

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE MICROCRÉDITOS EN LA CIUDAD DE PALMIRA
DIRIGIDOS A MICROEMPRESARIOS INFORMALES**

KENNER MARTÍNEZ BUILES

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2018**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE MICROCRÉDITOS EN LA CIUDAD DE PALMIRA
DIRIGIDOS A MICROEMPRESARIOS INFORMALES**

KENNER MARTÍNEZ BUILES

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar por el
título de Magister en Administración de Empresas**

Director: Jorge David Aponte Vasilescu

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI**

2018

Santiago de Cali, Diciembre 10 de 2018

Doctor

Alberto Arias Sandoval

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Pontificia Universidad Javeriana

La Ciudad

Por medio de la presente estoy entregando a usted el Trabajo de Grado cuyo título es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MICROCRÉDITOS EN LA CIUDAD DE PALMIRA DIRIGIDOS A MICROEMPRESARIOS INFORMALES"-

Esperamos que este Trabajo cumpla con los requisitos académicos exigidos y que alcance el propósito para el cual fue elaborado.

Atentamente



KENNER MARTÍNEZ BUILES

Código No. 64793

Santiago de Cali, Diciembre 10 de 2018

Doctor

Alberto Arias Sandoval

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Pontificia Universidad Javeriana

La Ciudad

Por medio de la presente me permito comunicarle, que en mi calidad de director de trabajo de grado he leído detenidamente el informe final del estudio titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE MICROCRÉDITO EN LA CIUDAD DE PALMIRA DIRIGIDOS A MICROEMPRESARIOS INFORMALES”, realizado por la estudiante de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Javeriana Kenner Martínez Builes con código No. 64793; y considero que cumple con todos los requisitos requeridos para ser presentada a evaluación.

Atentamente

Jorge David Aponte Vasilescu

Director Trabajo de Grado

ARTÍCULO 23 de la resolución N° 13 de
julio 6 de 1946

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de Tesis. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y porque la Tesis no contenga ataques o polémicas puramente personales; antes bien, se vea en ellas el anhelo de buscar la Verdad y la Justicia”

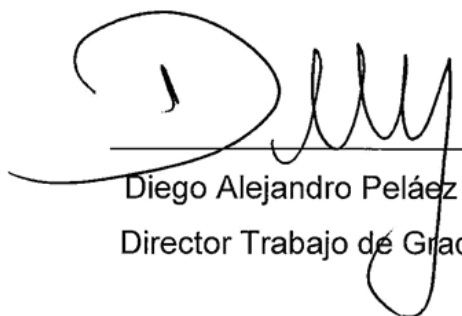
Aprobado por el Comité de Trabajo de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Pontificia Universidad Javeriana, para optar por el título de Magister en Administración.

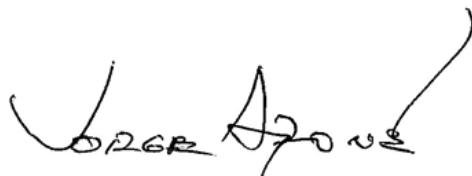
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
MICROCRÉDITOS EN LA CIUDAD DE PALMIRA DIRIGIDOS A
MICROEMPRESARIOS INFORMALES

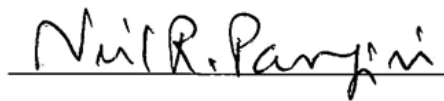


ALBERTO ARIAS SANDOVAL CALI
Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas


Gladis Rodríguez Muñoz
Director Posgrados


Diego Alejandro Peláez Cadena
Director Trabajo de Grado


Jorge David Aponte Vasilescu
Director Trabajo de Grado


Jurado

Dedicatoria

A nuestras familias por el amor expresado en comprensión y expectativas ante los logros, que a la postre serán de todos...

A mi madre e hija que me dieron la inspiración para iniciar y culminar este MBA.

Contenido

Introducción.....	14
1. Problemática.....	16
1.1 Planteamiento del problema.....	16
1.2 Objetivos.....	19
1.2.1 Objetivo general.....	19
1.2.2 Objetivos específicos.....	19
1.3 Justificación.....	19
2. Marco de referencia.....	20
2.1 Marco teórico.....	20
2.1.1. Los comienzos del microcrédito en Bangladesh.....	20
2.1.2. Formalización del empresariado en Colombia.....	22
2.2.Marco conceptual.....	23
2.2.1. Microcrédito.....	23
2.3.Marco legal.....	27
2.3.1.Normatividad legal en Colombia.....	27
3. Metodología.....	30
3.1 Diseño metodológico.....	30
3.2.Población Objeto de Estudio.....	30
3.3.Tipo de muestreo.....	31
3.4.Instrumentos.....	31
4. Resultados.....	32
4.1. Análisis descriptivos.....	32
4.1.1. Tamaño muestral.....	32

4.2. Análisis descriptivo de los resultados de la encuesta aplicada.....	35
5. Plan de mercadeo	57
5.1.Caracterización Socio Económica del Municipio de Palmira	57
5.1.1. Información general del municipio de Palmira.....	57
5.2 Análisis de Competencia	65
5.2.1. Sector Financiero Formal	65
5.2.2. Sector Informal	65
5.2.3. Elección del Mercado Meta	65
5.3 Análisis de la situación	66
5.3.1. Misión.....	66
5.3.2. Visión.....	66
5.3.3. Filosofía Empresarial	66
5.3.4. Caracterización del Negocio.....	67
5.4 Análisis del Entorno DOFA	68
<u>5.4.1 Fortalezas.....</u>	<u>68</u>
5.4.2. Oportunidades:	69
5.4.3. Debilidades:.....	69
5.4.4. Amenazas:	69
5.4.5. Planteamiento de Objetivos	70
5.5. Estrategias del Plan de Mercadeo.....	70
5.5.1. Diseño de Estrategia de la Mezcla Comercial	70
5.5.2. Precio	71
5.5.3. Plaza (Distribución)	71
5.5.4. Producto.....	72

5.5.5. Promoción (Publicidad).....	73
6. Estudio Financiero.....	74
6.1.Plan de Inversiones	74
6.1.1. Capital	74
6.2. Gastos Administrativos	76
6.2.1. Gastos de Personal.....	77
6.3. Estados Financieros.....	78
6.3.1. Estado de Resultados Integral.....	79
6.3.2 Estado de Situación Financiera	80
6.3.3. Flujo de Caja	81
6.3.4. Evaluación Financiera.....	82
6.3.4.1 Análisis de Sensibilidad	84
7. Conclusiones	86
8. GLOSARIO.....	88
9. BIBLIOGRAFIA.....	88
10. ANEXOS.....	90

Lista de Figuras

Figura 1. Composición Empresarial Palmira por Tamaño de Empresa	33
Figura 2. Pregunta 1. ¿A qué se dedica su negocio?	36
Figura 3. Pregunta 2. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?.....	37
Figura 4. Pregunta 3 ¿En los últimos 12 meses, ha solicitado algún tipo de crédito?	38
Figura 5. Pregunta 4. ¿A cuál de las siguientes fuentes ha acudido a la hora de solicitar un crédito?	40
Figura 6. Pregunta 5. ¿Qué tipo de garantías ofreció a la hora de respaldar su crédito?	41
Figura 7. Pregunta 6. ¿Cuándo solicita un crédito, regularmente por cuánto monto lo hace?.....	43
Figura 8. Pregunta 7. ¿A qué destina el dinero obtenido de los créditos?	44
Figura 9. A qué se dedica su negocio Vs. Qué tiempo tiene su negocio	47
Figura 10. A qué se dedica su negocio Vs. Ha solicitado crédito en 12 meses.....	50
Figura 11. A qué se dedica su negocio Vs. ACuál de las siguientes fuentes financiación a las que acude	52
Figura 12. A qué se dedica su negocio Vs. Tipo Garantías que puede ofrecer de respaldo.	54
Figura 13. A qué se dedica su negocio Vs. A qué destina créditos obtenidos	56
Figura 14. Ubicación del Departamento del Valle del Cauca y la ciudad de Palmira	57
Figura 15. Proyecciones de población municipio de Palmira.....	59
Figura 16. Palmira: Total empresas por tamaño.....	60
Figura 17. Empresas por Tamaño y Actividad Económica.....	60
Figura 18. Resumen Tasas Promedio de Colocación –octubre 2018	63
Figura 19. Tasas de colocación microcréditos – octubre 2018	64

Lista de tablas

Tabla 1. Crédito convencional Vs Microcrédito	26
Tabla 2. Composición Empresarial Palmira por Tamaño de Empresa	33
Tabla 3. Pregunta 1. ¿A qué se dedica su negocio?	35
Tabla 4. Pregunta 2. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?	37
Tabla 5. Pregunta 3. ¿En los últimos 12 meses, ha solicitado algún tipo de crédito?	38
Tabla 6. Pregunta 4. ¿A cuál de las siguientes fuentes ha acudido a la hora de solicitar un crédito?	39
Tabla 7. Pregunta 5. ¿Qué tipo de garantías ofreció a la hora de respaldar su crédito?	41
Tabla 8. Pregunta 6. ¿Cuándo solicita un crédito, regularmente por cuánto monto lo hace?	42
Tabla 9. Pregunta 7. ¿A qué destina el dinero obtenido de los créditos?	44
Tabla 10. Actividad económica Vs. Tiempo de permanencia en el mercado	46
Tabla 11. A qué se dedica su negocio Vs. Ha solicitado crédito en 12 meses	49
Tabla 12. A qué se dedica su negocio Vs. A Cuál de las siguientes fuentes financiación a las que acude.	51
Tabla 13. A qué se dedica su negocio Vs. Tipo Garantías que puede ofrecer de respaldo.	53
Tabla 14. A qué se dedica su negocio Vs. A qué destina créditos obtenidos ...	55
Tabla 15. Estructura del Sector Financiero de Palmira	61
Tabla 16. Resumen Tasas Promedio de Colocación –Octubre 2018	62
Tabla 17. Plan Inversión y Financiación	74
Tabla 18. Resumen Inversión	76
Tabla 19. Gastos Generales	77
Tabla 20. Gastos de personal	78
Tabla 21. Estado de resultados Integral	80
Tabla 22. Estado de situación financiera	80

Tabla 23. Flujo de caja de la operación.....	82
Tabla 24. Evaluación Financiera del proyecto	82
Tabla 25. Escenario 1 Incremento en el Costo de la Deuda	84
Tabla 26. Escenario 2 Disminución Tasa colocación	85
Tabla 27. Escenario 3 Disminución de números créditos	85

Introducción

En el mundo actual, las políticas económicas utilizadas desde los gobiernos centrales para impulsar la economía ya no son suficientes para solventar los progresivos problemas de los países en vía de desarrollo. Las expectativas para alcanzar economías con incremento en dichos países se han puesto sobre su capacidad para impulsar el empresariado y tienen como una de sus primordiales herramientas, la eventualidad de acceso al microcrédito por parte de los sectores que manifiestan más altos índices de desempleo. Acceder a los servicios financieros se intenta que sea cada vez más equitativamente posible y con más oportunidades para toda la población, fundamentalmente para aquellos con más bajos ingresos, igualmente, se ha percibido un incremento valorativo dentro del proceso de las políticas públicas de cada país, por cuanto se reconoce que favorece en la disminución de la pobreza y aumenta la inclusión social de las localidades más vulnerables.

Dentro de ese contexto, el microcrédito es uno de los servicios más significativos ya que contribuye para que los pequeños empresarios puedan acceder al beneficio de los servicios financieros, ya que estas pequeñas unidades de negocios necesitan fuentes de financiamiento diferentes a las convencionalmente aceptadas, en la medida que no representan los mismos requerimientos de riesgo de crédito que se les exige a las compañías consolidadas o de mayor tamaño.

En Colombia, el sistema financiero ha realizado muchos esfuerzos con el fin de extender los niveles de cobertura en temas de crédito hacia todos los estratos de la población colombiana, buscando que el acceso a los servicios financieros sea cada vez más asequible especialmente para aquellas personas con bajos ingresos. Partiendo del concepto de microcrédito

“entendido como el sistema de financiamiento a microempresas dentro del cual el monto máximo de operación de préstamo es de 25 salarios mínimos mensuales legales vigentes” este trabajo pretende establecer la factibilidad de instaurar una empresa de microcréditos en la ciudad de Palmira que ayude como fuente de financiación para los microempresarios informales.

En Colombia, el sistema financiero ha realizado muchos esfuerzos con el fin de extender los niveles de cobertura en temas de crédito hacia todos los estratos de la población colombiana, buscando que el acceso a los servicios financieros sea cada vez más asequible especialmente para aquellas personas con bajos ingresos. Partiendo del concepto de microcrédito “entendido como el sistema de financiamiento a microempresas dentro del cual el monto máximo de operación de préstamo es de 25 salarios mínimos mensuales legales vigentes” este trabajo pretende establecer la factibilidad de instaurar una empresa de microcréditos en la ciudad de Palmira que ayude como fuente de financiación para los microempresarios informales.

1. Problemática

El microcrédito tiene por objetivo otorgar préstamos a los pobres que carecen de activos, y por tanto de garantías reales tal como sucede en el crédito convencional, a fin de que puedan emprender actividades por cuenta propia que generen ingresos y les permitan mantenerse a sí mismos y sus familias. Este instrumento es mucho más que prestar una pequeña cantidad de dinero, es la oportunidad para que muchas personas puedan explotar sus potenciales y a su vez permite a las entidades que los otorgan tener una rentabilidad.

Dadas las bondades del microcrédito este trabajo pretende estudiar la creación de una empresa que pueda colaborar con el municipio de Palmira a otorgar microcréditos a una parte del sector informal.

1.1 Planteamiento del problema

El microcrédito y su impacto en la economía en los países en vía de desarrollo, ha sido un tema que se ha estudiado a lo largo de los últimos años y sobre éste se han realizado apreciaciones acerca del efecto que puede generar en la economía de los países que lo han implementado como uno de los mecanismos para el logro del crecimiento económico. No obstante, el eje primordial sobre el que se creó el modelo del microcrédito es la erradicación de la pobreza, según la ONU (2000, 2016), el cual suministra oportunidades de acceso al crédito a personas que, con los mecanismos tradicionales fijados por las instituciones financieras no lo tenían y privilegia en primera instancia a la mujer cabeza de familia.

El microcrédito para Colombia tiene una gran importancia como mecanismo para crear oportunidades económicas a los hogares, generando autoempleo y mejorando la calidad de vida; contribuyendo de esta manera a la reducción de la pobreza, la cual según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), ubicó el índice de pobreza monetaria de Colombia para el año 2017 en 26,9%.

La opción que ofrece el sistema de microcrédito, permite avanzar a sus usuarios para un mejor vivir, pero la falta de apoyo, educación financiera e información de las bondades de esta alternativa, no han reducido en la comunidad la informalidad laboral o incrementado la seguridad.

Este trabajo busca alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 (ODS), que comprende la hoja de ruta que los países han suscrito en Naciones Unidas para transformar nuestro mundo. Dentro de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible se reconoce la importancia de la inclusión financiera en la reducción de la pobreza.

Contra lo que suele creerse, muchos microempresarios utilizan mecanismos que pueden considerarse financieros y por lo general están acostumbrados a ellos. Es la forma de financiar inversiones en negocios ocasionales, cubrir las necesidades familiares y/o los problemas cotidianos en la operación de su negocio.

El problema de los microempresarios, sobre todo los informales con pocos recursos es que están excluidos del sistema financiero formal, sin control por un organismo estatal regulador, por lo cual son arriesgados, caros y coyunturales.

El sistema financiero formal no otorga créditos de manera fácil a los microempresarios informales ubicados en la ciudad de Palmira y este trabajo estudia la factibilidad de concederlos, para que aquellos mejoren su calidad de vida y puedan pronto formalizar y robustecer su negocio.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Determinar la factibilidad de crear una empresa de microcréditos en la ciudad de Palmira que sirva como fuente de financiación para los microempresarios informales.

1.2.2 Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial y las características del consumidor.
- Realizar el estudio financiero para evaluar la factibilidad en el largo plazo de la empresa.

1.3 Justificación

De acuerdo a una publicación en el diario el Espectador el 16 de marzo de 2018 se informa que Colombia tiene 2.540.953 mipymes, que representan el 90% de las empresas del país. En otros países se implementaron políticas de apoyo financiero a las empresas informales, para que pequeños empresarios se capitalicen y financien.

Con el objetivo de reducir el riesgo y conseguir acceso a los sujetos que no poseen garantías al sistema financiero en Colombia, la ley autorizó agregar a la tasa de interés del microcrédito un costo por comisiones y honorarios, así mismo, se ha creado un marco regulatorio que permite el fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas y su acceso al microcrédito.

2. Marco de referencia

En este capítulo se presentan las características del microcrédito desde los inicios en Bangladesh enfatizando en su particular manejo, que lo convierte en una herramienta que busca combatir la exclusión social y financiera así como luchar contra la pobreza; de igual manera se muestran las características financieras y las diferencias que alejan al microcrédito del crédito tradicional.

En la última parte de este capítulo se hace referencia a la parte legal, donde considero que se requiere generar una regulación amplia, clara y específica para la figura del microcrédito, permitiendo establecer reglas particulares para el mismo, como la vigilancia que tendrán este tipo de operaciones encaminados a terminar con la informalidad y así poder tener conocimiento claro y un control arduo sobre este tipo de operaciones, generando seguridad al momento de realizarlas tanto para las entidades que se encargan de otorgar microcréditos, como para aquellos que acceden a ellos.

2.1. Marco teórico

2.1.1. Los comienzos del microcrédito en Bangladesh

El microcrédito es una de las herramientas más populares en la batalla contra la pobreza. Comenzó en Bangladesh hace más de 25 años, y su eficacia posibilitó su expansión en todo el mundo. Este sistema revolucionó al mundo financiero con su método basado en la confianza que permitió el acceso al crédito a aquellas personas de muy bajos ingresos. Bajo el supuesto de que las personas se ven incentivadas por su deseo de progresar, se reemplazó al sistema bancario tradicional por un mecanismo que permitió reducir el riesgo de prestarle a la gente pobre y hacer del microcrédito una actividad viable.

El primer programa de microcrédito fue realizado por el banco Grameen de la ciudad de Bangladesh, y es allí en donde se inicia la implementación de esta política como instrumento primordial en la reducción de la pobreza. Fundado por Muhammad Yunus, profesor de economía y premio Nobel de paz en el año 2006, inconforme con la gran brecha existente entre las teorías que exponía a sus estudiantes en la Universidad de Chittagong en Bangladesh y la realidad económica y social del entorno que la rodeaba. A través del microcrédito se ayuda a la gente pobre a desarrollar un negocio viable, aumentar su ingreso y reducir su vulnerabilidad a shocks externos. Se fortalece la seguridad de cada persona en sí misma y en su trabajo para salir adelante.

Según Garcés (2008):

En su origen, eran comunes los microcréditos asociativos o de responsabilidad compartida. En este caso el microcrédito no es otorgado a una sola persona sino a un grupo de personas, que ejercen presión unas a otras para no incurrir en mora, reduciendo el riesgo de crédito. El incentivo de pago consiste en que una vez los beneficiarios han terminado de cancelar las cuotas completa y oportunamente, pueden acceder a otro crédito por un mayor monto y un mayor plazo. Este incentivo también contribuye a reducir el riesgo de crédito.

Según Martínez y Urrea (2014), fue así como el 2 de octubre de 1983 nace el Grameen Bank o Banco de la Aldea como institución bancaria en Bangladesh. La finalidad del banco es otorgar préstamos a las personas más desfavorecidas y con el uso de estos hacerles salir de la pobreza. Actualmente está presente en más de cincuenta (50) países de todos los continentes, y sus actividades se amplían en Bangladesh, prestando servicios de crédito, ahorro, salud, jubilación, educación, entre otros. Su metodología crediticia es grupal:

los préstamos son individuales, pero un grupo de cinco (5) personas asume una especie de garantía solidaria de los mismos, de tal modo que si un miembro no devuelve el capital prestado, el resto de los miembros del grupo asumen la deuda.

En sus inicios, Muhammad Yunus definió el microcrédito como: “préstamos que se conceden a las personas más desfavorecidas a muy bajas tasas de interés y sin ningún tipo de garantía o aval. Posteriormente modificó esta definición al implementar un sistema de garantías solidarias la cual utilizó en la metodología de funcionamiento del Banco Grameen. (Beck, 2003), este sistema de garantías consiste en que los prestatarios forman grupos pequeños y homogéneos; estas características facilitan la solidaridad grupal y la interacción participativa así como la recolección de cuotas, puesto que uno de los principios es la unidad; uno de los mecanismos para la concesión de un préstamo es el de grupos mancomunados donde cada beneficiario de los créditos que concedía este banco se debía integrar en un grupo de 5 miembros, donde el banco únicamente prestaba a uno de los miembros del grupo al mismo tiempo. Esto quiere decir, que si éste no pagaba, el resto del grupo perdía toda capacidad crediticia que pudiese albergar, de esta manera los propios prestatarios evaluaban la viabilidad de los proyectos, adicional a esto se cuidaban de que los demás integrantes del grupo pagasen sus deudas convirtiéndolos en analistas y cobradores de los créditos.

2.1.2. Formalización del empresariado en Colombia

El empleo informal ha contribuido de manera importante en la disminución de la tasa de desempleo en Colombia en los últimos años. No obstante, tal crecimiento en la población empleada no se ha visto reflejado en el nivel de formalización empresarial de tal forma que este genere un gran volumen de empleos formales, en la cantidad y calidad adecuadas, que dispongan acceso

a las ventajas de la formalidad, tales como la seguridad social, el más importante de todos los beneficios. (Patiño, 2010)

Mediante diversos mecanismos, el gobierno nacional ha insistido para que la empresa naciente sea formalizada, la ley 962 de 2005, denominada anti trámites, fue creada para eliminar las trabas que tenía el proceso ante los distintos entes gubernamentales; Colombia es uno de los países del mundo en el cual la creación de una empresa toma mayor cantidad de días. Con la ley se redujo ostensiblemente el número de días y las diligencias que se debían realizar; sin embargo, todavía los trámites son lentos, comparados con otros países latinoamericanos. (Patiño, 2010).

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Microcrédito

Actualmente el microcrédito tiene varias definiciones, de acuerdo con lo desarrollado en la Conferencia Internacional sobre Microcrédito¹ en Washington, DC, el microcrédito consiste en programas de concesión de pequeños créditos a los individuos que alcanzan los más altos índices de pobreza, para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos para mejorar su nivel de vida y el de sus familias.

¹ La Cumbre de Microcrédito se celebró del 2 al 4 de febrero de 1997. En la actividad se reunieron más de 2.900 personas de 137 países en Washington, DC. fue el encuentro organizado por una ONG más grande que jamás se haya celebrado, y contó con la presencia tanto de líderes de la industria microfinanciera como Jefes de Estado. Esta Cumbre lanzó una Campaña de nueve años con la meta definida de “trabajar para asegurar que 100 millones de las familias más pobres del mundo, especialmente las mujeres de esas familias, estén recibiendo crédito para autoempleo y otros servicios financieros y de negocio para fines del año 2005.

El artículo 39 de la Ley 590 de 2000 para MIPYMES (Micro, pequeñas y medianas empresas), el microcrédito se define como "...el sistema de financiamiento a microempresas, dentro del cual el monto máximo por operación de préstamo es de veinticinco (25) salarios mínimos mensuales legales vigentes sin que, en ningún tiempo, el saldo para un sólo deudor pueda sobrepasar dicha cuantía." (Artículo 39 de la Ley 590 de 2000 para MIPYMES).

El microcrédito debe definirse según los siguientes criterios: "es otorgado por una entidad a una persona natural o jurídica o grupo de prestatarios, cuya fuente principal de ingresos es la realización de actividades empresariales de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios; no necesariamente cuenta con documentación o registros informales de respaldo sobre los ingresos y la capacidad de pago del solicitante ni con garantías reales registradas; es otorgado sobre la base de la disposición a repagar del solicitante y a partir de un análisis del flujo de caja combinado con su negocio y con su hogar"(Jansson, Rosales y Westley, 2003).

Fernández (2003), define el microcrédito "como todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero prestamista".

La Asociación Bancaria y de Entidades Financieras en Colombia plantea las principales características:

- Son mecanismo de financiación para empresas formales e informales.
- La amortización o pago del capital depende de cada proyecto y puede ser de corto o mediano plazo.
- En algunos microcréditos hay periodos de gracia o de no pago y en otros la devolución parcial o total de los recursos dependiendo del éxito o fracaso del proyecto.
- Se manejan montos de financiación que se ajustan a las necesidades de la empresa.
- La tasa de interés máxima no es la misma que la de los créditos de consumo.
- Dependiendo de las políticas de la entidad se pueden asignar aun si el solicitante no ha tenido experiencia previa en el sector financiero.
- Se pueden adaptar al número de empleados y activos de su organización.
- El monto máximo de un microcrédito no puede ser mayor a 25 SMLV

La diferencia de los microcréditos con el crédito convencional se encuentra detallado en la tabla 1.

Tabla 1. Crédito convencional Vs Microcrédito

Microcrédito	Crédito Convencional
Altos tipos de intereses	Bajo tipo de intereses
Vencimiento a corto plazo	Vencimiento a corto, mediano y largo plazo.
Morosidad volátil	Morosidad estable
Mayor número de préstamos	Menor número de préstamos
Préstamos de reducido tamaño o cuantía.	Préstamos de gran tamaño y cuantía
Préstamos no garantizados	Préstamos garantizados

Fuente: Adaptado de Progreso Económico y Social en América Latina. Moime 2001. Consuimax Consulting Group

Según Castañeda y Rivera (2004):

La relación del microcrédito con las personas más necesitadas es directa, permitiendo la posibilidad de participar en el sistema económico, algo que nunca han tenido al alcance de sus manos. El Grupo Consultivo de Ayuda a la Población más Pobre del Banco Mundial (CGAP), que cuenta con un programa de micro finanzas, defiende que el microcrédito es realmente eficaz en aquellos casos en los que exista un nivel mínimo previo de actividad económica que asegure una integración en un mercado, además de capacidad empresarial y cierto talento de la dirección. Otro aspecto por definir es el establecimiento de diferencias entre las microempresas. Se entiende por microempresa cualquier entidad, aun sea esta impersonal, que

opere, legítima o ilegítimamente. Es por ello que puede definirse como microempresario una variedad grande de emprendimientos, desde personas que trabajan solas, vendiendo productos en las calles, un taller artesanal que emplea dos o tres personas, hasta empresas especializadas en la prestación de servicios tecnológicos o financieros especializados, cuya nómina es menor de diez trabajadores. Las microempresas pueden ser de subsistencia o autoempleo, si en su labor no hay procesos innovadores y de acumulación donde existe espíritu emprendedor y creación de valor agregado. Estas últimas microempresas son las que tienen un mayor potencial de crecimiento y pueden convertirse con mayor facilidad en pequeñas empresas.

2.3. Marco legal

2.3.1. Normatividad legal en Colombia.

El marco de las políticas públicas y legales vigentes en el país aportan los conceptos y mecanismos regulatorios en busca del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Ley 590 de 2000. Llamada también Ley Mipyme, hace un análisis de la clasificación de las empresas de acuerdo con su tamaño y activos totales conforme a los salarios mínimos legales vigentes, anexamos clasificación de empresas en Colombia.

El marco legal para promover el desarrollo de las medianas, pequeñas y microempresas es la Ley 590 de 2000.

El microcrédito hace referencia a las líneas de crédito diseñadas sólo para microempresas y que estas tengan acceso a recursos financieros de acuerdo con una serie de condiciones que demuestren que hacen parte de una microempresa. El artículo 39 de la Ley 590 de 2000 define el microcrédito como el sistema de financiamiento a microempresarios dentro de un monto máximo por operación de préstamo hasta de veinticinco (25) salarios mínimos legales vigentes.

Igualmente, autoriza a los intermediarios financieros y a las organizaciones especializadas en microcrédito para obtener honorarios y comisiones de acuerdo con las tarifas que el Consejo Superior de Microempresa autorice y según lo que dicte el artículo 68 de la Ley 450 de 1990.

La ley 905 de 2004 “Por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.”

Decreto 2340 de 2003 “por medio de la cual se reglamenta la Ley 789 de 2002 en lo relacionado con la administración y gestión de los recursos para el crédito y se dictan medidas para acceder a los beneficios del Fondo para el Fomento del Empleo y Protección al Desempleado”.

Decreto 2555 de 2010 y Decreto 3590 de 2010, por medio de los cuales se establecen las normas principales de funcionamiento, información y la creación del programa banca de las oportunidades, para de esta manera ampliar la cobertura de las microfinanzas en el país.

Decreto 2706 de 2012, completa el marco legal e institucional puesto en marcha por la República de Colombia, garantizando de esta manera el acceso,

eficiencia, transparencia y vigilancia de las entidades financieras, y las actividades de microcrédito que realicen.

3. Metodología

Teniendo en cuenta que el universo o población objetivo de este estudio lo constituyen los empresarios informales de la ciudad de Palmira, se debe decidir cuántos analizar y cómo hacerlo, en este capítulo se describe la metodología utilizada.

Para obtener la información sobre cada uno de ellos se decide utilizar el instrumento de la encuesta física con preguntas abiertas y cerradas que permitan generar más confianza con los empresarios informales, puesto que en la primera visita se evidenció que algunos se sentían incómodos con los elementos electrónicos utilizados, adicional a esto fue necesario contemplar la seguridad física del sitio donde se evidenció que habían algunas partes con ausencia de vigilancia privada o pública.

3.1. Diseño metodológico

Este trabajo aspira conocer las necesidades de los microempresarios informales de la ciudad de Palmira, en lo concerniente a demanda por créditos de dinero; cuál es la fuente a la que más acuden, en qué condiciones, posibilidades de obtenerlo. Para alcanzar este propósito se utilizó el enfoque cuantitativo y cualitativo.

3.2. Población Objeto de Estudio

La población a la que va dirigida el estudio son los microempresarios informales ubicados en la zona urbana de la ciudad de Palmira, Valle del Cauca.

3.3. Tipo de muestreo

Muestreo aleatorio simple. Es frecuentemente aplicado como instrumento de escogencia probabilística aleatoria.

3.4. Instrumentos

Se obtendrá la información primaria de la aplicación de formulario (encuesta) a unidades de negocio, estructurado con preguntas abiertas y cerradas y de selección múltiple.

Estos se procesarán obteniendo tablas de frecuencias y estadísticos descriptivos mediante el software estadístico IBM SPSS.

Igualmente se trabajará con información secundaria para el análisis del sector con información proveniente de estudios realizados por la Cámara de Comercio de Palmira, Alcaldía Municipal.

Estos instrumentos permitieron obtener la información necesaria para un análisis detallado de los datos recolectados a través de los mismos.

4. Resultados

Este capítulo hace referencia a los resultados obtenidos a través de la metodología explicada en el capítulo anterior; teniendo en cuenta que la información en la ciudad de Palmira en cuanto al sector informal por su naturaleza es difícil de cuantificar porque es un sector ajeno al control del estado por su naturaleza, se tomó la decisión de adoptar un informe hecho por Fedesarrollo para determinar la población informal que de acuerdo a este estudio asciende al 41,1%.

En el análisis de los resultados se puede concluir que el 55.7% de la población acuden a formas de financiación informales como la familia, amigos, prestamistas, así mismo, que las categorías ropa, calzado y vendedores de frutas y verduras, son los que más realizan créditos y quienes más lo destinan a la inversión de los mismos negocios.

4.1. Análisis descriptivos

4.1.1. Tamaño muestral

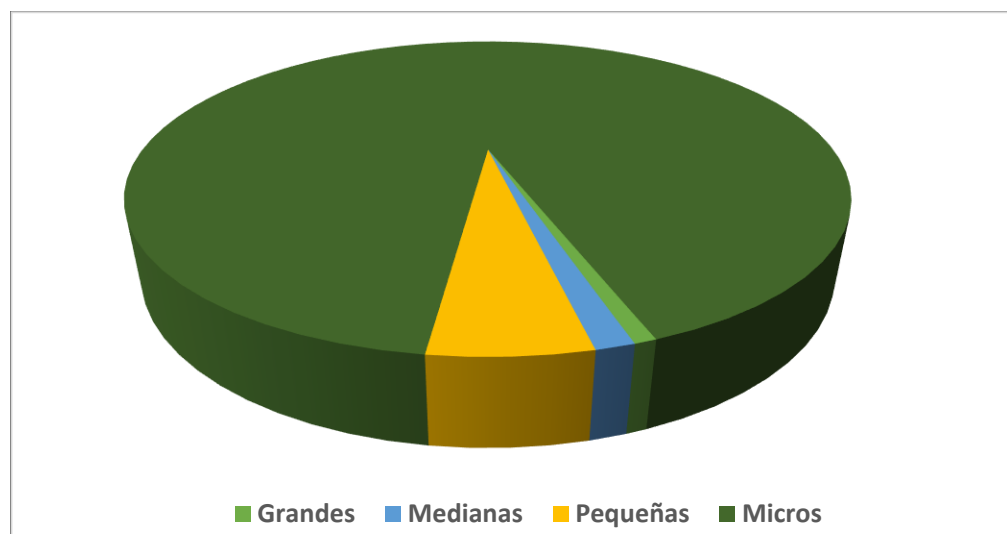
Para el cálculo de la muestra estadística, tomamos como referencia la información de la Cámara de Comercio de Palmira en su Anuario Estadístico de 2017 de la composición empresarial del municipio por tamaño, como se ve puede ver en la tabla 2.

Tabla 2. Composición Empresarial Palmira por Tamaño de Empresa

TAMAÑO DE EMPRESA	TOTAL	%
Grandes	58	0,8
Medianas	102	1,3
Pequeñas	415	5,5
Micros	7.031	92,4
TOTAL	7.606	100,0

Fuente: Cámara de Comercio de Palmira, Anuario estadístico 2017.

Figura 1. Composición Empresarial Palmira por Tamaño de Empresa



Fuente: Autora.

De acuerdo con Santamaría y Rozo (2018), el 41.1% de las microempresas del país son informales, lo cual indica que las empresas del país no están creciendo ni produciendo a todo su potencial ¿Cómo lograr desarrollar en Colombia un sector empresarial más dinámico que impulse el crecimiento

económico? Aunque no se conoce una respuesta exacta a esta pregunta, es evidente que la puerta de entrada al sendero de una mayor productividad es una reducción de la informalidad ¿Cómo lograrlo? (Santamaría y Rozo, 2018). De acuerdo con lo anterior, utilizamos este dato para el cálculo de la muestra, que sería finita, en donde el total de los microempresarios en Palmira asciende a 7.031, de los cuales el 41,1% corresponde a informales (Santamaría y Rozo, 2018), para una población (N) de 2.890 empresarios.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra = 248.

N = Tamaño de la población o universo = 2.890.

Z = Nivel de Confianza (NC) = 90%.

e = Error de estimación máximo aceptado (5%).

p = Probabilidad de que el evento ocurra (éxito).

q = Probabilidad de que el evento no ocurra (fracaso).

Parámetro	Datos
N	2.890
Z	1,645
P	50%
Q	50%
e	5%

Tamaño de la Muestra: 248

4.2. Análisis descriptivo de los resultados de la encuesta aplicada

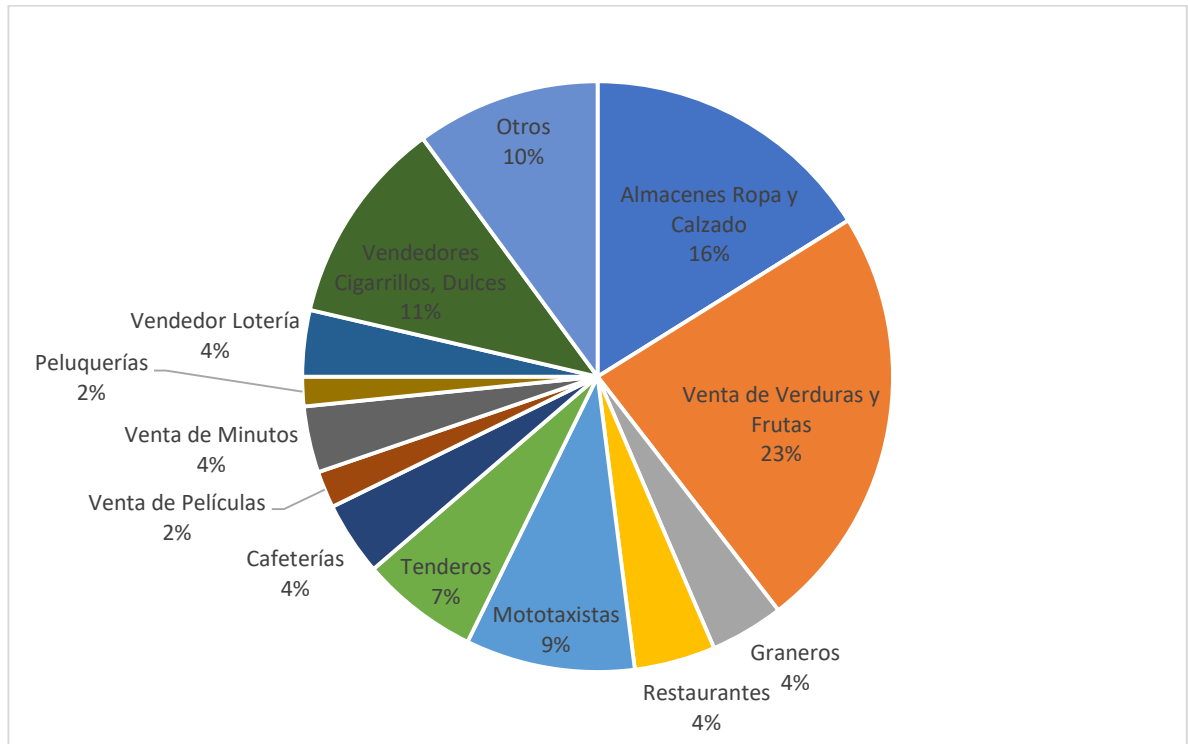
Los siguientes corresponden a los resultados obtenidos en la encuesta a informales de la ciudad de Palmira.

Tabla 3. Pregunta 1. ¿A qué se dedica su negocio?

	Total	%
Almacenes Ropa y Calzado	40	16,1
Venta de Verduras y Frutas	58	23,4
Graneros	10	4,0
Restaurantes	11	4,4
Mototaxistas	23	9,3
Tenderos	16	6,5
Cafeterías	10	4,0
Venta de Películas	5	2,0
Venta de Minutos	9	3,6
Peluquerías	4	1,6
Vendedor Lotería	9	3,6
Vendedores Cigarrillos, Dulces	28	11,3
Otros	25	10,1
Total	248	100,0

Fuente: Autora.

Figura 2. Pregunta 1. ¿A qué se dedica su negocio?



Fuente: Autora.

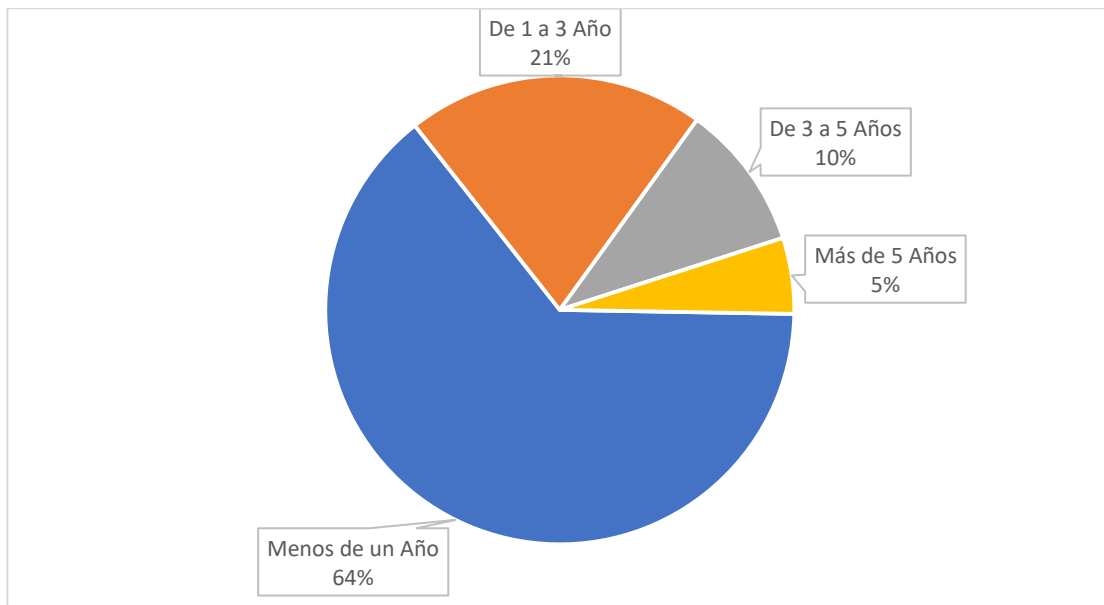
En la tabla 3 y en la figura 2, se puede observar que el 23,4% (58) de las unidades de negocio son empresas dedicadas a la venta de verduras y frutas, el 16,1% (40) corresponden a almacenes de ropa, calzado y bisutería; 28 de las mismas el 11,3% vendedores de dulces y cigarrillo, el 10,1% (25) a otros en los cuales se encuentran relojerías, vendedoras ambulantes de café, fotógrafos, entre otros. Por su parte, el 6,5% son tenderos, el 4,0% cafeterías, vendedores de minutos y loteros el 3,6% y cafeterías el 4,0%, por último, vendedores de películas con el 2,0%.

Tabla 4. Pregunta 2. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?

	Total	%
Menos de un Año	159	64,1
De 1 a 3 Año	51	20,6
De 3 a 5 Años	25	10,1
Más de 5 Años	13	5,2
Total	248	100,0

Fuente: Autora.

Figura 3. Pregunta 2. ¿Cuánto tiempo tiene su negocio en el mercado?



Fuente: Autora.

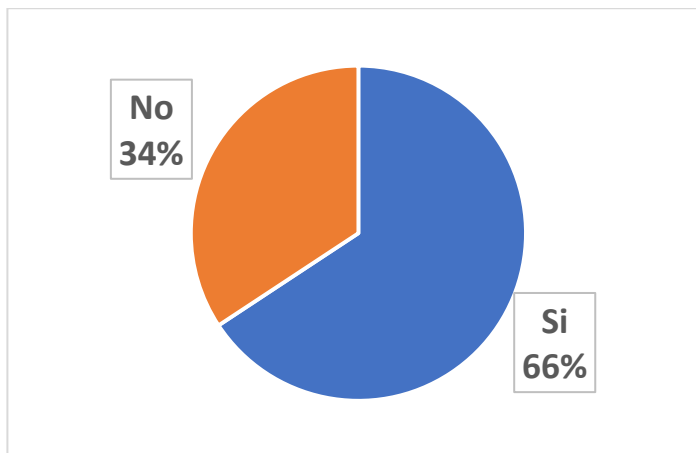
En la tabla 4 y la figura 3, se puede observar que en su gran mayoría 159 (64,1%) tienen menos de un año de creado, mientras que el 20,6% entre 1 y 3 años. 25 de ellas correspondientes al 10,1% están entre 3 y 5 años y únicamente el 5,2% cuentan con más de 5 años de actividad.

Tabla 5. Pregunta 3. ¿En los últimos 12 meses, ha solicitado algún tipo de crédito?

	Total	%
Si	163	65,7
No	85	34,3
Total	248	100,0

Fuente: Autora.

Figura 4. Pregunta 3 ¿En los últimos 12 meses, ha solicitado algún tipo de crédito?



Fuente: Autora.

En la tabla 5 y figura 4, se puede observar que el 65,7% (163) de los preguntados manifestaron positivamente ante la pregunta de haber realizado

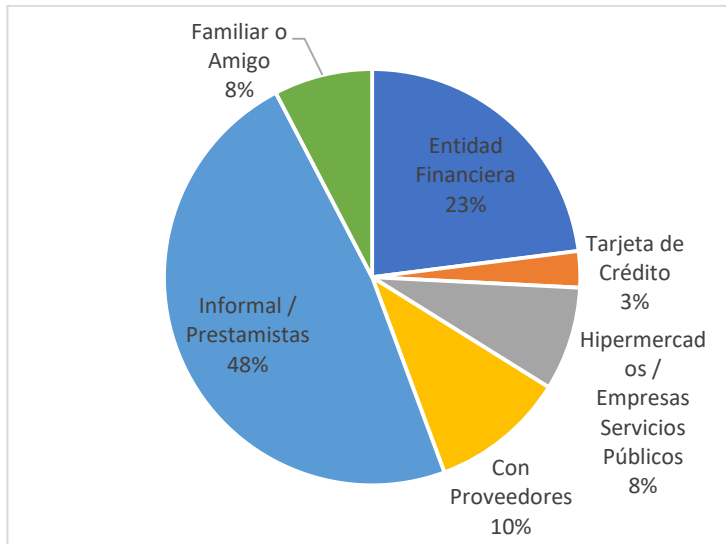
un crédito en los últimos 12 meses, 34,3% no lo han tenido un crédito en el último año, pero sí con anterioridad lo han solicitado.

Tabla 6. Pregunta 4. ¿A cuál de las siguientes fuentes ha acudido a la hora de solicitar un crédito?

	Total	%
Entidad Financiera	57	23,0
Tarjeta de Crédito	7	2,8
Grandes superficies / Empresas Servicios Públicos	20	8,1
Con Proveedores	26	10,5
Informal / Prestamistas	119	48,0
Familiar o Amigo	19	7,7
Total	248	100,0

Fuente: Autora.

Figura 5. Pregunta 4. ¿A cuál de las siguientes fuentes ha acudido a la hora de solicitar un crédito?



Fuente: Autora.

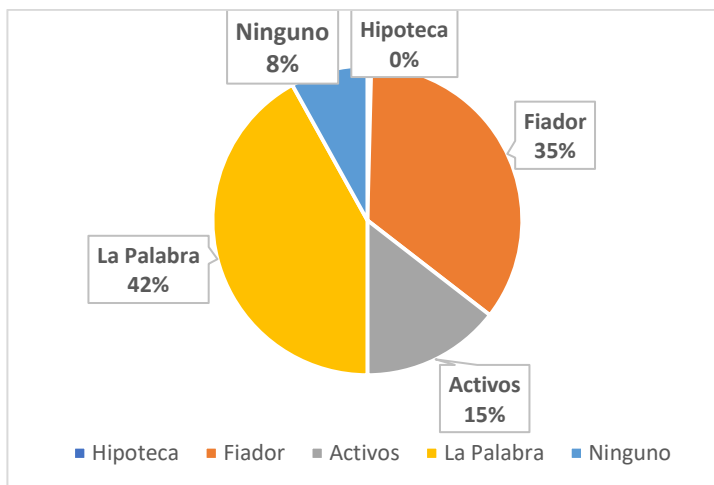
En la tabla 6 y la figura 5. Se puede ver que el 48% que corresponde a 119 unidades de negocio manifestó haber acudido a fuentes no formales de financiación, específicamente a prestamistas (o denominados gota – gota); por su parte el 23% (57) lo hicieron con entidades financieras formales, entre ellas Banco de la Mujer y algunas cooperativas; el 7,7% con familiares o amigos.

Tabla 7. Pregunta 5. ¿Qué tipo de garantías ofreció a la hora de respaldar su crédito?

	Total	%
Hipoteca	1	0,4
Fiador	87	35,1
Activos	36	14,5
La Palabra	104	41,9
Ninguno	20	8,1
Total	248	100,0

Fuente: Autora.

Figura 6. Pregunta 5. ¿Qué tipo de garantías ofreció a la hora de respaldar su crédito?



Fuente: Autora.

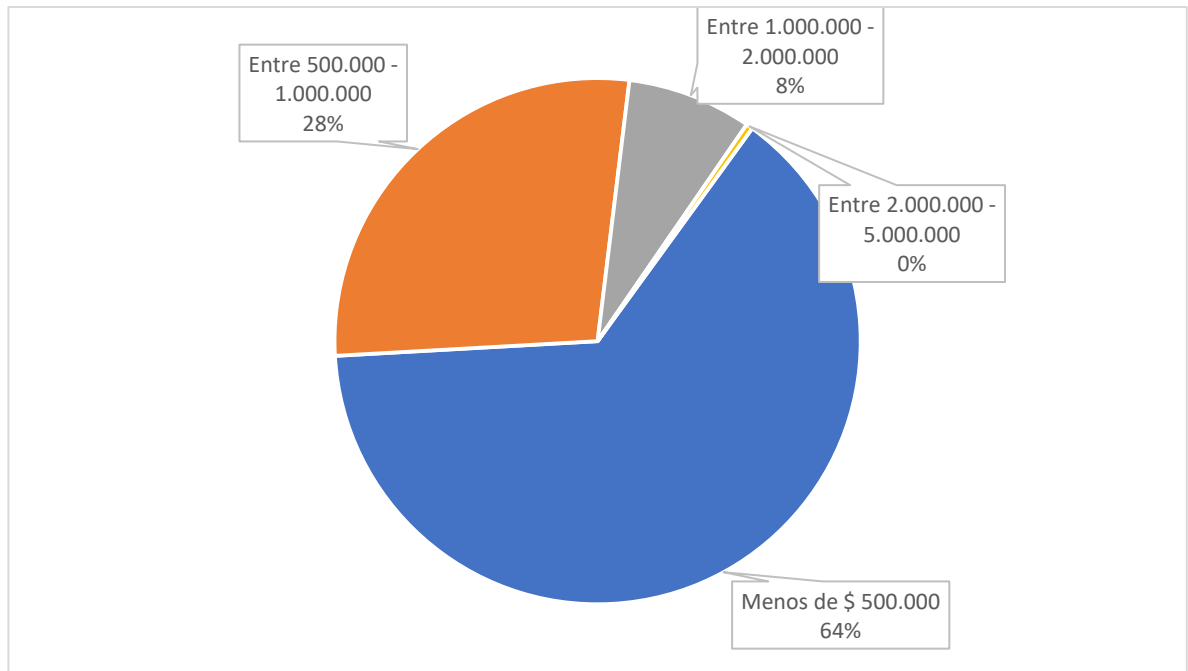
En la tabla 7 y en la figura 6, se puede ver que el 41,9% (104) manifestaron que con sólo la palabra les dieron el crédito, básicamente cuando se trata del sector informal (gota gotas); el 35,1% debieron contar con alguien que les sirviera de respaldo (fiador), el 36% entregó un activo (compraventas y otros), 20 de ellas lo obtuvieron a través de empresas de servicios públicos que no exigen respaldo alguno, ya que se cobra a través del recibo de cobro mensual.

Tabla 8. Pregunta 6. ¿Cuándo solicita un crédito, regularmente por cuánto monto lo hace?

	Total	%
Menos de \$ 500.000	159	64,1
Entre 500.000 - 1.000.000	69	27,8
Entre 1.000.000 - 2.000.000	19	7,7
Entre 2.000.000 - 5.000.000	1	0,4
Total	248	100,0

Fuente: Autora.

Figura 7. Pregunta 6. ¿Cuándo solicita un crédito, regularmente por cuánto monto lo hace?



Fuente: Autora.

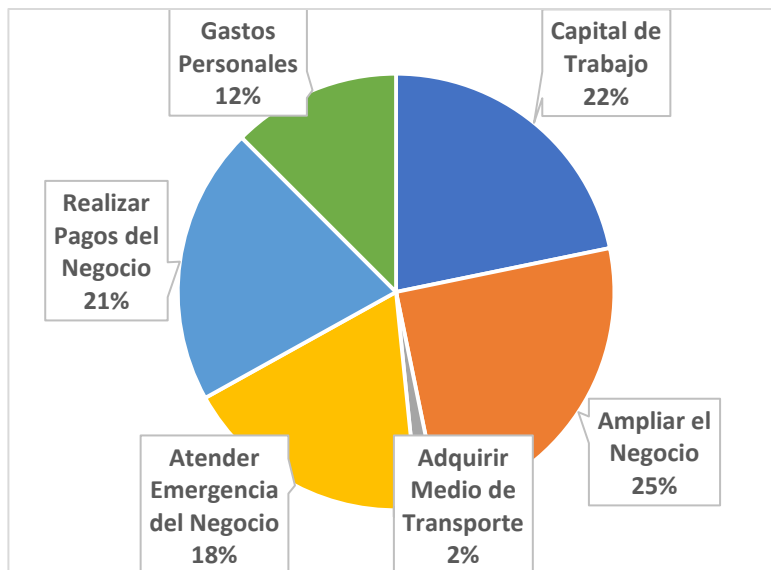
En la tabla 8 y figura 7, se puede observar que el 64,1% de los encuestados solicitaron montos por debajo de los \$500.000, mientras que 69 de ellos el 27,8% lo hicieron entre \$500.000 y \$1.000.000; tan sólo 7,7% (19) lo hicieron entre 1 y millones de pesos, una sola persona solicitó entre 2 y 5 millones.

Tabla 9. Pregunta 7. ¿A qué destina el dinero obtenido de los créditos?

	Total	%
Capital de Trabajo	54	21,8
Ampliar el Negocio	62	25,0
Adquirir Medio de Transporte	4	1,6
Atender Emergencia del Negocio	46	18,5
Realizar Pagos del Negocio	51	20,6
Gastos Personales	31	12,5
Total	248	100,0

Fuente: Autora.

Figura 8. Pregunta 7. ¿A qué destina el dinero obtenido de los créditos?



Fuente: Autora.

En la tabla 9 y en la figura 8, se puede ver que el 25% lo destina a la ampliación de su negocio, el 21,8% a capital de trabajo, el 20,6% a realizar pagos pendientes de sus negocios, mientras que el 18,5%, 46 empresas lo solicitan y destinan pagos de emergencia que se presentan en el negocio; el 12,5% para gastos personales (educación de los hijos, salud, y alimentación), y el 1,6% para adquirir un medio de transporte (motos generalmente usadas, bicicletas, y triciclos).

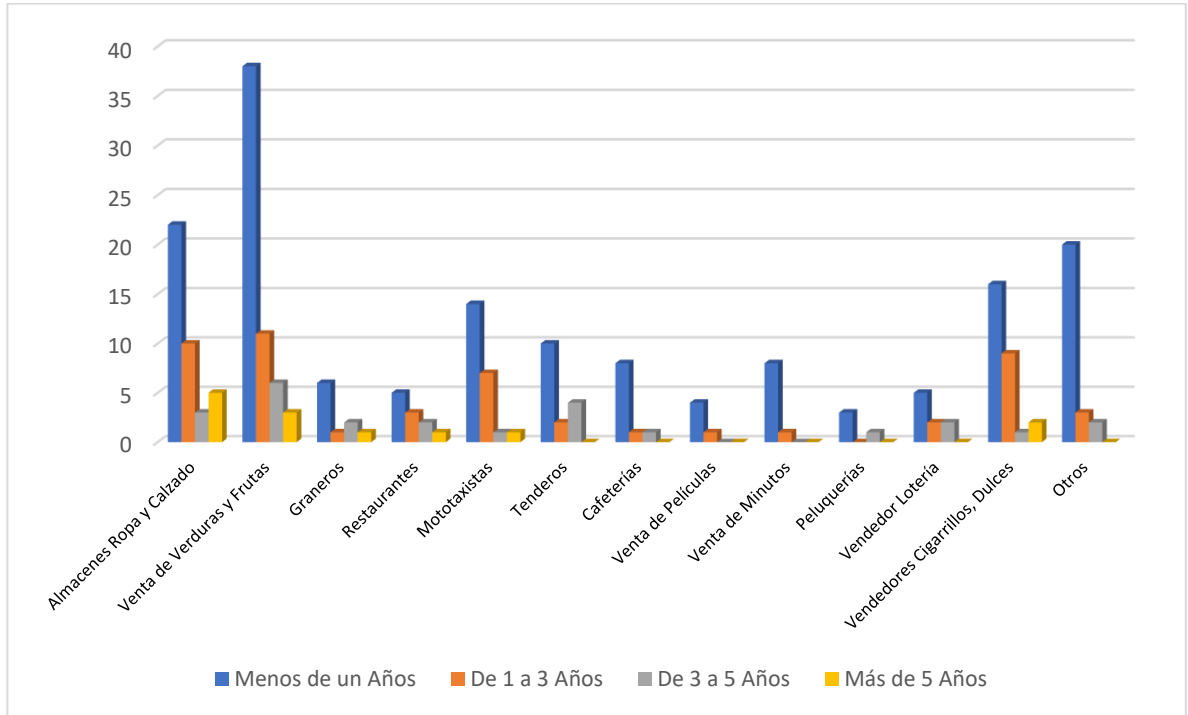
A continuación, los resultados obtenidos mediante tablas cruzadas de variables que nos permitieron obtener los siguientes resultados:

Tabla 10. Actividad económica Vs. Tiempo de permanencia en el mercado

	Menos de un Años	De 1 a 3 Años	De 3 a 5 Años	Más de 5 Años	Total
Almacenes Ropa y Calzado	22	10	3	5	40
Venta de Verduras y Frutas	38	11	6	3	58
Graneros	6	1	2	1	10
Restaurantes	5	3	2	1	11
Mototaxistas	14	7	1	1	23
Tenderos	10	2	4	0	16
Cafeterías	8	1	1	0	10
Venta de Películas	4	1	0	0	5
Venta de Minutos	8	1	0	0	9
Peluquerías	3	0	1	0	4
Vendedor Lotería	5	2	2	0	9
Vendedores Cigarrillos, Dulces	16	9	1	2	28
Otros	20	3	2	0	25
Total	159	51	25	13	248

Fuente: Autora.

Figura 9. A qué se dedica su negocio Vs. Qué tiempo tiene su negocio



Fuente: Autora.

Como se puede observar en la tabla 10 y la figura 9, 60 de estos negocios dedicados a la venta de frutas, verduras, y almacenes de ropa y calzado, tienen menos de un año, mientras 21 tienen menos de 3 años, 9 entre 3 y 5, solamente 8 tienen más de cinco años. Seguidamente moto taxistas, tenderos, vendedores de cigarrillos y dulces y otros, siguen como el grupo mayoritario en tener empresas con menos de un año en el mercado. Las empresas de este sector son muy pocas las que tienen periodos de vida por encima de 2 años.

Lo anterior, no escapa al comportamiento que se presenta en las empresas formales de la economía colombiana, tal como lo expresa Confecámaras (2016) en su informe ejecutivo: *“aunque en el país se crean muchas empresas cada año, la tasa de supervivencia de los nuevos emprendimientos es baja,*

29,7%. Es decir, alrededor del 70% de las empresas creadas fracasa antes de los primeros cinco años de vida.”

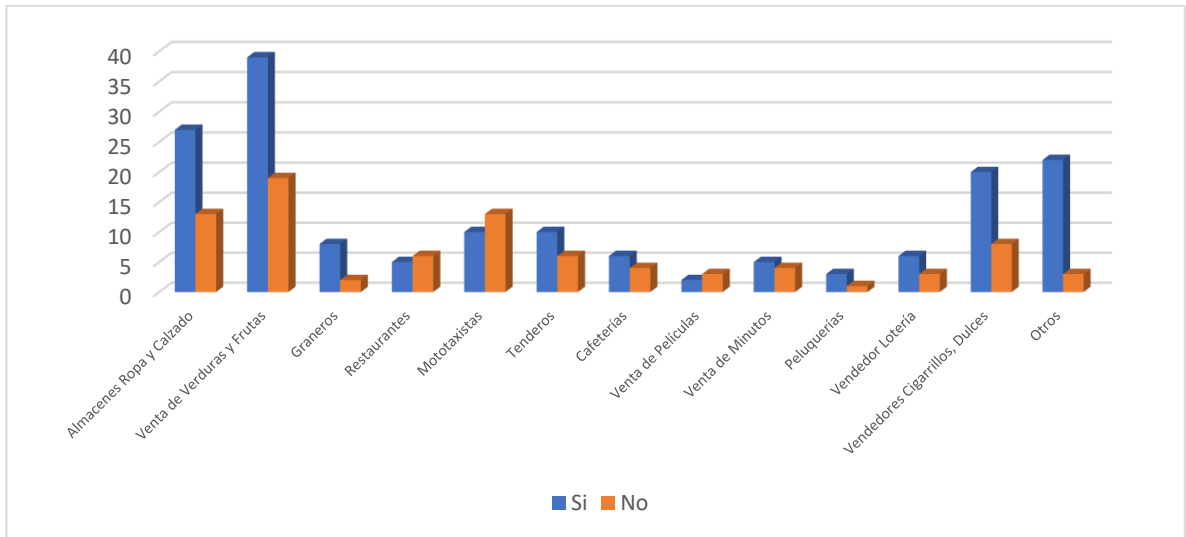
La supervivencia varía con el tamaño inicial de la empresa, las unidades económicas que inician sus operaciones en el segmento de grandes empresas registran una tasa del 71,4%, las medianas 68%, las pequeñas 60%; sin embargo, para el caso de las microempresas su supervivencia es del 29,1%. Este comportamiento se mantiene indistinto del sector donde las empresas desarrollen su actividad. (Confecámaras, 2016).

Tabla 11. A qué se dedica su negocio Vs. Ha solicitado crédito en 12 meses

	Si	No	Total
Almacenes Ropa y Calzado	27	13	40
Venta de Verduras y Frutas	39	19	58
Graneros	8	2	10
Restaurantes	5	6	11
Mototaxistas	10	13	23
Tenderos	10	6	16
Cafeterías	6	4	10
Venta de Películas	2	3	5
Venta de Minutos	5	4	9
Peluquerías	3	1	4
Vendedor Lotería	6	3	9
Vendedores Cigarrillos, Dulces	20	8	28
Otros	22	3	25
Total	163	85	248

Fuente: Autora.

Figura 10. A qué se dedica su negocio Vs. Ha solicitado crédito en 12 meses



Fuente: Autora.

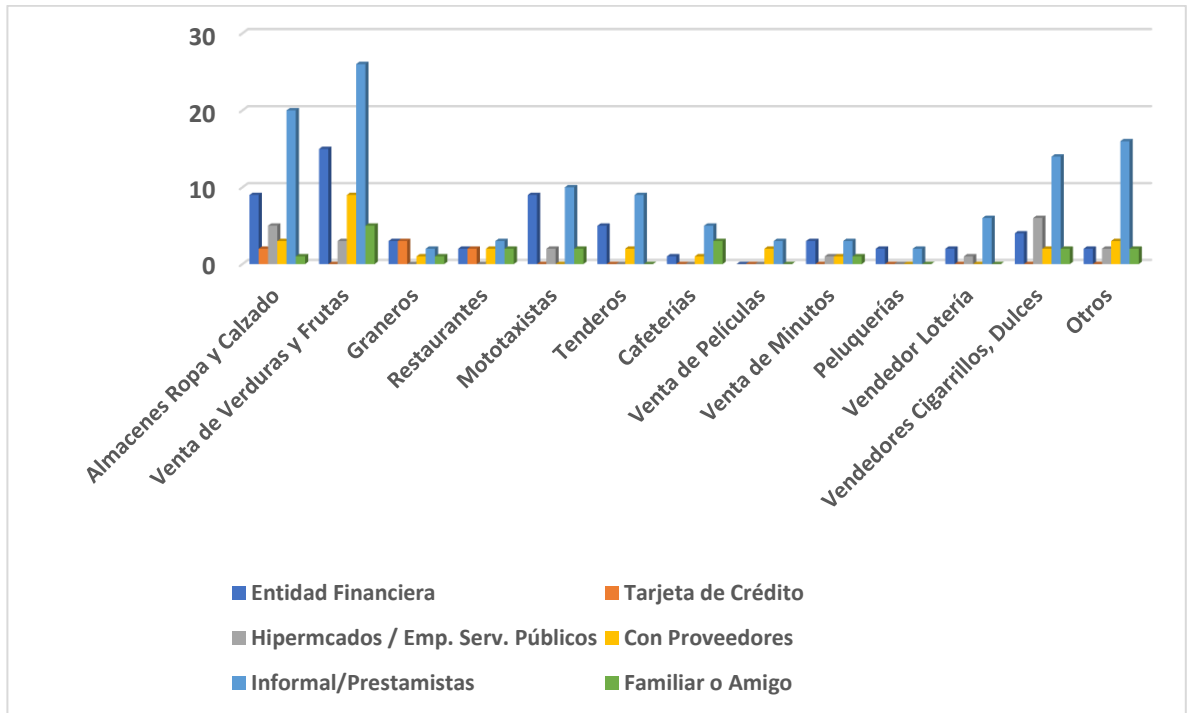
En la tabla 11 y figura 10, se puede ver, que del total de las empresas dedicadas a la venta de ropa y calzado, vendedores de frutas y verduras y vendedores de cigarrillos y dulces, son los que más demandan créditos, seguido de moto taxistas y tenderos.

Tabla 12. A qué se dedica su negocio Vs. A Cuál de las siguientes fuentes financiación a las que acude.

	Entidad Financiera	Tarjeta de Crédito	Hipermercados / Emp. Serv. Públicos	Con Proveedores	Informal/ Prestamistas	Familiar o Amigo	Total
Almacenes Ropa y Calzado	9	2	5	3	20	1	40
Venta de Verduras y Frutas	15	0	3	9	26	5	58
Graneros	3	3	0	1	2	1	10
Restaurantes	2	2	0	2	3	2	11
Mototaxistas	9	0	2	0	10	2	23
Tenderos	5	0	0	2	9	0	16
Cafeterías	1	0	0	1	5	3	10
Venta de Películas	0	0	0	2	3	0	5
Venta de Minutos	3	0	1	1	3	1	9
Peluquerías	2	0	0	0	2	0	4
Vendedor Lotería	2	0	1	0	6	0	9
Vendedores Cigarrillos, Dulces	4	0	6	2	14	2	28
Otros	2	0	2	3	16	2	25
Total	57	7	20	26	119	19	248

Fuente: Autora.

Figura 11. A qué se dedica su negocio Vs. A Cuál de las siguientes fuentes financiación a las que acude



Fuente: Autora.

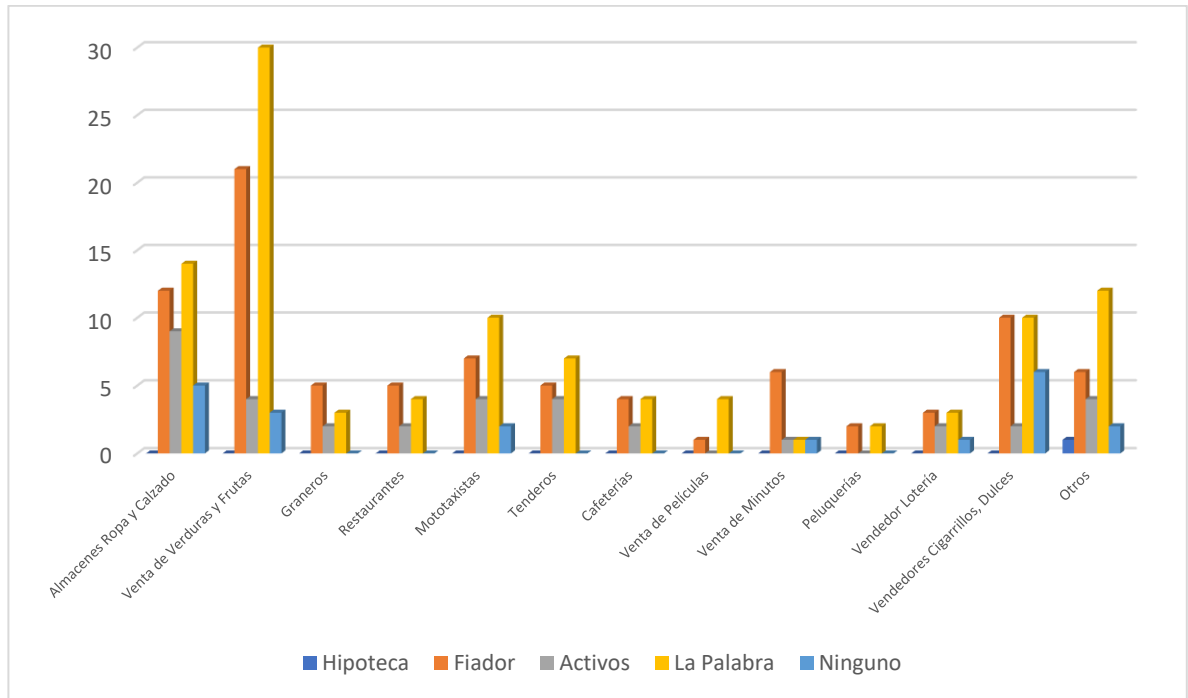
En la tabla 12 y en la figura 11, se muestra que los vendedores de ropa y calzado, y los vendedores de frutas y verduras en primera instancia acuden más al sector informal de créditos (prestamistas) que al sector financiero que se encuentra en segunda instancia. El segundo grupo tenderos, moto taxistas y vendedores de cigarrillos y dulces, con el mismo comportamiento de los primeros.

Tabla 13. A qué se dedica su negocio Vs. Tipo Garantías que puede ofrecer de respaldo.

	Hipoteca	Fiador	Activos	La Palabra	Ninguno	Total
Almacenes Ropa y Calzado	0	12	9	14	5	40
Venta de Verduras y Frutas	0	21	4	30	3	58
Graneros	0	5	2	3	0	10
Restaurantes	0	5	2	4	0	11
Mototaxistas	0	7	4	10	2	23
Tenderos	0	5	4	7	0	16
Cafeterías	0	4	2	4	0	10
Venta de Películas	0	1	0	4	0	5
Venta de Minutos	0	6	1	1	1	9
Peluquerías	0	2	0	2	0	4
Vendedor Lotería	0	3	2	3	1	9
Vendedores Cigarrillos, Dulces	0	10	2	10	6	28
Otros	1	6	4	12	2	25
Total	1	87	36	104	20	248

Fuente: Autora.

Figura 12. A qué se dedica su negocio Vs. Tipo Garantías que puede ofrecer de respaldo.



Fuente: Autora.

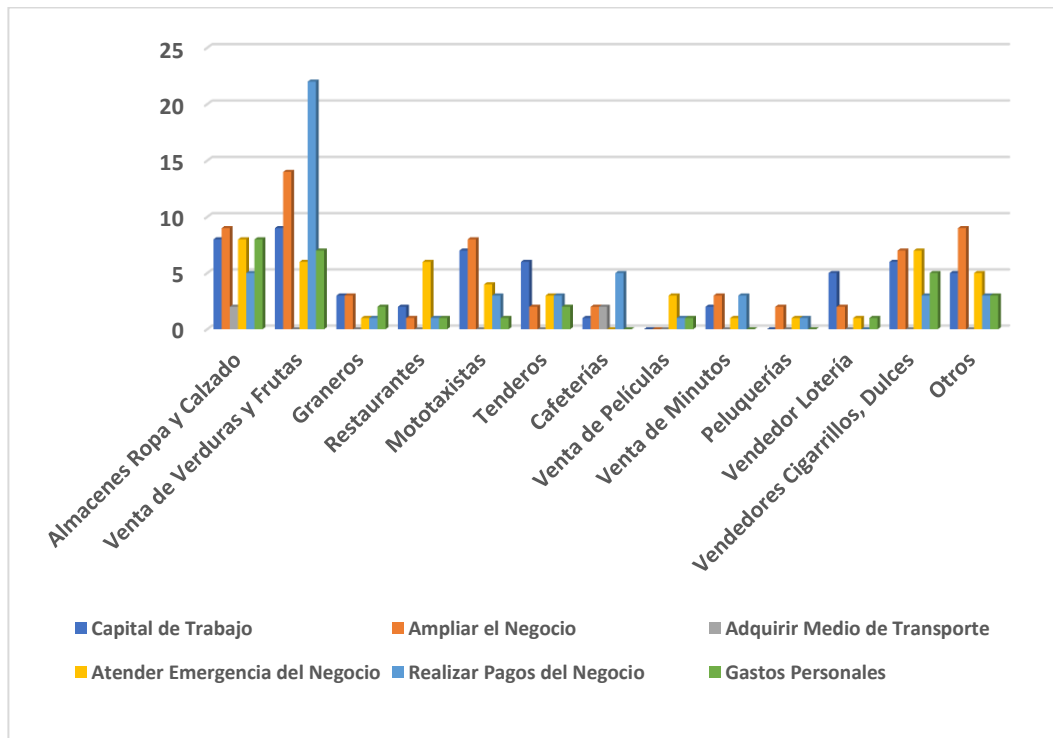
Como se puede observar en la tabla 13 y figura 12, se muestra que los vendedores de ropa y calzado, y los vendedores de frutas y verduras son los que menos garantías ofrecen a la hora de solicitar un crédito.

Tabla 14. A qué se dedica su negocio Vs. A qué destina créditos obtenidos

	Capital de Trabajo	Ampliar Negocio	Adquirir Medio de Transporte	Atender Emergencia del Negocio	Realizar Pagos del Negocio	Gastos Personal	Total
Almacenes Ropa y Calzado	8	9	2	8	5	8	40
Venta de Verduras y Frutas	9	14	0	6	22	7	58
Graneros	3	3	0	1	1	2	10
Restaurantes	2	1	0	6	1	1	11
Mototaxistas	7	8	0	4	3	1	23
Tenderos	6	2	0	3	3	2	16
Cafeterías	1	2	2	0	5	0	10
Venta de Películas	0	0	0	3	1	1	5
Venta de Minutos	2	3	0	1	3	0	9
Peluquerías	0	2	0	1	1	0	4
Vendedor Lotería	5	2	0	1	0	1	9
Vendedores Cigarrillos, Dulces	6	7	0	7	3	5	28
Otros	5	9	0	5	3	3	25
Total	54	62	4	46	51	31	248

Fuente: Autora.

Figura 13. A qué se dedica su negocio Vs. A qué destina créditos obtenidos



Fuente: Autora.

Como se puede observar en la tabla 14 y figura 13, nuevamente las categorías ropa, calzado y vendedores de frutas y verduras, son los que más realizan créditos, pero al igual en mayor medida son ellos quienes más lo destinan en especial a la inversión de los mismos negocios.

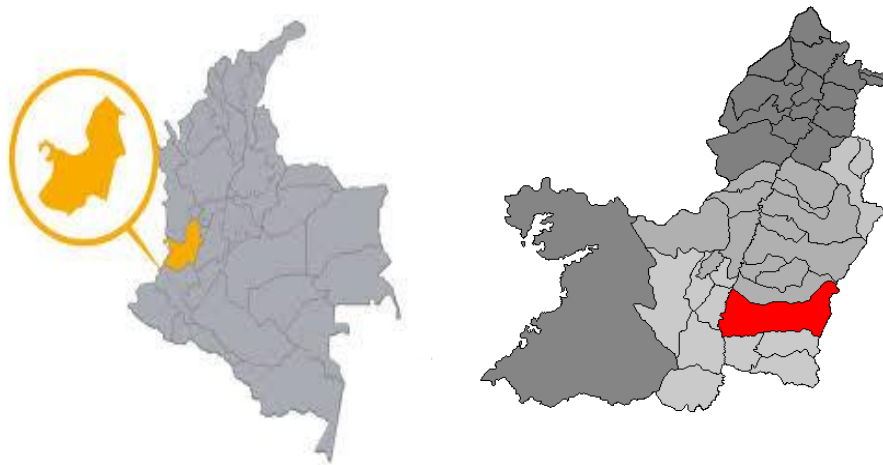
5. Plan de mercadeo

5.1. Caracterización Socio Económica del Municipio de Palmira

5.1.1. Información general del municipio de Palmira.

El municipio de Palmira se encuentra localizado, como se puede observar en la figura 14, en la región sur del departamento del Valle del Cauca, limita al norte con el Municipio de El Cerrito, al oriente con el Departamento del Tolima, al sur con los Municipios de Pradera y Candelaria y al occidente con los Municipios de Cali, Yumbo y Vijes. (Cámara de Comercio de Palmira, 2017).

Figura 14. Ubicación del Departamento del Valle del Cauca y la ciudad de Palmira



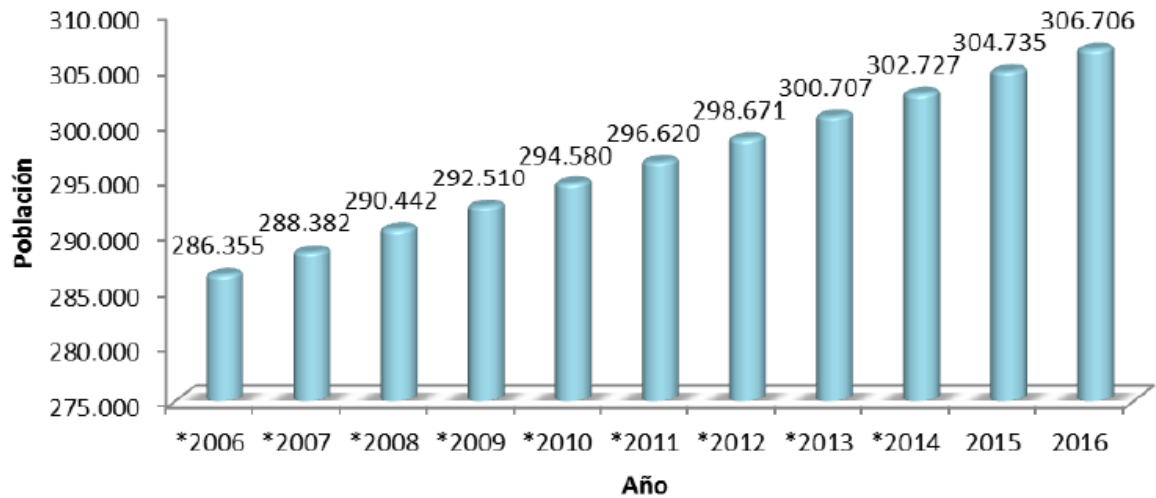
Fuente: Fundación Progresamos (2017).

Demografía: En términos demográficos la ciudad de Palmira cuenta a 2016 con una población de 306.706 habitantes, en su gran mayoría habitantes de la zona rural. Igualmente se trata de una población joven, en donde la mayoría de su población se concentra entre los 14 y 45 de edad.

La ocupación demográfica del territorio del municipio de Palmira ha obedecido a dos patrones de dinámica económica: Por un lado, la fuerte inserción migratoria producida por el desarrollo de la industria de la caña de azúcar que indujo a tasas de crecimiento del municipio superior al departamento y a Colombia. En el periodo 1938 - 1951 la tasa de crecimiento de Palmira fue alrededor del 4.6% en tanto que el Valle y Colombia registraron tasas del orden del 4.5% y 2.2% respectivamente. Entre 1951 y 1964, el municipio mantuvo su ritmo creciente al 4.3% mientras que el departamento y nación redujeron sus tasas a 3.5% y 3.2 respectivamente.

En la figura 15 se puede observar las Proyecciones de población municipio de Palmira, realizada por la Cámara de Comercio de Palmira.

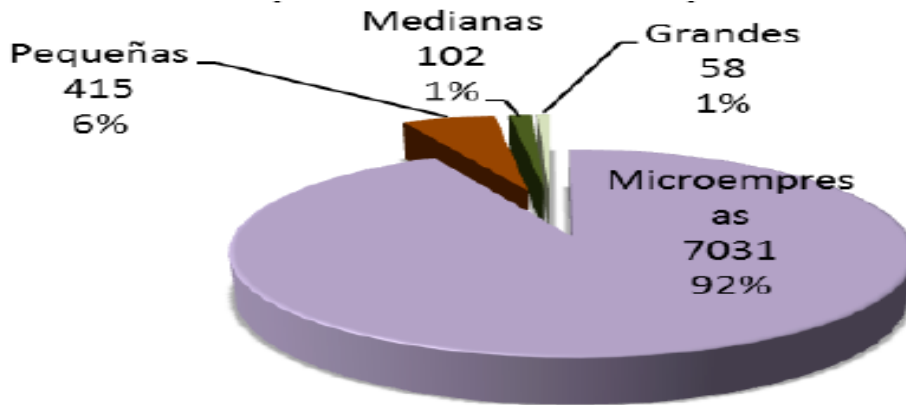
Figura 15. Proyecciones de población municipio de Palmira



Fuente: Cámara de Comercio de Palmira, 2017. Pág. 30.

Composición Empresarial: El municipio de Palmira no es diferente a la composición y estructura empresarial del país. En su gran mayoría compuestas por microempresas ubicadas en el sector comercio.

Figura 16. Palmira: Total empresas por tamaño



Fuente: Cámara de Comercio de Palmira, 2017.

Figura 17. Empresas por Tamaño y Actividad Económica



Fuente: Cámara de Comercio de Palmira, 2017, p. 158

En la figura 16 y en la figura 17, se puede observar que del total de las empresas del municipio el 92,4% (7,031) son microempresas, mientras que el total de éstas 3.029 se ubican en el sector comercio, 820 pertenecen al sector industrial 703 sector alojamiento y alimentos (gastronomía).

Estructura del Sector Financiero de Palmira: El sistema financiero palmirano está compuesto por el sistema formal en donde confluyen la mayor cantidad de entidades financiera observadas en grandes ciudades, marcas como el Grupo Aval, Davivienda, BBVA, Banco Agrario y Bancoomeva. se encuentran allí establecidas. Igualmente, entidades cooperativas (Coopser, Coprocenva) y otras dedicadas al crédito micro empresarial como Banco W, Banco Mundo Mujer, Microfinanzas Bancamia, entre otras, como se puede apreciar en la tabla 15.

Tabla 15. Estructura del Sector Financiero de Palmira

Entidades Financieras	Depósitos en cuenta corriente bancaria	Depósitos simples	Certificados de depósito a término	Depósitos de ahorro	Cuentas de ahorro especial
Banco de Bogotá	16.363.152.075		16.603.568.707	30.598.899.525	59.527.794
Banco popular s.a.	5.679.176.907		4.666.486.029	30.712.971.227	10.329.322
Banco Corpbanca	2.815.823.394		2.032.144.256	6.521.508.988	
Bancolombia s.a.	37.719.154.798		54.441.207.299	112.849.981.328	2.441.157.678
Bbva Colombia	6.207.354.754	40.011.785	19.339.341.817	35.771.198.585	1.283.890.437
Banco de occidente	23.924.397.633		30.483.722.609	31.917.220.068	
Banco caja social bsc	2.709.543.246		17.341.405.853	23.382.976.110	2.033.600.052
Banco Davivienda s.a.	7.919.005.878		26.112.799.918	31.329.221.689	1.045.430.545
Banco Colpatría Multibanca Colpatría s.a.	2.886.742.165		16.128.048.911	14.804.122.807	298.496.255
Banco agrario de Colombia s.a.	593.081.609		5.520.714.401	7.534.972.519	
Banco comercial AV Villas s.a.	3.494.871.145		14.826.704.231	41.307.648.734	743.690.364
Banco de las microfinanzas Bancamia s.a.			400.487.833	304.297.627	
Banco wwv s.a.			2.299.401.209	2.462.162.998	
Banco Coomeva s.a.	1.469.753.507		39.313.993.565	17.240.172.416	224.877.504
Banco Falabella	36.712.306		3.362.816.971	1.736.038.738	
Banco de la mujer			906.113.429	432.652.670	
Total	111.818.769.418	40.011.785	253.778.957.039	388.906.046.029	8.140.999.952

Fuente: Cámara de Comercio de Palmira, 2017, p. 142.

Así mismo, el sector informal está compuesto de un gran número de prestamistas tradicionales y de los denominados gota a gota que “pululan” en el municipio, a tal punto que la fiscalía ha venido actuando de manera contundente contra estos, con resultado de numerosas capturas acusados de usura, intento de homicidio y homicidio. Éste al igual que en muchas ciudades del país se ha convertido en un problema de orden social muy fuerte.

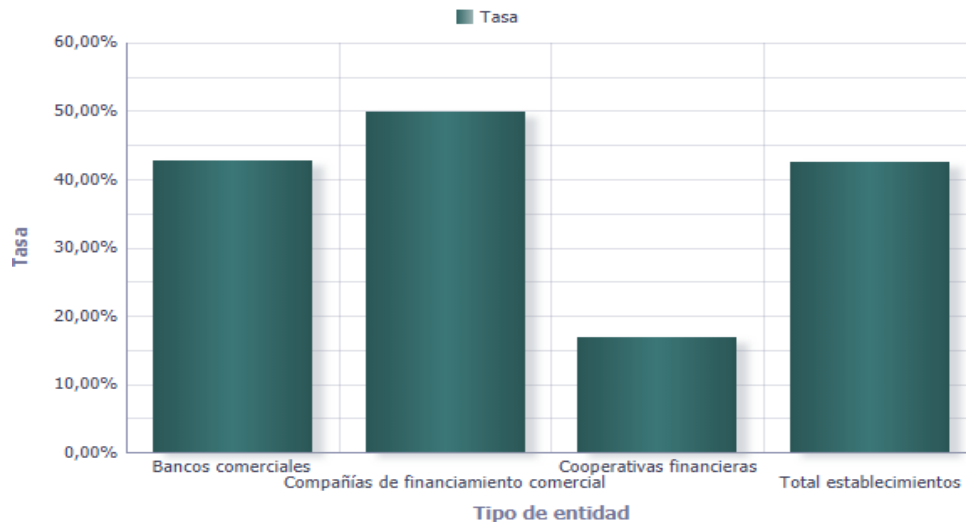
Los resultados de la investigación de mercados realizada muestran como el 64% de los microempresarios informales han tenido o realizado créditos de éste tipo.

Tabla 16. Resumen Tasas Promedio de Colocación –Octubre 2018

		Bancos Comerciales	Compañías Financiamiento Comercial	Cooperativas Financieras
Clase de Cuenta	Cuenta	Tasa	Tasa	Tasa
Agregados Microcréditos (Diferentes de Leasing)	Entre 31 y 365 días	41,63%	46,10%	24,06%
	Entre 366 y 1095 días	37,03%	38,11%	23,21%
	Entre 1096 y 1825 días	32,22%	29,86%	27,00%
	A más de 1825 días	19,67%	23,30%	25,19%

Fuente: Banco de la República (2018).

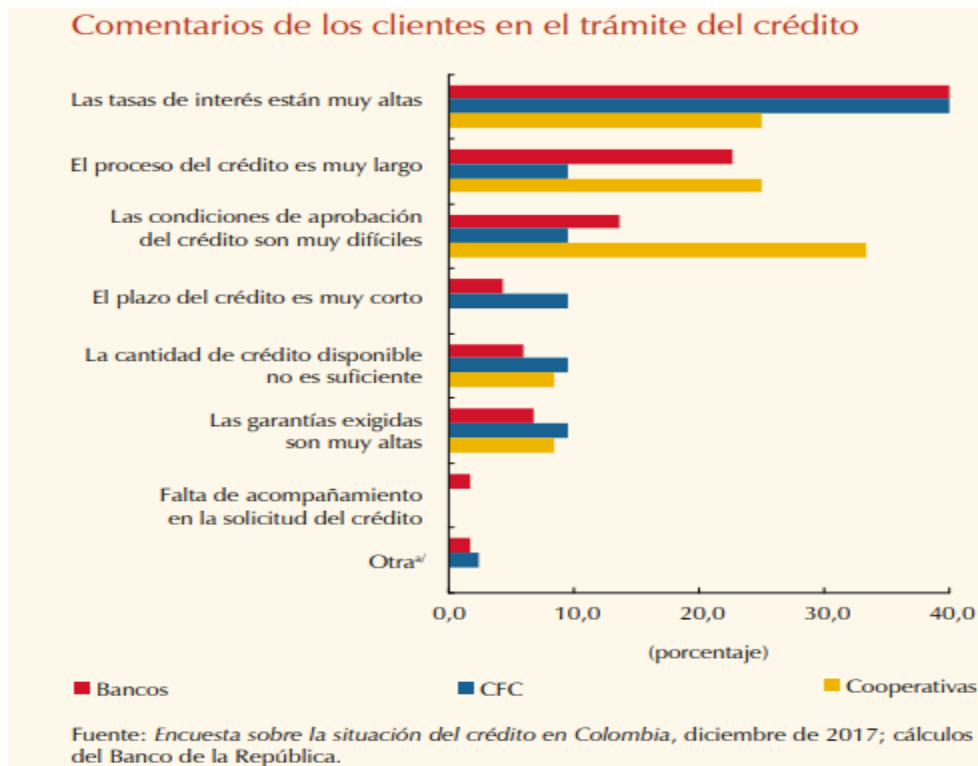
Figura 18. Resumen Tasas Promedio de Colocación –octubre 2018



Fuente: Banco de la República (2018).

Las tasas de interés de colocación son aquellas que aplican para los diferentes tipos de créditos y productos que otorgan las diferentes entidades financieras a sus clientes. Dentro de los diferentes tipos de crédito se tienen: créditos de vivienda, créditos de consumo, créditos comerciales (ordinario, preferencial y tesorería), microcrédito, tarjetas de crédito, sobregiros, créditos especiales, depósitos y cuentas de ahorro, así como certificados de ahorro de valor real (CAVR). En la tabla 16 y en la figura 18, se pueden observar el resumen de las tasas promedio de colocación, en Palmira, para el mes de octubre de 2018, según el Banco de la República.

Figura 19. Tasas de colocación microcréditos – octubre 2018



Fuente: Banco de la República (2018).

Como se puede ver en la figura 19, según el Banco de la República, se puede concluir que hay evidencia de debilidad en la oferta principalmente del mercado de créditos comerciales y de microcréditos en Colombia. Dicho comportamiento se atribuye en mayor medida a una actividad económica menos favorable y a un deterioro en las posiciones de balance de las entidades.

Demanda Potencial: El mercado potencial corresponde a los 7.031 microempresarios formales registrados en la Cámara de Comercio, más los 2.890 informales de acuerdo a lo estimado con base en Santamaría y Rozo (2018), que hacen parte del sector informal de la ciudad.

5.2 Análisis de Competencia

5.2.1. Sector Financiero Formal

Los bancos (Grupo Aval, Bancolombia, Davivienda, Banco Agrario) y cooperativas financieras (Coopser, Coprocenva); así como la banca e instituciones especializadas en microcréditos (Bancamia, Banco W, WWB Mujer), hacen parte de la competencia que enfrentará la empresa.

Igualmente incluimos en éste los hipermercados (grandes superficies), pues estos actúan como proveedores ya sea de materias primas y bienes de capital.

5.2.2. Sector Informal

Esta es la mayor y más fuerte que enfrenta la empresa, en la medida que presentan facilidad de acceso rápido y sin trabas a los créditos, tienen gran cobertura en el sector, en especial con los negocios informales y que sin duda alguna continuamente ingresan más competidores; es aquí en donde se deben centrar los mayores esfuerzos y en donde se puede ganar el mayor porcentaje del mercado.

5.2.3. Elección del Mercado Meta

De acuerdo con Kottler y Armstrong (2013), pág. 165, “La segmentación del mercado responde a la primera pregunta de marketing, que suena sencilla: ¿A cuáles clientes atenderemos?” y “Los compradores de cualquier mercado difieren en sus deseos, recursos, ubicaciones, actitudes y prácticas de compra. A través de la segmentación del mercado, las empresas dividen los mercados grandes y heterogéneos en segmentos a los que pueden llegar de manera más eficiente y eficaz con productos y servicios que coinciden con sus necesidades únicas.”, se pretende atacar un segmento del sector estudiado,

puntualmente, el mercado al que se le encaminará esfuerzos, son algunos microempresarios informales que pagan onerosos costos; el mercado meta son los ubicados en el segmento de almacenes de venta ropa y calzado así como vendedores de verduras y frutas porque allí se ubican la población que más solicitudes de crédito ha realizado a prestamistas informales, pero que también mayor contacto con entidades financieras ha tenido, reinvierte la mayoría de sus créditos en el negocio y donde se infiere una mayor supervivencia

5.3 Análisis de la situación

5.3.1. Misión

La entidad financiera que se creará en el Municipio de Palmira, tiene como objeto ofrecer servicios de colocación de recursos financieros a los microempresarios del sector informal, una alternativa de fomentar, estimular y apalancar financieramente sus operaciones, a través de créditos blandos y flexibles.

5.3.2. Visión

Ser para el año 2025 la entidad financiera del segmento micros que ofrecen el mejor servicio en Palmira y su zona de influencia (Pradera, Florida, Candelaria, El Cerrito).

5.3.3. Filosofía Empresarial

La filosofía empresarial hace referencia a la manera como una organización se estructura y crea su espíritu, adopta valores que inculca en sus productos o servicios y sus colaboradores, clientes y accionistas.

La entidad financiera se caracterizará por ser una empresa que impulsará valores como la ética, la transparencia, la solidaridad; y factores de éxito como la innovación, la eficiencia y calidad en sus servicios y procesos.

5.3.4. Caracterización del Negocio

Los productos y servicios financieros tienen una serie de características asociadas a la prestación y comercialización del servicio, que determinan la singularidad del marketing de este sector. En concordancia con Aparicio (2000):

Además de ser un servicio, el producto financiero también tiene una serie de características particulares que condicionan su comercialización y que explicamos basándonos esencialmente en Aparicio (2000):

En primer lugar, la materia prima del servicio financiero es el dinero, por lo que el riesgo percibido tanto por el cliente como por la entidad bancaria es alto. Otro aspecto relevante, es que el dinero es un componente del servicio financiero no diferenciable, que unido a la ausencia de la protección a la innovación, hace necesario la búsqueda de otras formas de diferenciación que no estén basadas en el servicio financiero propiamente dicho (por ejemplo, la mejora del servicio al cliente).

La relación entre el cliente y la entidad no es una única venta puntual, pues la prestación del servicio financiero da lugar a una relación comercial caracterizada por una serie de sucesivas transacciones y contactos con el cliente. En la propia prestación del servicio existen muchas oportunidades de contacto con el cliente que permiten obtener gran cantidad de información, incluso personal y actualizada, que puede ser útil tanto para programas de captación como de retención de

clientes. De un modo similar actúa el cliente, pues en cada contacto, ésta evalúa la destreza de la entidad para cumplir su promesa. (p. 143).

La situación económica y la incapacidad de los microempresarios informales, no sólo en el municipio sino en la región, por la falta de acceso al crédito de éstos, ante los difíciles y casi imposible cumplimiento de requisitos por parte de los microempresarios para cumplir con los requerimientos de la banca formal, ya sea especializada en el sector u otra, que les permita tener acceso al apalancamiento financiero; por otro lado, la alta demanda por parte de éstos, la oferta diferenciada en términos de precio (tasas de interés) y facilidad de acceso en términos de requisitos y garantías, se podrá capturar un porcentaje del mercado importante.

5.4 Análisis del Entorno DOFA

5.4.1. Fortalezas:

1. Procesos de asignación de créditos rápidos.
2. Contar con personal calificado y capacitado.
3. Facilidad y agilidad de acceso a los servicios de la empresa para aplicar un crédito.
4. Diversificación y diferenciación en los productos ofrecidos al cliente por parte de la empresa.
5. Colaboradores con formación financiera y alta orientación de servicio al cliente.
6. Excelente conocimiento del mercado (competencia) y en especial del cliente.

5.4.2. Oportunidades:

1. El mercado nos muestra una alta demanda por estos servicios que se encuentra insatisfecha y permitirá una expansión rápida en el mercado.
2. Desarrollar una cultura de satisfacción a los clientes, que permita fidelizar a los mismos.
3. Ofrece adecuadas tasas de interés en comparación con la competencia, atrayendo nuevos y mejores clientes, sin afectar las expectativas de rentabilidad de los accionistas.

5.4.3. Debilidades:

El microcrédito es considerado más riesgoso en comparación a otras líneas de crédito por varias razones, en primer lugar por la incertidumbre que manejan estos clientes respecto a su flujo futuro de ingresos y a la falta de activos y por tanto de garantías, en segundo lugar por la dificultad para atender una obligación con alguna entidad formal teniendo de manera complementaria otra obligación informal que por sus métodos de cobro se les da prioridad; de otra parte la cultura de pago está basada en las características personales, se deben asumir pérdidas permanentes al realizar operaciones de bajo monto con microempresarios que no tienen la posibilidad de recuperar, por ser unidades productivas tan pequeñas que cambian fácilmente de actividad por ultimo requiere muchas horas hombre por crédito concedido

5.4.4. Amenazas:

1. Mercados con altos grados de rentabilidad suelen atraer a un número mayor de jugadores. La entrada de estos nuevos jugadores usualmente hace caer la rentabilidad a niveles de competencia perfecta. La llegada

continua de nuevos competidores, en especial y puntualmente prestamistas informales.

2. Poca aceptación y mala imagen de las entidades financieras por parte de los microempresarios, sobre todos del informal.
3. Cambios previstos por el nuevo gobierno en la normatividad del sector, pueden endurecer los requisitos de acceso.

5.4.5. Planteamiento de Objetivos

Con los resultados arrojados por el análisis DOFA, se plantean los siguientes objetivos estratégicos:

1. Creación de una institución de crédito con altos niveles de responsabilidad y productividad con todas las partes interesadas.
2. Posicionar a la empresa con servicios eficientes, de calidad y diferenciados de la competencia.
3. Ganar participación en el mercado existente y la atracción de nuevos.
4. Generar altos niveles de rentabilidad, que la agregación de valor sea el centro de la organización.

Los anteriores son objetivos que se pueden alcanzar, mediante acciones claramente definidas y lideradas por la gerencia de la organización.

5.5. Estrategias del Plan de Mercadeo

5.5.1. Diseño de Estrategia de la Mezcla Comercial.

La estrategia de mercadeo es una mezcla comercial con base en los variables producto, precio, plaza y distribución.

La gestión y función del marketing radica en llevar el producto o los servicios a donde los consumidores lo requieran, a través de diferentes medios, de la manera más eficiente y eficaz posible y ofreciendo opciones amplias de promoción para beneficio de los mismos.

El momento para decidir acerca de la cual será la mezcla de marketing más eficiente para la empresa, para las características del mercado en el cual se encuentran insertada, el servicio ofrecido y los segmentos a los cuales aspira llegar.

5.5.2. Precio

Según Kottler y Armstrong (2013); en términos simples, el precio es la cantidad de dinero, o de otro tipo de objetos con utilidad, necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto. Esta variable es determinante se trata colocar el servicio en el mercado a un precio que esté por debajo de la competencia del sector informal (prestamistas), que oscila entre el 10% y 20% mensual y la de la banca formal que se encuentra regulada por la Superintendencia Financiera y la Superintendencia de Economía Solidaria que vigila cooperativas, fondos de empleados y otras. Dicho en otras palabras, se busca una tasa de interés (precio) competitiva, diferenciada y que no afecte la rentabilidad estratégica, la tasa de colocación promedio para el proyecto sería de un 40% E.A.

5.5.3. Plaza (Distribución)

La ubicación se encarga de las decisiones que la organización establece con relación a la estructura operacional.

Existe una única plaza para la distribución del servicio, siendo ésta la ciudad de Palmira, con una sola y única sucursal y de manera directa (personal) a los clientes. Siendo éste un lugar con accesibilidad para los clientes ubicados en el centro de la ciudad.

Por su parte, la interacción con el cliente será:

Cliente – Proveedor del Servicio: Los clientes llegan a las instalaciones de la organización.

Proveedor del Servicio – Cliente: El equipo de asesores comerciales, visita los potenciales clientes (in situ).

Cuando el cliente tiene que acudir con el proveedor del servicio, la ubicación del sitio se vuelve importante.

Cuando el proveedor del servicio va al cliente, la ubicación del sitio pierde importancia siempre y cuando sea cercana a los clientes para que éstos puedan recibir una buena calidad de servicio.

Cuando el cliente y la organización de servicios realizan transacciones al alcance de la mano, la ubicación puede resultar irrelevante.

5.5.4. Producto

Producto es todo aquello que se ofrece a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo; incluye objetos materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas. (Kotler y Armstrong, 2013).

Igualmente, es un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisfacen una necesidad específica en el consumidor; así, el producto es la integración de una serie de satisfactores que regularmente no son claramente perceptibles

pero que en general dan al consumidor la sensación de satisfacción a sus necesidades y deseos.

Para este caso se brindará una opción de financiación con tasas de colocación que le permitan al microempresario crecer, adicional a esto se les brindará atención personalizada y buen trato que les permita tener tranquilidad para pensar la manera de cómo crecer su negocio.

5.5.5. Promoción (Publicidad)

La promoción agrega valor a los servicios a través de añadir “tangibilidad” y ayudar al cliente a hacer una mejor evaluación de la oferta de servicio. Se utilizarán anuncios publicitarios vía volantes en las diferentes zonas comerciales de la ciudad (centro, galerías), en donde se encuentra la mayor demanda potencial del servicio. Esto garantizará un “boca a boca” de rápida divulgación en este sector.

Promoción de ventas a través de los diferentes folletos con la información necesaria de los servicios, horarios de atención y números telefónicos para que el cliente obtenga una atención especializada sin tener que desplazarse a la oficina.

Publicidad en la prensa local que tiene amplio margen de circulación (El Acierto, Q´hubo, El Extra).

Publicidad en la radio a través de emisora local (Radio Palmira), muy escuchada por empresarios informales.

6. Estudio Financiero

Mediante este trabajo se determinó la factibilidad financiera de emprender la creación de una empresa de microcréditos dirigidos a microempresarios informales en la ciudad de Palmira. A continuación, se detallan cada uno de los componentes del análisis, como las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos en que se incurre en la prestación del servicio y el ingreso percibido de las colocaciones proyectadas en cinco años de funcionamiento.

6.1. Plan de Inversiones

6.1.1. Capital

La empresa para iniciar actividades cuenta con un capital autorizado y pagado de \$250 millones de pesos, esto equivale a una emisión de 25.000 acciones de valor nominal \$ 10.000 pesos cada una.

Para completar el plan de inversiones requerido el otro 50% (\$250 millones) se obtendrán a través de un crédito con el Banco Davivienda con un plazo de 3 años a una tasa del 12,86%E.A., como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 17. Plan Inversión y Financiación

Plan de inversión	\$ 500,000,000	
Recursos Propios	\$ 250,000,000	50%
Valor a Financiar	\$ 250,000,000	50%

Deuda Banco Davivienda	100%	\$ 250,000,000
Interes	12.86% EA	
	1.0132% NMV	

Concepto	Mes 1	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3
Saldo	\$ 244,210,548	\$ 176,521,115	\$ 93,592,845	\$ 0
Intereses	\$ 2,533,121	\$ 26,391,994	\$ 16,942,609	\$ 6,278,034
Capital	\$ 5,789,452	\$ 73,478,885	\$ 82,928,270	\$ 93,592,845
Flujo	-\$8,322,573.24	-\$99,870,878.90	-\$99,870,878.90	-\$99,870,878.90

Valor Desembolso			250,000,000		
Tasa NAMV			1.0132%		
Plazo			36.00		
ALTURA CUOTA	PLAZO RESTANTE	CAPITAL	INTERES	VALOR DE LA CUOTA	SALDO CAPITAL
0					250,000,000.00
1	36	5,789,503.89	2,533,000.00	\$ 8,322,503.89	244,210,496.11
2	35	5,848,163.15	2,474,340.75	\$ 8,322,503.89	238,362,332.96
3	34	5,907,416.73	2,415,087.16	\$ 8,322,503.89	232,454,916.23
4	33	5,967,270.68	2,355,233.21	\$ 8,322,503.89	226,487,645.55
5	32	6,027,731.07	2,294,772.82	\$ 8,322,503.89	220,459,914.48
6	31	6,088,804.04	2,233,699.85	\$ 8,322,503.89	214,371,110.44
7	30	6,150,495.80	2,172,008.09	\$ 8,322,503.89	208,220,614.64
8	29	6,212,812.62	2,109,691.27	\$ 8,322,503.89	202,007,802.01
9	28	6,275,760.84	2,046,743.05	\$ 8,322,503.89	195,732,041.17
10	27	6,339,346.85	1,983,157.04	\$ 8,322,503.89	189,392,694.32
11	26	6,403,577.11	1,918,926.78	\$ 8,322,503.89	182,989,117.21
12	25	6,468,458.16	1,854,045.74	\$ 8,322,503.89	176,520,659.05
13	24	6,533,996.57	1,788,507.32	\$ 8,322,503.89	169,986,662.48
14	23	6,600,199.03	1,722,304.86	\$ 8,322,503.89	163,386,463.45
15	22	6,667,072.24	1,655,431.65	\$ 8,322,503.89	156,719,391.20
16	21	6,734,623.02	1,587,880.87	\$ 8,322,503.89	149,984,768.18
17	20	6,802,858.22	1,519,645.67	\$ 8,322,503.89	143,181,909.96
18	19	6,871,784.78	1,450,719.11	\$ 8,322,503.89	136,310,125.18
19	18	6,941,409.70	1,381,094.19	\$ 8,322,503.89	129,368,715.48
20	17	7,011,740.07	1,310,763.83	\$ 8,322,503.89	122,356,975.41
21	16	7,082,783.02	1,239,720.87	\$ 8,322,503.89	115,274,192.39
22	15	7,154,545.77	1,167,958.12	\$ 8,322,503.89	108,119,646.62
23	14	7,227,035.63	1,095,468.26	\$ 8,322,503.89	100,892,610.99
24	13	7,300,259.96	1,022,243.93	\$ 8,322,503.89	93,592,351.03
25	12	7,374,226.19	948,277.70	\$ 8,322,503.89	86,218,124.84
26	11	7,448,941.85	873,562.04	\$ 8,322,503.89	78,769,182.99
27	10	7,524,414.53	798,089.36	\$ 8,322,503.89	71,244,768.46
28	9	7,600,651.90	721,851.99	\$ 8,322,503.89	63,644,116.56
29	8	7,677,661.70	644,842.19	\$ 8,322,503.89	55,966,454.85
30	7	7,755,451.77	567,052.12	\$ 8,322,503.89	48,211,003.08
31	6	7,834,030.01	488,473.88	\$ 8,322,503.89	40,376,973.07
32	5	7,913,404.40	409,099.49	\$ 8,322,503.89	32,463,568.67
33	4	7,993,583.01	328,920.88	\$ 8,322,503.89	24,469,985.66
34	3	8,074,574.00	247,929.89	\$ 8,322,503.89	16,395,411.66
35	2	8,156,385.58	166,118.31	\$ 8,322,503.89	8,239,026.08
36	1	8,239,026.08	83,477.81	\$ 8,322,503.89	0.00

Fuente: Autora.

Con los recursos de capitalización se realizarán las inversiones iniciales para la operación de la compañía que permitan garantizar el desarrollo del objeto social y la eficiencia operacional.

Tabla 18. Resumen Inversión

PLAN DE INVERSION Y FINANCIACIÓN		
Inversiones	TOTAL	Recursos Propios
		100%
Activos Fijos	22,700,000	22,700,000
Software	20,000,000	20,000,000
Total Inversiones	42,700,000	42,700,000

PLAN DE INVERSION Y FINANCIACIÓN			
Inversiones	TOTAL	Vida útil	Recursos Propios
			100%
Muebles y equipos de Oficina			
Depreciables (escritorios y sillas, teléfonos)	10,700,000		
Total muebles y equipos de Oficina	10,700,000	10	10,700,000
Equipos de computo y Comunicaciones			
Depreciables	12,000,000		
Total muebles y equipos de Oficina	12,000,000	5	12,000,000
Total Propiedad Planta y Equipo	22,700,000		22,700,000
Software			
Licencias de software para uso administrativo	20,000,000	5	20,000,000
Total Inversiones	42,700,000		42,700,000

Inversiones	DEPRECIACIÓN				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Muebles y equipos de Oficina	1,070,000	1,070,000	1,070,000	1,070,000	1,070,000
Equipos de computo y Comunicaciones	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000
Total Gto Depreciacion	3,470,000	3,470,000	3,470,000	3,470,000	3,470,000

Inversiones	AMORTIZACIÓN				
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Software	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
Total Gasto Amortización	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000

Fuente: Autora.

6.2. Gastos Administrativos

Se incluye el costo de servicios necesarios para soportar el desarrollo de las operaciones.

Los recursos para financiación de los gastos de personal y generales se realizan con aportes de capital de los socios y con los recursos generados

por la operación, algunos de estos gastos se pueden observar en la siguiente tabla:

Tabla 19. Gastos Generales

GASTOS BANCARIOS Y GRAVAMEN FINANCIERO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Bancarios					
Comisiones Bancarias (consig referenciada, pagos y transferencias	450,000	463,500	486,675	511,009	536,559
Intreses Préstamo Bancario	26,391,994	16,942,609	6,278,034		
Gravamen al Movimiento financiero *	3,240,378	3,311,264	3,761,152	4,188,748	4,607,623
	30,082,371	20,717,373	10,525,860	4,699,757	5,144,182
* Se calcula teniendo en cuenta los desembolsos del flujo de caja					
IMPUESTOS MUNICIPALES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales - Servicios Financieros	46,846,579	246,274,109	279,685,805	311,536,748	342,690,422
Ingresos operacionales - Estudios de credito	67,855,625	74,641,188	85,837,366	94,421,102	103,863,212
Cantidad de bimestres	5	5	5	5	5
TARIFA	1.15	1.15	1.15	1.15	1.15
Impuesto municipal Esperado	660,000	1,845,000	2,102,000	2,334,000	2,568,000

Fuente: Autora.

6.2.1. Gastos de Personal

Para el normal funcionamiento de la empresa se define la planta de personal para el área administrativa y el área comercial, quienes deberán estar enfocados especialmente en el servicio. La empresa iniciará operaciones con cuatro empleados así: un (1) Director General, un (1) analista de crédito y cobranza, dos (2) asesores colocadores de créditos y cobranza, y un (1) contador externo quien prestará sus servicios por honorarios visitando dos veces a la semana la compañía. Para el caso de empleados la contratación será de acuerdo a los lineamientos de régimen laboral colombiano con contratos a término fijo por un año que se liquidará en diciembre 31.

En cuanto al cálculo de seguridad social y parafiscales el artículo 65 de la ley 1819 de diciembre 29 de 2016, que adicionó el artículo 114-1 al estatuto tributario, estableció que las empresas quedan exoneradas de realizar los

aportes a salud contemplados en el artículo 204 de la ley 100 de 1993, así como el pago de parafiscales (SENA e I.C.B.F.). Dicha exoneración aplica por trabajadores que devenguen menos de 10 salarios mínimos mensuales, es por esto que no se tiene en cuenta para el cálculo.

A los asesores colocadores de crédito se les otorgará una bonificación por mera liberalidad cada semestre que corresponde al 60% de los estudios de crédito cobrados a los clientes, en la tabla 20 se muestra el comportamiento de los gastos del personal para los próximo cinco (5) años.

Tabla 20. Gastos de personal

Cargo	Sueldo Mes	Aux. Transp.	Para fiscales	Pensión	ARL	Prima Servicio	Cesantías	Int. Cesantías	Vacaciones	Auxilio	Total
Director General	1,200,000	-	48,000	144,000	6,264	99,960	99,960	11,995.2	50,040		1,660,219
Analista de Crédito	781,242	92,269	31,250	93,749	4,078	72,763	72,763	8,731.6	32,578	117,557	1,306,981
Honorarios Contador	800,000		-								800,000
Asesor Comercial 1	1,000,000	92,269	40,000	120,000	5,220	90,986	90,986	10,918.3	41,700		1,492,079
Asesor Comercial 2	1,000,000	92,269	40,000	120,000	5,220	90,986	90,986	10,918.3	41,700		1,492,079
Total Nomina Mensual	4,781,242	276,806	159,250	477,749	20,782	354,695	354,695	42,563	166,018	117,557	6,751,358

Cargo	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Director General	1,660,219	19,922,630	20,520,309	21,135,919	21,769,996	22,423,096
Analista de crédito	1,306,981	15,683,770	16,154,283	16,638,911	17,138,078	17,652,221
Honorarios Contador	800,000	9,600,000	9,888,000	10,184,640	10,490,179	10,804,885
Asesor Comercial 1	1,492,079	17,904,948	18,442,096	18,995,359	19,565,220	20,152,177
Asesor Comercial 2	1,492,079	17,904,948	18,442,096	18,995,359	19,565,220	20,152,177
Bonificacion asesores		20,356,688	22,392,356	25,751,210	28,326,331	31,158,964
Total Gastos Personal	6,751,358	101,372,983	105,839,141	111,701,398	116,855,024	122,343,518

Fuente: Autora.

6.3. Estados Financieros

Los estados financieros proyectados se estructuraron a cinco (5) años y se presentan a continuación:

6.3.1. Estado de Resultados Integral

A través de este informe se determina la ganancia neta integral, se aprecia generación de excedentes a partir del segundo año, principalmente por el incremento en el capital de créditos otorgados. Los gastos tienen un incremento proyectado del 3% cada año. Los ingresos están constituidos por los intereses percibidos de la colocación de recursos en diversos plazos (entre 1 y 12 meses), montos están entre \$200 mil pesos y máximo dos salarios mínimo legales vigentes, el primer año se proyectó la siguiente colocación 680 créditos renovados cada año distribuidos así:

Monto Creditos Otorgados	Total créditos colocados
200,000	271
500,000	407
1,000,000	397
1,500,000	281

Así mismo se obtuvieron ingresos por estudio de crédito por valor de \$67.855.625, puesto que por cada crédito otorgado se cobraron \$50.000; para lograr la meta de colocación se le asignó a cada asesor mínimo 50 créditos mensuales esto se hizo teniendo en cuenta la información obtenida de algunas entidades de microcréditos.

El indicador de la provisión de cartera representa el porcentaje de provisiones realizado por la entidad frente al total de la cartera vencida, teniendo en cuenta las diferentes opciones de provisión establecidas por la Superintendencia Financiera para créditos microcrédito; se asume una provisión general entre el 1% y 2%, dependiendo del plazo otorgado a los créditos.

Tabla 21. Estado de resultados Integral

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales					
Servicios Financieros	46,846,579	246,274,109	279,685,805	311,536,748	342,690,422
Estudios de credito	67,855,625	74,641,188	85,837,366	94,421,102	103,863,212
Total Ingresos Operacionales	114,702,204	320,915,296	365,523,171	405,957,850	446,553,635
Menos Gastos Administrativos					
Gastos de Personal	71,416,296	73,558,785	75,765,548	78,038,515	80,379,670
Bonificacion asesores	40,713,375	44,784,713	51,502,419	56,652,661	62,317,927
Honorarios Contables	9,600,000	9,888,000	10,184,640	10,490,179	10,804,885
Arrendamientos	14,400,000	14,832,000	15,276,960	15,735,269	16,207,327
Gastos de seguridad	9,600,000	9,888,000	10,184,640	10,490,179	10,804,885
Depreciación	3,470,000	3,470,000	3,470,000	3,470,000	3,470,000
Amortización	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
Publicidad	7,200,000	7,416,000	7,638,480	7,867,634	8,103,663
Servicios públicos	6,240,000	6,427,200	6,620,016	6,818,616	7,023,175
Provision de Cartera Credito	3,047,651	3,139,080	3,233,252	3,330,250	3,430,158
Gastos Diversos	3,000,000	3,090,000	3,182,700	3,278,181	3,376,526
Utiles, Papeleria y Fotocopias	2,400,000	2,472,000	2,546,160	2,622,545	2,701,221
Aseo y cafeteria	600,000	618,000	636,540	655,636	675,305
Mantenimiento y Reparacion	760,000	782,800	821,940	863,037	906,189
Gastos legales	600,000	738,820	752,403	781,032	810,880
Impuestos Municipales	660,000	1,845,000	2,102,000	2,334,000	2,568,000
Total Gastos Administrativos	177,707,321	186,950,397	197,917,699	207,427,735	217,579,811
Ganancia Bruta	-63,005,117	133,964,899	167,605,472	198,530,115	228,973,823
Más Ingresos no operacionales					
Otros Ingresos	-	-	-	-	-
Total Ingresos No Operacionales	-	-	-	-	-
Menos Egresos no operacionales					
Gastos bancarios	450,000	463,500	486,675	511,009	536,559
Intreses Préstamo Bancario	26,391,994	16,942,609	6,278,034	-	-
Gravamen Movimiento Financiero	3,240,378	3,311,264	3,761,152	4,188,748	4,607,623
Total Gastos No Operacionales	30,082,371	20,717,373	10,525,860	4,699,757	5,144,182
= Ganancia antes de Impuesto	- 93,087,489	113,247,526	157,079,612	193,830,358	223,829,641
Menos Impuesto de Renta	-	37,371,684	51,836,272	63,964,018	73,863,782
= Ganancia Neta Integral	- 93,087,489	75,875,843	105,243,340	129,866,340	149,965,859

Fuente: Autora.

6.3.2 Estado de Situación Financiera

Como se puede observar en la tabla 22 se presenta un crecimiento del activo corriente, generado principalmente por la rotación del capital y los intereses de los préstamos, la entidad contempla la reinversión de cuotas pagadas.

Tabla 22. Estado de Situación Financiera

ACTIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente					
Efectivo	-55,535,117	104,063,215	123,239,200	142,036,097	162,580,042
Clientes	357,446,394	239,961,398	239,174,907	353,212,984	494,573,010
Provision cartera	-3,047,651	-6,186,731	-9,419,983	-12,750,233	-16,180,391
Anticipo de Impuesto Renta	-	-	18,685,842	38,877,204	47,973,014
Total Activo Corriente	298,863,627	337,837,883	371,679,966	521,376,052	688,945,675
Activos No Corrientes					
Propiedad Planta y Equipo	22,700,000	22,700,000	22,700,000	22,700,000	22,700,000
Menos Depreciación Acumulada	3,470,000	6,940,000	10,410,000	13,880,000	17,350,000
Total Propiedad Planta y Equipo	19,230,000	15,760,000	12,290,000	8,820,000	5,350,000
Software	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Menos amortización	4,000,000	8,000,000	12,000,000	16,000,000	20,000,000
Total Software	16,000,000	12,000,000	8,000,000	4,000,000	-
Total Activos No corrientes	35,230,000	27,760,000	20,290,000	12,820,000	5,350,000
TOTAL ACTIVOS	334,093,627	365,597,883	391,969,966	534,196,052	694,295,675
PASIVOS					
Pasivo Corriente					
Impuesto de renta por Pagar	-	37,371,684	51,836,272	63,964,018	73,863,782
Impuestos municipales	660,000	1,845,000	2,102,000	2,334,000	2,568,000
Total Pasivo Corriente	660,000	39,216,684	53,938,272	66,298,018	76,431,782
Pasivo no Corriente					
Obligaciones Financieras	176,521,115	93,592,845	0	-	-
Total Pasivo No Corriente	176,521,115	93,592,845	0	-	-
TOTAL PASIVOS	177,181,115	132,809,529	53,938,272	66,298,018	76,431,782
PATRIMONIO					
Capital	250,000,000	250,000,000	250,000,000	250,000,000	250,000,000
Ganancia Neta	-93,087,489	75,875,843	105,243,340	129,866,340	149,965,859
Reserva Legal	-	-	7,587,584	18,111,918	31,098,552
Utilidades Acumuladas	-	-93,087,489	-24,799,230	69,919,776	186,799,481
TOTAL PATRIMONIO	156,912,511	232,788,354	338,031,694	467,898,034	617,863,893
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	334,093,626	365,597,883	391,969,966	534,196,052	694,295,675

Fuente: Autora.

6.3.3. Flujo de Caja

Se contará con un nivel de efectivo disponible para cubrir operaciones del negocio.

La diferencia que se evidencia en el efectivo obedece al cálculo de los impuestos, puesto que en el flujo de caja se calculó con el EBIT y en el estado de resultados integral se obtuvo al calcularlos sobre la utilidad antes de impuestos.

Tabla 22. Flujo de caja de la Operación

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
EBIT		-\$ 63,005,117	133,964,899	167,605,472	198,530,115	228,973,823
DEPRECIACIÓN		3,470,000	3,470,000	3,470,000	3,470,000	3,470,000
AMORTIZACIÓN		4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
EBITDA		- 55,535,117	141,434,899	175,075,472	206,000,115	236,443,823
INVER. C.T.	457,300,000					
IMPUESTOS			44,208,417	55,309,806	65,514,938	75,561,362
CAPEX	42,700,000		-	-	-	-
FLUJO CAJA LIBRE		- 55,535,117	97,226,482	119,765,666	140,485,177	160,882,462

Fuente: Autora.

6.3.4. Evaluación Financiera

Para realizar la evaluación financiera del proyecto se construyó el Flujo de Caja, a partir de los estados financieros proyectados para un horizonte de 5 años y el descuento de estos flujos se realizó con el promedio ponderado del costo de capital (WACC, por sus siglas en inglés) proyectado que para este caso fue del 16,81%.

Los resultados de los indicadores aplicados para la evaluación financiera se pueden ver a continuación.

Tabla 23. Evaluación Financiera del proyecto

COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL (CPPC)						
Fuente	Monto	Ponderado	Costo	KdTx (K Impuestos)	%	
Deuda	\$ 250,000,000	50.00%	12.9%	8.62%	4.31%	
Patrimonio	\$ 250,000,000	50.00%	25.0%	25%	12.50%	
Total	\$ 500,000,000	100%			16.81%	

$$\text{CPPC} = \frac{250,000,000}{500,000,000} * 25.00\% + \frac{250,000,000}{500,000,000} * 8.62\% = 16.81\%$$

FLUJO DE CAJA DE LA OPERACIÓN						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Libre	-\$ 500,000,000	-\$ 55,535,117	\$ 97,226,482	\$ 119,765,666	\$ 140,485,177	\$ 160,882,462
Valor Residual						\$ 957,172,207
	-\$ 500,000,000	-\$ 55,535,117	\$ 97,226,482	\$ 119,765,666	\$ 140,485,177	\$ 1,118,054,669
VPN	\$ 188,485,989					
TIR del Proyecto	25.16%					

Fuente: Autora.

Con base en lo anterior, se concluye que el plan es financieramente viable, el valor presente de los flujos de caja descontados al costo de capital es positivo y el proyecto genera una tasa de rentabilidad superior al costo de capital.

Flujo de caja de la Financiación

FLUJO DE CAJA DE LA FINANCIACIÓN				
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Préstamo	\$ 250,000,000			
Amortización		\$ 73,478,885	\$ 82,928,270	\$ 93,592,845
Intereses		\$ 26,391,994	\$ 16,942,609	\$ 6,278,034
Servicio a la deuda		\$ 99,870,879	\$ 99,870,879	\$ 99,870,879
Beneficio Fiscal		\$ 8,709,358	\$ 5,591,061	\$ 2,071,751

Flujo de caja del Inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	-\$ 250,000,000	-\$ 146,696,638	\$ 2,946,665	\$ 21,966,539	\$ 140,485,177	\$ 160,882,462	
							\$ 957,172,207
FCL	-\$ 250,000,000	-\$ 146,696,638	\$ 2,946,665	\$ 21,966,539	\$ 140,485,177	\$ 1,118,054,669	
VPN	\$ 69,682,305						
TIR del Proyecto	29.94%						
TIO	25.00%						

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FCL	-\$ 55,535,117	\$ 97,226,482	\$ 119,765,666	140,485,177	160,882,462
(+) BENEFICIO FISCAL	8,709,358	5,591,061	2,071,751	0	0
(-) SERVICIO DE LA DEUDA	99,870,879	99,870,879	99,870,879	0	0
(+) VALOR RESIDUAL					\$ 957,172,207
	- 146,696,638	2,946,665	21,966,539	140,485,177	1,118,054,669

6.3.4.1 Análisis de Sensibilidad

Teniendo en cuenta que el estudio se formula bajo ciertos supuestos que si bien son el resultado de estudios técnicos, el estudio está expuesto a variaciones en los resultados esperados como son la tasa del costo del crédito las tasas de interés de colocación de los créditos y la cantidad de créditos colocados.

Escenario 1: Se modifica la tasa de interés del costo de la deuda pasándola del 12.9% E.A. al 36% E.A. y se aumentan los recursos de financiación del 50% al 60%, nos da como resultado un VPN negativo de \$88.508.975, una TIR del 19.29% y aumenta el WACC al 24%.

Tabla 25. Escenario 1 Incremento en el Costo de la Deuda

COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL (CPPC)						
Fuente	Monto	Ponderado	Costo	KdTx (K Impuestos)	%	
Deuda	\$ 300,000,000	60.00%	36%	23.91%	14%	
Patrimonio	\$ 200,000,000	40.00%	25%	25%	10%	
Total	\$ 500,000,000	100%			24%	

$$\text{CPPC} = \frac{200,000,000}{500,000,000} * 25.00\% + \frac{300,000,000}{500,000,000} * 23.91\% = 24\%$$

FLUJO DE CAJA DE LA OPERACIÓN						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Libre	-\$ 500,000,000	-\$ 55,535,117	\$ 97,226,482	\$ 119,765,666	\$ 140,485,177	\$ 160,882,462
Valor Residual						\$ 656,127,495
VPN	-\$ 88,508,975					
TIR del Proyecto	19.29%					

Fuente: Autora.

Escenario 2: Una variable que se considera crítica es la tasa de interés de colocación que depende de factores externos, como La Superintendencia Financiera entidad encargada de regularla; el estudio se realiza con una tasa de interés del 40% E.A. si se considera que se disminuya al 33% nos arroja como resultado un VPN negativo de \$1.518.959 y una TIR del 16.73%. como se muestra en el siguiente resultado:

Tabla 26. Escenario 2 Disminución Tasa colocación al 33%

FLUJO DE CAJA DE LA OPERACIÓN						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Libre	-\$ 500,000,000	-\$ 60,993,410	\$ 69,024,626	\$ 87,772,570	\$ 104,808,019	\$ 121,636,915
Valor Residual						\$ 723,680,341
	-\$ 500,000,000	-\$ 60,993,410	\$ 69,024,626	\$ 87,772,570	\$ 104,808,019	\$ 845,317,257
VPN	-\$ 1,518,959					
TIR del Proyecto	16.73%					

Fuente: Autora.

Escenario 3 El estudio no es sensible al número de créditos colocados, si se disminuyen los créditos colocados a 648 (disminución cercana al 50%) se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 27. Escenario 3 Disminución de la colocación del número de créditos

FLUJO DE CAJA DE LA OPERACIÓN						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Libre	-\$ 500,000,000	-\$ 68,910,242	\$ 87,367,943	\$ 108,428,949	\$ 128,014,319	\$ 147,165,121
Valor Residual						\$ 875,560,719
	-\$ 500,000,000	-\$ 68,910,242	\$ 87,367,943	\$ 108,428,949	\$ 128,014,319	\$ 1,022,725,840
VPN	\$ 112,158,947					
TIR del Proyecto	21.90%					

Fuente: Autora.

7. Conclusiones

- ✓ Las condiciones del mercado y los resultados financieros muestran que hay viabilidad en la operación obteniéndose una TIR del 25.16% y un VPN de \$188.485.989
- ✓ Al realizar la evaluación financiera del inversionista observamos una TIR del inversor del 29.94% y un VPN de \$69.682.304, podemos concluir que el proyecto agrega valor al inversionista superando la TIO que se estima en el 25%.
- ✓ El mercado de microcrédito para el sector informal en la ciudad de Palmira, tiene un alto potencial para el desarrollo del proyecto, de acuerdo a las encuestas realizadas se evidencia en la actualidad que más del 66% los microempresarios tienen necesidad de crédito para inyectar a sus negocios y poco acceso al sistema financiero teniendo que acudir al sistema informal que la mayoría de veces les permite obtener créditos en condiciones de extorsión y usura.
- ✓ El microcrédito es considerado más riesgoso en comparación a otras líneas de crédito por la incertidumbre que manejan estos clientes respecto a su flujo futuro de ingresos, la falta de garantías, la dificultad para atender una obligación con alguna entidad formal teniendo de manera complementaria otra obligación informal que por sus métodos de cobro se les da prioridad.
- ✓ Palmira ofrece un entorno externo propicio para mejorar las condiciones de los microempresarios no formales, para que se beneficien de acceso

a fondos con precios de mercado, de tal forma que le permitan apalancar sus inversiones y capital operacional, mejorando la situación socioeconómica de sus familias y de paso la del municipio.

- ✓ Es importante mantener una buena gestión de cartera que le permita el dinamismo, crecimiento, fortalecimiento y permanencia en el mercado de la organización en el largo plazo pero sobre todo se requiere personal muy capacitado que pueda inferir el comportamiento de pago de estos microempresarios y generar empatía con ellos.

8. GLOSARIO

Bancos: Un banco es un intermediario financiero que se encarga de captar recursos en forma de depósitos, y prestar dinero, así como la prestación de servicios financieros.

Cooperativas Financieras: Son cooperativas financieras los organismos cooperativos especializados cuya función principal consiste en adelantar actividad financiera, su naturaleza jurídica se rige por las disposiciones de la Ley 79 de 1988 y se encuentran sometidas al control, inspección y vigilancia de la Superintendencia Bancaria. Estas cooperativas son establecimientos de crédito.

Mercado potencial: conjunto de consumidores que muestra interés por un producto o servicio particular.

Mercado de servicios: se caracterizan por el carácter intangible del producto (ej.: educación, banca, transportes, seguros).

Microcrédito: El segmento del Microcrédito reúne a las personas naturales no atendidas por el sector financiero formal, que perciben ingresos del desarrollo de actividades económicas por cuenta propia en los sectores de industria comercio y servicios.

Créditos con los cuales podrá desarrollar actividades empresariales, comerciales o de servicios, en el sector rural o urbano, los montos máximos no superan los veinticinco (25) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Superintendencia de Economía Solidaria: La Superintendencia de Economía Solidaria de Colombia (Supersolidaria), es un organismo descentralizado, técnico, adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonial que tiene por objeto la supervisión sobre la actividad financiera del cooperativismo y sobre los servicios de ahorro y crédito de los fondos de empleados y asociaciones mutualistas y, en general, el aprovechamiento o inversión de los recursos

captados de los asociados por parte de las organizaciones de la economía solidaria.

Superintendencia Financiera de Colombia (SFC): es la entidad gubernamental encargada de supervisar los sistemas financiero y bursátil encargada de propender por la solvencia, disciplina y supervisión del Sistema Financiero de Colombia.

Tasa de Interés: es el porcentaje que se paga por el capital invertido o por capital recibido en préstamo, es por esto que es valor adicional que se cancela por manejar la plata, es el precio del dinero en el mercado financiero.

Bibliografía

- Aparicio, M. (2000). Marketing bancario. En Marketing en sectores específicos. Cap. 4. p. 143.
- Banco de la República Colombia. (2013). Disponible en
- Beck, M. (2003). Banco Mundial.
- Cámara de Comercio de Palmira. Anuario Estadístico de Palmira 2017.
- Castañeda, C. y Rivera, C. (2005), Retos y desafíos del sector de la microempresa en Colombia: tres aportes conceptuales. Ley 905 de 2004 alcances y limitaciones de la política de apoyo micro empresarial. Fopelcol.
- Confederación de Cámaras de Comercio de Colombia (CONFECÁMARAS). (2016). Naturaleza y supervivencia de las empresas en Colombia. Bogotá, Septiembre.
- Fernández, F. (2003). ¿De qué manera interactúan las IMFs y el Estado para conseguir cambios en el Marco Regulatorio?. Experiencia en Ecuador. Proyecto SALTO de Fortalecimiento de las Microfinanzas y Reformas Macro Económicas. Presentado en VI Foro Interamericano de la Microempresa.
- Fundación Progresamos (2017). Disponible en:
http://fundacionprogresamos.org.co/anuarios_estadisticos/palmira/anuario_2017/inicio.html
- Garcés, C. R. (2008). Impacto de las microfinanzas: resultados de algunos estudios énfasis en el sector financiero. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 281-298.
- Gutiérrez, B. (2005). Antecedentes del microcrédito. Lecciones del pasado para las experiencias actuales. En: Revista de la economía pública, social y cooperativa. España.

- Jansson, T.; Rosales, R y Westley, G. Principios y prácticas para la regulación y supervisión. Washington, D.C. Banco Interamericano de Desarrollo. Departamento de Desarrollo Sostenible
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. Decimoprimer edición. México: Pearson educación.
- Ley 590 (2000, Julio). Promoción del desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Mipyme). Colombia.
- Martínez, D. y Urrea, D. (2014). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de financiamiento comercial de microcrédito en la ciudad de Armenia. Universidad EAFIT. Escuela de Administración y Negocios. Maestría en Administración.
- Patiño, O. (2010). El modelo MIFE como instrumento para la formalización del empresariado. Una aplicación para las microempresas informales de Bogotá D.C. Tesis Doctoral. Universidad Antonio Nebrija. Madrid, España.
- Santa María, M. y Rozo, S. (2008). Informalidad empresarial en Colombia: alternativas para impulsar la productividad, el empleo y los ingresos. En FEDESARROLLO. Disponible en: <https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/1207>
- Yunus, M. (1998). Hacia un mundo sin pobreza. Santiago de Chile: Editorial Andrés Bello.
- Yunus, M. (2003). Banker to the Poor: Micro-Lending and the Battle against World Poverty. New York: Public Affairs.
- <https://www.elespectador.com/economia/el-62-de-las-pymes-colombianas-no-tiene-acceso-financiamiento-articulo-744870>

Anexos

Anexo 1: Clasificación de las empresas en Colombia. Año 2018

Tamaño	Activos Totales SMMLV
Microempresa	Hasta 500 (\$390.621.000)
Pequeña	Superior a 500 y hasta 5.000 (\$3.906.210.000)
Mediana	Superior a 5.000 y hasta 30.000 (\$23.437.260.000)
Grande	Superior a 30.000 (\$23.437.260.000)
SMMLV para el año 2018 \$781.242	

<https://www.bancoldex.com/Sobre-microempresas/Clasificacion-de-empresas-en-Colombia315.aspx>

Anexo 2. Encuesta aplicada a microempresarios del sector informal de la ciudad de Palmira

Fecha: Octubre 13 de 2018

Formulario No. _____

Razón Social: _____

1. ¿A qué se dedica su negocio?

2. ¿Cuánto tiempo tiene el negocio en el mercado?

a. Menos de 1 año _____

- b. Entre 1 y 3 años _____
- c. Entre 3 y 5 años _____
- d. Más de 5 años _____

3. ¿En los últimos 12 meses, ha solicitado algún tipo de crédito?

Si _____ No _____

4. ¿A cuál de las siguientes fuentes ha acudido a la hora de solicitar un crédito?

- a. Banco u otra entidad financiera _____
- b. Tarjeta de crédito _____
- c. Con grandes superficies o empresas de servicios públicos _____
- d. Con proveedores _____
- e. Crédito informal (prestamistas) _____
- f. Con un familiar o amigo _____
- g. Otro. _____ Cuál? _____
- h. No ha solicitado _____

5. ¿Qué tipo de garantías ofreció a la hora de respaldar su crédito?

- a. Hipoteca
- b. Fiador
- c. Activos

6. ¿Cuándo solicita un crédito regularmente por cuánto monto lo hace?

- a. Menos de \$500 mil
- b. Entre \$500 mil y \$1 millón
- c. Entre \$1 millón 1 y \$2 millones
- d. Entre 2 millones 1 y \$5 millones
- e. Más de 5 millones

7. ¿A qué destina el dinero obtenidos de los créditos?

- a. Para capital de trabajo (tener liquidez para operar el negocio) / comprar insumos _____
- b. Ampliar el negocio (ej. comprar cosas como muebles o maquinaria) _____
- c. Comprar medio transporte (vehículo, moto, bicicleta) _____
- d. Atender una emergencia/imprevisto del negocio _____
- e. Realizar pagos del negocio _____
- f. Gastos Personales (colegio, alimentación, salud) _____

