

**ANÁLISIS DE GESTIÓN FINANCIERA PARA PEQUEÑOS NEGOCIOS EN BOGOTÁ.
CASO: BARRIO PRADO VERANIEGO.**



**PRESENTADO POR:
FELIPE GOMEZ ARIZA
ANDRES CAMILO MOSQUERA GONZALEZ**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PROYECTO DE GRADO II
JUNIO DE 2009
BOGOTA D.C.**

**ANÁLISIS DE GESTIÓN FINANCIERA PARA PEQUEÑOS NEGOCIOS EN BOGOTÁ.
CASO: BARRIO PRADO VERANIEGO.**

**PRESENTADO POR:
FELIPE GOMEZ ARIZA
ANDRES CAMILO MOSQUERA GONZALEZ**

**ASESOR:
GUILLERMO AVILA**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PROYECTO DE GRADO II
JUNIO DE 2009
BOGOTA D.C.**

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE ILUSTRACIONES	9
1 INTRODUCCIÓN	10
2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	12
3 JUSTIFICACIÓN.....	15
4 OBJETIVOS.....	16
4.1 Objetivo general	16
4.2 Objetivos específicos	16
5 MARCO TEÓRICO	18
5.1 Composición del universo empresarial en Colombia.....	18
5.2 La ley PYMES	21
5.3 Caracterización de los negocios en el barrio Prado Veraniego	24
5.4 Gestión administrativa en la pequeña empresa	27
5.5 El sector bancario en Colombia	30
5.5.1 Resultados del sector bancario y micro crédito en el 2008.....	31
5.5.2 Comportamiento del mercado crediticio en Colombia	34
5.5.3 Requisitos para microcréditos.....	40
5.6 Bancarización de pequeños comerciantes.....	45
6 METODOLOGÍA	49
6.1 Hipótesis	49
6.2 Variables	49
6.3 Tipo de estudio.....	49
6.4 Diseño de la investigación.....	50
6.5 Instrumentos de recolección	50

6.6	Procedimientos	51
7	RESTRICCIONES FUENTES PRIMARIAS	53
8	ESTUDIO DE LA MUESTRA	54
9	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	57
10	ENTREVISTA CON EMPRESARIO DEL SECTOR PRADO VERANIEGO	61
11	ENTREVISTA CON BANQUERO.....	65
12	ENTREVISTA EXPERTO TENDEROS, PROGRAMA FENALTIENDAS	68
13	ESQUEMA CARACTERIZACION PEQUEÑOS COMERCIANTES	72
14	ANÁLISIS DE LAS TASAS DE LOS PRESTAMISTAS	75
14.1	Simulación de pago de intereses	76
15	CONCLUSIONES.....	82
16	RECOMENDACIONES	85
17	BIBLIOGRAFÍA.....	87
	ANEXOS	91
A.	SALUD FINANCIERA	91
B.	INDICADORES FINANCIEROS	97
C.	MODELO ENCUESTA.....	100
D.	RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO	102
E.	INFORMACION BCSC	106
F.	CARTA RESPALDO FENALCO	114

TABLA DE ILUSTRACIONES

Figura 1. Dificultades de las PYMES para acceder al crédito.....	13
Figura 2. Dificultades generales de las PYMES	14
Figura 3. Composición del universo empresarial Colombiano.....	19
Figura 4. Composición del universo Microempresarial	19
Figura 5. Porcentaje de empresas que tienen o tuvieron registro mercantil y llevan contabilidad o balances.....	20
Figura 6. Histórico de tasas de microcrédito.....	36
Figura 7. Comparación tasas de interés	37
Figura 8. Desembolsos de Microcrédito	39
Figura 9. Proceso de Financiación BANCOLDEX	43
Figura 10. Crecimiento del índice para microcrédito	46
Figura 11. Bancarización a nivel nacional - Empresas	47
Figura 12. Mapa de la localidad de suba y división de UPZ's.....	56
Figura 13. Análisis de resultados de las encuestas.....	60
Figura 14. Simulación financiación con pago de intereses a 30 días	77
Figura 15. Simulación financiación con pago de intereses a 60 días	77
Figura 16. Simulación financiación con pago de intereses a 90 días	78
Figura 17. Simulación financiación con pago de intereses a 180 días	78
Figura 18. Simulación financiación con pago de intereses a 360 días	79
Figura 19. Simulación de tasas por fuente de financiación	80
Figura 20. Tasas de interés para microcréditos en países representativos.....	81

1 INTRODUCCIÓN

No es un secreto, ni un error afirmar que nuestro país está en una etapa de crecimiento económico, que si bien no se puede comparar con las superpotencias mundiales, si ha hecho muchos avances a nivel regional; avances que son reconocidos más frecuentemente por el resto del mundo. En la actualidad podemos ver que Colombia cada día es más atractivo para los inversionistas de todo el mundo; y en el caso particular de Bogotá, encontramos que ya es calificada por grandes firmas internacionales con grado de inversión¹.

Y aunque en este aspecto se están logrando avances significativos, no se puede olvidar que esto solo le incumbe a las grandes, o incluso a las pequeñas y medianas empresas; y mientras el ambiente de negocios mejora para estas empresas, debemos recordar que en el país más del 90% de las empresas son micros, familiares, o incluso empresarios que trabajan desde la informalidad, según una investigación realizada por el diario económico Portafolio² y la Universidad EAFIT en el 2006.

Dado este gran porcentaje, se entiende que el universo empresarial del país está compuesto en su mayoría por empresas diminutas, que trabajan con poco capital, y cuyo flujo de caja no excede en su mayoría los veinte millones³ COP; son estas razones por las cuales se debe fomentar el desarrollo y crecimiento de estas empresas; siempre dentro del marco legal del país.

Claro está que en lo corrido de este milenio, entidades gubernamentales y del sector financiero han trabajado en este tema, creando programas de concientización, y educativos en administración y manejo empresarial, desarrollo de nuevas líneas de

¹ Secretaría de Hacienda Distrital. Tomado de <http://www.shd.gov.co> el 4 de Julio de 2008

² PYMES, Importancia Nacional e Internacional. Características de los empresarios y capacidades competitivas. En: CAJA DE HERRAMIENTAS PARA PYMES. PORTAFOLIO – UNIVERSIDAD EAFIT. Bogotá D.C. 2006; cap. 1 p. 9 - 11

³ *Ibíd.* p. 9 - 11

créditos, y facilidades financieras, todo esto con el fin de impulsar el desarrollo de estas empresas al igual que el crecimiento de la economía.

Sin embargo, se ha llegado a la conclusión que esto no es suficiente, pues ya sea por ignorancia, pereza o por simple desconocimiento del funcionamiento del sector financiero, tributario y/o legal, estos empresarios no están aprovechando todas estas nuevas medidas creadas para ellos, de modo que siguen llevando sus empresas del mismo modo en el que las han llevado tradicionalmente.

Por medio de la investigación se pretende encontrar ejemplos críticos particularmente en el sector comercial, es decir con los tenderos de Bogotá específicamente, pues a través del trabajo con ellos se podrá demostrar que el sistema de apalancamiento más usado por estos es a través de préstamos con familiares, amigos conocidos, o incluso con los conocidos préstamos “gota a gota” haciéndolos tener balances negativos y flujos de caja muy bajos. Se pretende probar que todo esto ocurre debido a su desconocimiento del sector financiero, y de los beneficios de trabajar en la formalidad y tributar.

Una vez probado esto no se dejará de trabajar con ellos; de hecho el propósito será proponer programas educativos en estos temas, además de trabajar en líneas especializadas de créditos de acuerdo con los planes de inversión de cada uno, con fines de sanar sus finanzas, y hacer que ese dinero trabaje para ellos, generando mejores flujos de caja, y por lo tanto mayor riqueza.

2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día existen cientos de tipos de créditos, programas de financiación y de fomento, que han sido creados especialmente para satisfacer las necesidades de los pequeños empresarios, asumiendo que estos usarían estos capitales para operar, modernizarse, crecer, cumplir sus obligaciones financieras, pagar impuestos y retribuir a sus dueños, entre otras cosas.

Sin embargo también existen varios problemas tanto para estos pequeños empresarios cuando quieren acceder a algún crédito, como para las entidades promotoras de estos créditos o los diversos tipos de financiación cuando quieren llegar a los empresarios; estos problemas han sido objeto de estudio de las entidades del sector bancario, siendo el pionero el Banco Caja Social – Colmena (BCSC)⁴, y creando de esta forma el programa tenderos, en el cual se han enfocado hacia este sector empresarial, y apoyando también todo programa e investigación que tenga como objeto ayudar a este sector.

El gobierno no se queda atrás, y siendo consciente del problema ha creado programas desde la presidencia, tomando como asta de bandera su programa “Banca de Oportunidades”⁵. Sin embargo, quien más ha estudiado esta problemática, ha estado de cerca con sus directos implicados, y quien más fomenta y apoya la investigación en esta área, ha sido Fenalco, creando para este fin el programa “Fenaltendas”⁶.

En primer lugar, por parte de los empresarios, sus principales problemas son:

- Falta de conocimientos acerca del sector financiero.
- Mala Administración del dinero.

⁴ Dra. Sandra Moncada – Directora programa tenderos banco BCSC

⁵ Presidencia Nacional. Tomado de <http://www.presidencia.gov.co/sne/2006/mayo/16/15162006.htm> el 23 de Septiembre de 2008

⁶ Fenalco. Tomado de http://www.fenalco.com.co/index.php?option=com_wrapper&Itemid=41 el 23 de Septiembre de 2008

- Informalidad.
- Créditos “gota a gota”.
- Falta de formación administrativa y comercial.
- Inadecuada realización de proyectos.

La falta de conocimientos acerca del funcionamiento de los créditos en el sector financiero y la informalidad son tal vez la barrera más grande para estos empresarios en cuanto al acceso a la financiación con las entidades especializadas; debido a que por la informalidad, la mayoría de estos empresarios no manejan registros contables, lo cual les cierra la puerta inmediatamente para acceder a los créditos por falta de garantías.

Por otro lado al no estar completamente informados, y no poseer conocimientos básicos en finanzas, la percepción que tienen de estos sistemas de crédito es completamente contraria a la realidad, de modo que consideran exagerados la cantidad de requisitos que pide el sector financiero (Ver cuadro).

AMERICA LATINA		COLOMBIA	
Problemas	%	Problemas	%
Información contable no disponible	65	La información contable que no es confiable	59
Falta de garantías sólidas	63	Desconocimiento de los empresarios sobre los servicios financieros	53
Ingresos por economía informal	41	Garantías Insuficientes	29
Historial negativo del cliente	35	No es su nicho de mercado	29
Dificultad por ser empresa familiar (depende del exceso del dueño)	32	El alto costo de los créditos	29
Falta de evaluación del proyecto que se financiará	29	Baja capacidad de pago e informalidad	29
Riesgo del sector al que pertenece la pyme	28	El riesgo es mayor que en otros segmentos	24

Figura 1⁷. Dificultades de las PYMES para acceder al crédito

Son estas razones las que llevan a estos empresarios a buscar recursos por otros lados, y otras fuentes, refugiándose en su familia, amigos, vecinos y conocidos principalmente, pero en ciertos casos, la necesidad de capital los puede llevar a

⁷ Fuente América Latina: Fomin, Felaban: Estudio sobre la predisposición de las entidades financieras de Latinoamérica y Caribe para la financiación de pequeñas y medianas empresas. Diciembre 2004.

Fuente Colombia: Barriga, Enrique: Encuesta sobre el costo de capital en pymes. Encuesta a intermediarios financieros, la oferta. Medellín, Universidad Eafit, Diciembre 2004

financiarse erróneamente con los proveedores, es decir, incumpliendo los pagos, y de esta forma dañando la relación comercial entre ambos; y en el peor de los casos buscan los llamados préstamos “gota a gota”, por medio de agiotistas⁸.

El inconveniente principal de este tipo de créditos, es su alto costo, que descapitaliza a los empresarios. En otras palabras, no son préstamos que busquen un beneficio para la empresa, creando valor; por el contrario son el último recurso al que deben acudir estos empresarios en busca de capital de trabajo para cumplir con sus obligaciones financieras.

	%		%
Altas tasas de interés	55	La información contable	22
La falta de garantías	55	Plazos inadecuados	19
Los requisitos	52	La forma de pago	19

Figura 2⁹. Dificultades generales de las PYMES

Por otro lado los oferentes de los créditos, es decir el sector bancario y financiero sostienen que el principal problema para estudiar las solicitudes de crédito de los microempresarios son:

- La falta de información contable
- La falta de garantías
- El incumplimiento de los requisitos
- Registros en los organismos de control de crédito

Sin embargo aunque esta sustentación está bien fundamentada en encuestas y casos registrados por cada entidad, es también válido añadir que el cubrimiento que le dan estas entidades a los créditos para microempresas y PYMES, no es el indicado para el tamaño del mercado que tiene en el país; y por otro lado los requisitos solicitados no siempre son necesarios, son entonces usados como filtros para descartar clientes con mayor riesgo.

⁸ Agiotista: Persona que se emplea en el agiotaje. Especulación abusiva hecha sobre seguro con perjuicio de tercero.

⁹ Barriga, Enrique., Op. cit., p 9

3 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se crea con el fin de analizar los comportamientos de los pequeños negocios, tomando como muestra el barrio Prado Veraniego de la ciudad de Bogotá. De esta manera se podrán proponer opciones a la problemática que estos enfrentan día a día, para poder financiar las operaciones de sus negocios, y así crear riqueza para ellos mismos. Partiendo de los comportamientos de los negocios se trata de comprender la situación que viven los pequeños comerciantes, tomándolos como un ejemplo las pequeñas y microempresas de Bogotá.

Este trabajo pretende encontrar opciones seguras y justificadas para que los pequeños negociantes puedan encontrar una solución a su búsqueda de crédito económico y seguro, y de esta manera puedan operar con facilidad, aportando al crecimiento de la economía nacional. Se busca crear una conciencia entre los propietarios de pequeños negocios para que encuentren la mejor alternativa de financiación que les permita mejorar su creación de riqueza y sus negocios sean más rentables.

La intención entonces es demostrar la importancia de la gestión administrativa de los pequeños negocios, siendo esta de vital importancia para la creación de capital y el posterior beneficio de sus propietarios. Dentro de esta perspectiva se encuentran temas como la gestión de proyectos, investigación de mercados, gestión del talento humano, normativa legal y la planeación, organización, dirección y control empresarial, las cuales deberían emprender este tipo de negocios.

Adicionalmente este proyecto pretende mostrar la función social de la Pontificia Universidad Javeriana, llegando a crear una conciencia dentro de los negociantes para que mejoren su calidad de vida. Con este enfoque social se busca ayudar a los pequeños comerciantes, mostrando la formación integral de los estudiantes y una preocupación por el mejoramiento de las sociedades en Colombia.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

El objetivo general de este proyecto es analizar la gestión financiera y administrativa de los tenderos y comerciantes de Bogotá, tomando una muestra significativa de pequeños negocios dentro, del sector de Prado Veraniego.

4.2 Objetivos específicos

Por medio de esta investigación se busca conocer y comprender que tipos de financiación usan las pequeñas empresas, y así obtener una guía de las preferencias que se tienen a la hora de buscar un crédito.

La aplicación de los sistemas de financiación teóricos, y su aplicación dentro de los pequeños negocios. De esta manera se busca aplicar los conceptos teóricos a la realidad en un sector determinado. Con esto se trata de evidenciar los conocimientos teóricos en la cotidianidad que pueden llegar a traer ventajas a los negociantes al ser estos aplicados.

Adicionalmente se planea hacer una comparación entre los diferentes sistemas de financiación a los cuales recurren los pequeños negocios, para poder hacer un paralelo en donde se evidencien las fortalezas y debilidades de cada uno de los sistemas.

Las comparaciones de los sistemas de financiación requieren un análisis financiero basado en la información presentada por los negocios a investigar, y de ahí se compararan con los conceptos teóricos, para poder mostrar así las fortalezas y debilidades y explicar el comportamiento de los pequeños negocios.

La caracterización de los negocios y los perfiles de los negociantes requieren ser tenidos en cuenta para el proyecto, ya que de ellos se podrá encajar las preferencias de

las fuentes de financiación y se definirán las fortalezas y debilidades de acuerdo con las necesidades de estos. A partir del conocimiento de las necesidades de los negocios se podrán clasificar las fuentes de financiación.

Por otro lado, el estudio y caracterización del sector permitirá realizar un análisis de gestión administrativa de los empresarios, dejando al descubierto los problemas y falencias en materia administrativa, y la falta de conocimiento y formación en los pilares básicos comprendidos en planeación, organización dirección y control. Este análisis reflejará la importancia de la gestión administrativa, en cuanto el acceso a los sistemas financieros y su adecuado manejo.

5 MARCO TEÓRICO

5.1 Composición del universo empresarial en Colombia

El universo empresarial del país puede abarcar en la actualidad alrededor de un millón de empresas, de las cuales más del 90% son microempresas según el censo realizado en el 2005 como se puede ver en la figura 1; y más específicamente y teniendo en cuenta que según el DANE, la definición para micro-establecimientos es “el espacio físico utilizado para desarrollar una actividad económica, está conformado por 10 o menos personas ocupadas” y “la microempresa es definida como una unidad económica con no más de 10 trabajadores, cuyos activos totales no exceden los 501 SMMLV (Salarios Mínimos Legales Vigentes).”¹⁰

De lo anterior se conoce que:¹¹

- Para el tercer trimestre del año 2004 funcionaron 677.000 establecimientos con 10 o menos personas ocupadas.
- Para el tercer trimestre del el año 2006 funcionaron 971.000 establecimientos con 10 o menos personas ocupadas.
- Para el primer trimestre del el año 2008 funcionaron 1'372.000 establecimientos con 10 o menos personas ocupadas.

¹⁰ DANE. Encuesta nacional sobre micoestablecimientos años 2004, 2006, 2008, cifras aproximadas. Tomado de http://www.dane.gov.co/files/comunicados/cp_mmcm_dic04.pdf el 11 de Octubre de 2008

¹¹ *Ibíd.*, p 14

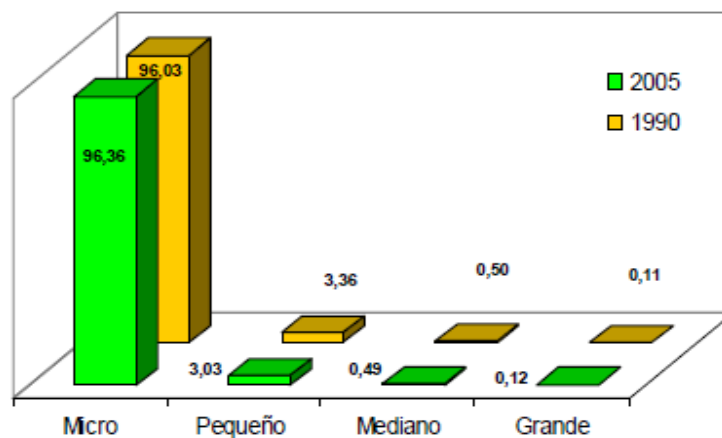


Figura 3¹². Composición del universo empresarial Colombiano

De hecho, la mayoría de estas empresas, son empresas familiares, compuestas únicamente por los miembros del núcleo familiar, o por otro lado son empresas de un solo trabajador, de modo que no superan en la mayoría de los casos los 5 empleados, datos que se pudieron constatar en el censo del 2005, junto a una evaluación realizada por el DNP.

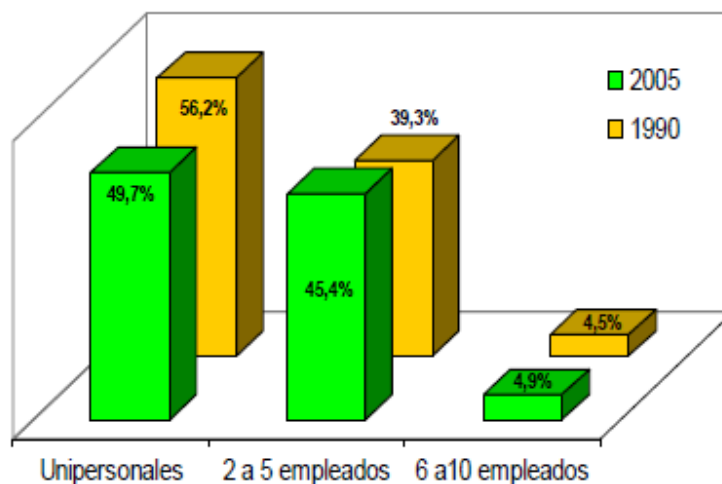


Figura 4¹³. Composición del universo Microempresarial

¹² Banco Mundial. INFORMALIDAD: Salida y exclusión (29:05:2007: Bogotá). Mesa redonda "Informalidad en Colombia: ¿Qué hacer?". Bogotá. Departamento Nacional de Planeación. 2007. 26 p., p 12

Sin embargo y para efecto de dimensionar los diversos análisis sobre este pequeño mundo empresarial, es de vital importancia hacer énfasis en que solo una pequeña minoría está organizada como verdaderas empresas, el resto trabaja desde la informalidad.

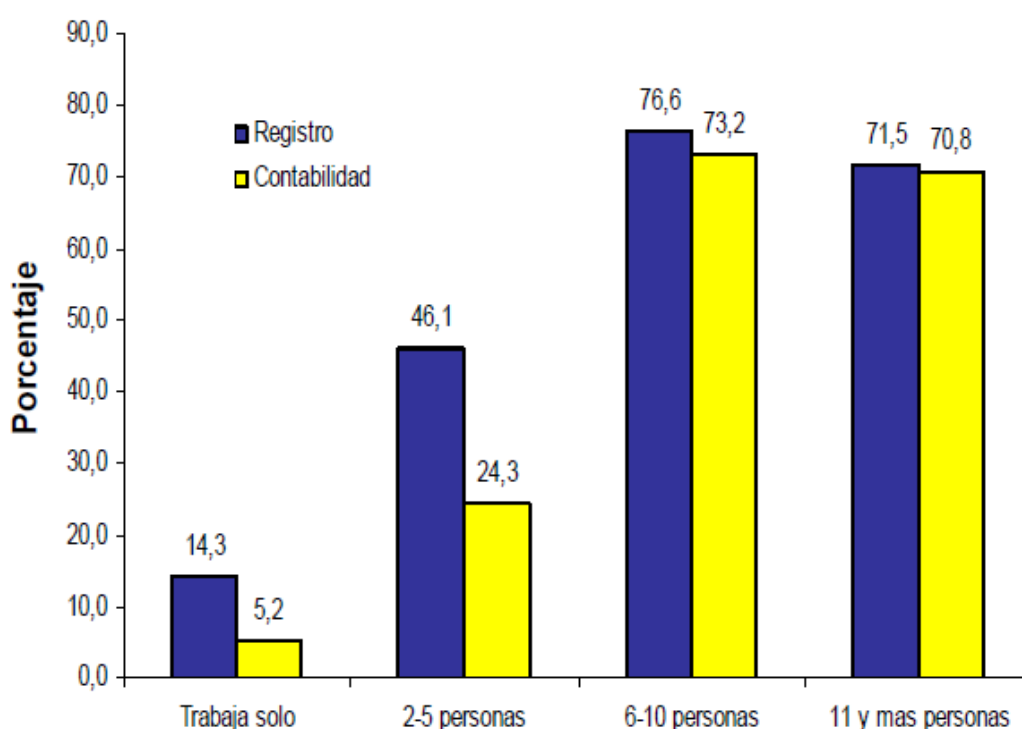


Figura 5¹⁴. Porcentaje de empresas que tienen o tuvieron registro mercantil y llevan contabilidad o balances

En el anterior cuadro se puede apreciar que un porcentaje muy pequeño del total de microempresas que tienen entre 1 y 5 empleados llevan registros y/o contabilidad, lo cual demuestra en cierta forma el grado de informalidad de estas, pues la formalización requiere tanto de documentos y registros que demuestren la legalidad tanto del negocio como de la operación.

¹³ Ibid., p 12

¹⁴ Ibid., p 13

Tan significativa es esta realidad que según cifras de la Superintendencia Bancaria, solamente el 24%¹⁵ del total de las PYMES y las microempresas han sido sujetos de crédito en los últimos siete años en cuanto al crédito bancario tradicional canalizado por bancos y compañías de financiamiento privado.

De otro lado podría decirse que el gran mundo micro-empresarial del país ha estado en manos históricamente de sectores no gubernamentales y en medio de la informalidad casi total. Es allí, donde según las cifras disponibles¹⁶ se genera el 63% del empleo, el 45% de los salarios y el 37% del valor agregado, indicadores que guardadas las proporciones, las ubican en parecidos grados de importancia a sus similares de Estados Unidos y la Unión Europea¹⁷.

Es dentro de este estadio donde se mueven especialmente entidades privadas, como fundaciones y organizaciones no gubernamentales, tratando de buscar soluciones concretas en materia de capacitación, administración, asistencia técnica, tecnología y fuentes de financiación. En el mismo sentido hacen presencia entidades externas como es el caso del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

5.2 La ley PYMES

La gran importancia de las PYMES en Colombia he generado una preocupación importante por parte del gobierno, ya que estas organizaciones tienen un alto impacto en la economía del país. De esta manera por medio de la Ley No 590 del 10 de Julio de 2000, modificada por la ley No 905 del 2 de Agosto de 2004, se instauran las disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

¹⁵ Superfinanciera. Tomado de <http://www.superfinanciera.gov.co> el 11 de Octubre de 2008

¹⁶ CAJA DE HERRAMIENTAS PARA PYMES, Op. Cit. P. 9- 11

¹⁷ PYMES, La empresa día a día; Publicaciones especiales PORTAFOLIO; 2007

La Ley No 590 de 2000 es conocida comúnmente como la ley PYME, la cual tiene como objetivo principal, promover el desarrollo integral de las PYME en consideración de la generación de empleos, desarrollo regional, integración de sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y la capacidad empresarial. Asimismo, la ley estimula la formación de mercados más competitivos, partiendo de la promoción de establecimientos adecuados, que cuenten con las políticas adecuadas en cuanto a la gestión administrativa que estos deben seguir.

Dentro de la normativa se estipula claramente lo que se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, y se establecen parámetros de la siguiente manera:¹⁸

- Mediana empresa:
 - Planta de personal entre 51 y 200 trabajadores.
 - Activos totales por valor entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales vigentes.
- Pequeña empresa:
 - Planta de personal entre 11 y 50 trabajadores.
 - Activos totales por valor entre 501 y 5.001 salarios mínimos mensuales vigentes.
- Microempresa:
 - Planta de personal no superior a los 10 trabajadores.
 - Activos totales por valor inferior a 501 salarios mínimos mensuales vigentes.

Para lograr cumplir los objetivos, la ley especifica el acceso a mercados de bienes y servicios, en donde los empresarios son asesorados para poder participar en los mercados en los cuales actúan. De esta manera existe una orientación, seguimiento y evaluación por parte del ministerio de desarrollo económico, para posicionar de mejor manera a estas empresas. Igualmente se plantean políticas y programas de comercio exterior, y prácticas restrictivas para crear un entorno más competitivo.

¹⁸ Fuente: ley 540 de 2000

En cuanto al desarrollo tecnológico y talento humano, la institución principal encargada para la modernización de las PYME es el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas (FOMIPYME). Esta institución se encarga de ofrecer capacitación para el desarrollo a los empresarios, incluyendo sistemas de información, conservación de medio ambiente, y tramites ambientales entre otros.

Entre los objetivos de la ley se encuentra ofrecer acceso a mercados financieros, para las actividades propias de los negocios, entre ellas inversiones y capitales para operación. Es así que se dentro de la ley se incluyen los siguientes temas:

- Prestamos e inversiones destinados a las MIPYMES, (Artículo 34)
- Democratización del crédito (Artículo 35)
- Democratización accionaria (Artículo 36)
- Líneas de crédito (Artículo 38)
- Sistemas de Microcrédito (Artículo 39)
- Condiciones especiales de crédito a empresas generadoras de empleo (Artículo 40)

Por medio de estos mecanismos, el gobierno busca crear condiciones favorables para este tipo de empresas, fomentando el desarrollo de las mismas, introduciendo factores que le permiten a las empresas tener el respaldo del gobierno nacional para poder acceder al mercado financiero, el cual por efectos de políticas de riesgo, restringen de cierta manera el fácil acceso a recursos de capital.

Adicionalmente la ley incluye fomento para empresarios emprendedores y la creación de empresas. Para este tipo de negocios existen incentivos especiales como excepciones en regímenes tributarios, y soporte de recursos por parte del Fondo Nacional de Garantías, el cual apoya directamente proyectos emprendedores. Igualmente para los creadores de empresas existen líneas de créditos especiales, facilitando el crecimiento y desarrollo, para constituirlos dentro de los mercados.

A partir de 2004 con la Ley No 905 del 2 de Agosto de 2004, se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Entre ellas el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, reglamentara, las funciones del Consejo de MIPYMES de tal manera que se guarde armonía con las funciones establecidas en la Ley 590 de 2000 a los Consejos Superiores y en especial teniendo en cuenta los siguientes parámetros:¹⁹

- Debe propiciar la investigación de mercados y planes de exportaciones sectoriales y regionales.
- Promover la creación de sistemas de financiación y acceso a capitales.
- La gestión tecnológica y del conocimiento de las MIPYMES.
- Proporcionar el acompañamiento y asesoría de las MIPYMES.
- Establecer programas emprendedores y espíritu empresarial regional.
- Propiciar el desarrollo de programas y recursos de negocios.
- Podrá recomendar proyectos presentados al FOMIPYME, COLCIENCIAS, y el SENA.
- Fomentar la conformación de MIPYMES.

5.3 Caracterización de los negocios en el barrio Prado Veraniego

La principal estructura de las empresas en los sectores de industria, comercio y servicios en el país, son básicamente microempresas, representadas en el 90% del total de las empresas de Colombia. De este número de microempresas se debe destacar que la mayoría de estas corresponden a empresas familiares, que se ubican principalmente en los estratos 1, 2, y 3. Las pequeñas empresas cuentan con 9.099

¹⁹ Ley 905 de 2004

establecimientos con un promedio de 19 trabajadores por empresa generando un 6.05% de empleos en el país.²⁰

Las microempresas del país han ido adquiriendo una gran importancia en cuanto al desarrollo de la economía no solo nacional sino regional. Adicionalmente al aporte que hacen las microempresas en cuanto al empleo, también se puede destacar el aporte al desarrollo sectorial y de los mercados en los cuales estas se desenvuelven.

Algunas de las características por las cuales se pueden identificar las microempresas del país son:²¹

- La presencia de relaciones sociales de producción tradicionales, es decir sin división orgánica y con muy escasa división técnica del trabajo.
- Tener una organización y funcionamiento empresarial relativamente informal.
- Tener orientación hacia mercados tradicionales de escaso dinamismo y escaso poder de compra.
- Ser organizaciones semi-artesanales de producción.
- Bajo nivel tecnológico, baja intensidad de capital, baja productividad y poca rentabilidad.

Así mismo el comerciante que se encuentra dentro de estas microempresas también tiene ciertas características por las cuales se puede identificar. Entre ellas están:²²

- Ser una persona de edad madura, con la mayoría entre 25 y 44 años.
- Tener un nivel bajo a medio de educación y/o formación profesional (solo el 2.7 % ha alcanzado la educación universitaria completa).
- Cuentan con experiencia de varios años en la actividad productiva propia de su empresa, y con el conocimiento del oficio ganado a través de dicha experiencia.

²⁰ Fundecomercio. Condiciones de trabajo y salud en el comercio colombiano. Bogotá 1995.

²¹ DELGADO WISNER, Cecilia. Caracterización de la microempresa de punta. Universidad externado de Colombia. Bogotá 2007.

²² Fundecomercio., Op. cit., p 21

- Son motivados por el deseo de independencia y tienen expectativas de mantener una empresa modesta, capaz de proporcionarles su subsistencia propia y la de su familia.

En cuanto a los documentos y normas legales de las microempresas, se puede observar que todavía falta mayor control e implementación de estos sistemas. Debido a la misma organización empresarial y configuración comercial, se presenta en los pequeños negocios una rudimentaria estructura administrativa y de sus estados financieros. En la mayor parte de los casos, el manejo de los ingresos monetarios, la rotación de los inventarios y la cartera quedan al libre albedrío de su propietario, con la incertidumbre de mantener un capital de trabajo no muy apropiado para responder las expectativas de los clientes.²³

Una de las características de los pequeños negocios es la informalidad con la que se mueven en cuanto a la reglamentación y normatividad colombiana, en donde se encuentran los libros contables, registros de la Cámara de Comercio, licencias de funcionamiento, licencias de sanidad, entre otras. En la mayoría de los casos se encuentra que en las grandes ciudades, los pequeños negocios no cumplen con estas exigencias, lo que conlleva a la existencia de negocios informales. A partir de una investigación de Fenalco²⁴, se encuentra que el 68.4% de los negocios no llevan libros contables o registros de contabilidad, lo cual resulta en una tarea difícil analizar los estados financieros, para una correcta toma de decisiones gerenciales.

Adicionalmente se encuentra que en las grandes ciudades el 41.2% de los comerciantes no se encuentran registrados en la Cámara de Comercio, lo que significa que para el estado estas instituciones no existen, así laboren dentro de una comunidad o zona geográfica.²⁵

²³ *Ibíd.*, p 21

²⁴ *Ibíd.*, p 21

²⁵ *Ibíd.*, p 21

5.4 Gestión administrativa en la pequeña empresa

La falta de conocimientos en materia de administración es crítica sobre todo cuando se habla de pequeños empresarios, dado que por las condiciones del mercado, hoy en día cualquier individuo que desee ingresar al mundo comercial debe tener ciertas bases para manejar, y sacar el mejor provecho de su patrimonio.

Esta es la razón por la cual la cultura financiera y administrativa se vuelve vital para cualquier empresario, sin importar el tamaño de su patrimonio, debido a que de la buena o mala gestión que se haga, depende el éxito o el fracaso de su empresa.

Sin embargo, para el caso de los microempresarios estos conocimientos son más críticos, dado que sus recursos son más limitados que los de una gran empresa, que además cuentan con diferentes tipos de financiación, y su acceso a la misma es más fácil, y por ende pueden cumplir con sus obligaciones con mayor facilidad, y cubrirse frente a posibles eventos que restrinjan el ingreso de capital temporalmente. Son estos aspectos para los que las microempresas no están debidamente preparadas, o para los que no tienen tal capacidad de maniobra; y por lo tanto requieren de una buena gestión administrativa, para gozar los beneficios de una empresa saludable.

Los principios básicos que cualquier empresario debe saber sobre administración son la base de toda la gestión administrativa; la planeación dirección, organización y control, marcan el rumbo y la estructura de la empresa, saneando de esta manera todos sus procesos.

Ya está claro que existen grandes diferencias entre las pequeñas y las grandes empresas, y por ende se entiende que los procesos, y el resultado de la gestión administrativa en una microempresa no sea de la misma complejidad que en una gran empresa, y por este motivo los pequeños comerciantes tienden a menospreciar estos procesos, realizando una gestión más intuitiva.

La capacitación en las bases administrativas permitirán al comerciante a realizar planeaciones basados en flujos y análisis de las operaciones pasadas y en proyecciones de ventas, direccionar su negocio según sus expectativas y el estudio del mercado, organizar las tareas y procesos de modo que se vuelvan más eficientes aumentando la productividad, y finalmente llevar un control detallado de la operación con el fin de corregir fallas o de llevar un registro. Sin embargo su importancia radica en que desde este punto empieza la gestión administrativa, tratando dos puntos cruciales para estos comerciantes: la administración del dinero y la administración de los recursos.

La teoría implica que sugiere que los procesos de planeación, dirección organización y control deben estar presentes en esos dos aspectos; para tal efecto, la capacitación en administración del dinero pretende enseñarle al empresario el correcto uso de su flujo de caja, puesto que al ser empresas pequeñas, son también mucho más frágiles y más sensibles a los ciclos de la economía.

De igual forma la administración de los recursos le dará al comerciante conocimientos en materia de inventarios y principios básicos de mercadeo, de forma que puedan realizar planeaciones de inventarios basados en análisis de tendencia, disminuyendo costos de administración y de ventas; y apoyados en estrategias de mercadeo, aumentar las proyecciones de ventas.

Sin embargo la sola capacitación en materia de administración no es suficiente, puesto que se espera que para su total comprensión sea necesario que los empresarios adopten también tanto la cultura financiera como la administrativa, de manera que adopten estos conocimientos a su personalidad comercial, y de la misma forma estén en constante actualización de sus conocimientos en la materia.

Por lo tanto asumiendo que la máxima de una buena gestión administrativa basada en la planeación, dirección, organización y control, es sanear los procesos y tareas, dar estructura y dirección a la empresa, proyectar el futuro a corto plazo de la operación, y la retroalimentación de la misma; se entiende entonces que la finalidad de la misma es la maximización de la eficiencia y la productividad del negocio.

La administración del dinero en las pequeñas empresas es de crucial importancia, debido a que de esta depende el futuro de la empresa o su desaparición.

A diferencia de la gran empresa que cuenta con enormes recursos económicos, diversas líneas de financiación y una amplia gama de alternativas para enfrentar las contingencias de carácter financiero que se le pueda presentar, la pequeña y mediana empresa, no posee la misma capacidad de maniobra para enfrentar tan fuertes y prolongados períodos de estancamiento y recesión económica.

Es por eso que los empresarios de las PYMES deben manejar con sumo cuidado y con la más exigente delicadeza cada centavo de su capital, dado que por su tamaño y fragilidad, es a estas a las que primero golpean con dureza las épocas de crisis. Los primeros efectos las obligan a enviar a los trabajadores a sus casas o en el peor de los casos, disminuir sus reducidas nóminas.

Para esto se sugieren diez reglas que de ser seguidas correctamente aseguran una buena administración del dinero, y por ende un futuro sano financieramente para la empresa.

1. Trabajar con recursos propios
2. Redistribución de utilidades
3. Consolidar la empresa
4. Sentido del ritmo de crecimiento
5. Visión de mundo
6. Crecer solo es limitante

7. Finanzas
8. Saberse asesorar
9. Una empresa nunca debe ser medida por sus utilidades
10. El proveedor

5.5 El sector bancario en Colombia

El sector bancario colombiano es un sector dinámico que cuenta con varios competidores no solo locales, sino también extranjeros, que cuentan con grandes inversiones de capital. Este es un sector atractivo dada la rentabilidad que se ha mostrado a lo largo de los últimos años a pesar de las crisis económicas dentro y fuera del país. El sistema financiero se basa en la confianza de los ahorradores, y la gestión de las organizaciones para administrar estos recursos, de esta manera el ambiente externo juega un papel de vital importancia para el desarrollo y crecimiento de los bancos. Esto hace que el entorno sea incierto y cambiante, y se requiera un sistema de políticas para mitigar los riesgos que presenta el mercado.²⁶

Según datos de la Súper financiera, el sector bancario en el 2008 logró utilidades de \$4.86 billones, lo que representó una rentabilidad sobre el patrimonio de 18,4% y sobre activos totales de 2,3%. Por otro lado, el aumento del patrimonio en 2008 fue de 17,7% y el de los activos de 16,4%. La relación entre patrimonio y activos fue de 12,2%. Las inversiones, especialmente en TES, constituyeron 18% de los activos totales, y la cartera bruta 61,3%.

El sector bancario colombiano ha experimentado cambios en su estructura y regulación, en los últimos años. Estos cambios han obedecido a procesos de flexibilización de la

²⁶ Asobancaria

regulación o a políticas de estabilización desarrolladas durante períodos críticos de la economía colombiana. Durante la década del noventa, se desarrolló un período de consolidación del sector bancario. Esto, junto con la crisis de finales de la misma década, provocó la fusión y cierre de algunas entidades. El número total de bancos pasó de 32 en enero de 1991 a 27 en enero de 2001.

Es previsible que el estancamiento económico que se prevé durante 2009-2010, no tendrá sobre el sector bancario los efectos negativos que se han visto en otras regiones del planeta o que se presentaron cuando la crisis de finales de los años noventa. Pero eso no es motivo para que impere la complacencia. El riesgo de prestar ha subido últimamente. Con la desaceleración económica y con la mayor devaluación del peso, cambian radicalmente las perspectivas sectoriales. Algunas actividades que antes parecían sólidas y rentables, lo serán menos de aquí en adelante. En un entorno de estancamiento económico y de cambios en los precios relativos inducidos por la devaluación, se reducirán significativamente, en muchos negocios y empresas, los niveles sostenibles de endeudamiento.

5.5.1 Resultados del sector bancario y micro crédito en el 2008

Pese a las dificultades que ha presentado la economía colombiana y global en los últimos meses, al sistema financiero colombiano no ha tenido mayores inconvenientes en comparación con la situación financiera de otros países. Esto se puede ver materia de utilidades y solvencia patrimonial.

Una de las causas que demuestran que el sector no ha sido golpeado por la desaceleración de la economía global, se encuentra en que los créditos en mora siguen en aumento. A cierre de 2008, los establecimientos de crédito reportaron utilidades por 370.226 millones de pesos, representado en un aumento del 35% frente a los resultados que se presentaron a cierre de 2007, cuando las ganancias fueron de 274.185 millones de pesos. Entre estos establecimientos de crédito se encuentran las

instituciones bancarias, compañías de financiamiento comercial, y corporaciones financieras.

En Colombia, a partir del índice de solvencia se mide la fortaleza de los establecimientos de crédito. Este índice mide la relación que existe entre el total de los activos reales, es decir el total de los activos fijos y circulantes deduciéndole los gastos de depreciación y amortización y aquellas partidas compensatorias de elementos del activo, con relación a las deudas totales, es decir los recursos ajenos o total del pasivo.

En enero de 2009 el índice de solvencia del sector financiero en Colombia paso del 14.4% a 14.9% con respecto al año anterior. En cuanto a las instituciones financieras con mayor índice de solvencia se encuentra JP Morgan, con un índice de 100.1%, seguida por el banco Procredit (institución dedicada a micro finanzas), con 89.2% y la banca de inversión Bancolombia con 58.3%.²⁷

Otra de las instituciones financieras que se destaco fue el banco Bancaria con 32.9% el cual atiende el segmento de micro créditos, confirmando el buen desempeño de este tipo de créditos en el 2008. El desempeño de esta institución, junto a Procredit estuvo por encima de bancos tradicionales como el RBS (antes ABN Amor Bank) con 24.7% y el Citibank, con 17.4%, que cuenta con una gran trayectoria a nivel mundial. Adicionalmente, Bancolombia siendo el banco más grande de Colombia registro un índice de 16.5%.

El buen comportamiento del sector también se refleja en el crecimiento obtenido en el 2008, en donde las utilidades sumaron los 551.009 millones de pesos, creciendo un 94% con respecto al año anterior en el cual las utilidades sumaron 283.796 millones de pesos.

La cartera del sistema financiero cerró en enero de 2008 con un saldo de 147,1 billones

²⁷ Diario Portafolio

de pesos, con un aumento anual de 17,2 por ciento, reduciendo su tasa de 17.7% que se dio en Diciembre de 2008. La desaceleración obedece de manera especial al menor dinamismo de la cartera de consumo, que en enero crecía al 10,5 % anual.²⁸

El micro crédito registró un crecimiento anual de 58,3%, superior al 55,9% registrado en el periodo anterior. Esto se traduce en la fuerza que ha logrado obtener el segmento en los últimos años. Sin embargo se han presentado críticas a este comportamiento, manifestado en la preocupación de que la cantidad de desembolsos puedan afectar la salud de la cartera.

Una de las entidades especializadas en micro finanzas que, como todas, revisa sus políticas de riesgo es Procredit. Según Manuel Buriticá, este año se han acercado clientes para solicitar que se les refinance el pago de sus cuotas porque la desaceleración económica del país, sumada al desplome de las pirámides, los obligó cerrar sus negocios. Adicionalmente, manifiesta que en muchos casos los microempresarios han visto una reducción en sus ventas después de las fiestas navideñas, lo cual hace que no tengan la liquidez suficiente para el pago oportuno de sus cuotas.²⁹

Por otro lado Bancamía asegura también el deterioro de su cartera adjudicado al sobreendeudamiento de algunos de sus clientes. Según Margarita Correa, vicepresidenta de Bancamía muchas instituciones financieras hacen prestamos a la misma persona, haciendo que esta se sobre endeude, reduciendo su capacidad de pago de las cuotas a las diferentes entidades crediticias. Junto a esto se evidencia que el desplome de las pirámides ha afectado directamente a los microempresarios, los cuales han tenido que buscar nuevas alternativas de financiamiento. Se expresa también que esta situación se ha visto reflejada en algunos sectores como Boyacá, y

²⁸ Diario Portafolio. Recuperado el 3 de Enero de 2009 de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3256501>

²⁹ Diario la República. Recuperado el 4 de Febrero de 2009 de http://www.larepublica.com.co//archivos/GLOBO/2009-02-04/la-can-impulsara-las-microfinanzas_65354.php

algunos pueblos de Cundinamarca los cuales han generado mayores problemas de capacidad de pago a causa de ese fenómeno.

Sin embargo los planes de las instituciones dedicadas al segmento de micro créditos y micro finanzas mantienen las mismas estrategias, en los cuales no piensan dejar de desembolsar créditos. A pesar de la crisis financiera mundial, y el desplome de las pirámides a finales de 2008, que afecto directamente a estas instituciones, los planes se mantienen iguales, sustentados en el positivo crecimiento de las utilidades de las instituciones, e índices financieros.

Los clientes de las instituciones que atienden micro finanzas y micro créditos son microempresarios, cuyos créditos promedio oscilan entre los 500.000 pesos y los 3.500.000 pesos. Por parte de Procredit se desembolsó 40.000 millones de pesos en micro créditos a 10.000 clientes en todo el país, mientras que Bancamia desembolsó 377.450 millones de pesos en 217.000 créditos.

5.5.2 Comportamiento del mercado crediticio en Colombia

En Colombia las instituciones financieras están regidas por la Superintendencia Financiera de Colombia (Superfinanciera), el cual es un organismo técnico adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera y patrimonio propio. El objetivo principal de esta institución es preservar la confianza pública y la estabilidad del sistema financiero; mantener la integridad, la eficiencia y la transparencia del mercado de valores y demás activos financieros; y velar por el respeto a los derechos de los consumidores financieros y la debida prestación del servicio.

De esta manera el mercado financiero se encuentra controlado y supervisado por la Superfinanciera, a la cual se reportan las entidades bancarias y crediticias, y se protegen

los intereses de los consumidores financieros, entre ellos los microempresarios que buscan financiarse por medio de microcréditos.

Sin embargo el sistema financiero colombiano es flexible, dado a que en la normatividad colombiana vigente, las entidades financieras tienen autonomía para determinar las tarifas que cobran al público por la prestación de los servicios propios de su actividad sin que la Superintendencia financiera de Colombia tenga facultad para intervenir en las mismas ni regularlas. El valor de las tarifas o sus posteriores modificaciones son fijados a discreción por cada entidad toda vez que no existe norma que las regule o unifique sus montos. Por tanto, a falta de regulación legal expresa, habrá de estarse a lo estipulado en los contratos.

Por tal motivo las entidades financieras fijan las tarifas siguiendo sus propias políticas, teniendo en cuenta principalmente, el mercado dentro del marco de la libertad de la oferta y la demanda (competencia entre instituciones) y las condiciones especiales de la transacción celebrada.³⁰

Ya que cada institución financiera elige las tasa a las cuales debe prestar, el mercado se mueve libremente y ofrecen a los consumidores distintos tipo de tasas a las cuales pueden acceder.

La siguiente tabla muestra las tasas de los microcrédito de las instituciones más representativas del mercado financiero colombiano, dividida en establecimientos bancarios, compañías de financiamiento comercial y cooperativas financieras, a Enero de 2009, Diciembre de 2008 y Enero de 2008.

³⁰ Superfinanciera. Tomado de <http://www.superfinanciera.gov.co> el 14 de Abril de 2009

INSTITUCION FINANCIERA	MICROCREDITOS		
	ene-2009	dic-2008	ene-2008
ESTABLECIMIENTOS BANCARIOS			
CITIBANK		29,92	
CAJA SOCIAL BCSC	31,37	29,40	33,02
RED MULTIBANCA COLPATRIA		25,08	
AV VILLAS	30,65	26,92	31,92
BBVA COLOMBIA	31,55	25,19	27,19
DAVIVIENDA		25,96	26,61
POPULAR	26,28	26,50	22,74
BANCO AGRARIO	21,57	17,62	27,37
BANCOLOMBIA	31,33	25,72	32,03
BOGOTA	33,14	25,06	31,28
DE OCCIDENTE		23,55	
GNB SUDAMERIS COLOMBIA		24,83	
HSBC		23,48	
SANTANDER		22,51	
DE CREDITO	21,60	20,68	
PROCREDIT COLOMBIA	33,44	33,45	
BANCAMIA	33,86	33,83	
COMPAÑIAS DE FINANCIAMIENTO COMERCIAL			
FINAMÉRICA	33,25	33,13	32,55
MACROFINANCIERA		29,49	
SERFINANSA		29,48	
LEASING DE OCCIDENTE		24,99	
FINANCIERA INTERNACIONAL		24,46	
INVERSORA PICHINCHA		26,56	
GIROS Y FINANZAS	33,00	26,37	33,00
FINANCIERA COMPARTIR	31,60	28,68	33,63
FINANCIERA ANDINA	23,72	23,29	
DANN REGIONAL		20,64	
SUFINANCIAMIENTO		22,61	
GMAC DE COLOMBIA		22,80	
LEASING POPULAR		22,40	
CONFINANCIERA	26,73	22,62	27,80
LEASING DE CREDITO		18,52	
LEASING CORFICOLOMBIANA		19,89	
COLTEFINANCIERA		20,87	
LEASING BANCOLOMBIA		20,50	
BBVA LEASING		21,92	
COOPERATIVAS FINANCIERAS			
COOPCENTRAL	28,27	27,12	30,03
JURISCOOP		28,57	
COOMEVA		25,19	22,20
JOHN F. KENNEDY		27,70	
CONFIAR	28,45	26,35	28,94
COFIANTIOQUIA		25,61	
EMPRESAS PUBLICAS DE MEDELLIN		25,23	
COOTRAFA		24,68	

Figura 6³¹. Histórico de tasas de microcrédito

Según la tabla de tasas de interés según la modalidad de microcrédito, se encuentra que en promedio el tipo de instituciones que ofrece las menores tasas de este tipo de crédito son las compañías de financiamiento comercial, las cuales a finales de 2008 y comienzos de 2009 prestaron a una tasa promedio de 26.91% EA (efectivo anual) por

³¹ Superfinanciera. Tomado de <http://www.superfinanciera.gov.co> el 14 de Abril de 2009

debajo del promedio de los establecimientos bancarios y cooperativas financieras las cuales prestaron en promedio a 27.67% EA y 27.33% EA respectivamente. Adicionalmente se observa que la institución que ofreció menores tasas en el mercado a Diciembre de 2008 fue el Banco Agrario con una tasa del 17.62% EA, mientras que la institución financiera que tuvo las tasas más altas fue el Banco Bancamia, el cual atiende principalmente este tipo de crédito.

	CREDITOS DE CONSUMO	CREDITOS ORDINARIOS	MICROCREDITOS	CREDITO PREFERENCIAL	TARJETAS DE CREDITO
Máximo	31,25	30,21	33,83	31,53	31,44
Mínimo	18,52	12,92	17,62	12,34	25,74
Promedio	24,68	20,51	25,21	16,79	30,7
Desviación	2,89	3,76	3,71	3,63	1,31

Figura 7³². Comparación tasas de interés

A partir de los datos de la Superintendencia financiera de Colombia, los microcréditos en promedio se ubican en el segundo tipo de crédito más costoso entre los créditos más comunes del mercado, con una tasa de 25.21% EA. Sin embargo, la desviación estándar de las tasas de interés es de 3.71 lo que explica que se encuentren tasas desde 17.62% EA, a 33.83% EA en el mercado.

El tipo de crédito más costoso son las tarjetas de crédito, las cuales tienen tasas de interés en promedio de 30.70% EA. Por otra parte el tipo de crédito más económico que se ofrece en el mercado de créditos es el de crédito preferencial, el cual ofrece tasas en promedio de 16.79% EA.

Una de las causas principales por las cuales se dan estos resultados, en que los microcréditos se ofrecen a tasas considerablemente altas, se debe a que las instituciones financieras buscan cubrir el riesgo de los préstamos al cobrar a una tasa mayor. Las instituciones financieras buscan reducir los riesgos de sus operaciones

³² Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de la Superintendencia financiera de Colombia

crediticias, por lo cual eleva sus tasas en este segmento debido a las características de los clientes que se encuentran acá.

Una de las características que poseen las PYMES en Colombia, es que estas no pueden ofrecer mayores garantías al sistema financiero. Estas, al tener un capital de trabajo muy pequeño y al tener un patrimonio de pequeñas proporciones, no pueden ofrecer garantías predatarias a las instituciones financieras, las cuales buscan entre sus clientes métodos de recuperación de los créditos. De igual manera el capital de trabajo de este segmento no es tan fuerte como el de las grandes empresas, lo cual se considera como un riesgo importante para las instituciones financieras a la hora de recuperar los créditos. A esto se suma que en muchas de las PYMES la recuperación de cartera no es la más saludable, puesto a que estas empresas recuperan su cartera a plazos largos, lo que afecta directamente al negocio, dado que la operación del negocio debe reducir los fondos con los cuales opera. Por esta misma razón muchas de las empresas de estas características no tienen la capacidad de crear provisiones de cuentas de dudoso recaudo, debido a la gran necesidad de efectivo.

De esta manera las instituciones financieras analizan cada uno de los clientes PYMES, y estiman el riesgo en que se incurre al otorgar crédito a estas empresas. La preocupación más importante para las instituciones financieras a la hora de otorgar créditos, es medir la capacidad de pago que tiene el cliente, para evitar el riesgo de que este no pueda pagar la cuotas e incurra en incumplimiento.

Uno de los mecanismos usado por las instituciones financieras para poder cubrir este riesgo, es ofrecer tasas elevadas en el mercado. De esta manera al obtener mayores intereses, las entidades prestatarias, destinan una gran parte de lo recibido a las provisiones de incobrables de las empresas que no pueden cumplir con los pagos. Es decir que la diferencia que existe en las tasa de interés de microcréditos frente a otros tipos de créditos, se da debido a que esta diferencia se usa básicamente para mitigar los riesgos de mercado.

Aunque las tasas de microcrédito son más altas que otros tipos de crédito, estas mostraron un comportamiento positivo con tendencia alcista para el año 2008, como se puede observar en la siguiente grafica.

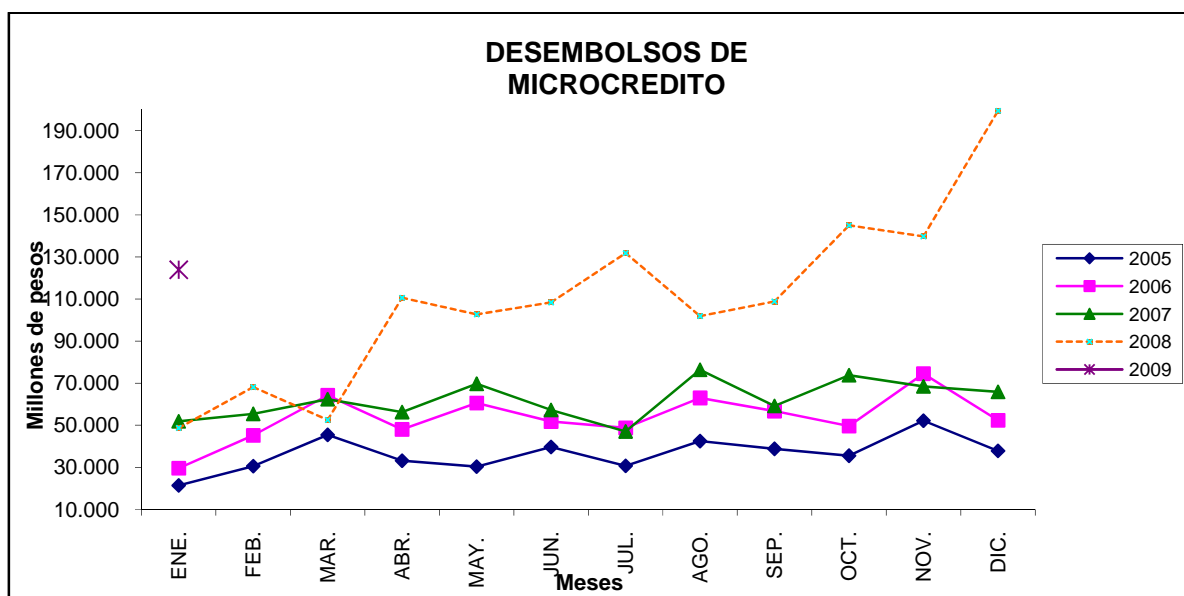


Figura 8³³. Desembolsos de Microcrédito

Sin embargo los microcréditos, aunque han empezado a crecer en el último año, este represento solo el 0.44% de los desembolsos realizados por las instituciones financieras por valor de \$ 1.317.761 millones de pesos. Según las cifras de la superintendencia financiera de Colombia, este es el tipo de crédito en el cual se registraron menores desembolsos en los años 2008, 2007, 2006 y 2005.

Por el contrario los mayores desembolsos en el 2008 se hicieron en sobregiros, los cuales representaron el 26.59% por valor de \$ 79.850.761 millones de pesos, seguido por los créditos ordinarios con una participación de 21.69% y valor de \$ 65.149.770 millones de pesos.

³³ Superfinanciera. Tomado de <http://www.superfinanciera.gov.co> el 14 de Abril de 2009

5.5.3 Requisitos para microcréditos

Algunas de las causas por las cuales muchos microempresarios no recurren a los bancos, y prefieren a los prestamistas se debe a que existe la idea que la documentación requerida por los bancos es demasiado estricta y que requieren de muchos documentos para otorgar créditos. Sin embargo existen muchas entidades, las cuales exigen a sus clientes pocas garantías como podemos observar a continuación.

El banco Bancamía ofrece un crédito sin codeudor para microempresarios, clientes nuevos o antiguos, máximo con 74 años de edad, con experiencia mínima de 10 meses en la actividad y 6 meses en el sitio de ubicación.³⁴

Los requisitos para solicitar este crédito son:

- Fotocopia de la cédula del solicitante.
- No estar reportado como moroso en centrales de riesgo.

Adicionalmente existe un crédito para mejoras locativas el cual es un crédito para microempresarios, clientes antiguos, propietarios de vivienda o local. Los cuales deben presentar presupuesto de la obra a realizar en su vivienda o local, y tener una experiencia de 10 meses en la actividad y 6 meses en el sitio de ubicación.

Los requisitos para solicitar este crédito son:

- Fotocopia de la cédula del solicitante, (cónyuge si lo tiene) de (los) codeudor(es) si los tiene.
- Si tiene propiedad raíz anexar certificado de tradición y libertad vigente o fotocopia del impuesto predial cancelado.

³⁴ Bancamía. Tomado de http://www.bancamia.com.co/credimia_locativas.php el 15 de Marzo de 2009

- Si el codeudor o cónyuge es asalariado, se debe presentar carta laboral o último desprendible de pago de la persona asalariada.
- No estar reportado como moroso en centrales de riesgo.
- Solicitante debe ser propietario de vivienda o local.

Por otra parte el Banco Procredit otorga créditos desde \$100.000 hasta \$55.380.000 para Capital de trabajo, Compra de activos Fijos y Consolidación de Pasivos. Plazos: Para Capital de Trabajo hasta 24 Meses y Activo Fijo: hasta 36 meses³⁵

Los requisitos que exige Procredit son:

- Ser dueño o propietario de un negocio o empresa que tenga mínimo un año de funcionamiento en el mercado.
- Permitir una visita en donde se brinda información completa y veraz
- Presentar documento de identidad (Cedula de Ciudadanía)

Por su parte el Banco Mundial de la Mujer otorga créditos a hombres y mujeres dueños de microempresas y pequeños negocios con más de un año de funcionamiento, quienes deben presentar la cédula de ciudadanía original y con la ayuda de la informadora diligenciar un sencillo formulario de solicitud de crédito. Un analista de crédito se encarga de realizar la visita al negocio y a la vivienda para recoger información que permite definir si el crédito es viable. La aprobación o denegación del crédito está en responsabilidad de un comité que da su respuesta en tres o cuatro días. Mediante una llamada el analista de crédito informa el lugar y la hora en que el microempresario o microempresaria puede recibir su dinero, los días en que debe cancelar sus cuotas, las cuales son fijas de acuerdo a su capacidad de pago.³⁶

³⁵ Procredit. Tomado de http://www.bancoprocredit.com.co/Inicio/Productos_Micro/tabid/71/language/es-CO/Default.aspx el 15 de Marzo de 2009

³⁶ WWB Colombia. Tomado de <http://www.fwwbcol.org/index.php/productos-wwb/obtener-credito> el 15 de Marzo de 2009

La red de microcrédito incorpora una agrupación de instituciones que ofrecen oportunidades crediticias a microempresarios Bogotanos. Entre ellas se encuentran:

- Acopi
- Actuar
- Banco Agrario
- Banco Caja Social
- Banco de las Oportunidades
- Bancolombia
- Comfama
- Comfenalco
- Confiar
- Cooperativa Belén
- Cooperativa Financiera de Antioquia
- Corporación Mundial de la Mujer
- Esumer
- Fomentamos
- Fondo de Garantías de Antioquia
- Megabanco
- Microempresas de Antioquia
- Promotora de Comercio Social
- Universidad Pontificia Bolivariana

El apoyo brindado por la Red de Microcrédito está dirigido a todas las personas que tienen empresas o ideas de negocio claras. Entre este público se cuentan los ciudadanos y las ciudadanas que cumplen con los requisitos del Banco de las Oportunidades. Los cuales son:

- Tener una empresa o idea de negocio clara.
- Cumplir con los requisitos solicitados por la entidad de la Red de Microcrédito que apoye su empresa o idea de negocio.

Por su parte Bancoldex como banco de segundo piso, apoya el financiamiento de las empresas mediante el otorgamiento de créditos a través de los intermediarios financieros con cupo en Bancóldex tales como bancos, corporaciones financieras, compañías de financiamiento comercial, cooperativas financieras, cooperativas de ahorro y crédito, cooperativas multiactivas, fondos de empleados, cajas de compensación y fundaciones especializadas en microcrédito. Es decir, los trámites para la presentación de documentos, estudio y aprobación del crédito se hacen directamente ante el intermediario financiero.



Figura 9³⁷. Proceso de Financiación BANCOLDEX

Para el acceso a microcréditos Bancoldex aconseja a los microempresarios a

1. Identificar la modalidad de crédito más adecuada de acuerdo con las características de su empresa y el destino de los recursos.

³⁷ Bancoldex. Tomado de <http://www.bancoldex.com/contenido/contenido.aspx?catID=271&conID=698> el 15 de Marzo de 2009

2. Dirigirse al intermediario financiero que prefiera (Bancos, Corporaciones financieras, compañías de financiamiento comercial, Leasing, cooperativas, fundaciones especializadas en microcrédito, fondos de empleados y cajas de compensación) que cuente con cupo de crédito en Bancóldex y solicite el préstamo. Cada entidad financiera le informará los requisitos, documentos y las garantías necesarias para tramitar su solicitud.
3. Radicar los documentos requeridos en la entidad financiera para su respectiva evaluación.
4. Si las garantías que el empresario ofrece resultan insuficientes según el criterio del intermediario, puede complementar el respaldo con las garantías que ofrece el Fondo Nacional de Garantías. El intermediario financiero solicitará la garantía, en caso de requerirla, al Fondo Nacional de Garantías.
5. Si el crédito es aprobado por la entidad financiera, esta solicitará los recursos a Bancóldex.
6. Bancóldex desembolsará y la entidad financiero entregará los recursos a la empresa.

Los intermediarios financieros, con los cuales Bancoldex realiza sus operaciones.

- Emprender
- Crediflores
- Cafam
- Fevi – Fondo de empleados AV Villas
- Coopercafe – cooperativa cafetera de ahorro y crédito
- Fincomercio
- Coopsena – Cooperativa multiactiva de trabajadores del SENA
- Coopedacc – Cooperativa multiactiva de la aviación civil colombiana
- Juriscoop
- Cemcol – Cooperativa microempresarial
- Coperagro
- Corporación minuto de Dios

- Corbanca
- Activacoop
- Cooperativa SOMECE
- Fondo de empleados COOLEVER
- FIMSA – financiera de microcrédito

Para realizar esto BANCOLDEX recomienda a los microempresarios tener las siguientes características para garantizar el éxito de los créditos.

- Demostrar capacidad de pago: Resulta de la diferencia entre los ingresos mensuales demostrables de la empresa y sus compromisos o gastos mensuales, resultado que servirá para establecer los recursos con que usted atenderá los pagos del crédito.
- Demostrar hábito de pago: Muestra el cumplimiento que se ha tenido en el pago de sus obligaciones con las diferentes entidades que reportan a las centrales de información (Data crédito y CIFIN). Esta información le permite al intermediario financiero conocer que tan buena acreedor es.

5.6 Bancarización de pequeños comerciantes

Se denomina bancarización al mecanismo para lograr que cada vez más personas de diferentes estratos logren acceder a los sistemas financieros. Su importancia radica en la facilidad que da para la adquisición de los productos y servicios financieros, y en qué contribuye a que las personas y sus negocios obtengan fuentes de financiación efectivas que les permitan alcanzar mayores niveles de desarrollo³⁸.

Es decir que la bancarización es un mecanismo que dicta los parámetros de cómo debería estar estructurado una microempresa no solo para tener más facilidad y acceso

³⁸ Grupo Bancolombia. Tomado de <http://www.grupobancolombia.com/home/saladeprensa/Contenido/2009/mediosInstitucionales/novedades/novedadesEnero2009.pdf> el 31 de Enero 2009

a los sistemas financiero, sino que aún más importante es un mecanismo que permite el desarrollo.

El reporte de bancarización en Colombia de Junio del 2008 muestra que la tendencia de los microcréditos a Junio de 2008 es expansiva con un crecimiento del 15% frente al mismo periodo del año anterior, y a pesar que de este crecimiento solo el 28% del total se encuentra repartido en las tres ciudades principales (Medellín, Cali, Bogotá), además el 79% de los municipios del país, presentan crecimiento en su índice de microcrédito, demostrando un fortalecimiento de la actividad financiera en el país³⁹.

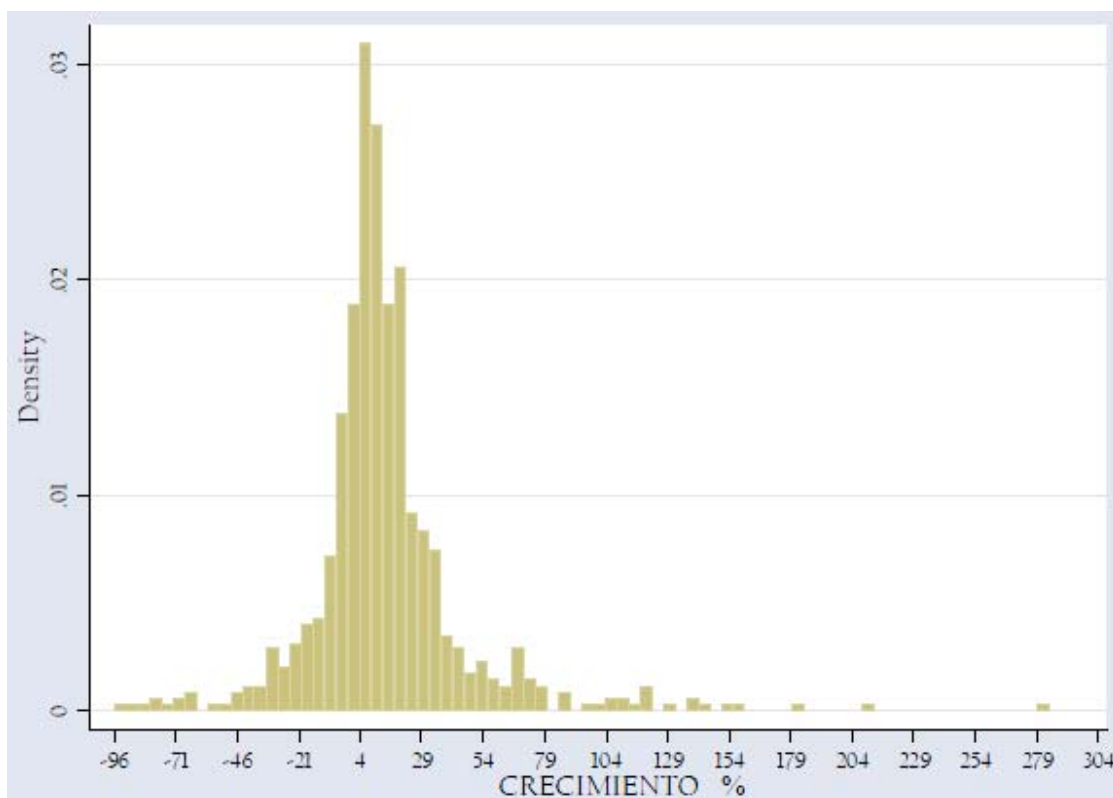


Figura 10. Crecimiento del índice para microcrédito

Sin embargo, pese que el nivel de desembolsos en microcréditos a aumentado significativamente, el cuadro a continuación expone que en el sector empresarial, la cantidad de empresas con acceso a microcrédito tuvo un retroceso revelando una

³⁹ Asobancaria, Reporte de Bancarización Junio 2008, Recuperado el 22 de Abril de 2008 de http://www.asobancaria.com/upload/docs/docPub4649_7.pdf

tendencia contraria al índice general del país, esto demuestra dos alternativas, o bien el sector microempresarial prefiere otros métodos de financiación, o bien el acceso al crédito para los pequeños empresarios del país es ahora más difícil.

Producto	Empresas		Diferencia
	Jun-07	Jun-08	
Cuenta de Ahorro	243.760	278.187	34.427
Cuenta Corriente	268.950	297.272	28.322
Cartera Total ^{1/}	104.382	121.935	17.553
Cartera Comercial	90.623	107.631	17.008
Cartera Consumo	16.687	16.841	154
Cartera Vivienda	817	530	-287
Microcrédito	2.562	2.402	-160
Tarjeta de Crédito	47.015	48.978	1.963

1/ No incluye tarjeta de crédito.

Figura 11⁴⁰. Bancarización a nivel nacional - Empresas

Esta dificultad es fácil de explicar al analizar las características actuales de los pequeños empresarios del país concluyendo que en general se presentan:

- Altos niveles de pobreza e informalidad
- Ausencia o incapacidad para demostrar la existencia de garantías
- Poca información sobre disponibilidad de servicios financieros y sus costos
- Bajos niveles de escolaridad
- Limitada cultura financiera

De modo que tanto para facilitar el acceso al sistema financiero como para aumentar los beneficios, una microempresa debe cumplir en primer lugar con cierto grado de formalización, queriendo decir entonces que con esto se obligaría a llevar registros

⁴⁰ Ibid., p 6

transparentes de acuerdo a la legislación nacional, incluyendo en estos registros los documentos de constitución y registro de la empresa, registro contable de la misma, y registros tributarios tales como declaración anual de renta.

Con este primer paso el empresario estaría en capacidad de demostrar garantías relacionadas directamente con su empresa y su respectiva actividad, no obstante es necesario también que el empresario tenga un adecuado nivel de capacitación en temas relacionados con su negocio, en el caso de los pequeños comerciantes debe estar familiarizado con temas en materia de administración (planeación, organización, dirección y control), finanzas y mercadeo, con el propósito de estructurar su negocio en base de planeaciones y proyecciones de inversión relacionados con mejorar la eficiencia y productividad de la operación de modo que esto le facilite la consecución de financiación.

6 METODOLOGÍA

Siguiendo el modelo de metodología para investigaciones de Carlos Méndez⁴¹, se plantea realizar una investigación cuantitativa, pues al tratar un problema con enfoque financiero, se asume que las variables que afectan directamente al problema, más que situacionales son cuantificables, de modo que este tipo de investigación permitirá un mejor análisis de la situación a través del estudio y simulación de las variables que interactúan en el problema.

Por lo tanto hará parte de esta investigación y serán objeto de estudio:

6.1 Hipótesis

El desconocimiento en materia de gestión financiera impide la generación de riqueza para los pequeños comerciantes del país.

6.2 Variables

Se tomarán como variables dependientes las líneas de crédito basadas en tasas de interés y periodos de pagos, por lo tanto las variables independientes serán los tipos de financiación existentes.

6.3 Tipo de estudio

Esta investigación pretende encontrar razones mediante las cuales se pueda demostrar que la mala gestión administrativa, y especialmente la financiera ocasiona la pérdida de capital en los pequeños negocios, generando así una tendencia al empobrecimiento de este sector de la economía del país.

⁴¹ MÉNDEZ, Carlos. Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Bogotá. Ed. Limusa, 2008., p 137

Así, se opta por realizar un estudio tanto exploratorio como explicativo; lo que permitirá profundizar en este tema sacando a relucir las explicaciones del porqué de este fenómeno.

6.4 Diseño de la investigación

Se realiza una investigación no experimental, de modo que los resultados obtenidos serán apropiados para analizar y simular la situación real por la que atraviesan los comerciantes; y el fruto de estos análisis permitirá hacer recomendaciones que se ajusten mejor a las necesidades de estos mismos.

6.5 Instrumentos de recolección

Como instrumentos de recolección de datos se usaran:

1. Observación directa
2. Encuestas
3. Entrevistas con expertos

De esta forma se espera contar con información real y confiable, obtenida en primer lugar de los mismos investigadores, quienes en base a sus conocimientos y a lo observado en un primer análisis de la muestra, juzgaran y tomaran nota en base al fenómeno que se está estudiando.

Sin embargo esta primera observación no es suficiente, puesto que se tiende a generalizar situaciones, o a confundir eventos, lo que restaría confianza a la información recolectada. Es por esto que se apela a la experiencia de expertos en el estudio de la problemática, y a sus directos implicados, mediante la aplicación de entrevistas y encuestas, que proporcionarán información de primera mano, y con la veracidad suficiente para apoyar la observación realizada por los estudiantes, y por lo tanto sustentar la investigación.

6.6 Procedimientos

A través de la delimitación del problema, se procede a establecer los objetivos generales y secundarios de la investigación. Obtenemos entonces que la investigación se lleva a cabo de la siguiente manera:

1. Observación directa
2. Elaboración marco teórico
3. Diseño de instrumentos
4. Prueba piloto de los instrumentos
5. Aplicación de instrumentos de investigación
6. Entrevistas personales
7. Análisis información primaria y secundaria
8. Conclusiones y recomendaciones

Con la observación directa se pretende tener una primera impresión de la realidad, basada en argumentos propios, se podrá dar una primera comparación entre lo que está pasando en realidad, con lo que es más apropiado o lo que se cree que debería pasar.

Se da lugar entonces a la elaboración del marco teórico con el objetivo de tener tanto material de consulta, para contextualizar el tema, como una base de comparación entre la teoría y la práctica llevada a la realidad.

El siguiente paso es el diseño de los instrumentos de investigación, cuyo objetivo es facilitar la misma y fundamentar su contenido. En este caso las encuestas muestran la información real, obtenida de los directos implicados; se estima que la información, pese que su fuente no sea 100% exacta, proporciona perfil apropiado de la situación, una vez que la información sea debidamente tabulada.⁴²

⁴² *Ibíd.*, p 137

Una vez diseñadas las encuestas se realiza una prueba piloto, de modo que se pueda verificar la utilidad de estas, la importancia y veracidad de la información obtenida, de modo que se pueda aplicar las encuestas a todos los casos, obteniendo la información necesaria para desarrollar el análisis posterior.

Se da paso entonces a la realización de entrevistas a individuos implicados en el caso, tanto por sector financiero, como con los tenderos, para lo cual se le realiza una entrevista a la señora Sandra Moncada, directora del programa de tenderos del Banco Caja Social – Colmena (BCSC), cuyo objetivo es dar a conocer el punto de vista del banquero del caso. Por otro lado se busca apoyo en la señora Esperanza Ariza, comerciante del sector de Prado Veraniego en la ciudad de Bogotá, quien también entrega su punto de vista; y como persona neutral se entrevista al señor William Orbezo, funcionario de Fenalco y encargado del programa “Fenaltendas”, quien suministra un punto de vista objetivo y neutral del caso; de cada uno se obtendrá material que pueda usarse como fuente o recurso de investigación.

Por último y teniendo en cuenta toda la información recopilada se da lugar al análisis de los resultados, para llegar a las posteriores conclusiones sobre la problemática, y por lo tanto a las recomendaciones de los investigadores para contribuir a la solución de esta.

7 RESTRICCIONES FUENTES PRIMARIAS

Dado que el objetivo del trabajo es representativo, por lo cual se ha tomado una muestra del total de la población se tendrán las siguientes restricciones:

- Las fuentes solo se podrán encontrar dentro del perímetro de investigación previamente establecido.
- Debido a la naturaleza del grupo de investigación objetivo, todo aquel negocio que sobrepase los 501 SSMLL (\$ 231'211.500.00) en capital y/o patrimonio, será descartado.
- Cualquier negocio que sobrepase el número de diez empleados no será considerado como pequeño negocio y por lo tanto será descartado.
- La información sujeta a suposiciones y/o predisposiciones no será tomada en cuenta.
- Algunos comerciantes temen suministrar información por considerar que puede ser utilizada en su contra (DIAN u otros organismos del estado).

8 ESTUDIO DE LA MUESTRA

Como se menciona anteriormente las PYMES en Colombia tienen una gran importancia, y se cuenta con alrededor de un millón de este tipo de organizaciones. Según Confecámaras para el año 2001 existían 43.242 pequeñas empresas y 8.041 medianas empresas registradas. Por otra parte según el DANE se contaba con 967.315 micro establecimientos.⁴³

Teniendo en cuenta esto, para tomar una muestra representativa para el estudio se usó el método de muestreo de juicio ya que para esta investigación no se contaba con recursos y el tiempo suficiente para obtener una muestra más precisa, debido al gran tamaño de la población de PYMES en todo el territorio nacional. Igualmente, al existir un problema de legalidad e informalidad en muchas empresas de la población, se dificulta aún más la identificación objetiva de este tipo de empresas.

De esta manera los negocios tomados como muestra representativa se tomaron por juicio personal, siendo el parámetro principal la observación directa por parte de los estudiantes observando los negocios del sector seleccionado. La muestra de juicio es considerada una muestra probabilística, puesto a que este método está basado en los puntos de vista subjetivos de los investigadores. Es así que la teoría de la probabilidad no puede ser empleada para medir un error de muestreo.⁴⁴

El método de observación es un proceso de conocimiento por el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en el objeto de conocimiento. La observación supone unas condiciones especiales en su empleo. Estas son:⁴⁵

- Debe servir para lograr resultados de los objetivos planteados en la investigación.
- Debe planearse de una manera sistemática. El investigador debe definir que quiere observar y cuáles son sus posibles resultados.

⁴³ DANE, primera encuesta nacional de micro establecimientos de comercio, servicios e industria, 2001

⁴⁴ Introducción al muestreo en poblaciones finitas, Cid, A Delgado, C y Leguey S (1999), editorial nuevas estructuras

⁴⁵ MÉNDEZ, Carlos. Op. cit., p 137

- Debe controlarla sistemáticamente el investigador y estar relacionada con proposiciones teóricas referidas al objeto de investigación. Por ello, quien observa debe conocer el marco teórico el cual fundamenta su investigación.

Así, para efectos del estudio se decidió segmentar el estudio geográficamente, en la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá, en el barrio Prado Veraniego UPZ 19 (Unidad de Planeamiento Zonal).

En este sector se puede tomar una muestra representativa de los pequeños negocios del país. Los estratos que se pueden encontrar dentro de la localidad de Suba van desde el estrato 2 hasta el estrato 5, siendo el estrato 3 el más representativo con un 36% del total de la localidad. Dentro de la localidad el tipo de actividad urbanística que predomina es la residencial con el 61% seguida de la actividad comercial con el 22% en donde la mayoría de las empresas que participan en este mercado obedecen a las estructuras de microempresas. Dentro de la localidad de Suba se destaca la UPZ 19, que hace referencia a Prado. Dentro de esta UPZ se subdividen los barrios de Prado Pinzón, Prado Veraniego, Prado Veraniego norte y Prado veraniego sur, de donde se toma la muestra representativa de negocios, para llevar a cabo la investigación. La UPZ-19 limita al norte en la Av. La Sirena (calle 153), al sur con la Av. Rodrigo Lara Bonilla (calle 127), al oriente con la Av. Paseo de los Libertadores o Autopista Norte y al occidente con la Av. Córdoba (carrera 46), Canal de Córdoba.⁴⁶

Antes de realizar las encuestas para la investigación, se realizó una prueba piloto para encontrar una muestra más precisa. Como se analizó en el anteproyecto de esta investigación, la prueba piloto mostró que la mayoría de los negocios en la zona en cuestión, poseen características similares, y homogéneas, lo que permite usar la metodología planteada, y el tipo de muestreo por conveniencia por medio de la observación.

⁴⁶ Alcaldía de Bogotá. Tomado de <http://www.bogota.gov.co/decide.php?patron=1.0107> el 28 de Agosto de 2008

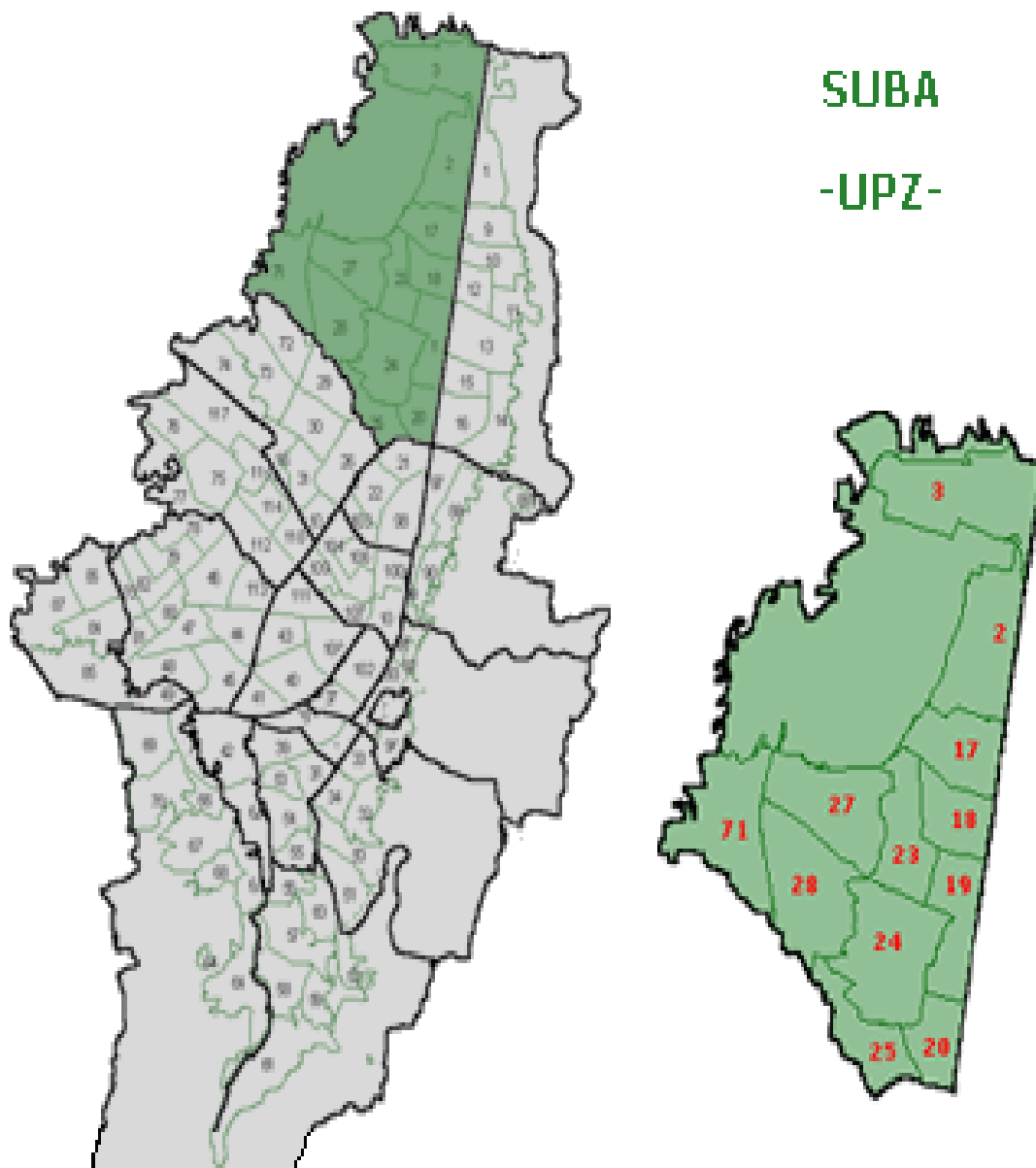


Figura 12⁴⁷. Mapa de la localidad de suba y división de UPZ's

⁴⁷ Alcaldía de Bogotá: Tomado de <http://www.bogota.gov.co/motor/redirect.php?id=6469&link=http://mapas.idu.gov.co/internet> el 28 de Agosto del 2008

9 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

El estudio realizado en el sector de Prado Veraniego se realizó en un periodo de dos meses, en los cuales se recolecto información que es usada como fuente principal en los posteriores análisis y esquemas.

De este estudio se encontró en primer lugar que existe una consistente falencia del sector en cuanto al sector financiero en general, sin embargo el índice más preocupante es el total desconocimiento de tasas de interés, tipos de tasas de interés y el manejo de las mismas.

Las encuestas demostraron que para estos comerciantes es igual que se les hable en términos de intereses anuales (Efectivo Anual) o de intereses mensuales, pues su desconocimiento del tema les hace pensar solamente en el porcentaje del que les están hablando, y sobre este porcentaje hacen los cálculos de cuanto les cuesta un crédito; esta es una de las razones por las cuales se nota la inconformidad con los bancos, pues mientras en un banco o cualquier entidad financiera le calculan sus créditos en términos anuales, en la calle se los expresan en términos mensuales, de modo que al comparar una tasa efectiva anual, contra una tasa mensual, es lógico que los comerciantes sientan que los intereses del sector financiero son muy altos comparados con los que pueden encontrar en la calle.

Sin embargo los altos intereses por los que reclaman los comerciantes son solo la segunda razón con el 29% de la inconformidad con los créditos bancarios; el 36% de los encuestados argumentan que el principal motivo por el cual no acuden al sector bancario en busca de créditos es el exceso de garantías y requisitos que se les pide para poder acceder a una crédito, lo cual en muchos casos les impide la obtención de este, o en otros casos el papeleo es muy extenso y les demora mucho tiempo el desembolso del dinero; mientras que el 24% expresan no tener conocimientos del manejo de estos créditos o no tener necesidad de los mismos.

Estos resultados reflejan los intereses de los comerciantes en cuanto que es lo que más valoran a la hora de optar por un crédito bancario, en donde la exigencia de pocas garantías y el desembolso rápido del dinero suman el 45%, mientras que el 42% si se fija solamente en la tasa de interés que le cobran por el crédito.

Por esto y según las expectativas, la principal razón por la cual los comerciantes recurren o recurrirían a un prestamista en busca de financiación, se debe a que estos no les exigen garantías, más bien y según los comerciantes, es un pacto verbal.

En cuanto a las preferencias los métodos y la principal fuente de financiación de los comerciantes, se encontraron algunas inconsistencias, tal vez por alteración de las respuestas por cualquier razón, o por falta de conocimiento de todas las opciones; sin embargo el factor común es que los bancos o el sector financiero en general no ocupa el primer puesto, pues con un promedio aproximado del 24% en las tres preguntas realizadas, es la segunda opción que miran los comerciantes cuando necesitan financiarse de alguna forma.

Finalmente en cuanto a la financiación como tal, se encontró que el monto por el cual se requiere financiación, oscila principalmente entre un millón de pesos, y cinco millones, que son destinados principalmente como capital de trabajo, es decir que se usa para pagar proveedores, nómina, costos fijos del negocio, y otros costos y gastos necesarios para la operación del mismo. No obstante es inquietante descubrir que el 17% requiere financiación para cubrir deudas incluso con otras entidades financieras, lo que refleja una mala administración del dinero.

Según lo anterior, se puede concluir:

- Hay total desconocimiento en cuanto al tema de las tasas de interés.
- Los bancos u otras entidades financieras no son la primera opción de financiación de los comerciantes.

- Los comerciantes prefieren apalancarse con sus parientes o en la calle antes que acudir al sector financiero.
- Las altas tasas de interés no son el principal motivo por el cual los comerciantes no acuden a los bancos.
- El factor más importante para un comerciante al pedir un crédito es que no le exijan muchas garantías y que le desembolsen el dinero rápido.
- El motivo por el cual prefieren financiarse con prestamistas, es por la falta de requisitos.
- El principal monto por el cual se requiere financiación oscila entre \$1.000.000 y \$5.000.000
- El destino principal de los recursos obtenidos por medio de financiación es al capital de trabajo y operación del negocio.
- El porcentaje de créditos que se destinan a cubrir deudas u otros créditos es relativamente alto.

Por otro lado, y en base a las observaciones recopiladas durante el estudio, se puede concluir:

- No existen conceptos claros de administración del dinero, por lo cual los recursos obtenidos de financiación corren el riesgo de convertirse en “dinero del bolsillo”.
- Falta capacitación en temas relacionados con la administración en general.
- Existe una notable desconfianza e inconformidad hacia el sector bancario.
- Hay un resentimiento hacia las clases sociales altas y grandes empresas.
- Argumentan inconformidad con las políticas del gobierno en cuanto al microcrédito.
- Expresan falta de atención del gobierno a este sector (comerciantes) en específico.
- Los costos de financiación a través del sector bancario son altos.

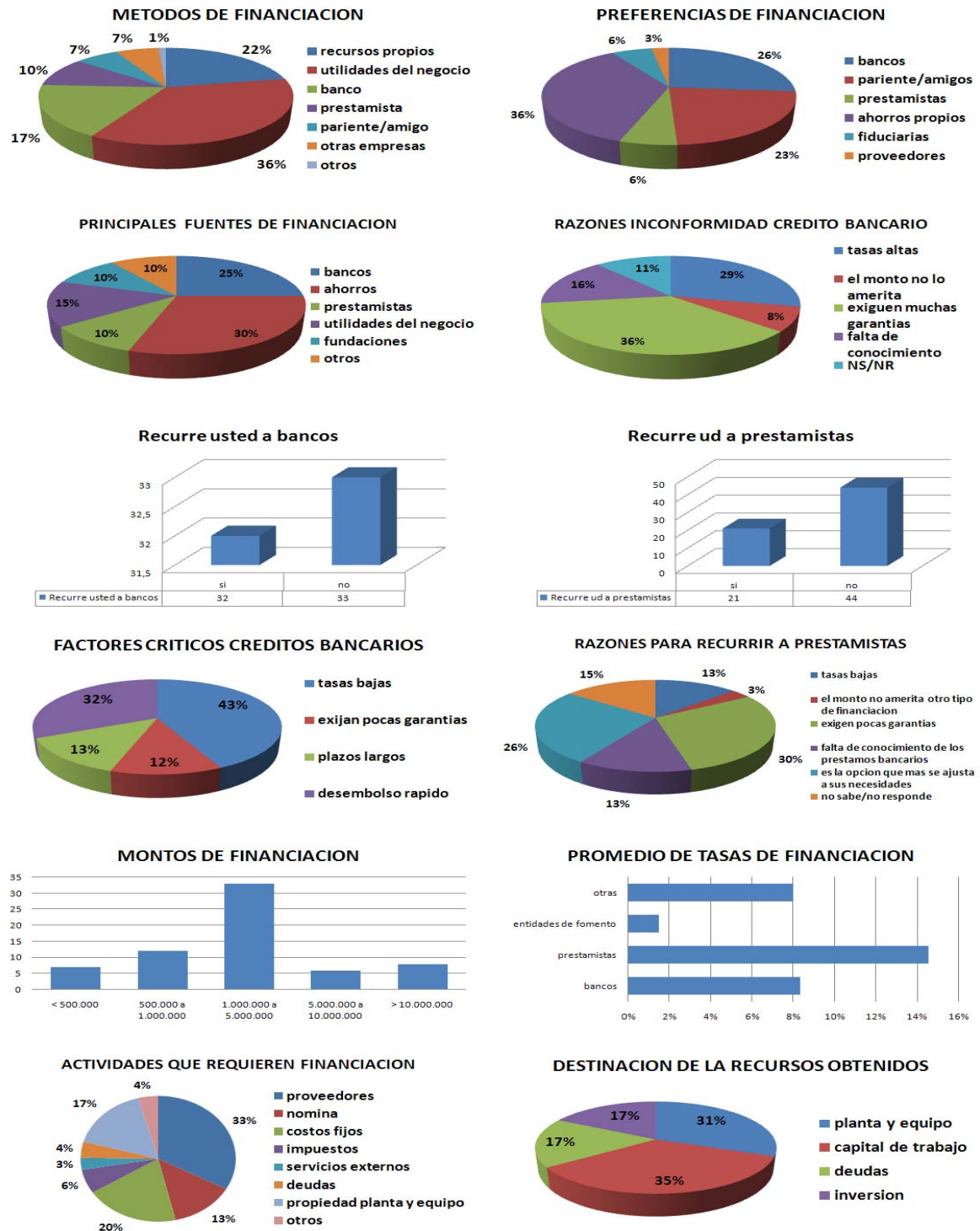


Figura 13⁴⁸. Análisis de resultados de las encuestas

⁴⁸ Fuente: Elaboración propia

10 ENTREVISTA CON EMPRESARIO DEL SECTOR PRADO VERANIEGO

Para el soporte de esta investigación se realizó una entrevista telefónica con la señora Esperanza Ariza, la cual es una empresaria del barrio Prado Veraniego de la localidad de Suba. Para la entrevista se realizó un cuestionario, el cual muestra un caso de las situaciones en las cuales las MIPYMES operan en este sector.

Las preguntas que se hicieron fueron las siguientes:

1. *¿A qué se dedica el negocio?*

El negocio es una lavandería acorde a su naturaleza de micro empresa, que atiende a los clientes que normalmente son los mismos habitantes de la zona, los cuales llevan sus prendas de vestir cada vez que necesiten usar los tipos de lavado que la lavandería ofrece dependiendo del tipo de prenda.

2. *¿Cómo fue creado el negocio?*

El negocio comenzó a partir de la idea de la señora Esperanza Ariza, la cual fue motivada por sus hermanos, los cuales también habían incursionado en el negocio de las lavanderías en otros barrios de la ciudad de Bogotá. De esta manera con el apoyo del señor Hernando Rodríguez (esposo de Esperanza Ariza), se juntó un capital recibido a causa de una indemnización del señor Hernando, el cual se destinó para la compra de la maquinaria para operar.

3. *¿Se buscó alguna fuente de financiación para la creación del negocio?*

Principalmente se uso todo el capital que quedo a partir de la indemnización; adicionalmente se acudió a un préstamo bancario para la compra de una maquina secadora, la cual es una herramienta fundamental en el negocio de las lavanderías.

4. *¿Alguna vez se pidió prestado a un prestamista informal?*

En una ocasión, para el pago de de la nómina de los trabajadores, se acudió a este tipo de préstamo. Sin embargo la señora Esperanza asegura haber tenido una mala experiencia, ya que las personas que ofrecen este tipo de crédito no inspiran confianza y hacen que exista cierto temor por la prestación de los servicios.

5. *¿Cómo se ha mantenido el negocio hasta el día de hoy?*

La lavandería ha conservado el mismo esquema desde su creación, en donde toda la gestión administrativa la realiza la señora Esperanza Ariza, y los cargos operativos son realizados por otros cinco trabajadores. Se asegura que lo que les ha permitido mantenerse en el mercado es el trabajo duro y el buen servicio que se le presta a los clientes para brindarles confianza y que estos vuelvan en una próxima ocasión.

6. *¿Cómo se realiza la administración?*

Como se menciono anteriormente la encargada de la toma de decisiones es la señora Esperanza Ariza, quien es la encargada de registrar la contabilidad, la compra de los químicos que se usan, el pago de la nomina y resolver las eventualidades que pueden pasar. Cabe anotar que esta administración es de manera informal y los registros de todos los movimientos de efectivo se llevan de manera manual en cuadernos en los cuales se registran todas las entradas y salidas de efectivo.

7. *¿Se ha buscado algún cambio en cuanto a la gestión administrativa?*

Se asegura que este método ha funcionado perfectamente y no ha tenido inconvenientes, puesto a que la única encargada de manejar las cuentas es la propietaria del negocio. Adicionalmente se comenta que dicho sistema es un sistema sencillo el cual no gasta mucho tiempo, por lo que la administradora puede completar todas sus tareas.

8. *¿Cómo se maneja el capital de trabajo?*

Como se menciono anteriormente el pago de todos los costos y gastos se hacen directamente a partir de los ingresos de las ventas que se encuentran en la misma caja.

Todo el flujo de efectivo se realiza de manera física, ya que dice el encuestado que esto mejora la eficiencia porque el movimiento es inmediato.

9. ¿Cuál es la principal amenaza que enfrenta el negocio?

La principal amenaza que tienen es que no existe una ciclicidad en las ventas lo que hace que los ingresos varíen mucho, ya que las ventas son aleatorias sin depender de ninguna fecha. También se comenta que en el sector han aparecido otras lavanderías las cuales ofrecen servicios de costura lo que hace que varios clientes opten por ese tipo de negocios.

10. ¿Qué se ha hecho para solucionar estos inconvenientes?

Desde hace un año se subcontrato a una señora a la cual se le manda hacer el trabajo de costura, y que se le paga por cada tipo de prenda. A esta señora se le paga una comisión por cada prenda que se le manda a arreglar.

11. ¿Se ha pensado en una expansión del negocio?

En el 2002 se pensó en abrir una nueva lavandería en otro barrio de la ciudad, pero no se contó con los fondos suficientes para realizar la inversión. Una de las causas por las cuales no se siguió con el proyecto fue que las maquinas eran muy costosas, y los préstamos bancarios no se ajustaban a sus necesidades por las garantías exigidas.

12. ¿Se ha realizado alguna capacitación adicional para mejorar la administración del negocio?

No se ha hecho ninguna capacitación adicional. La causa según Esperanza es que ella no tiene el tiempo suficiente para realizar cursos y adicionalmente considera que no es necesario puesto a que el negocio a pesar de las circunstancias se ha podido mantener, y este ha podido aportar para la educación de sus hijos.

13. A partir del entorno en donde el negocio opera, ¿puede ser este más rentable?

Según el encuestado es difícil mantener el negocio, ya que en muchas ocasiones se presentan situaciones especiales como problemas con las maquinas, por lo que siempre se está en continuo mantenimiento del negocio, lo que no deja tiempo para pensar en cómo mejorar. Sin embargo se asegura que lo mejor que se puede hacer para ser rentable es trabajar fuerte y atender a todos los clientes para que estos vuelvan.

11 ENTREVISTA CON BANQUERO

La Doctora Sandra Moncada, ejecutiva del Banco Caja Social – Colmena, y directora del programa tenderos del banco, ha facilitado material con información que da a conocer la visión y el aporte del banco a la problemática en cuestión.

Del documento se extraen ideas importantes, desde los retos que afronta la banca para encarar la problemática, la importancia de la bancarización como parte de la solución, y los programas creados como alternativa al problema.

Este banco en particular se ha caracterizado por apoyar el progreso tanto de las personas naturales como de los pequeños empresarios en el país, fomentado y dando valor al ahorro de estos mismos; gracias a lo cual se ha constituido como una entidad financiera con un perfil popular.

Es por esta razón que dentro de sus objetivos estratégicos esta bancarizar y atender las necesidades financieras de los segmentos más bajos de la población, pues entendiendo que son los más vulnerables a los cambios económicos, han adecuado sus servicios financieros en base a las necesidades y facilidades de sus clientes, y en la promoción y valorización del ahorro; atacando de esta forma las causas estructurales de la pobreza en el país.

Por lo tanto sus servicios se caracterizan por:

- Facilidad de acceso
- Montos mínimos exigidos para apertura de cuentas y créditos
- Productos diseñados para construir ahorro
- Plazos flexibles
- Productos de fácil manejo
- Amplia cobertura de sus canales de atención
- Agilidad en las transacciones

Dado que el banco tiene la filosofía que el ahorro es un medio que lleva al progreso, con “disciplina, compromiso, constancia y esfuerzo” (*Ver Anexo E*), se han creado productos que no solo estimulan el ahorro sino que lo premian, como la cuenta de ahorros PROGRESE; sin embargo cuando se habla de empresarios el ahorro no lo es todo, puesto que este segmento necesita asesoría y seguimiento en los productos más favorables a adquirir, razón por la cual el banco ha creado dos programas dirigidos a este segmento.

El programa CREEMOS, está enfocado a microempresarios pequeños, que son mayoritariamente informales y no bancarizados. En este programa, el banco espera en primer lugar comprender las necesidades del microempresario, a fin de poder asesorar correctamente en cuanto a los productos y formas de pago más favorables de acuerdo a su condición; la atención y el seguimiento es personalizado, por lo cual se transmite confianza y seguridad al microempresario, creando una buena relación entre este y el banco.

Por otro lado el programa TENDEROS ataca directamente la problemática que se está estudiando, pues como refleja su nombre, está orientado a las tiendas de barrio; este programa en específico ofrece a los tenderos un paquete de productos y servicios diseñado para garantizar la atención de sus principales necesidades, tales como el manejo de efectivo, capital de trabajo, consumo, etc.; de acuerdo con la realidad de estos comerciantes.

Todos estos programas, productos y servicios fueron desarrollados por el banco para ajustarse a las necesidades de sus clientes, pues tras caracterizar la población no bancarizada, el resultado obtenido fue que la mayor parte de esta población se encuentra trabajando en mercados informales; ahí una marcada preferencia por el uso del efectivo; es una población con baja cultura financiera, escasa información y documentación sobre sus ingresos, gastos, y antecedentes comerciales; y en muchos casos, su ubicación geográfica genera una mayor dificultad y costo en su atención.

Por lo tanto se logro identificar retos que afronta la banca en general para contrarrestar esta problemática, dentro de los que se encuentran, falta de modelos que permitan la construcción de información para mejorar el conocimiento y el reto implícito que asumen los bancos, productos poco rentables por montos, tasas y transaccionalidad, disponibilidad de canales en zonas marginales, altas inversiones en tecnología para atender grandes volúmenes de transacciones, entre otros.

12 ENTREVISTA EXPERTO TENDEROS, PROGRAMA FENALTIENDAS

Con el objeto de sustentar la investigación, se acudió al señor William Obregozo, encargado del programa Fenal-tiendas de FENALCO; programa dirigido a la investigación y desarrollo de todos los pequeños establecimientos. Esta entrevista dará imagen imparcial de la situación real de las microempresas del país, desde el punto de vista de un experto en el tema.

Para su realización se elaboró el siguiente cuestionario:

1. ¿Cómo nace el programa Fenal-tiendas?

FENALCO trabaja desde hace 12 años en un programa social con tenderos de barrio denominado FENALTIENDAS, reconociendo el importante papel del tendero en la comercialización de alimentos y artículos de primera necesidad.

El programa FENALTIENDAS fue creado por la Federación Nacional de Comerciantes y hoy existe en 22 ciudades que celebran simultáneamente el Día Nacional del Tendero: Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Valledupar, Ibagué, Pereira, Armenia, Manizales, Neiva, Cúcuta, Popayán, Tulúa, Tunja, Bucaramanga, Sincelejo, Villavicencio, Cartago, Cartagena, San Andrés, Pasto, y Montería.

2. ¿Cuál es la finalidad del programa?

El programa tiene la misma misión de FENALCO, que consiste en desarrollar al empresario colombiano; sin embargo el programa cumple un papel denominado representación gremial, convirtiéndose en el vocero de los tenderos frente a las autoridades e instituciones oficiales, de la problemática que aqueja al tendero, con el fin de encontrar soluciones dentro de un sistema democrático y participativo.

Además el programa también permite la asociación de los tenderos, y a los pequeños comerciantes en general, de modo que puedan tener acceso a diferentes servicios y beneficios especiales.

3. En su opinión, ¿Cuáles son las principales amenazas que afronta un pequeño comerciante en el desarrollo de su negocio?

La informalidad, la falta de capacitación y de asociación son problemas que afrontan los tenderos actualmente, puesto que la informalidad en primer lugar les cierra muchas puertas dentro del mundo comercial enmarcado en la legislación colombiana, y en segundo lugar, la falta de capacitación en materias relacionadas con las funciones empresariales o administrativas, y la falta de asociación entre los mismo no les permiten aprovechar y/o desperdician entonces las oportunidades que el estado ha creado para ellos.

4. ¿Cuáles son sus implicaciones?

Esta problemática lo que genera es una falta del desarrollo de este sector de la economía, impidiendo la generación de riqueza, y a nivel macro afectando los indicadores generales del país, pues la falta de desarrollo incrementa la rotación de negocios, es decir un mismo negocio puede llegar a tener varios dueños en un año, por lo que se vería afectado el desempleo, el nivel de ingresos y por lo tanto el producto del país.

5. ¿Qué se podría concluir con respecto a la financiación en los pequeños negocios?

Los tenderos y los pequeños comerciantes en general, carecen en su mayoría de bases que les permitan optar por la financiación ideal, y a pesar que hoy en día existen diversas entidades con programas de financiación creados y dirigidos a este sector, no han tenido la acogida del total de comerciantes por diversos motivos, tales como la falta de divulgación, el diseño y por decirlo la información que contienen los folletos explicativos, y demás falencias que se presentan por ambas partes (prestamistas y prestatarios).

También la existencia de diferentes fuentes de financiación informales a las cuales tienen más fácil acceso los comerciantes debido a que están más cerca de ellos, dificulta también el acercamiento de los comerciantes a los créditos de financiación de instituciones especializadas.

6. ¿Cuáles son las dificultades u obstáculos que encuentra un pequeño comerciante en su búsqueda de financiación?

El primer obstáculo que encuentran son las barreras de la informalidad, puesto que como ya se dijo, la falta de formalización al interior de los negocios redundaba en falta de garantías para el sistema financiero, por lo que los convierten en no aptos de crédito.

No obstante, se han creado líneas de financiación en el país que no requieren mayor papeleo, sin embargo el obstáculo que aquí se presenta, es en parte la falta de divulgación de este tipo de financiación, debido a que a pesar de su existencia, la información de estas no llega a quienes la requieren. Y por otro lado, son instrumentos que son elaborados con una terminología muy técnica, que es difícilmente entendible para un tendero o un comerciante pequeño.

7. ¿Por qué cree usted que en dado caso se prefiera la financiación informal, sobre la bancaria?

Las razones serían las mismas barreras que existen frente al sector financiero, es decir al no tener garantías o al enfrentarse a un lenguaje o terminología desconocido, en cierta forma impide la preferencia hacia una financiación por estas vías.

Sin embargo los prestamistas informales aprovechan muchos argumentos que crean preferencia hacia esta modalidad, tales como la rapidez de la disponibilidad del dinero, una terminología apropiada para el sector, la cercanía, y la falta de garantías.

8. ¿Cuál es el impacto de los agiotistas al respecto?

Son los principales prestamistas informales; sin embargo desde hace un tiempo han perdido importancia en el papel que desempeñaban dentro de la financiación de los negocios de barrio, pues que los nuevos modelos de crédito atraen más comerciantes, al ofrecerles un seguimiento especializado, facilidades de pagos, menos garantías etc.

Sin embargo los agiotistas aún tienen un impacto significativo dentro del sector pues los créditos con estos son los más caros, llegando inclusive a ser varias veces más caros que el microcrédito, por lo tanto y aunque han sido desplazados, mantienen una importancia al ser prestamos a los que cualquiera tiene acceso en cualquier momento sin necesidad de papeleo, por lo que en un momento de urgencia se vuelven atractivos.

9. ¿Cuáles podrían ser probables soluciones a este tema?

Desde hace tiempo se han venido trabajando en las soluciones, aún no hay ninguna definitiva, sino varias alternativas que vienen funcionando, pero que aún falta trabajar. Algunas de estas consisten en acercar al sector financiero más hacia los comerciantes, analizando las falencias de estos y capacitándolos para convertirlos en sujetos de crédito.

En fin hay muchas alternativas, sin embargo al pensar en soluciones se debe pensar es en aquellas que resuelvan los pilares de la problemática, es decir que ataquen la informalidad, la falta de capacitación y asociación y el acercamiento entre sector microempresarial y financiero.

13 ESQUEMA CARACTERIZACION PEQUEÑOS COMERCIANTES

La caracterización se hace basada tanto en la observación directa como en los resultados obtenidos de las encuestas, teniendo en cuenta que cada pequeño comerciante es un microempresario y por lo tanto su negocio, son microempresas que están regidas por las mismas leyes, y deben ser administradas de igual forma que cualquier PYME o gran empresa.

En primer lugar, estos negocios se caracterizan por ser en su mayoría microempresas enteramente familiares que se dedican principalmente al comercio minorista, y en algunos casos a la elaboración de productos de la canasta familiar. En general su patrimonio no asciende a los \$20.000.000, aunque esto no signifique que cuentan con una buena salud financiera.

Sin embargo el primer aspecto que llama la atención es la informalidad, que es la principal característica de este sector, y es tal vez el aspecto que más les cierra las puertas al mundo financiero; pues la mayor parte de estas microempresas no están registradas; y pese a que aunque si llevan un registro de ingresos y egresos de la operación, no es nada comparable con la contabilidad que deberían llevar.

De la misma forma como dejan de llevar contabilidad, dejan de presentar y recaudar impuestos que cualquier empresa debería presentar, tales como el IVA, o la declaración de renta, que más que importar por las sanciones que además conllevan el no presentarlas, importan por que con estas se crea un historial financiero, que junto a los documentos de legalización y registro de la empresa, facilitan el acceso a muchos de los instrumentos financieros, y otros beneficios como cierto poder de negociación con proveedores y/o clientes.

En cuanto a su conocimiento y capacitación en materia de administración son muy pobres, de modo que no entienden los principios de planeación, organización, y

escasamente manejan la dirección y algo de control; además carecen de información que les permita formular algún tipo de estrategia, u organizar su negocio a fin de volverlo más rentable. De igual manera no poseen conocimientos acerca de administración de inventarios, lo que les impide hacer tanto controles, como proyecciones de ventas; en resumen la falta de capacitación en el sector, le resta eficiencia a los negocios, haciendo de su administración una labor más instintiva que estructurada.

Es evidente también que es por esa misma razón por la cual la administración del dinero es un tema desconocido para ellos, por lo cual es una constante que los excedentes de la operación solo tengan dos destinos posibles, el primero y el más común, se vuelve efectivo diario para ellos, por lo cual se gasta, sin obtener ningún beneficio o rentabilidad de este; o en el mejor de los casos se reinvierte dentro del negocio, o como capital de trabajo, o como inversión en planta y equipo; obteniendo así una “rentabilidad” en la inversión, sin embargo esta rentabilidad no es siempre la deseada pues la falta de análisis de inversión y de manejo del dinero, no los deja ver más allá de su negocio a la hora de invertir.

Pero no es solo las faltas de opciones de inversión lo que es evidente con el mal manejo del dinero, sino también lo son los conceptos de financiación que poseen, ya que el apalancamiento es también un término desconocido para el sector, motivo por el cual solo existirían dos razones sustanciales por las cuales optarían por financiarse, siendo una la inversión en el negocio, tanto en plata y equipo como en mejoras del establecimiento, sin embargo es la segunda la razón más preocupante dado que un motivo para financiarse o endeudarse, es para cubrir una deuda anterior, claro está que tanto por las malas decisiones y análisis en cuanto a la financiación, como el desconocimiento en materia de intereses, y el manejo de los recursos finalmente obtenidos, el futuro de esta cadena de préstamos será la continua pérdida de capital de la operación; sobre todo teniendo en cuenta que al momento de optar por algún tipo de financiación, sus opciones generalmente se son los bancos, o los prestamistas, siendo

este último una opción muy frecuente, y como se demostrará más adelante la peor opción para la salud financiera de la microempresa.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es la total inexistencia de nociones de mercadeo y publicidad por parte de los microempresarios, en parte porque al ser un canal más directo entre los proveedores y los consumidores, obtienen material para impulsar las ventas de cada proveedor; sin embargo la totalidad de los negocios carecen de políticas o estrategias de mercadeo que aumenten la productividad.

14 ANÁLISIS DE LAS TASAS DE LOS PRESTAMISTAS

A partir de la encuesta aplicada en el sector de Prado Veraniego se encontró que las tasas de interés que cobran los prestamistas son claramente superiores a las que se pueden encontrar en el mercado. Según los resultados de la encuesta realizada en el sector de Prado Veraniego las tasas a las que cobran los prestamistas son en promedio de 14.57% cada 30 días, la cual formalmente es conocida como 14.57% mes vencido. Sin embargo muchos de los encuestados no conocen dicha terminología, lo que les dificulta comparar dichas tasas con las del mercado que usualmente están expresadas en efectivo anual.

Dada la confusión que existe entre diferenciar tasas efectivas anuales con tasas mensuales, los empresarios optan por recurrir a las cifras porcentuales que sean menores. Es decir que los empresarios entre escoger una tasa de 20% E.A. y una de 15% M.V., estos optan por la segunda sin analizar los plazos a los cuales estas se refieren. De esta manera los prestamistas entran a competir en el mercado creditico, confundiendo a los empresarios, ofreciendo una tasa más alta, que a la vista pareciera ser menor.

Es así que en vez de realizar los cálculos de qué tipo de tasa es mayor, los empresarios se dejan llevar por las facilidades que otorgan los prestamistas, los cuales en realidad cobran tasas efectivas anuales cercanas al 400%.⁴⁹

Es por eso la falta de conocimiento y falta de capacitación entre los microempresarios, es una de las principales razones por las cuales aunque los negocios fluyan, estos no puedan crecer. Es decir que los ingresos de estos negocios son consumidos en gran medida por los gastos financieros que estos deben pagar a los prestamistas.

⁴⁹ Fuente: Encuestas realizadas en el sector de prado veraniego.

14.1 Simulación de pago de intereses

Los factores más importantes para el análisis de los intereses que los microempresarios deben pagar, están en función de tres principales variables. Estas son: los montos de capital que buscan las empresas para cumplir con sus actividades, los plazos a los cuales estos montos se están pidiendo, y finalmente las tasas a las cuales las instituciones financieras o prestamistas cobran por dichos préstamos.

Tomando los datos obtenidos de la Superintendencia Bancaria y los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en el sector de Prado Veraniego, se realizó una simulación, del costo total de los intereses que los empresarios deben pagar, teniendo en cuenta que:

- Los montos analizados se manejaron entre los \$ 50.000 COP, y \$ 10.000.000 COP.
- Los plazos varían entre los 30 días hasta los 360 días.

De la siguiente manera se puede observar el costo en el que incurren las empresas en cuanto al pago de intereses, al pedir prestado a Compañías de Financiamiento Comercial, Establecimientos Bancarios, Cooperativas financieras y Prestamistas.

PAGO DE INTERESES POR FINANCIAMIENTO A 30 DIAS				
Institucion	Compañías de Financiamiento Comercial	Establecimientos Bancarios	Cooperativas Financieras	Prestamistas
Monto/Tasa de interes	2,01%	2,06%	2,03%	14,57%
\$ 50.000,00	\$ 1.002,88	\$ 1.028,26	\$ 1.016,92	\$ 7.285,00
\$ 100.000,00	\$ 2.005,75	\$ 2.056,52	\$ 2.033,84	\$ 14.570,00
\$ 200.000,00	\$ 4.011,50	\$ 4.113,03	\$ 4.067,68	\$ 29.140,00
\$ 300.000,00	\$ 6.017,25	\$ 6.169,55	\$ 6.101,52	\$ 43.710,00
\$ 400.000,00	\$ 8.023,00	\$ 8.226,06	\$ 8.135,36	\$ 58.280,00
\$ 500.000,00	\$ 10.028,75	\$ 10.282,58	\$ 10.169,20	\$ 72.850,00
\$ 600.000,00	\$ 12.034,50	\$ 12.339,10	\$ 12.203,04	\$ 87.420,00
\$ 700.000,00	\$ 14.040,25	\$ 14.395,61	\$ 14.236,87	\$ 101.990,00
\$ 800.000,00	\$ 16.046,00	\$ 16.452,13	\$ 16.270,71	\$ 116.560,00
\$ 900.000,00	\$ 18.051,75	\$ 18.508,64	\$ 18.304,55	\$ 131.130,00
\$ 1.000.000,00	\$ 20.057,50	\$ 20.565,16	\$ 20.338,39	\$ 145.700,00
\$ 2.000.000,00	\$ 40.115,00	\$ 41.130,32	\$ 40.676,79	\$ 291.400,00
\$ 3.000.000,00	\$ 60.172,50	\$ 61.695,48	\$ 61.015,18	\$ 437.100,00
\$ 4.000.000,00	\$ 80.230,00	\$ 82.260,64	\$ 81.353,57	\$ 582.800,00
\$ 5.000.000,00	\$ 100.287,50	\$ 102.825,80	\$ 101.691,96	\$ 728.500,00
\$ 6.000.000,00	\$ 120.345,00	\$ 123.390,96	\$ 122.030,36	\$ 874.200,00
\$ 7.000.000,00	\$ 140.402,51	\$ 143.956,12	\$ 142.368,75	\$ 1.019.900,00
\$ 8.000.000,00	\$ 160.460,01	\$ 164.521,28	\$ 162.707,14	\$ 1.165.600,00
\$ 9.000.000,00	\$ 180.517,51	\$ 185.086,44	\$ 183.045,53	\$ 1.311.300,00
\$ 10.000.000,00	\$ 200.575,01	\$ 205.651,60	\$ 203.383,93	\$ 1.457.000,00

Figura 14. Simulación financiación con pago de intereses a 30 días

PAGO DE INTERESES POR FINANCIAMIENTO A 60 DIAS				
Institucion	Compañías de Financiamiento Comercial	Establecimientos Bancarios	Cooperativas Financieras	Prestamistas
Monto/Tasa de interes	4,05%	4,16%	4,11%	31,26%
\$ 50.000,00	\$ 2.025,87	\$ 2.077,66	\$ 2.054,52	\$ 15.631,42
\$ 100.000,00	\$ 4.051,73	\$ 4.155,32	\$ 4.109,04	\$ 31.262,85
\$ 200.000,00	\$ 8.103,46	\$ 8.310,65	\$ 8.218,09	\$ 62.525,70
\$ 300.000,00	\$ 12.155,19	\$ 12.465,97	\$ 12.327,13	\$ 93.788,55
\$ 400.000,00	\$ 16.206,92	\$ 16.621,30	\$ 16.436,17	\$ 125.051,40
\$ 500.000,00	\$ 20.258,65	\$ 20.776,62	\$ 20.545,22	\$ 156.314,25
\$ 600.000,00	\$ 24.310,38	\$ 24.931,95	\$ 24.654,26	\$ 187.577,09
\$ 700.000,00	\$ 28.362,11	\$ 29.087,27	\$ 28.763,30	\$ 218.839,94
\$ 800.000,00	\$ 32.413,84	\$ 33.242,60	\$ 32.872,35	\$ 250.102,79
\$ 900.000,00	\$ 36.465,57	\$ 37.397,92	\$ 36.981,39	\$ 281.365,64
\$ 1.000.000,00	\$ 40.517,30	\$ 41.553,25	\$ 41.090,44	\$ 312.628,49
\$ 2.000.000,00	\$ 81.034,61	\$ 83.106,49	\$ 82.180,87	\$ 625.256,98
\$ 3.000.000,00	\$ 121.551,91	\$ 124.659,74	\$ 123.271,31	\$ 937.885,47
\$ 4.000.000,00	\$ 162.069,22	\$ 166.212,98	\$ 164.361,74	\$ 1.250.513,96
\$ 5.000.000,00	\$ 202.586,52	\$ 207.766,23	\$ 205.452,18	\$ 1.563.142,45
\$ 6.000.000,00	\$ 243.103,83	\$ 249.319,47	\$ 246.542,61	\$ 1.875.770,94
\$ 7.000.000,00	\$ 283.621,13	\$ 290.872,72	\$ 287.633,05	\$ 2.188.399,43
\$ 8.000.000,00	\$ 324.138,44	\$ 332.425,96	\$ 328.723,48	\$ 2.501.027,92
\$ 9.000.000,00	\$ 364.655,74	\$ 373.979,21	\$ 369.813,92	\$ 2.813.656,41
\$ 10.000.000,00	\$ 405.173,05	\$ 415.532,45	\$ 410.904,35	\$ 3.126.284,90

Figura 15. Simulación financiación con pago de intereses a 60 días

PAGO DE INTERESES POR FINANCIAMIENTO A 90 DIAS				
Institucion	Compañías de Financiamiento Comercial	Establecimientos Bancarios	Cooperativas Financieras	Prestamistas
Monto/Tasa de interes	6,14%	6,30%	6,23%	50,39%
\$ 50.000,00	\$ 3.069,37	\$ 3.148,65	\$ 3.113,23	\$ 25.193,92
\$ 100.000,00	\$ 6.138,75	\$ 6.297,30	\$ 6.226,45	\$ 50.387,85
\$ 200.000,00	\$ 12.277,50	\$ 12.594,59	\$ 12.452,91	\$ 100.775,69
\$ 300.000,00	\$ 18.416,24	\$ 18.891,89	\$ 18.679,36	\$ 151.163,54
\$ 400.000,00	\$ 24.554,99	\$ 25.189,18	\$ 24.905,82	\$ 201.551,38
\$ 500.000,00	\$ 30.693,74	\$ 31.486,48	\$ 31.132,27	\$ 251.939,23
\$ 600.000,00	\$ 36.832,49	\$ 37.783,77	\$ 37.358,72	\$ 302.327,08
\$ 700.000,00	\$ 42.971,24	\$ 44.081,07	\$ 43.585,18	\$ 352.714,92
\$ 800.000,00	\$ 49.109,99	\$ 50.378,36	\$ 49.811,63	\$ 403.102,77
\$ 900.000,00	\$ 55.248,73	\$ 56.675,66	\$ 56.038,09	\$ 453.490,61
\$ 1.000.000,00	\$ 61.387,48	\$ 62.972,95	\$ 62.264,54	\$ 503.878,46
\$ 2.000.000,00	\$ 122.774,96	\$ 125.945,91	\$ 124.529,08	\$ 1.007.756,92
\$ 3.000.000,00	\$ 184.162,44	\$ 188.918,86	\$ 186.793,62	\$ 1.511.635,38
\$ 4.000.000,00	\$ 245.549,93	\$ 251.891,82	\$ 249.058,16	\$ 2.015.513,84
\$ 5.000.000,00	\$ 306.937,41	\$ 314.864,77	\$ 311.322,71	\$ 2.519.392,30
\$ 6.000.000,00	\$ 368.324,89	\$ 377.837,72	\$ 373.587,25	\$ 3.023.270,77
\$ 7.000.000,00	\$ 429.712,37	\$ 440.810,68	\$ 435.851,79	\$ 3.527.149,23
\$ 8.000.000,00	\$ 491.099,85	\$ 503.783,63	\$ 498.116,33	\$ 4.031.027,69
\$ 9.000.000,00	\$ 552.487,33	\$ 566.756,59	\$ 560.380,87	\$ 4.534.906,15
\$ 10.000.000,00	\$ 613.874,81	\$ 629.729,54	\$ 622.645,41	\$ 5.038.784,61

Figura 16. Simulación financiación con pago de intereses a 90 días

PAGO DE INTERESES POR FINANCIAMIENTO A 180 DIAS				
Institucion	Compañías de Financiamiento Comercial	Establecimientos Bancarios	Cooperativas Financieras	Prestamistas
Monto/Tasa de interes	12,65%	12,99%	12,84%	126,17%
\$ 50.000,00	\$ 6.327,17	\$ 6.495,58	\$ 6.420,30	\$ 63.082,52
\$ 100.000,00	\$ 12.654,34	\$ 12.991,15	\$ 12.840,60	\$ 126.165,04
\$ 200.000,00	\$ 25.308,68	\$ 25.982,30	\$ 25.681,19	\$ 252.330,09
\$ 300.000,00	\$ 37.963,02	\$ 38.973,45	\$ 38.521,79	\$ 378.495,13
\$ 400.000,00	\$ 50.617,35	\$ 51.964,60	\$ 51.362,38	\$ 504.660,17
\$ 500.000,00	\$ 63.271,69	\$ 64.955,75	\$ 64.202,98	\$ 630.825,21
\$ 600.000,00	\$ 75.926,03	\$ 77.946,90	\$ 77.043,57	\$ 756.990,26
\$ 700.000,00	\$ 88.580,37	\$ 90.938,05	\$ 89.884,17	\$ 883.155,30
\$ 800.000,00	\$ 101.234,71	\$ 103.929,20	\$ 102.724,76	\$ 1.009.320,34
\$ 900.000,00	\$ 113.889,05	\$ 116.920,35	\$ 115.565,36	\$ 1.135.485,38
\$ 1.000.000,00	\$ 126.543,39	\$ 129.911,50	\$ 128.405,96	\$ 1.261.650,43
\$ 2.000.000,00	\$ 253.086,77	\$ 259.823,00	\$ 256.811,91	\$ 2.523.300,85
\$ 3.000.000,00	\$ 379.630,16	\$ 389.734,50	\$ 385.217,87	\$ 3.784.951,28
\$ 4.000.000,00	\$ 506.173,54	\$ 519.646,00	\$ 513.623,82	\$ 5.046.601,70
\$ 5.000.000,00	\$ 632.716,93	\$ 649.557,50	\$ 642.029,78	\$ 6.308.252,13
\$ 6.000.000,00	\$ 759.260,31	\$ 779.469,01	\$ 770.435,73	\$ 7.569.902,55
\$ 7.000.000,00	\$ 885.803,70	\$ 909.380,51	\$ 898.841,69	\$ 8.831.552,98
\$ 8.000.000,00	\$ 1.012.347,09	\$ 1.039.292,01	\$ 1.027.247,64	\$ 10.093.203,40
\$ 9.000.000,00	\$ 1.138.890,47	\$ 1.169.203,51	\$ 1.155.653,60	\$ 11.354.853,83
\$ 10.000.000,00	\$ 1.265.433,86	\$ 1.299.115,01	\$ 1.284.059,55	\$ 12.616.504,25

Figura 17. Simulación financiación con pago de intereses a 180 días

PAGO DE INTERESES POR FINANCIAMIENTO A 360 DIAS				
Institucion	Compañías de Financiamiento Comercial	Establecimientos Bancarios	Cooperativas Financieras	Prestamistas
Monto/Tasa de interes	26,91%	27,67%	27,33%	411,51%
\$ 50.000,00	\$ 13.455,00	\$ 13.835,00	\$ 13.665,00	\$ 205.753,13
\$ 100.000,00	\$ 26.910,00	\$ 27.670,00	\$ 27.330,00	\$ 411.506,26
\$ 200.000,00	\$ 53.820,00	\$ 55.340,00	\$ 54.660,00	\$ 823.012,53
\$ 300.000,00	\$ 80.730,00	\$ 83.010,00	\$ 81.990,00	\$ 1.234.518,79
\$ 400.000,00	\$ 107.640,00	\$ 110.680,00	\$ 109.320,00	\$ 1.646.025,06
\$ 500.000,00	\$ 134.550,00	\$ 138.350,00	\$ 136.650,00	\$ 2.057.531,32
\$ 600.000,00	\$ 161.460,00	\$ 166.020,00	\$ 163.980,00	\$ 2.469.037,59
\$ 700.000,00	\$ 188.370,00	\$ 193.690,00	\$ 191.310,00	\$ 2.880.543,85
\$ 800.000,00	\$ 215.280,00	\$ 221.360,00	\$ 218.640,00	\$ 3.292.050,12
\$ 900.000,00	\$ 242.190,00	\$ 249.030,00	\$ 245.970,00	\$ 3.703.556,38
\$ 1.000.000,00	\$ 269.100,00	\$ 276.700,00	\$ 273.300,00	\$ 4.115.062,65
\$ 2.000.000,00	\$ 538.200,00	\$ 553.400,00	\$ 546.600,00	\$ 8.230.125,29
\$ 3.000.000,00	\$ 807.300,00	\$ 830.100,00	\$ 819.900,00	\$ 12.345.187,94
\$ 4.000.000,00	\$ 1.076.400,00	\$ 1.106.800,00	\$ 1.093.200,00	\$ 16.460.250,59
\$ 5.000.000,00	\$ 1.345.500,00	\$ 1.383.500,00	\$ 1.366.500,00	\$ 20.575.313,23
\$ 6.000.000,00	\$ 1.614.600,00	\$ 1.660.200,00	\$ 1.639.800,00	\$ 24.690.375,88
\$ 7.000.000,00	\$ 1.883.700,00	\$ 1.936.900,00	\$ 1.913.100,00	\$ 28.805.438,53
\$ 8.000.000,00	\$ 2.152.800,00	\$ 2.213.600,00	\$ 2.186.400,00	\$ 32.920.501,18
\$ 9.000.000,00	\$ 2.421.900,00	\$ 2.490.300,00	\$ 2.459.700,00	\$ 37.035.563,82
\$ 10.000.000,00	\$ 2.691.000,00	\$ 2.767.000,00	\$ 2.733.000,00	\$ 41.150.626,47

Figura 18. Simulación financiación con pago de intereses a 360 días

Como se puede observar en las tablas anteriores las fuentes más caras de financiación resultan ser las de los prestamistas. Esto se debe a que las tasas de interés que cobran son claramente superiores a las otras fuentes de financiación.

Así mismo se puede hacer una comparación entre las tasas del mercado, comparándolas en los mismos términos, en donde se evidencia que las tasas a las cuales los prestamistas ofrecen recursos de capital, superan de manera exagerada a las otras tasas del mercado, las cuales son reguladas por el gobierno.

Tipo de tasa	Compañías de Financiamiento Comercial	Establecimientos Bancarios	Cooperativas Financieras	Prestamistas
E.A.	26.91%	27.67%	27.33%	411,51%
Tasas Nominales				
Nominal Anual Diario	23,84%	24,44%	24,17%	163,59%
Nominal Anual Mes Vencido	24,07%	24,68%	24,41%	174,84%
Nominal Anual Mes Anticipado	23,60%	24,18%	23,92%	152,61%
Nominal Anual Bimestre Vencido	24,31%	24,93%	24,65%	187,58%
Nominal Anual Bimestre Anticipado	23,36%	23,94%	23,68%	142,90%
Nominal Anual Trimestre Vencido	24,55%	25,19%	24,91%	201,55%
Nominal Anual Trimestre Anticipado	23,13%	23,70%	23,45%	134,02%
Nominal Anual Semestre Vencido	25,31%	25,98%	25,68%	252,33%
Nominal Anual Semestre Anticipado	22,47%	22,99%	22,76%	111,57%
Nominal Anual Año Vencido	26,91%	27,67%	27,33%	411,51%
Nominal Anual Año Anticipado	21,20%	21,67%	21,46%	80,45%
Periódicas				
Diario	0,07%	0,07%	0,07%	0,45%
Mensual vencido	2,01%	2,06%	2,03%	14,57%
Mensual anticipado	1,97%	2,02%	1,99%	12,72%
Bimestral vencido	4,05%	4,16%	4,11%	31,26%
Bimestral anticipado	3,89%	3,99%	3,95%	23,82%
Trimestral vencido	6,14%	6,30%	6,23%	50,39%
Trimestral anticipado	5,78%	5,92%	5,86%	33,51%
Semestral vencido	12,65%	12,99%	12,84%	126,17%
Semestral anticipado	11,23%	11,50%	11,38%	55,78%
Anual vencido	26,91%	27,67%	27,33%	411,51%
Anual anticipado	21,20%	21,67%	21,46%	80,45%

Figura 19. Simulación de tasas por fuente de financiación

En esta tabla se observa claramente que las tasas más altas encontradas en el sector son ofrecidas por los prestamistas, los cuales confunden a los comerciantes modificando los nombres de las tasa de interés, para que estos opten por pagar dichas tasas.

Con lo anterior podemos observar que el caso colombiano en el que los prestamistas cobran una tasa de interés desproporcionada frente a otras instituciones financieras controladas, se asimila a un problema que se da en todos los países subdesarrollados. En la siguiente tabla podemos observar la situación de algunos países subdesarrollados asiáticos que presentan similitudes en las diferencia de tasas efectivas anuales entre prestamistas informales e instituciones financieras legales.

Tasas de interés anuales en bancos comerciales, entidades de micro finanzas y prestamistas informales en países asiáticos a finales de 2003.

Pais	Bancos comerciales	Entidades de microfinanzas	Prestamistas informales
Indonesia	18%	28%-63%	120%-720%
Cambodia	18%	45%	120%-720%
Nepal	11,50%	18%-24%	60%-120%
India	12-15%	20%-40%	24%-120%
Filipinas	24%-29%	60%-80%	>120%
Bangladesh	10%-13%	20%-35%	180%-240%

Figura 20⁵⁰. Tasas de interés para microcréditos en países representativos

Es así que la MIPYME en Colombia tiene que enfrentarse a las mismas situaciones difíciles para buscar recursos de capital para operar, que otros tipos de organizaciones en diferentes países subdesarrollados.

⁵⁰ Brigit Helms y Xavier Reille (2004) "interest rate ceilings and microfinance: the story so far". Consultative group to assist the poor. CGAP occasional paper No 9 September.

15 CONCLUSIONES

A partir del estudio realizado, cumpliendo la metodología propuesta, y partiendo del análisis de la información primaria y secundaria, se pueden concluir varios aspectos de la situación que atraviesan las micro, pequeñas y medianas empresas en el Barrio Prado Veraniego, el cual puede ser tomado como una muestra representativa de este tipo de negocios en el país.

En primera instancia se puede concluir que la falta de conocimiento de la gestión administrativa y financiera es una constante dentro de estas estructuras organizacionales. Esto se observa en que en la mayoría de este tipo de empresas no existe una adecuada administración, en donde no se hacen claras las teorías de planeación, organización, dirección y control. Por ende las áreas administrativas como las finanzas, la investigación de mercados, recursos humanos, leyes, y la economía en general, no son aplicadas adecuadamente, lo cual hace que no se encuentre un propósito específico en estas áreas.

De esta manera la falta de conocimiento en gestión administrativa impide el desarrollo adecuado de las MIPYMES, estancando su crecimiento. Esta situación causa pobreza dentro de los establecimientos, ya que los empresarios se descapitalizan al no aplicar una adecuada administración de sus negocios en temas organizacionales como lo son las finanzas, mercadeo, economía y la gestión de proyectos, ya que los capitales usados en sus negocios se destina a actividades que no son administrados eficientemente.

Para el sistema financiero estos modelos organizacionales no demuestran garantías para el pago de deudas, lo cual hace que este tipo de empresas se consideren sujetos de alto riesgo de pago, creando barreras para el otorgamiento de créditos. Es así que estos factores encarecen el crédito, ya que los bancos buscan proteger sus carteras subiendo las tasas, para enfrentarse a los riesgos de no pago.

Por otra parte aunque el estado ha impulsado proyectos para el desarrollo de las MIPYMES, y la capacitación de empresarios y emprendedores para mejorar la competitividad, todavía falta una mayor gestión que pueda cubrir a toda la población empresarial colombiana. Los programas de educación a empresarios permite brindar conocimientos adecuados sobre la administración de negocios, especializados en áreas productivas y administrativas, las cuales tienen como fin crear valor dentro de las empresas, y fomentar el crecimiento de estas. Sin embargo estos programas educativos que tienen facilidades de acceso a la mayoría de empresarios colombianos, no han sido promocionados en su totalidad, ya que muchos de estas personas no conocen la gestión que adelanta el gobierno para el fortalecimiento de las MIPYMES.

Es así que otra de las causas por las cuales las empresas atraviesan estas situaciones de falta de conocimiento y capacitación se debe a que los empresarios no reconocen las oportunidades que ofrece el estado dentro de la normativa establecida.

Adicionalmente se puede concluir que el entorno en el cual operan estos de negocios se compone de un gran número de variables, las cuales en la mayoría de casos no se pueden controlar, dado que el dinamismo de estas es alto, lo cual hace complicada la toma de decisiones. Asimismo como no se cuenta con los conocimientos adecuados ni las herramientas teóricas apropiadas, realizar la toma de decisiones en estas empresas se convierte en una administración empírica, la cual no tiene en cuenta el entorno en el cual se opera. Esto conlleva a que no exista un direccionamiento estratégico, en donde los negocios siguen un crecimiento orgánico muy lento sin competitividad, y sin una planeación adecuada.

En cuanto al tema de responsabilidad social por parte de cada uno de los involucrados dentro de esta problemática, se concluye que su desarrollo ha sido bajo. Por parte del sector bancario las entidades involucradas no promueven programas especializados para los pequeños comerciantes, en los cuales estos tengan las mismas oportunidades

que las empresas fuertes. Si bien se han aumentado los préstamos de microcrédito, estas entidades carecen de una perspectiva de responsabilidad social empresarial, puesto a que la rentabilidad es considerada el factor más importante de estas operaciones.

Por su parte los programas existentes para el fomento de las MIPYMES, no promueven completamente el desarrollo de estas, ya que no todos los negocios cuentan con las mismas oportunidades. A partir de esta investigación, no se encontró mayor conciencia social, destinada para ayudar a este tipo de comerciantes, ya que el entorno en donde operan se caracteriza por una fuerte competencia, en donde cada persona tiene que buscar sus propios recursos sin ayuda de nadie para poder sobrevivir.

16 RECOMENDACIONES

La investigación realizada ha permitido reflejar las principales causas de esta problemática, y tras el análisis de las conclusiones, se ha encontrado que el problema no es solo financiero, y no es solo de los pequeños empresarios del país, puesto que son estos mismos, quienes pese a su emprendimiento tienen desde el principio barreras que impiden el desarrollo y prosperidad de su negocio; solo en contados casos no sucede esta situación, resultado de una mayor capacitación en materia administrativa, y un mejor conocimiento sobre los programas de financiación existentes.

Son estas las razones que se toman en cuenta al momento de realizar las recomendaciones, puesto que son los microempresarios quienes precisan de ayuda y capacitación, aún mas, conociendo que son ellos quienes comprenden la mayor parte del universo empresarial del país, y comprendiendo el impacto que tienen sobre los indicadores económicos nacionales.

Por lo tanto, y tras el análisis de las conclusiones de la investigación se propone:

- Crear programas de capacitación en materia de gestión administrativa y financiera que aporten a los comerciantes las bases para organizar y estructurar sus negocios, en aras de maximizar sus utilidades y por ende la contribución a la generación de riqueza.
- Incentivar la cultura financiera en los pequeños empresarios, promoviendo el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y tributarias, creando registros contables, estructurando sus inversiones y demás, con el propósito que estas puedan demostrar un correcto manejo y administración de su negocio dentro del marco formal del país, traducido en garantías.
- Impulsar programas para la formalización de los pequeños comerciantes, en donde los motiven tanto a tener su negocio debidamente legalizado y registrado ante las

entidades competentes, como a estructurar los procesos que se lleven a cabo dentro de su negocio, tales como administración de inventarios, cronogramas y registros de compra y venta de mercancía, etc.

- Ampliar la información sobre microcréditos existente en las entidades de financiación, aclararla y hacerla llegar a la población micro empresarial masivamente, puesto que uno de los hallazgos de esta investigación permite ver que una de las principales razones del desconocimiento de microcréditos por parte de los pequeños empresarios, es porque esta información no llega a ellos, y las ocasiones en las cuales llega, además de ser muy especializada, no es clara pues está elaborada con un lenguaje muy técnico, de modo que es difícilmente entendible para estos pequeños empresarios.
- Dar más precisión a la divulgación de la normatividad referente a microempresas, con el propósito de brindar el conocimiento y comprensión a los microempresarios, de modo que estos se vean motivados a actuar bajo esta normatividad, haciendo uso de todos los beneficios a los que tienen derecho.
- Mejorar programas de protección a los tenedores de los créditos, dándoles seguridad sobre la administración del capital, llevando control en los pagos, y creando asesorías y programas de conciliación de los pagos sujetos del crédito a fin de dar más accesibilidad a estos, y una reducción en la cartera.

Se propone a la Pontificia Universidad Javeriana, que haciendo uso de sus facultades como Universidad y desde su visión de Responsabilidad Social, fomente y promueva programas de capacitación y asistencia en materia administrativa a los pequeños comerciantes, tales como el “Programa de acreditación tiendas cinco estrellas – Escuela de Tenderos” existente en la universidad.

17 BIBLIOGRAFÍA

- Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las pymes en Colombia. Scientia et technica. Universidad tecnológica de Pereira. Mayo 2007.
- Randy L. Allen. Fundamentos del comercio detallista. Antad biblioteca de negocios.
- Fundecomercio. Condiciones de trabajo y salud en el comercio colombiano. Bogotá 1995.
- Bernal, Cesar Augusto. Metodología de la investigación. Editorial Pearson Prentice Hall. 2006.
- Méndez A, Carlos. Metodología. Edición Mc Graw-Hill Interamericana S.A. Colombia 1995.
- Caracterización de la microempresa de punta. Cecilia Delgado Wisner. Universidad externado de Colombia. 2007
- Brealey, Myers, Marcus. Fundamentos de finanzas corporativas. Mc Graw-Hill. 4 edición 2004.
- Desarrollo del sistema de información alimenta Bogotá: Universidad distrital Francisco José de caldas. 2008.
- Universidad EAFIT. Caja de Herramientas para pymes. Portafolio, Casa Editorial El Tiempo. 2006.
- Los 7 secretos de las pymes exitosas. Portafolio. Casa Editorial El Tiempo 2002.
- PYMES La empresa día a día. Portafolio. Casa Editorial El Tiempo 2004.
- Resolución numero 01 de 2007. El consejo superior de microempresa. Bogotá 2007.
- Philip Kotter, Gary Armstrong. Fundamentos del marketing. Editorial Pearson Prentice Hall. Sexta edición. 2003.
- Aaker, David Allen. Investigación de mercados. Editorial Limusa Wiley. Cuarta edición. 2005.

- PYMES, importancia nacional e internacional. Características de los empresarios y capacidades competitivas; CAJA DE HERRAMIENTAS PARA PYMES; PORTAFOLIO – UNIVERSIDAD EAFIT; Bogotá D.C. 2006.
- Caja de herramientas para pymes; PORTAFOLIO –EAFIT; Bogotá D.C. 2006.
- Dra. Sandra Moncada – Directora programa tenderos banco BCSC
- Brigit Helms y Xavier Reille (2004) “interest rate ceilings and microfinance: the story so far”. Consultative group to assist the poor. CGAP occasional paper No 9 September.
- MÉNDEZ, Carlos. Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Bogotá. Ed. Limusa, 2008., p 137
- DELGADO WISNER, Cecilia. Caracterización de la microempresa de punta. Universidad externado de Colombia. Bogotá 2007.
- Banco Mundial. INFORMALIDAD: Salida y exclusión (29:05:2007: Bogotá). Mesa redonda “Informalidad en Colombia: ¿Qué hacer?”. Bogotá. Departamento Nacional de Planeación.2007. 26 p., p 12
- Barriga, Enrique: Encuesta sobre el costo de capital en pymes. Encuesta a intermediarios financieros, la oferta. Medellín, Universidad Eafit, Diciembre 2004
- Fomin, Felaban: Estudio sobre la predisposición de las entidades financieras de Latinoamérica y Caribe para la financiación de pequeñas y medianas empresas. Diciembre 2004.
- Introducción al muestreo en poblaciones finitas, Cid, A Delgado, C y Leguey S (1999), editorial nuevas estructuras
- DANE, primera encuesta nacional de micro establecimientos de comercio, servicios e industria, 2001
- Ley 540 del 2000
- Ley 905 del 2004

- **Referencias Virtuales**

- Secretaría de Hacienda Distrital. Tomado de <http://www.shd.gov.co> el 4 de Julio de 2008
- Presidencia Nacional. Tomado el 23 de Septiembre de 2008 de <http://www.presidencia.gov.co/sne/2006/mayo/16/15162006.htm>
- Fenalco. Tomado el 23 de Septiembre de 2008 de http://www.fenalco.com.co/index.php?option=com_wrapper&Itemid=41
- DANE. Encuesta nacional sobre microestablecimientos años 2004, 2006, 2008, cifras aproximadas. Tomado el 11 de Octubre de 2008 de http://www.dane.gov.co/files/comunicados/cp_mmcm_dic04.pdf el
- Superfinanciera. Tomado de <http://www.superfinanciera.gov.co> el 11 de Octubre de 2008
- Bancamía. Tomado de http://www.bancamia.com.co/credimia_locativas.php el 15 de Marzo de 2009
- Procredit. Tomado el 15 de Marzo de 2009 de http://www.bancoprocredit.com.co/Inicio/Productos_Micro/tabid/71/language/es-CO/Default.aspx
- WWB Colombia. Tomado de <http://www.fwwbcol.org/index.php/productos-wwb/obtener-credito> el 15 de Marzo de 2009
- Bancoldex. Tomado el 15 de Marzo de 2009 de <http://www.bancoldex.com/contenido/contenido.aspx?catID=271&conID=698>
- Grupo Bancolombia. Tomado de <http://www.grupobancolombia.com/home/saladeprensa/Contenido/2009/mediosInstitucionales/novedades/novedadesEnero2009.pdf> el 31 de Enero 2009
- Asobancaria, Reporte de Bancarización Junio 2008, Recuperado el 22 de Abril de 2008 de http://www.asobancaria.com/upload/docs/docPub4649_7.pdf
- Alcaldía de Bogotá. Tomado de <http://www.bogota.gov.co/decide.php?patron=1.0107> el 28 de Agosto de 2008

- Alcaldía de Bogotá: Tomado el 28 de Agosto del 2008 de <http://www.bogota.gov.co/motor/redirect.php?id=6469&link=http://mapas.idu.gov.co/internet>
- Diario Portafolio. Recuperado el 3 de Enero de 2008 de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-3256501>
- Diario la República. Recuperado el 4 de Febrero de 2009 de http://www.larepublica.com.co//archivos/GLOBO/2009-02-04/la-can-impulsara-las-microfinanzas_65354.php

ANEXOS

A. SALUD FINANCIERA

“El concepto de salud financiera trata del correcto manejo del dinero, y eso en realidad no es simplemente llevar bien las cuentas, sino qué tipo de decisiones se están tomando con respecto al dinero de la empresa.

Una empresa con buena salud financiera es aquella que toma decisiones acertadas con respecto al manejo de su capital, entre sus inversiones, políticas de pago y cartera, inventarios, manejo de personal y demás que involucren el capital de la empresa, de este modo se crea valor tanto para la empresa, como para sus stakeholders.

A continuación se encuentran siete principios que deben tener las empresas para obtener salud financiera⁵¹.

Principio 1: La buena mayordomía

Una empresa es como un árbol que se planta; requiere de tiempo y cuidados antes de poder dar frutos. Si comenzamos a podar el árbol cuando aún está pequeño y en crecimiento, lo convertiremos en un “bonsái” (árbol enano), o peor aún, se secará y morirá. En otras palabras, si el dueño de una empresa “extrae” recursos más allá de la capacidad de ésta, pasará una de dos cosas: se quedará enana o morirá.

Para que esto no ocurra, el dueño debe verse a sí mismo solamente como el administrador o “mayordomo” de la empresa, o sea, alguien a quien se le encargó su cuidado y que deberá entregar cuentas al verdadero dueño. En mi experiencia, he visto negocios pequeños crecer rápidamente cuando los dueños verdaderamente aplican este principio. ¿Cómo lograr que esta “relación” sea justa? Asignándosele al “mayordomo” un salario (y limitarse estrictamente a éste) que se considere justo por su

⁵¹ <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/pymes-salud-financiera-principios-administracion.html>

trabajo, pero que también la empresa esté en posición de pagar. Por ejemplo, si el sueldo delimitado son \$10,000.00 no deberá disponer ni siquiera de un peso más. No se precipite y compre cosas muy lujosas (especialmente automóviles de uso personal), sólo porque “hay que impresionar a los clientes con una buena imagen”, y tampoco se “cure en salud” pensando que al fin y al cabo son deducibles de impuestos, pues salen “a nombre” de la empresa.

Sea paciente y ya habrá tiempo de hacer esos gastos cuando el negocio lo permita, ya que si los hace antes de tiempo, estará “podando” su empresa.

Principio 2: Debe existir equilibrio entre las entradas y las salidas de dinero en una empresa

En términos generales, existen solo dos formas importantes de que entre dinero a la empresa: por una aportación de capital (que puede ser de un inversionista, del apoyo de alguna institución o de un préstamo), o por ingresos derivados de las ventas. Dicho sea de paso, estos últimos son los únicos que verdaderamente la hacen rentable y saludable, pues si no hay ingresos por ventas, cualquier aportación de capital será “echar dinero bueno al malo”.

Por otra parte, las salidas de dinero se catalogan en costos (compra de materias primas o de los productos que la empresa revende, etc.), gastos de operación (salarios, renta, etc.), inversiones (en maquinaria, en mobiliario, o en publicidad), y por último, utilidades (lo que haya quedado después de todas las demás salidas). Es primordial respetar esta jerarquía en cuanto a las salidas de dinero, si “tomamos” utilidades y quedamos a deber costos o gastos de operación, solo nos estamos haciendo tontos, pues en realidad no hay tales “utilidades”. Podemos resumirlo de la siguiente manera: no puede salir nada que no haya entrado primero.

Los problemas comienzan cuando ponemos más atención a las salidas que a las entradas. Es importante cuidar que no se gaste excesivamente, pero es más importante incrementar los ingresos por ventas.

Principio 3: La ley de la siembra y la cosecha

¿Ha oído usted hablar de la ley de la siembra y la cosecha? Lo que sembremos es lo que habremos de cosechar. Siembre escasamente y cosechará escasamente, siembre con abundancia y cosechará con abundancia. Éste principio guarda mucha relación con los dos anteriores. Como dueño o administrador usted es ejemplo para sus empleados, proveedores y clientes. Por eso, en la medida de las posibilidades de la empresa, siembre en salarios decorosos; siembre al contratar un empleado más, si la actividad así lo demanda, en vez de “negrear” más al que ya tiene; siembre en uno o dos cursos de capacitación al año; siembre en materias primas de buena calidad y en proveedores confiables (aunque no sean los más baratos), siembre en darle un pequeño extra al cliente, siembre en contratar al menos un poco de publicidad. Siembre en asesorarse por profesionales para tomar decisiones de negocio importantes o mejorar su negocio. No trato de decir que debe reinvertir TODAS las utilidades obtenidas (aunque al inicio siempre es aconsejable), pero ponga en práctica esto de sembrar en vez de querer todas las ganancias para usted manteniendo “anémica” a su empresa, y verá los resultados.

Principio 4: No adquiera nada que no sepa exactamente cómo lo va a vender o utilizar

Tristemente me he encontrado con muchas empresas (principalmente aquellas con poco tiempo de haber iniciado), que se echan a cuestras grandes gastos de operación e invierten fuertemente en mobiliario y equipo, pero que no saben todavía cómo o a través de quién van a vender sus productos. Hay quienes primero rentan una oficina “bien ubicada”, se compran un bonito escritorio y una computadora (o red de computadoras) muy potente para llevar la “administración” del negocio, contratan

Internet de banda ancha y dos líneas telefónicas (porque estaban de oferta), y tienen un bonito modelo financiero del negocio proyectado a 5 años, pero aún no han tenido ingresos por ventas que signifiquen más de unos cuantos pesos. Entonces, ¿con qué piensan mantener todo eso? Recordemos que los ingresos por ventas son la única forma de que una empresa esté sana.

En un caso extremo es preferible empezar (y no sería usted el primero en hacerlo) trabajando desde casa con un teléfono celular, consultando la cuenta de correo gratis en un café Internet y con una buena (y aterrizada) idea de negocios, pero enfocándose primero en conseguir clientes y cerrar ventas, que enfocarse en comprometer el capital de la empresa antes de conseguir el primer pedido. A menos que sea un negocio abierto al público, unas instalaciones bonitas ayudan, pero por sí mismas no consiguen clientes. Aunque si los ingresos por ventas así se lo permiten, entonces adelante, siembre en su empresa.

Por favor, evite las “gangas” y ofertas si realmente el negocio no las necesita en este momento. No adquiera cosas innecesarias “sólo” porque son deducibles de impuestos y porque “tenemos IVA a favor”, eso puede que ayude fiscalmente en el corto plazo, pero a la larga es una práctica muy perjudicial.

Una cosa más, evite también el socorrido “hágalo usted mismo” con tal de ahorrar. Recuerde que el objetivo de una empresa es ganar dinero vendiendo sus productos o servicios, no ahorrar en costos y gastos. En teoría, las ventas pueden crecer sin límite, pero también en teoría los gastos no pueden llegar sino hasta cero. Por eso, en vez de perder (usted o su personal) excesivo tiempo tratando de aprender a hacer algo que no sabe hacer y que NO tiene porqué saber hacer, mejor páguele un precio razonable a un experto (quien seguramente lo hará mejor y mucho más rápido), y dedique ese tiempo a atender los asuntos de su negocio.

Principio 5: O bien vendido o bien podrido

Este es un dicho popular entre los comerciantes de frutas y vegetales, y significa que nunca debe “malbaratar” los productos o servicios de su empresa, sólo por vender “aunque sea algo”. Si usted no cree en el valor de lo que ofrece, sus clientes tampoco lo harán. Recuerde que de su margen de ganancia es de donde sale para pagar los gastos de operación, para las inversiones en el negocio, y en última instancia, para las utilidades.

Principio 6: Nunca fiar

Una cosa es dar crédito, y otra muy diferente es fiar. Si tenemos la intención de dar crédito a nuestros clientes, antes debemos ver qué tantas posibilidades hay de que no nos paguen (y si la empresa está en posición de asumir ese riesgo), y además debemos contar con alguien que se encargue de la cobranza, dándole “armas” para hacer su trabajo, como pagarés firmados, acuses de recibo, contratos, etcétera (porque es seguro que van a hacer falta). Si no hacemos todo esto, simplemente estamos fiando, y fiar es lo más parecido a regalar nuestro producto o servicio (que por cierto, a nosotros no nos regalaron), y a la que tendremos que dedicar tiempo y dinero para cobrar (y que tal vez alguien más pudo habérsela comprado de contado); eso nos distraerá de estar vendiendo o atendiendo el negocio. Es un grave error acabar fiando con tal de “vender”. ¡No lo haga! Usted no ha vendido en realidad su producto o servicio si no ha podido cobrar por él.

Principio 7: Tenga siempre una reserva de efectivo

Este es probablemente el principio que requiere de menos explicación: simplemente, los imprevistos ocurren. Aunque esto varía dependiendo del giro y tamaño de la empresa, en general recomiendo que se procure tener como mínimo el equivalente a 3 meses de gastos de operación como reserva de efectivo. Y por favor, no los guarde “debajo del colchón”, pregunte a su banco por algún instrumento de inversión acorde a sus necesidades.

Uno de los beneficios más importantes de aplicar estos siete principios es que están enfocados a proteger el capital de trabajo del negocio, el cual es como “el aceite” que permite al motor de su empresa funcionar bien y generar ingresos por ventas.

Como vemos, no es tan complicado tomar buenas decisiones sobre el manejo del dinero, siempre y cuando se basen en buenas prácticas de negocios. Ahora, le invito a que, con una visión de negocios a largo plazo, medite sobre los 7 principios, y los tenga en cuenta la próxima vez que deba tomar decisiones de dinero en su empresa.

B. INDICADORES FINANCIEROS

Para poder realizar un apropiado análisis de las oportunidades de apalancamiento dentro de las pequeñas empresas en el barrio Prado Veraniego de la ciudad de Bogotá, es necesario tener en cuenta herramientas financieras como los indicadores financieros. Para esta investigación se hará énfasis en los indicadores financieros de apalancamiento, que son los encargados de mostrar el nivel de endeudamiento de una empresa.

Estos indicadores financieros son de vital importancia en las empresas, puesto a que con estas herramientas se realizan los análisis de los estados financieros, que posteriormente darán el diagnóstico sobre el comportamiento de las organizaciones.

Cuando las empresas optan por la opción de apalancamiento, estas reciben un monto determinado en préstamo, lo cual trae consecuencia en cuanto a que las empresas deben pagar una serie de intereses a los prestamistas, adicionalmente a la amortización de la deuda hasta completar todo el préstamo. De esta manera es importante que las empresas tengan la habilidad de generar capital apalancado en los recursos externos prestados, para que existan beneficios a los accionistas de las compañías. De esta manera es importante poder observar y medir que tan endeudadas se encuentran las organizaciones para poder pagar los intereses y los préstamos a las entidades externas a las empresas, y adicionalmente poder analizar el comportamiento interno para observar que tan bueno resulta el apalancamiento para la compañía. Los indicadores de apalancamiento miden cuanto apalancamiento financiero tiene la empresa.

Razón de endeudamiento

En la mayoría de los casos, el apalancamiento es medido por la razón de deuda a largo plazo sobre el capital total a largo plazo. En la deuda a largo plazo, no solo se habla de

las obligaciones o préstamos de las empresas, sino que adicionalmente se suman los valores de arrendamientos a largo plazo puesto a que estos representan una obligación de las empresas y generan pagos regulares. En cuanto al capital total a largo plazo las cuentas pertenecientes a este es la suma de la deuda a largo plazo y el capital propio aportado por los accionistas.

$$\text{Razón de deuda a largo plazo} = \frac{\text{Deuda a largo plazo}}{\text{Deuda a largo plazo} + \text{Capital propio}}$$

Este indicador muestra que tanto capital de largo plazo se da en forma de deuda a largo plazo. Otra forma de poder expresar el endeudamiento es a través de la razón deuda entre fondos propios.

$$\text{Razón deuda entre fondos propios} = \frac{\text{Deuda a largo plazo}}{\text{Fondos propios}}$$

Estas medidas anteriores solo tienen en cuenta el nivel de endeudamiento a largo plazo, pero en muchas ocasiones es necesario ver la deuda con todos los pasivos. Es así que existe la razón de endeudamiento total.

$$\text{Razón endeudamiento total} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$$

Esta razón indica el porcentaje de endeudamiento que tienen las empresas tanto en el corto como en el largo plazo.

Razón de cobertura de intereses

Para esta investigación un indicador de gran importancia es el de cobertura de intereses que es la medida en que los intereses se cubren con beneficios. Una de las

garantías para que los bancos presten dinero a las empresas está basado en este indicador ya que a estos les interesa que los beneficios superen con mucho los pagos de los intereses y se presente como una garantía del pago de la deuda. De esta manera se calcula por medio de los beneficios totales antes de intereses e impuestos (BAII) y los pagos de los intereses, la razón de cobertura de intereses.

$$\text{Razón de cobertura de intereses} = \frac{\text{BAII}}{\text{Pago de intereses}}$$

Los pagos regulares de intereses constituyen una carga que las empresas deben soportar si quieren evitar la insolvencia. La razón de cobertura de intereses mide con cuanta facilidad transita la empresa entre un pago y otro. Sin embargo, solo pinta una parte de la situación.

Razón de cobertura de liquidez

Al igual que el pago periódico de los intereses se debe tener en cuenta las amortizaciones, así sea en el cálculo de los beneficios en donde estos solo se deducen sin que exista una salida directa de la caja. De esta manera resulta útil preguntar si en vez de que los beneficios sean suficientes para cubrir los pagos de intereses, sea más interesante calcular la medida en que los intereses son cubiertos por el flujo de tesorería derivada de las operaciones. Esto puede llegar a ser medido por la razón de cobertura de liquidez.

$$\text{Razón de cobertura de liquidez} = \frac{\text{BAII} + \text{Amortización}}{\text{Intereses}}$$

C. MODELO ENCUESTA



Edad
18 - 30
30 - 40
40 - 50
+ 50

Encuesta Financiación para pequeños negocios. Fecha: _____

Nombre negocio: _____ Tel: _____

Dirección: _____ Estrato: _____

Propietario: _____ C.C.: _____

1. Para conseguir fondos de capital para poder comprar insumos a los proveedores cuales de los siguientes métodos usa:

- Usa recursos de su propio bolsillo.
- Usa los excedentes de las operaciones pasadas de su negocio.
- Pide un préstamo al banco.
- Pide un préstamo a un prestamista.
- Pide un préstamo a algún pariente o amigo.
- Recurre a algún tipo de financiación en alguna otra empresa.
- Otra. ¿Cuál? _____ ¿Porqué? _____

2. Que tipo de actividades en su negocio requiere que busque un tipo de financiación externa para poder operar.

- Pagar proveedores. _____
- Pagar empleados. _____
- Pagar servicios u otros costos fijos. _____
- Pagar impuestos. _____
- Pagar servicios externos al negocio (maquila) _____
- Pagar deudas financieras con bancos u otras entidades. _____
- Mejoramiento de la propiedad planta y equipo. _____
- Otros. ¿Cuáles? _____

3. Para financiar la operación de su negocio usted prefiere:

- Bancos. _____
 - Amigos y familiares. _____
 - Prestamistas. _____
 - Ahorros propios. _____
 - Entidades fiduciarias. _____
 - Otras empresas _____
- ¿Porqué? _____

4. Que tasa promedio considera usted que cobran las siguientes fuentes por un préstamo. Escriba la tasa que usted considere al frente de cada una de las opciones.

- Bancos. _____
 - Prestamistas. _____
 - Entidades de fomento. _____
 - Otras empresas. _____
- ¿Porqué? _____

5. El monto aproximado al cual usted considera necesario buscar una fuente de financiación se encuentra entre:

- | | Plazo | ¿Para qué? |
|--|-------|------------|
| a. Menos de 500.000 pesos. | _____ | _____ |
| b. Entre 500.000 y 1'000.000 pesos | _____ | _____ |
| c. Entre 1'000.000 y 5'000.000 pesos. | _____ | _____ |
| d. Entre 5'000.000 y 10'000.000 pesos. | _____ | _____ |
| e. Mas de 10'000.000 pesos. | _____ | _____ |

6. Recurre usted a los bancos para buscar fondos para su negocio.

Si _____ Frecuencia: _____
No _____ ¿Por qué? _____

Si respondió sí a la pregunta 6 saltar a la pregunta 8.

7. Enumere de 1 a 4 siendo 1 el valor más relevante y 4 el valor menos importante las causas por las cuales usted no recurre a los bancos en busca de préstamos.

- Las tasas son muy altas. _____
- No considera que el monto lo amerite. _____
- Le exigen muchas garantías. _____
- Falta de conocimiento de los préstamos bancarios. _____

8. Recurre usted a prestamistas para buscar fondos para su negocio.

Si _____
No _____

Si respondió no a la pregunta 8 saltar a la pregunta 10.

9. Enumere de 1 a 4 siendo 1 el valor más relevante y 4 el valor menos importante las causas por las cuales usted recurre a los Prestamistas en busca de préstamos.

- Las tasas son bajas. _____
- No considera que el monto lo amerite otro tipo de financiación. _____
- Le exigen pocas garantías. _____
- Falta de conocimiento sobre préstamos bancarios. _____
- Es la opción que más se ajusta a sus necesidades. _____

10. Cuando usted busca un crédito para su negocio lo más importante para usted es:

- Que las tasas sean bajas. _____
- Que no le exijan muchas garantías de pago. _____
- Que los plazos para el pago sean largos. _____
- Que el préstamo sea desembolsado rápidamente. _____
- Otros ¿Cuáles? _____

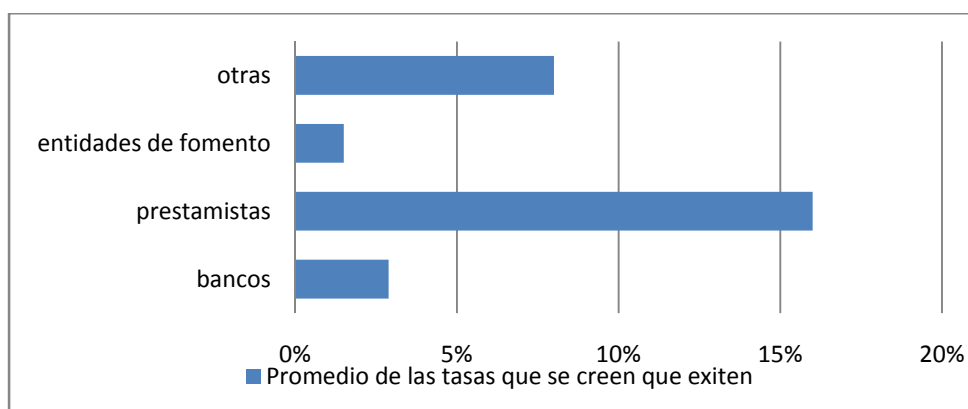
11. Cual es su principal fuente de financiación. _____

12. ¿Quiere agregar algo?

D. RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO

A partir de la prueba piloto realizada en el barrio Prado Veraniego de la ciudad de Bogotá, se realizaron 12 preguntas de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados:⁵²

- Para conseguir fondos de capital para financiar las operaciones de los negocios el principal método usado es recurrir a los ahorros propios con el 25%, seguido de la búsqueda de recursos dentro de la utilidad del negocio con el 21%, y la financiación de los bancos con el 21%.
- Las principales actividades para las cuales los comerciantes recurren a préstamos son el pago de proveedores con el 31%, cubrir los costos fijos con el 25% y la inversión en propiedad planta y equipo con 22%.
- Para financiar la operación de los negocios los comerciantes recurren a diferentes fuentes de financiación como bancos, ahorros propios, parientes y amigos, y prestamistas o agiotistas.
- El promedio de las tasas que creen los comerciantes a las cuales se prestan recursos son:



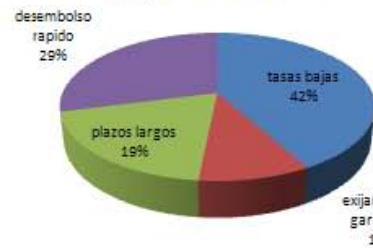
⁵² Resultados obtenidos de la prueba piloto realizada en el barrio Prado Veraniego de la ciudad de Bogotá. Ver en anexos la tabulación de los resultados.

- El monto al cual la mayoría de los comerciantes están dispuestos a endeudarse está entre 1'000.000 y 5'000.000 de pesos.
- El 65% de los comerciantes encuestados recurren a bancos, mientras que el 45% no acude a este tipo de financiación debido a que exigen muchas garantías, no conocen acerca de los préstamos, o no consideran que los montos lo ameriten.
- La mitad de los encuestados recurren a los prestamistas “gota a gota”, debido a que es la fuente de financiación que más se ajusta a sus necesidades, exigen pocas garantías, y por falta de conocimiento de los préstamos bancarios.
- La principal fuente de financiación de los comerciantes encuestados son: ahorros propios 30%, bancos 25%, excedente de utilidades del negocio 25%, prestamistas 10%, y fundaciones y cooperativas 10%.

Para conseguir fondos de capital para poder financiar sus operaciones cuales de los siguientes métodos usa:



Lo mas importante para ud para pedir un prestamos es:



Que actividades de su negocio requieren financiación para operar:



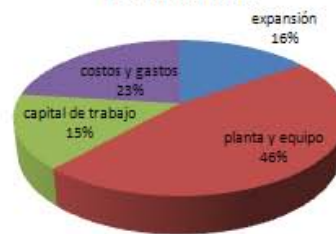
El monto aproximado que ud necesita para financiarse es:



Para financiar la operación de su negocio ud prefiere financiarse con:



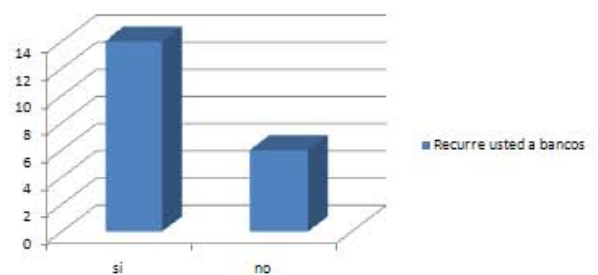
Usos del negocio provenientes de la financiación



Promedio de las tasas que se cree que existen para la financiación



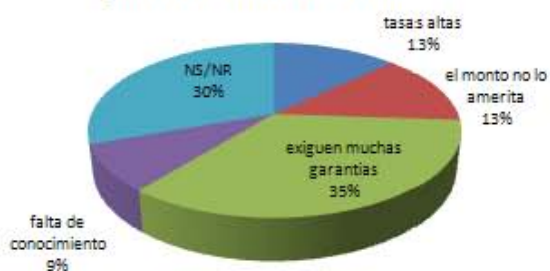
Recurre usted a bancos



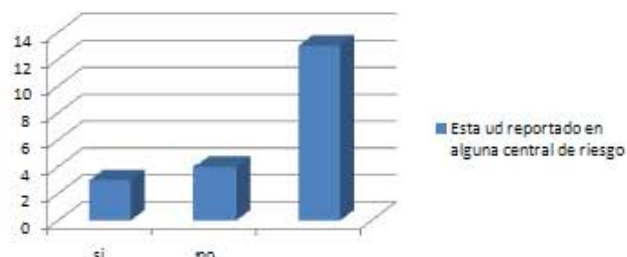
OBSERVACIONES FRECUENTES:

- Acabaron de abrir el negocio
- Importante un buen trato porque de eso depende el pago
- Quiere mas oportunidades sin mostrar papeles
- Los prestamistas recurren rapidamente que es necesario para la liquidez del negocio, pero este es el ultimo recurso
- Los bancos desembolsan por anticipado por seguros
- No le gustan los bancos por las garantias. Prefieren solo manejar efectivo
- Prefieren a la cooperacion mundial de la mujer que exige pocas garantias
- Prefieren invertir plata en DMG para financiarse con dicha inversion
- Antes habia mucha facilidad para conseguir financiacion

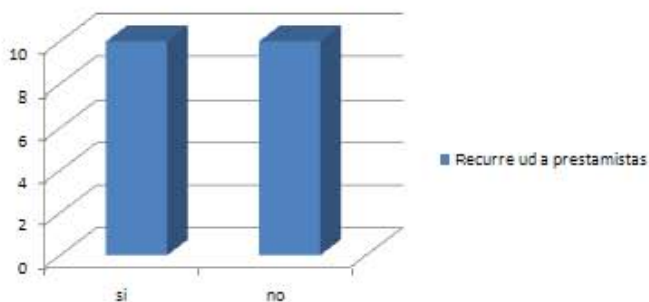
Cuales son las causas por las cuales la gente no recurre a bancos



Esta ud reportado en alguna central de riesgo



Recurre usted a prestamistas



Su principal fuente de financiacion es:






Cuales son las causas por las cuales la gente recurre a prestamistas



E. INFORMACION BCSC

Material aportado por la Dra. Sandra Moncada del BCSC.

DEBATES DE COYUNTURA SOCIAL

Octubre 25 de 2.006

BCSC es una Entidad Financiera con una experiencia exitosa en la Banca Masiva Popular.





Desde hace mas de 90 años, **BCSC**, trabaja apoyando el progreso de las personas naturales, los microempresarios y pequeños empresarios, contribuyendo con el desarrollo social del país. Ha fomentado y valorizado desde entonces el **ahorro de los Colombianos**, hasta constituirse en una **institución financiera de perfil popular**.

La Fundación Social, propietaria de **BCSC**, tiene como foco estratégico atacar las causas estructurales de la pobreza en Colombia.

Hoy esta entidad, se encuentra entre los bancos más reconocidos del país y actualmente atiende a más de 3.5 Millones de clientes, a través de sus 278 oficinas y más de 460 cajeros automáticos en 53 ciudades del país.

BCSC es una Entidad Financiera con una experiencia exitosa en la Banca Masiva Popular.



Desde hace mas de 90 años, **BCSC**, trabaja apoyando el progreso de las personas naturales, los microempresarios y pequeños empresarios, contribuyendo con el desarrollo social del país. Ha fomentado y valorizado desde entonces el **ahorro de los Colombianos**, hasta constituirse en una **institución financiera de perfil popular**.

La Fundación Social, propietaria de **BCSC**, tiene como foco estratégico atacar las causas estructurales de la pobreza en Colombia.

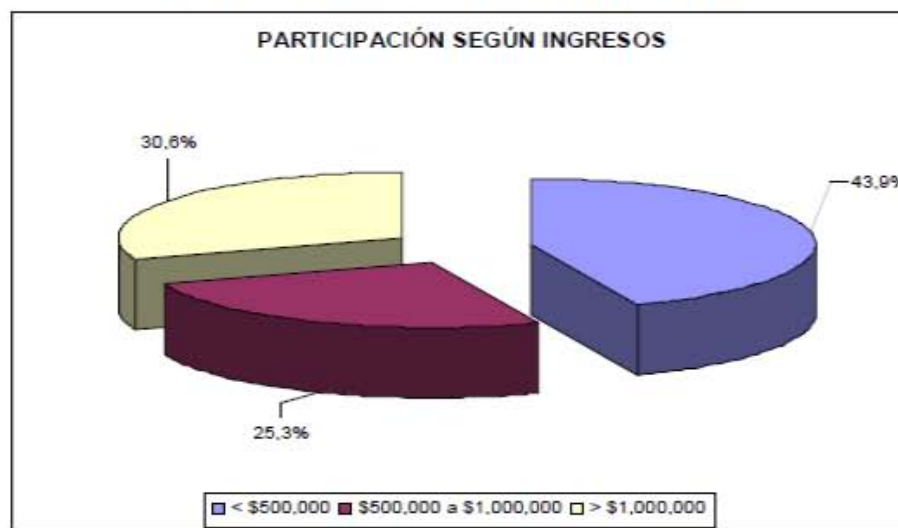
Hoy esta entidad, se encuentra entre los bancos más reconocidos del país y actualmente atiende a más de 3.5 Millones de clientes, a través de sus 278 oficinas y más de 460 cajeros automáticos en 53 ciudades del país.

BCSC

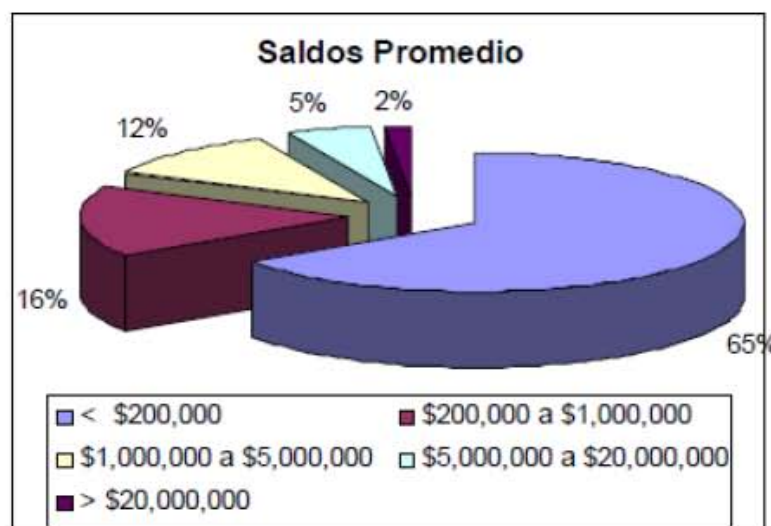
Uno de los principales objetivos estratégicos de BCSC es el de bancarizar y atender integralmente las necesidades financieras de los segmentos mas bajos de la población Colombiana

- ✓ **BCSC** se destaca principalmente por su **facilidad de acceso** para todas las personas sin importar su género, y por ser pionera en la colocación de **créditos de menores cuantías**.
- ✓ **BCSC** en concreto trabaja año tras año en la acertada adecuación de los productos y servicios que ofrece, según las características y necesidades de los clientes:
 - ✓ Montos mínimos exigidos para aperturas de cuentas
 - ✓ Productos diseñados para construir ahorro
 - ✓ Facilidad de acceso al crédito
 - ✓ Plazos flexibles
 - ✓ Productos de fácil manejo
 - ✓ Amplia cobertura de sus canales de atención
 - ✓ Agilidad en las transacciones

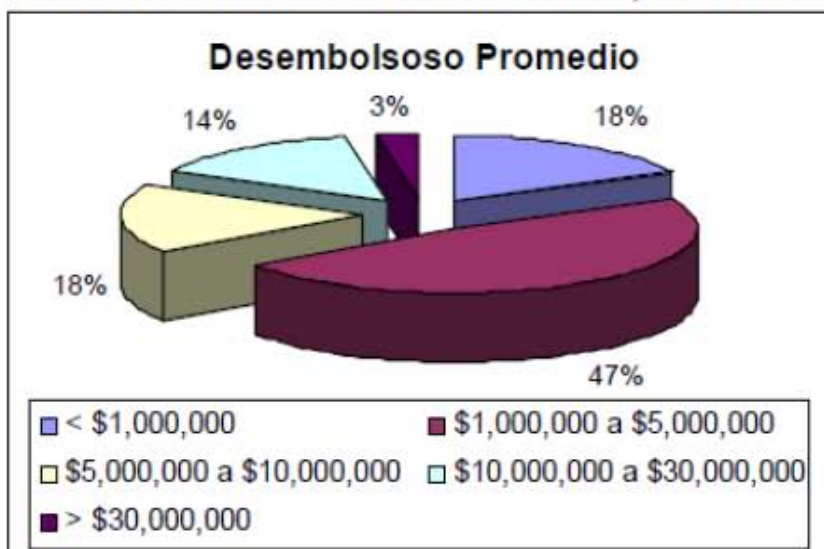
Como resultado de este foco de Negocio:
 El 69% de los clientes de BCSC tienen
 ingresos menores a \$1.000.000



Con una construcción importante de ahorro en
 segmentos masivos, hoy tenemos más de
 2.000.000 Clientes con Cuenta de Ahorro.



De la Cartera Vigente el 65% de las operaciones **BCSC** tienen desembolsos menores a \$5.000.000



Actualmente contamos con más de 410.000 clientes con operaciones vigentes.

BCSC

► El **BCSC** ha Innovado y desarrollado experiencias particulares exitosas para **Bancarizar** y atender adecuadamente las necesidades financieras del segmento popular, las microempresas y las PyMe.

► Entendiendo que el reto de la bancarización trasciende el microcrédito, el vehículo bancarizador se basa también en cubrir las necesidades de ahorro, inversión y transaccionalidad. Por lo tanto la bancarización debe estar referida a la prestación de servicios financieros con ofertas de ahorro, tarjetas débito, tarjetas de crédito, facilidades transaccionales, inversión, recepción de remesas, crédito, seguros y otros previsionales.

1. Se ha “reanimado” el valor del ahorro, por ello se desarrolló todo un programa materializado en la Cuenta de Ahorros “PROGRESE”.

Entendiendo que:

- ✓ El ahorro **es un medio** que lleva como resultado al progreso.
- ✓ El ahorro significa compromiso, disciplina, constancia y esfuerzo.
- ✓ Proponerse una meta (un “para que”) materializa el destino del ahorro.
- ✓ Esta meta puede ser tangible (educación, vacaciones, vivienda, etc) o intangible (imprevistos, oportunidades de descuento, etc)
- ✓ Un producto de ahorro debe ser de fácil acceso, fácil manejo y con buena rentabilidad.
- ✓ El ahorro progresivo debe tener estímulos (vgr. Facilidad de acceso a créditos) y seguimiento por parte del Banco, hay que crear “cultura de ahorro”.



Dando como resultado: (Más de 183.000 clientes ahorradores)

BANCO QUIR SOCIAL

- ✓ Concepto: “**la fórmula que le ayuda a ahorrar y progresar**”.
- ✓ Seguimiento periódico mensual de los asesores de oficina, al compromiso del ahorrador con su meta, a través del “Progresador”.
- ✓ Estímulos al cumplimiento del compromiso de ahorro:
 - ✓ **Tasas de interés privilegiadas** frente a otras cuentas de ahorro.
 - ✓ Tasa y condiciones preferenciales en el **acceso a crédito**
- ✓ **Montos de apertura bajos** (\$30.000)
- ✓ El único **medio de manejo es el talonario**, el primero es gratuito, que además privilegia los abonos sobre los retiros (menos cupones).

2. Modelos de Relación altamente orientados al ^{BCSC} ACOMPAÑAMIENTO en subsegmentos específicos:

✓ PROGRAMA CREEMOS:

Focalizado a Microempresarios pequeños que son mayoritariamente informales y no bancarizados.

Pilares del Modelo:

- ✓ Se les Visita en su negocio, escuchándolo y entendiendo sus necesidades, a través de una experta fuerza externa comercial.
- ✓ Se asesora personalmente en los productos que más se le ajustan a sus necesidades
- ✓ Se evalúa su capacidad de pago, a partir del estudio financiero de sus ventas, sus gastos, sus ingresos y el balance general del negocio y de la familia.
- ✓ Se Asesora y acompaña en el trámite de documentos para la presentación de la solicitud y la legalización y el desembolso del crédito.
- ✓ Se realizan visitas periódicas para acompañarlo durante la vigencia de su crédito con el Banco.

✓ PROGRAMA TENDEROS: ^{BCSC}

Orientado a las tiendas de barrio, las cuales también son en su mayoría informales y no bancarizadas.

Pilares del Modelo:

- Hemos entendido que un banco no solo esté para atenderles algunos requerimientos financieros sino para ofrecerle una Oferta de Productos y Servicios que garantice atender sus necesidades de: **Manejo de efectivo, Capital de trabajo, Vivienda, Consumo** (educación, recreación).
- ✓ El PLAN TIENDA EMPRESARIO es una Propuesta de Valor que el Banco Caja Social BCSC ofrece al segmento Tenderos, la cual combina en un solo concepto:
 - ✓ Productos financieros como; Cupos de crédito permanentes, cuantas de ahorro, Corrientes y tarjetas débito
 - ✓ Procesos fáciles y amigables
 - ✓ Políticas acordes a su realidad
 - ✓ Canales de atención especializados dependiendo del tamaño del negocio
 - ✓ Servicios transaccionales para facilitar sus operaciones.
 - ✓ Seguros adaptado a las necesidades su negocio (Negocio Seguro)

La población no bancarizada, tiene características particulares, que hay que entender:

BCSC



BANCO OBR SOCIAL

- Laboran o producen en mercados altamente informales.
- Alto interés y preferencia por el uso del efectivo.
- Cuentan con muy escasa información sobre ingresos, gastos y antecedentes comerciales.
- La geografía y su ubicación en zonas marginales generan mayor dificultad y costo de atención.
- Baja cultura financiera, básicamente entendida como:
 - Interés por el ahorro y las facilidades transaccionales.
 - Requerimientos de recursos de crédito para necesidades familiares y/o productivas.
 - Muy poco expuestos a ofertas de seguros y otros productos previsionales.

El desarrollo de productos financieros debe ajustarse de manera adecuada sus necesidades:

BCSC



BANCO OBR SOCIAL

- Productos con facilidades de acceso en condiciones de apertura, montos y plazos.
- Modelos de atención que privilegien la asesoría y el acompañamiento, en su etapa inicial de contacto con el sector financiero formal.
- Mecanismos que faciliten sus transacciones (usualmente muchas y de montos bajos):
 - Débitos automáticos
 - Cercanía a sus domicilios o lugar de trabajo
 - Cajeros automáticos
 - Redes de corresponsales no bancarios

Retos para la Banca:

- Modelos altamente relacionales, que permitan la construcción de información que mejore el conocimiento y el riesgo implícito.
- Productos poco rentables por sus montos pequeños, plazos cortos, y alta exigencia de transaccionalidad.
- Amplia disponibilidad de canales en zonas de difícil acceso.
- Desarrollo de alianzas para canalizar los flujos de remesas.
- Altas inversiones en tecnología de punta que permitan manejar los altos volúmenes de transacciones.
- Modelos estadísticos que apoyen el conocimiento y la capacidad predictiva sobre el comportamiento futuro de los clientes.

Retos para el marco Institucional:

- Gravámenes que estimulan el uso de efectivo y reducen el interés por el ahorro formal.
- Inversiones forzosas y encajes que encarecen y limitan los fondos de captación.
- Flexibilización y desarrollo de la regulación sobre canales de distribución.
- Gravámenes y requisitos para la legalización de remesas.
- Definición legal del microcrédito para efectos del cobro de la comisión, límites al endeudamiento y límites al destino (hoy es solo productivo).
- Límite y certificación actual de la tasa de colocación, que no reflejan los precios referentes del negocio de las microfinanzas (frecuencias diarias, semanales, quincenales a tasas de agiotistas).