

**PROPUESTA DE DISEÑO Y ESTRUCTURA DE CORRESPONSALES DE SERVICIOS
PARA UNA ONG MICROFINANCIERA**

MANUEL ENRIQUE OLAGO VILLAMIZAR
JOSÉ ALEJANDRO SANDOVAL BARBOSA

Directora
LUZ STELLA RUEDA CADENA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIA FISICO – MECANICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BUCARAMANGA
2008

**PROPUESTA DE DISEÑO Y ESTRUCTURA DE CORRESPONSALES DE SERVICIOS
PARA UNA ONG MICROFINANCIERA**

Monografía de Grado como requisito para optar
al título de Especialista en Alta Gerencia

MANUEL ENRIQUE OLAGO VILLAMIZAR
JOSÉ ALEJANDRO SANDOVAL BARBOSA

Directora
LUZ STELLA RUEDA CADENA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE INGENIERIA FISICO – MECANICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BUCARAMANGA
2008

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. OBJETIVOS	16
1.1. OBJETIVOS GENERALES	16
1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	16
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
2.1. IDENTIFICACIÓN	17
2.2. ELEMENTOS – ESQUEMA	18
3. JUSTIFICACIÓN	19
4. MARCOS REFERENCIALES	21
4.1 MARCO CONTEXTUAL	21
4.2 MARCO TEORICO	24
4.3 MARCO CONCEPTUAL	29
4.4 MARCO LEGAL	30
5. DESCRIPCIÓN DE LA FUNDACIÓN MUNDIAL DE LA MUJER FMMB	31
5.1 HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN	31
5.2 PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS	35
5.3 PERFILES DE CLIENTES	37
6. COBERTURA GEOGRÁFICA	42
6.1 RED DE AGENCIAS DE LA FMMB	43
7. ESTRATEGIA CORPORATIVA DE COBERTURA EN LOS SERVICIOS MICROFINANCIEROS: CDS	44
7.1 OBJETIVO	46
7.2 JUSTIFICACIÓN	46
7.3 ALCANCE	47
7.4 BENEFICIOS	47
7.5 COBERTURA	49

7.6 ESTRUCTURA DE LA RED DE AGENCIAS DE LA FMMB INCLUYENDO LOS CDS	50
7.7. MODELO OPERATIVO	55
7.8 MODELO TÉCNICO	58
7.9 MODELO DE NEGOCIACIÓN CON LOS ALIADOS	58
7.10 CDS VERSUS REDES ACTUALES	59
8. DISEÑO Y PILOTO DE CORRESPONSAL DE SERVICIOS	61
8.1 OBJETIVO	61
8.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA PILOTO	61
8.3 COMPORTAMIENTO TRANSACCIONAL	62
8.4 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	64
8.5 INFRAESTRUCTURA OPERATIVA PARA EL MONTAJE DEL CDS	65
8.6 CRONOGRAMA	66
9. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PILOTO DE CORRESPONSAL DE SERVICIOS	67
9.1 INVERSIÓN INICIAL POR CORRESPONSAL DE SERVICIO	67
9.2 GASTOS OPERATIVOS ANUALES POR CORRESPONSAL DE SERVICIOS	68
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	75
BIBLIOGRAFIA	77

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Ubicación de Agencias de la FMMB	42
Tabla 2. Red Propia vs. Red Estructurada	59
Tabla 3. Municipios propuestos para pilotos de CDS	63
Tabla 4. Cronograma de Actividades	66
Tabla 5. Inversión Inicial por Corresponsal de Servicios	67
Tabla 6. Gastos de Nómina y Servicios	68
Tabla 7. Pagos Por Transacción	68
Tabla 8. Gastos Operativos Mensuales (Primer Año)	69
Tabla 9. Gastos Operativos Anuales Proyectados	70

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Número de Clientes de la FMMB por rangos de edades.	38
Gráfica 2. Participación Porcentual por Actividades económicas	39
Gráfica 3. Participación Porcentual de clientes de la FMMB por estrato socio-económico	40
Gráfica 4. Participación Porcentual de clientes de la FMMB de acuerdo a los Activos de la microempresa.	41
Gráfica 5. Organigrama FMMB incluido CDS	51

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Red de Agencias.	43
Figura 2. Organigrama de la FMMB incluido CDS	51
Figura 3. Ubicación de los CDS en la Prueba Piloto	64

LISTA DE ANEXOS

	Pág
Anexo 1. Ley No. 590 del 10 de Julio de 2000	79
Anexo 2. Ley No. 905 de Agosto 2 de 2004	110

RESUMEN

TÍTULO: “PROPUESTA DE DISEÑO Y ESTRUCTURA DE CORRESPONSALES DE SERVICIOS PARA UNA ONG MICROFINANCIERA”*

AUTORES: MANUEL ENRIQUE OLAGO VILLAMIZAR.- Contador Público
JOSÉ ALEJANDRO SANDOVAL.- Contador Público**

PALABRAS CLAVES: MICROFINANCIERA, MICRO ECONOMIZACIÓN, FMMB.

CONTENIDO

Para abordar el tema del diseño y estructura de corresponsales de servicio para una ONG MICROFINANCIERA, es indispensable analizar la actualidad económica nacional, es fácil evidenciar que el país atraviesa por un momento coyuntural caracterizado por la fragilidad de la economía local que hoy se encuentra expectante de los resultados (benéficos o no) que pueda traer la firma del tratado de libre comercio con los Estados Unidos. Si a esta incertidumbre se le suma la permanente confrontación armada por el control territorial y el fenómeno de desplazamiento rural hacia las grandes orbes; el producto esperado es la proliferación del desempleo y por ende, la microeconomización de los sectores productivos.

Es suficiente con darle una mirada al sector microempresarial que hoy ocupa un lugar significativo en la economía Colombiana, al generar cerca del 18% del PIB urbano y representar más del 60% de la fuerza de trabajo del país, del cual el 70% son mujeres.

En este orden de ideas, la Fundación Mundial de la Mujer, entendiendo la responsabilidad social que debe asumir como ente transformador de la realidad, se apropia del liderazgo en torno a la generación de microcrédito para las microempresas del Nor Oriente Colombiano, con lo cual aporta en la generación de ingresos a través del desarrollo de la unidad de negocio, del autoempleo y la generación de otros puestos de trabajo, facilitando a innumerables familias la satisfacción de sus necesidades básicas y el logro de una vida digna.

Este proyecto es de alta prioridad ya que le permite a la FMMB, ser más competitivo a mediano y largo plazo, permitiéndole acceder a zonas rurales o urbanas lejanas al epicentro de alta densidad poblacional a bajo costos de inversión de entrada y riesgo de pérdida bajo.

* Monografía de Grado

** Facultad de Ingeniería Físico –Mecánicas.- Escuela de Estudios Industriales y Empresariales.- Especialización en Alta Gerencia.- Directora: Luz Stella Rueda Cadena.

ENGLISH

TITLE: "PROPOSAL FOR DESIGN AND STRUCTURE OF CORRESPONDENTS SERVICES FOR NGO MICROFINANCIERA"

AUTHORS: MANUEL ENRIQUE OLAGO VILLAMIZAR .- Public Accountant
ALEJANDRO JOSE SANDOVAL .- Public Accountant

KEY WORDS: MICROFINANCIERA, MICRO ECONOMIZACIÓN, FMMB.

CONTENT

To tackle the subject of the structure and design of financial service weds to a ONG MICRO-FINACIER, is essential analyse the national financial currents, is easy to see that the countrie is going through for a junture moment chatacterized by the fragility of the local financial that today it finds expectant of the results (benefit or not) from the sing of the Free Trade Agreement with the united states .

if we add to this uncertainty add the permanent armed confrontation to get the territorial control and the phenomenon of the forced rural relocation to the big cities; the product to expect is the proliferation of the unemployment ans also the micro-finantiation of the manufacturing sectors.

is enough look up the micro-business sector that today get a very significant place in the colombian economy, to generate around the 18% of the urban PIB and represent more than the 60% of the countrie work force, from the which the 70% are women.

Taking this ideas order, the FUNDACION MUNDIAL DE LA MUJER, taking in count the social responsibility that must assume as transformer entity of the reality, take the leadership to generation of the micro-credit to the micro-business from the colombian north east, in that way to contribute to generation of income through the business unit, from the auto-job and the generation of others jobs, making easy that a lot of families the satisfation of own Basic necessities and the goal of a worthy life. This proyect is a first priority because it lets the FMMB, be the most competitive to médium and long time, letting get to rurals or distant urban zones from the epicenter of high population density to low costs of inversion of entry and low risk.

¹ Monography.for Specialization degree.

¹ Physics and Mechanical Engineering School. Industrial and Management Studies. High Management Specialization. Director: Luz Stella Rueda Cadena.

INTRODUCCION

En el desarrollo del Plan Estratégico de la Fundación Mundial de la Mujer Bucaramanga – FMMB -, está el posicionamiento en las diferentes regiones donde posee sus agencias. Teniendo en cuenta esta premisa se hace evidente la creación de estrategias que le permitan a la institución acercarse cada día más a sus clientes.

Esta iniciativa pretende desarrollar una propuesta que impacte directamente en el fortalecimiento de la institución y que sus planes de acción se ejecuten hacia su estrategia corporativa.

Con la Propuesta de Diseño y Estructura de Corresponsales de Servicios para una ONG¹ Microfinanciera, se propone aumentar la cobertura de la institución y adicionalmente ofrecer un mejor servicio a los clientes actuales y a los clientes potenciales, ya que este proyecto impacta directamente en los costos de traslados de los mismos a las agencias de las ciudades principales.

La experiencia de otros países, en particular de Brasil, ha mostrado que los CDS² son una alternativa muy eficaz para que los servicios financieros lleguen a una capa más grande de la población. Se sabe que en el caso colombiano se requiere avanzar más rápidamente, porque si bien en los últimos años la banca ha venido incursionando con gran interés en los segmentos de menores ingresos, los niveles de profundización financiera aún permanecen por debajo de los valores observados antes de la crisis, y todavía alejados de los estándares para países de similar grado de desarrollo.

Pese a los avances logrados las cifras de bancarización en nuestro país distan de ser satisfactorias. La bancarización, medida como la población que hace uso de al menos un

¹ Organización No Gubernamental

² Corresponsales de Servicios.

producto financiero, es cercana al 29%.Y sólo el 11.1% de la población accede al crédito bancario³.

El sistema financiero y las entidades no reguladas por la Superintendencia Financiera han venido apoyando de manera decidida la Política de la Banca de las Oportunidades, iniciativa del gobierno encaminada a democratizar más el crédito y construir un entorno normativo adecuado para que Colombia cuente con un sistema financiero más incluyente. Recientemente por ejemplo, se suscribió un acuerdo con el gobierno en el que bancos y otros agentes se comprometen a realizar cinco millones de operaciones de microcrédito en los siguientes cuatro años y a tener presencia en todos los municipios del país en 2010. Además, se definirán metas de bancarización y de acceso al crédito bancario para los próximos cuatro años.

El gobierno ya ha dado pasos en la dirección adecuada, autorizando la operación a través de corresponsales no bancarios, definiendo tasas diferenciales para el cálculo de la usura y creando el fondo de inversiones de la banca de las oportunidades.

Para alcanzar mayores niveles de bancarización es necesario ir más allá del crédito y pensar en una oferta integral de productos bancarios que incluya el ahorro y los seguros, y expandir la cobertura financiera a todo el territorio nacional. Sin embargo, el costo de instalar una sucursal tradicional es muy elevado, especialmente en sitios alejados de los centros urbanos, en donde no existen las condiciones de infraestructura vial y de telecomunicaciones requeridas. Por ello, la banca ha ido intensificando el uso de canales más flexibles como los cajeros automáticos, el Internet, las oficinas móviles, los kioscos y los puntos de atención al usuario.

³ Fuente, ASOBANCARIA.

Esta estrategia se puede complementar muy bien con los CDS. Su implementación se apoya en la infraestructura y las relaciones ya construidas entre los establecimientos de comercio de zonas con una clientela que demanda servicios financieros y de pagos. Sin duda los mayores beneficiarios de los CDS serán los propios clientes que dispondrán de un mayor número de puntos de atención para efectuar sus operaciones financieras, en lugares más cercanos a su sitio de trabajo y residencia, y con horarios flexibles que se acomodan mejor a su disponibilidad de tiempo.

Se considera que este es el momento adecuado para profundizar sobre los aspectos fundamentales de la operación y el negocio de los CDS.

Los CDS son un modelo de canal de atención de clientes que permite contar con una mayor cobertura a nivel nacional a costos menores frente a la apertura de una agencia tradicional.

Por medio de este modelo se crean Alianzas estratégicas con establecimientos comerciales en zonas desatendidas o lejanas a la zona de influencia de la actual red de agencias de la FMMB.

Con la realización de la Propuesta de Diseño y Estructura de CDS para una ONG Microfinanciera, se pretende además de tener una mejor cobertura en las diferentes regiones del país, reducir los costos operativos que permitan mejorar los indicadores de rentabilidad de la institución.

Adicionalmente, con la implementación de los CDS, en un mediano plazo se podría evaluar la reducción del costo de los productos y servicios financieros para los microempresarios de las zonas alejadas de los grandes municipios.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Presentar una propuesta para el diseño y estructura de los Corresponsales de Servicios de una entidad Microfinanciera a nivel nacional, que permita atender un mayor número de clientes potenciales con una reducción significativa de sus costos de operación.

1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Desarrollar estrategias que le permitan a las instituciones microfinancieras, crear ventajas competitivas en las diferentes regiones donde tienen presencia.
- Optimizar la red de distribución de los servicios de las entidades microfinancieras.
- Aplicar los conocimientos aprendidos en la especialización, contribuyendo con soluciones que permitan que las personas de bajos recursos accedan a la bancarización.

2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 IDENTIFICACIÓN

La FMMB presta sus servicios microfinancieros en las principales ciudades del nororiente colombiano, dentro de su misión se encuentra la cobertura a todos los microempresarios de la zona anteriormente mencionada; sin embargo esto no se ha podido lograr de una manera optima por los altos costos que se derivan de la apertura de agencias y el sostenimiento de las mismas. Este problema se evidencia principalmente en municipios con bajo número de habitantes donde los costos de la apertura de una agencia no se justifica, ya que la probabilidad del retorno de la inversión por la limitada demanda no se cubriría en el corto ni mediano plazo.

Una de las principales fortalezas de la FMMB es el reconocimiento de la región y la red de agencias que se encuentran ubicadas estratégicamente en las principales ciudades, desde donde se podría dar soporte a los Corresponsales de Servicios.

Una de las metas institucionales⁴ de la FMMB es lograr atender un 30% del mercado potencial de microempresarios de los estratos 1, 2 y 3 preferiblemente, lo cual se ve limitado porque un gran número de los habitantes del Nororiente Colombiano se encuentran ubicados en municipios pequeños y para lograr atenderlos se requiere de una estrategia que sea efectiva para ofrecer el mayor número de los productos microfinancieros vigentes que posee la institución a un costo moderado en lo relacionado con infraestructura física, hardware, software y telecomunicaciones.

⁴ FUENTE; Planeación Estratégica FMMB

2.2 ELEMENTOS-ESQUEMA

Actualmente la FMMB cuenta con una red de distribución conformada por 26 agencias ubicadas de la siguiente forma:

En el departamento de Santander existe una infraestructura de 10 agencias ubicados en 7 municipios. (Bucaramanga, Florida blanca, Piedecuesta, Girón, Barrancabermeja, Lebrija y Rionegro). En Norte de Santander se cuenta con 6 agencias ubicadas en 4 municipios (Cúcuta, Villa del Rosario, Los Patios y Pamplona). En el departamento del Cesar se cuenta con dos agencias ubicadas en Valledupar y en el municipio de Codazzi. En el Departamento del Magdalena existen dos agencias ubicadas en Santa Marta, en el Departamento del Atlántico tres agencias ubicadas en Barranquilla y en el Departamento de Bolívar dos agencias en Cartagena.

Esta red de agencias está soportada por una fuerza de ventas de 227 analistas comerciales, quienes son los encargados de realizar la labor comercial en campo, y adicionalmente cuenta con un grupo de 180 personas en plataforma para el servicio al cliente.

La Fundación Mundial de la Mujer para cumplir con su visión se ha visto en la necesidad de tener un crecimiento exponencial en número de agencias sobretodo en los últimos años. Lo cual impacta en forma negativa algunos de sus indicadores al aumentar el valor de la inversión en los activos fijos. Lo anterior afecta a las instituciones – en especial a las microfinancieras- que requieren mostrar unos indicadores atractivos para los inversionistas.

3. JUSTIFICACIÓN

En Colombia el nivel de bancarización (cartera/PIB) es del 29%, mientras que en Brasil se han desarrollado alternativas para la bancarización como lo es contar con más de 90.000 Corresponsales no Bancarios de los cuales les ha permitido bancarizar más de 10 millones de clientes⁵.

La banca colombiana se prepara para entrar con todo en el modelo de corresponsales no bancarios (CNB), un esquema que ya demostró su poder en Brasil, México y otros países de la región. Las primeras aplicaciones de las corresponsalías están listas para salir y en muy poco tiempo, los banqueros podrían trasladar a Colombia las experiencias que tienen en operación en otros países.

En Brasil, los resultados de la aplicación del modelo son sorprendentes en términos de cobertura. Según Asobancaria, el número de municipios desatendidos por el sector financiero se redujo de 1.679 en el año 1.999 a 1.444 en el año 2001, y a cero a finales del año 2002. Estima que en los últimos cinco años se han beneficiado de este servicio 40 millones de personas que no registraban relaciones con el sector bancario porque vivían en zonas apartadas del país. Hoy Brasil tiene más de 90.000 corresponsales — frente a 17.000 sucursales bancarias tradicionales—, lo cual representa más de la mitad (56,1%) de la red de atención.

Las instituciones microfinancieras son las especializadas en atender a la población de escasos recursos, teniendo en cuenta la posición del gobierno central de aumentar el acceso de las personas a la banca (bancarización), se hace indispensable que éstas

⁵ Fuente: Bancolombia, Foro De Corresponsales No Bancarios

entidades (Microfinancieras), participen activamente de esta campaña, ya que el acceso se limitaría a una parte de la población donde se vería afectada en un alto porcentaje la población más vulnerable.

La metodología crediticia, los montos de los créditos a otorgar y las garantías exigidas por las instituciones financieras marcan la diferencia con la banca formal, teniendo en cuenta la premisa anterior, es de vital importancia la participación de las entidades microfinancieras en la masificación de la banca.

4. MARCOS REFERENCIALES

4.1 MARCO CONTEXTUAL

4.1.1 ANTECEDENTES

La FUNDACION MUNDIAL DE LA MUJER BUCARAMANGA- FMMB- , ha sido un actor clave en el desarrollo de la industria de las microfinanzas, especialmente en sus productos de microcrédito, al demostrar cómo pueden suministrarse de manera eficiente, financieramente sostenibles y respondiendo a las necesidades de los clientes.

Ha desarrollado sus propios sistemas de información gerencial, controles y relaciones con los clientes que le permiten poseer una excelente productividad y calidad de cartera, alcanzando y superando en su mayoría los indicadores de desempeño y estándares utilizados por las redes, instituciones de primer piso y calificadoros.

Se ha demostrado una capacidad de crecimiento y sostenibilidad, respondiendo con excelente servicio para los clientes. En la actualidad la institución posee más de 169.000 clientes, los cuales se han beneficiado con los servicios ofrecidos.

La FMMB ha creado servicios micro financieros sostenibles, eficientes y con altos estándares de desempeño, generando relaciones de largo plazo y fidelización con sus clientes, razón por la cual está en la obligación de desempeñar el papel de facilitador del desarrollo de los municipios del nororiente colombiano.

4.1.2 ESTADO DEL ARTE

1. Evolución de la economía colombiana: A pesar de los últimos acontecimientos políticos, la coyuntura económica colombiana se presenta estable. Inflación controlada, demanda interna en crecimiento, amplia liquidez, reevaluación monetaria y crecimiento económico, incentivan la inversión, manteniéndose favorables expectativas sobre la economía.

El Gobierno actual goza de estabilidad basada en los buenos resultados contra la corrupción, además de la mejora en la seguridad ciudadana, sobretodo en el tema terrorista y narcotráfico.

El sistema financiero se muestra bastante sólido, presentando fusiones que vienen consolidando grupos económicos y generando fuertes participantes en el mercado. El anuncio más reciente afecta específicamente al sector micro financiero, al anunciarse la creación de una Fundación Especializada en Microfinanzas. Ésta, estará conformada por el grupo español BBVA, la Corporación Mundial de la Mujer Medellín (WWB Medellín) y la Corporación Mundial de la Mujer Colombia (WWB Bogotá). De esta forma, se espera que se incremente la competencia en las principales ciudades del País.

Existen límites a las tasas de interés (Tasa de usura), las cuales son revisadas anualmente⁶ por el gobierno. La tasa ha sufrido continuas disminuciones en el 2006; sin embargo, en los primeros días del 2007, la tasa sufrió un sustancial incremento⁷, lo cual abarca también al sector micro financiero. Además, a través de la Ley Mipyme (aprobada en el año 2000), las microfinancieras cobran una comisión adicional de 7.5%⁸

⁶ Hasta el 2006 la tasa era revisada trimestralmente.

⁷ Tasa activa (Tasa de usura) se incrementó de 26.41% en Jun-06 a 32.09% en Feb-07.

⁸ Tasa que será reducida gradualmente por el Gobierno.

en los créditos otorgados menores a 4 salarios mínimos mensuales legales vigentes y del 4.5% a los montos superiores al valor mencionado anteriormente.

Además, a través del Fondo Nacional de Garantías⁹, el Gobierno intenta promover el sector micro financiero a través de financiamiento de la banca regulada. Dicho fondo representa una herramienta para facilitar el acceso al microcrédito por parte de un creciente número de microempresarios locales. Sin embargo, aún la mayoría de estas instituciones no cuenta con la especialización adecuada.

Por otro lado, la alta rentabilidad mostrada en los últimos años por las ONG's microfinancieras viene siendo bastante atractiva para la banca formal, despertando el interés por ingresar al sector. Esto además conlleva el riesgo que las autoridades tributarias incorporen a las ONGs microfinancieras al régimen general.

La Red Mundial del Banco de la Mujer cuenta con cinco miembros en Colombia: Fundación WWB Colombia, Fundación Mundo Mujer Popayán, Corporación Mundial de la Mujer Medellín, Corporación Mundial de la Mujer Colombia (WWB Bogotá) y Fundación Mundial de la Mujer Bucaramanga. Entre las cinco atienden 50 ciudades en Colombia con 119 oficinas. Cuentan con una cartera superior a US\$200 millones, con más de 470 mil créditos vigentes a Junio del 2007.

Actualmente, WWB Bucaramanga centra sus operaciones en nichos promedio de microcrédito (alrededor de US\$500), atendiendo la zona nororiental del País.

Por la zona donde opera, WWB Bucaramanga goza todavía de un entorno poco competitivo. Sólo en Barranquilla compite directamente con la Fundación Mundo Mujer Popayán (WWB Popayán), la segunda más grande WWB colombiana. Además, en las

⁹ Que garantiza a las instituciones microfinancieras hasta el 100% de su patrimonio para la obtención de líneas de financiamiento.

otras ciudades compite con el Banco Caja Social y algunas Financieras, Cooperativas y otras ONGs microfinancieras de la zona.

Por otro lado, la oferta microfinanciera abarca nuevos productos y servicios como créditos de vivienda, educación y salud, captación de ahorros y servicios de remesas.

4.2 MARCO TEÓRICO

Para poder comprender la importancia de los Corresponsales de Servicios para las ONG's microfinancieras, es indispensable conocer la evaluación de la industria del microfinanciamiento desde los diferentes contextos empezando con el internacional hasta llegar al contexto regional y local:

4.2.1 CONTEXTO INTERNACIONAL

El mundo actual está marcado por la internacionalización de la economía y la globalización de los mercados; es decir, las naciones hoy se mueven dentro de contextos más grandes: Comunidad Económica Europea, Integración de la Comunidad Latinoamericana, Tratados de Libre Comercio, entre otros.

En el campo de las finanzas, la globalización trae inmerso el fortalecimiento del sector financiero comercial, donde la prioridad crediticia son las grandes empresas por considerar que el esfuerzo administrativo es menor en la colocación de sumas importantes de dinero, cosa contraria al tema del microcrédito que implica una estructura orgánica importante que genera mayores costos de operación. Lo anterior significa que, en este mundo globalizado, cada vez será más difícil para el fami, micro y pequeño empresario acceder a recursos financieros de la banca comercial.

Igual sucede con el tema del conocimiento y la formación para el desempeño de labores y oficios; cada vez es más común encontrar proyectos encaminados a desarrollar capacidades y competencias que habiliten a la población para el ejercicio de prácticas laborales. Por ejemplo, cada día se preparan más personas para desarrollar actividades técnicas, fortaleciendo la vocación por el fortalecimiento propio y de su unidad familiar en relación con el dominio de un arte garantizando que la comunidad avance en el conocimiento que le permita desarrollar destrezas innovadoras desde la creación de empresas y el uso de nuevas herramientas; aprovechando los avances mundiales en tecnología y telecomunicaciones.

Ante este contexto internacional, la Fundación Mundial de la Mujer se ha trazado como meta llegar a cubrir un porcentaje alto de la población que estas tendencias globalizantes involucran: el mercado de los microempresarios y especialmente si su naturaleza es mujer cabeza de familia. Los propósitos de llegar a este nicho de mercado son dos: de una parte, satisfacer las necesidades crediticias de la microempresa para que ésta pueda crecer en productividad convirtiéndose en mayor generadora de empleo. De otra parte, la institucionalización de un programa dirigido al sector financiero que le permita vislumbrar en el microcrédito una oportunidad económica atractiva, con lo cual se estarían abarcando los dos frentes: de un lado la demanda ubicada en el microempresario y de otra, la oferta identificada en el sector financiero.

La Institución tiene claro que es la oportunidad de acceso al crédito el mecanismo que facilitará que las personas puedan vincularse plenamente a la sociedad globalizada.

4.2.2 CONTEXTO NACIONAL

Al analizar la actualidad económica nacional, es fácil evidenciar que el país atraviesa por un momento coyuntural caracterizado por la fragilidad de la economía local que hoy se encuentra expectante de los resultados (benéficos o no) que pueda traer la firma del tratado de libre comercio con los Estados Unidos. Si a esta incertidumbre se le suma la permanente confrontación armada por el control territorial y el fenómeno de desplazamiento rural hacia las grandes orbes; el producto esperado es la proliferación del desempleo y por ende, la microeconomización de los sectores productivos.

Es suficiente con darle una mirada al sector microempresarial que hoy ocupa un lugar significativo en la economía Colombiana, al generar cerca del 18% del PIB urbano y representar más del 60% de la fuerza de trabajo del país, del cual el 70% son mujeres.

En este orden de ideas, la Fundación Mundial de la Mujer, entendiendo la responsabilidad social que debe asumir como ente transformador de la realidad, se apropia del liderazgo en torno a la generación de microcrédito para las microempresas, con lo cual aporta en la generación de ingresos a través del desarrollo de la unidad de negocio, del autoempleo y la generación de otros puestos de trabajo, facilitando a innumerables familias la satisfacción de sus necesidades básicas y el logro de una vida digna.

En el mismo sentido, está fuera de toda duda que la Fundación Mundial de la Mujer Bucaramanga, representa un alto apoyo para el logro de los objetivos trazados por el gobierno central en lograr un creciente desarrollo económico, fortaleciendo las unidades microempresariales, las cuales son representativas para el país.

4.2.3 CONTEXTO REGIONAL Y LOCAL

En cuanto al entorno local y regional, se puede afirmar que éste no difiere mucho de la situación nacional. Los mismos fenómenos de desplazamiento de la población por diferentes causas, el fortalecimiento de la microempresa como alternativa económica de las familias y la constante preocupación por el futuro inmediato frente a la nueva competencia internacional, hace que esta región nororiental y especialmente Santander, centre sus esfuerzos económicos en el sector de los servicios, haciendo que cada vez más el área metropolitana de Bucaramanga sea identificada como un gran centro educativo, financiero, habitacional y turístico, con expresiones micro empresariales en la industria del calzado, el cuero, la joyería y la muy mermada confección textil.

Desde esta perspectiva la Institución tiene un amplio campo de funciones relacionadas con el desarrollo de la región, mediante:

La participación en las actividades financieras, especialmente las del microcrédito, que conducen a una mayor integración del sector microempresarial y la intervención en la dinámica regional de desarrollo hacia la ciudad.

La formación del talento humano, especialmente el involucrado con la organización, buscando perfeccionar las actitudes y las capacidades en el análisis para la colocación de recursos crediticios en el sector de la microempresa.

Es en este último eslabón, con la experiencia acumulada durante años por la Fundación Mundial de la Mujer, donde consolida las microfinanzas, convencidos de que será una gran contribución al fortalecimiento de la economía local y regional, soportada en los hombros de los microempresarios, donde la mujer ha jugado un papel importante y de

alta decisión; se considera que este proyecto es realmente una alternativa interesante para proyectar la labor social.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

TERMINO	DESCRIPCION
FMMB	Fundación Mundial de la Mujer Bucaramanga
Microempresa	Toda unidad de explotación económica realizada como persona natural o jurídica en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural y urbana, que responda a los siguientes parámetros; Planta de personal no superior a diez (10) Trabajadores y activos totales por valor inferior (501) SMMLV.
Clientes	son todos los microempresarios, cuyas actividades tengan como fuente generador de ingresos cualquier actividad de Producción, Comercio, Servicios y actividades Agropecuarios en la zona Rural y Urbana
Microcrédito,	Esta definido en Colombia, en el Art. 39 de la Ley 590 de 2000, como: "El sistema de financiamiento a microempresas, dentro del cual el monto máximo por operación de préstamo es de 25 SMMLV., sin que, en ningún tiempo, el saldo para un solo deudor pueda sobrepasar dicha cuantía". Seria recomendable definir el Microcrédito, teniendo en cuenta parámetros tales como:

4.4 MARCO LEGAL

La Fundación fija sus operaciones activas a la tasa de interés máxima permitida por ley, la cuales para efectos del periodo comprendido del 1 de Abril de 2007 hasta Marzo 31 de 2008 se encuentra en el 33.93%¹⁰. Mas comisiones y honorarios según Ley MIPYME número 590 del julio 2.001 y la cual fuere Modificada por la Ley 905 del 2004.¹¹

¹⁰ Fuente, Superintendencia Financiera de Colombia

¹¹ Ver Anexos

5. DESCRIPCIÓN DE LA FUNDACIÓN MUNDIAL DE LA MUJER –FMMB-

5.1 HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN

En abril de 1987, con un aporte inicial de \$65.000 pesos colombianos y bajo los lineamientos del WWB ¹² con sede principal en Nueva York, inició actividades la Fundación Mundial de la Mujer de Bucaramanga FMMB, buscando capacitar, asesorar, bancarizar y dar acceso a recursos financieros en los segmentos de mujeres madres cabezas de familia y microempresarias de la región nororiental colombiana. El sentido misional ha sido transformar a la mujer de bajos recursos en sujeto de crédito, para empoderarla e insertarla en la economía productiva.

A partir de 1993, la FMMB se fortaleció institucionalmente y se constituyó formalmente en una ONG especializada en microcrédito, garantizando con sus operaciones la autosuficiencia financiera y operativa. Con la metodología de los grupos solidarios proveída por Acción Internacional, la FMMB, implementó en su zona de influencia, prácticas innovadoras dentro de su segmento objetivo en términos de colocación crediticia y asesoría microempresarial. En sus inicios, estos grupos se conformaban con un mínimo de tres y un máximo de cinco miembros, normalmente vecinos y con actividades económicas dentro de un mismo sector, respondiendo solidariamente entre ellos mediante la firma de un pagaré solidario. Para el desembolso del crédito se exigía a las mujeres microempresarias una capacitación previa en temas de administración de los recursos del negocio.

A través del tiempo, la metodología de colocación comenzó a presentar problemas, especialmente frente al aumento de los grupos, y por conformarse de una manera

¹² Siglas en Inglés: WOMEN'S WORLD BANKING

rápida sin ninguna cohesión interna. También se detectaron fisuras en la dinámica interna de los grupos: administración, pagos, moras y renovaciones. Esta experiencia permitió un aprendizaje para la FMMB, y a mediados de los años 90, se dio el paso hacia la metodología micro crediticia individual, implementada con el apoyo del BID y la asesoría de una entidad alemana experta en el tema del microcrédito a nivel mundial.

Con la inauguración de su primera Agencia ubicada en el Centro de Bucaramanga en el año de 1995, se inicia el proceso de ampliación de la red de agencias, con el propósito de lograr ofrecer sus servicios a un número mayor de clientes. Este proceso de expansión geográfica ha sido continuo durante los últimos 12 años, hasta alcanzar en el año 2007, un total de 26 agencias, con presencia regional en el departamento de Santander, en la ciudades de Bucaramanga, Floridablanca, Girón, Piedecuesta, Barrancabermeja, Rionegro y Lebrija; en el departamento del Norte de Santander, en las ciudades de Cúcuta, Los Patios y Pamplona; en el departamento de Cesar en la ciudades de Valledupar y Codazzi; en el departamento del Magdalena en la ciudad de Santa Marta; en el departamento del Atlántico en la ciudad de Barranquilla, en el departamento de Bolívar en la ciudad de Cartagena, y en departamento de Boyacá en la ciudad de Duitama.

En forma paralela a la proyección geográfica de la FMMB, y conforme han evolucionado las necesidades de sus clientes microempresarios, se ha ofrecido un portafolio de servicios financieros más especializado e innovador que satisfacen sus requerimientos de financiación a corto y largo plazo para capital de trabajo con las líneas de Microcrédito Empresarial y Microcrédito Extrarápido; y créditos de consumo con suscripción de garantía prenda, denominado Oro Crédito.

A finales del 2003, la FMMB tomó la decisión de penetrar el mercado rural, con su línea Microcrédito Rural, en parte como una respuesta al aumento espontáneo del número de solicitudes, al vacío de atención por parte de los intermediarios financieros en este mercado con alto potencial de crecimiento, y, sobre todo, a la filosofía de la entidad: el

deseo de generar un impacto social mediante la bancarización de los estratos bajos de la población, en este caso los pequeños agroempresarios de la zona de influencia. Para el 2.007, el programa de microcrédito rural apoya los esfuerzos microempresariales de 6.375 clientes localizados en la zona rural (cifras a Noviembre).¹³

Como resultado de la preocupación continua de la FMMB, en la permanente innovación de su portafolio de productos, en el 2.004 se lanza al mercado, la línea de crédito con destinación específica para reforma de vivienda Microcrédito Reformar, al igual que una línea de crédito rotativo dirigido a sus clientes preferenciales, Microcrédito Master.

Conscientes que los microempresarios son una de las poblaciones más vulnerables frente a cualquier tipo de evento fortuito que afecte negativamente su patrimonio-negocio y entorno familiar, se inicia en Noviembre del 2003, la unidad estratégica de protección, con el propósito de brindar opciones de microaseguramiento, diseñados para satisfacer las necesidades específicas de los microempresarios colombianos. Es así, como se desarrollan alianzas estratégicas con empresas líderes a nivel mundial y nacional del sector reasegurador y asegurador. El programa de microseguros FMMB, inicia ofreciendo la suscripción de una póliza de seguros de vida que protege al cliente frente al detrimento económico a consecuencia de una calamidad por fallecimiento, incapacidad o enfermedad grave de algunos de los miembros del grupo familiar, de esta forma, se pretende incentivar la cultura de seguro en este segmento de la población. En sus cuatro años de permanencia en el mercado, cerca de 70.000 clientes han accedido a pólizas de seguro de vida con una colocación de primas cercana a los \$ 208 millones promedio mensuales.

En octubre del 2007, el producto de vida se fortalece y se lanza al mercado el Plan de Seguros APOYOFUTURO, de carácter voluntario para el cliente, el cual le brinda al microempresario no sólo la oportunidad de acceder a una póliza de vida sino que

¹³ Fuente; Informe de Gestión FMMB

además cuenta con opciones de aseguramiento de su grupo familiar en Asistencia Exequial y, el innovador producto de Daños, único en sus características en el mercado, que le permite asegurar los bienes de su hogar y microempresa contra los riesgos de la naturaleza como incendio, terremoto, explosión, deslizamiento, vientos fuertes, entre otros.

En éstos 20 años de servicio a la comunidad, la FMMB ha logrado mantener fuertes crecimientos de la cartera con excelente calidad, obtener indicadores de eficiencia operativa que superan los estándares de la industria a nivel nacional e internacional y consolidar un excelente equipo de colaboradores con alta capacidad gerencial. Una de las principales fortalezas de la institución, es su consistente y excelente calidad de cartera microempresarial, que la ubica dentro de las mejores instituciones microfinancieras a nivel mundial. Estos excelentes resultados se deben principalmente a una sólida metodología crediticia, a sistemas de control bien diseñados y a una cultura organizacional bien enfocada en mantener los niveles de excelencia en la calidad de cartera.

Para el 2010, las perspectivas de la FMMB, se enfocan en ofrecer a los microempresarios colombianos un sector financiero más incluyente, que brinde no solo una amplia gama de sistemas de financiamiento, sino que a la vez facilite la posibilidad de acceder a servicios financieros que abarquen soluciones en materia de protección, ahorro y servicios agregados. el mérito, no es sólo haber dado acceso a los servicios microfinancieros a los sectores menos favorecidos de la población, especialmente a las mujeres. También, lo es el hecho de haber sido "partícipe" en la creación de un nuevo sector, al que ahora el mismo Estado reconoce y da cuenta de su existencia e importancia en el desarrollo económico del país.

5.2 PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS

5.2.1 SOLUCIONES DE FINANCIAMIENTO

La FMMB brinda seis (7) líneas de crédito acordes a las necesidades de financiación de los microempresarios, cuyo principal objetivo es ofrecerles acceso a recursos financieros incentivando una excelente cultura de pago, y de esta forma contribuir a convertirlos en potenciales sujetos de crédito e insertarlos en forma efectiva dentro de la economía productiva, mejorando la calidad de vida de su entorno familiar.

Las líneas de crédito son:

1. Microcrédito Empresarial: Sistema de financiamiento posibilita el acceso a recursos financieros, en forma sencilla, ágil y oportuna, ya sea con destino a capital de trabajo o inversión en activos fijos, en las actividades económicas de los sectores productivos, comercial o de servicios.
2. Oro crédito: Línea de crédito de libre inversión, respaldado mediante garantía prendaria: Joyas en oro.
3. Microcrédito Reformar: Sistema de financiamiento con destinación específica para reparación, remodelación y/o ampliación de vivienda propia de los Microempresarios.
4. Microcrédito Rural: Financiamiento especializado, dirigido a los sectores agropecuarios y agroindustriales, así como también a actividades comerciales y de servicios, que se desarrollan en zonas rurales.

5. Microcrédito Extra-rápido: Cuando los clientes microempresarios tienen alguna necesidad de financiación a corto plazo y apremiante, les brinda acceso a un crédito simultáneo al vigente, con un proceso de desembolso ágil y oportuno, siempre y cuando hayan presentado un excelente comportamiento de pago.
6. Microcrédito Master: Permite a los clientes contar con liquidez inmediata y permanente, mediante el establecimiento de un cupo de crédito rotativo, que puede ser utilizado mediante desembolsos totales o parciales. Esta modalidad de crédito es exclusiva para aquellos clientes con un excelente historial de pago y tiempo de trayectoria con la FMMB, para ser clasificado como cliente preferencial.
7. Microcrédito CPU: Línea de crédito para uso específico para la compra de un computador y/o impresora. Esta modalidad de financiamiento le ofrece a los clientes, no solo el acceso a la tecnología, sino que además los asesora y capacita en el uso de la herramienta.

5.2.2 SOLUCIONES DE PROTECCIÓN

La primera opción a nivel de soluciones de aseguramiento que ofreció la FMMB a sus clientes es el Seguro de Vida Apoyofuturo, póliza que cubre los riesgos de muerte por cualquier causa, incapacidad total y permanente, enfermedades graves, gastos familiares y gastos funerarios, de los miembros asegurados pertenecientes al grupo familiar del microempresario.

A partir de octubre del 2007, el programa de seguros se fortalece, lanzando al mercado el nuevo Plan de Seguros Apoyofuturo, de carácter voluntario. Este producto que cuenta con 3 Coberturas:

Cobertura Exequial: Seguro de tipo Asistencial, que ampara el 100% de los gastos exequiales ocasionados por el fallecimiento de alguno de los integrantes del grupo familiar del cliente asegurado.

Cobertura Daños: Ampara contra los daños económicos de los bienes del microempresario (edificio y/o sus contenidos), ya sea los pertenecientes a su negocio y/o al hogar, derivados de riesgos como incendio, terremoto, inundación, deslizamientos, explosión, vientos fuertes e impacto de vehículos.

Cobertura Vida: Cubre los riesgos de muerte por cualquier causa, incapacidad total y permanente, enfermedades graves, gastos familiares y gastos funerarios, de los miembros asegurados pertenecientes al grupo familiar del microempresario.

5.3 PERFIL DE CLIENTES

Los clientes de la FMMB corresponden principalmente a mujeres microempresarias pertenecientes a los sectores menos favorecidos de la región nororiental colombiana. El sentido misional ha sido convertir a la mujer de bajos recursos en sujeto de crédito, para empoderarla e insertarla en la economía productiva.

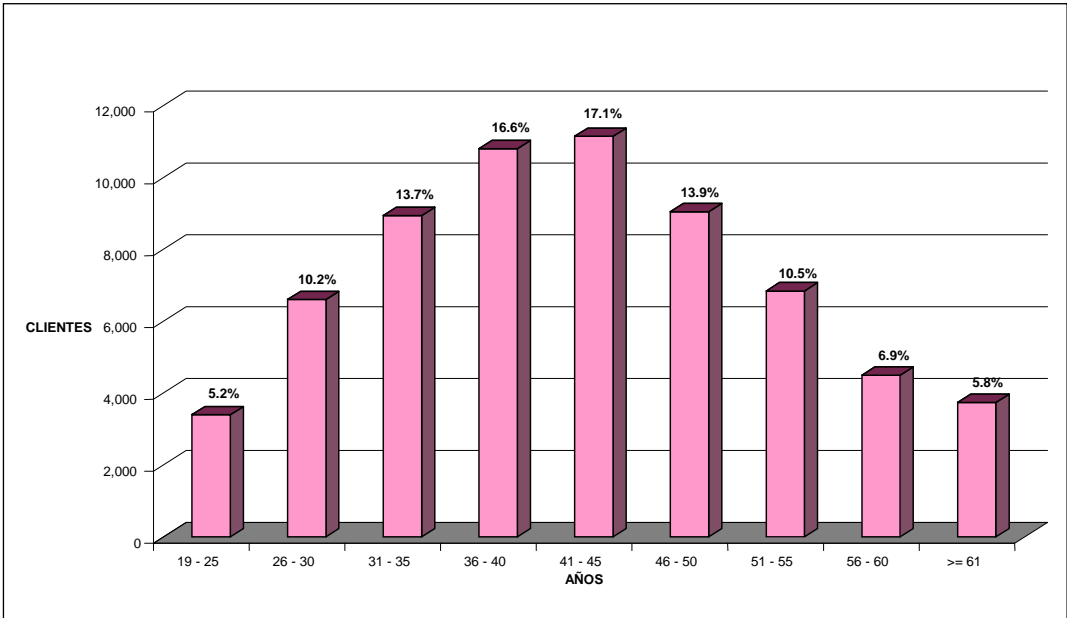
A Noviembre del 2007, la FMMB cuenta con más de 146.000 clientes, de los cuales el 72% son mujeres y el restante 28% son hombres, pertenecientes a los sectores del

comercio, producción y servicios, ubicados en los departamentos de Santander, Boyacá, Norte de Santander, Cesar, Magdalena, Atlántico y Bolívar

Los microempresarios comerciantes se han caracterizado por su flexibilidad materializada en la capacidad de responder y reaccionar a los ciclos y las temporadas. Se concentran en actividades como las tiendas, las ventas por catálogo, los puestos en las plazas de mercado, vendedores ambulantes, las misceláneas y los negocios de comidas.

Los microempresarios en servicios se han concentrado sobre todo en salones de belleza (peluquerías), transporte público y escolar, y talleres de mecánica. En manufacturas, por su parte, se concentran en calzado, confecciones, carpinterías, artesanías, muebles y en Piedecuesta –Santander-, en maquilas de tabaco para la fabricación manual de puros. A continuación se relacionan las principales características socio-demográficas se encuentran:

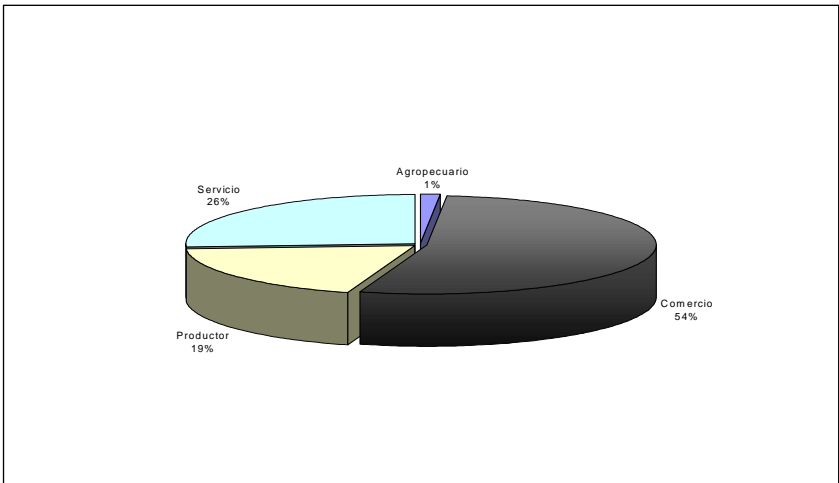
Grafica 1. Número de Clientes de la FMMB por rangos de edades.



Fuente: Informe de Gestión FMMB.

El mayor porcentaje de clientes de la FMMB se encuentran concentrados entre las edades de 31 a 50 años con una participación total en este rango del 61.5% y en menor proporción en los rangos de 19 a 25 años (6.2%) y mayores a 61 años (6.8%).

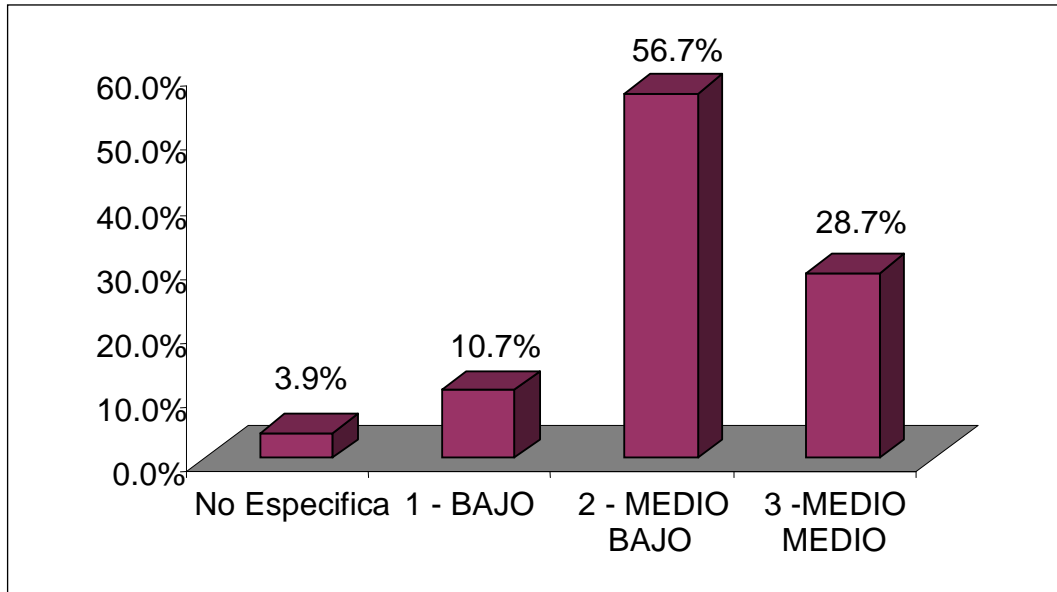
Grafica 2. Participación Porcentual por Actividades económicas.



Fuente: Informe de Gestión FMMB.

En la FMMB la mayor participación de acuerdo a las actividades económicas las tiene el comercio con una participación del 54%, seguida de la actividad de servicios con un 29% y Producción con un 19%. La menor participación en actividades económicas la tiene la actividad agropecuaria con el 11%.

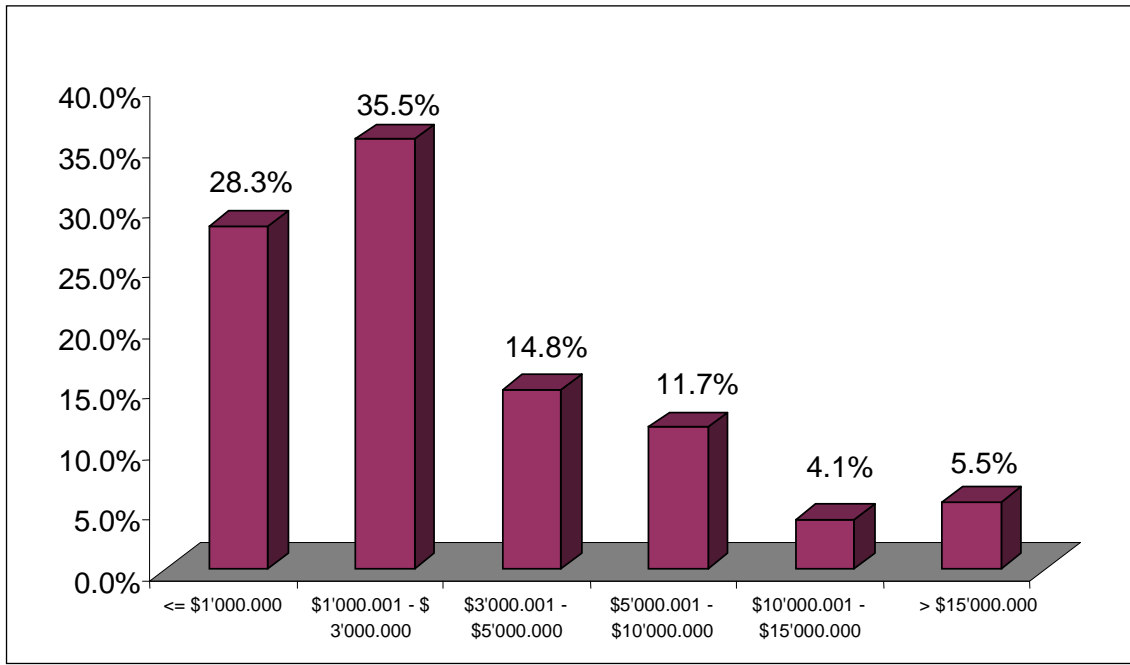
Grafica 3. Participación Porcentual de Clientes de la FMMB por estrato socio-económico.



Fuente: Informe de Gestión FMMB.

La participación de los clientes de la FMMB, se encuentra concentrada en el estrato medio-bajo el cual posee una participación del 56.7% del total de la cartera, seguido del estrato medio-medio con el 28.7% y el 10.7% en el estrato bajo.

Grafica 4. Participación Porcentual de Clientes de la FMMB de acuerdo a los Activos de la microempresa.



Fuente: Informe de Gestión FMMB.

Los clientes de la FMMB, de acuerdo a la participación porcentual por monto en Activos en la microempresa está en el rango de \$1.000.000.00 a \$3.000.000.00 con una participación del 35.5%, seguido de microempresarios con Activos inferiores a \$1.000.000.00 con una participación del 28.3%; y el tercer rango entre \$3.000.000.00 y \$5.000.000.00, representa el 14.8%. Los tres rangos anteriores suman el 78.6%, el resto (21.4%) está compuesto por microempresarios con activos superiores a los \$5.000.000.00.

6. COBERTURA GEOGRÁFICA

Tabla 1. Ubicación de Agencias de la FMMB

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	AGENCIAS
SANTANDER	BUCARAMANGA	3
	FLORIDABLANCA	2
	PIEDRECUESTA	1
	LEBRIJA	1
	GIRON	1
	RIONEGRO	1
	BARRANCABERMEJA	1
NORTE DE SANTANDER	CUCUTA	4
	PATIOS	1
	PAMPLONA	1
MAGDALENA	SANTAMARTA	2
CESAR	VALLEDUPAR	1
	CODAZZI	1
BOLIVAR	CARTAGENA	2
ATLANTICO	BARRANQUILLA	2
	SOLEDAD	1
BOYACA	DUITAMA	1
TOTAL AGENCIAS		26

Con un total de 26 agencias, las actividades de la FMMB, se localizan en la región nor-oriental de Colombia, en los departamentos de Boyacá, Santander, Norte de Santander, Cesar, Bolívar, Atlántico y Magdalena con presencia en 17 ciudades.

6.1 RED DE AGENCIAS DE LA FMMB

Esta red de agencias está soportada por una fuerza de ventas de 227 analistas comerciales, quienes son los encargados de realizar la labor comercial en campo, y adicionalmente cuenta con un grupo de 180 personas en plataforma para el servicio al cliente.

Figura 1. Red de Agencias.



La FMMB, está distribuida en el Departamento de Santander con 10 agencias, en Norte de Santander 6 agencias, en Magdalena 2 agencias, lo mismo que en Cesar y Bolívar, 3 agencias en Atlántico y 1 agencia en Boyacá.

7. ESTRATEGIA CORPORATIVA DE COBERTURA EN LOS SERVICIOS MICROFINANCIEROS: CDS

En Colombia el nivel de bancarización (cartera/PIB) es del 29%, mientras que en Brasil se han desarrollado alternativas para la bancarización como lo es contar con más de 90.000 Corresponsales no Bancarios de los cuales les ha permitido bancarizar más de 10 millones de clientes.

La banca colombiana se prepara para incursionar en el modelo de corresponsales no bancarios (CNB), un esquema que ya demostró su poder en Brasil, México y otros países de la región. Las primeras aplicaciones de las corresponsalías están en pruebas piloto en diferentes entidades financieras, los banqueros podrían trasladar a Colombia las experiencias que tienen en operación en otros países.

Las instituciones microfinancieras son las especializadas en atender a la población de escasos recursos, teniendo en cuenta la posición del gobierno central de aumentar el acceso de las personas a la banca (bancarización), se hace indispensable que éstas instituciones, participen activamente de esta iniciativa, ya que el acceso se limitaría sólo a unas regiones donde se vería afectada en un alto porcentaje la población más vulnerable.

La metodología crediticia, los montos de los créditos a otorgar y las garantías exigidas por las instituciones microfinancieras marcan la diferencia con la banca formal, teniendo en cuenta la premisa anterior, es de vital importancia la participación de las entidades microfinancieras en la masificación de la banca.

Dentro de las estrategias de la FMMB está el posicionamiento en las diferentes regiones donde posee sus agencias. Teniendo en cuenta esta premisa se hace evidente la creación de estrategias que le permitan a la institución acercarse cada día más a sus clientes.

Esta iniciativa pretende desarrollar una propuesta que impacte directamente en el fortalecimiento de la institución y que sus planes de acción se ejecuten direccionados hacia su estrategia corporativa.

Con la Propuesta de Diseño y Estructura de CDS para una ONG Microfinanciera, se propone aumentar la cobertura de la institución y adicionalmente ofrecer un mejor servicio a los clientes actuales y a los clientes potenciales, ya que este proyecto contribuye directamente en la disminución de los costos totales del crédito para los microempresarios como lo son el transporte ida y regreso desde su sitio de actividad o residencia y los costos ocultos que se generan por tener que desplazarse hasta la agencia más cercana¹⁴.

Con Los CDS se pretende crear un nuevo modelo de canal de atención de clientes que permite contar con una mayor cobertura a nivel nacional a costos menores frente a la apertura de una agencia tradicional.

Para la implementación de este modelo se crean Alianzas estratégicas con establecimientos comerciales en zonas desatendidas o lejanas a la zona de influencia de la actual red de agencias de la FMMB, para atención de los clientes de la FMMB en los servicios definidos para ofrecer a través de este punto.

¹⁴ En ocasiones se requiere cerrar el negocio o dejar de hacer sus actividades, lo cual se traduce en mayores costos.

Por medio de esta alianza el CDS atiende en sus instalaciones a los clientes de la FMMB, bajo los parámetros determinados por la FMMB, recibiendo en contraprestación por sus servicios el pago de una remuneración que reconoce el precio de su labor. Esta relación contractual, no genera dependencia laboral de los CDS, ni de sus empleados frente a la FMMB y el CDS, pone a disposición de los clientes de la FMMB, sus instalaciones propias de atención de clientes.

7.1 OBJETIVO

Optimizar la red de distribución de servicios de la FMMB, apoyando la operación de las agencias que actualmente tienen un alto volumen de transacciones, como estrategia para mejorar el servicio al cliente. Así mismo evaluar la posible sustitución de apertura de nuevas agencias por CDS para prestar servicios financieros en municipios con amplia dinámica económica, hoy sin presencia de la FMMB o de entidades financieras especializadas en microfinanzas, llegando a municipios y zonas que actualmente no cuentan con servicios financieros.

7.2 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es de alta prioridad ya que le permite a la FMMB, ser más competitivo a largo plazo, permitiéndole acceder a zonas rurales o urbanas lejanas al epicentro de alta densidad poblacional a bajo costos de inversión de entrada y riesgo de pérdida bajo. La FMMB actualmente ha desarrollado, la metodología de crédito rural pero no ha desarrollado la infraestructura de atención para el sostenimiento de la relación comercial con el cliente en estas zonas.

Adicionalmente apoyará la operación de las actuales agencias que tengan clientes que presenten dificultad para acceder a los servicios de la agencia, alcanzar nuevas coberturas geográficas para incrementar la colocación en nuevos mercados a los cuales actualmente no se accede y evaluar la posible ubicación de agencias.

7.3 ALCANCE

Actualmente en Santander existe una infraestructura de 10 agencias, en Norte de Santander 6 agencias, en el Cesar 2 agencias, en Magdalena 2 agencias, en el Atlántico 3 agencias, en Boyacá 1 agencia y en el Departamento de Bolívar 2. En el año 2008 se espera contar con infraestructura de 5 CDS, los cuales se implementaran en el departamento de Santander y Cada uno de los CDS dependerá de la agencia o de la zona más cercana.

7.4 BENEFICIOS

Dentro de los beneficios se pueden encontrar:

- **Para la FMMB del CDS:**
 - Reducción de costos de no tener una infraestructura a nivel de agencia.
 - Descongestión de área de servicio y mejora en los tiempos de repuesta de servicio al cliente.

- Acceder a nuevos mercados con una infraestructura no costosa disminuyendo el riesgo operativo.
- Mejorar los niveles de fidelización y retención de clientes ubicados en zona alejadas a su actual red de agencia.
- Acceder a poblaciones de baja densidad comercial en forma rentable con menor inversión en infraestructura comercial.

- **Beneficios para el aliado estratégico**

- Reconocimiento en el sector.
- Mayor flujo de Público
- Aumento de Liquidez
- Diversificación de la Microempresa
- Aumento de Ingresos.

- **Para el cliente de la FMMB**

- Un punto de atención cercano a su centro de producción o vivienda, ubicado estratégicamente en lugares de alta frecuencia y fácil acceso.

- Disminución en los costos que incurre para realizar su transacción con la FMMB.
- Disminución en los tiempos de transacción. Mayor agilidad en el servicio.
- Horarios extendidos de 6:00 am a 10:00 pm.

- Aceptación de cualquier tipo de pago relacionado con el crédito (pagos vencidos y/ anticipados).

7.5 COBERTURA

El proyecto que se presenta tiene como objetivo principal ampliar la cobertura a regiones del país con poblaciones de baja densidad poblacional garantizando una operación rentable y eficiente para la organización, e igualmente brindando a potenciales clientes un servicio con altos estándares de calidad.

Para cumplir con estos objetivos se propone el siguiente esquema de servicio:

Ubicación de una agencia, en una zona con mayor densidad poblacional de la región. Esta agencia se constituye en el eje de las operaciones de la FMMB en la región. Se define como área de influencia de la agencia, además de la población a la cual pertenece la agencia, todas aquellas poblaciones circundantes, con una lejanía por carretera en buen estado no superior a 100 Kilómetros a la redonda.

Para la atención de las poblaciones de menor densidad poblacional circundantes a la población con agencia, se dispondrá de la recepción de pagos de los clientes localizados en estas poblaciones, se ubicarán puntos de atención o como los hemos denominado

CDS (Corresponsales de Servicio) bajo el esquema de contratación de servicios con personal externo a la FMMB.

Las operaciones de comité de crédito para aprobación y el desembolso del mismo, se canalizarán a través de la agencia ubicada en la zona.

7.6 Estructura de la red de agencias de la FMMB incluyendo los CDS.

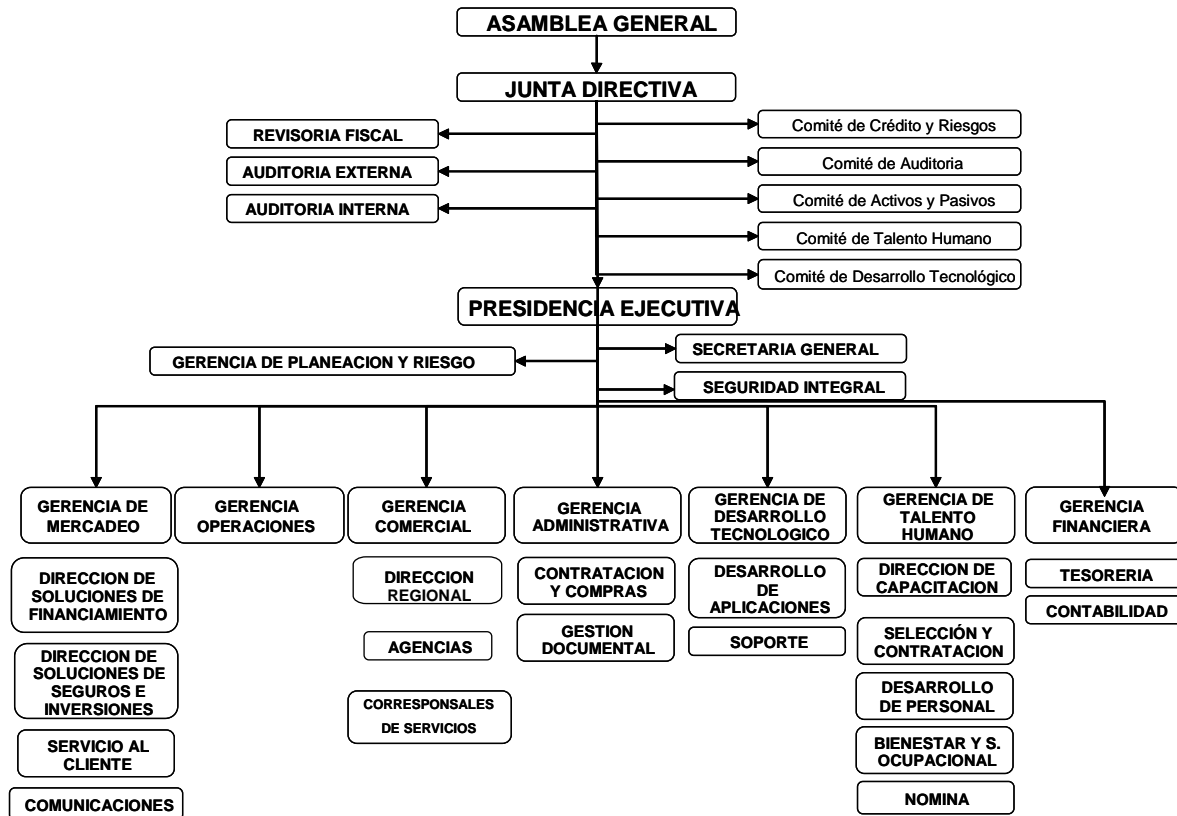
La estructura de la red de agencias de la FMMB actualmente cuenta con 15 agencias grandes que poseen capacidad para atender hasta 10.000 clientes, 6 agencias medianas con capacidad para atender hasta 6.000 clientes y el modelo de agencias pequeñas (3) con capacidad para atender hasta 4.000 clientes.

Estos modelos de agencias requieren de una alta inversión en infraestructura física, tecnológica y de talento humano. Igualmente sus costos de funcionamiento son altos.

Con la puesta en marcha de este proyecto, se pretende tener cobertura en municipios de poblaciones pequeñas, con una estructura liviana como lo son los corresponsales de servicios que requieren de una inversión inicial mínima para funcionar y sus costos y gastos operativos mensuales son bajos en comparación con la inversión requerida para la creación de una agencia.

7.6.1. Nueva Estructura Organizacional

Figura 2. Organigrama de la FMMB incluido CDS.



La estructura organizacional de la FMMB con la inclusión de los Corresponsales de Servicios, los cuales dependerán cada uno de la agencia más cercana.

7.6.2 ACTORES DEL MODELO

Para la implementación de los CDS se requiere la participación de varios actores como son:

El Líder de proyecto: este proyecto dentro de la etapa de Diseño e Implementación estará liderado por el Gerente de Mercadeo, quien se encargará de coordinar las diferentes etapas del proyecto piloto.

CDS: Es el Microempresario de la zona seleccionado para la ubicación del Corresponsal de Servicios, previo cumplimiento del perfil requerido.

Director de Agencia: Es el responsable del Corresponsal de Servicio, según ubicación correspondiente por zona geográfica.

Analista comercial: Es el encargado de la zona de afluencia donde se hará la promoción, la colocación y la recuperación.

7.6.3 PERFIL DEL CORRESPONSAL DE SERVICIOS

El candidato a Corresponsal de Servicios, debe ser un cliente de la FMMB, además de contar con las siguientes características:

- Buenas referencias en el sector
- Facilidad de manejar PC.

- Persona conocida en el sector
- Líder en la Comunidad
- Poseer un espacio Físico, mínimo de 1.4 Metros Cuadrados.
- El Negocio debe tener una alta afluencia de clientes
- Proximidad y horarios convenientes para los microempresarios.
- Oferta de servicios a menor costo.

7.6.4 PARÁMETROS DE SELECCIÓN DEL CORRESPONSAL DE SERVICIOS.

- **Ubicación:** Sitio estratégico del municipio, cerca de un parque, área de alta densidad comercial o cerca de vías principales, con puerta de acceso en primer piso frente a la vía principal. Preferiblemente cerca de una estación de policía.
- **Características físicas y logísticas del local del CDS:** Actividades económicas de preferencia: droguería, tienda de víveres y panaderías, empresas de transportes, ferreterías, entre otros. no se acepta licoreras, negocios de lenocinio, juegos de azar, y, en general negocios que atente contra la imagen de la institución.
- **Horario de Atención a público,** siete días a la semana mínimo 10 horas diarias de atención, Contar con línea telefónica e instalaciones cómodas para atención de clientes. El área mínimo debe ser de 1,4 metros cuadrados.
- **Posicionamiento del negocio:** Es importante que haya una estabilidad del negocio, que posea como mínimo una antigüedad de 2 años y permanencia mínima del propietario en el municipio de 5 años. Un promedio de ventas mensuales de \$8'000.000. De preferencia cliente con negocio formalizado.

- **Competencias y Valores del aspirante a CDS:** Debe ser una persona reconocida en el medio por su responsabilidad, honestidad y liderazgo, adicionalmente debe ser cliente de la FMMB, conocedor de la metodología utilizada por la entidad y con claro conocimiento de la importancia de la puntualidad en los pagos. Poseer buena actitud de servicio.

- **Respaldo de la Contratación:** Debe ser propietario de la residencia y/o local comercial, firmar el convenio con cláusulas de cumplimiento y demás documentación definida por el Departamento jurídico de la FMMB.
 - De preferencia con Estados Financieros firmados por contador.
 - Cámara de comercio
 - Fotocopia de la cédula.
 - Fotocopia del Rut.
 - Referencias Bancarias.
 - Pasado Judicial Vigente.
 - Se le realiza una visita de inspección.

7.6.5 PROCESO DE SELECCIÓN DEL CORRESPONSAL DE SERVICIOS.

1. Selección de la base de datos de los clientes de la FMMB ubicados en la zona escogida con potenciales CDS.

2. Evaluación financiera del CDS con información de la carpeta del cliente.

3. Visita de selección a los posibles clientes y promoción de la oferta, por parte del director de la agencia y el analista comercial.

4. Recepción de documentación de los clientes interesados.
5. Selección del CDS por medio de un comité de selección.
6. Formalización de contratos legales.
7. Proceso adecuación de Adecuación tecnológica del CDS.
8. Capacitación inicial del CDS.
9. Definición de los procesos de auditoria de servicios.

7.7 MODELO OPERATIVO

7.7.1 Premisas

- La administración del efectivo es responsabilidad del corresponsal, de acuerdo con un cupo máximo asignado.
- El corresponsal tendrá habilitada una cuenta contable para la compensación, manejo interno de la FMMB, liderado por el Departamento de Contabilidad.
- Las operaciones tendrán un máximo por monto y número de transacciones.
- El corresponsal no tendrá acceso a la información de los clientes de la FMMB.
- Se firma un contrato, que puede terminarse por incumplimiento de alguna de las partes, o por mutuo acuerdo.

- La FMMB suministrará el software, el hardware y la comunicación para la

operación del esquema de corresponsales.

- El aliado no puede cobrar comisión ni valores adicionales a los clientes.
- La FMMB paga el costo de la comunicación entre el Corresponsal y la FMMB.
- El aliado asume los costos de los servicios públicos del local, los impuestos municipales y los otros gastos propios de su negocio.
- Las transacciones deben ser realizadas por el Corresponsal de Servicios o un empleado, previamente designado por el Corresponsal.
- El exceso de efectivo debe ser consignado por el corresponsal en la sucursal bancaria más cercana.

- La FMMB contrata el seguro para proteger hasta el cupo de efectivo, contra robo en el sitio y en el transporte.

7.7.2 TRANSACCIONES A REALIZAR

Retiro del valor de los créditos aprobados en las siguientes líneas de Crédito:

- ✓ Micro crédito Extra rápido
- ✓ Micro crédito Paralelo
- ✓ Micro crédito Master
- ✓ Micro crédito Agropecuario
- ✓ Micro crédito Reformar

7.7.3 CONTROL DE OPERACIONES

El control de operaciones de los Corresponsales de Servicios, se limita a dos actividades que son el Monitoreo de las Operaciones y el Centro de Atención al Corresponsal:

1. Monitoreo de operaciones:

- Monitoreo en tiempo real.
- Seguimiento por: corresponsal, cuenta afectada, tipo de transacción y monto.
- Cuadre diario.

2. Centro de Atención al Corresponsal:

- Línea 01 8000 exclusiva para reporte de dudas e inconsistencias.
- Reporte de fallas técnicas.
- Acompañamiento y chequeo de las operaciones diarias, remesas de dinero, conciliaciones y flujos de caja.
- Emisión de reportes diarios con acompañamiento para todos los corresponsales.
- Remuneraciones justa y pagos mensuales, basados en el procesamiento de las transacciones.
- Pago por transacción.
- Desarrollo de Grupos Focales con los corresponsales para buscar mejoras en el servicio.

7.8 MODELO TÉCNICO

- Transacciones en línea (tiempo real).
- Se imprime un soporte de la transacción: Fecha, hora, Tipo, Monto, Nombre FMMB y Nombre Corresponsal, Cuentas Involucradas.
- Identificación Terminal.
- La terminal únicamente podrá realizar transacciones autorizadas.
- Tecnología desarrollada u orientada por la gerencia de Desarrollo Tecnológico de la FMMB. (Software y hardware)
- Comunicaciones desarrollada u orientada por la gerencia de Desarrollo Tecnológico de la FMMB.

7.9 MODELO DE NEGOCIACIÓN CON LOS ALIADOS

- La FMMB pagará una comisión por cada transacción exitosa, mensualmente.
- La FMMB tendrá atención especial al corresponsal para su administración del día a día, en asuntos técnicos, operativos y comerciales.
- El aliado se beneficiará por un aumento de flujo de personas en su negocio, lo cual implica un posible aumento de sus ventas.
- Publicidad de La FMMB a sus corresponsales y aliados.
- Posibilidad de rotar el efectivo del propio negocio.
- La FMMB espera una transaccionalidad por corresponsal superior a 150 pagos mensuales.

7.10 CDS VERSUS REDES ACTUALES

Un análisis que permite comparar las ventajas y desventajas de contar con una red propia (CDS) ó la utilización de las redes ya estructuradas existentes en el mercado, es sin duda un argumento que justifica la propuesta. Máxime cuando la institución pretende el posicionamiento en la zona de afluencia.

Tabla 2. Red Propia vs. Red Estructurada

Modelo	Red Propia	Red Estructurada
Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación estratégica de la CDS, acorde a los objetivos de la FMMB. - Manejo exclusivo de la imagen corporativa. - Mayor control directo del servicio prestado por el CDS. - Menor costo directo para el cliente. - El CDS puede referir clientes de la FMMB. - Bajo riesgo de establecer competencia directa. - Mayor poder de negociación del precio del servicio. - Mayores niveles de competitividad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Niveles bajos de inversión. - Acceso inmediato a una red de amplia cobertura. - Transferencia de los riesgos operativos asumidos por el contratista. - Sistemas en línea confiables y seguros. - Tecnología adecuada para la atención del sistema. - Diversidad de ubicaciones estratégicas de acceso inmediato. - Mayor nivel de crecimiento en puntos de acceso.

<p>Desventajas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mayores niveles de inversión en infraestructura tecnológica y costos de mantenimiento. - Requiere conformar una infraestructura administrativa de soporte de la operación. - Incremento de los riesgos operativos de fraude y robo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Riesgo de manejo de imagen corporativa compartida con múltiples clientes incluso competidores directos. - Riesgo de pérdida de clientes y el contratista asumir una competencia directa para el cliente. - Poder de negociación del precio del servicio. - Mayor costo directo para el cliente frente al otro modelo. - Bajo control de los niveles de servicio otorgado por el personal del contratista.
--------------------	---	---

8. DISEÑO Y PILOTO DE CORRESPONSAL DE SERVICIOS

8.1 OBJETIVO

Establecer pilotos en Municipios del Departamento de Santander con diferentes características socioeconómicas, culturales, geográficas y de bancarización, con el fin de determinar la viabilidad de la implementación de corresponsales de servicios en los demás departamentos de influencia de la FMMB

8.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA PILOTO

Actualmente, la FMMB ha incursionado en la atención del área rural en poblaciones circundantes a la ciudad de Bucaramanga en forma exitosa. Es así, que a Noviembre de 2.007, se cuenta con 6.375 clientes ubicados en las poblaciones de Lebrija, Rionegro, Tona, Sabana de Torres, Matanza, Vetas, entre otros.

Actualmente, nuestros clientes ubicados en la zona rural deben desplazarse cada mes a las agencias ubicadas en las poblaciones de Bucaramanga y Barrancabermeja para realizar el pago de sus cuotas. Estos desplazamientos, además de ser costosos para los clientes en términos del pago de transporte (en promedio \$ 8.000) implican invertir medio día laboral en promedio por mes, lo que encarece el valor del crédito para esta población e incrementa el riesgo del no pago oportuno de las cuotas.

Por otra parte, para la FMMB, el no tener presencia cercana en estas zonas imposibilita y encarece la adecuada atención en una forma rentable y eficiente de esta población,

quienes actualmente no cuentan con acceso a servicios microfinancieros por parte de ningún otro intermediario.

Con el esquema de servicio propuesto como programa piloto, nuestro objetivo es continuar expandiendo nuestra cobertura a estas poblaciones de índole rural de forma rentable y acercando a los clientes de estas regiones los servicios de la FMMB. Es así, como se logra un sector financiero más incluyente, facilitando el acceso a recursos financieros preferentemente a los segmentos de mujeres madres cabezas de familia y microempresarias de la región nororiental colombiana, que se encuentran localizadas no sólo en zonas urbanas sino también en áreas rurales.

8.3 COMPORTAMIENTO TRANSACCIONAL

Para el 2.008, el programa piloto comprende la atención de 2 áreas de influencia bajo este esquema de servicio:

- Zona Rural Bucaramanga Vía Cúcuta
 - o Agencia Cra. 15 de Bucaramanga (Actualmente en operación)
 - o CDS: Tona, Matanza, Charta y Vetas.
 - o
- Zona Rural Sabana de Torres y sitios aledaños
 - o Agencia Barrancabermeja (Actualmente en Operación)
 - o CDS: Sabana de Torres.

Se plantea el siguiente programa Piloto de ampliación de cobertura para poblaciones de baja densidad poblacional:

En los municipios de TONA, MATANZA, CHARTA, VETAS a partir del segundo trimestre del año 2008.

Numero diario promedio de transacciones = 7 pagos y 1 desembolso por municipio.

A partir del segundo semestre la apertura de el Corresponsal de Servicios de SABANA DE TORRES.

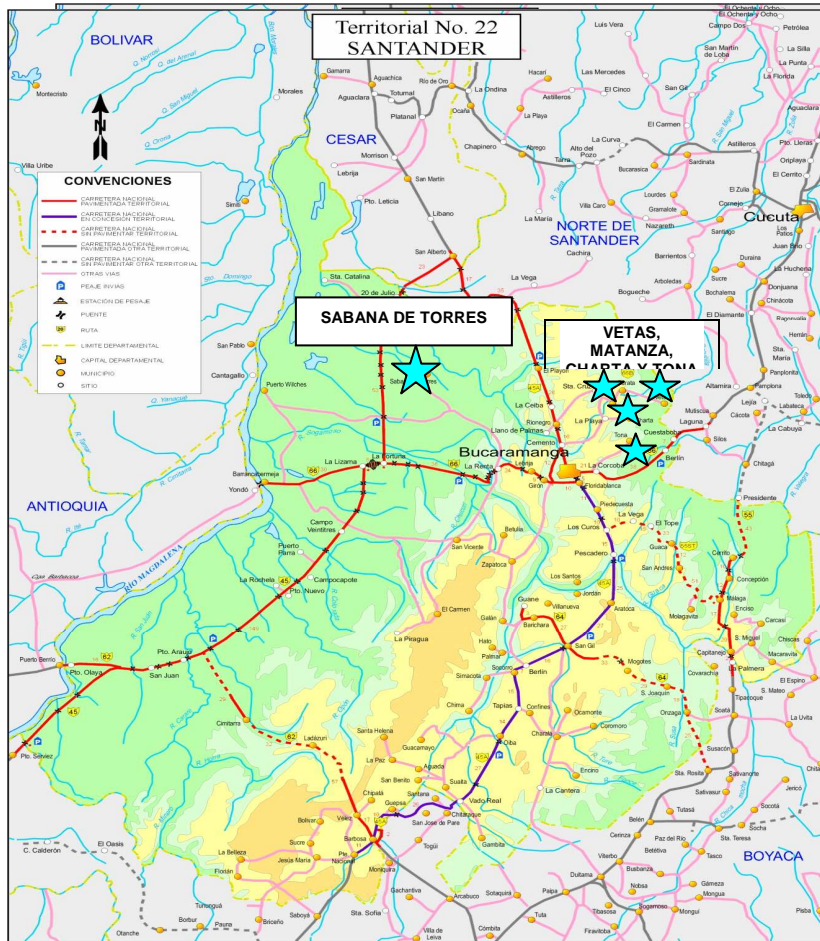
Numero diario promedio de transacciones = 7 pagos y 1 desembolso por municipio.

Tabla 3. Municipios propuestos para pilotos de CDS.

MUNICIPIOS	POBLACION	SERVICIOS
SABANA DE TORRES	19.448	RECEPCION DE PAGOS Y DESEMBOLSO DE CREDITOS
TONA	6.651	
MATANZA	5.689	
CHARTA	3.069	
VETAS	1.709	

8.4 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Figura 3. Ubicación de los CDS en la Prueba Piloto.



La ubicación de los 5 CDS propuestos para el desarrollo del Piloto sería en el Departamento de Santander en los municipios de Sabana de Torres, Vetas, Matanza, Charta y tona.

8.5 INFRAESTRUCTURA OPERATIVA PARA EL MONTAJE DEL CDS

La infraestructura operativa para el montaje de un CDS comprende los siguientes ítems:

- Obra Civil de adecuación de local.
- Mobiliario para 1 puestos de trabajo (caja).
- Equipos como computador e impresora láser.
- Conectividad como cableada estructurada e instalación de canales de comunicación.
- Avisos y material POP.
- Papelería de la FMMB.
- Adecuación de Plataforma tecnológica de la FMMB para la operación de CDS.
- Creación del Centro logístico de Atención y Control de CDS y agencia móvil a nivel central.
- Contratista de servicio, quien ejecuta la labor de caja.

8.6 CRONOGRAMA

Tabla 4. Cronograma de Actividades.

CRONOGRAMA IMPLEMENTACION DE CORRESPONSALES DE SERVICIOS - FMMB-														
No.	TAREA	RESPONSABLE	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
			1 Sem.	2 Sem.	3 Sem.	4 Sem.	1 Sem.	2 Sem.	3 Sem.	4 Sem.	1 Sem.	2 Sem.	3 Sem.	4 Sem.
1	Convocatoria de Oferentes	FMMB	■	■										
2	Selección de CDS	FMMB		■	■									
3	Firma de Convenio	FMMB - Oferentes CDS			■	■								
4	Adecuación de Local - Conectividad	FMMB - Proveedores				■	■	■	■	■	■			
5	Compra de Mobiliario y Equipos	FMMB - Proveedores				■	■	■	■	■	■			
6	Adaptación de la Plataforma Tecnológica	FMMB	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
7	Selección y capacitación del Centro de Control y Atención de CDS	FMMB	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
8	Capacitación del Oferente	FMMB - Oferentes CDS								■	■			
9	Pruebas de Operación	FMMB - Oferentes CDS										■	■	
10	Inició de Atención	FMMB - Oferentes CDS											■	

Para la puesta en marcha de los corresponsales de servicios, se requiere de tres meses, a partir de la convocatoria de Oferentes hasta el inicio de atención a clientes o principio de actividades del corresponsal.

9. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PILOTO DE CORRESPONSAL DE SERVICIOS.

9.1 INVERSIÓN INICIAL POR CORRESPONSAL DE SERVICIO

Tabla 5. Inversión Inicial por Corresponsal de Servicios.

CORRESPONSAL DE SERVICIOS	
MODELO DE COSTEO OPERACIONAL FMMB	
Gastos de Instalación	Inversion Inicial
	Costo
Canal de Comunicación Conectivity	6,240,000
Mobiliario	2,000,000
Señalización	200,000
Cableado Estructurado	3,000,000
Aviso en panaflex	3,300,000
Avisos Publicitarios Alusivos	560,000
Camara de Comercio	100,000
Licencia de Funcionamiento	300,000
Pasacalle	300,000
Pedido Inicial de papelería, aseo, cafetería	100,000
Computador	3,060,000
Impresora	800,000
Material POP, Publicitario y mercadeo	300,000
Otros	3,700,000
Inversion Inicial Total	23,960,000

La inversión inicial por cada uno de los Corresponsales de Servicios, tiene un valor total de \$23.960.000.00. Incluyendo los aspectos técnicos y tecnológicos.

9.2 GASTOS OPERATIVOS ANUALES POR CORRESPONSAL DE SERVICIO

9.2.1 Gastos Operativos

Tabla 6. Gastos de Nómina y Servicios.

Nomina	Cantidad	Salario Mes	Prestaciones	Vr. Prestac.	Mes	Año
Funcionario 1	1	\$ 1,275,000	51%	\$ 650,250	\$ 1,925,250	\$ 23,103,000
Funcionario 2				\$ 0	\$ 0	\$ 0
Funcionario 3				\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total Nomina	1	Funcionarios		\$ 650,250	\$ 1,925,250	\$ 23,103,000

Servicios	Cantidad	Consumo			Mes	Año
Telefono/Fax					\$ 0	\$ 0
Luz					\$ 0	\$ 0
Agua					\$ 0	\$ 0
Gas					\$ 0	\$ 0
Internet					\$ 0	\$ 0
Correo					\$ 0	\$ 0
Total Servicios		\$ 0			\$ 0	\$ 0

Con el montaje de los Corresponsales de Servicios, los gastos de operación se limitan a los pagos efectuados a un funcionario de la institución (Analista Comercial), ya que los servicios estarán a cargo del Corresponsal de Servicios.

Tabla 7. Pagos Por Transacción.

TRANSACCIONES PROMEDIO MENSUAL	No. DE OPERACIONES	COSTO POR TRANSACCION	COSTO TOTAL
DESEMBOLSOS	30	600	18,000
PAGOS RECIBIDOS	210	600	126,000
	TOTAL		144,000

El número de operaciones se toma por 30 días del mes. Teniendo en cuenta que en área de influencia los días Domingo y Festivos, igual se reciben pagos y realizaran desembolsos.

9.2.2 GASTOS DE OPERACIÓN PRIMER AÑO. (PROYECTADO MENSUALMENTE).

Tabla 8. Gastos Operativos Mensuales (Primer Año).

Gastos de Operación	Año 1	2,319,250	2,209,250	2,169,250	2,229,250	2,169,250	2,209,250	2,419,250	2,229,250	2,169,250	2,209,250	2,169,250	2,169,250	26,671,000
Gastos estimados por unidad CDC	Unidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Suministro Papelería	Mes		40,000		60,000		40,000		60,000		40,000			240,000
Gastos de Publicidad y Mercadeo	Mes		100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	1,100,000
Sostenimiento Administrativo	Trimestre			-						-				-
Nomina*	Mes	1,925,250	1,925,250	1,925,250	1,925,250	1,925,250	1,925,250	1,925,250	1,925,250	1,925,250	1,925,250	1,925,250	1,925,250	23,103,000
Gasto Servicios*	Mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Arrendamiento	Mes													-
Seguros e Impuestos	Mes													-
Depreciaciones	Mes													-
Capacitacion	Semestre	250,000						250,000						500,000
Otros (costos por transaccion pagada)**	Mes	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000	1,728,000

* Ver tabla Número 6

** Ver tabla Número 7

Los gastos de Operación de para el primer año de funcionamiento de cada uno de los Corresponsales de Servicios, ascienden a la suma de \$28.399.000.

9.2.3 GASTOS DE OPERACIÓN ANUALES PRUEBA PILOTO (5 CDS).

Tabla 9. Gastos Operativos Anuales Proyectados.

Incremento Inflación Anual		4.5%	4.5%	4.5%
Gastos de Operación Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Suministro Papeleria	\$ 1,830,000	\$ 1,912,350	\$ 1,998,406	\$ 2,088,334
Publicidad y Mercadeo	\$ 4,130,000	\$ 4,315,850	\$ 4,510,063	\$ 4,713,016
Gastos Administrativo	\$ 1,000,000	\$ 1,045,000	\$ 1,092,025	\$ 1,141,166
Nomina	\$ 243,489,336	\$ 254,446,356	\$ 265,896,442	\$ 277,861,782
Servicios	\$ 23,310,728	\$ 24,359,711	\$ 25,455,898	\$ 26,601,413
Impuestos	\$ 5,100,000	\$ 5,329,500	\$ 5,569,328	\$ 5,819,947
Seguros	\$ 2,400,000	\$ 2,508,000	\$ 2,620,860	\$ 2,738,799
Depreciaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capacitacion	\$ 1,500,000	\$ 1,567,500	\$ 1,638,038	\$ 1,711,749
Arrendamiento	\$ 103,200,000	\$ 107,844,000	\$ 112,696,980	\$ 117,768,344
Otros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total Gastos Operacionales	\$ 385,960,064	\$ 403,328,267	\$ 421,478,039	\$ 440,444,551

Para la proyección de los gastos operativos anuales se toma como incremento de la inflación anual el porcentaje del 4.5%.¹⁵

¹⁵ Porcentaje de Inflación establecido por el Banco de la Republica para 2008 (4.5%).

9. CONCLUSIONES

La introducción de los Corresponsales De Servicios dentro de la FMMB, es una medida eficaz para incorporar a los microempresarios de estratos bajos a la economía y una forma efectiva de reducir costos operativos, que dificultan el acceso y la prestación de los servicios microfinancieros, además de poder ofrecer cobertura a las poblaciones más alejadas de los grandes centros urbanos.

Por la experiencia de otros países se concluye que la mayoría de las transacciones que se realizan son pagos, sin embargo existe, una gran oportunidad de aprovechar el modelo para profundizar otros servicios microfinancieros.

La experiencia colombiana en la implementación de CDS es muy baja y muy reciente para obtener evidencias concluyentes pero la reacción obtenida de algunos microempresarios en los grupos focales, sugieren que este nuevo canal de distribución será exitoso en el corto plazo.

Es posible que se requiera apoyo directo estatal para el desarrollo inicial del modelo, el cual puede ser económico, seguridad, infraestructura física u otros.

Para la implementación y permanencia a través del tiempo de la figura de Corresponsales De Servicio en poblaciones alejadas de los grandes centros urbanos y muy especialmente del sector rural se requiere mantener la política gubernamental de control sobre los grupos al margen de la ley.

Ampliar la red de agencias y cobertura geográfica es una condición necesaria para que la FMMB, pueda cumplir con la visión y desarrollo de los microempresarios de la región.

Los CDS, serán una herramienta eficaz para que las ONG, microfinancieras aporten al incremento de la profundización financiera del país, el grado de profundización actual es similar a la que tenía Colombia tres décadas atrás y muy inferior al de los países en desarrollo que han tenido una evolución exitosa.

El estancamiento del grado de profundización en Colombia está vinculado en mayor grado al temor de las entidades financieras formales y no formales de asumir mayores costos en poblaciones donde no hay suficiente potencial de crecimiento que permita cubrir los costos de sostenimiento y generen la rentabilidad que requieren los inversionistas.

Se podrán desarrollar alianzas con Bancos formales de la zona para recaudo del efectivo que manejan los corresponsales de servicio y de esta forma mitigar el riesgo de asalto.

Para que las ONGs microfinancieras tengan éxito en la implementación de los corresponsales de servicios se requiere de un adecuado estudio de la zona además de contar con la presencia de un Banco formal que aunque tenga presencia en la zona no tenga la metodología crediticia para atender de manera exitosa a microempresarios del sector rural, este Banco hará la veces de recaudador del efectivo que le ingresa diariamente al CDS.

Al masificar los corresponsales de servicio en el sector financiero formal y no formal se podrá ampliar la cobertura además de poder ofrecer en un futuro servicios financieros a costos más razonables a los millones de colombianos.

Los corresponsales de servicio serán una importante herramienta para el desarrollo de la microempresa en Colombia, la FMMB y el país.

Los corresponsales de servicio permitirán ampliar de forma significativa el horario de servicio a los microempresarios de la región, además de reducir costos y mejorar la seguridad, al no tener que trasladarse a otros municipios para cancelar sus obligaciones.

La implementación de corresponsales de servicios en regiones apartadas y de baja profundización financiera, permitirá el crecimiento de la economía local.

Al instalar los CDS, y realizar la actividad de bancarización se lograra cambiar la percepción de la comunidad respecto a los servicios financieros entregados por la banca tradicional.

La creación de CDS, permitirá el ingreso de nuevos actores a mercados no atendidos impactando de una forma positiva el crecimiento de la economía local en especial en lo que tiene que ver con costos de acceso.

La innovación y la incorporación de tecnología para la prestación de los servicios microfinancieros, amplia la gama de posibilidades para hacer mas y nuevos negocios con nichos de mercado sin explorar y explotar, reduciendo probablemente el riesgo de la competencia y el sobre endeudamiento.

La utilización de redes creadas para la atención de clientes en zonas apartadas no se ve como una opción ganadora para la FMMB, ya que estas prestan sus servicios de recaudo a diferentes tipos de empresas, inclusive del mismo sector lo cual hace que el cliente no cree un sentido de pertenencia con la institución, además de no permitir transmitir al microempresario una imagen corporativa y de buen servicio.

10. RECOMENDACIONES

Se debe tener especial cuidado al realizar el estudio de mercado para seleccionar la zona y el corresponsal de servicio, pues esta es la clave para el éxito del proyecto y del cumplimiento de la misión y visión institucional que es atender a las poblaciones de estrato bajo y que no tienen acceso a los servicios microfinancieros.

El diseño de los incentivos y la forma de negociación con el posible corresponsal de servicio es un factor determinante para masificar el canal, experiencias de otros países han demostrado que esta es una barrera de entrada ya que estos microempresarios cuenta con infraestructura y seguridad mínima lo cual les preocupa por la responsabilidad del manejo de dinero.

Para un adecuado conocimiento del nuevo canal de distribución se debe realizar un piloto de máximo cinco corresponsales de servicio, los cuales se deben ubicar en una zona estratégica donde se puedan monitorear y controlar por las diferentes áreas responsables.

En la elaboración de las políticas, reglamentos, procedimientos y documentación legal requerida para el funcionamiento del corresponsal del servicio se debe contar con la intervención de los Gerentes de las diferentes áreas prestando una especial atención en lo relacionado con los aspectos de tecnología, seguridad, control y la aspectos legales.

Se deben crear canales de comunicación eficientes con clientes y corresponsales para monitorear el servicio prestado y la posible implementación de nuevos productos y servicios por el nuevo canal.

Seguimiento permanente al cumplimiento de las políticas, reglamentos y procedimientos para verificar la correcta y transparente función del CDS, lo cual es una de los principales factores de riesgo y por consiguiente de éxito o fracaso del proyecto.

La corresponsalía de servicio, también se podrá utilizar en zonas actuales como una estrategia para descongestionar las agencias actuales y de acercamiento al cliente, lo cual se vera reflejado en un mejor servicio al cliente actual y potencial.

Durante la implementación del piloto se debe hacer un estricto seguimiento al cronograma de trabajo, especialmente a la tares de ejecución y control que permitan concluir con éxito el proyecto.

11. BIBLIOGRAFÍA

ABACO, 16 congreso y exposición de Corresponsales no Bancarios, Sao Paulo, Brasil; Octubre de 2006.

ASOBANCARIA, FORO. Corresponsales no Bancarios, de la teoría a la práctica, Bogotá, Colombia; Diciembre 2006.

BANCOLOMBIA, FORO. Corresponsales no Bancarios, de la teoría a la práctica, Bogotá, Colombia; Diciembre 2006.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE). Reporte

Espanol.news.yahoo.com/s/04022007/4/negocios

Milenio.com, Domingo 4 de Febrero de 2007

PABON, Hernán. Seminario I de Investigación, Alta Gerencia de la Escuela de Estudios Industriales y empresariales. UIS: Colombia 2007

PRESENTACION, Banco Real, ABN AMRO, Sao Paulo, Brasil; Diciembre 2006

REVISTA DINERO, Edición: 260 Agosto de 2006.

Soitu.es/soitu/2007/11/23/info/1195850127_423420

ANEXOS

ANEXO 1

Política del Gobierno
Nacional para el apoyo a la MIPYMES

LEY No. 590

10 de julio de 2000

“POR LA CUAL SE DICTAN DISPOSICIONES PARA PROMOVER EL DESARROLLO DE
LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS”

EL CONGRESO DE COLOMBIA,

DECRETA:

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1º. OBJETO DE LA LEY. La presente Ley tiene por objeto:

- a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.
- b) Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas,- MIPYMES-.
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.
- d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital, y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales.
- e) Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad del micro, pequeñas y medianas empresas.
- f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas

estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.

- h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de MIPYMES rurales.
- i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las MIPYMES.
- j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

ARTÍCULO 2º. DEFINICIONES. Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros:

1. Mediana Empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña Empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil uno (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores.
- b) Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

PARÁGRAFO 1º. Para la clasificación de aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que presenten combinaciones de parámetros de planta de personal y activos totales diferentes a los indicados, el factor determinante para dicho efecto, será el de activos totales.

PARÁGRAFO 2º. Los estímulos, beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

CAPÍTULO II

MARCO INSTITUCIONAL

ARTÍCULO 3º. DEL CONSEJO SUPERIOR DE PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA. El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico o el Viceministro, quien lo presidirá.
2. El Ministro de Comercio Exterior o, en su defecto, el Viceministro correspondiente.
3. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o, en su defecto, el Viceministro correspondiente.
4. El Ministro de Trabajo y Seguridad Social o en su defecto el Director General del SENA.
5. El Ministro de Medio Ambiente o, en su defecto, el Viceministro correspondiente.
6. El Director del Departamento Nacional de Planeación; en su defecto el Subdirector.
7. Un representante de las Universidades, designado por el Ministro de Desarrollo.
8. El Presidente Nacional de la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Empresas - ACOPI -.
9. El Presidente Nacional de la Federación de Comerciantes - FENALCO-.
10. El Presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio – CONFECAMARAS.

11. Un representante de las Organizaciones No Gubernamentales dedicadas a la investigación y desarrollo tecnológico de las pequeñas y medianas empresas, designado por el Ministro de Desarrollo Económico.
12. Un representante de los Consejos Regionales de Micro, pequeña y Mediana Empresa, designado por los mismos Consejos.
13. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la Federación Colombiana de Municipios.
14. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la conferencia nacional de gobernadores.

PARÁGRAFO 1º. La Secretaría Técnica Permanente del Consejo estará a cargo del Director General de Industria del Ministerio de Desarrollo Económico.

PARÁGRAFO 2º. Cuando el Consejo lo estime conveniente, podrá invitar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o a particulares.

ARTÍCULO 4º. FUNCIONES DEL CONSEJO SUPERIOR DE PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA. El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, tendrá las siguientes funciones:

1. Contribuir a la definición, formulación y ejecución de políticas públicas generales, transversales, sectoriales y regionales de promoción empresarial de las pequeñas y medianas empresas, - PYMES -.
2. Analizar el entorno económico, político y social; su impacto sobre las PYMES y sobre la capacidad de estas para dinamizar la competencia en los mercados de bienes y servicios.
3. Contribuir a la definición, formulación y ejecución de programas de promoción de las PYMES, con énfasis en los referidos al acceso a los mercados de bienes y servicios, formación de capital humano, modernización y desarrollo tecnológico y mayor acceso a los mercados financieros institucionales.
4. Contribuir a la coordinación de los diferentes programas de promoción de las PYMES que se realicen dentro del marco de los planes de desarrollo y las políticas de gobierno.
5. Proponer políticas y mecanismos de fortalecimiento de la competencia en los mercados.
6. Propender por la evaluación periódica de las políticas y programas públicos de promoción de las PYMES, mediante indicadores de impacto y proponer los correctivos necesarios.
7. Fomentar la conformación y operación de Consejos Regionales de Pequeña y Mediana Empresa, así como la formulación de políticas regionales de desarrollo para dichas empresas.
8. Fomentar la conformación y operación de Consejos Departamentales para el Desarrollo Productivo, así como la formulación de políticas departamentales de desarrollo de las PYMES, en pro de la competitividad y estimulando cadenas de valor a niveles subregional y sectorial dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo.
9. Propiciar, en coordinación con el Consejo Superior para la microempresa, la conformación de Consejos Regionales para el fomento de las Micro, pequeñas y

medianas empresas y para la promoción de proyectos e inversiones empresariales.

10. Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado, en la ejecución de los programas de promoción de las Pequeñas y Medianas Empresas.

i. Estimular el desarrollo de las organizaciones empresariales, la asociatividad y las alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a este sector.

11. Adoptar sus estatutos internos.

12. Promover la concertación, con Alcaldes y Gobernadores, de planes integrales de apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa

13. Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades permanentes consagradas en el numeral 16 del artículo 189 de la Constitución Política, orientadas a la promoción de las pequeñas y medianas empresas en Colombia.

ARTÍCULO 5º. DEL CONSEJO SUPERIOR DE MICROEMPRESA. El Consejo Superior de Microempresa, adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico o el Viceministro, quien lo presidirá.

2. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o, en su defecto, el Viceministro correspondiente.

3. El Ministro de Trabajo y Seguridad Social o en su defecto el Director Nacional del SENA.

4. El Ministro de Medio Ambiente o, en su defecto, el Viceministro Correspondiente.

5. El Director del Departamento Nacional de Planeación; en su defecto el Subdirector.

6. Un representante de las Universidades, designado por el Ministro de Desarrollo.
7. Dos Representantes de las asociaciones de microempresarios, designados por el Ministro de Desarrollo Económico.
8. Dos representantes de las organizaciones no gubernamentales de apoyo a las Microempresas, designados por el Ministro de Desarrollo Económico.
9. Un representante de los Consejos Regionales para las Micro, pequeñas y medianas empresas, designado por los mismos consejos.
10. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las microempresas.
11. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las microempresas.

PARÁGRAFO 1º. La Secretaría Técnica Permanente del Consejo estará a cargo del Director General de Industria del Ministerio de Desarrollo Económico.

PARÁGRAFO 2º. Cuando el Consejo lo estime conveniente, podrá citar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o a particulares.

ARTÍCULO 6º. FUNCIONES DEL CONSEJO SUPERIOR DE MICROEMPRESA. El Consejo Superior de Microempresa tendrá las siguientes funciones:

1. Contribuir a la definición y formulación de políticas generales de fomento de la microempresa.
2. Apoyar la articulación de los diferentes programas de fomento de la microempresa, que se ejecuten dentro del marco general de la política del Gobierno.
3. Procurar el establecimiento de medidores o indicadores de impacto de los programas de fomento a la microempresa.
4. Contribuir a la definición y formulación de políticas de desarrollo tecnológico, transferencia de tecnología y mejoramiento de la competitividad de microempresas.
5. Colaborar en la evaluación periódica de los programas de fomento de la microempresa y proponer correctivos.
6. Asesorar al Ministerio de Desarrollo Económico en la estructuración de los programas de fomento de la microempresa.
7. Fomentar, en coordinación con el consejo superior de pequeña y mediana empresa, la conformación y la operación de Consejos Regionales de Micro, pequeñas y medianas empresas, así como la formulación de políticas regionales de desarrollo para dichas empresas.
8. Fomentar la conformación y la operación de Consejos Departamentales para el Desarrollo Productivo, así como la formulación de políticas departamentales de desarrollo de las microempresas, en pro de la competitividad y estimulando cadenas de valor a niveles subregional y sectorial dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo.
9. Propiciar la conformación de Comités Municipales para el fomento de las microempresas y para la promoción de proyectos e inversiones empresariales.
10. Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado en la ejecución de los programas de promoción de las microempresas
11. Adoptar sus estatutos internos.

12. Promover la concertación, con Alcaldes y Gobernadores, de planes integrales de apoyo a la Microempresa

13. Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades permanentes consagradas en el numeral 16 del artículo 189 de la Constitución Política, orientadas al fomento de las microempresas en Colombia.

ARTÍCULO 7º. ATENCIÓN A LAS MIPYME POR PARTE DE LAS ENTIDADES ESTATALES. Sin perjuicio de la dirección y diseño de las políticas dirigidas a las MIPYMES a cargo del Ministerio de Desarrollo Económico, las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana Empresa, y de Microempresa, cuyo objeto institucional no sea específicamente la atención a las MIPYME, así como el Instituto de Fomento Industrial, el Fondo Nacional de Garantías, el SENA, COLCIENCIAS, BANCOLEX y PROEXPORT establecerán dependencias especializadas en la atención a estos tipos de empresas y asignarán responsabilidades para garantizar la materialidad de las acciones que se emprendan de conformidad con las disposiciones de la presente ley, en el ámbito de sus respectivas competencias.

PARAGRAFO. Competerá exclusivamente al Ministerio de Desarrollo Económico la Coordinación General de la actividad especializada hacia las MIPYMES que desarrollen las entidades de que trata este artículo.

ARTÍCULO 8º. INFORMES SOBRE ACCIONES Y PROGRAMAS. Las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana Empresa, y de Microempresa, así como el Instituto de Fomento Industrial, el Fondo Nacional de Garantías, el SENA, COLCIENCIAS, BANCOLDEX y PROEXPORT, informarán anualmente a la Secretaría Técnica de los Consejos sobre la índole de las acciones y programas que adelantarán respecto de las MIPYMES, la cuantía de los recursos que aplicarán a la ejecución de dichas acciones, programas y resultados de los mismos.

ARTÍCULO 9º. ESTUDIO DE POLÍTICAS Y PROGRAMAS DIRIGIDOS A LAS MIPYMES EN EL CURSO DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. El Departamento Nacional de Planeación, en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Económico, estudiará en el curso de la elaboración del proyecto de Plan Nacional de Desarrollo, la inclusión de políticas y programas de promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas.

ARTÍCULO 10º. DESARROLLO DE POLÍTICAS HACIA LAS MIPYMES. El Consejo Nacional de Política Económica y Social – CONPES -, recomendará las políticas hacia las micro, pequeñas y medianas empresas a ser puestas en ejecución por el Gobierno Nacional, de conformidad con lo que se establezca en el respectivo Plan Nacional de Desarrollo.

ARTÍCULO 11º. REGISTRO ÚNICO DE LAS MIPYMES. Con el propósito de reducir los trámites ante el Estado, el registro mercantil y el registro único de proponentes se integrarán en el Registro Unico Empresarial, a cargo de las Cámaras de Comercio, el cual tendrá validez general para todos los trámites, gestiones y obligaciones, sin perjuicio de lo previsto en las disposiciones especiales sobre materias tributarias, arancelarias y sanitarias.

Atendiendo criterios de eficacia, economía, buena fe, simplificación y facilitación de la actividad empresarial, la Superintendencia de Industria y Comercio, regulará la organización y funcionamiento del Registro Único Empresarial, garantizando que, específicamente, se reduzcan los trámites, requisitos, e información a cargo de las micro, pequeñas y medianas empresas, y que todas las gestiones se puedan adelantar, además, por internet y otras formas electrónicas.

PARÁGRAFO. La regulación que realice la Superintendencia de Industria y Comercio deberá, en todo caso, hacerse en armonía con las disposiciones estatutarias y con las contenidas en códigos, respecto de los registros de que trata el presente artículo”.

CAPÍTULO III

ACCESO A MERCADOS DE BIENES Y SERVICIOS

ARTÍCULO 12º. CONCURRENCIA DE LAS MIPYMES A LOS MERCADOS DE BIENES Y SERVICIOS QUE CREA EL FUNCIONAMIENTO DEL ESTADO. Con el fin de promover la concurrencia de las micro, pequeñas y medianas empresas a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado, las entidades indicadas en el artículo 2º de la Ley 80 de 1993, consultando lo previsto en esa ley y en los convenios y acuerdos internacionales:

1. Desarrollarán programas de aplicación de las normas sobre contratación administrativa y las concordantes de ciencia y tecnología, en lo atinente a preferencia de las ofertas nacionales, desagregación tecnológica y componente nacional en la adquisición pública de bienes y servicios.
2. Promoverán e incrementarán, conforme a su respectivo presupuesto, la participación de micro, pequeñas y medianas empresas como proveedoras de los bienes y servicios que aquellas demanden.
3. Establecerán, en observancia de lo dispuesto en el artículo 11 de la presente ley, procedimientos administrativos que faciliten a micro, pequeñas y medianas empresas, el cumplimiento de los requisitos y trámites relativos a

pedidos, recepción de bienes o servicios, condiciones de pago y acceso a la información, por medios idóneos, sobre sus programas de inversión y de gasto.

4. Las Entidades Públicas del orden Nacional, Departamental y Municipal, preferirán en condiciones de igual precio, calidad y capacidad de suministros y servicios a las MIPYMES nacionales.

PARÁGRAFO. El incumplimiento de los deberes de que trata el presente artículo por parte de los servidores públicos constituirá causal de mala conducta.

ARTÍCULO 13º. ORIENTACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN. El Ministerio de Desarrollo Económico, con el apoyo de las redes de subcontratación, orientará, hará seguimiento y evaluará el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 12 de la presente ley, formulará recomendaciones sobre la materia y dará traslado a las autoridades competentes cuando se evidencia el incumplimiento de lo previsto en dicho artículo.

ARTÍCULO 14º PROMOCION. Las entidades públicas del orden nacional y regional competentes, los departamentos, municipios y distritos promoverán coordinadamente, la organización de ferias locales y nacionales, la conformación de centros de exhibición e información permanentes, y otras actividades similares para dinamizar mercados en beneficio de las MIPYMES.

PARÁGRAFO. El Ministerio de Desarrollo expedirá y promoverá una política en materia de ferias y exposiciones.

ARTÍCULO 15º. POLÍTICAS Y PROGRAMAS DE COMERCIO EXTERIOR. El Consejo Superior de Comercio Exterior estudiará y recomendará al Gobierno Nacional, cuando fuere el caso, la adopción de políticas y programas de comercio exterior y de promoción de exportaciones dirigidos hacia las micro, pequeñas y medianas empresas.

ARTÍCULO 16º. PRÁCTICAS RESTRICTIVAS. La Superintendencia de industria y Comercio, con el fin de evitar que se erijan barreras de acceso a los mercados o a los canales de comercialización para las MIPYMES, investigará y sancionará a los responsables de tales prácticas restrictivas.

Para este propósito, se adiciona el artículo 47 del Decreto 2153 de 1.992 con el siguiente numeral: "10. Los que tengan por objeto o tengan como efecto impedir a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización"; y el artículo 50 del Decreto 2153 de 1.992, con el siguiente numeral: "6. Obstruir o impedir a terceros, el acceso a los mercados o a los canales de comercialización".

CAPÍTULO IV

DESARROLLO TECNOLÓGICO Y TALENTO HUMANO

ARTÍCULO 17º. DEL FONDO COLOMBIANO DE MODERNIZACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS – FOMIPYME-. Créase el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas – FOMIPYME - , como una cuenta adscrita al Ministerio de Desarrollo Económico, manejada por encargo fiduciario, sin personería jurídica ni planta de personal propia, cuyo objeto es la financiación de proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las MIPYMES y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción.

PARÁGRAFO. El FOMIPYME realizará todas la operaciones de cofinanciación necesarias para el cumplimiento de su objeto.

ARTÍCULO 18º. ESTRUCTURA DEL FOMIPYME. El FOMIPYME tendrá las siguientes subcuentas:

1. Subcuenta para las microempresas cuya fuente será los recursos provenientes del Presupuesto Nacional.
2. Subcuenta para las pequeñas y medianas empresas, cuyas fuentes serán el Fondo de Productividad y Competitividad y los recursos provenientes del Presupuesto Nacional.

De igual forma, estas subcuentas se podrán nutrir con aportes o créditos de organismos multilaterales de desarrollo, así como de donaciones, herencias o legados.

PARÁGRAFO. Durante los diez (10) años siguientes a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, se asignará, de los recursos del presupuesto nacional, una suma anual equivalente a veinte mil millones de pesos (\$20.000.000.000), con el fin de destinarlos al FOMIPYME. La partida presupuestal de que trata este artículo no podrá ser objeto en ningún caso de recortes presupuestales. A partir del año dos mil dos (2.002), la partida se indexará según el salario mínimo legal vigente.

ARTÍCULO 19º. INDEPENDENCIA DE LOS RECURSOS DE LAS SUBCUENTAS DEL FOMIPYME. Los recursos del FOMIPYME se manejarán de manera independiente dentro de cada subcuenta y se destinarán exclusivamente a las finalidades consagradas para éstas en la ley. Los intereses y rendimientos financieros que produzca cada una de ellas se incorporarán a la respectiva subcuenta, previo el cumplimiento de las normas presupuestales que les sean aplicables.

ARTÍCULO 20º. ADMINISTRACIÓN DE LAS SUBCUENTAS. Cada una de las subcuentas que compone el FOMIPYME deberá ser administrada mediante encargo fiduciario.

ARTÍCULO 21º. DIRECCIÓN DEL FOMIPYME. La dirección y control integral del FOMIPYME está a cargo del Ministerio de Desarrollo Económico, quien garantizará el adecuado cumplimiento de sus objetivos. Para estos efectos el Ministerio de Desarrollo Económico, deberá contratar una auditoría especializada en manejo financiero, de gestión y demás aspectos que se consideren necesarios.

ARTÍCULO 22º. INTEGRACIÓN DEL CONSEJO ADMINISTRADOR DEL FOMIPYME. El Consejo administrador del FOMIPYME, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico, quien lo presidirá personalmente o por delegación en el Viceministro de Desarrollo Económico.
2. El Ministro de Comercio Exterior o su Delegado.
3. El Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado.
4. El Presidente del Instituto de Fomento Industrial – IFI-.
5. Tres (3) de los integrantes del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, designados por el Ministerio de Desarrollo.
6. Dos (2) de los integrantes del Consejo Superior de Microempresa, designados por el Ministerio de Desarrollo.

ARTÍCULO 23º. FUNCIONES DEL CONSEJO ADMINISTRADOR DEL FOMIPYME. El Consejo Administrador del FOMIPYME tendrá las siguientes funciones:

1. Determinar los criterios de utilización y distribución de los recursos del FOMIPYME.
2. Aprobar el presupuesto anual de ingresos y gastos del FOMIPYME presentado a su consideración por el Ministerio de Desarrollo Económico, así como sus modificaciones. Allí se indicarán de forma global los requerimientos presupuestales por concepto de apoyo técnico, auditoría y remuneraciones fiduciarias necesarios para garantizar el manejo integral del FOMIPYME y se detallarán los ingresos y gastos de cada una de las subcuentas.
3. Aprobar anualmente los criterios de distribución de los excedentes existentes a 31 de diciembre de cada año, en cada una de las subcuentas del FOMIPYME, de conformidad con la ley y con los reglamentos internos.
4. Estudiar los informes sobre el FOMIPYME que le sean presentados periódicamente por el Ministerio de Desarrollo Económico y señalar los correctivos que a su juicio, sean convenientes para su normal funcionamiento.
5. Estudiar los informes presentados por el Ministerio de Desarrollo Económico y hacer las recomendaciones pertinentes para el adecuado cumplimiento y desarrollo de los objetivos del fondo.

6. Determinar los eventos para los cuales el FOMIPYME organizará fondos de capital de riesgo y los mecanismos necesarios para su funcionamiento, priorizando proyectos ubicados en las regiones con mayor NBI y/o liderados por población vulnerable como mujeres cabeza de hogar, desplazados por la violencia, comunidades de frontera y reservas campesinas.
7. Aprobar el manual de operaciones del FOMIPYME.
8. Determinar los eventos para los cuales el FOMIPYME permitirá el acceso de las entidades de microfinanciamiento a los recursos del fondo en los términos de la presente ley.

9. Las demás que le señale la ley y sus reglamentos.

ARTÍCULO 24º. DEL FONDO DE INVERSIONES DE CAPITAL DE RIESGO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS RURALES – EMPRENDER-. Créase el Fondo de Inversiones de capital de riesgo de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales – EMPRENDER -, como una cuenta adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, sin personería jurídica, la cual se manejará de manera independiente de los demás recursos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, cuyo objeto es apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de MIPYMES rurales, mediante el aporte de capital social y el financiamiento de la preinversión, en asocio con los productores y las entidades territoriales.

PARÁGRAFO. El Gobierno Nacional reglamentará la operación del Fondo.

ARTÍCULO 25. ESTRUCTURA DEL FONDO DE INVERSIONES DE CAPITAL DE RIESGO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS RURALES – EMPRENDER- . El Fondo EMPRENDER se conformará con los recursos provenientes del Presupuesto General de la Nación, con los aportes o créditos de organismos nacionales o multilaterales de desarrollo, con donaciones, herencias o legados, con las utilidades generadas por las sociedades donde participe y con la venta del capital social que le pertenezca al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en cualquier sociedad, y a cualquier título.

ARTÍCULO 26° . SISTEMAS DE INFORMACION. A partir de la vigencia de esta ley, el Ministerio de Desarrollo Económico estimulará y articulará los Sistemas de Información que se constituyan en instrumentos de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa y en alternativas de identificación de oportunidades de desarrollo tecnológico, de negocios y progreso integral de las mismas.

ARTÍCULO 27°. CONSERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE. Las entidades integrantes del Sistema Nacional Ambiental, SINA, promoverán, a partir de la vigencia de la presente ley, el desarrollo de proyectos, programas y actividades orientados a facilitar el acceso de las MIPYMES, a la producción más limpia, la transferencia de tecnologías ambientalmente sanas, y el conocimiento y cumplimiento de las normas de protección y conservación del medio ambiente.

ARTÍCULO 28°. TRAMITES AMBIENTALES. Las entidades integrantes del Sistema Nacional Ambiental SINA, adoptarán las disposiciones conducentes a la flexibilización de los trámites para la obtención de las licencias ambientales en proyectos de las MIPYMES.

ARTÍCULO 29°. INCORPORACIÓN AL SISTEMA NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA Y RED DE CENTROS DE DESARROLLO TECNOLÓGICO. Los Centros de Desarrollo Productivo al servicio de la microempresa y los Centros de Investigación al servicio de las MIPYMES, se incorporan al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y a la Red de Centros de Desarrollo Tecnológico coordinada por COLCIENCIAS.

ARTÍCULO 30°. AGRUPACIONES EMPRESARIALES. El Gobierno Nacional propugnará el establecimiento de Parques Industriales, Tecnológicos, centros de

investigación, Incubadoras de Empresas, Centros de Desarrollo Productivo, Centros de Investigación, Centros de Desarrollo Tecnológico y Bancos de Maquinaria, para el fomento de las MIPYMES.

PARÁGRAFO. Entre otros mecanismos a cargo de las entidades estatales para dar cumplimiento a lo previsto en el presente artículo, las entidades estatales en proceso de liquidación o reestructuración, podrán reasignar bienes improductivos; el Consejo Nacional de Estupefacientes podrá asignar, en forma provisional o permanente, los bienes objeto de declaratoria de extinción del derecho de dominio, para dar cumplimiento a lo establecido en el presente artículo. Tal destinación podrá darse, por parte de las entidades competentes, a aquellos bienes decomisados o incautados

ARTÍCULO 31º. PROGRAMAS EDUCATIVOS PARA MIPYMES Y DE CREACION DE EMPRESAS. Las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, sin perjuicio de su régimen de autonomía, tendrán en cuenta lo dispuesto en la presente ley a efecto de establecer diplomados, programas de educación no formal, programas de extensión y cátedras especiales para las MIPYMES y a promover la iniciativa empresarial.

ARTÍCULO 32º. CONSEJOS CONSULTIVOS PARA EL RELACIONAMIENTO DE LA EDUCACIÓN MEDIA CON EL SECTOR EMPRESARIAL. Los establecimientos de educación media, en todas las modalidades, crearán Consejos Consultivos para el relacionamiento con el sector empresarial, con delegados de

las entidades aglutinantes de las MIPYMES y/o con empresarios de la región, municipio o comunidad donde se localice el establecimiento educativo.

ARTÍCULO 33º. PARTICIPACIÓN DEL ICETEX. En desarrollo de sus funciones, el ICETEX destinará recursos y programas a facilitar la formación y el desarrollo del capital humano vinculado a las MIPYMES. Para tal efecto, el Gobierno Nacional expedirá la reglamentación correspondiente.

CAPÍTULO V

ACCESO A MERCADOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 34º. PRESTAMOS E INVERSIONES DESTINADOS A LAS MIPYMES. Para efectos de lo previsto en el artículo 6º de la Ley 35 de 1993, cuando el Gobierno Nacional verifique que existen fallas del mercado u obstáculos para la democratización del crédito, que afecten a las micro, pequeñas y medianas empresas, en coordinación con la Junta Directiva del Banco de la República podrá determinar temporalmente la cuantía o proporción mínima de los recursos del sistema financiero que, en la forma de préstamos o inversiones, deberán destinar los establecimientos de crédito al sector de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

ARTÍCULO 35º. DEMOCRATIZACIÓN DEL CRÉDITO. El Gobierno Nacional tendrá, con relación a las MIPYMES, las funciones de formular políticas de democratización del crédito y financiamiento para el establecimiento de nuevas empresas, promover la competencia entre los intermediarios financieros, determinar la presencia de fallas de mercado que obstaculicen el acceso de estas empresas al mercado financiero institucional y adoptar los correctivos pertinentes, dentro del marco de sus competencias.

PARÁGRAFO. Para tal fin el Gobierno Nacional reglamentará la incorporación de estímulos e incentivos para que el sistema financiero coloque recursos importantes de crédito en apoyo de las MIPYMES.

ARTICULO 36º. DEMOCRATIZACION ACCIONARIA.- El Gobierno Nacional estimulará la capitalización de las MIPYMES, propiciando la democratización accionaria.

ARTÍCULO 37º. ADQUISICIÓN DE TÍTULOS DE EMISIÓN COLECTIVA POR PARTE DE LOS FONDOS DE PENSIONES. Los Fondos de Pensiones podrán adquirir títulos de emisión colectiva por grupos organizados de MIPYMES, que a su vez, obtengan el respaldo de emisores debidamente inscritos y registrados, y de conformidad con las disposiciones que regulan dichos fondos.

PARÁGRAFO. El Gobierno Nacional promoverá la asociatividad de las MIPYMES con el fin de consolidar su acceso al mercado de capitales

ARTICULO 38º. LINEAS DE CREDITO. El Gobierno Nacional propiciará el establecimiento de líneas de crédito para la capitalización empresarial, como instrumento para mejorar la relación entre el capital social y el pasivo externo de las compañías pertenecientes al estrato de las MIPYMES.

ARTICULO 39º. SISTEMAS DE MICROCRÉDITO. Con el fin de estimular las actividades de microcrédito, entendido como el sistema de financiamiento a microempresas, dentro del cual el monto máximo por operación de préstamo es de veinticinco salarios mínimos mensuales legales vigentes sin que, en ningún tiempo, el saldo para un solo deudor pueda sobrepasar dicha cuantía, autorizase a los intermediarios financieros y a las organizaciones especializadas en crédito microempresarial, para cobrar honorarios y comisiones, de conformidad con las

tarifas que autorice el Consejo Superior de Microempresa, no repuntándose tales cobros como intereses, para efectos de los estipulado en el artículo 68 de la Ley 45 de 1990.

Con los honorarios se remunerará la asesoría técnica especializada al microempresario, en relación con la empresa o actividad económica que desarrolle así como las visitas que deban realizarse para verificar el estado de dicha actividad empresarial; y con las comisiones se remunerará el estudio de la operación crediticia, la verificación de las referencias de los codeudores y la cobranza especializada de la obligación.

ARTÍCULO 40º. CONDICIONES ESPECIALES DE CRÉDITO A EMPRESAS GENERADORAS DE EMPLEO. El Fondo Nacional de Garantías S.A. podrá otorgar condiciones especiales de garantía a empresas especialmente generadoras de empleo, por un ochenta por ciento (80%) del valor del crédito requerido para el emprendimiento, de conformidad con el reglamento que expida el Gobierno Nacional.

PARÁGRAFO. El Gobierno Nacional establecerá condiciones especiales que permitan al Fondo Nacional de Garantías, la venta de los bienes recibidos como dación en pago, con el fin de volverlos líquidos a la mayor brevedad, y así otorgar nuevamente, con esos recursos, garantías a las micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES.

CAPÍTULO VI

CREACION DE EMPRESAS

ARTICULO 41º. DESTINACION DE LOS RECURSOS DEL ARTICULO 51 DE LA LEY 550 DE 1999. Serán beneficiarios de los recursos destinados a la capitalización del Fondo Nacional de Garantías, prevista en el artículo 51 de la Ley 550 de 1999, todas las micro, pequeñas y medianas empresas, sin que para ello sea necesario que se acojan a lo establecido en dicha Ley.

ARTÍCULO 42º. REGÍMENES TRIBUTARIOS ESPECIALES. Los municipios, distritos y departamentos podrán establecer regímenes especiales sobre los impuestos tasas y contribuciones del respectivo orden territorial con el fin de estimular la creación y subsistencia de MIPYMES. Para tal efecto podrán establecer, entre otras medidas, exclusiones, períodos de exoneración y tarifas inferiores a las ordinarias.

ARTÍCULO 43º. ESTÍMULOS A LA CREACION DE EMPRESAS. Los aportes parafiscales destinados al SENA, el ICBF y las Cajas de Compensación Familiar, a cargo de las micro, pequeñas y medianas empresas que se constituyan e instalen a partir de la promulgación de la presente ley, serán objeto de las siguientes reducciones:

1. Setenta y cinco por ciento (75%) para el primer año de operación;
2. Cincuenta por ciento (50%) para el segundo año de operación; y
3. Veinticinco por ciento (25%) para el tercer año de operación.

PARÁGRAFO 1º. Para los efectos de este artículo, se considera constituida una micro, pequeña o mediana empresa en la fecha de la escritura pública de constitución, en el caso de las personas jurídicas, y en la fecha de registro en la Cámara de Comercio, en el caso de las demás MIPYMES.

Así mismo, se entiende instalada la empresa cuando se presente memorial dirigido a la Administración de Impuestos y Aduanas respectiva, en la cual manifieste lo siguiente:

- a. Intención de acogerse a los beneficios que otorga este artículo.
- b. Actividad económica a la que se dedica.
- c. Capital de la empresa.
- d. Lugar de ubicación de la planta física o inmueble donde se desarrollará la actividad económica.
- e. Domicilio principal.

PARÁGRAFO 2º. No se consideran como nuevas micro, pequeñas o medianas empresas, ni gozarán de los beneficios previstos en este artículo, las que se hayan constituido con anterioridad a la fecha de promulgación de la presente ley, aunque sean objeto de reforma estatutaria o de procesos de escisión o fusión con otras MIPYMES.

PARÁGRAFO 3º. Quienes suministren información falsa con el propósito de obtener los beneficios previstos en el presente artículo deberán pagar el valor de

las reducciones de las obligaciones parafiscales obtenidas, y además una sanción correspondiente al doscientos por ciento (200%) del valor de tales beneficios, sin perjuicio de las sanciones penales a que haya lugar.

ARTÍCULO 44º. PROGRAMA DE JÓVENES EMPRENDEDORES. El Gobierno Nacional formulará políticas para fomentar la creación de empresas gestionadas por jóvenes profesionales, técnicos y tecnólogos.

El Gobierno Nacional, expedirá las disposiciones reglamentarias para dar materialidad a lo previsto en este artículo.

ARTICULO 45º. LINEAS DE CREDITO PARA CREADORES DE EMPRESA. El Instituto de Fomento industrial y el Fondo Nacional de Garantías establecerán, durante el primer trimestre de cada año el monto y las condiciones especiales para las líneas de crédito y para las garantías dirigidas a los creadores de micro, pequeñas y medianas empresas.

ARTÍCULO 46. Adicionase con el siguiente párrafo, el artículo 1º de la Ley 550 de 1999:

“PARÁGRAFO 3º. Los acuerdos concordatarios celebrados entre una persona natural comerciante, debidamente matriculada en el registro mercantil, y sus acreedores, que sean aprobados por el juez civil del circuito competente, de conformidad con la ley 222 de 1995, tendrán los efectos legales previstos en el artículo 34 de la Ley 550 de 1999 y, en general, darán lugar a la aplicación de

todas las normas legales y reglamentarias correspondientes a empresas en cuyo favor se haya celebrado un acuerdo de reestructuración, incluyendo las disposiciones de carácter tributario y laboral, únicamente en lo que se refiera a obligaciones y actos del comerciante relacionados con sus actividades o empresas de comercio, y contraídos o ejecutados para asegurar el cumplimiento de obligaciones contraídas en desarrollo de tales actividades.

ARTICULO 47º. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, en especial la ley 78 de 1988.

ANEXO 2

LEY 905 DE 2004

(Agosto 2)

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.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

1 CAPITULO I

1.1 Disposiciones generales

Artículo 1º. El literal b) del artículo 1º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

b) Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

Artículo 2º. El artículo 2º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 2º. Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales,

agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1.1.1 1. Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

1.1.2 2. Pequeña empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

1.1.3 3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o, Parágrafo. Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

2 CAPITULO II

2.1 Marco institucional

Artículo 3º. El artículo 3º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 3º. Créase el Sistema Nacional de Mipymes, conformado por los consejos superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales.

El Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes estará integrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Protección Social, Ministerio de Agricultura, Departamento Nacional de Planeación, Sena, Colciencias, Bancoldex, Fondo Nacional de Garantías y Finagro, el cual coordinará las actividades y programas que desarrollen las Mipymes.

Este Sistema estará coordinado por el Viceministro de Desarrollo Empresarial del Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, adscrito al Ministerio de Comercio Industria y Turismo o quien haga sus veces, estará integrado por:

1. El Ministro de Comercio, Industria y Turismo o el Viceministro o su delegado, lo presidirá.
2. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o en su defecto el Viceministro correspondiente o su delegado.
3. El Ministro de Ministerio de Protección Social o su delegado.
4. El Director General del Sena o su delegado.
5. El Ministro de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial o en su defecto el Viceministro correspondiente o su delegado.
6. El Director del Departamento Nacional de Planeación o en su defecto el Subdirector o su delegado.
7. Tres (3) representantes de las Instituciones de Educación Superior, Universidades (ASCUN), Instituciones Tecnológicas (ACIET) e instituciones Técnicas Profesionales, designados por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.
8. El Presidente Nacional de la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Empresas, ACOPI.
9. El Presidente Nacional de la Federación de Comerciantes, Fenalco.
10. El Presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras.

11. Un representante de las organizaciones no gubernamentales dedicadas a la investigación y desarrollo tecnológico de las pequeñas y medianas empresas, designado por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.
12. Un representante de los Consejos Regionales de Pequeña y Mediana Empresa, designado por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces, quien reglamentará tal elección, en todo caso esta debe ser rotativa.
13. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la Federación Colombiana de Municipios.
14. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la Conferencia Nacional de Gobernadores.
15. Un representante de los bancos que tengan programas de crédito a las Pymes quien será designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
16. Dos (2) representantes de Asociaciones de empresarios.
17. Presidente de Bancoldex o su delegado.
18. Presidente del Fondo Nacional de Garantías o su delegado.
19. Director de Colciencias o su delegado.

Parágrafo 1º. Créase el Consejo Regional de Pequeña y Mediana Empresa, el cual estará conformado así:

1. El Gobernador del departamento o su delegado.
2. Un representante de la Corporación Autónoma Regional.
3. El Director de Planeación Departamental.
4. El Director Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.
5. Un representante de la Asociación Colombiana de Pequeña y Mediana Empresa, ACOPI.
6. Un representante de la Federación de Comerciantes, Fenalco.

7. Un representante de la Cámara de Comercio. En el caso de existir dos o más cámaras de comercio en una misma región dicho representante será elegido entre ellos.
8. Un representante de los alcaldes municipales de cada departamento, el cual será elegido entre ellos mismos.
9. Un representante de las Asociaciones de Pymes de la región.
10. Dos (2) empresarios Pymes de la región designados por el Gobernador y los demás que considere pertinente el Gobernador.
11. Dos (2) representantes de las Asociaciones de Microempresarios.

Parágrafo 2º. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces, reglamentará, dentro de los noventa (90) días siguientes a la sanción de la presente ley, las funciones del Consejo de Mipymes de tal manera que se guarde armonía con las funciones establecidas en la Ley 590 de 2000 a los Consejos Superiores y en especial teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

1. Debe propiciar la investigación de mercados y planes de exportación sectoriales y regionales.
2. Promover la creación de sistemas de financiación y acceso a capitales.
3. La gestión tecnológica y del conocimiento de las Mipymes.
4. Propiciar el acompañamiento y asesoría de las Mipymes.
5. Establecer programas emprendedores y espíritu empresarial regional.
6. Propiciar el desarrollo de programas y recursos de negocios.
7. Podrá recomendar proyectos presentados al Fomipyme, Colciencias y el SENA.
8. Fomentar la conformación de Mipymes.

Parágrafo 3º. La Secretaría Técnica Permanente del Consejo Superior estará a cargo de la Dirección de Mipymes o quien haga sus veces del Ministerio de

Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces, cuyas funciones generales son:

1. Las asignadas por los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana empresa y de Microempresa.
2. Enviar un informe detallado, trimestralmente, a los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana empresa y de Microempresa.
3. Realizar seguimiento constante y permanente sobre acciones y programas realizados en cada región nacional.
4. Establecer mecanismos y programas permanentes que acerquen la economía informal y a la formalización para que tengan acceso a todos los factores de producción.
5. Articular a nivel nacional, conjuntamente con las Secretarías Técnicas Regionales, todo lo relacionado con los incentivos a la actividad empresarial.
6. Impulsar la formulación de planes de desarrollo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
7. Establecer programas y promover estrategias de comercialización en el mercado nacional e internacional de productos y servicios.
8. Asesorar y acompañar a l Consejo Superior.
9. Apoyar el desarrollo de diagnóstico y estudio sobre Mipymes en sus aspectos culturales, sociales, empresariales, ambientales y económicos, en coordinación con las secretarías técnicas regionales.
10. Solicitar y coordinar informes periódicos bimensuales a las Secretarías Técnicas Regionales relacionadas con sus actividades y gestiones.
11. Llevar el registro regional de las Mipymes, información esta que será entregada mensualmente por cada una de las Secretarías Técnicas Regionales. Igualmente, tendrá la obligación de suministrar periódicamente esta información al Departamento Nacional de Estadística, DANE.

Parágrafo 4º. Créase las Secretarías Técnicas Regionales de Mipymes, cuya designación estará a cargo de cada Consejo regional, exaltando en tal posición a uno de sus miembros, quien desempeñará el cargo como coordinador ejecutivo, sin remuneración o contraprestación económica alguna, y sus funciones son:

- a) Las asignadas por los Consejos de Pequeña, Mediana y Micro empresas Superiores Nacionales y Regionales;
- b) Enviar un informe detallado bimensual a la Secretaría Técnica Permanente en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces a cerca de las acciones realizadas en cada región;
- c) Realizar seguimiento constante y permanente sobre acciones y programas realizados en la respectiva región;
- d) Establecer mecanismos que acerquen la economía informal y subterránea a la formalización para que tengan acceso a todos los factores de producción;
- e) Articular entre el nivel nacional y regional todo lo relacionado con incentivos a la actividad empresarial;
- f) Promover la participación de los Alcaldes en el Consejo Regional;
- g) Impulsar a la formulación de planes de desarrollo para la Micro, Pequeña y Mediana empresa en la región.
- h) Establecer y promover estrategias de comercialización en el mercado nacional e internacional de productos y servicios regionales , en coordinación con los organismos competentes y con la Secretaría Técnica Permanente del Consejo Superior;
- i) Asesorar y acompañar al Consejo Regional;
- j) Apoyar el desarrollo de diagnóstico y de estudio sobre Mipymes en sus aspectos culturales, sociales, empresariales, ambientales y económicos;
- k) Registrar las Mipymes regionales y enviar tal registro a la Secretaría Técnica Permanente para su registro nacional.

Parágrafo 5º. Cuando el Consejo Superior o Regional lo estime conveniente, podrá invitar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o a particulares.

Artículo 4º. El artículo 4º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 4º. Funciones del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa. El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, tendrá las siguientes funciones:

- a) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de políticas públicas generales, transversales, sectoriales y regionales de promoción empresarial de las pequeñas y medianas empresas, Pymes;
- b) Analizar el entorno económico, político y social; su impacto sobre las Pymes y sobre la capacidad de estas para dinamizar la competencia en los mercados de bienes y servicios;
- c) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de programas de promoción de las Pymes, con énfasis en los referidos al acceso a los mercados de bienes y servicios, formación de capital humano, modernización y desarrollo tecnológico y mayor acceso a los mercados financieros institucionales;
- d) Contribuir a la coordinación de los diferentes programas de promoción de las Pymes que se realicen dentro del marco de los planes de desarrollo y las políticas de gobierno;
- e) Proponer políticas y mecanismos de fortalecimiento de la competencia en los mercados;
- f) Propender por la evaluación periódica de las políticas y programas públicos de promoción de las Pymes, mediante indicadores de impacto y proponer los correctivos necesarios;
- g) Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado, en la ejecución de los programas de promoción de las pequeñas y medianas empresas;

- h) Estimular el desarrollo de las organizaciones empresariales, la asociatividad y las alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a este sector;
- i) Adoptar sus estatutos internos;
- j) Promover la concertación, con alcaldes y gobernadores, de planes integrales de apoyo a la pequeña y mediana empresa;
- k) Realizar reuniones periódicas trimestrales;
- l) Rendir informes trimestrales de las acciones y resultados alcanzados;
- m) Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades permanentes consagradas en el numeral 16 de artículo 189 de la Constitución Política, orientadas a la promoción de las pequeñas y medianas empresas en Colombia;
- n) Presentar informe anual de gestión y resultados a las Comisiones Terceras y Cuartas de Senado de la República y Cámara de Representantes;
- o) Establecer y promover estrategias de comercialización nacional e internacional de productos y servicios.

Artículo 5º. El artículo 5º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 5º. Del Consejo Superior de Microempresa. El Consejo Superior de Microempresa, adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estará integrado por:

1. El Ministro de Comercio, Industria y Turismo o el Viceministro o su delegado, quien lo presidirá.
2. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o en su defecto, el Viceministro correspondiente o su delegado.
3. El Ministro de Protección Social o su delegado.

4. El Ministro de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial o en su defecto, el Viceministro correspondiente o su delegado.
5. El Director del Departamento Nacional de Planeación o en su defecto, el Subdirector o su delegado.
6. Un representante de las universidades, designado por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.
7. Dos (2) representantes de los Microempresarios.
8. Dos (2) representantes de las organizaciones no gubernamentales de apoyo a microempresas, designados por el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.
9. Un representante de los Consejos Regionales para las micro, pequeñas y Medianas empresas, designado por los mismos consejos.
10. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentra en funcionamiento un plan de desarrollo de las pequeñas, medianas y micro empresas, elegido por la Federación Colombiana de Municipios.
11. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las microempresas.
12. Un miembro de la Asociación Bancaria de Colombia, designado por esta, de las entidades financieras especializadas en el manejo del microcrédito.
13. El Director Nacional del Sena o su delegado.

Parágrafo 1º. La Secretaría Técnica Permanente del Consejo Superior de Microempresas estará a cargo de la Dirección de Mipymes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces.

Parágrafo 2º. El consejo Superior de Microempresas, podrá invitar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o particulares vinculados directamente con las medianas, pequeñas y microempresas.

Artículo 6º. El artículo 7º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 7º. Atención a las Mipymes por parte de las entidades estatales. Sin perjuicio de la dirección y diseño de las políticas dirigidas a las Mipymes a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de pequeña y mediana empresa, Consejos regionales, Secretaría Técnica permanente y Secretarías Técnicas Regionales, cuyo objeto institucional no sea específicamente la atención a las Mipymes, el Fondo Nacional de Garantías, el SENA, Colciencias, Bancoldex, Proexport, Finagro, Fondo Agropecuario de garantías, Banco Agrario, las Compañías Promotoras y Corporaciones Financieras y las demás entidades vinculadas al sector, establecerán dependencias especializadas en la atención a estos tipos de empresas y asignarán responsabilidades para garantizar la materialidad de las acciones que se emprendan de conformidad con las disposiciones de la presente ley, en el ámbito de sus respectivas competencias. Parágrafo. Competerá exclusivamente al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces la Coordinación General de la actividad especializada hacia las Mipymes que desarrollen las entidades de que trata este artículo.

Artículo 7º. El artículo 8º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 8º. Informes sobre acciones y programas. Las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana Empresa, y de Microempresa, así como el Fondo Nacional de Garantías, el SENA, Colciencias, Bancoldex, Proexport, Finagro, Fondo Agropecuario de Garantías, Banco Agrario, las Compañías Promotoras y Corporaciones Financieras y las demás entidades vinculadas al sector, informarán semestralmente a la Secretaría Técnica de los consejos sobre la índole de las acciones y programas que adelantarán respecto de las Mipymes, la cuantía de los recursos que aplicarán a la ejecución de dichas acciones, programas y resultados de los mismos.

Artículo 8º. El artículo 9º de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 9º. Estudio de políticas y programas dirigidos a las Mipymes en el curso de elaboración del proyecto del Plan Nacional de Desarrollo. El Departamento Nacional de Planeación, en coordinación con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, estudiará en el curso de la elaboración del proyecto del Plan Nacional de Desarrollo, la inclusión de políticas y programas de promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, elaborará un plan de acción anual que incluya los programas, planes y acciones que deberá desarrollar el Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes.

3 CAPITULO III

3.1 Acceso a mercados de bienes y servicios

Artículo 9º. El artículo 12 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 12. Concurrencia de las Mipymes a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado. Con el fin de promover la concurrencia de las micro, pequeñas y medianas empresas a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado, las entidades indicadas en el artículo 2º de la Ley 80 de 1993 o de la ley que la modifique, consultando lo previsto en esa ley y en los convenios y acuerdos internacionales:

1. Desarrollarán programas de aplicación de las normas sobre contratación administrativa y las concordantes de ciencia y tecnología, en lo atinente a preferencia de las ofertas nacionales, desagregación tecnológica y componente nacional en la adquisición pública de bienes y servicios.
2. Promoverán e incrementarán, conforme a su respectivo presupuesto, la participación de micro, pequeñas y medianas empresas como proveedoras de los bienes y servicios que aquellas demanden.
3. Establecerán, en observancia de lo dispuesto en el artículo 11 de la presente ley, procedimientos administrativos que faciliten a micro, pequeñas y medianas empresas, el cumplimiento de los requisitos y trámites relativos a pedidos, recepción de bienes o servicios, condiciones de pago y acceso a la información, por medios idóneos, sobre sus programas de inversión y de gasto.
4. Las entidades públicas del orden nacional, departamental y municipal, preferirán en condiciones de igual precio, calidad y capacidad de suministros y servicio a las Mipymes nacionales.

Parágrafo. El incumplimiento de los deberes de que trata el presente artículo por parte de los servidores públicos constituirá causal de mala conducta.

Artículo 10. El artículo 13 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 13. Orientación, seguimiento y evaluación. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, con el apoyo de las redes de subcontratación, orientará, hará seguimiento y evaluará el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 12 de la presente ley, formulará recomendaciones sobre la materia y dará traslado a las autoridades competentes cuando se evidencia el incumplimiento de lo previsto en dicho artículo.

Artículo 11. El artículo 14 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 14. Promoción. Las entidades públicas del orden nacional y regional competentes, los departamentos, municipios y distritos promoverán coordinadamente, la organización de ferias locales y nacionales, la conformación de centros de exhibición e información permanentes, y otras actividades similares para dinamizar mercados en beneficio de las Mipymes.

Parágrafo. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces expedirá y promoverá una política en materia de ferias y exposiciones.

4 CAPITULO IV

4.1 Desarrollo tecnológico y talento humano

Artículo 12. El artículo 17 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 17. Del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme. Créase el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme, como una cuenta adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, manejada por encargo fiduciario, sin personería jurídica ni planta de personal propia, cuyo objeto es la financiación de proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las Mipymes y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción.

Parágrafo. El Fomipyme realizará todas las operaciones de cofinanciación necesarias para el cumplimiento de su objeto.

Artículo 13. El artículo 21 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 21. Dirección del Fomipyme. La dirección y control integral del Fomipyme está a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien garantizará el adecuado cumplimiento de sus objetivos. Para estos efectos el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, deberá contratar una auditoría especializada en manejo financiero, de gestión y demás aspectos que se consideren necesarios.

Artículo 14. El artículo 22 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 22. Integración del Consejo Administrador del Fomipyme. El Consejo Administrador del Fomipyme, estará integrado por:

1. El Ministro de Comercio, Industria y Turismo, quien lo presidirá personalmente o por delegación en el Viceministro de Comercio, Industria y Turismo.

2. El Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado.
3. El Presidente de Bancoldex o su delegado.
4. Tres (3) de los integrantes del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, designados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
5. Dos (2) de los integrantes del Consejo Superior de Microempresa, designados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o quien haga sus veces.
6. Director del SENA o su delegado.
7. El Ministro de Agricultura o su delegado.
8. Director de Colciencias o su delegado.

Artículo 15. El artículo 23 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 23. Funciones del Consejo Administrador del Fomipyme. El Consejo Administrador del Fomipyme tendrá las siguientes funciones:

1. Determinar los criterios de utilización y distribución de los recursos del Fomipyme.
2. Aprobar el presupuesto anual de ingresos y gastos del Fomipyme presentado a su consideración por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como sus modificaciones. Allí se indicarán de forma global los requerimientos presupuestales por concepto de apoyo técnico, auditoría y remuneraciones fiduciarias necesarios para garantizar el manejo integral del Fomipyme y se detallarán los ingresos y gastos de cada una de las subcuentas.
3. Aprobar anualmente los criterios de distribución de los excedentes existentes a 31 de diciembre de cada año, en cada una de las subcuentas del Fomipyme, de conformidad con la ley y con los reglamentos internos.
4. Estudiar los informes sobre el Fomipyme que le sean presentados periódicamente por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, y señalar los correctivos que, a su juicio, sean convenientes para su normal funcionamiento.

5. Estudiar los informes presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces y hacer las recomendaciones pertinentes para el adecuado cumplimiento y desarrollo de los objetivos del Fondo.
6. Determinar los eventos para los cuales el Fomipyme organizará fondos de capital de riesgo, y los mecanismos necesarios para su funcionamiento, priorizando proyectos ubicados en las regiones con mayor NBI y/o liderados por población vulnerable como mujeres cabeza de hogar, desplazados por la violencia, comunidades de frontera y reservas campesinas.
7. Aprobar el manual de operaciones del Fomipyme.
8. Determinar los eventos para los cuales el Fomipyme permitirá el acceso de las entidades de microfinanciamiento a los recursos del Fondo en los términos de la presente ley.
9. Promover la regionalización de los recursos del Fomipyme.
10. Las demás que le señale la ley y sus reglamentos.

Artículo 16. El artículo 26 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 26. Sistemas de información. A partir de la vigencia de esta ley, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo estimulará y articulará los Sistemas de Información que se constituyan en instrumentos de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa y en alternativas de identificación de oportunidades de desarrollo tecnológico, de negocios y progreso integral de las mismas. Parágrafo. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, diseñará un sistema de información estadística que permita conocer el número de Mipymes, el valor de la producción, el valor agregado, el empleo, la remuneración a los empleados, el consumo intermedio, el consumo de energía, las importaciones y exportaciones por sector económico y por regiones. La actualización de estos datos será anualmente.

Artículo 17. El artículo 31 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 31. Programas educativos para Mipymes y de creación de empresas. El Sena, las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, sin perjuicio de su régimen de autonomía, considerarán lo dispuesto en la presente ley a efecto de establecer diplomados, programas de educación no formal, programas de extensión y cátedras especiales para las Mipymes y a promover la iniciativa empresarial.

Parágrafo. Apoyo del SENA a programas de generación de empleo. Se fortalecerá el trabajo del SENA con el fin de crear fuentes de empleo a través de programas establecidos, por personal calificado, con los estudiantes que terminen su capacitación, tendientes a organizar y asesorar la creación de nuevas Pequeñas, Medianas y Microempresas acorde con estudios previos de factibilidad de mercados, contribuyendo al desarrollo y crecimiento de las Mipymes. Así mismo las acreditará ante las entidades bancarias y financieras competentes que otorgan microcrédito. Se aclara que esto se hará con recursos de la parafiscalidad.

5 CAPITULO V

5.1 Acceso a mercados financieros

Artículo 18. El artículo 34 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 34. Préstamos e inversiones destinados a las Mipymes. Para efecto de lo establecido en el artículo 6º de la Ley 35 de 1993, cuando el Gobierno Nacional verifique que existen fallas del mercado u obstáculos para la democratización del crédito, que afecten a las micro, pequeñas y medianas empresas, en coordinación con la Junta Directiva del Banco de la República determinará de manera temporal la cuantía o proporción mínima de los recursos o líneas de crédito, que, en la forma de préstamos o inversiones, deberán destinar los establecimientos que realicen actividades de otorgamiento de créditos al sector de las Micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 19. El artículo 40 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 40. Condiciones especiales de crédito a empresas generadoras de empleo. El Fondo Nacional de Garantías S. A. podrá otorgar condiciones especiales de garantía a empresas especialmente generadoras de empleo, por un setenta por ciento (70%) del valor del crédito requerido para el emprendimiento, de conformidad con el reglamento que expida el Gobierno Nacional, el cual se debe llevar a cabo dentro de los seis (6) meses siguientes a la sanción de la presente ley.

Parágrafo. El Gobierno Nacional establecerá condiciones especiales que permitan al Fondo Nacional de Garantías, la venta de los bienes recibidos como dación en pago, con el fin de volverlos líquidos a la mayor brevedad, y así otorgar

nuevamente, con esos recursos, garantías a las micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

6 CAPITULO VI

6.1 Creación de empresas

Artículo 20. El artículo 41 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 41. Destinación de los recursos del artículo 51 de la Ley 550 de 1999. También serán beneficiarios de los recursos destinados a la capitalización del Fondo Nacional de Garantías, prevista en el artículo 51 de la Ley 550 de 1999, todas las micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 21. El artículo 42 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 42. Regímenes tributarios especiales. Los municipios, los distritos y departamentos podrán, con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda, establecer regímenes especiales sobre los impuestos, tasas y contribuciones del respectivo orden territorial con el fin de estimular la creación y subsistencia de Mipymes. Para tal efecto podrán establecer, entre otras medidas, exclusiones, períodos de exoneración y tarifas inferiores a las ordinarias.

Artículo 22. El artículo 45 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 45. Líneas de crédito para creadores de empresa. El Instituto de Fomento Industrial o quien haga sus veces y el Fondo Nacional de Garantías establecerán, durante el primer trimestre de cada año el monto y las condiciones especiales para las líneas de crédito y para las garantías dirigidas a los creadores de micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 23. Nuevo. Cámaras de Comercio. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, previa concertación con las Cámaras de Comercio, buscará que parte de los recursos que reciben o administran las Cámaras por concepto de prestación de servicios públicos delegados se destine a cubrir parte de la financiación de los programas de desarrollo empresarial que ejecuta y coordina el Ministerio, con el fin de complementar los recursos de Presupuesto General de la Nación.

Artículo 24. Nuevo. El artículo 18 de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Artículo 18. Estructura del Fomipyme. El Fomipyme tendrá las siguientes subcuentas:

- a) Subcuenta para las microempresas cuya fuente será los recursos provenientes del Presupuesto Nacional;
- b) Subcuenta para las pequeñas y medianas empresas, cuyas fuentes serán el Programa Nacional de Productividad y Competitividad y los recursos provenientes del Presupuesto Nacional.

De igual forma, estas subcuentas se podrán nutrir con aportes o créditos de Organismos Internacionales de Desarrollo, Convenios de Cooperación Internacional, Convenios de Cooperación con los entes territoriales, Transferencias de otras entidades públicas de orden nacional y regional, así como de donaciones, herencias o legados.

Artículo 25. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

El Presidente del honorable Senado de la República, Germán Vargas Lleras.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Emilio Ramón Otero Dajud.

E l Presidente de la honorable Cámara de Representantes,

Alonso Acosta Osio.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,
Angelino Lizcano Rivera.

7 REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL

Publíquese y ejecútese.

Dada en Bogotá, D. C., a 2 de agosto de 2004.

8 ÁLVARO URIBE VÉLEZ

El Ministro de Hacienda y Crédito Público,
Alberto Carrasquilla Barrera

