómo Analizarlo en contextos de Exclusión Social y Pobreza? Estudios de Caso en Buenos Aires, Argentina. Julian Samora, Research institute. 2004.

FUNDACION DE LA MUJER. Cifras. Disponible en:
http://www.fmmb.org/resultados/resultados_financieros.aspx

FUNDACIÓN MUNDO MUJER. Nuestras cifras. Junio de 2012. Disponible en:
http://www.fmm.org.co/Tuga/NUESTRAS_CIFRAS_79.web

FUNDACIÓN MUNDO MUJER: 25 años generando progreso y desarrollo a nivel nacional". Disponible en:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fiVil8lQankJ:www.portalmicrofinanzas.org/gm/document->

[1.9.43961/FUNDACION_MUNDO_MUJER_NOTA.doc+&hl=es&gl=co](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fiVil8lQankJ:www.portalmicrofinanzas.org/gm/document-1.9.43961/FUNDACION_MUNDO_MUJER_NOTA.doc+&hl=es&gl=co)

GIDROT, proyecto de investigación: análisis de los factores socioeconómicos de las microempresas del AMB, desde el enfoque de activos familiares y la estructura de oportunidades (2012).

HACIA UNA CULTURA GLOBAL DE PAZ (1995: Manila). Documento de trabajo del Segundo foro Internacional sobre la cultura de paz. 1995 UNESCO. Disponible en:<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001522/152204so.pdf>

Informe sobre Desarrollo Humano en Chile 2000: Parte II Asociatividad y Capital Social: Formas de asociatividad. Disponible en:
<http://www.desarrollohumano.cl/archivos/parte3ok.pdf>

INSTITUTO HIDALGUENSE DE MUJERES. Redes Sociales, Capital Social y Empoderamiento: México. Disponible en:
<http://mujeres.hidalgo.gob.mx/documentos/ensayo3.pdf>

MINISTERIO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE VENEZUELA. Desarrollo Endógeno desde adentro, desde la Venezuela profunda. Disponible en:
<http://cepep.org.ve/documentos/Poder-popular/bibliodocumentacion/folletodesarrolloendogeno-1.pdf>

MOZAS Moral Adoración y BERNAL Jurado Enrique. Desarrollo territorial y Economía social: CIRIEC-España Revista de Economía pública, social y cooperativa: numero 055, Agosto de 2006. Disponible en:
<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/174/17405505.pdf>.

¿QUÉ ES EL MICROCRÉDITO? Disponible en:
<http://www.gacetafinanciera.com/MCr.pdf>

RODRIGUEZ, María. El microcrédito. Una mirada hacia el concepto y su desarrollo en Colombia. Bogotá 2010. trabajo de grado, Maestría En Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas.

SARAVIA Federico. Responsabilidad social: El sector comprometido de la economía. En: Economía Social. Colección para que el conocimiento nos sirva a todos: Proyecto de Modernización del Estado y Programa Nacional de Voluntariado Universitario: Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Agosto de 2008. Disponible en: http://curriform.me.gov.ar/pretis/pluginfile.php/806/mod_resource/content/0/Emprendorismo/economia_social.pdf_LIBRO_LINK_MED.pdf

V Cumbre Mundial del Microcrédito. 2011. Disponible en: <http://www.valladolid.es/es/v-cumbre-mundial-microcredito>

VANGUARDIA LIBERAL. Disponible en: <http://www.vanguardia.com/economia/local/150992-bajar-la-pobreza-con-una-dosis-de-educacion>. Consultado el 27 de agosto de 2012.

VARGAS, en "hacia una teoría del Capital Social". Revista de Economía Institucional. v.4 n.6 Bogotá. 2002. Disponible en: http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01249962002000100004&lng=es&nrm=

VILLANUEVA, Héctor, CIRCLA. Disponible en: http://www.didaweb.net/mediatori/articulo.php?id_vol=1916

ANEXOS

Anexo A. Encuesta realizada. Dimensión Capital Social⁷⁵.

DIMENSIÓN: CAPITAL SOCIAL (S)

Grupos y Redes (G)

SG1. De los siguientes grupos, ¿a cuál o cuáles pertenece usted?

1. Sí

0. No

SG1.1 Gremio

SG1.2 Sindicato.

SG1.3 Asociación comercial o de microempresarios.

SG1.4 Grupo de ahorro o bancos comunales.

SG1.5 Cooperativa de ahorro y crédito

SG1.6 ONG o fundación.

SG1.7 Asociación de profesionales o técnicos.

SG1.8 Grupo o movimiento político.

SG1.9 Junta de acción comunal.

SG1.10 Asociación de padres de familia.

SG1.11 Grupo de jóvenes.

SG1.12 Grupo religioso.

SG1.13 Ninguno →Remítase a SG9.

⁷⁵ Tomado de la encuesta realizada en el proyecto de investigación: "Análisis de los factores socioeconómicos de las microempresas del AMB, desde el enfoque de activos familiares y la estructura de oportunidades". GIDROT (2012).

SG1.14 Otros

SEO1. Programa de asistencia del estado (como familias en acción, red juntos).

SG2. De todos los grupos a los cuales usted pertenece, diga el más importante.

SG3. ¿Pertenece usted a este grupo hace más de un año?

1. Sí

0. No → Continúe en SG5.

SG4. Su participación en la toma de decisiones dentro de dicho grupo:

1. Es poco activa

4. No es posible la participación en el tema de la toma de decisiones en este grupo.

2. Es suficientemente activa

3. Es tan activa que lidera la toma de decisiones

SG5. ¿Cuál considera usted que es el principal beneficio de pertenecer a este grupo?

1. Conseguir trabajo

2. Realizar negocios

3. Adquirir préstamos

4. Adquirir avales

5. Tener buenas recomendaciones personales y financieras

5. Obtener información

6. Adquirir descuentos

7. Recibir auxilios, subsidios, donaciones

8. Adquirir nuevas capacidades y habilidades

8. Acceder a recreación y diversión

9. Otros

SG6. En comparación con usted, los miembros del grupo en el cual participa cuentan con:

1. Un menor nivel
2. Igual nivel
3. Un mayor nivel

SG6.1. Nivel educativo

SG6.2. Estrato Socioeconómico

SG6.3. Reconocimiento social

SG7. El grupo al cual usted pertenece:

1. Interactúa con grupos con objetivos similares
2. Interactúa con grupos con objetivos distintos
3. Interactúa con las dos clases de grupos
4. No interactúa con otros grupos.

SG8. ¿En el grupo al cual usted pertenece, existen normas/controles que garanticen el cumplimiento de los compromisos adquiridos?

1. Sí
0. No

*si respondió ninguno en SG1 si no omitir

SG9. A qué se debe que usted no pertenezca a ningún grupo:

1. Sí
0. No

SG9.1 Cree que gastaría dinero

SG9.2 Piensa que no le trae beneficio alguno

SG9.3 Desconoce grupos u organizaciones

SG9.4 Cree que no tendría tiempo

SG9.5 Otro

SG10. La mayoría de sus amigos viven:

1. En su cuadra
2. Por fuera de su cuadra pero en el mismo barrio
3. Fuera de su barrio pero dentro del AMB
4. Fuera del AMB pero dentro del Departamento
5. Fuera del Departamento.

SG11. Sus relaciones comerciales con proveedores, clientes, u otros microempresarios, están ubicados:

1. En su cuadra
2. Por fuera de su cuadra pero en el mismo barrio
3. Fuera de su barrio pero dentro del AMB
4. Fuera del AMB pero dentro del Departamento
5. Fuera del Departamento.

MODULO:

Confianza y Solidaridad Y Reciprocidad (C)

SC12. ¿Ha realizado usted acciones en beneficio de otros, en donde considere que SI USTED NECESITARA ALGÚN DÍA ALGO importante, podría acudir a ellos?

(Mencione 3).

1. Familia
2. Amigos
3. Vecinos
4. Bancos
5. Cooperativas de ahorro y crédito
6. Microempresarios
7. Proveedores
8. Clientes
9. Ninguno
10. Otros

SC13. ¿Alguna vez usted ha sido beneficiado por una acción de parte de otro (s), de tal manera que SI NECESITARAN ALGO DE USTED, podrían buscarlo a usted sin duda?

(Mencione 3).

1. Familia
2. Amigos
3. Vecinos
4. Microempresarios
5. Proveedores
6. Clientes
7. Ninguno
8. Otros

SC14. ¿Existe alguna institución que pueda expedirle una certificación personal o comercial?

1. Si 0.No

SC14.1 ¿Cuenta usted con alguna persona que le sirva de fiador para la gestión de un crédito, por una suma razonable de dinero?

- 1. Sí
- 0. No

SC15. ¿Confía usted en las personas en el momento de prestarles dinero o concederles un plazo de pago?

- 1. Sí
- 0. No

SC16. Sí un proyecto tuviera beneficios para la comunidad, y no lo beneficiara directamente a usted o a su empresa, ¿Cómo Contribuiría con el proyecto?

- 1. Sí
- 0. No

SC16.1 Tiempo

SC16.2 Dinero

SC17. Indique el nivel de confianza, en general, que tiene en:

- 1. Muy bajo
- 2. Bajo
- 3. Medio
- 4. Alto
- 5. Muy alto

SC17.1 Familiares

SC17.1 Vecinos

SC17.3 Amigos

SC17.4 Proveedores

SC17.5 Clientes

SC17.6 Comerciantes y/o Microempresarios de su misma actividad económica

SC17.7 Microfinancieras de ahorro y crédito, cooperativas y bancos

SC17.8 Funcionarios del gobierno municipal, Departamental, y Nacional

SC17.9 Policía

MODULO:

Acción Colectiva y Cooperación (A)

SA18. ¿En el último año, ha participado en acciones conjuntas para conseguir nuevos objetivos?

1. Sí

0. No → Continúe en SA20

SA19. Con respecto a los objetivos compartidos, estos han sido logrados a través de dichas acciones.

1. Totalmente

2. Parcialmente

3. No se han logrado

SA20. ¿Alguna vez ha convencido usted a otra u otras personas para realizar un proyecto?

1. Muy baja

2. Baja
3. Media
4. Alta
5. Muy alta

MODULO:

Información y Comunicación (I)

SI21 ¿Cuáles son las fuentes de información que usted utiliza para enterarse de asuntos de interés para su negocio? (Ferias empresariales, convenciones, promoción de insumos...)

(Mencione 3)

1. Periódico local
2. Periódico nacional
3. Radio.
4. Televisión.
5. Parientes amigos y vecinos
6. Proveedores
7. Microempresarios
8. Asociaciones o gremios
9. Redes sociales virtuales (facebook, twitter, páginas web, blogs).
10. Otros
11. Ninguno

SI22 ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted tiene para promover su negocio?

(Mencione 3)

1. Volantes, afiches, tarjetas de presentación.
2. Teléfono
3. Voz a voz.
4. Redes sociales virtuales (facebook, twitter, páginas web, blogs).
5. Periódico local
6. Periódico nacional
7. Radio.
8. Televisión.
9. Directorio telefónico
10. Otros
11. Ninguno

SEO2 ¿Conoce los cambios actuales, en materia de leyes, subsidios, tratados de libre comercio que afectarían su actividad económica?

1. Si
0. No

SEO3 ¿Conoce las instituciones a donde debe acudir en el momento de tener un problema laboral, jurídico o familiar?

1. Si
0. No

MODULO:

Cohesión e Inclusión Social (CI)

SCI23. ¿Considera Usted que en su comunidad o en su sitio de trabajo, existe algún tipo de diferencia social, económica, política o cultural, que afecte la unidad entre las personas?

- 1. Sí
- 0. No

SCI24. ¿Alguna de estas diferencias ha terminada en hechos violentos?

- 1. Sí
- 0. No

SEO4 ¿Cómo califica la atención que recibe por parte del estado en materia de educación, salud y servicios públicos?

- 1. Mala →
- 2. Regular
- 3. Buena → Continúe en SEO5
- 4. Excelente → Continúe en SEO5

SCI25. ¿Ha empleado algún mecanismo para que atiendan su inconformidad?

- 1. Si
- 0. No

SEO5. ¿Ha participado recientemente en programas como brigadas de salud, eventos familiares y deportivos ofrecidos por alguna entidad pública o privada?

1 .Si

0. No

SEO5.1 Pública

SEO5.2 Privada

SEO6. Considera que los ingresos que percibe de su trabajo le permiten acceder a:

1. Si 0.No

SEO6.1 Consumo básico (Alimentación, salud, educación, vivienda).

SEO6.2 Consumo social requerido (Vacaciones, salidas a cine, obras de teatro entre otros).

MODULO:

Participación Cívica y Participación Política

SP26 ¿En el último año, con qué frecuencia se ha reunido con su comunidad para realizar peticiones a líderes políticos o a instituciones del gobierno?

1. Nunca

2. Solo una vez

3. De 2 a 5 veces

4. Más de 5 veces

SP27 ¿Suele participar en los comicios electorales?

1. Si

0 .No

SP28 ¿Asiste a rendiciones de cuentas o pertenece a alguna veeduría ciudadana?

1. Si

0. No

SEO7 ¿Siente que en la actualidad su comunidad está respaldada por algún representante político?

1. Si

0 No

Anexo B. Informe estadístico de la prueba piloto de la encuesta a una muestra de microempresarios del AMB.

FN	FS	HSY	HE	HS	EO	S							
Media	18,625	Media	10,125	Media	12,25	Media	10,25	Media	12,375	Media	19,625	Media	21
Desviación e	5,8538754	Desviación e	4,22365786	Desviación e	4,527692569	Desviación e	3,370036032	Desviación e	5,26273965	Desviación e	3,33541602	Desviación e	4,37525509
Mínimo	11	Mínimo	6	Mínimo	5	Mínimo	5	Mínimo	7	Mínimo	15	Mínimo	16
Máximo	25	Máximo	20	Máximo	17	Máximo	15	Máximo	20	Máximo	25	Máximo	28

Dimensión	Numero de preguntas	Promedio de tiempo por Dimensión	Tiempo por pregunta
FN	92	18,65	4,932975871
FS	41	10,12	4,051383399
HSY	21	12,25	1,714285714
HE	20	10,25	1,951219512
HS	37	12,37	2,991107518
EO	49	19,62	2,49745158
S	67	21	3,19047619
Total	327	104,26 (1h 43m)	

Fuente: GIDROT (2012)

La encuesta tomo en promedio 1 hora y 44 minutos en realizarse. Las dimensiones que más tiempo gastaron fueron las de C. Social con 21 minutos, C. Financiero con 18,6 minutos y E, de oportunidades con 19,62. Relativo a la cantidad de preguntas las dimensiones que más se demoró fue C. Financiero seguido de C. Físico y C. Social lo que sugiere el grado de complejidad al hacer estas preguntas.

Anexo C. Distribución espacial por barrios

BUCARAMANGA		FLORIDABLANCA		GIRÓN		PIEDECUESTA	
Barrio	N° Enc.	Barrio	N° Enc.	Barrio	N° Enc.	Barrio	N° Enc.
SAN FRANCISCO	24	CUMBRE	47	RINCON DE GIRON	12	SAN RAFAEL	16
SAN ALONSO	19	CENTRO FLORIDA	13	EL POBLADO	11	REFUGIO	13
LOS COMUNEROS	13	SAN BERNARDO	13	SAN ANTONIO DEL CARRIZAL DE GIRON	8	CENTRO	8
SAN MARTIN	11	CIUDAD VALENCIA	11	LA CAMPIÑA	4	QUINTA GRANADA	7
CENTRO	10	LAGOS 2	10	BELLAVISTA	3	CABECERA	5
PROVENZA	10	VILLABEL	10			PIEDECUESTA	2
MÚTIS	8	BUCARICA	9			LA FERIA	1
ALFONSO LÓPEZ	6	BELLAVISTA	5				
COMUNEROS	6	CALDAS	4				
CAMPO HERMOSO	5	CAÑAVERAL	3				
GIRARDOT	5	PLAZA SATÉLITE	3				
VICTORIA	5	ZAPAMANGA 1	3				
CABECERA	4	HACIENDA SAN JUAN	2				
NORTE	4	SANTA FÉ	2				
KENNEDY	3	ZAPAMANGA IV	3				
PLAZA GUARIN	3	PROVENZA	1				
ANTONIA SANTOS	2	RINCON DE GIRON	1				
MEJORAS PÚBLICAS	2	ROSALES	1				
BALCON DEL TEJAR	1	SANTA BARBARA	1				
CAÑAVERAL	1						
CONDOMINIO MENZWY CAMPESTRE	1						
GARCÍA ROVIRA	1						
SAN PEDRO	1						
UNIVERSIDAD	1						
SOTOMAYOR	1						
TOTAL MUNICIPIO	147	TOTAL MUNICIPIO	142	TOTAL MUNICIPIO	38	TOTAL MUNICIPIO	52
TOTAL ENCUESTAS: 384							

Fuente: GIDROT (2012)

Anexo D. Análisis desagregado de socios y no socios de la Financiera Comultrasan

- SG3 ¿Pertenece usted a este grupo hace más de un año?

SOCIOS DE COMULTRASAN

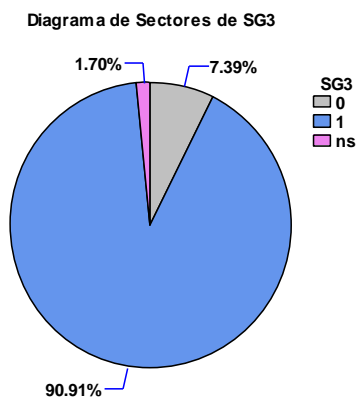


Tabla de Frecuencia para SG3

			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa	Acumulada	Rel. acum.
1	0	13	0.0739	13	0.0739
2	1	160	0.9091	173	0.9830
3	ns	3	0.0170	176	1.0000

Fuente: GIDROT (2012)

NO SOCIOS

Diagrama de Sectores de SG3

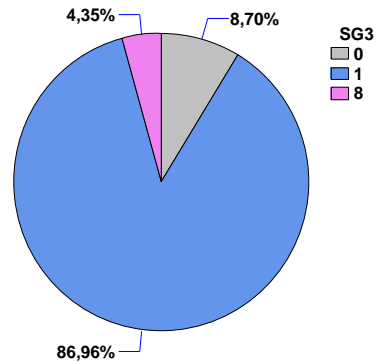


Tabla de Frecuencia para SG3

			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa	Acumulada	Rel. acum.
1	0	2	0,0870	2	0,0870
2	1	20	0,8696	22	0,9565
3	8	1	0,0435	23	1,0000

Fuente: GIDROT (2012)

- **SC14.1. ¿Cuenta usted con alguna persona que le sirva de fiador para la gestión de un crédito, por una suma razonable de dinero?**

Diagrama de Sectores de SC14.1

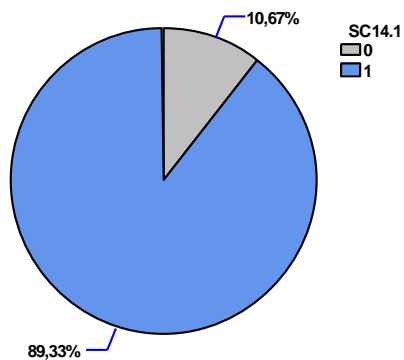


Tabla de Frecuencia para SC14.1

			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa	Acumulada	Rel. acum.
1	0	35	0,1067	35	0,1067
2	1	293	0,8933	328	1,0000

Fuente: GIDROT (2012)

NO SOCIOS

Diagrama de Sectores de SC14.1

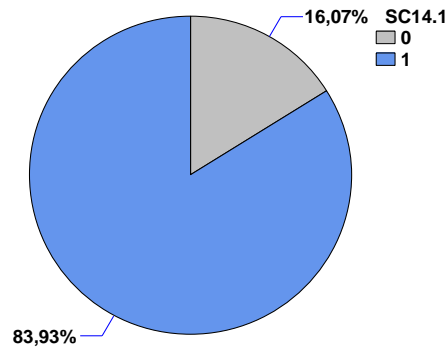


Tabla de Frecuencia para SC14.1

			Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
Clase	Valor	Frecuencia	Relativa	Acumulada	Rel. acum.
1	0	9	0,1607	9	0,1607
2	1	47	0,8393	56	1,0000

Fuente: GIDROT (2012)