



# 24 ARQUETIPOS



# DE



# MICRONEGOCIOS:



Una nueva mirada  
**para su inclusión financiera**



BANCA DE LAS  
OPORTUNIDADES



### Banca de las Oportunidades

Paola Arias  
Directora

### Equipo técnico

Michael Bryan  
Jefe de análisis económico

Camilo Peña-Gómez  
Ejecutivo

Paula Márquez Riaño  
Analista económico

Samuel Londoño  
Pasante

### Agradecimiento especial a Econometría Consultores por sus aportes en el desarrollo de este estudio.

Maria Gloria Cano  
Directora del proyecto e investigadora

Manuela Mejía Pérez  
Coordinadora y Experta cualitativa

Jhon Jairo Romero  
Experto cuantitativo

Gabriel Hernández Muñoz  
Consultor Junior Cualitativo

David Orjuela  
Consultor Junior Cuantitativo

Mauricio Romero  
Investigador senior

Hernán Herrera  
Muestrista

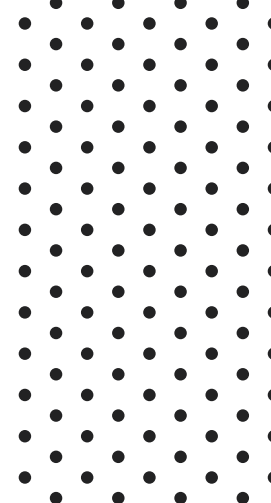
Edith Machado  
Coordinadora de campo cualitativo

Jorge Andrés Moreno  
Coordinador de campo cuantitativo

Laura Orozco Vela  
Practicante

### Mouse Interactivo

Mario Gonzá  
Dirección editorial



# Tabla de contenido



|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Introducción                                                                          | 05 |
| 2. Diseño metodológico                                                                   | 08 |
| Descripción de los arquetipos                                                            | 15 |
| 3. Análisis comparativo entre arquetipos                                                 | 18 |
| 3.1 Caracterización de los propietarios de las unidades económicas                       | 19 |
| 3.2 Características generales de las unidades económicas                                 | 30 |
| 3.3 Inclusión financiera de las unidades económicas                                      | 38 |
| 3.4 Origen y trayectoria de los negocios                                                 | 46 |
| 3.5 Entorno operativo y competitivo                                                      | 53 |
| 3.6 Relación con los productos financieros de crédito, ahorro, pagos digitales y seguros | 57 |





1

2

3

4

5

6

7

|                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4. Resultados del análisis de los Arquetipos                                                                  | 66  |
| Arquetipos Sector Comercio                                                                                    | 68  |
| Arquetipos Sector Agricultura                                                                                 | 94  |
| Arquetipos Sector Construcción                                                                                | 115 |
| Arquetipos Sector Transporte                                                                                  | 121 |
| Arquetipos Sector Manufactura                                                                                 | 137 |
| Arquetipos Sector Actividades Artísticas y Servicios                                                          | 163 |
| Arquetipos Sector Alojamiento y Comida                                                                        | 174 |
| 5. Diseño de Clústeres y Portafolios Financieros para la Inclusión<br>Financiera de Micronegocios en Colombia | 195 |
| 5.1 Clúster 1: Economías Agrícolas y Rurales                                                                  | 196 |
| 5.2 Clúster 2: Comercios Urbanos                                                                              | 198 |
| 5.3 Clúster 3: Trabajadores Itinerantes y de Movilidad Constante                                              | 201 |
| 5.4 Clúster 4: Oficios Especializados, Manufactura y Talleres                                                 | 204 |
| 6. Principales hallazgos                                                                                      | 207 |
| 7. Glosario Arquetipos Micronegocios                                                                          | 209 |







1

2

3

4

5

6

7

# 1. Introducción

Los micronegocios representan la mayor parte del aparato productivo colombiano. De acuerdo con la Encuesta de Micronegocios (EMICRON) del DANE, en 2024 existían cerca de 5,3 millones de estas unidades económicas en el país, que constituyen una fuente de trabajo e ingresos para millones de hogares. En su gran mayoría son negocios de trabajadores por cuenta propia y se concentran principalmente en el comercio (23,9%), las actividades agropecuarias (21,5%), el transporte y almacenamiento (11,9%) y la industria manufacturera (10,0%). El 35,4% es propiedad de mujeres, con una participación que varía de manera importante según el sector. Además, son un segmento marcado por la informalidad, pues en ese mismo año el 77,6% de los micronegocios no contaba con Registro Único Tributario (RUT), proporción que ascendió al 94,0% en los centros poblados y el área rural dispersa. Esta condición se refleja también en su relación con el sistema financiero, ya que entre los micronegocios que solicitaron un crédito el 22,9% recurrió a prestamistas informales o "gota a gota" y el 13,3% a familiares y amigos (DANE, 2025).

Estas unidades económicas de baja escala conforman un tejido productivo amplio, diverso y profundamente heterogéneo en sus características, necesidades, contextos y preferencias. Aunque herramientas como la EMICRON ofrecen un panorama sobre la evolución y las características de estas unidades, sus datos no alcanzan el nivel de desagregación necesario para capturar la heterogeneidad de los distintos subconjuntos.

Esta falta de información detallada y granular dificulta el diseño de productos y políticas públicas de inclusión financiera adecuadas, e induce a la generación de estereotipos o representaciones simplificadas que no reflejan la realidad de los micronegocios.

Para abordar la diversidad estructural de este segmento, organismos multilaterales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP, por sus siglas en inglés) recomiendan emplear prácticas de Diseño Centrado en el Usuario (DCU). Esta metodología busca brindar soluciones basadas en un profundo conocimiento de las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes, lo que permite llegar a soluciones específicas para el usuario evitando caer en soluciones universales o one-size-fits-all que no se adaptan (CGAP, 2014).

Una de las herramientas que permite resumir los hallazgos encontrados a través del DCU es la construcción de "arquetipos". Estos son representaciones detalladas que permiten organizar de manera estructurada los hallazgos de la investigación, por ejemplo, las motivaciones, necesidades, desafíos y comportamientos de las unidades económicas en su actividad productiva (CGAP, 2014). Los arquetipos trascienden los datos estadísticos generales y logran capturar cómo las características particulares de los dueños, las partes interesadas y el



1

2

3

4

5

6

7

entorno ejercen influencia sobre las decisiones del negocio. Al enfocarse en el usuario, permiten agrupar la vasta diversidad del sector en perfiles específicos con contextos y necesidades similares.

Los arquetipos se construyen principalmente desde una aproximación cualitativa. Ante la falta de datos granulares, la información se organiza alrededor de tres preguntas orientadoras: el qué, el cual identifica los atributos que moldean a la persona; el por qué, que determina sus motivaciones y capacidad de agencia para acceder a servicios; y el cómo, diferenciando los usos que da a los productos y los desafíos que limitan sus decisiones financieras. El resultado es una visión amplia del contexto, los hábitos, los riesgos y las preferencias financieras de los usuarios, algo especialmente valioso cuando se trata de poblaciones sobre las que existe poca información formal.

Con este propósito, Banca de las Oportunidades, con el apoyo de Econometría Consultores, desarrolló un estudio de métodos mixtos que dio lugar a la construcción de 24 arquetipos de micronegocios. Esta base de conocimiento permitirá a los proveedores de servicios financieros diseñar y ofrecer productos transaccionales, de ahorro, de financiamiento y de aseguramiento que respondan efectivamente a las realidades y desafíos cotidianos de estas unidades.

Los hallazgos encontrados en el estudio se resumen en tres frentes. Sobre el perfil de quienes lideran los micronegocios, la propiedad femenina se concentra en sectores como la confección, los alimentos, la salud y belleza y el comercio de barrio, donde alcanza entre el 50% y el 80% de los micronegocios, mientras que en actividades como la construcción, la carpintería y el transporte es mínima o inexistente. La edad promedio

de los propietarios está entre los 36 y los 56 años. Los oficios tradicionales y rurales suelen estar en manos de personas mayores de 50 años, lo que plantea retos de relevo generacional, y los perfiles más jóvenes se concentran en talleres mecánicos y tiendas de ropa y de tecnología. El nivel educativo también marca diferencias, en algunos arquetipos como los artesanos, las ferreterías y los restaurantes y bares más de la mitad de los propietarios tiene formación técnica o superior, y en otros, sobre todo rurales y de baja cualificación como los vendedores de chance y los maestros de obra, es casi inexistente.

En cuanto a la unidad productiva, los micronegocios son principalmente un asunto familiar. Estos funcionan como fuente de trabajo e ingresos para el hogar y la familia es su principal red de apoyo. En el día a día operan para sostener a los suyos, con jornadas de trabajo largas y una alta carga de estrés, pero con sentimiento de orgullo y motivación por seguir en el día a día con su negocio, salvo algunos arquetipos que se encuentran de forma transitoria en la actividad y que quisieran cambiar de oficio, como los domiciliarios y los mototaxistas. Son negocios con equipos muy pequeños, en varios arquetipos el propietario trabaja solo, con ingresos concentrados en los rangos bajos e intermedios, una fuerte estacionalidad en las ventas que dificulta planear las finanzas y con niveles de formalidad muy distintos entre arquetipos: las ferreterías y las tiendas de tecnología presentan los niveles más altos, mientras que los artesanos y los vendedores de chance operan casi por completo en la informalidad.

En materia de inclusión financiera, el hallazgo central es que la adopción de productos formales es baja, pero el interés por ellos es generalizado. Hay disposición a ahorrar, aunque muchos no saben cómo hacerlo y

predomina el ahorro por fuera del sistema financiero, con los riesgos de pérdida que esto implica. En crédito, las tasas de interés actuales que el sistema financiero ofrece, los requisitos, y el desconocimiento sobre cómo opera este producto se perciben como una barrera y varios arquetipos quedan por fuera del financiamiento formal, por lo que acuden a recursos propios, a la familia o a fuentes informales. En pagos, aunque se encuentra una mayor adopción, influenciada sobre todo por los requerimientos de los clientes de tener este tipo de opciones disponibles, el temor al fraude frena el uso de canales digitales y las tarjetas tienen poca acogida, con niveles de digitalización muy distintos entre arquetipos. Finalmente, el producto más rezagado son los seguros. Si bien los diferentes arquetipos son conscientes de los riesgos que pueden enfrentar sus negocios, no tienen formas de protección frente a estos más allá de medidas preventivas propias, como el mantenimiento de máquinas e instalaciones, el uso de elementos de seguridad en el oficio o la instalación de cámaras frente a los robos, y reconocen que, ante eventos mayores, como robos violentos o fenómenos climáticos extremos, no tienen cómo responder.

El documento está organizado en seis secciones, siendo la primera esta introducción. La segunda sección presenta el diseño metodológico del estudio, basado en un enfoque mixto de tipo secuencial explicativo. La tercera desarrolla un análisis comparativo de los 24 arquetipos a partir de la información cuantitativa y cualitativa recolectada. La cuarta presenta los arquetipos y sus fichas de caracterización. La quinta propone una segmentación en cuatro clústeres y recomendaciones de portafolios financieros diferenciados para cada uno de ellos. Finalmente, la sexta sección recoge las conclusiones del estudio.



1

2

3

4

5

6

7

## 2. Diseño metodológico

Este estudio se fundamenta teóricamente en el enfoque de Diseño Centrado en el Usuario (DCU), el cual corresponde a una perspectiva multidisciplinar que prioriza la participación de los usuarios para comprender sus contextos, capacidades, expectativas y necesidades. En coherencia con este enfoque, se adoptó un diseño de métodos mixtos de tipo secuencial explicativo, que permitió capturar en profundidad las diversas dinámicas de los micronegocios.

Para la selección de los arquetipos a construir, en un primer momento se trabajó con fuentes secundarias, entre ellas la Encuesta de Micronegocios (EMICRON), con el fin de segmentar el universo de unidades productivas informales y seleccionar los arquetipos que serían objeto de estudio. Con los arquetipos ya definidos, se diseñaron instrumentos propios orientados a su caracterización. El primero fue una encuesta, que constituyó la fuente de información primaria de tipo cuantitativo, en la que se abordaron principalmente los aspectos económicos y de inclusión financiera del micronegocio. El segundo correspondió a una fase de profundización cualitativa, en la cual se emplearon tres tipos de instrumentos (grupos focales, entrevistas y ejercicios de observación), los cuales buscaron explicar las dinámicas que los datos cuantitativos por sí solos no permitían dilucidar, como el origen del negocio, sus

comportamientos operativos y financieros, el grado de separación de la unidad económica con la unidad familiar, entre otros.

El alcance temático de cada arquetipo, recogido a través de la encuesta y los instrumentos cualitativos, abarca el perfil sociodemográfico y el nivel de inclusión financiera; el perfil actitudinal y motivacional; las características de su negocio y su entorno, incluyendo proveedores, clientes y competencia; la dinámica de su día a día; y sus necesidades, hábitos y preferencias financieras en términos de crédito, ahorro, pagos y transferencias, y seguros. Asimismo, el estudio permitió analizar los factores de riesgo a los que está expuesto el micronegocio, mapeando el grado de severidad y frecuencia percibida, considerando tanto factores estructurales como contingencias personales o contextuales<sup>1</sup>.

Los pasos que se siguieron para la identificación y construcción de los arquetipos fueron los siguientes:

<sup>1</sup> Para el análisis específico de la exposición a riesgos, la metodología incorpora el Marco de los Medios de Vida Sostenibles (MMVS) que provee un modelo holístico para entender cómo el acceso a productos financieros modula el impacto de los choques externos, reduce las vulnerabilidades estructurales y apoya la gestión estratégica de los activos productivos (Chambers & Conway) (Department for International Development (DFID)).



## Paso 1.

### Revisión documental y exploración de fuentes secundarias

Se realizó una exploración de la EMICRON para identificar, por un lado, las variables de análisis usadas en dicha encuesta para la caracterización de los micronegocios y, por otro, empezar a tener una primera caracterización a nivel de los 12 sectores productivos incluidos en la encuesta teniendo en cuenta variables de la persona dueña del negocio, aspectos operativos del negocio y el estado de inclusión financiera, lo que permitió comprender la conformación de estos negocios y los perfiles predominantes.

Estos perfiles y el análisis sectorial se presentaron en un taller con representantes del ecosistema financiero en donde se hizo evidente la importancia de ahondar de ciertas variables que ayudarían a mejorar el diseño de productos adaptados. Por ejemplo, en el caso de los productos transaccionales y de crédito, se especificó la importancia sobre el flujo de caja de los micronegocios, en especial teniendo en cuenta su grado de vulnerabilidad. Para las soluciones transaccionales, el acceso y uso de tecnología, mientras que, en seguros, el ciclo de vida de una persona influye en su percepción del riesgo y en las estimaciones de probabilidad de las aseguradoras. Por otra parte, se realizó una revisión documental para la identificación de las barreras que enfrentan las unidades productivas de baja escala en el acceso a productos financieros de ahorro, pago, crédito y aseguramiento, lo que aportó elementos para la construcción de los instrumentos de recolección.



## Paso 2.

### Priorización de arquetipos para la recolección de información

La EMICRON, además de ilustrar la caracterización de las personas dueñas del negocio, el negocio y el acceso a productos de crédito, ahorro y transacciones permitió dar fundamento para acotar el levantamiento de información a los mismos 12 departamentos. Además, se utilizó para priorizar los sectores económicos que concentran la mayor participación de micronegocios a nivel nacional, los cuales corresponden a: comercio, agricultura, transporte, manufactura, actividades artísticas y alojamiento. Dentro de estos sectores priorizados, y con el fin de lograr un mayor grado de desagregación de la EMICRON, se utilizó el mayor nivel de desagregación del Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU), junto con la información del RUES que, si bien tiene solo la información de empresas formales, permitió tener una idea de las actividades con más peso en los micronegocios. Esto permitió superar categorías amplias como "comercio" y llegar a actividades económicas más específicas, como una tienda de accesorios tecnológicos para computadores y celulares.

Una vez definidos los 24 arquetipos, se procedió al diseño de los instrumentos necesarios para su caracterización.

## Paso 3.

### Diseño de la recolección cuantitativa y trabajo de campo

El diseño muestral cuantitativo tuvo un carácter descriptivo y no representativo, estructurado para aportar evidencia sobre el acceso, el uso y la percepción de los servicios financieros por parte de los micronegocios. El tamaño de la muestra fue de 223 encuestas distribuidas en los 12 departamentos siguiendo la delimitación territorial establecida por la EMICRON. Se priorizaron las ciudades capitales y sus respectivas áreas metropolitanas, asegurando la viabilidad operativa y la comparabilidad.

La asignación del volumen de encuestas se realizó de forma proporcional al peso relativo de cada uno de estos sectores en la economía, distribuyéndose posteriormente la cuota de cada sector de manera uniforme a través de los 12 departamentos, lo que se tradujo en un promedio de 17 encuestas aplicadas por cada territorio (ver tabla 1)<sup>2</sup>.

2 Antes de salir a campo, se realizó una prueba piloto de 10 encuestas en cinco sectores económicos. Se piloteó el formulario, la logística y la selección de la muestra, cuyos resultados llevaron a ajustes menores en los instrumentos (ver instrumentos en Anexo 1).

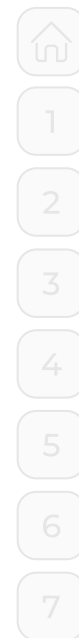


Tabla 1 Número de encuestas realizadas por prototipos de arquetipos

| PROTOTIPOS DE ARQUETIPOS                                                                                                                           | ENCUESTAS REALIZADAS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 1. Un taller mecánico dedicado al mantenimiento y la reparación de automóviles y motos                                                             | 12                   |
| 2. Una tienda de barrio o supermercado pequeño, no especializado, que vende principalmente alimentos y bebidas                                     | 12                   |
| 3. Una tienda pequeña de ropa y accesorios                                                                                                         | 15                   |
| 4. Una ferretería pequeña que vende herramientas, pinturas y productos de vidrio                                                                   | 12                   |
| 5. Una tienda de accesorios tecnológicos para computadores y celulares                                                                             | 11                   |
| 6. Pequeño productor pecuario mixto (bovino, porcino, avícola)                                                                                     | 23                   |
| 7. Pequeño acuicultor                                                                                                                              | 4                    |
| 8. Agricultor enfocado en horticultura (tubérculos, hortalizas, granos, etc.)                                                                      | 10                   |
| 9. Fruticultor, dedicado al cultivo de frutas de distintos tipos según la región                                                                   | 6                    |
| 10. Agricultor especializado (caficultor, floricultor, cacaoero, etc.)                                                                             | 6                    |
| 11. Domiciliarios. Micronegocios (trabajadores independientes) dedicados a la entrega a domicilio de comidas, paquetes o mercados.                 | 14                   |
| 12. Mototaxistas. Micronegocios (trabajadores independientes) que ofrecen servicio de transporte de pasajeros en motocicleta o vehículos similares | 9                    |
| 13. Una empresa de almacenamiento y depósito                                                                                                       | 5                    |
| 14. Una panadería                                                                                                                                  | 7                    |
| 15. Un micronegocio de elaboración de comidas y platos preparados                                                                                  | 10                   |
| 16. Un taller de confección de prendas de vestir                                                                                                   | 5                    |
| 17. Una carpintería/ebanistería o una fábrica de muebles                                                                                           | 6                    |
| 18. Artesanos                                                                                                                                      | 5                    |
| 19. Un salón de belleza o peluquería                                                                                                               | 12                   |
| 20. Un negocio ambulante de venta de chance                                                                                                        | 12                   |
| 21. Un establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas (bar, taberna).                                                                      | 7                    |
| 22. Un negocio de hospedaje, como un hotel o un alojamiento rural                                                                                  | 5                    |
| 23. Un restaurante / cafetería con servicio a la mesa                                                                                              | 7                    |
| 24. Un vendedor ambulante de comidas preparadas                                                                                                    | 8                    |
| <b>Total</b>                                                                                                                                       | <b>223</b>           |

Fuente: Elaboración propia



1

2

3

4

5

6

7



El análisis de la información cuantitativa constituyó un insumo clave para orientar el diseño cualitativo, que fue el principal método utilizado en la construcción de los arquetipos. A partir de la información recopilada para cada arquetipo, se identificaron dinámicas asociadas con los cuatro productos objeto de análisis del estudio: pagos y transacciones, crédito, ahorro y seguros, así como vacíos de información. Estos vacíos fueron posteriormente abordados en los ejercicios cualitativos, profundizando en la comprensión del porqué y el cómo de dichas dinámicas.

## Paso 4.

### Diseño de la recolección cualitativa y trabajo de campo

El diseño muestral para la fase cualitativa adopta como punto de referencia la misma distribución geográfica del componente cuantitativo. Para lograr una inmersión profunda en las realidades operativas y financieras de cada perfil, el diseño estipuló la ejecución metodológica de un grupo focal, dos entrevistas en profundidad y dos observaciones participantes por cada arquetipo, lo que representó un total de diez ejercicios cualitativos individuales por municipio<sup>3</sup>.

El proceso de asignación territorial inició distribuyendo los sectores económicos en los municipios según su nivel de participación en la economía local, tomando como parámetro oficial los datos arrojados por la EMICRON. Esta distribución se ejecutó de manera escalonada y progresiva, comenzando intencionalmente por aquellos sectores con

<sup>3</sup> ver instrumentos en Anexo 2



menor volumen general de micronegocios a nivel nacional, como el de alojamiento y servicios de comida, con la finalidad de asegurar su adecuada representación en el conjunto final. Una vez que los sectores quedaron definidos y emplazados para cada municipio, la asignación final de los arquetipos específicos se llevó a cabo aplicando una técnica de muestreo por conveniencia<sup>4</sup>.

En total se realizaron 24 grupos focales, 48 entrevistas y 48 observaciones participantes en 12 municipios (ver tabla 2), para un total de 120 ejercicios.

<sup>4</sup> Antes de realizar el operativo de campo cualitativo se llevó a cabo la prueba piloto que constó de seis ejercicios (3 grupos focales y 3 entrevistas) en tres subsectores.

El principal reto se evidenció en el sector agrícola, particularmente en dos arquetipos: el agricultor enfocado en horticultura (tubérculos, hortalizas, granos, entre otros) y el fruticultor. La presencia de productores multiproducto dificultó la delimitación clara de las etapas de preproducción, producción, posproducción y comercialización de los productos.

Como resultado de la prueba, se decidió ajustar el enfoque del subsector hacia vendedores de su propia producción, ya fuera en plazas de mercado con clientes finales o mediante comercialización directa en sus veredas. Adicionalmente, se identificó la ausencia del perfil de maestros de obra, el cual fue incorporado posteriormente.





Tabla 2 Distribución de la recolección cualitativa

| DEPARTAMENTO    | MUNICIPIO    | ARQUETIPO                                                                               |
|-----------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Santander       | Bucaramanga  | 1: Un taller mecánico dedicado al mantenimiento y la reparación de automóviles y motos. |
| Cauca           | Popayán      | 2: Una tienda de barrio o supermercado pequeño                                          |
| Antioquia       | Medellín     | 3: Una tienda pequeña de ropa y accesorios.                                             |
| Tolima          | Ibagué       | 4: Una ferretería pequeña                                                               |
| Nariño          | Pasto        | 5: Una tienda de accesorios tecnológicos para computadores y celulares.                 |
| Santander       | Bucaramanga  | 6: Pequeño productor pecuario mixto (bovino, porcino, avícola)                          |
| Nariño          | Pasto        | 7: Pequeño acuicultor                                                                   |
| Tolima          | Ibagué       | 8: Productor y Comerciante Plazas mercado                                               |
| Bolívar         | Cartagena    | 9: Maestros de obras                                                                    |
| Cauca           | Popayán      | 10: Agricultor especializado (caficultor, floricultor, cacaotero, etc.                  |
| Bogotá          | Bogotá       | 11: Domiciliarios                                                                       |
| Bolívar         | Cartagena    | 12: Mototaxistas                                                                        |
| Cundinamarca    | Silvania     | 13: Una empresa de almacenamiento y depósito                                            |
| Tolima          | Ibagué       | 14: Una panadería                                                                       |
| Bogotá          | Bogotá       | 15: Un micronegocio de elaboración de comidas y platos preparados                       |
| Antioquia       | Medellín     | 16: Un taller de confección de prendas de vestir.                                       |
| Sucre           | Sincelejo    | 17: Una carpintería/ebanistería o una fábrica de muebles.                               |
| Caquetá         | Florencia    | 18: Artesanos.                                                                          |
| Valle del Cauca | Cali         | 19: Un salón de belleza o peluquería.                                                   |
| Atlántico       | Barranquilla | 20: Un negocio ambulante de venta de chance                                             |
| Sucre           | Sincelejo    | 21: Un establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas (bar, taberna).           |
| Atlántico       | Barranquilla | 22: Un negocio de hospedaje, como un hotel o un alojamiento rural.                      |
| Caquetá         | Florencia    | 23: Un restaurante / cafetería con servicio a la mesa                                   |
| Valle del Cauca | Cali         | 24: Un vendedor ambulante de comidas preparadas.                                        |

Fuente: Elaboración propia



## Paso 5.

### Procesamiento y análisis de la información para la conformación de los arquetipos

El proceso descrito anteriormente permitió contar con la información pertinente para la construcción de los 24 arquetipos. Cada arquetipo se

fue enriqueciendo con la información cuantitativa y cualitativa obtenida hasta llegar a una representación detallada que engloba el contexto, hábitos, necesidades, riesgos y preferencias financieras.

A continuación, se ilustran los pasos descritos.

**Figura 1 Metodología para la construcción de los arquetipos**



Fuente: Elaboración propia



## Descripción de los arquetipos

A continuación, se presenta el listado de arquetipos construidos.

Tabla 3 Arquetipos del estudio

| SECTOR ECONÓMICO | ARQUETIPOS                                                                                                                | DESCRIPCIÓN RESUMIDA                                                                                                        |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Comercio         | Arquetipo 1: Taller mecánico dedicado al mantenimiento y la reparación de automóviles y motos.                            | Establecimientos como servitecas de barrio, talleres de latonería y pintura, o mecánicos de motocicletas.                   |
|                  | Arquetipo 2: Una tienda de barrio o supermercado pequeño, no especializado, que vende principalmente alimentos y bebidas. | Incluye tiendas de esquina clásicas, minimercados familiares, revuelterías y negocios de venta de abarrotes.                |
|                  | Arquetipo 3: Una tienda pequeña de ropa y accesorios.                                                                     | Boutiques independientes de prendas de vestir y pequeños locales ubicados en galerías o barrios comerciales.                |
|                  | Arquetipo 4: Una ferretería pequeña que vende herramientas, pinturas y productos de vidrio.                               | Ferreterías de barrio, vidrierías y pinturerías independientes que proveen materiales básicos para construcción o el hogar. |
|                  | Arquetipo 5: Una tienda de accesorios tecnológicos para computadores y celulares.                                         | Locales o islas comerciales orientados a la venta de repuestos y a la prestación de servicio técnico.                       |

| SECTOR ECONÓMICO    | ARQUETIPOS                                                                                                                                                                                               | DESCRIPCIÓN RESUMIDA                                                                                                     |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Agricultura</b>  | Arquetipo 6: Pequeño productor pecuario mixto (bovino, porcino, avícola)                                                                                                                                 | Productores enfocados en la cría y levante de animales que combinan actividades porcinas, avícolas o de ganadería.       |
|                     | Arquetipo 7: Pequeño acuicultor                                                                                                                                                                          | Productores dedicados a la piscicultura y cría de especies acuáticas, primordialmente tilapia, trucha o cachama.         |
|                     | Arquetipo 8: Productores agrícolas que venden a intermediarios de plazas de mercado <sup>1</sup>                                                                                                         | Agricultores que comercializan directamente su producción final                                                          |
|                     | Arquetipo 10: Agricultor especializado (caficultor, floricultor, cacaotero, etc.)                                                                                                                        | Cultivadores centrados en productos con dinámicas específicas de mercado, tales como el café, las flores o el cacao.     |
| <b>Construcción</b> | Arquetipo 9: Maestro de Obra <sup>2</sup>                                                                                                                                                                | Trabajadores dedicados a la construcción y remodelación (obra civil, acabados, mantenimiento de vivienda)                |
| <b>Transporte</b>   | Arquetipo 11: Domiciliarios. Micronegocios (trabajadores independientes) dedicados a la entrega a domicilio de comidas, paquetes o mercados.                                                             | Trabajadores que operan mediante plataformas digitales o acuerdos directos con negocios locales utilizando motocicletas. |
|                     | Arquetipo 12: Mototaxistas. Micronegocios (trabajadores independientes) que ofrecen servicio de transporte de pasajeros en motocicleta o vehículos similares como los “tuc tuc”, a cambio de una tarifa. | Prestadores de transporte urbano masivo que operan desde paraderos improvisados para cubrir trayectos de última milla.   |
|                     | Arquetipo 13: Una empresa de almacenamiento y depósito                                                                                                                                                   | Negocios que alquilan bodegas y espacios reducidos para importadores o comerciantes en zonas industriales.               |

<sup>1</sup> Dados los ajustes derivados de la prueba piloto, donde se decidió reemplazar dos de los arquetipos agro por los perfiles de maestro de obra y vendedor de plaza de mercado, estos perfiles tienen solamente información cualitativa.

<sup>2</sup> Dados los ajustes derivados de la prueba piloto, donde se decidió reemplazar dos de los arquetipos agro por los perfiles de maestro de obra y vendedor de plaza de mercado, estos perfiles tienen solamente información cualitativa.

| SECTOR ECONÓMICO                   | ARQUETIPOS                                                                                                                                                                                                       | DESCRIPCIÓN RESUMIDA                                                                                             |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Manufactura                        | Arquetipo 14: Una panadería                                                                                                                                                                                      | Establecimientos de barrio especializados en hornear y vender su propio pan y productos afines.                  |
|                                    | Arquetipo 15: Un micronegocio de elaboración de comidas y platos preparados.                                                                                                                                     | Unidades dedicadas a fabricar dulces tradicionales, empanadas, tamales o platos típicos listos para el consumo.  |
|                                    | Arquetipo 16: Un taller de confección de prendas de vestir.                                                                                                                                                      | Maquilas y talleres satélite que prestan servicios de costura y ensamble textil en distintos barrios y ciudades. |
|                                    | Arquetipo 17: Una carpintería/ebanistería o una fábrica de muebles.                                                                                                                                              | Talleres orientados al diseño y fabricación de cocinas, puertas y muebles sobre pedido.                          |
|                                    | Arquetipo 18: Artesanos. Un micronegocio dedicado a la producción manual de objetos utilitarios o decorativos, usando técnicas tradicionales, artísticas o creativas (no incluye confección de ropa industrial). | Productores de joyería, marroquinería, cerámica, instrumentos y tejidos utilizando diversos materiales y fibras. |
| Actividades artísticas y servicios | Arquetipo 19: Un salón de belleza o peluquería.                                                                                                                                                                  | Negocios de cuidado personal a nivel local que abarcan peluquerías unisex, barberías y salones de manicure.      |
|                                    | Arquetipo 20: Un negocio ambulante de venta de chance                                                                                                                                                            | Vendedores de lotería y juegos de azar situados en plazas públicas y zonas de alta circulación peatonal.         |
| Alojamiento y comida               | Arquetipo 21: Un establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas (bar, taberna).                                                                                                                          | Estaderos, cigarrerías, bares de barrio y lugares destinados al esparcimiento y consumo de licor.                |
|                                    | Arquetipo 22: Un negocio de hospedaje, como un hotel o un alojamiento rural.                                                                                                                                     | Emprendimientos orientados a ofrecer posada, como hostales, pequeños hoteles de centro histórico y fincas.       |
|                                    | Arquetipo 23: Un restaurante / cafetería con servicio a la mesa.                                                                                                                                                 | Establecimientos gastronómicos fijos que sirven menú del día, comida local típica o asaderos.                    |
|                                    | Arquetipo 24: Un vendedor ambulante de comidas preparadas.                                                                                                                                                       | Negocios móviles en el espacio público dedicados a la venta de comidas rápidas, fritos y tintos.                 |

Fuente: Elaboración propia



1

2

3

4

5

6

7



# 3. Análisis comparativo entre arquetipos

El presente capítulo tiene como objetivo realizar un análisis comparativo y descriptivo de los 24 arquetipos identificados en el marco del estudio, de la información cuantitativa y cualitativa recogida. Este ejercicio permite observar las tendencias, similitudes y necesidades particulares manifestadas por los participantes de la muestra frente al ecosistema financiero. Este análisis posee un carácter ilustrativo, centrado en la caracterización de las unidades económicas que formaron parte de la recolección de información. Dado que el estudio no buscaba una representatividad estadística poblacional, los hallazgos aquí expuestos describen el comportamiento y la realidad de los perfiles consultados, sin pretender realizar inferencias estadísticas sobre el universo total de micronegocios.



Para la presentación de los resultados, se priorizaron aquellos indicadores que mejor capturan la esencia del comportamiento productivo y financiero observado. Los hallazgos cuantitativos se presentan organizados en tres grandes ejes temáticos:

- **Características generales de los propietarios:** este bloque analiza variables demográficas, actitudinales, sectoriales y de entorno que configuran el contexto de operación de los propietarios de la muestra.
- **Características de las unidades productivas:** este bloque analiza la situación financiera, el uso de tecnología, los riesgos que enfrentan los micronegocios en el ejercicio de su actividad productiva.
- **Inclusión financiera:** un análisis sobre el acceso, uso, hábitos de ahorro, pagos, crédito y aseguramiento, las experiencias de financiación reportadas por los micronegocios consultados y las expectativas hacia el sector financiero.

Por su parte, los hallazgos cualitativos se organizan también en tres bloques temáticos:

- **Origen y trayectoria de los negocios:** se analizan las razones que dieron origen a los micronegocios y la visión a futuro que tienen sus

propietarios sobre el crecimiento o la consolidación de su actividad.

- **Entorno operativo y competitivo:** se examinan los insumos utilizados, la relación con proveedores y las formas de pago, la principal competencia que enfrentan y los patrones de estacionalidad en sus ventas o trabajo.
- **Relación con el ecosistema financiero y manejo de riesgos:** se analiza la percepción y el uso de los productos de ahorro, crédito, pagos digitales y seguros, así como las estrategias que emplean los propietarios para prevenir y afrontar riesgos e imprevistos.

A continuación, se detalla el comportamiento observado en los arquetipos para cada uno de estos ejes estratégicos.

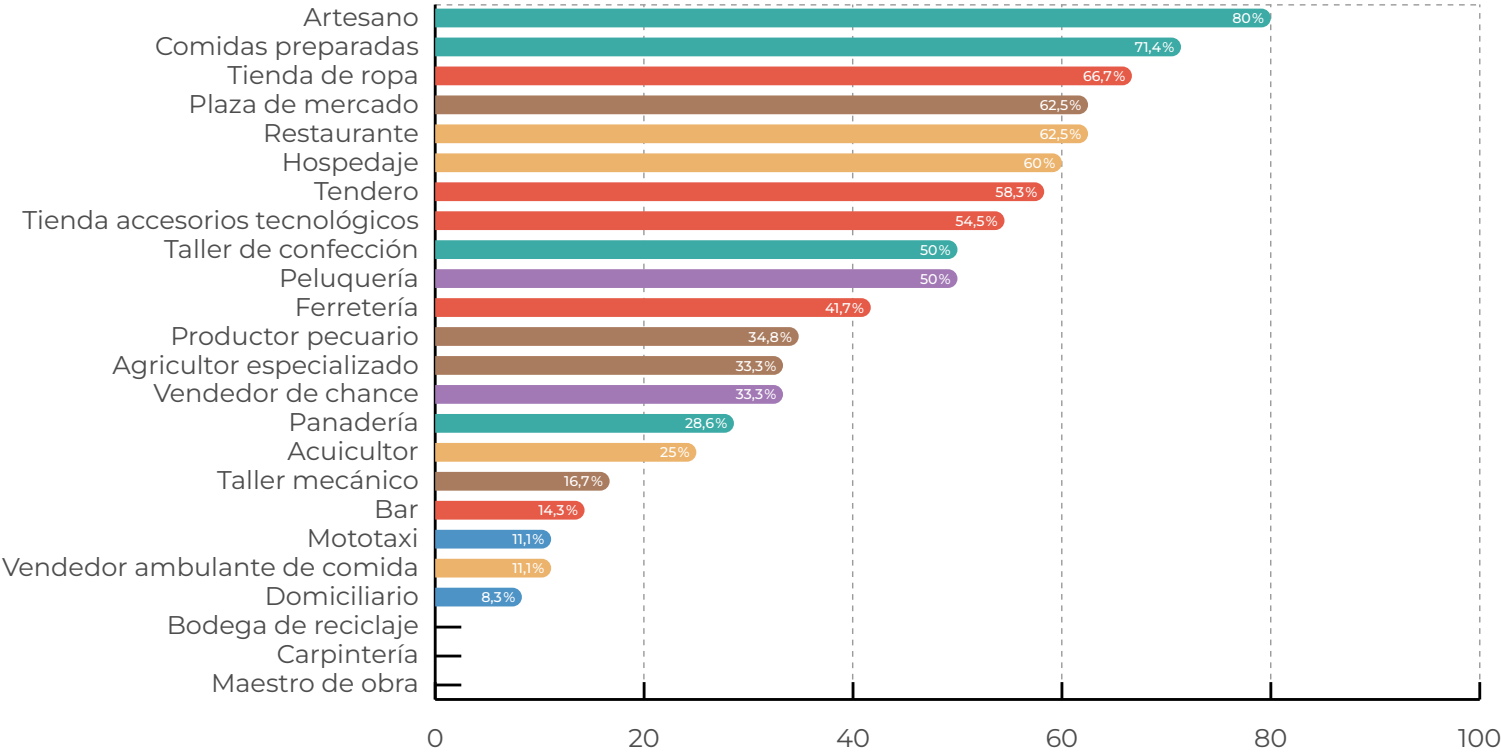
## 3.1 Caracterización de los propietarios de las unidades económicas

Al analizar la proporción de unidades lideradas por mujeres, se observa una marcada heterogeneidad de género por actividad económica.

Los sectores tradicionales de confección, alimentos, salud y belleza, junto con el comercio de barrio, presentan una participación femenina que oscila entre el 50% y el 80%, consolidándose como nichos clave para el emprendimiento de mujeres. En contraste, actividades relacionadas con la construcción, la carpintería, el transporte y el almacenamiento registran una nula o mínima participación femenina en la propiedad, evidenciando brechas significativas (gráfico 1).



Gráfico 1: Proporción de micronegocios que son propiedad de mujeres



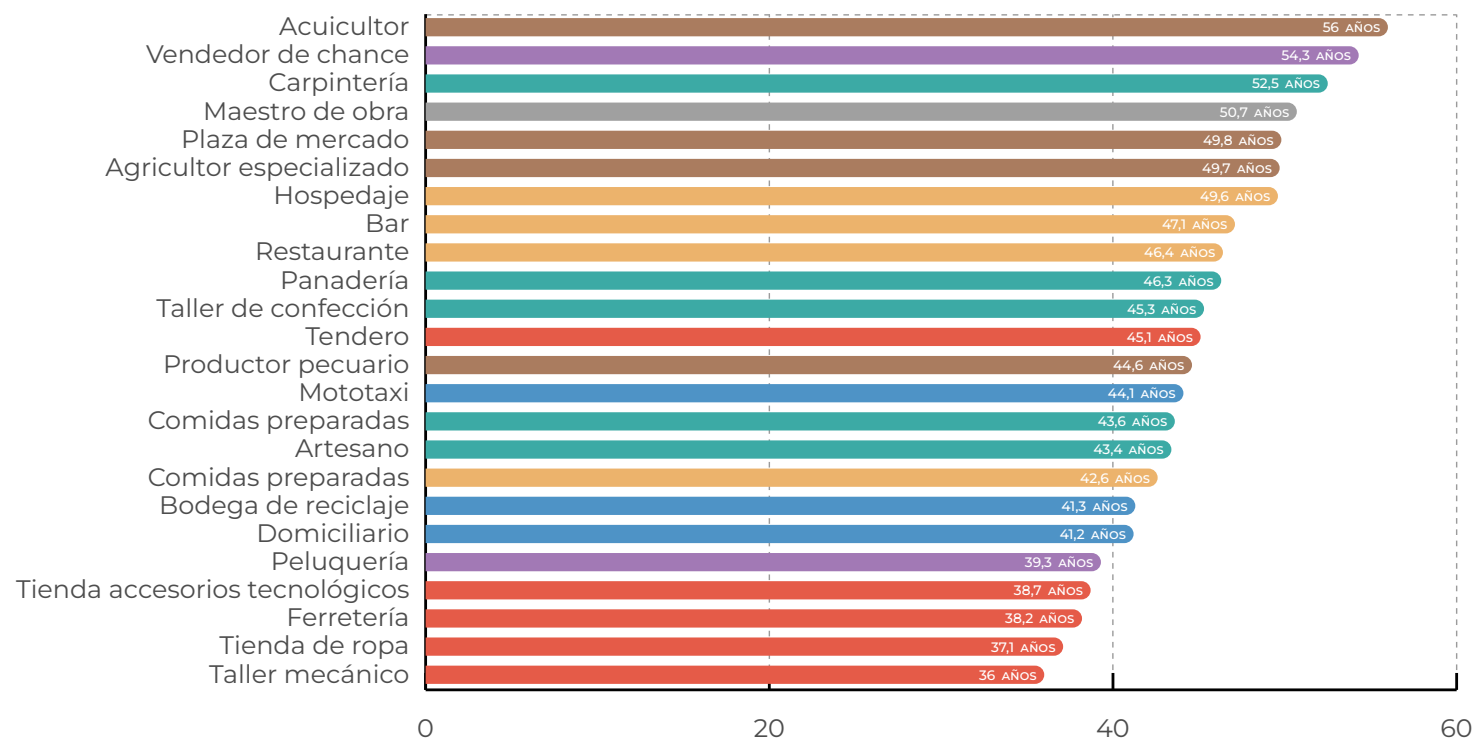
Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria

Otro factor determinante en la configuración de los arquetipos es la madurez generacional de quienes lideran estas unidades económicas. Los datos muestran que la edad de los arquetipos oscila entre los 36 y los 56 años, situando a la mayoría de los propietarios en una etapa de vida de plena actividad productiva y responsabilidades familiares.

Se observa que actividades tradicionales y rurales, como la de los

pequeños acuicultores, carpinteros y maestros de obra, tienden a ser lideradas por personas de mayor edad (superando los 50 años), lo que sugiere una acumulación de experiencia técnica, pero también posibles desafíos en el relevo generacional. Por el contrario, los perfiles más jóvenes se concentran en sectores como el de talleres mecánicos, tiendas de ropa y accesorios tecnológicos, con promedios de edad por debajo de los 40 años (gráfico 2).

Gráfico 2: Edad promedio del propietario del micronegocio



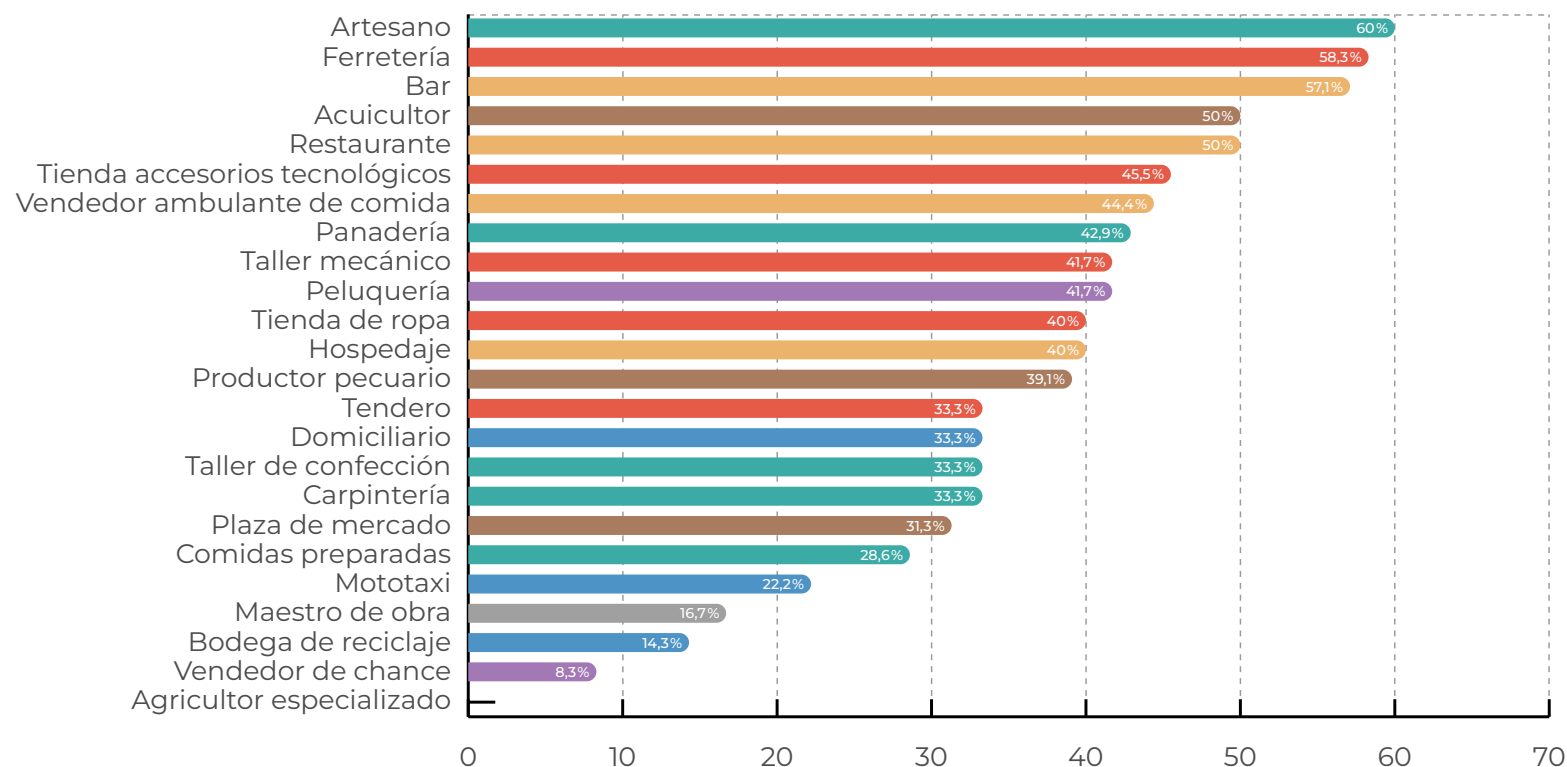
Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria

Así mismo, el nivel educativo de los propietarios constituye una variable crítica para entender la capacidad de gestión administrativa y del negocio. Al analizar el porcentaje de unidades económicas lideradas por personas con formación técnica o superior, se evidencia una brecha educativa notable entre los distintos arquetipos.

Grupos vinculados a las artesanías, el comercio especializado (como

ferreterías) y establecimientos de servicios (restaurantes y bares) presentan los niveles de profesionalización más altos, superando en varios casos el 50%. Por el contrario, en los arquetipos de base primaria y servicios de baja cualificación, como el de vendedores de chance y maestros de obra, el acceso a la educación formal técnica o superior es significativamente menor, llegando incluso a ser inexistente en algunos perfiles rurales encuestados.

Gráfico 3: Porcentaje de micronegocios cuyo propietario tiene educación técnica o superior



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria

Un componente esencial para entender la vulnerabilidad o resiliencia de los propietarios de estas unidades es su nivel de protección social. Para este análisis, se construyó el Índice de Seguridad Social, el cual mide el grado de aseguramiento en salud y pensión en una escala de 0 a 1. Este índice se calcula de la siguiente manera: se asigna un valor de 1 si el

propietario cotiza al régimen contributivo o especial<sup>1</sup> y, simultáneamente, cotiza a pensión o ya es pensionado. Así tendría un valor de 0,5 si cumple con solo uno de estos dos requisitos y un valor de 0 si no cuenta con ninguna de las dos coberturas.

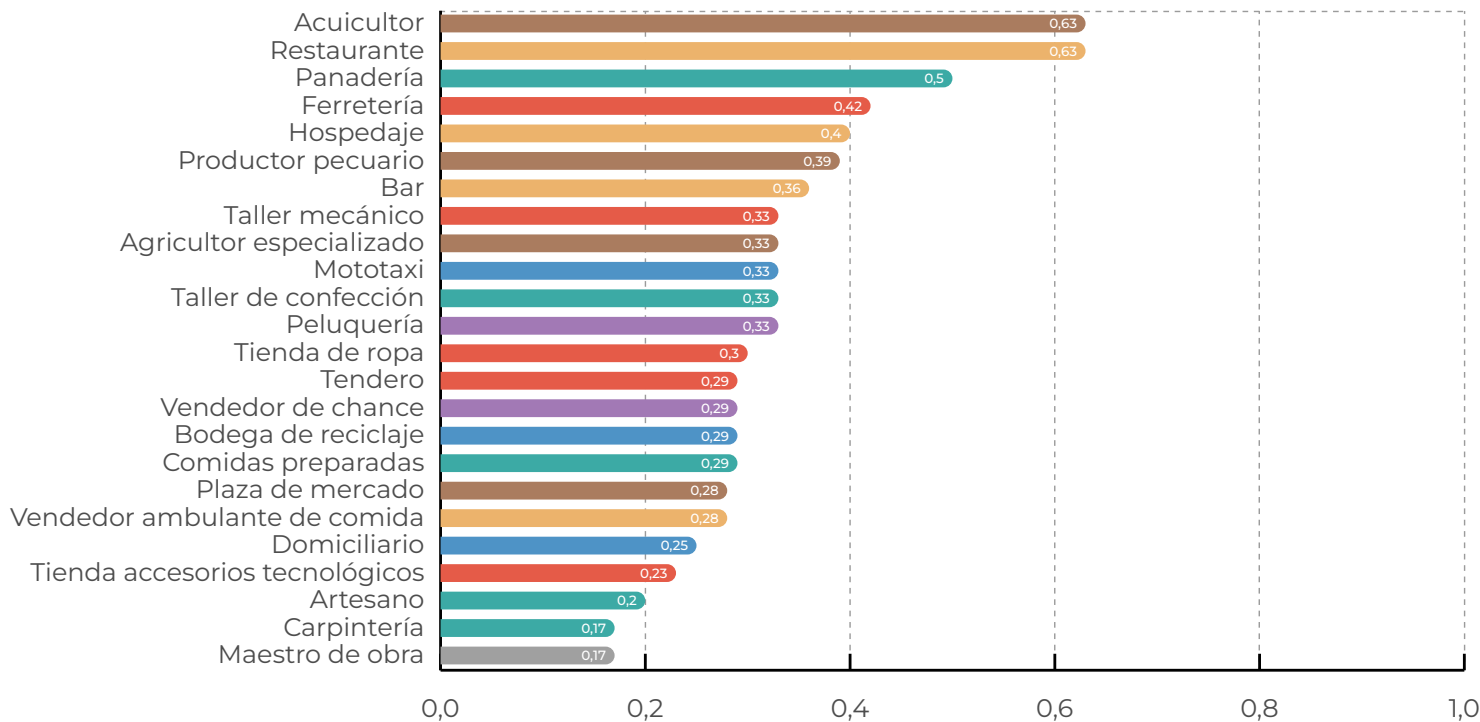
<sup>1</sup> Fuerzas Armadas, Ecopetrol o universidades públicas



Los resultados muestran niveles de aseguramiento bajos en la mayoría de los arquetipos, con un promedio que solo en dos ocasiones se supera el umbral de 0,5. Los propietarios de restaurantes y pequeños acuicultores<sup>2</sup> lideran el índice con un 0,63, lo que indica una mayor tendencia

hacia la formalidad prestacional. En el extremo opuesto se encuentran sectores como la carpintería y los maestros de obra (con un índice de 0,17), donde predomina la desprotección total.

Gráfico 4: Índice de seguridad social promedio de los propietarios de los micronegocios (entre 0 a 1)



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria

2 Es importante resaltar que los pequeños acuicultores seleccionados en la muestra tenían características particulares que los diferencian de manera importante de los demás micronegocios. Principalmente, se encuestaron y entrevistaron personas pertenecientes a asociaciones de productores y con experiencia de años el sector financiero gracias a esta asociatividad.





1

2

3

4

5

6

7

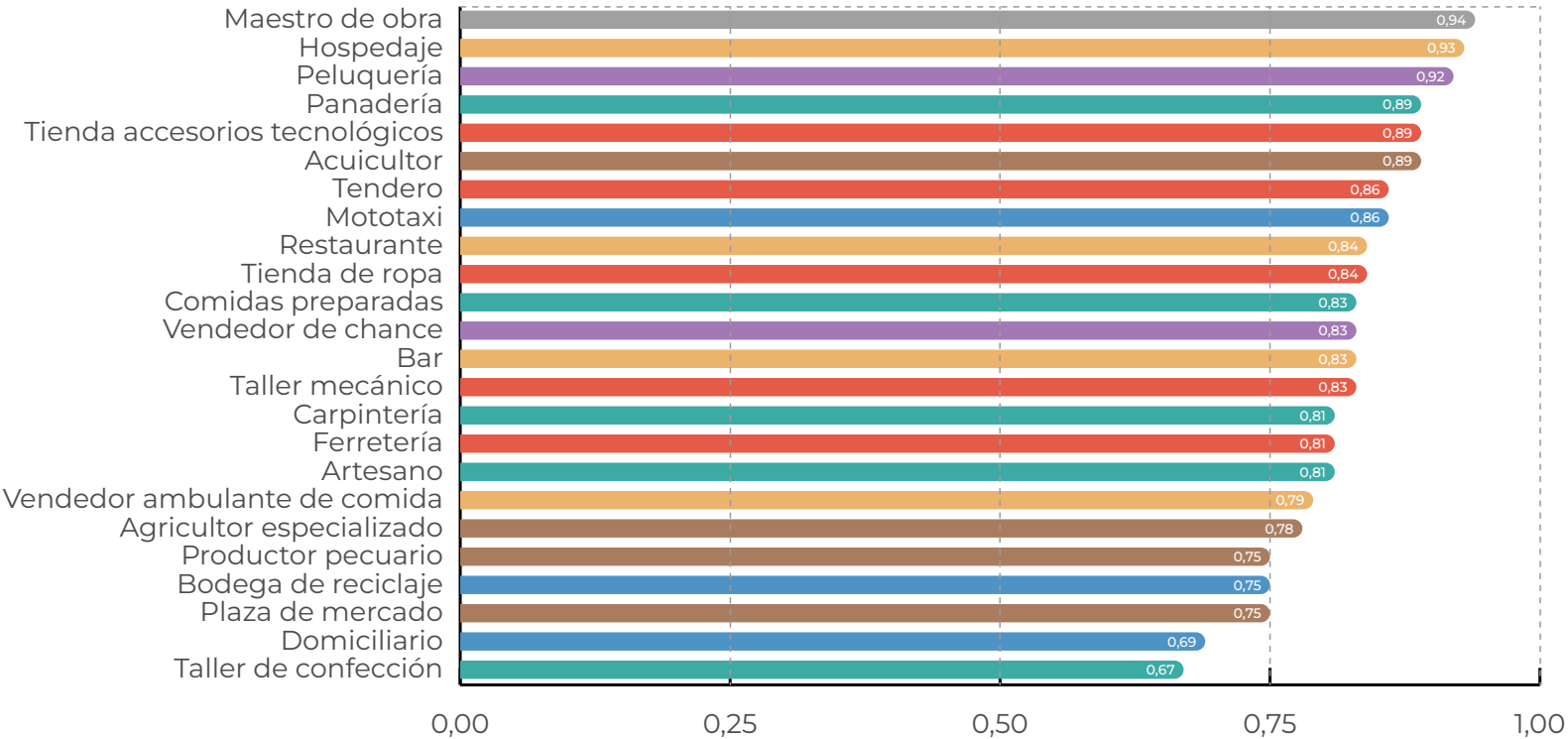


Más allá de las condiciones socioeconómicas, el análisis de los arquetipos incluye una dimensión actitudinal a través de diferentes índices (paciencia, aversión al riesgo, aversión a la pérdida y confianza en los demás), evaluándose la relación de esos indicadores con indicadores de acceso a productos y servicios financieros (resultados que se presentan en el anexo 1).

En términos generales, para la interpretación de los índices actitudinales incluidos en el estudio, se estableció una escala de evaluación estandarizada que categoriza los resultados en tres rangos: de 0,0 a 0,3 como un nivel bajo, de 0,3 a 0,6 como un nivel medio, y de 0,6 en adelante como un nivel alto.

El primer indicador analizado es el Índice de Paciencia. Este indicador, escalado de 0 a 1, captura la autorregulación y la resiliencia emocional de los propietarios ante situaciones de espera o estrés financiero. Un valor cercano a 1 identifica a personas con una alta capacidad de mantener la calma y una visión de largo plazo frente a las dificultades, mientras que un valor cercano a 0 describe perfiles con una mayor tendencia a la impulsividad o menor tolerancia a la frustración en contextos críticos. Se evidencia que la paciencia se ubica de manera homogénea en un nivel alto (0,6 en adelante) para la totalidad de los 24 arquetipos evaluados. Los niveles más sobresalientes se registran en los maestros de obra de construcción (0,94) y hospedajes (0,93), mientras que los puntajes más moderados dentro de este rango superior —aunque igualmente altos— corresponden a los domiciliarios (0,69) y a los talleres de confección (0,67) (gráfico 5).

Gráfico 5: índice de paciencia promedio de los propietarios de las unidades económicas (de 0 a 1)



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria

Para complementar el perfil conductual de los propietarios, se analizó el Índice de Aversión al Riesgo, una métrica que evalúa la disposición de los propietarios para asumir incertidumbre en sus decisiones de inversión y negocio. Este indicador se escala de 0 a 1, donde un valor de 1 identifica a una persona totalmente aversa al riesgo (que prefiere la seguridad extrema sobre la rentabilidad), mientras que un valor de 0

representa a un perfil con alta tolerancia al riesgo o "buscador de riesgo".

Los resultados indican que la mayoría de los arquetipos mantienen una postura conservadora frente al riesgo, situándose mayoritariamente por encima del umbral de 0,5. Esta cautela generalizada en la mayoría de los grupos es un factor crítico para las entidades financieras, ya que implica

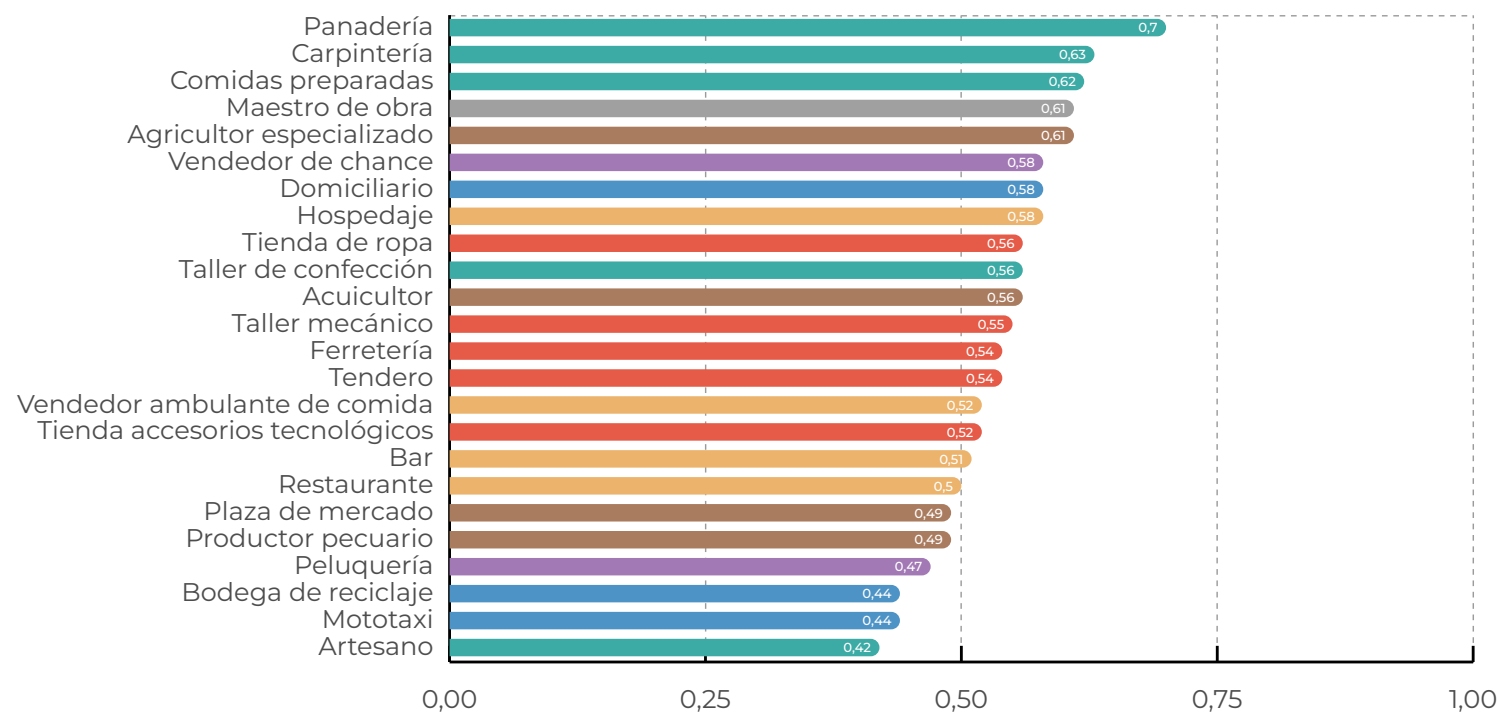


que la adopción de nuevos productos o créditos dependerá de qué tan "seguros" y predecibles sean percibidos por estos propietarios.

Al analizar el nivel de aversión al riesgo promedio de los propietarios de las unidades económicas se evidencia que ningún arquetipo se ubica en el rango bajo (0,0 a 0,3). El nivel medio (0,3 a 0,6) concentra a la

gran mayoría con diecinueve arquetipos, registrando los puntajes más moderados en artesanos (0,42) y servicios de transporte de pasajeros junto a empresas de almacenamiento (0,44). Por último, en el nivel alto (0,6 en adelante) se sitúa un grupo seleccionado de cinco sectores con posturas más conservadoras en cuanto a esta materia, liderado por las panaderías, seguidas por carpinterías.

Gráfico 6: índice de aversión al riesgo promedio de los propietarios de los micronegocios (de 0 a 1)



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



1

2

3

4

5

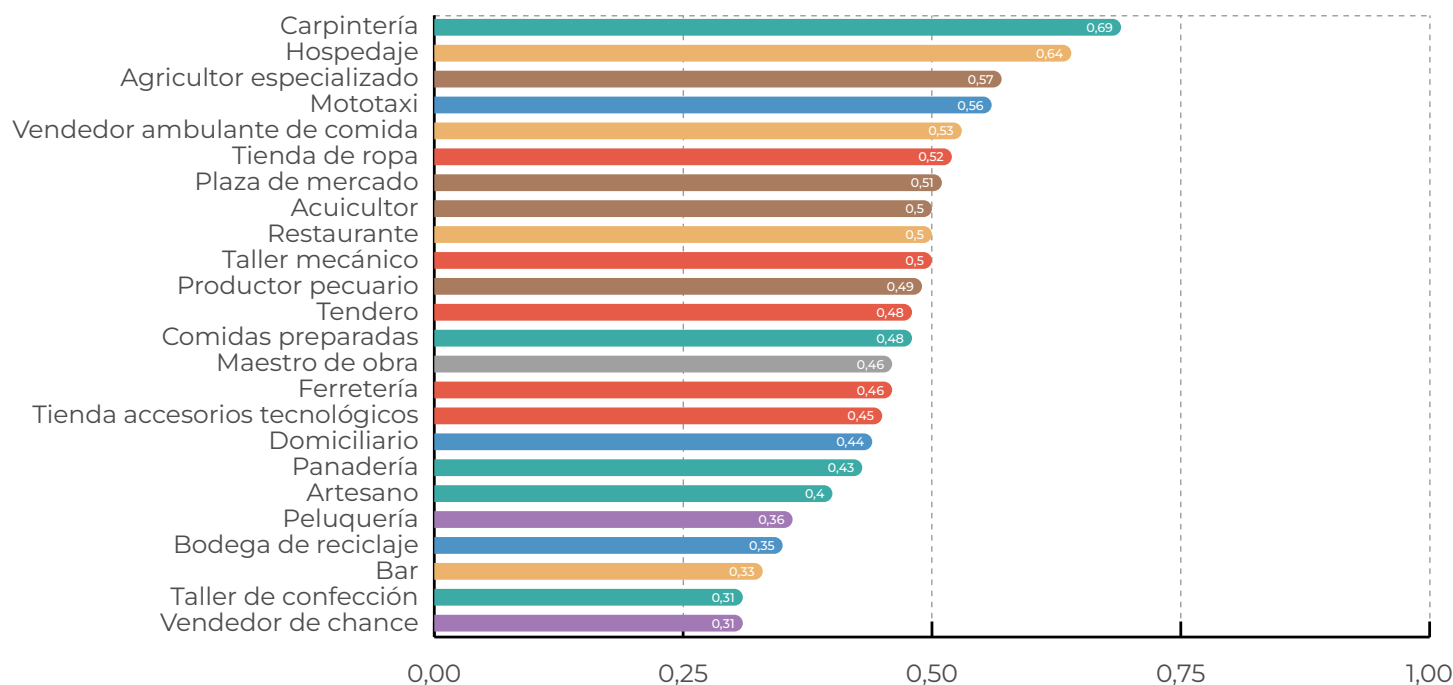
6

7

Como complemento al análisis del comportamiento, se evaluó el Índice de Confianza en los demás, un indicador que mide la percepción de seguridad y fiabilidad que los propietarios tienen sobre su entorno y, especialmente, sobre las instituciones financieras. Este índice se estructura en una escala de 0 a 1, donde 1 representa una confianza plena y 0 identifica un perfil extremadamente desconfiado. Este factor es un determinante crítico para la inclusión financiera, ya que la confianza actúa como el "pegamento" que facilita la adopción de productos formales y la delegación de la custodia de los recursos propios a terceros.

Al analizar el nivel de confianza en promedio de los propietarios de las unidades económicas se evidencia que ningún arquetipo se ubica en el rango bajo. El nivel medio concentra a la gran mayoría con veintidós arquetipos, registrando los puntajes más moderados en el negocio ambulante de venta de chance y el taller de confección junto al establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas. Por último, en el nivel alto se sitúa un grupo seleccionado de dos sectores con posturas más optimistas, liderado por las carpinterías, seguidas por los negocios de hospedaje.

**Gráfico 7: Índice de confianza en promedio de los propietarios de los micronegocios (de 0 a 1)**



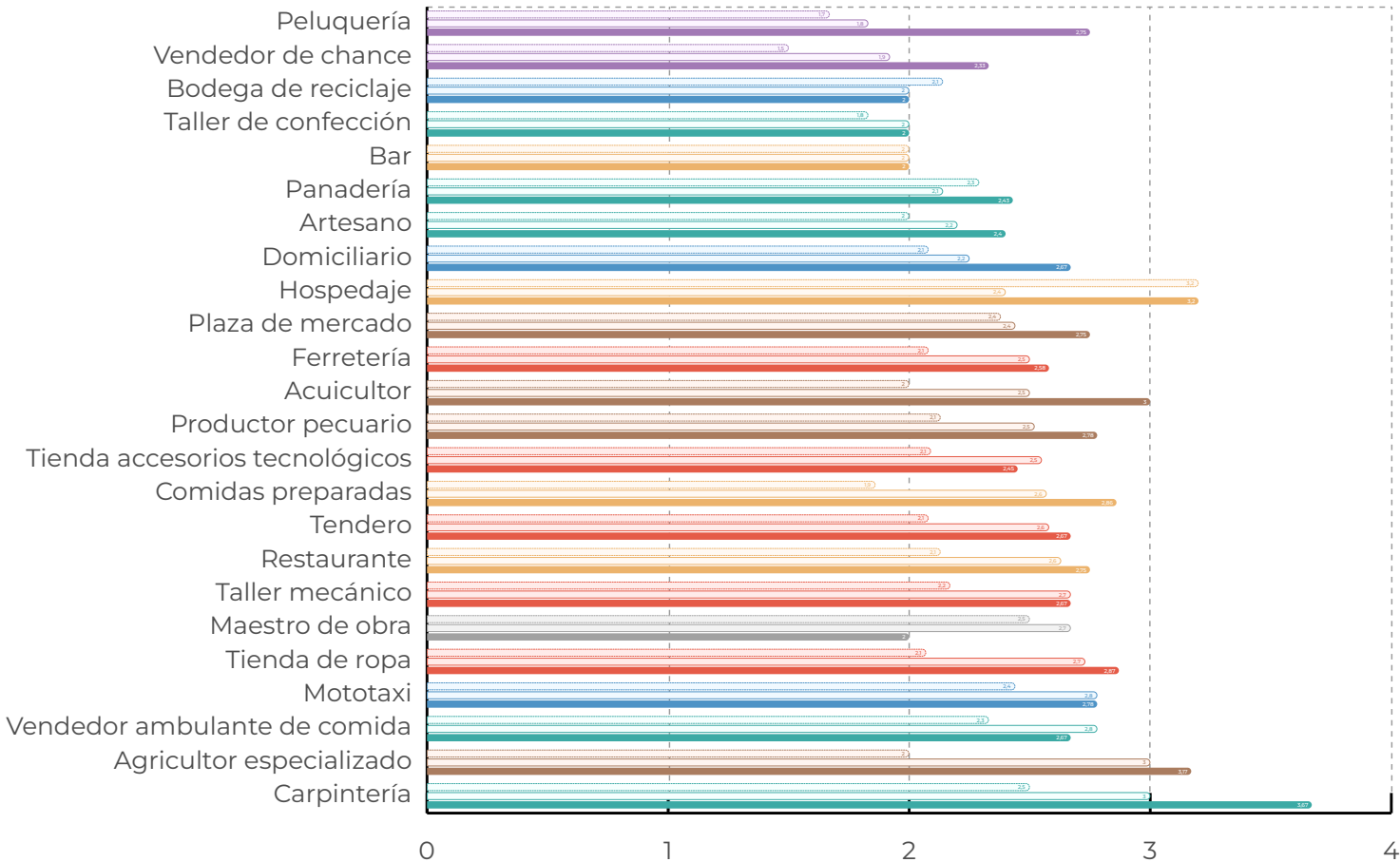
Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



Para establecer el nivel de confianza de los propietarios de los micronegocios en las instituciones financieras, se desagrega el indicador presentado. Como se observa, la percepción de los micronegocios en tres dimensiones evaluadas en una escala de 1 a 4: la confianza en la

honestidad de las instituciones financieras, la confianza general en dichas entidades y la confianza en la gente. Al analizar el comportamiento sectorial, se observa que la percepción sobre la honestidad institucional tiende a ser el indicador más alto en casi todos los casos.

Gráfico 8: Desagregación del indicador de confianza en los demás (1 a 4)



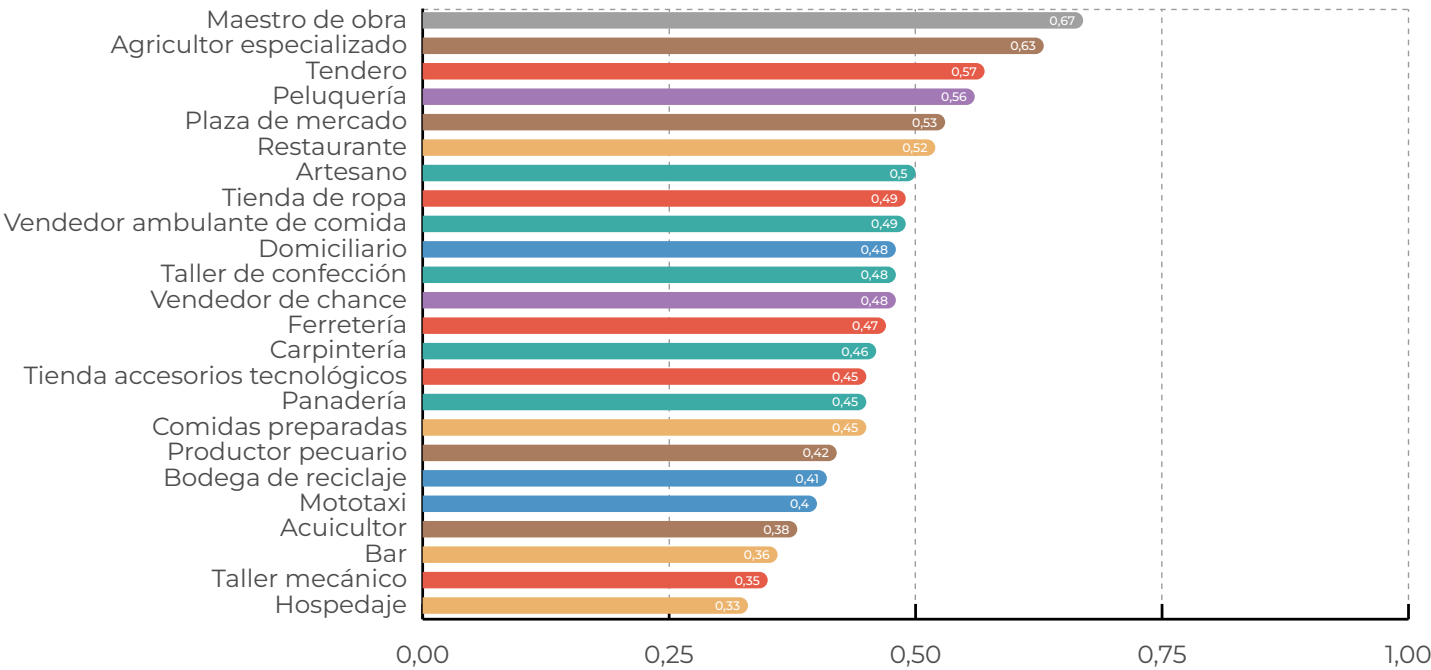
Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



Finalmente, para cerrar el perfil actitudinal, se analizó el Índice de Aversión a la Pérdida. Este indicador mide la resistencia específica de los propietarios a enfrentar una disminución de sus recursos actuales en escenarios de incertidumbre. Se escala de 0 a 1, donde 1 representa una postura de extrema cautela ante la posibilidad de cualquier pérdida (prefiriendo no actuar para conservar lo que se tiene), y 0 identifica a aquellos propietarios con una mayor tolerancia a asumir saldos negativos en favor de una posible ganancia futura.

Al analizar el nivel de aversión a la pérdida promedio de los propietarios de las unidades económicas se evidencia que ningún arquetipo se ubica en el rango bajo. El nivel medio concentra a la gran mayoría con 22 arquetipos, registrando los puntajes más moderados en hospedajes y talleres mecánicos junto a establecimientos para el consumo de bebidas alcohólicas. Por último, en el nivel alto se sitúa un grupo seleccionado de dos sectores con posturas más conservadoras en este indicador, liderado por los maestros de obra de construcción, seguidos por los agricultores especializados.

Gráfico 9: índice de aversión a la pérdida promedio de los propietarios de las unidades económicas (de 0 a 1)



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



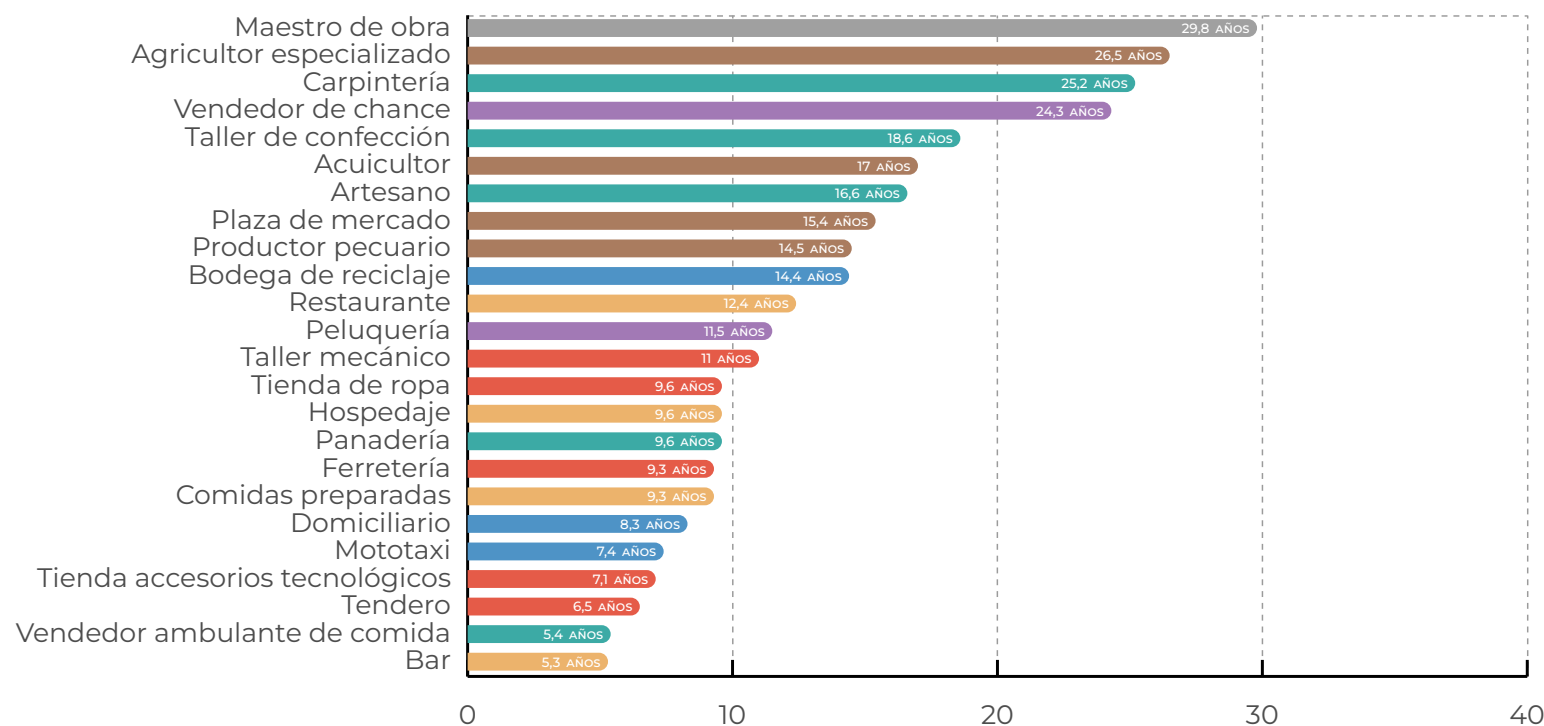
## 3.2 Características generales de las unidades económicas

Un factor determinante en la consolidación de los negocios y en su relación con el ecosistema financiero es la experiencia operativa acumulada, medida a través de los años de funcionamiento. La antigüedad de la

unidad económica no solo es un indicador de supervivencia empresarial, sino que también suele estar asociada a una mayor confianza por parte de proveedores y clientes, así como a una estructura de costos más estable.

La tendencia general de los años promedio de operación de las unidades económicas refleja que se trata de un tejido productivo altamente consolidado y con una estabilidad en el tiempo, ya que la totalidad de los arquetipos evaluados supera los 5 años de trayectoria en el mercado.

Gráfico 10: Años promedio de operación de las unidades económicas



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



1

2

3

4

5

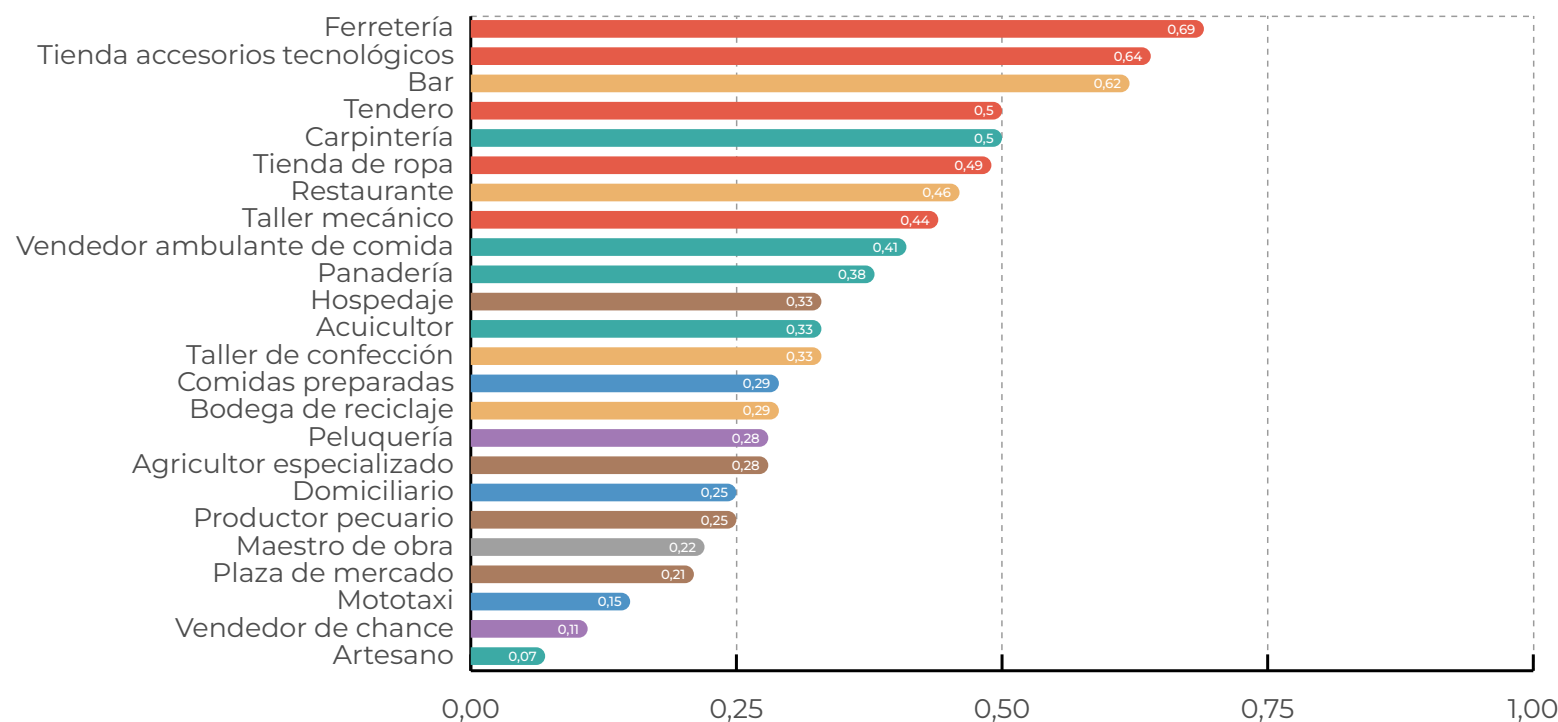
6

7

Así mismo, los datos revelan una brecha entre sectores en la antigüedad en el mercado. Por un lado, actividades tradicionales y técnicas como la construcción (maestros de obra), la agricultura especializada y la carpintería son quienes tienen más años de operación, superando en promedio los 25 años de operación continua. Esto sugiere que son unidades económicas con un conocimiento profundo de sus ciclos

productivos, aunque operen bajo esquemas de baja escala. En contraste, sectores vinculados al consumo inmediato, la tecnología y los de transportes de pasajeros —como los establecimientos de consumo de alcohol, vendedores ambulantes y tiendas de accesorios tecnológicos— presentan promedios de operación por debajo de los 8 años, lo que denota una mayor dinámica de entrada y salida en el mercado.

Gráfico 11: Índice de formalidad promedio de las unidades económicas (de 0 a 1)



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



1

2

3

4

5

6

7

Otro pilar en la caracterización de las unidades productivas es su grado de formalización, medido a través del Índice de Formalidad. Este indicador se construye sobre una escala de 0 a 1, donde el valor de 1 representa a aquellas unidades que cuentan con registros verificables, tales como el Registro Único Tributario (RUT) y la inscripción en Cámara de Comercio, además de llevar registros contables o de cuentas de manera organizada. Por el contrario, un valor de 0 identifica a las unidades que operan en la informalidad total, sin registros administrativos ni tributarios.

Los resultados reflejan que la formalidad es aún un desafío estructural para la mayoría de los arquetipos, con un promedio general que se inclina hacia la parte baja de la tabla. Únicamente sectores comerciales establecidos, como las ferreterías pequeñas (0,69) y las tiendas de accesorios tecnológicos (0,64), muestran niveles de formalización robustos.

En el otro extremo, los artesanos (0,07) y los negocios de venta de chance (0,11) operan casi exclusivamente en la informalidad, lo que limita significativamente su capacidad para acreditar su operación ante una entidad financiera.

Para finalizar con el bloque de la unidad productiva, los micronegocios se reflejan en el número de trabajadores promedio (incluyendo al propietario), lo cual confirma la naturaleza de microemprendimientos de la muestra. En general, estas unidades operan con equipos reducidos, lo que implica procesos de toma de decisiones centralizados y una estructura de costos donde el factor humano es el activo más relevante.

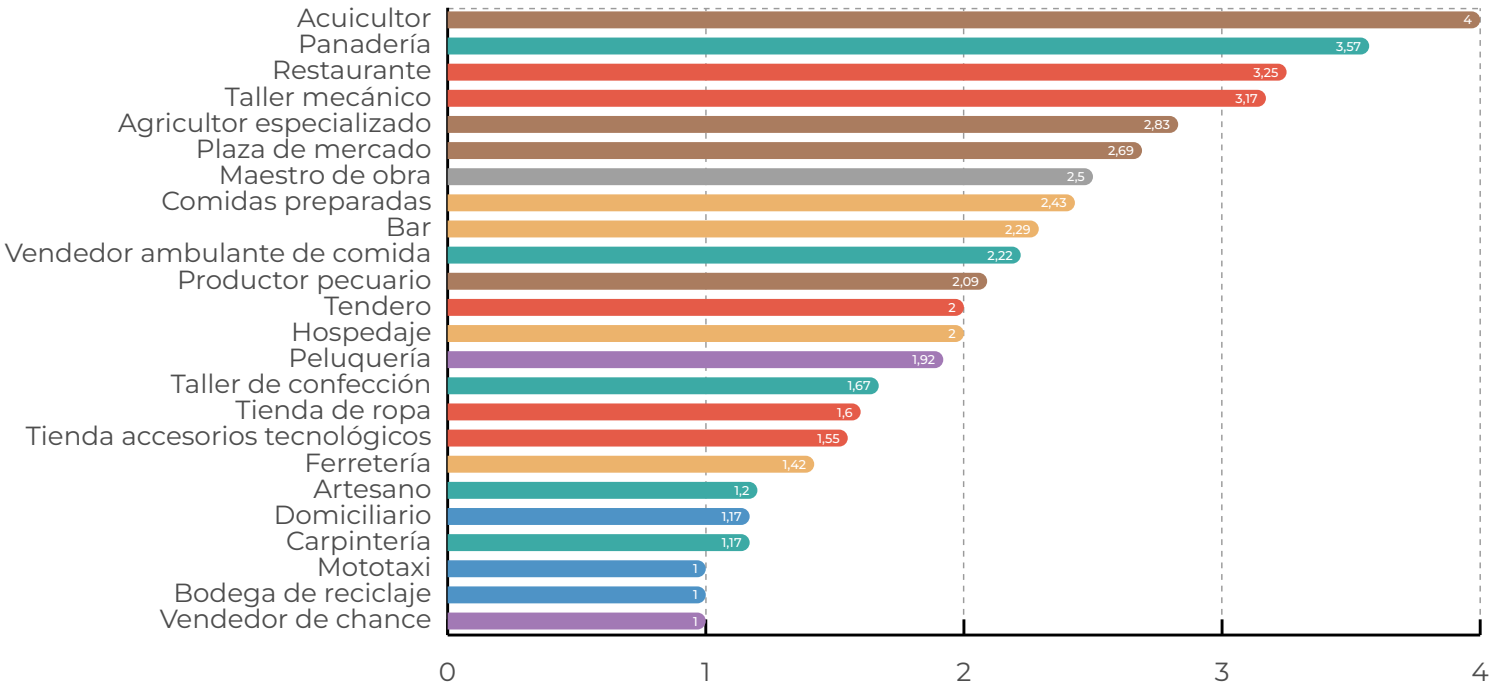
El análisis por arquetipo permite identificar que las actividades de producción y servicios especializados son las que mayor densidad de



empleo generan. Los pequeños acuicultores lideran el indicador con un promedio de 4 trabajadores, seguidos por las panaderías (3,57) y los restaurantes (3,25), lo que sugiere una mayor complejidad en la cadena de valor que requiere división de tareas.

En contraste, los arquetipos vinculados a servicios individuales o ventas por comisión, como los domiciliarios, vendedores de chance y conductores de transporte de pasajeros, operan casi que por cuenta propia con promedios cercanos a 1.

Gráfico 12: Número de trabajadores promedio de las unidades económicas



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



1

2

3

4

5

6

7



Al analizar la distribución de ingresos en la muestra, se observa una alta concentración en los rangos intermedios y bajos, lo que confirma la naturaleza de baja escala de la mayoría de los perfiles consultados. Cerca del 35 % de las unidades económicas de la muestra reportan ingresos situados en el rango de uno a tres millones de pesos, consolidándose como el segmento más representativo.

El comportamiento por arquetipo ilustra brechas de ingresos significativas asociadas a la actividad productiva. Micronegocios con estructuras más robustas o mayor volumen de activos, como los hospedajes y las ferreterías

pequeñas, reportan los porcentajes más altos en los rangos superiores (más de 10 millones de pesos). En contraste, arquetipos vinculados a oficios tradicionales o ventas de subsistencia, como los artesanos, presentan una situación de mayor precariedad, donde el 100 % de los participantes consultados percibe ingresos inferiores al millón de pesos mensual. Es relevante notar que en actividades como las panaderías y los maestros de obra existe un alto nivel de reserva de información (NS/NR). Como se ve a continuación, la distribución de ingresos en la muestra revela una diversidad de capacidades económicas:

Tabla 4. Porcentaje de unidades productivas según su nivel de ventas o ingresos mensuales promedio por arquetipo

| DEPARTAMENTO    | MUNICIPIO    | ARQUETIPO                                                                               |
|-----------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Santander       | Bucaramanga  | 1: Un taller mecánico dedicado al mantenimiento y la reparación de automóviles y motos. |
| Cauca           | Popayán      | 2: Una tienda de barrio o supermercado pequeño                                          |
| Antioquia       | Medellín     | 3: Una tienda pequeña de ropa y accesorios.                                             |
| Tolima          | Ibagué       | 4: Una ferretería pequeña                                                               |
| Nariño          | Pasto        | 5: Una tienda de accesorios tecnológicos para computadores y celulares.                 |
| Santander       | Bucaramanga  | 6: Pequeño productor pecuario mixto (bovino, porcino, avícola)                          |
| Nariño          | Pasto        | 7: Pequeño acuicultor                                                                   |
| Tolima          | Ibagué       | 8: Productor y Comerciante Plazas mercado                                               |
| Bolívar         | Cartagena    | 9: Maestros de obras                                                                    |
| Cauca           | Popayán      | 10: Agricultor especializado (caficultor, floricultor, cacaoero, etc.                   |
| Bogotá          | Bogotá       | 11: Domiciliarios                                                                       |
| Bolívar         | Cartagena    | 12: Mototaxistas                                                                        |
| Cundinamarca    | Silvania     | 13: Una empresa de almacenamiento y depósito                                            |
| Tolima          | Ibagué       | 14: Una panadería                                                                       |
| Bogotá          | Bogotá       | 15: Un micronegocio de elaboración de comidas y platos preparados                       |
| Antioquia       | Medellín     | 16: Un taller de confección de prendas de vestir.                                       |
| Sucre           | Sincelejo    | 17: Una carpintería/ebanistería o una fábrica de muebles.                               |
| Caquetá         | Florencia    | 18: Artesanos.                                                                          |
| Valle del Cauca | Cali         | 19: Un salón de belleza o peluquería.                                                   |
| Atlántico       | Barranquilla | 20: Un negocio ambulante de venta de chance                                             |
| Sucre           | Sincelejo    | 21: Un establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas (bar, taberna).           |
| Atlántico       | Barranquilla | 22: Un negocio de hospedaje, como un hotel o un alojamiento rural.                      |
| Caquetá         | Florencia    | 23: Un restaurante / cafetería con servicio a la mesa                                   |
| Valle del Cauca | Cali         | 24: Un vendedor ambulante de comidas preparadas.                                        |

Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



1

2

3

4

5

6

7





Para complementar el análisis de la estructura operativa, se analiza la distribución de los costos mensuales reportados por las unidades económicas participantes. Al contrastarlo con los ingresos, ilustra la escala de flujo de caja que manejan estos perfiles en la muestra.

En términos generales, los micronegocios parecen tener una estructura de bajos costos: el 50,3 % de las unidades consultadas reportan costos mensuales inferiores a 1 millón de pesos (sumando los rangos de menos de 500 mil y hasta 1 millón). Solo una fracción minoritaria de la muestra, equivalente al 6,2 %, reporta costos operativos que superan los 5 millones de pesos.

Los negocios ambulantes de venta de chance (58,3 %) y los talleres de confección (50,0 %) presentan la mayor concentración en el rango de costos más bajos (menos de 500 mil pesos. Por su parte, arquetipos como los pequeños acuicultores muestran una estructura más distribuida, con un 25 % operando en el rango de 5 a 10 millones y otro 25 % superando los 10 millones de pesos. Por su parte, la carpintería concentra la mayor parte de su muestra (66,7 %) en el rango de 500 mil a 1 millón de pesos.



1

2

3

4

5

6

7

Tabla 5. Porcentaje de unidades productivas según su nivel de costos mensuales promedio

| DEPARTAMENTO    | MUNICIPIO    | ARQUETIPO                                                                               |
|-----------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Santander       | Bucaramanga  | 1: Un taller mecánico dedicado al mantenimiento y la reparación de automóviles y motos. |
| Cauca           | Popayán      | 2: Una tienda de barrio o supermercado pequeño                                          |
| Antioquia       | Medellín     | 3: Una tienda pequeña de ropa y accesorios.                                             |
| Tolima          | Ibagué       | 4: Una ferretería pequeña                                                               |
| Nariño          | Pasto        | 5: Una tienda de accesorios tecnológicos para computadores y celulares.                 |
| Santander       | Bucaramanga  | 6: Pequeño productor pecuario mixto (bovino, porcino, avícola)                          |
| Nariño          | Pasto        | 7: Pequeño acuicultor                                                                   |
| Tolima          | Ibagué       | 8: Productor y Comerciante Plazas mercado                                               |
| Bolívar         | Cartagena    | 9: Maestros de obras                                                                    |
| Cauca           | Popayán      | 10: Agricultor especializado (caficultor, floricultor, cacaotero, etc.                  |
| Bogotá          | Bogotá       | 11: Domiciliarios                                                                       |
| Bolívar         | Cartagena    | 12: Mototaxistas                                                                        |
| Cundinamarca    | Silvania     | 13: Una empresa de almacenamiento y depósito                                            |
| Tolima          | Ibagué       | 14: Una panadería                                                                       |
| Bogotá          | Bogotá       | 15: Un micronegocio de elaboración de comidas y platos preparados                       |
| Antioquia       | Medellín     | 16: Un taller de confección de prendas de vestir.                                       |
| Sucre           | Sincelejo    | 17: Una carpintería/ebanistería o una fábrica de muebles.                               |
| Caquetá         | Florencia    | 18: Artesanos.                                                                          |
| Valle del Cauca | Cali         | 19: Un salón de belleza o peluquería.                                                   |
| Atlántico       | Barranquilla | 20: Un negocio ambulante de venta de chance                                             |
| Sucre           | Sincelejo    | 21: Un establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas (bar, taberna).           |
| Atlántico       | Barranquilla | 22: Un negocio de hospedaje, como un hotel o un alojamiento rural.                      |
| Caquetá         | Florencia    | 23: Un restaurante / cafetería con servicio a la mesa                                   |
| Valle del Cauca | Cali         | 24: Un vendedor ambulante de comidas preparadas.                                        |

Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



1

2

3

4

5

6

7



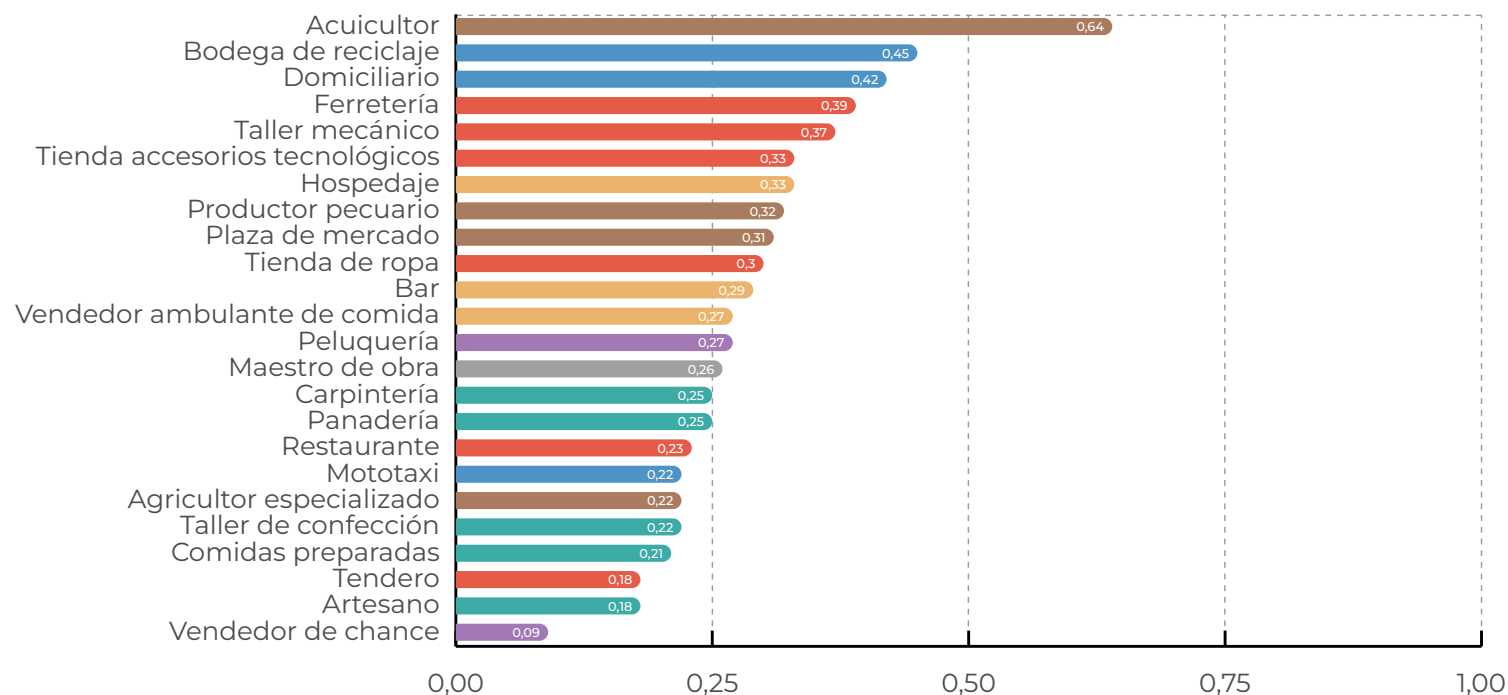
### 3.3 Inclusión financiera de las unidades económicas

Tras caracterizar el perfil demográfico y operativo de las unidades económicas, este apartado analiza su interacción con el ecosistema financiero. Se construyó el Índice de Acceso a Productos y Servicios Financieros, una métrica sintética escalada de 0 a 1 que incluye: si en el último año ha recibido medios de pagos digitales, ha ahorrado en bancos, ha tenido créditos formales o si ha tenido seguros. Un valor de 1 implica un “sí” en las cuatro dimensiones, mientras que un valor de 0 denota una exclusión total de los servicios financieros formales.

Los resultados revelan un panorama de acceso limitado y altamente heterogéneo. El arquetipo de los pequeños acuicultores sobresale con un índice de 0,64, posicionándose como el grupo con mayor madurez financiera de la muestra. A este grupo le sigue las empresas de almacenamiento y los domiciliarios, estos últimos impulsados probablemente por la naturaleza digital de la plataforma con la que operan.

No obstante, la gran mayoría de los arquetipos se sitúan en niveles por debajo del 0,30. Es especialmente preocupante el caso de los negocios de venta de chance, los artesanos y las tiendas de barrio, donde el índice cae por debajo de 0,18.

Gráfico 13: Índice de acceso a productos y servicios financieros promedio de las unidades económicas (de 0 a 1)



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria

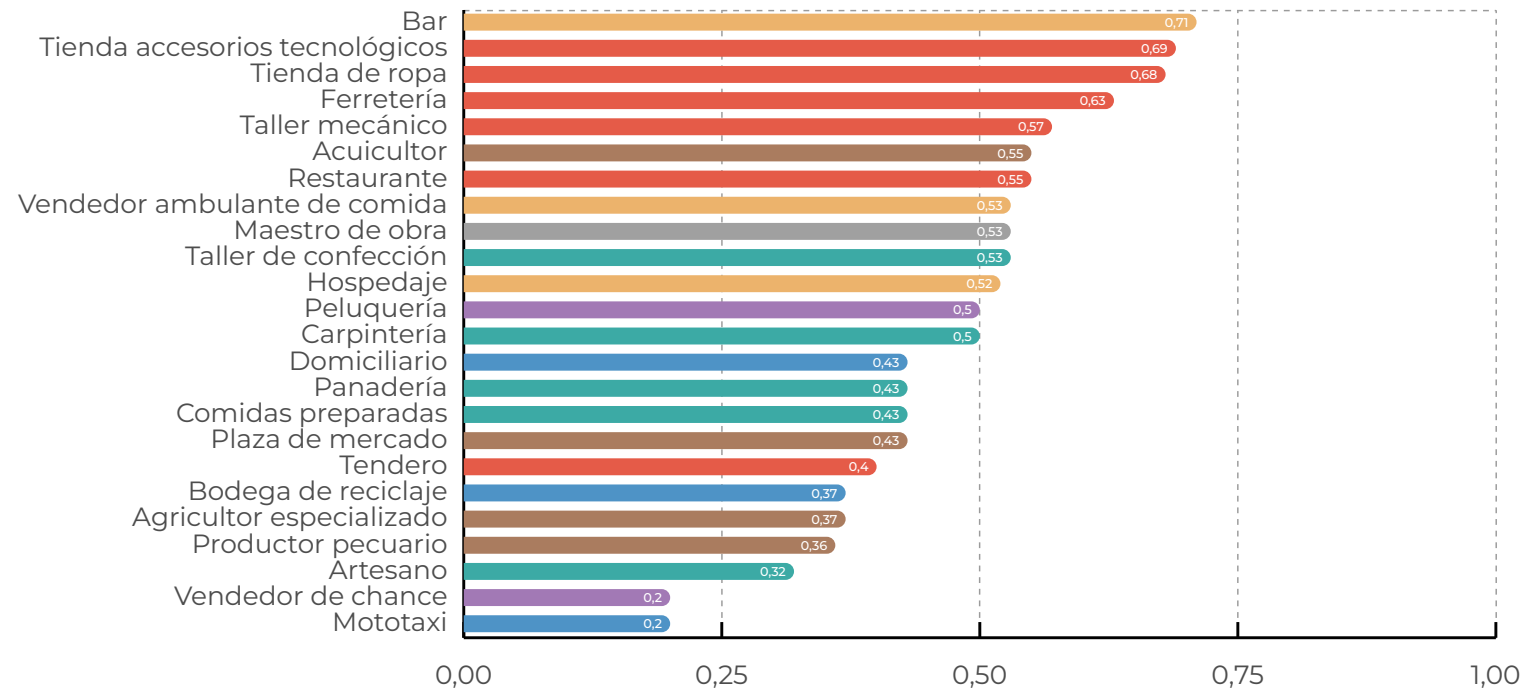
### Pagos digitales

Dentro de la dimensión de uso, se analizó el Índice de Pagos Digitales, el cual mide la adopción de canales electrónicos tanto para el recaudo como para el gasto de la unidad económica. Este índice se construye a partir de cinco variables clave: la recepción de pagos a través de billeteras digitales, tarjetas (débito o crédito) y transferencias bancarias, sumado al uso de estos mismos medios para el pago a proveedores y empleados. El indicador se escala de 0 a 1, donde 1 representa una digitalización total de los flujos de caja y 0 una dependencia absoluta del efectivo.

Los resultados muestran que los establecimientos para el consumo de bebidas alcohólicas y las tiendas de accesorios tecnológicos presentan los mayores índices de 0,71 y 0,69 respectivamente. Es notable que arquetipos de servicios como talleres mecánicos y restaurantes también presentan niveles de adopción superiores al 0,55.

No obstante, en el sector de transporte de pasajeros y los negocios de venta de chance, el uso de medios digitales es bajo (0,20).

Gráfico 14: Índice de pagos digitales promedio de las unidades económicas (de 0 a 1)



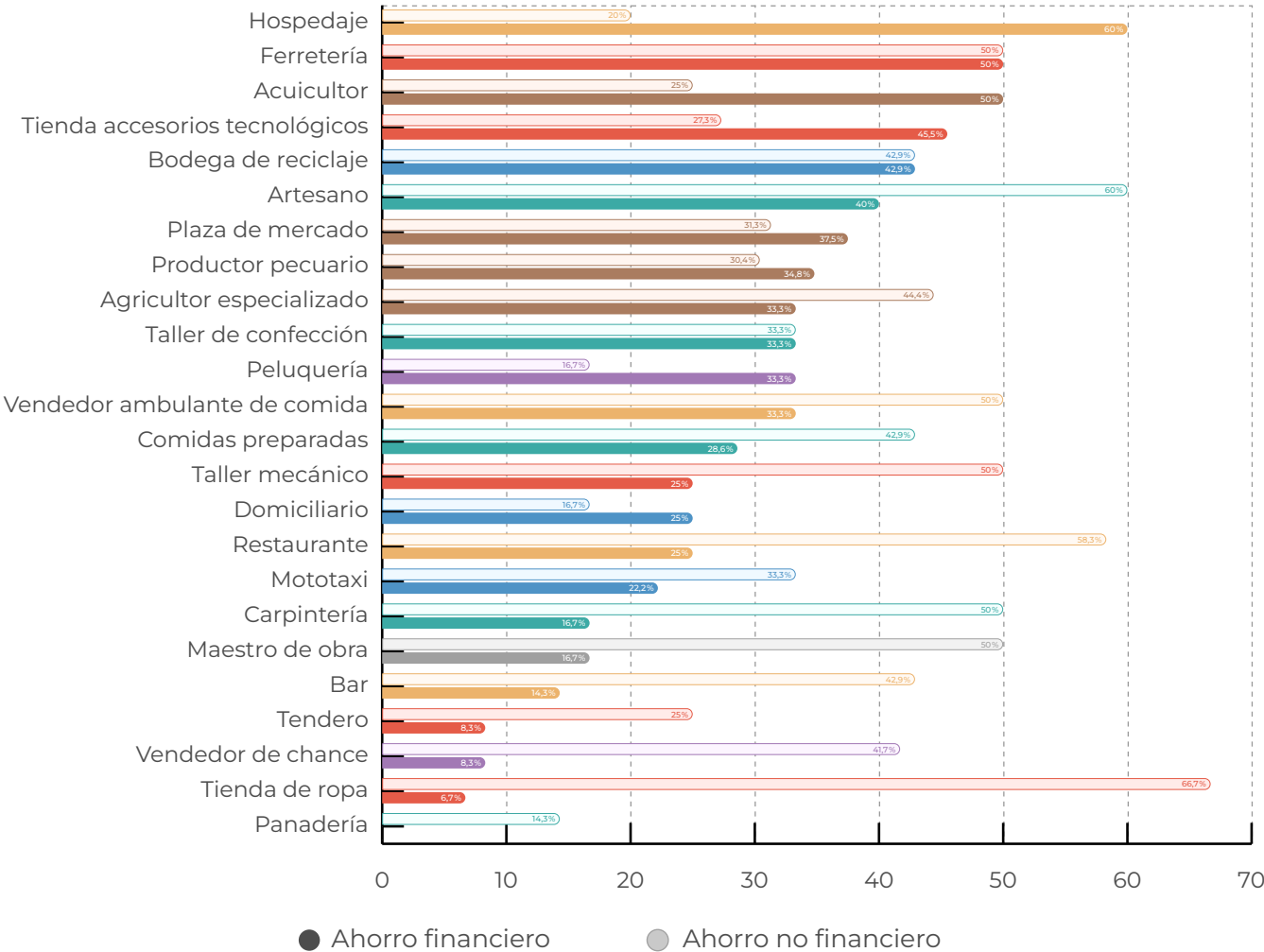
Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria

**Ahorro**

El acceso a mecanismos de ahorro formal representa uno de los desafíos más persistentes para las unidades económicas de baja escala, pues implica no solo la tenencia de una cuenta, sino la capacidad de generar excedentes y la confianza para depositarlos en instituciones supervisadas. Al analizar el porcentaje de propietarios que tienen ahorros en entidades financieras formales, se observan brechas entre arquetipos, con una tendencia general hacia niveles de ahorro bajos o inexistentes.

Los datos indican que el arquetipo de Hospedaje lidera este indicador con un 60 %, seguido por los pequeños acuicultores y ferreterías con un 50 %. Estos grupos, que pueden manejar flujos de caja más estables o estacionales, parecen tener una mayor inclinación a utilizar el sistema financiero como reserva de valor. Sin embargo, en la base de la escala encuestada se encuentran situaciones donde el ahorro formal es nulo (0 %), como en las panaderías. En las tiendas de barrio o negocios de venta de chance este no supera el 9 %.

Gráfico 15: Porcentaje de propietarios de las unidades económicas que tienen ahorro financiero y ahorro no financiero



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria

En contraste, se observa una presencia significativa del ahorro realizado por fuera del sistema financiero. El análisis por arquetipo muestra que este fenómeno es especialmente fuerte en el comercio minorista y los oficios técnicos. Las tiendas pequeñas de ropa y accesorios lideran esta tendencia con un 66,7 %, seguidas por los artesanos (60 %) y los talleres mecánicos (58,3 %).

Esta prevalencia del ahorro no financiero no solo limita la capacidad del sistema financiero para conocer el perfil de estas unidades, sino que expone a los propietarios a riesgos de pérdida o robo, además de impedirles acceder a los beneficios de la rentabilidad y el historial financiero formal.

### Crédito

El acceso al crédito formal<sup>3</sup> revela también disparidades entre los arquetipos, evidenciando que el sistema formal tradicional logra atender con éxito a ciertos nichos productivos, mientras mantiene excluidos a otros de manera total. El acceso de pequeños acuicultores<sup>4</sup> encuestados fue del 100 %. A estos productores le siguen los productores agrícolas con ventas a intermediarios (43,8 %) y las panaderías (42,9 %), sectores que parecen poseer flujos de caja o activos que facilitan la evaluación del riesgo por parte de los bancos. Sin embargo, cinco arquetipos, incluyendo a los artesanos, talleres de confección y agricultores especializados no tuvieron crédito formal en el último año.

Por su parte, el análisis revela la persistencia del crédito exclusivamente

<sup>3</sup> Financiación con bancos, compañías de financiamiento, fintechs, cooperativas, ONG, instituciones microfinancieras especializadas o cajas de compensación.

<sup>4</sup> Se consultaron acuicultores que hacen parte de asociaciones.

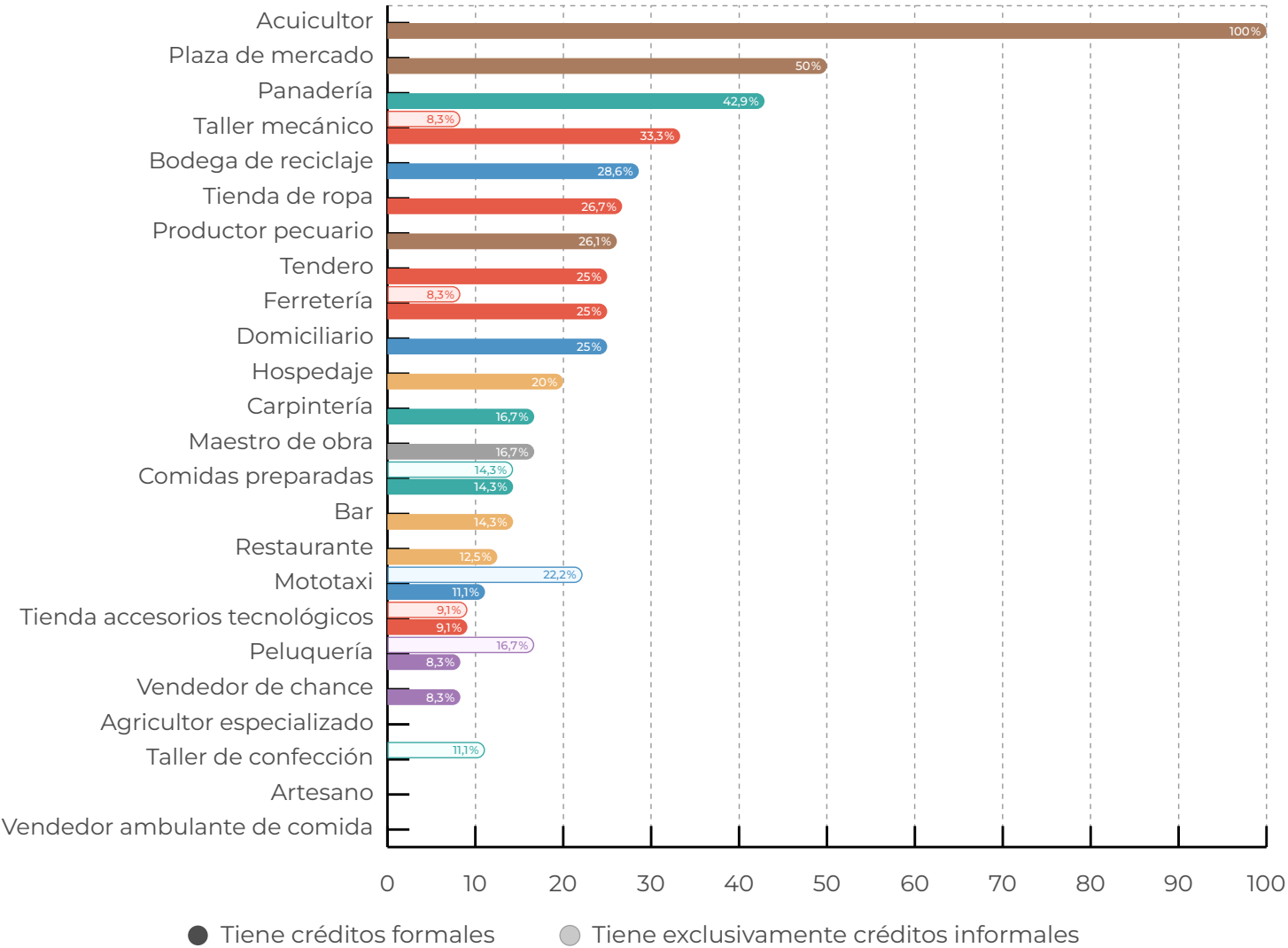
informal en ciertos arquetipos, lo que evidencia una vulnerabilidad financiera crítica ante la falta de opciones reguladas. El arquetipo de servicio de transporte de pasajeros lidera el uso de crédito informal con un 22,2 %, seguido por los negocios ambulantes de venta de chance (16,7 %) y los establecimientos de consumo de bebidas alcohólicas (14,3 %). Es notable que incluso negocios con local físico, como ferreterías y talleres mecánicos, reportan una incidencia del 8,3%.

Para la gran mayoría de los arquetipos restantes, el reporte de crédito informal es nulo, lo cual, cruzado con los bajos niveles de crédito formal vistos anteriormente, sugiere que estas unidades operan principalmente mediante el autofinanciamiento, familiares, o simplemente carecen de acceso a cualquier tipo de apalancamiento externo.





Gráfico 16: Porcentaje de propietarios de las unidades económicas que tuvieron créditos con entidades formales en el último año



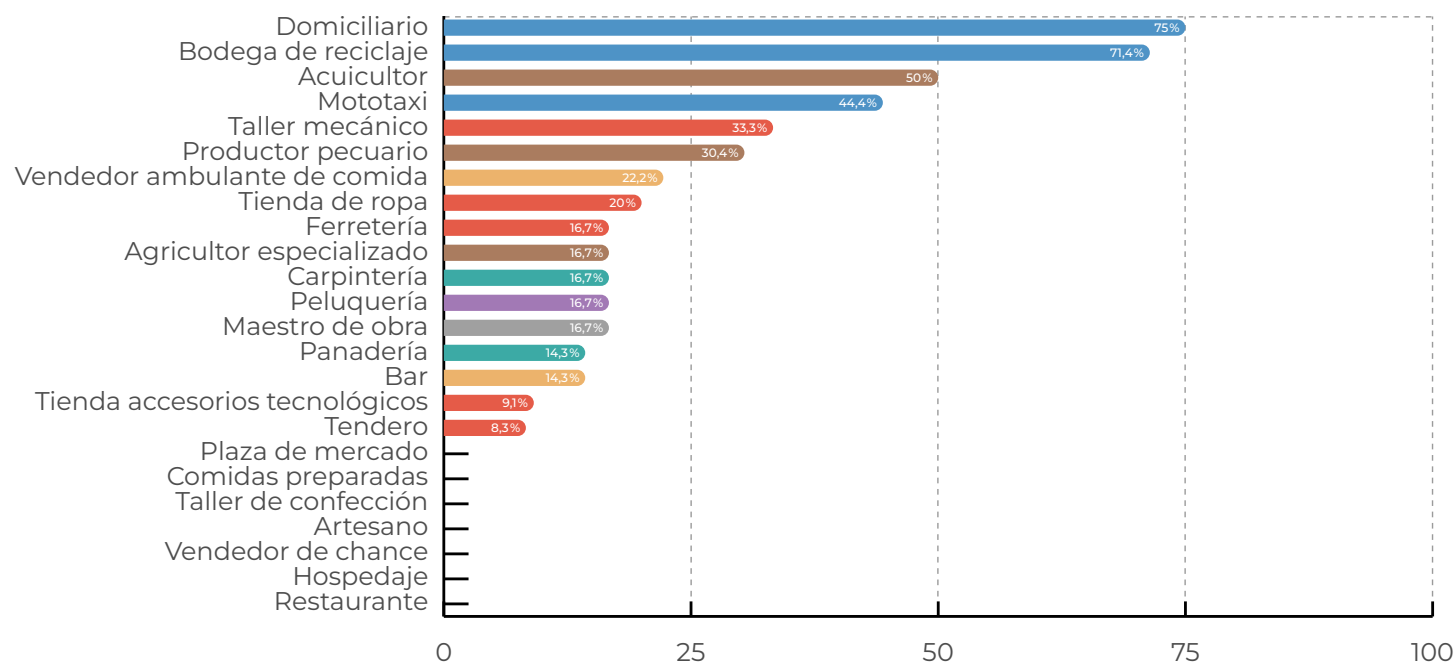
Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria

## Seguros

El nivel de aseguramiento está fuertemente influenciado por las pólizas de carácter obligatorio. Al analizar el porcentaje de propietarios que cuentan con algún tipo de seguro (incluyendo el SOAT), se observa que los niveles más altos de cobertura se concentran en sectores donde el uso de vehículos es una herramienta de trabajo fundamental. El arquetipo de Domiciliarios lidera el indicador con un 75 %, seguido por las empresas de almacenamiento (71,4 %) y el servicio de transporte de pasajeros (44,4 %).

Por el contrario, siete arquetipos, entre los que se encuentran restaurantes, hospedajes, artesanos y productores agrícolas especializados, registran un 0,0% de tenencia de seguros. Esta ausencia total de mecanismos de transferencia de riesgo deja a estos negocios en una posición de vulnerabilidad ante incendios, robos o desastres naturales.

Gráfico 17: Porcentaje de propietarios de las unidades económicas que cuentan con seguros, incluyendo el SOAT



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



1

2

3

4

5

6

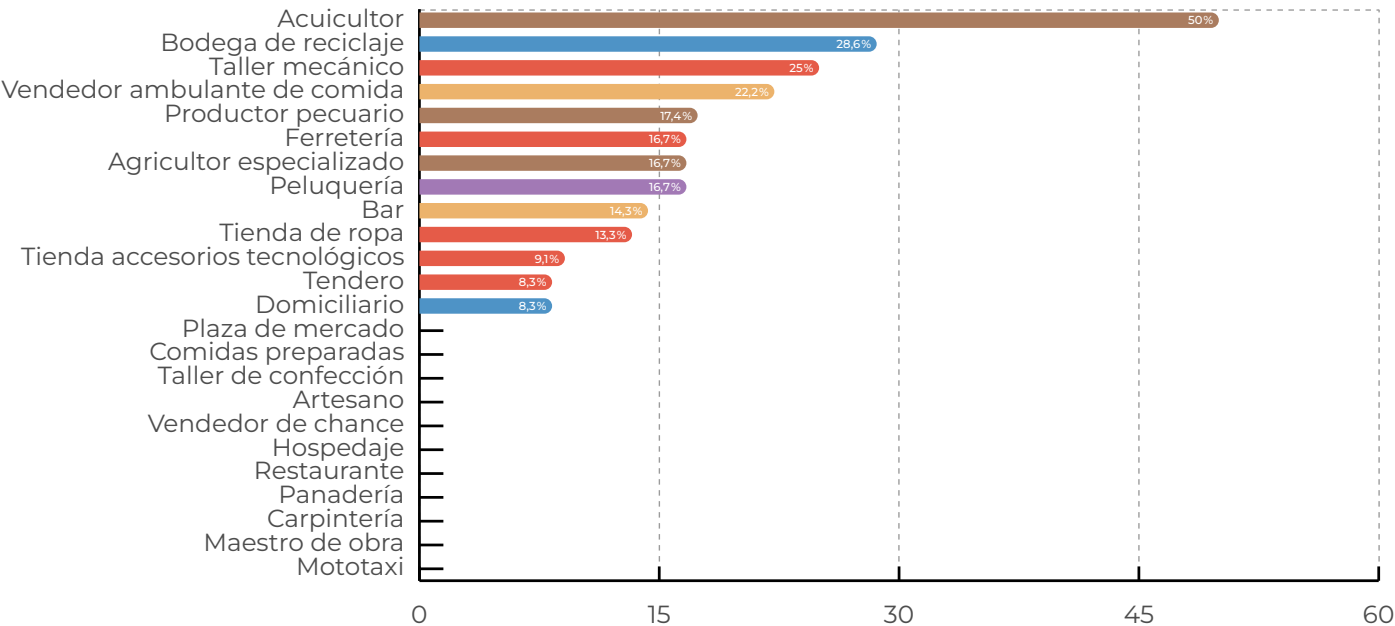
7

También se analizó el porcentaje de propietarios con seguros, excluyendo el SOAT, eliminando la distorsión del seguro obligatorio vehicular. Este enfoque permite identificar quiénes cuentan con pólizas de protección voluntaria, tales como seguros de vida, de incendio, de responsabilidad civil o para cubrir activos del negocio.

Al retirar el efecto del SOAT, la precariedad en el aseguramiento se hace aún más evidente. El arquetipo de Pequeño acuicultor se mantiene como el perfil más sólido, con un 50 % de cobertura voluntaria, seguido por las empresas de almacenamiento (28,6 %) y los talleres mecánicos

(25 %). Sin embargo, el impacto más drástico se observa en los domiciliarios y en el servicio de transporte de pasajeros, quienes pasan de niveles de cobertura superiores al 40 % (en el gráfico anterior) a cifras de apenas el 8,3 % y 0 % respectivamente, confirmando que su aseguramiento previo era casi exclusivamente obligatorio. En total, 11 de los 24 arquetipos presentan una desprotección voluntaria total (0 %), lo que indica que, ante un siniestro que no involucre accidentes de tránsito, la gran mayoría de estas unidades económicas carece de cualquier respaldo institucional para mitigar pérdidas financieras.

Gráfico18: Porcentaje de propietarios de las unidades económicas que cuentan con seguros, excluyendo el SOAT



Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en la encuesta primaria



## 3.4 Origen y trayectoria de los negocios

Este primer bloque cualitativo aborda dos preguntas complementarias sobre la trayectoria de los micronegocios, qué los originó y hacia dónde se proyectan sus propietarios.

### Origen de los arquetipos

Las razones por las que surgen los micronegocios de los arquetipos son multicausales y están interrelacionadas entre sí, algunas de ellas son la falta de oportunidades laborales en el mercado formal, el deseo de autonomía y manejo de tiempos sin tener que responder a un jefe o superior, garantizar ingresos y seguir asumiendo labores de cuidado y tradición familiar, entre otras. En total, se identifican cuatro tipos de orígenes:



#### a. Por herencia, tradición familiar o aprendizaje empírico

Se refiere a los arquetipos que nacen de un conocimiento transmitido de generación en generación, en el que el arraigo y el legado se convierten en el motor principal. En estos casos, se trata de arquetipos en los que se hereda el negocio o se aprende el oficio (desde muy joven) debido a que los familiares se dedican a este oficio o trabajo. A continuación, se evidencia esto en la narrativa de los participantes de entrevistas y grupos focales de algunos de los arquetipos cuyo origen está ligado a este:



*“Participante: [inicié] Hace como unos 10 años, más o menos, mi mamá toda la vida ha sido cafetera, entonces de ahí viene la herencia, como se dice, que nos dejó para el café; entonces, a raíz de eso también tenemos nuestras maticas.” (Entrevistador, Agricultor Especializado, 2026).*

*“...eso viene de herencia, de mi abuelo, mi papá, ellos eran ebanistas; y entonces, ahí siempre ha quedado, ahí siempre ha quedado la tradición, para no dejar acabar eso, (...) porque prácticamente nosotros lo que vimos fue eso, (...) entonces una máquina, madera.” (Grupo focal, Carpinterías, 2026).*

*“Con las enseñanzas de mi padre y mi madre, que han sido campesinos productores en toda su existencia, y que yo quería ser como de la parte agropecuaria y especializarme o tener un mayor estudio, no lo hice, pero lo hago de acuerdo hasta donde me ha dado los conocimientos.” (Entrevista, Agricultor Especializado, 2026).*

### b. Por necesidad de subsistencia y falta de oportunidades laborales formales

Estos arquetipos iniciaron sus negocios debido a la imposibilidad de conseguir un empleo formal, por lo que sus propietarios optaron por iniciar un negocio propio como vía para generar ingresos y sostener a su familia. En este grupo se encuentra, por ejemplo, la población migrante que al llegar al país no logró conseguir otro tipo de trabajo, así como personas que quedaron desempleadas y debieron emprender por cuenta propia



*“Bueno nosotros empezamos por una necesidad, veníamos pasando por una situación de pronto económica como todo mundo y queremos empezar y la verdad buscar trabajo es bastante complicado y pues yo venía trabajando con una persona que me dio la oportunidad y pues yo venía haciendo estos trabajos, trabajos en particular desde muy joven, pero nunca como empezarlo como uno propio independiente, porque pues uno le daba como cosa, pero entonces se nos dio la oportunidad de empezar y vimos que empezamos desde abajo, con mucho miedo, con mucho susto, con plata prestada, que inclusive íbamos a pensar que cómo íbamos a pagar y realmente Dios ha sido bueno porque nos ha ayudado a venir creciendo poco a poco”. (Grupo focal, Taller Mecánico, 2026).*

*“Entrevistador: ¿Cómo inició su negocio?, ¿cómo inició en este negocio del mototaxi?*

*Participante: Bueno, por desempleo, quedé desempleado y como tengo moto pues, decidí adquirir esta actividad.” (Entrevista, Mototaxista, 2026).*

### c. Por búsqueda de independencia y mayor flexibilidad

Se trata de aquellos arquetipos que decidieron iniciar sus negocios en busca de autonomía, sin tener que responder a un jefe ni sujetarse a un horario fijo. También resulta relevante el poder dedicarse a labores de cuidado, dado que este tipo de negocios se los permite.



*“Participante: Yo cuando empecé a vivir solo...y siempre he tenido el pensamiento que yo no quiero estar cumpliendo horario a alguien, sino que yo mismo administrar mi tiempo (...) me di cuenta que había gente interesada y empecé a promocionar un poco más y gracias a Dios, me ha ido un poco mejor, y es eso, la motivación de hacer lo que me gusta y salir adelante.” (Grupo focal, Artesanos, 2026).*

*“(...) Entonces, me fui a la EGO, hice un curso de cocina navideña (...) Está bueno. Y empecé a hacer cursos, cursos, cursos, ya llevaba como 6, 7 cursos, hasta que me encontré un tipo de uniforme en el ascensor de mi unidad (...) Y me dijo, “no, yo soy el director académico de la EGO”, donde yo estaba aprendiendo. Le dije, mire, “es que yo quiero hacer la carrera”, y me dijo, “vaya”, yo fui, y me presentó a los dos chefs que me conocían, y ellos me animaron y arranqué...”. (Grupo focal, Comidas Preparadas, 2026).*



1

2

3

4

5

6

7



#### d. Por identificación de oportunidades

Finalmente, en este grupo están los arquetipos cuyos negocios surgieron a partir de la identificación de una oportunidad o nicho rentable, apalancados en un capital inicial, en algunos casos modesto, y en apoyo institucional.



*“Participante: En mi caso digamos que el fundador del negocio es mi hermano, él siempre se ha dedicado a lo que es celulares desde que me acuerdo siempre ha tenido locales, entonces entramos en lo que es San Andresito y miramos que en San Andresito se mueve bastante el negocio porque antes solo se dedicaba a lo que era el servicio técnico, entonces empezamos a ver que se movía bastante la venta de celulares ahí, y conseguimos distribuidores y empezamos a conocer el medio y conocer distribuidores los que daban a buen precio y empezamos” (Grupo focal, Accesorios Tecnológicos, 2026)*

No necesariamente un arquetipo está ligado a uno sólo de estos orígenes, por ejemplo, en el caso de taller mecánico, su origen está ligado al aprendizaje empírico y la necesidad de subsistencia ante un contexto laboral adverso; la tienda de barrio en donde surgió por la herencia familiar y la búsqueda de independencia o; el caso del arquetipo de artesano en cuyo origen está ligado a la herencia, tradición familiar y el aprendizaje empírico con la búsqueda de independencia.

A continuación, se detallan los orígenes de cada uno de los arquetipos enmarcados en estas cuatro divisiones:



Tabla 6. Arquetipos según el tipo de origen

| ARQUETIPO                                                                 | 1.000.000<br>-<br>3.000.000 | 500.000<br>-<br>1.000.000 | 1.000.000<br>-<br>3.000.000 | 3.000.000<br>-<br>5.000.000 | 5.000.000<br>-<br>10.000.000 | MÁS DE<br>10.000.000 | NS /NR      |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|----------------------|-------------|
| Negocio ambulante de venta de chance                                      | 58,3%                       | 0,0%                      | 25,0%                       | 0,0%                        | 0,0%                         | 0,0%                 | 16,7%       |
| Taller de confección                                                      | 50,0%                       | 16,7%                     | 33,3%                       | 0,0%                        | 0,0%                         | 0,0%                 | 0,0%        |
| Artesanos                                                                 | 40,0%                       | 40,0%                     | 20,0%                       | 0,0%                        | 0,0%                         | 0,0%                 | 0,0%        |
| Domiciliarios                                                             | 33,3%                       | 33,3%                     | 8,3%                        | 25,0%                       | 0,0%                         | 0,0%                 | 0,0%        |
| Servicio de transporte de pasajeros                                       | 33,3%                       | 44,4%                     | 11,1%                       | 11,1%                       | 0,0%                         | 0,0%                 | 0,0%        |
| Productores agrícolas que le venden a intermediarios de plazas de mercado | 25,0%                       | 50,0%                     | 12,5%                       | 6,3%                        | 0,0%                         | 0,0%                 | 6,3%        |
| Taller mecánico                                                           | 16,7%                       | 25,0%                     | 25,0%                       | 8,3%                        | 8,3%                         | 16,7%                | 0,0%        |
| Tienda de barrio o supermercado pequeño                                   | 0,0%                        | 25,0%                     | 33,3%                       | 0,0%                        | 0,0%                         | 8,3%                 | 33,3%       |
| Tienda de accesorios tecnológicos                                         | 0,0%                        | 36,4%                     | 27,3%                       | 9,1%                        | 0,0%                         | 9,1%                 | 18,2%       |
| Pequeño productor pecuario mixto                                          | 17,4%                       | 30,4%                     | 39,1%                       | 8,7%                        | 0,0%                         | 0,0%                 | 4,3%        |
| Pequeño acuicultor                                                        | 0,0%                        | 25,0%                     | 25,0%                       | 0,0%                        | 25,0%                        | 25,0%                | 0,0%        |
| Empresa de almacenamiento y depósito                                      | 0,0%                        | 71,4%                     | 14,3%                       | 0,0%                        | 0,0%                         | 0,0%                 | 14,3%       |
| Panaderías                                                                | 0,0%                        | 28,6%                     | 28,6%                       | 0,0%                        | 14,3%                        | 0,0%                 | 28,6%       |
| Elaboración de comidas y platos preparados                                | 28,6%                       | 42,9%                     | 0,0%                        | 14,3%                       | 0,0%                         | 14,3%                | 0,0%        |
| Carpintería                                                               | 16,7%                       | 66,7%                     | 16,7%                       | 0,0%                        | 0,0%                         | 0,0%                 | 0,0%        |
| Salón de belleza o peluquería                                             | 33,3%                       | 41,7%                     | 25,0%                       | 0,0%                        | 0,0%                         | 0,0%                 | 0,0%        |
| Restaurante                                                               | 0,0%                        | 37,5%                     | 37,5%                       | 12,5%                       | 0,0%                         | 0,0%                 | 12,5%       |
| Un vendedor ambulante de comidas preparadas                               | 22,2%                       | 0,0%                      | 44,4%                       | 33,3%                       | 0,0%                         | 0,0%                 | 0,0%        |
| Agricultor especializado                                                  | 16,7%                       | 16,7%                     | 50,0%                       | 0,0%                        | 0,0%                         | 0,0%                 | 16,7%       |
| Tienda pequeña de ropa y accesorios                                       | 20,0%                       | 20,0%                     | 33,3%                       | 13,3%                       | 6,7%                         | 0,0%                 | 6,7%        |
| Establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas                    | 14,3%                       | 14,3%                     | 42,9%                       | 28,6%                       | 0,0%                         | 0,0%                 | 0,0%        |
| Ferretería pequeña                                                        | 25,0%                       | 16,7%                     | 16,7%                       | 25,0%                       | 8,3%                         | 0,0%                 | 8,3%        |
| Hospedaje                                                                 | 20,0%                       | 0,0%                      | 20,0%                       | 0,0%                        | 20,0%                        | 20,0%                | 20,0%       |
| Maestro de obra de construcción                                           | 16,7%                       | 16,7%                     | 16,7%                       | 0,0%                        | 16,7%                        | 0,0%                 | 33,3%       |
| Total                                                                     | <b>21,0%</b>                | <b>29,3%</b>              | <b>25,8%</b>                | <b>9,2%</b>                 | <b>3,1%</b>                  | <b>3,1%</b>          | <b>8,7%</b> |

Fuente: Elaboración propia con datos recolectados en entrevistas y grupos focales



1

2

3

4

5

6

7

### Visión a futuro sobre el negocio

Los dueños de los micronegocios se proyectan de diferentes maneras conforme la orientación que tiene sus micronegocios, la experiencia en el mercado, el nivel de cansancio físico y mental, las relaciones comunitarias y familiares, entre otros aspectos. La manera en cómo los arquetipos ven el futuro de su negocio y se proyectan se puede dividir en cuatro grupos:

5. La consolidación del micronegocio
6. El crecimiento exponencial del micronegocio
7. Mantener el micronegocio tal como está.
8. La visión del micronegocio a corto plazo y la búsqueda de otras oportunidades.

En relación con la primera, se trata de lograr tener un espacio físico propio en el que se pueda desarrollar las actividades económicas. En algunos casos, se trata de dejar de trabajar en la calle y pasar a locales físicos, propios o arrendados, en los que no se esté sujeto a los riesgos que conlleva el estar en el espacio público, como factores ambientales o el relacionamiento con la fuerza pública. En otros casos, se trata de aquellos que buscan consolidar sus negocios mediante la adquisición de locales, evitando la preocupación del pago de arriendo. A continuación, se señalan algunos fragmentos de las aplicaciones cualitativas.



*"La idea es que, como te dije, tener un local donde no me pueda mojar. Sí. Y donde está uno como más seguro, ¿no? No estar en la calle. Esa es la idea". (Entrevista, Elaboración de comidas, 2026)*



*"...el restaurante ya está ubicado, pero yo quiero ubicar el tráiler en un solo sitio, claro, que yo diga, lo puedo dejar allá y ahí ni la policía ni el espacio público me lo van a quitar" (Grupo focal, restaurante, 2026)*

*"Porque qué genial sería que yo ya tenga mi fábrica de empanadas y mi venta de kefir en mi propia casa, que no esté pagando arriendo." (Entrevista, Elaboración comidas, 2026)*

*"En el futuro por ejemplo ahorita ya cogimos otro local que es este, el futuro el ideal es comprar los dos locales hacer uno solo y poder tener un solo local listo" (Entrevista, Accesorios Tecnológicos, 2026)*



*"Hay metas cortas, medianas, a largo plazo, por ejemplo, yo tengo una meta y es tener mi propia empresa, correcto, ya tengo los estatutos, si Dios permite, la otra semana la inscribo". (Entrevista, Maestro de Obra, 2026).*

Respecto al segundo, consiste en una visión en el que los arquetipos desean el crecimiento y ampliación exponencial de sus micronegocios, en la que se consolidan de tal manera en las que pueden expandirse geográficamente, abriendo nuevas sucursales y consolidándose como cadenas. De esta manera, su proyección trasciende su estado actual, saliendo de los barrios o centros comerciales en los que trabajan,



1

2

3

4

5

6

7

teniendo la capacidad de llegar a una mayor cantidad de lugares y clientes.



*“Participante: Yo creo que lo que sueña todo empresario cuando empieza, porque uno empieza y uno quiere ser un empresario, o sea, uno empieza con algo mínimo, pero uno va esforzándose para que crezca y crezca. Y yo creo que lo que uno quiere es como expandirse y darse a conocer en diferentes ciudades”. Grupo focal, Elaboración de comidas, 2026).*

*“Participante: La expectativa es tener otras sucursales, ya sea aquí en [municipio], en pueblos o en otra ciudad (...) sólo crecer en diferentes lugares”. (Entrevista, Artesanos, 2026).*

*“Participante 3: Yo pienso a futuro engrandecerlo, expandirlo, buscar otros mercados y crecer, y que no sea solo un negocio familiar, sino ya verlo como una empresa, como una industria a futuro”. (Grupo focal, Carpintería, 2026).*

*“Yo me veo abriendo sedes. Yo me veo con reconocimiento de marca ... Me veo manejando personal, mucho personal, o sea, me veo como... En el factor de darle la posibilidad y la oportunidad a muchas personas”. (Grupo focal, Salón de Belleza, 2026).*

Este deseo de expansión, crecimiento y consolidación como cadena o marca está acompañado de la superación del rol de trabajador independiente, en el que el dueño del micronegocio pasa a tener un rol gerencial y su carga de trabajo disminuye. En la narración de los

participantes, al asumir un rol gerencial se puede distribuir las labores y responsabilidades que actualmente tienen en diferentes empleados, convirtiéndose en generadores de empleo, tal como se evidencia en las siguientes intervenciones:



*“... Entonces, la idea es que mi producto sea reconocido, es generar posicionamiento en el mercado. Y ya me dé una estabilidad en que llegue ya el momento en que yo ya no sea la que me esté quemando, sino que ya vayan más personas y que yo solamente me dedique a la parte administrativa...” (Grupo focal, Panadería, 2026)*

*“... poder pasar de ser autoempleado (...) a dueños de negocio. Y el dueño de negocio ya genera empleo. O sea, dejar de hacer todas las funciones, uno solo, para empezar a distribuir funciones y ahí acabar con el estrés y pues apalancarse”. (Grupo focal, Panadería, 2026).*

En relación con la tercera manera de proyectarse, se trata de una visión en la que no se busca el crecimiento del micronegocio, sino que se está conforme con su estado actual, por lo que la proyección sobre el futuro se centra en asegurar la tranquilidad, reducir el estrés y mantener el negocio de tal manera que pueda ser manejado por sus dueños o dueñas. Algunas participantes relacionan sus locales con la posibilidad de “pensionarse”, es decir, que sus negocios sigan siendo sus fuentes de entrada durante su vejez.



*“La expectativa ... que yo tengo en estas cuestiones es que nunca se me acabe esto, que nunca se me acabe esto, porque*



1

2

3

4

5

6

7



*es una..., es que no necesito ni pensión, esta pensión es la más hermosa que yo tengo en la vida” (Entrevista, almacenamiento y depósito, 2026)*

*“¿para qué me voy a trabajar? ¿Para qué más?, yo ya vivo de lo que yo he trabajado. O sea, yo sí puedo decir que yo voy a vivir joven o me voy a pensionar joven de lo que yo ya trabajé. Porque yo con eso, yo solita, ya, para qué más”. (Entrevista, tienda de ropa, 2026)*

*“No, la verdad yo también estoy con el deseo de que ya nos organicemos y de verdad podamos descansar, paguemos las deudas, lo que debe. Y ya con lo que Dios nos regaló, que sea lo que Dios quiera ya” (Entrevista, Ferretería, 2026)*

Finalmente, una cuarta perspectiva sobre la proyección del futuro de los micronegocios se centra en que estas tienen un carácter de “corto plazo”, en el que no se pretende que crezcan o se mantengan, sino que ayuden a subsistir en la cotidianidad. Estas perspectivas entienden los micronegocios como una fuente de recursos momentánea que permite resolver el “día a día”. Incluso, dentro de esta visión se incluyen perspectivas en las que la fuente de ingresos actual sirve para consolidar otros negocios que permitan transitar a otras actividades económicas. A continuación, se detallan algunas participaciones relacionadas con esta forma de proyección.



*“... aquí a futuro, yo creo que el futuro es difícil, aquí uno piensa más que todo en el presente, porque es que uno va resolviendo, o sea, el mototaxi es un trabajo que te resuelve*

*el hoy y mañana tienes que salir a caminar, día a día”. (Grupo focal, mototaxista, 2026).*

*“Yo, la verdad, sí quiero cambiar de... Me quiero enfocar como en otro tipo de negocio. Porque este negocio lo va... Le va desgastando mucho a uno ...”. (Grupo focal, Salón de Belleza, 2026)*

*“... ahorita que tengo mi negocio y ahorros, pero con la moto es que estoy surtiendo mi negocio y más adelante, que de pronto ya a mí se me dé mi negocio ... que me genere más el negocio, ya de pronto, ya yo sé que no voy a estar como estaba manejando día a día la moto”. (Grupo focal, mototaxista, 2026).*



1

2

3

4

5

6

7

## 3.5 Entorno operativo y competitivo

En el entorno de los arquetipos se definió, la ubicación, los insumos que utilizan, los proveedores a los que les compran estos arquetipos, la forma de pago a los proveedores, los clientes que tienen en sus actividades productivas, la principal competencia y la relación de la familia con los micronegocios. Para el análisis comparado se ahonda principalmente en los insumos, los proveedores y las formas de pago, y la principal competencia.

### a. Insumos

En relación con los insumos se identifican arquetipos que utilizan materias primas y bienes de consumo masivo que tienen una alta rotación y son perecederos. Aquí se encuentran arquetipos que dependen de insumos que se consumen rápidamente, por lo que sus ventas deben ser diarias. Por ejemplo, arquetipos ligados a alimentos y gastronomía como lo son el restaurante, la panadería, el micronegocio de comidas preparadas y el vendedor ambulante de comidas comparten el uso de insumos perecederos (carnes, huevos, verduras, etc.).

En este grupo también se encuentran las tiendas de barrio y el bar que manejan inventarios mixtos en el que tienen insumos perecederos y no perecederos, pero que sí pueden tener fecha de caducidad. Finalmente, están los arquetipos del sector agropecuario que hacen uso de insumos biológicos y orgánicos, como el concentrado, la purina, semillas, abonos y similares.

Otros arquetipos utilizan insumos para la manufactura, transformación y servicios técnicos. Estos insumos refieren a materiales no perecederos que son transformados en productos finales o utilizados para reparar bienes de terceros. Por ejemplo, el arquetipo de carpintería hace uso de madera sólida o aglomerada, pinturas, masillas, pegantes y herrajes. El taller de confección trabaja con cortes de tela, o la artesana utiliza distintos materiales como mostacillas, alambres y herrajes para bisutería. También se puede encontrar la tienda de accesorios tecnológicos que utiliza materiales para hacer el servicio técnico de celulares, tal como también lo puede hacer el taller mecánico.

Además, otros arquetipos pueden utilizar insumos como maquinaria, herramientas y vehículos, en tanto bienes de capital e infraestructura operativa. En este grupo se puede encontrar arquetipos como el mototaxista y el domiciliario cuyo principal insumo es la motocicleta, alrededor de ella giran los insumos de mantenimiento que debe adquirir constantemente, por ejemplo, la gasolina, el aceite y los repuestos. Otros arquetipos en este grupo son el maestro de construcción (herramientas eléctricas y manuales) y el depósito de reciclaje (prensa hidráulica, aceite para la maquinaria, básculas, entre otros. Finalmente, se puede encontrar a la tienda de ropa que necesita insumos como estanterías o vitrinas para exhibir productos.

Finalmente, algunos arquetipos utilizan insumos tecnológicos, administrativos y de cuidado personal, es decir, insumos que sirven para la administración, la higiene o la conexión con los clientes. Es el caso de los salones de belleza, que utilizan insumos químicos y estéticos, herramientas de calor y productos de bioseguridad, o del hospedaje, que basa su operación en productos de limpieza y lencería (sábanas y toallas).







1

2

3

4

5

6

7

En materia de tecnología y conectividad, en varios arquetipos resulta relevante el uso de celular y redes sociales, como en el vendedor ambulante de chance, el domiciliario, el mototaxista y la tienda pequeña de ropa, que utilizan estos insumos para cobrar, conseguir clientes y mantenerse en contacto con ellos.

#### b. Proveedores y forma de pago a proveedores

Un aspecto relevante con los micronegocios refiere a los proveedores y la manera en cómo les pagan, pues esto determina, por ejemplo, cómo se maneja el flujo de caja. Los arquetipos construyen sus redes de abastecimiento según su escala, necesidades y flujo de caja. Los proveedores pueden ser los siguientes:

- Grandes cadenas, distribuidores mayoristas e importadores. Que priman en aquellos arquetipos que maneja bienes de consumo masivo empaquetado o productos técnicos de alto valor. Por ejemplo, la tienda de accesorios tecnológicos, el acuicultor, los bares, hospedajes, tiendas de barrio, talleres mecánicos hacen uso de estos proveedores.
- Plazas de mercado, mataderos y comercios locales. Se trata de proveedores para arquetipos que están relacionados con actividades gastronómicas, como el restaurante, la venta de comidas preparadas, el vendedor ambulante de comida. Estos son sus proveedores fundamentales para sus actividades.
- Proveedores comunitarios, informales o no convencionales. Se trata de arquetipos que dependen de tiendas de barrio, talleres mecánicos o negocios más pequeños que pueden surtir sus insumos para realizar sus actividades económicas. Por ejemplo, el agricultor especializado puede conseguir sus semillas con vecinos o el vendedor de chance

que se apoya con banqueros locales y tiendas de barrio.

Las formas de pago predominantes suelen girar entre dos modalidades, el pago en efectivo inmediato o el pago a cuotas. La gran mayoría de los arquetipos prioriza el pago de contado y en efectivo. Tal como ocurre con el restaurante, el hospedaje o el depósito de almacenamiento. Son arquetipos que prefieren pagar de contado, en efectivo y de manera casi diaria, financiando la compra con los ingresos del mismo día y procurando no usar créditos o mecanismos de pago a cuotas.

También existe la modalidad de crédito de proveedores, en la que los micronegocios comercializan productos no perecederos o materiales cuyo flujo puede ser más lento. Aquí, la confianza con el proveedor es fundamental y está basada en años de relacionamiento. Por ejemplo, los talleres mecánicos, las ferreterías o los artesanos utilizan este mecanismo, en el que pagan después de un periodo de tiempo acordado con su proveedor. Dentro de esta modalidad también se encuentran otras submodalidades, como los pagos variables, en los que el micronegocio consigna según la venta de los productos, como es el caso de la tienda pequeña de ropa, o el cobro de un 50% al cliente para iniciar el trabajo y poder proveerse de insumos, práctica común en la carpintería.

#### c. Principal competencia

Existen distintos competidores para cada uno de los arquetipos. Entre estos se evidencia la competencia local y directa, en la que el principal competidor es otro micronegocio dedicado a la misma actividad. En estos casos, la competencia se basa en la cercanía geográfica y en la reducción de precios. En cuanto a la cercanía geográfica, está la ferretería pequeña, que sostiene una "guerra de centavos" con otras ferreterías

para ver quién vende más barato y logra ganar más clientes. Por su parte, está el maestro de construcción, quien compite contra otros maestros, en especial con aquellos que tienen más experiencia o que cobran más barato.

Otro competidor importante para algunos arquetipos son las grandes cadenas. Por ejemplo, la tienda de barrio debe competir con los grandes supermercados, y la carpintería compite contra cadenas de muebles que ofrecen entregas más rápidas y precios más bajos que los de su trabajo artesanal. También el vendedor ambulante de comidas compite contra las cafeterías.

Finalmente, existe otro grupo de competidores conformado por las plataformas que venden los mismos productos que ofrecen los arquetipos, tal como le ocurre a la tienda de ropa y accesorios. Incluso en el caso del mototaxista, que puede utilizar aplicaciones para conseguir clientes, pero que al mismo tiempo debe competir contra ellas.

#### d. Comparación de estacionalidad

La estacionalidad hace referencia a los cambios de la demanda de un servicio o producto ofrecido por un micronegocio en el tiempo, es decir, los momentos de mayor y menor cantidad de ventas o trabajo. Para cada uno de los arquetipos estos momentos fueron analizados en tres variables temporales: los momentos de mayor trabajo o ventas durante la semana, los momentos de mayor trabajo o ventas durante el mes, y los meses de mayor y menos trabajo o ventas. Esta aproximación permitió concluir que las dinámicas de los negocios son distintos a través del tiempo, pero hay puntos en común, hay fechas de ventas altas como las quincenas de sus clientes, fechas especiales (Día de la Madre, Amor

y Amistad, entre otras) o meses como diciembre. A continuación, se realiza un ejercicio comparativo.

De los 24 arquetipos, para 15 de ellos los mejores días de ventas son los fines de semana<sup>5</sup> (sábados, domingos y festivos) y en algunos casos el fin de semana más el jueves, viernes o lunes. En el caso de otros 4 arquetipos los días de mayores ventas se concentran en uno o más días entre semana<sup>6</sup>, siendo los fines de semana los días en los que no trabajan o en los que las cargas son menores. Además, existen otros casos en los que en la semana no hay un patrón fijo, como lo es el caso de caficultor (agricultor especializado), maestro de obra, carpintería, taller de confección, y el pequeño acuicultor.

En relación con momentos del mes se evidencia que para la mayoría las quincenas son una fecha común en las que sus ventas aumentan, en algunos casos fechas especiales, por ejemplo, para los salones de belleza, artesanos, los talleres de confección y la tienda pequeña de ropa y accesorios, los Días de la Madre o Amor y Amistad, en el caso de mototaxistas Halloween o de los pequeños acuicultores en Semana Santa.

5 Los arquetipos son artesanos, domiciliarios, establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas, ferretería pequeña, hospedaje, negocio ambulante de venta de chance, panaderías, pequeño productor pecuario mixto, productores agrícolas que le venden a intermediarios de plazas de mercado, restaurante, salón de belleza o peluquería, taller mecánico, tienda de accesorios tecnológicos, tienda de barrio o supermercado pequeño y tienda pequeña de ropa y accesorios.

6 Los arquetipos son elaboración de comidas y platos preparados, empresa de almacenamiento y depósito, servicio de transporte de pasajeros y un vendedor ambulante de comidas preparadas.

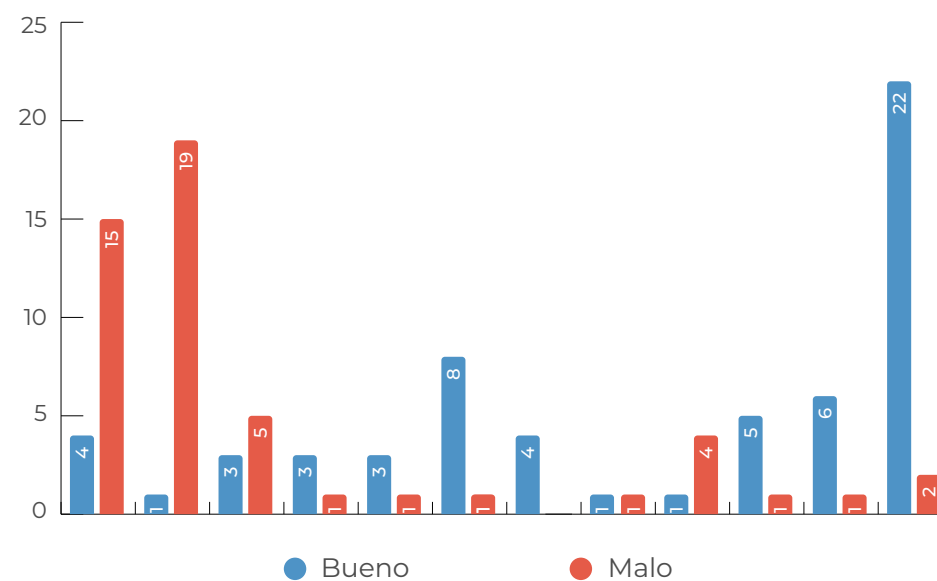


Respecto a los meses malos, 15 arquetipos<sup>7</sup> reportaron que enero era uno de los peores, mientras que 19 también<sup>8</sup> señalaron a febrero. Esto permite concluir que los primeros dos meses del año serían los más difíciles para los micronegocios. Sin embargo, algunos arquetipos los consideran meses buenos, como es el caso del bar, panadería, vendedores en plazas de mercado y tienda de accesorios tecnológicos para enero, y de elaboración de comidas y platos preparados para febrero.

<sup>7</sup> Los arquetipos son artesanos, carpintería, domiciliarios, elaboración de comidas y platos preparados, empresa de almacenamiento y depósito, ferretería pequeña, maestro de obra de construcción, negocio ambulante de venta de chance, pequeño productor pecuario mixto, restaurante, servicio de transporte de pasajeros, taller de confección, taller mecánico, tienda de barrio o supermercado pequeño y un vendedor ambulante de comidas preparadas.

<sup>8</sup> Los arquetipos son artesanos, carpintería, domiciliarios, empresa de almacenamiento y depósito, establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas, ferretería pequeña, hospedaje, maestro de obra de construcción, panaderías, pequeño productor pecuario mixto, productores agrícolas que le venden a intermediarios de plazas de mercado, restaurante, salón de belleza o peluquería, servicio de transporte de pasajeros, taller de confección, taller mecánico, tienda de accesorios tecnológicos, tienda pequeña de ropa y accesorios y un vendedor ambulante de comidas preparadas.

Gráfico 19: Distribución de arquetipos según meses buenos o malos



Fuente: Elaboración propia con base en la información primaria cualitativa

## 3.6 Relación con los productos financieros de crédito, ahorro, pagos digitales y seguros

### a. Relación con los productos de ahorro

El 95,74% de los dueños y dueñas de los micronegocios que participaron de los grupos focales<sup>9</sup> consideran que el ahorro es necesario para resolver necesidades concretas de sus actividades productivas. Lo ven como una herramienta útil para cubrir necesidades concretas y afrontar imprevistos, tanto en sus negocios como en el ámbito personal. El ahorro se concibe como algo necesario, tal como se evidencia en las siguientes intervenciones:



*“Sí, uno puede, por ejemplo, uno para el negocio debe de tener sus ahorros y tener, o sea, un amparo para el negocio, porque si uno tiene un negocio y no tiene un ahorro, tiene el negocio completamente desamparado”. (Grupo Focal, Taller Mecánico, 2026).*

*“A mí también me parece. Yo tenía unos ahorros, o todavía tengo porque me quedaron. Y ahorita, con la calamidad de mi padre, usted sabe todos los gastos que existen y él no estaba*

<sup>9</sup> Este resultado proviene de un ejercicio de preferencias realizado durante los grupos focales, en el cual los participantes indicaron su nivel de acuerdo con distintas afirmaciones. A partir de esas respuestas se construyeron los porcentajes presentados.

*asegurado. Mi hermana y yo tuvimos que asumir todo”. (Grupo Focal, Restaurante, 2026)*

Según los participantes, el ahorro también tiene como funcionalidad la reinversión y el aumento de producción de sus micronegocios, lo que les permite aumentar sus ingresos sin la necesidad de adquirir deuda. Igualmente, consideran que el ahorro es un mecanismo para afrontar las temporadas en las que los ingresos de sus micronegocios descienden, convirtiéndose en un “colchón” financiero.



*“Sí, porque hace, o sea, como le digo, uno cuando vende ya la cosecha, uno saca las ganancias y lo que quede, la mitad es para comprar, por decirlo, para los hijos, ropa”. (Grupo focal, Plaza de Mercado, 2026).*

*“En mi caso, por ejemplo, en la pandemia no funcionó los concentrados todo se estaba volviendo un caos y legalmente también se fue a pique el negocio todo el trabajo, entonces ¿qué hice yo? Tenía unos ahorros y eso me valió para volver a impulsarme entonces sí es bueno el ahorro por mi parte”. (Grupo focal, Acuicultura, 2026).*

Aun así, la necesidad de ahorrar no se traduce en que se realice en entidades financieras formales. En la práctica, el ahorro suele realizarse de manera informal, ya sea guardando el dinero en alcancías o en el hogar. Un participante lo señaló de la siguiente manera:

*“Pues a mí porque de igual forma uno ahorra, pero en la casa, no en los bancos, en los bancos le quitan a uno lo que ahorra, en cambio, en la casa*



1

2

3

4

5

6

7

uno tiene una alcancía allá escondida de la cama y cuando uno está bien acosado, uno saca de ahí, se ayuda uno” (Grupo focal, Acuicultor, 2026).

Además, pese a reconocer la alta utilidad del ahorro, el 72,34% de los participantes considera que es difícil ahorrar dinero de manera mensual, incluso en pequeños montos. Entre las razones dadas por los participantes, se encuentran las siguientes:

- La ocurrencia de imprevistos o emergencias hace que las y los dueños de los micronegocios tengan que sacar dinero de sus ahorros para cubrirlas.
- La inestabilidad mensual en los ingresos y las ventas bajas impide que durante todos los meses se pueda sacar dinero para el ahorro, destinando lo ganado para otros gastos.
- Los gastos fijos derivados de responsabilidades en sus micronegocios, a nivel familiar o individual no les permite destinar dinero para el ahorro.
- La práctica de ahorrar depende de la voluntad, disciplina y organización de las personas, las cuales no siempre se tienen o se han desarrollado.

#### b. Relación con los productos de crédito

En cuanto a la relación con los productos de crédito, el 40,43% de los participantes de los grupos focales manifestó estar de acuerdo con acceder a créditos en bancos, cooperativas u otras entidades formales para sus actividades productivas. En contraste, el 58,51% no estuvo de acuerdo y el 1,06% no asumió una posición.

La mayoría expresó su desacuerdo principalmente por considerar que

las tasas de interés son demasiado altas, lo que genera la percepción de que las ganancias terminan beneficiando más a la entidad crediticia que al propio negocio. Algunos señalaron que “se trabaja para el banco” o que no cuentan con la capacidad de pago suficiente para cubrir las cuotas. Además, mencionaron que el exceso de trámites constituye otra barrera para acceder a este tipo de créditos.



*“...porque yo pienso uno no debería tener un crédito en ninguna entidad para uno tener un taller; para mí eso sería un desacuerdo, porque la ganancia de uno se la está llevando el banco.” (Grupo focal, Taller de Confección, 2026).*

*“Digamos hoy en día la tasa de interés de los bancos es muy alta entonces en ocasiones el presupuesto que yo gano no me va a suplir lo que tengo que ganar pagar en mi negocio y pagar esa deuda”. (Grupo focal, Accesorios Tecnológicos, 2026).*

*“Yo tampoco estoy de acuerdo con los créditos, porque igual uno con lo poco que va haciendo, pues ahí mismo va aumentando, porque es que la verdad, uno con créditos se vuelve para el banco: paga muchos intereses, pagar y pagar”. (Grupo focal, Restaurante, 2026).*

*“Porque no estoy de acuerdo con que la tramitología que le hacen a uno para hacer un crédito país de 2 millones de pesos; se gasta usted más de la mitad haciendo vuelta y tramitología y de pronto la inversión se queda en el paseo” (Grupo focal, Acuicultor, 2026).*



1

2

3

4

5

6

7



Entre quienes estuvieron de acuerdo, se destacó que acceder a créditos es una condición necesaria para hacer crecer sus negocios. Algunos participantes señalaron que los créditos ofrecidos por entidades formales representan alternativas más seguras frente a opciones informales e inseguras como los “gota a gota”, además de percibirlos como más económicos. También resaltaron que estos productos financieros permiten construir historial crediticio, lo cual consideran un beneficio a largo plazo. Finalmente, varios participantes manifestaron sentirse cómodos con esta opción debido a sus experiencias previas positivas con entidades financieras.



*“Porque, la única forma de crecer realmente es con un préstamo, sobre todo si uno quiere expandirse, ¿no?, si quiere modernizar y prevenir inconvenientes que se puedan presentar”. (Grupo focal, Almacenamiento y Depósito, 2026)*

*“Bueno, lo que pasa es que yo considero que de pronto, pues ahora no me ha tocado, pero, por ejemplo, haciendo, viendo la necesidad, preferiría yo pedirlo a un banco que de pronto puedo mostrar lo que yo tengo, que tengo como base en mi tienda y es como mi soporte, se podría decir, y no de pronto yendo donde otra parte que sea una persona, que sea informal y que luego le cobre unos intereses más altos y que haya una informalidad”. (Grupo Focal, Tienda de Barrio, 2026).*

*“Bueno, yo lo elegiría porque con las entidades financieras los créditos son más económicos”. (Grupo Focal, Carpintería, 2026).*

*“Como le venía diciendo, es bueno trabajar con el préstamo porque esas entidades te dan vida crediticia. Para mí, para mi negocio, fuera lo bueno que fuera, rentable, grande, que me generara buen ingreso”. (Grupo focal, Carpintería, 2026).*

*“Porque me fue bien con mi crédito para mi negocio... Porque confío en que puedo pedir un préstamo y lo puedo pagar” (Grupo focal, Panadería, 2026).*



1

2

3

4

5

6

7



Recuadro 1. Índice de preferencia neta

Para complementar la información verbal obtenida en los grupos focales, se diseñó un ejercicio en el que se les pidió imaginar que necesitaban un crédito para invertir en su negocio o actividad productiva. Para ello, se les presentaron dos alternativas ofrecidas por entidades financieras (Opción A y Opción B), cada una con condiciones diferentes.

En total se utilizaron seis tarjetas, cada una con dos opciones de financiamiento. Los participantes debían elegir la alternativa que consideraban más conveniente, evaluando tres atributos principales: monto del préstamo, plazo y cuota mensual.

A partir de las elecciones realizadas, se construyó un índice de preferencia neta, cuyo propósito es medir la frecuencia con que las personas priorizan cada uno de estos atributos cuando deben escoger entre opciones que los ponen en conflicto. Este indicador no busca establecer si los participantes valoran positivamente el monto, el plazo o la cuota de manera aislada, sino identificar cuál de estos factores tiene mayor peso en la decisión cuando mejorar una condición implica renunciar parcialmente a otra.

A continuación, se presenta un ejemplo de las tarjetas utilizadas y la metodología empleada para calcular los índices de preferencia.

Ejemplo de cálculo, Tarjeta 1

| OPCIÓN          | VALOR DEL PRÉSTAMO | PLAZO    | CUOTA MENSUAL |
|-----------------|--------------------|----------|---------------|
| A: 32 personas  | \$6.000.000        | 12 meses | \$650.000     |
| B: 120 personas | \$10.000.000       | 18 meses | \$650.000     |

En esta tarjeta, la Opción B ofrece tanto un monto más alto como un plazo más largo que la Opción A. Dado que 129 de los participantes eligieron esta alternativa, esas elecciones se contabilizan como votos a favor de ambos atributos.

Este mismo procedimiento se aplicó a las seis tarjetas de elección. En cada caso, se identificó cuál opción presentaba la condición más favorable para cada atributo y se contabilizaron las elecciones que favorecían dicha condición. Posteriormente,

los votos obtenidos por cada atributo se agregaron y se dividieron por el total de participantes expuestos a las comparaciones correspondientes. El resultado, expresado en porcentaje, constituye el índice de preferencia neta de cada atributo.

Resultado agregado

A partir de este procedimiento se obtuvieron los siguientes índices de preferencia para cada atributo del crédito. Los tres índices superan el 50%, lo que indica que, en promedio, los participantes tendieron a elegir la opción más favorable en cada atributo cuando debían decidir entre diferentes condiciones de crédito. Sin embargo, la intensidad de esta preferencia varía entre los atributos evaluados.

El monto del préstamo registra el índice más alto (61,6%), lo que sugiere que es el factor con mayor peso en la decisión. En general, los participantes muestran una mayor disposición a privilegiar un monto más alto, incluso cuando ello implica aceptar condiciones menos favorables en términos de cuota o plazo.

La cuota mensual, con un índice de 52,6%, ocupa el segundo lugar en importancia. Aunque existe una preferencia por cuotas más bajas, esta es menos marcada que la observada para el monto. Este resultado es consistente con la idea de que la cuota funciona como un criterio de viabilidad: acceder al monto requerido es importante, pero los pagos mensuales no deben poner en riesgo la operación del negocio.

Por su parte, el plazo presenta un índice de 50,2%, muy cercano al punto de indiferencia. Esto sugiere que, por sí solo, no constituye un atributo que los participantes busquen maximizar de manera activa. Más bien, parece operar como una variable de ajuste que puede flexibilizarse en función de obtener un monto mayor o una cuota más conveniente.

| ATRIBUTO          | ÍNDICE DE PREFERENCIA NETA |
|-------------------|----------------------------|
| Monto de préstamo | 60,7%                      |
| Cuota mensual     | 53,2%                      |
| Plazo             | 50,4%                      |

### c. Relación con los productos de pagos digitales

El 70,97% de los participantes de los grupos focales afirmó que la mayoría de los pagos que recibe en sus micronegocios son en efectivo, mientras que otro 22,58% mencionó que era a través de medios digitales y el 6,45% restante señaló que no tenía una posición ante la afirmación.

Las discusiones evidenciaron que la adopción de medios de pago digitales está condicionada, principalmente, por los costos asociados a su uso. Los participantes mencionaron la necesidad de reducir o eliminar impuestos, comisiones y retenciones, especialmente aquellas relacionadas con el impuesto del 4x1000 y la percepción de un mayor control tributario por parte de la DIAN sobre los ingresos recibidos a través de canales digitales. En este sentido, varios participantes expresaron que el efectivo les permite disponer de los recursos de manera inmediata y sin descuentos adicionales.



*“Por lo menos, pues que llegaran por más de 10 mil de pan. Porque si no, me coge Nequi y me empieza a descontar ya... Están descontando cuatro por mil. Entonces, no, pero imagínate, dos panecitos, tres. Una pizcita que vale cinco mil.” (Grupo focal, Panadería, 2026).*

*“Exactamente eso pero por ejemplo yo estaba optando a no recibir tampoco por transferencia porque ya últimamente están cobrando hasta por eso las transferencias, entonces prefiero que me pague en efectivo”. (Grupo focal, Tiendas de Ropa, 2026)*

*“Evitar los impuestos ante la DIAN, que cobren el 4x1000, con*

*esos sistemas a uno lo llevan es a pagar impuestos, no es como en efectivo como decimos vulgarmente recibe liquida la plástica allí sin ningún descuento”. (Grupo focal, Acuicultura, 2026).*

Además de los costos percibidos, los participantes señalaron que la confianza en los pagos digitales depende de la estabilidad y el correcto funcionamiento de las aplicaciones y plataformas utilizadas. En particular, mencionaron la importancia de evitar fallas o interrupciones en momentos de alta actividad comercial, cuando una caída del sistema puede traducirse en pérdidas de ventas. No obstante, algunos participantes reconocieron la utilidad de estos mecanismos para recibir pagos a distancia o en situaciones en las que el intercambio presencial de efectivo no es posible.

En línea con estos resultados, una amplia proporción de participantes (73,12%) indicó que la mayoría de los pagos que realiza para cubrir los gastos de su actividad productiva también se efectúan en efectivo, mientras que el 17,20% señaló utilizar otros medios de pago de forma predominante. Estos hallazgos sugieren que el efectivo continúa ocupando un papel central tanto en el recaudo de ingresos como en la realización de pagos asociados a la operación de los micronegocios.

### d. Relación con los productos de seguros

El 84,04% de los participantes de los grupos focales consideró favorable adquirir un seguro para su actividad productiva, mientras que el 11,70% expresó una opinión contraria y el 4,26% restante no adoptó una posición frente a la afirmación.



1

2

3

4

5

6

7



1

2

3

4

5

6

7

En términos generales, los participantes perciben los seguros como una herramienta de protección frente a eventos inesperados que podrían comprometer la continuidad del negocio. Su principal valor radica en la posibilidad de evitar pérdidas patrimoniales significativas y reducir el riesgo de quiebra ante situaciones como incendios, robos, desastres naturales u otros eventos que puedan afectar de manera grave los activos productivos.



*“Porque, para bien o para mal, en mi caso, yo soy más propenso a que se me incendie la casa, a que se me incendie el local, entonces eso es bueno en caso tal que llegue a pasar algo, que me roben o que se me incendie, no voy a perder en un futuro todo lo que yo tengo, porque maluco uno tener un local y que tanto usted le invirtió y se quemó en una noche y quédese de brazos cruzados, entonces siento que es muy importante en un futuro”. (Grupo focal, Artesanía, 2025)*

Además, consideran que los seguros son de utilidad para proteger a sus trabajadores frente a cualquier tipo de accidentes o riesgos que se corra. Así mismo, consideran que adquirir seguros es importante porque es tener una visión a futuro en la que protegen sus bienes y a sus familias.



*“Porque si yo veo en mi negocio el futuro mío y el futuro de mi casa, pues yo invierto en mi casa. No todo puede ser gané, gané, gané, gané. Pero si no invierto nada, a futuro, pues no estoy haciendo nada porque entonces no tengo visión de futuro. Entonces, sí me parece importante” (Grupo Focal, Panadería, 2026).*

No obstante, como se evidenció en secciones anteriores, la tenencia efectiva de seguros entre los micronegocios continúa siendo limitada. Esta situación llevó a profundizar en las estrategias que actualmente utilizan los participantes para gestionar y enfrentar los riesgos asociados a su actividad productiva.

#### e. Manejo de riesgos en los micronegocios

Las estrategias de gestión de riesgos identificadas entre los participantes se concentran principalmente en acciones preventivas orientadas a evitar accidentes, daños en la infraestructura o pérdidas de equipos y herramientas de trabajo. Estas medidas varían según la actividad económica desarrollada, pero suelen incluir el mantenimiento periódico de instalaciones eléctricas, maquinaria e infraestructura física.



*“Lo de los enchufes, no saturar la toma de enchufes, de extensiones, de extensiones, porque eso también provoca incendios, entonces hay que sacar tomas para cada cosa independiente”. (Grupo focal, Panadería, 2026).*

*“El mantenimiento de las máquinas. Tiene que estar uno pendiente. Pendiente al techo, que por lo menos no esté deteriorado. Que vaya a llover y caiga agua y se dañe la máquina. Esa es la prevención. A veces toca coger la máquina y taparla con plástico”. (Grupo focal, Carpintería, 2026).*

También se identificaron prácticas destinadas a proteger la integridad física de propietarios y trabajadores, mediante el uso de elementos de seguridad adecuados para cada oficio.





*“Los zapatos, eso sí lo aprendí porque también me caí en una cocina, los zapatos tienen que ser antideslizantes cuando uno está trabajando en la cocina, o en mi caso que vivo en el piso”. (Grupo focal, Panadería, 2026).*



*“Usted créame que uno no sabe que lo van a robar a uno o el cliente que dentro de... los billetes falsos, también hay gente mala, ahí tienes que estar pendiente”. (Grupo focal, Restaurante, 2026)*

*“Para los robos en sí, lo que estamos manejando son las cámaras porque no se puede hacer nada más y ser más precavidos con la gente, ser más desconfiados”. (Grupo focal, Accesorios Tecnológicos, 2026).*

Sin embargo, los participantes reconocen que existen riesgos frente a los cuales la capacidad de prevención es limitada. Este es el caso de los robos con violencia, los fenómenos climáticos extremos o determinadas contingencias que escapan a su control.



*“Lo más que podríamos hacer es de pronto no tener el negocio, por lo menos en mi caso que es una tienda, tenerla al este del público, sino desde acá una reja, una barrera que tengo yo*



1

2

3

4

5

6

7



*acá y yo atiendo acá y la gente está afuera, sería lo único, pero si a mí me llegan con un revólver por la ventana, “pásame la plata”, no lo puedo prevenir”. (Grupo focal, Bares, 2026).*

*“No, y cuando la lluvia es normal, pues listo, porque uno tiene el plan B, la sombrilla y todo eso, pero cuando caen esos aguaceros tan horribles que ni la sombrilla logra, de verdad, te toca cerrar, porque son unos torrenciales que uno dice, se inunda toda”. (Grupo focal, Comidas Preparadas, 2026)*

Un hallazgo relevante es que, junto a las medidas prácticas de prevención, algunos participantes recurren a creencias tradicionales, prácticas supersticiosas o expresiones de fe religiosa como mecanismos simbólicos para enfrentar la incertidumbre y los riesgos propios de sus actividades.



*“Las botellitas de aguardiente que están vacías, dejarlas por ahí para que se detenga al menos el granizo... Lo más típico, por lo menos aquí, los abuelos nos han enseñado, ve, en la oscurana, y es pongan cruz de ceniza, o uno mira que empieza a caer granizo y es ponga una cruz de sal en un plato.” (Grupo focal, Agricultor Especializado, 2026).*

*“Orar y encomendarse a Dios ... Es que, verdad, uno tiene que tener una conexión espiritual. Es que uno nunca debe salir de su casa sin hacer una oración, porque yo soy una de las que, mejor dicho, no me voy sin mi oración de protección, los ángeles, los arcángeles, Dios, todo, sí, no debemos negar la parte espiritual” (Grupo focal, Salón de belleza, 2026).*

Finalmente, aunque existe una preocupación general por prevenir riesgos, los grupos focales también evidenciaron situaciones en las que determinadas amenazas son subestimadas o no son gestionadas adecuadamente. Entre ellas se encuentran el trabajo en alturas sin protección suficiente en el sector construcción, el uso limitado de elementos de protección personal en actividades de almacenamiento y logística, la manipulación de objetos calientes sin equipos adecuados en panaderías y el uso de cascos de baja protección por parte de mototaxistas y sus pasajeros. Estos casos sugieren que, a pesar de la existencia de diversas estrategias preventivas, persisten brechas importantes en la gestión integral de riesgos dentro de los micronegocios.



1

2

3

4

5

6

7



**1. COMERCIO**



**2. AGRICULTURA**



**3. CONSTRUCCIÓN**



**4. TRANSPORTE**



**5. MANUFACTURA**



**6. ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y SERVICIOS**



**7. ALOJAMIENTO Y COMIDA**



**1.1. TALLER MECÁNICO**



**2.1. PRODUCTOR PECUARIO MIXTO**



**3.1. MAESTRO DE OBRA**



**4.1. DOMICILIARIOS**



**5.1. PANADERÍA**



**6.1. SALÓN DE BELLEZA / PELUQUERÍA**



**7.1. BAR / TABERNA**



**1.2. TIENDA DE BARRIO**



**2.2. ACUICULTOR**



**4.2. MOTOTAXISTAS**



**5.2. COMIDAS PREPARADAS**



**6.2. VENTA AMBULANTE DE CHANCE**



**7.2. HOSPEDAJE**



**1.3. TIENDA DE ROPA Y ACCESORIOS**



**2.3. PRODUCTOR AGRÍCOLA**



**4.3. ALMACENAMIENTO Y DEPÓSITO**



**5.3. CONFECCIÓN**



**7.3. RESTAURANTE / CAFETERÍA**



**1.4. FERRETERÍA**



**2.4. AGRICULTOR ESPECIALIZADO**



**5.4. CARPINTERÍA / EBANISTERÍA**



**7.4. COMIDAS PREPARADAS AMBULANTES**



**1.5. ACCESORIOS TECNOLÓGICOS**



**5.5. ARTESANOS**



## 4. Resultados del análisis de los arquetipos

A continuación, se presentan los resultados del análisis de los arquetipos identificados en el estudio. Para facilitar su comprensión, cada arquetipo se presenta mediante una ficha tipo customer persona, que sintetiza sus principales características demográficas, comportamientos, motivaciones, necesidades y retos. Esta herramienta permite visualizar de forma integral las particularidades de cada perfil y entender los factores que influyen en sus decisiones y experiencias. Las fichas se estructuraron de la siguiente manera:

### Sección 1. Presentación del arquetipo

Se realiza la descripción del perfil, destacando el tiempo promedio de existencia de la unidad económica de baja escala, así como la caracterización del arquetipo. Esta incluye variables sociodemográficas y económicas como edad, sexo, nivel educativo, afiliación a la seguridad social, grado de formalización y nivel de acceso al sistema financiero<sup>1</sup>.

### Sección 2. Perfil actitudinal y comportamental

La caracterización incorpora el perfil actitudinal del arquetipo, abordando aspectos como sus motivaciones, proyecciones futuras y condiciones

físicas y emocionales. Asimismo, se presentan indicadores asociados a su comportamiento económico y decisional, entre ellos los niveles de paciencia, confianza, aversión a la pérdida y aversión al riesgo.

### Sección 3. Mi día a día

En esta sección presenta una descripción detallada de la dinámica diaria de los arquetipos, caracterizando aspectos como la jornada laboral, los horarios de apertura e inicio de actividades, los horarios de cierre o finalización, los períodos de descanso, los días de trabajo, el número de trabajadores, la estacionalidad de la actividad económica y las principales actividades desarrolladas durante la jornada.

### Sección 4. Mi entorno

En esta sección se describe el entorno en el que opera el arquetipo, incluyendo el sitio físico donde opera, los insumos requeridos para el desarrollo de su actividad, la relación con los proveedores y las modalidades de pago empleados, el perfil de los clientes que atiende, la competencia que enfrenta y la interacción entre la actividad económica y el entorno familiar.

<sup>1</sup> Las cifras cuantitativas incluidas en las fichas reflejan los valores promedio calculados con base en la información obtenida de la encuesta.

### Sección 5. Las finanzas de mi negocio

En esta sección se realiza una caracterización de las finanzas del negocio, considerando los ingresos generados por la actividad económica, la vinculación con productos financieros de crédito y ahorro, el uso de mecanismos de pago digital, incluyendo un índice de pagos digitales que permite medir el nivel de adopción y utilización de estos mecanismos por parte de los negocios analizados<sup>2</sup>, y el acceso a productos de seguros.

### Sección 6. Los riesgos e imprevistos que afronto

Esta sección profundiza en los riesgos e imprevistos que enfrenta el arquetipo en el desarrollo de su actividad económica, identificando los eventos que podrían afectarlo, los que efectivamente lo han afectado, los que han generado mayores afectaciones, otros riesgos percibidos por quien lidera el negocio y las estrategias implementadas para mitigar, afrontar o recuperarse de dichos eventos.

Para construir la matriz de percepción de riesgos del micronegocio, se aplicaron tres preguntas a cada evento identificado: la probabilidad de que el negocio lo enfrente en el próximo año (escala de 1 a 5), la frecuencia con la que ocurrió en el último año y el impacto que tuvo la última vez que se presentó (escala de 1 a 5). Las respuestas de quienes conforman cada arquetipo se promediaron y se clasificaron en niveles de riesgo — muy baja, baja, media, alta o muy alta—, lo que permite visualizar de forma comparativa el nivel de exposición del arquetipo frente a cada evento.

<sup>2</sup> Este índice mide el grado de adopción de medios de pago electrónicos en el negocio, considerando tanto el recaudo como los pagos realizados. Se calcula a partir del uso de billeteras digitales, tarjetas y transferencias bancarias para recibir y efectuar pagos. Toma valores entre 0 y 1, donde 1 indica una adopción total de estos medios y 0 una dependencia completa del efectivo.

### Sección 7. Atributos que le interesan sobre los productos financieros

Finalmente, se caracterizan los aspectos de mayor interés para los arquetipos en relación con los cuatro productos financieros analizados: crédito, ahorro, pagos digitales y seguros.



1

2

3

4

5

6

7



# Arquetipos Sector Comercio



## Taller mecánico

Establecimientos como servitecas de barrio, talleres de latonería y pintura, o mecánicos de motocicletas.



## Tienda de barrio o supermercado pequeño

Incluye tiendas de esquina clásicas, minimercados familiares, revuellerías y negocios de venta de abarrotes.



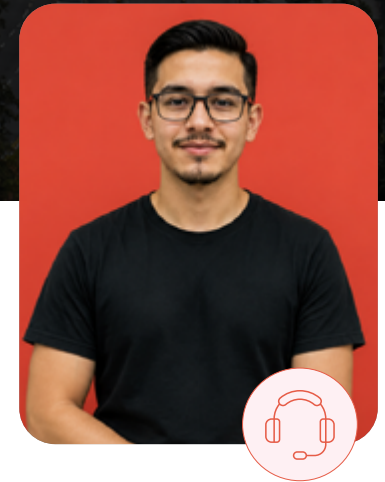
## Tienda pequeña de ropa y accesorios

Boutiques independientes de prendas de vestir y pequeños locales ubicados en galerías o barrios comerciales.



## Ferretería pequeña

Ferreterías de barrio, vidrierías y pinturerías independientes que proveen materiales básicos para construcción o el hogar.



## Tienda de accesorios tecnológicos

Locales o islas comerciales orientados a la venta de repuestos y a la prestación de servicio técnico.





## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un negocio con una trayectoria consolidada con un promedio de 11 años de existencia. El dueño del taller conoce el oficio debido a que ha trabajado en el sector durante mucho tiempo. Generalmente, el hombre o jefe de hogar se encarga de las labores técnicas y operativas del taller, mientras que la esposa u otros familiares apoyan las actividades administrativas y de gestión. El negocio suele surgir como una alternativa para generar ingresos, alcanzar mayor independencia laboral y reducir la dependencia de empleadores. Con el tiempo, el taller ha logrado consolidarse y crecer de manera gradual gracias a la experiencia acumulada y la fidelización de clientes.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Hombres

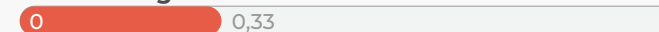
**Edad promedio:**  
36 años

**Etnia:**  
Indígena  
8,3%



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria y técnico y tecnólogo (T&T)

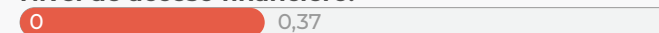
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por una mentalidad basada en la resolución de problemas, donde la experiencia técnica tiene mayor importancia que la gestión administrativa. Valora la honestidad, la lealtad y la reputación de su negocio, consciente de que la confianza de los clientes y las recomendaciones de voz a voz son fundamentales para su sostenibilidad. Tiende a mostrar una resistencia inicial a la digitalización, percibiendo el registro de información y algunos procesos administrativos como actividades que pueden interrumpir el trabajo operativo del taller. Su principal motivación es mantener la estabilidad económica y la autonomía que le brinda su negocio, por lo que evalúa con cautela las inversiones en tecnología y solo las adopta cuando generan beneficios claros, como ahorro de tiempo, mayor control de la información o mejoras en la precisión del trabajo. Constantemente enfrenta el desafío de profesionalizar la administración del taller sin perder la cercanía y el carácter artesanal que lo diferencian ante sus clientes.



**Motivaciones:** Mantener su independencia laboral, asegurar el sustento económico de su familia y alcanzar sus metas personales mediante el desarrollo de su negocio.



**Planes a futuro:** Ampliar y fortalecer el negocio mediante el traslado a un local de mayor tamaño que le permita aumentar su capacidad operativa, contratar más personal e incorporar nuevos servicios de mecánica para atender una mayor demanda.



**Estado físico y anímico:** Suele experimentar cansancio físico y estrés debido a las exigencias del trabajo, las largas jornadas laborales, la atención a clientes y los riesgos propios de la actividad mecánica.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
11 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
7 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
6 p.m. (puede extenderse)



**Descansos o pausas durante el día:**  
1 hora



**Días de trabajo a la semana:**  
6 días



**Número promedio de trabajadores:**  
3

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** viernes, sábado, domingo y lunes.
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas y semana santa.
- **Meses con mayores ventas:** Diciembre y junio.
- **Meses con menores ventas:** Enero y febrero (impacto principio de año) y septiembre y octubre.



### Servicios de mecánica y mantenimiento de automotores

Realiza mantenimiento preventivo y correctivo de motos y carros, incluyendo mecánica rápida (cambio de aceite, bandas, pastillas de freno, kits de arrastre, relaciones y guayas), así como reparaciones y mantenimientos de mayor complejidad que requieren desarme, revisión y reemplazo de componentes.

### Actividades en el trabajo:



#### Embelllecimiento y personalización de automotores

Ofrece servicios de instalación de accesorios, adecuaciones estéticas, restauración de tapizados, lavado, pulido y otras actividades orientadas a mejorar la apariencia del vehículo.



#### Ventas y atención al cliente

Comercializa repuestos, lubricantes, baterías y accesorios, además de brindar asesoría técnica a los clientes sobre productos y servicios.



#### Tareas administrativas y mantenimiento del local

Gestiona o supervisa actividades relacionadas con el inventario, las compras, la atención al cliente y el funcionamiento general del taller. Estas labores pueden ser apoyadas por familiares, quienes también participan en la organización del local, la gestión administrativa y las actividades de promoción digital.

## Mi entorno



### Ubicación:

Taller en zona comercial de venta de repuestos y mantenimiento de vehículos.



**Insumos:** Utiliza repuestos y materiales de mecánica (aceites, lubricantes, frenos, filtros, bandas y kits de arrastre), además de herramientas y productos especializados para la prestación de servicios técnicos. También puede requerir insumos de embellecimiento, latonería y pintura.

### Proveedores:

- Grandes cadenas, marcas reconocidas y distribuidores especializados de quienes adquiere repuestos y materiales generalmente mensualmente.
- Pequeños comerciantes, negocios vecinos y aliados estratégicos a quienes recurre para compras de urgencia o necesidades operativas del día a día.

**Forma de pago a proveedores:** Predominan los pagos de contado o anticipados. algunos proveedores ofrecen crédito con plazos de hasta 60 días, siendo 30 días el plazo más habitual.



### Clientes:

Acuden al taller con diferentes frecuencias según el uso y las necesidades de mantenimiento de sus vehículos:

#### Cada 15 días

para cambios de aceite o vehículos de uso intensivo,

#### Mensualmente

para uso personal frecuente,

#### Cada 3 o 4 meses

para mantenimientos preventivos

#### Cada 6 meses

para revisiones más profundas.

La clientela son principalmente hombres propietarios de motocicletas y vehículos, tanto de baja gama para uso diario como de alta gama para actividades recreativas.

**Principal competencia:** Grandes almacenes y cadenas especializadas que ofrecen productos similares, así como contenidos digitales e influencers que promueven la realización de reparaciones y mantenimientos por cuenta propia.

**Relación con la familia:** suelen apoyar las labores administrativas del taller, por lo que las decisiones relevantes del negocio, como la compra de productos e insumos, se toman de manera conjunta. Asimismo, algunos se encuentran aprendiendo el oficio y colaboran en las actividades operativas del taller.



1

2

3

4

5

6

7

## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



**Flujo de ingresos:**  
**Diario**  
(constante)

**La mayoría de los propietarios**

**66%**

reciben entre 1 millón y 5 millones mensuales.

**La mayoría de los propietarios**

**66,7%**

tienen costos menores a 3 millones mensuales.

- Manejo de ingresos: Separa los gastos del negocio y los de la familia. Genera colchón para meses malos.
- ¿Logra llegar a fin de mes?: No siempre. En las temporadas bajas se ve obligado a recortar gastos personales y del local. Sin embargo, logra compensar los meses malos con los meses buenos, por lo cual realiza ahorro preventivo.



### Relación con el crédito:

- El 33% de propietarios tienen crédito con entidades financieras. De estos, el 80% lo tienen con un banco.
- El 8% tiene créditos informales con proveedores y familia.
- El 75% aceptaría un crédito si se lo ofrecieran, destinándolo principalmente a compra de materia prima e insumos y compra o arriendo de maquinaria y equipos.



### Relación con los seguros:

- El 33% cuenta con algún seguro y el 25% con seguros distintos al SOAT.
- Valora especialmente los seguros que protegen los activos físicos, las herramientas y el patrimonio del negocio.

### Relación con el ahorro:



**58%**

de propietarios ahorra de manera informal, pues valoran la liquidez inmediata y el control sobre sus recursos.



**25%**

ahorra formalmente, aunque percibe barreras asociadas a impuestos y cobros financieros.

El principal destino del dinero ahorrado son gastos personales o del hogar.

La principal razón para no ahorrar es la falta de capacidad económica o de hábito. No obstante, cerca de la mitad de quienes no ahorran manifiestan interés en hacerlo, preferiblemente a través de entidades financieras.



### Relación con los pagos digitales

**91%**

recibe pagos mediante billeteras digitales, aunque algunos manifiestan desconfianza por posibles fraudes, impuestos o cobros asociados.

**50%**

de los propietarios reciben transferencias bancarias. La mayoría de quienes no reciben no tienen herramientas para usarlas.

Entre quienes no utilizan transferencias o pagos digitales, las principales barreras son la falta de herramientas y el desconocimiento sobre su funcionamiento.



1

2

3

4

5

6

7



## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Media                  | Muy baja                 | Media                |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Muy baja                 | Muy baja             |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Media                |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Media                |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Riesgos ergonómicos: malas posiciones y movimientos repetitivos
- Riesgos físicos: quemaduras y problemas respiratorios
- Riesgos de incendios: manejo de materiales inflamables

**Manejo de riesgos:** Mitiga riesgos mediante ahorro preventivo, control de inventarios, extensión de la jornada laboral e implementación de medidas básicas de seguridad en el taller.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Mayor claridad sobre tasas de interés, plazos y costos asociados, además de capacitaciones relacionadas.

**Ahorro formal:** Bajos costos y comisiones, junto con rendimientos atractivos.

**Pagos digitales:** Seguridad en las transacciones y protección frente a fraudes.

**Seguros:** Capacitaciones o programas de educación financiera sobre el uso de seguros.



1

2

3

4

5

6

7





## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un negocio con cerca de 37 años de trayectoria, sustentado en la tradición familiar y la experiencia comercial del propietario. Le brinda independencia y flexibilidad para atender labores de cuidado, con el apoyo de su familia en la operación del negocio.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

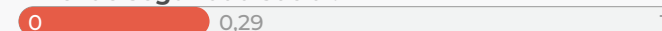
**Edad promedio:**  
45 años

**Etnia:**  
Indígena  
8,3%



**Nivel educativo promedio:** No tiene un nivel de educación definido claramente.

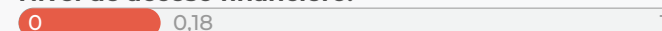
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** La tendera se caracteriza por ser servicial, resiliente y orientada a la supervivencia de su negocio. Basa su competitividad en la confianza y el trato cercano con los clientes. Aunque mantiene una actitud conservadora frente a los cambios tecnológicos y prefiere métodos tradicionales, está dispuesta a adoptar nuevas herramientas cuando percibe beneficios inmediatos, sencillos y útiles para su actividad diaria.



**Motivaciones:** La tendera de barrio encuentra una alta satisfacción personal en su trabajo, ya que le permite generar ingresos para su familia.



**Planes a futuro:** Altas expectativas de crecimiento para su negocio. Aspira a transformar su tienda en un *mini-market* o supermercado, expandir su presencia a otros sectores de la ciudad y generar más oportunidades de empleo, fortaleciendo así su impacto económico y familiar.



**Estado físico y anímico:** Mantiene un estado de ánimo generalmente alegre y tranquilo, aunque enfrenta momentos de estrés asociados a las largas jornadas laborales, la falta de descanso y los imprevistos del negocio. A nivel físico, experimenta un desgaste constante y síntomas de agotamiento derivados de la intensidad y duración de su trabajo diario.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
10 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
7 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
9 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
4 horas



**Días de trabajo a la semana:**  
7 días



**Número promedio de trabajadores:**  
2

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** Domingo.
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas.
- **Meses con mayores ventas:** Diciembre.
- **Meses con menores ventas:** Enero.

### Actividades en el trabajo:

Realiza diversas tareas para garantizar el funcionamiento diario del negocio. Entre ellas se encuentran:



**La atención al cliente**



**La apertura y organización del local**



**El abastecimiento de productos**



**La recepción de proveedores**



**La gestión de pedidos.**

Asimismo, lleva el control del inventario y las ventas, y al finalizar la jornada realiza el cierre de caja, registra las transacciones y organiza los recursos necesarios para el siguiente día de operación.



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno



### Ubicación:

Local ubicado en zona residencial.



**Insumos:** Mercancía para la venta, incluyendo productos perecederos y no perecederos. Además, dispone de equipos e infraestructura básicos para la operación, como neveras, vitrinas, estantes, cámaras de seguridad, teléfono e internet, utilizados para la conservación, exhibición, control del negocio y gestión de pedidos y pagos.

**Proveedores:** Sus proveedores incluyen distribuidores y comerciantes de plazas de mercado que suministran productos frescos, así como vendedores de empresas de consumo masivo (CPGs) que abastecen directamente la tienda con bebidas, snacks y otros productos empacados.

**Forma de pago a proveedores:** Realiza los pagos de contado, independientemente del tipo de proveedor.



### Clientes:

Consumidores finales, principalmente vecinos, familias del sector y de barrios cercanos, así como población estudiantil.

**Principal competencia:** Los supermercados de cadena, que compiten con precios más bajos, y otras tiendas de barrio o negocios similares que atienden al mismo mercado.

**Relación con la familia:** La familia cumple un papel central en el negocio, brindando apoyo en la atención de la tienda, respaldo económico cuando es necesario y ayuda en el uso de herramientas tecnológicas.



1

2

3

4

5

6

7

## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



**Flujo de ingresos:**  
**Diario**  
(constante)

La mayoría de los propietarios

**50%**

percibe ingresos menores a 3 millones mensuales

La mayoría de los propietarios

**58%**

percibe costos entre 500.000 y 3 millones mensuales

- **Manejo de ingresos:** Separa las finanzas del negocio y del hogar, reinvierte en mercancía y fía solo a clientes de alta confianza.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Los ingresos del negocio suelen ser suficientes para cubrir los gastos y mantener la operación, incluso en meses de bajas ventas.



### Relación con el crédito:

- El 25% de propietarios tienen crédito.
- Del total, el 16,7% tiene obligaciones con entidades financieras y el 8,3% con entidades formales no financieras<sup>1</sup>.
- El 58% estaría dispuesto a acceder a un crédito si se le ofreciera, principalmente para realizar remodelaciones o adecuaciones en su negocio.



### Relación con los seguros:

- El 8,3% de los propietarios cuenta con algún tipo de seguro, proporción que se mantiene al excluir el SOAT.
- Percibe como más relevante la protección de las personas clave para el funcionamiento del negocio, dado el papel central que desempeñan en la operación diaria.

### Relación con el ahorro:



**25%**

de los propietarios ahorra en efectivo y el otro 17% ahorra de otras formas. El arquetipo prefiere el ahorro informal y desconfía de las entidades financieras por cobros o comisiones, además considera que la plata se queda quieta.



**8,3%**

de los propietarios ahorra de manera formal.

El principal destino del dinero ahorrado es la compra de materia prima y gastos personales.

La principal razón por la que no ahorran es porque no les sobra dinero para hacerlo. El 83,33% de los propietarios que no ahorran les gustaría hacerlo.



### Relación con los pagos digitales

**83,3%**

de los propietarios recibe pagos mediante billeteras digitales. Su adopción responde principalmente a la demanda de los clientes y a la facilidad de uso de estas herramientas. Persisten barreras asociadas al desconocimiento y la desconfianza.

El **91,6%** no acepta pagos con tarjetas débito o crédito. Entre ellos, el 72,7% no tiene interés en implementarlos, principalmente por la falta de infraestructura o herramientas para recibir este medio de pago.

El **25%** recibe pagos por transferencias bancarias. Sin embargo, una proporción importante muestra reticencia hacia este mecanismo debido a la falta de herramientas adecuadas y a la baja confianza en este tipo de transacciones.

<sup>1</sup> El sector formal no financiero corresponde a entidades como fondos de empleados, asociaciones mutuales, cooperativas multiactivas, sector telco, real comercio o cajas de compensación.

## Los riesgos e imprevistos que afronto

Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Baja                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Media                |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Agotamiento derivado de largas horas de pie.
- Pérdida de dinero por fiar a clientes.

**Manejo de riesgos:** Cámaras de vigilancia. Realizar ejercicio. Cerrar temporalmente el local.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Tasas de interés competitivas, plazos flexibles y costos asociados claros y asequibles.

**Ahorro formal:** Capacitaciones y orientación sobre mecanismos de ahorro formal y sus beneficios.

**Pagos digitales:** Bajos costos de uso y comisiones reducidas o inexistentes por transacción.

**Seguros:** Capacitaciones o programas de educación financiera sobre el uso de seguros.



1

2

3

4

5

6

7





## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un negocio con una trayectoria de aproximadamente 16 años. Su propietaria la creó tras convertirse en madre, motivada por la búsqueda de independencia económica y una mayor flexibilidad para atender las responsabilidades del hogar. Con el apoyo de familiares, inició vendiendo desde su vivienda y a domicilio, para luego establecerse en un local con una oferta más amplia. Actualmente, combina la administración del negocio con su rol de madre y cuidadora.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

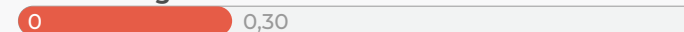
**Edad promedio:**  
37 años

**Etnia:**  
Afrodescendiente  
6,7%



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa

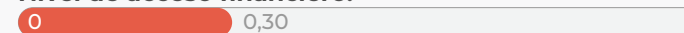
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por ser resiliente, servicial y comprometida con su negocio, el cual considera una fuente de ingresos y una parte importante de su identidad. Prioriza el trato cercano con los clientes y la gestión directa de su actividad comercial. Aunque muestra interés por herramientas digitales, especialmente para ventas y promoción, enfrenta limitaciones de tiempo y conocimientos que dificultan una mayor adopción.



**Motivaciones:** Le apasionan las ventas, el servicio al cliente y el relacionamiento con las personas. Su principal motivación es mantener la independencia económica y la libertad que le brinda su negocio.



**Planes a futuro:** Expandir su negocio mediante la apertura de nuevas sucursales, incursionar en la producción de ropa y generar más empleo.



**Estado físico y anímico:** Presenta agotamiento físico y episodios de estrés en momentos de bajas ventas, aunque se siente satisfecha y feliz con su trabajo.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
17 horas  
(flexible)



**Hora de apertura o inicio:**  
12 p.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
7 p.m. (puede extenderse)



**Descansos o pausas durante el día:**  
1 hora



**Días de trabajo a la semana:**  
6,5 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1,6

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** jueves, viernes y sábado.
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas y fechas especiales (Día de la Mujer, Día de la Madre, Amor y Amistad).
- **Meses con mayores ventas:** Marzo, mayo, septiembre y diciembre.
- **Meses con menores ventas:** Enero, febrero y abril.

### Actividades en el trabajo:



Combina labores de cuidado personal y familiar con la gestión del negocio.



Realiza la apertura, limpieza y organización del local.



Gestiona el abastecimiento y compra de mercancía.



Promociona sus productos mediante fotografía y creación de contenido para redes sociales.



Atiende clientes de forma presencial y virtual.



Realiza entregas a domicilio cuando es necesario.



Lleva el control de inventarios, ingresos y gastos.

## Mi entorno

**Ubicación:**

Local ubicado en zona comercial.



**Insumos:** La tienda utiliza principalmente prendas de vestir y accesorios adquiridos al por mayor, complementados ocasionalmente con bolsos, maletas, billeteras, cosmetiqueras, termos y calzado. Cuenta con mobiliario para exhibición, herramientas digitales para ventas y promoción, insumos para la creación de contenido fotográfico y una motocicleta para realizar domicilios. El surtido de mercancía suele realizarse semanalmente.

**Proveedores:** Se abastece principalmente de bodegas mayoristas, plataformas digitales internacionales y talleres de confección.

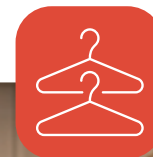
**Forma de pago a proveedores:** Utiliza distintas modalidades de pago según las condiciones del proveedor y la disponibilidad de la mercancía, incluyendo pago inmediato o anticipado, pago contra venta de los productos y pagos diferidos en cuotas periódicas, generalmente cada ocho días.

**Clientes:**

compuesta principalmente por familiares, amigos y vecinos, así como por clientes fidelizados a través de canales digitales y personas que visitan el centro comercial o transitan cerca del establecimiento.

**Principal competencia:** Su principal competencia proviene de plataformas digitales internacionales que ofrecen productos a bajo costo, así como de establecimientos de descuento que comercializan mercancía importada a precios competitivos.

**Relación con la familia:** La familia le brinda apoyo en la atención del negocio durante períodos de alta demanda o cuando no puede trabajar.



1

2

3

4

5

6

7

## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



Flujo de ingresos:

**NO**

hay un flujo  
definido.

La mayoría de los  
propietarios

**53%**

tiene ingresos entre  
500.000 y 3 millones  
mensuales.

La mayoría de los  
propietarios

**73,3%**

tiene costos menores  
de 3 millones  
mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Separa los ingresos para gastos del negocio y otro porcentaje para gastos personales.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Dado que es un negocio con aproximadamente 16 años y tiene su clientela consolidada, logra llegar a fin de mes. Sin embargo, cuando estaba iniciando, era mucho más difícil que lo lograra.



### Relación con el crédito:

- El 26,7% de los propietarios cuenta con algún crédito formal, principalmente con entidades bancarias.
- El 80% estaría dispuesto a solicitar un crédito, principalmente para la compra de inventario e insumos.



### Relación con los seguros:

- El 20% de los propietarios cuenta con algún seguro. Al excluir el SOAT, la proporción se reduce al 13,3%.
- Los seguros de mayor interés son aquellos orientados a proteger la continuidad del negocio, así como sus activos físicos y patrimonio.

### Relación con el ahorro:



**6,7%**

de los propietarios ahorra en entidades bancarias, sin embargo, persiste desconfianza hacia estos mecanismos por posibles cobros y por la preferencia de reinvertir el dinero en el negocio.

El ahorro se realiza principalmente en efectivo (**53%**), seguido de inversiones financieras, natilleras y otros mecanismos (**7%** cada uno).

Los recursos ahorrados se destinan principalmente a la compra de inventario, así como a cubrir emergencias e imprevistos.

La principal barrera para ahorrar es la falta de hábito. El **75%** de quienes no ahorran manifiesta interés en hacerlo, preferiblemente a través de entidades bancarias.



### Relación con los pagos digitales

**100%**

de los propietarios recibe pagos mediante billeteras digitales, aunque persisten preocupaciones relacionadas con posibles fraudes y estafas.

El **60%** no acepta pagos con tarjeta. El **77,78%** no tiene interés en implementarlos, principalmente por la falta de herramientas para su recepción.

El **73,33%** recibe transferencias bancarias. Una parte importante muestra resistencia a este medio de pago debido a la desconfianza y a limitaciones tecnológicas para gestionarlo adecuadamente.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Baja                     | Baja                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Muy baja                 | Muy baja             |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Muy baja                 | Muy baja             |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Muy baja                 | Muy baja             |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Muy baja             |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Muy baja             |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Muy baja             |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Muy baja             |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Competencia desleal de plataformas
- Confiscación de mercancía por parte de la DIAN
- Robos en su tienda

**Manejo de riesgos:** Ahorro para afrontar temporadas bajas. No contrata personal fijo. Reducción de gastos personales. Pide pagos anticipados. Delega en familiares la atención del negocio cuando se enferma.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Tasas de interés competitivas, plazos flexibles, costos asociados claros y acceso a capacitaciones financieras.

**Ahorro formal:** Información sobre los beneficios y la seguridad de ahorrar en entidades financieras frente al manejo de efectivo.

**Pagos digitales:** Bajos costos y comisiones por transacción.

**Seguros:** Tipos de seguros disponibles y beneficios de estar asegurado.



1

2

3

4

5

6

7





## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un negocio con cerca de 9 años de existencia. Fue fundada por su dueño con el objetivo de proveer sustento a su familia, la cual también participa activamente en la operación y atención del establecimiento. Tiene experiencia en otras áreas de comercio, sin embargo, montó su ferretería porque considera que es un mejor negocio que otros y el cual conoce profundamente.



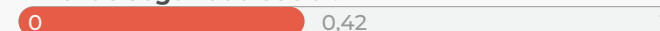
**Sexo:**  
Mayoritariamente Hombres

**Edad promedio:**  
38 años



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa

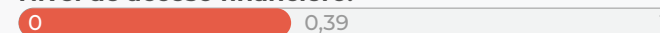
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por su paciencia y dedicación al servicio, cualidades clave para atender a sus clientes durante extensas jornadas de trabajo. Mantiene una actitud cautelosa frente al riesgo, privilegiando productos de baja pérdida y una gestión conservadora del negocio. Asimismo, presenta cierta desconfianza hacia entidades financieras y herramientas digitales, especialmente por preocupaciones relacionadas con fraudes. Su bienestar emocional está estrechamente ligado al desempeño de la ferretería: las buenas ventas le generan satisfacción, mientras que las deudas y las exigencias del trabajo pueden ocasionarle estrés y agotamiento.



**Motivaciones:** Generar recursos para mantener a su familia y lograr así su sostenimiento económico. Lograr independencia económica.



**Planes a futuro:** Tener un futuro mejor a nivel económico.



**Estado físico y anímico:** Presenta agotamiento físico por las largas jornadas y las exigencias del trabajo. Además, experimenta estrés asociado a las deudas y la falta de tiempo libre, aunque las buenas ventas le generan satisfacción y bienestar emocional.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
10 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
8 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
6 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
1 hora



**Días de trabajo a la semana:**  
7 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1

### Estacionalidad:

- Días de mayores ingresos durante la semana: Domingo.
- Momentos del mes donde hay mayores ingresos: Quincenas.
- Meses con mayores ventas: Octubre, noviembre y diciembre.
- Meses con menores ventas: Enero, febrero y marzo.

### Actividades en el trabajo:



**Apertura del negocio, incluyendo labores de aseo, organización y exhibición de mercancía.**



**Atención personalizada a clientes durante la mayor parte de la jornada.**



**Gestión de inventarios, revisión de existencias, etiquetado y compra de productos.**



**Pausa al mediodía para el almuerzo.**



**Cierre del local, cuadre de caja y planeación de pedidos para reposición de mercancía.**

## Mi entorno



### Ubicación:

Local ubicado en zona residencial o barrio.



**Insumos:** Cuenta con un inventario compuesto principalmente por productos de alta rotación, como tornillería, chazos, bombillos, tomacorrientes, llaves y empaques. Adicionalmente, ofrece materiales de construcción, productos para acabados y mantenimiento, así como herramientas manuales y eléctricas, cuya demanda suele ser más esporádica o por encargo.

**Proveedores:** Se abastece principalmente de distribuidoras mayoristas y grandes empresas para compras de mayor volumen, así como de distribuidores medianos y otros establecimientos para pedidos más pequeños. Cuenta con proveedores especializados para productos específicos, como cemento, arena y gravilla.

**Forma de pago a proveedores:** Pago a plazos de hasta 60 días según el proveedor.



### Clientes:

Atiende principalmente a residentes del sector que realizan reparaciones domésticas o compras de emergencia, así como a maestros de obra y trabajadores de la construcción. De manera ocasional, también presta servicio a clientes con contratos u obras específicas.

**Principal competencia:** Otras ferreterías de la zona, compitiendo principalmente en precio.

**Relación con la familia:** la pareja puede apoyarlo, sin embargo, la ferretería suele ser atendida y administrada sólo por su dueño y ser apoyado por sus trabajadores.



1

2

3

4

5

6

7

## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



#### Flujo de ingresos: **Diarios**

La mayoría de los propietarios

**66,7%**

tiene ingresos inferiores a 5 millones mensuales

La mayoría de los propietarios

**58,4%**

tiene costos inferiores a 3 millones mensuales

- **Manejo de ingresos:** Separa cuentas, negocio y casa. Guarda dinero para pagar a proveedores.
- **¿Logra llegar a fin de mes?** No siempre, por lo que se ve obligado a recortar gastos, buscar otras entradas (renta) o realizar ahorro en sus épocas de ventas altas.



### Relación con el crédito:

- El 25% de los propietarios cuenta con crédito formal, principalmente con entidades bancarias.
- El 25% accede a financiamiento a través de proveedores de insumos.
- El 66,67% estaría dispuesto a solicitar un crédito, principalmente para la compra de inventario y mercancía.



### Relación con los seguros:

- El 16,7% de los propietarios cuenta con seguro, porcentaje que se mantiene al excluir el SOAT.
- Considera que el producto más relevante en seguros es para proteger los activos físicos y el patrimonio del negocio.

### Relación con el ahorro:



**50%**

de los propietarios ahorra mediante mecanismos formales, aunque persiste cierta desconfianza hacia las entidades financieras.



El ahorro se realiza principalmente en efectivo (**25%**), seguido de natilleras (**8%**) y otros mecanismos (**17%**).

Los recursos ahorrados se destinan principalmente a la compra de inventario e insumos.

La principal razón por la que no ahorran es porque no les sobra dinero para guardar.



### Relación con los pagos digitales

**91,7%**

de los propietarios reciben pagos por billeteras digitales. Desconfía de estos mecanismos por posibles estafas o fraudes.

El **83,3%** no acepta pagos con tarjeta. El **70%** no tiene interés en implementarlos, principalmente por la falta de herramientas para su recepción.

El **66,6%** recibe transferencias bancarias, mientras que quienes no las utilizan señalan como principal barrera la ausencia de los medios necesarios para gestionarlas.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Baja                   | Baja                     | Muy alta             |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Media                |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Media                |



Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Daño de mercancía por caducidad
- Estafas/fraudes por pagos electrónicos.
- Robos.

**Manejo de riesgos:** Validar transferencias para entregar mercancía. Colocar rejas en el local. Cerrar el local ante enfermedades o citas médicas. Se apoya en sus creencias religiosas como mecanismo de afrontamiento ante situaciones de incertidumbre.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Tasas de interés, plazos y costos asociados a los créditos junto con capacitaciones.

**Ahorro formal:** Capacitaciones sobre ahorro formal.

**Pagos digitales:** Seguridad y cómo evitar fraudes relacionados con estos pagos.

**Seguros:** Capacitaciones o programas de educación financiera sobre el uso de seguros.







## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un negocio con aproximadamente 15 años de trayectoria. Su propietaria inició con una pequeña actividad comercial relacionada con productos para celulares y, a través de la reinversión y la experiencia adquirida, logró ampliar gradualmente su oferta. Actualmente, el negocio se enfoca en la venta de teléfonos móviles, accesorios tecnológicos y servicios básicos de reparación.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

**Edad promedio:**  
39 años

**Etnia:**  
18,2% Afrocolombiano  
9,1% Indígena



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa

**Nivel de seguridad social:**

0 0,23 1

**Nivel de formalidad:**

0 0,64 1

**Nivel de acceso financiero:**

0 0,33 1

## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por una actitud dinámica y orientada a la actualización constante de productos y tendencias del mercado. Muestra una alta disposición hacia la adopción de herramientas digitales para la gestión del negocio y la interacción con los clientes. Además, busca mantener la competitividad mediante una administración eficiente del inventario, la selección cuidadosa de proveedores y la incorporación frecuente de novedades, aunque enfrenta el reto de equilibrar las labores comerciales, técnicas y administrativas del negocio.



**Motivaciones:** Le apasiona su trabajo y encuentra en su negocio una fuente de estabilidad económica para ella y su familia. Además, valora la independencia y autonomía que le brinda ser dueña de su propio negocio.



**Planes a futuro:** Aspira a consolidarse como distribuidora mayorista de celulares de diferentes gamas, ampliando su cobertura para abastecer a otros negocios dentro y fuera de su municipio.



**Estado físico y anímico:** Presenta agotamiento y estrés ocasional, pero se siente orgullosa de su negocio y motivada para seguir creciendo.

**Paciencia:**

0 0,86 1

**Aversión al riesgo:**

0 0,52 1

**Confianza en los otros:**

0 0,45 1

**Aversión a la pérdida:**

0 0,45 1

## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
10 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
9 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
7 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
1,5 hora



**Días de trabajo a la semana:**  
6 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1,5

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** lunes y sábados.
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas y fines de semana.
- **Meses con mayores ventas:** Diciembre y enero.
- **Meses con menores ventas:** Febrero

### Actividades en el trabajo:



**Apertura del local, organización de productos y adecuación del espacio de venta.**



**Atención al cliente, asesoría y venta de celulares y accesorios tecnológicos.**



**Prestación de servicios básicos de reparación y soporte técnico.**



**Control de inventario, cotización y compra de mercancía a proveedores.**



**Gestión de garantías y atención de novedades relacionadas con los productos vendidos.**



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno



### Ubicación:

Local ubicado en una zona comercial.



**Insumos:** Los principales insumos son celulares de distintas gamas y marcas, complementados con accesorios como cargadores, cables, audífonos y protectores. Para los servicios de reparación dispone de repuestos, baterías y herramientas técnicas especializadas.

**Proveedores:** Se abastece de importadores y distribuidores mayoristas de celulares, según el volumen de compra requerido. Los accesorios se adquieren principalmente a proveedores mayoristas, mientras que los repuestos para servicio técnico provienen de negocios especializados de la zona.

**Forma de pago a proveedores:** Los accesorios y repuestos suelen pagarse de forma inmediata, mientras que la compra de celulares puede realizarse de contado o a plazos cortos, generalmente entre 1 y 3 meses, dependiendo del nivel de confianza y las condiciones de negociación.



### Clientes:

Atiende a consumidores de todas las edades, principalmente residentes del municipio y de poblaciones cercanas que buscan equipos, accesorios y servicios relacionados con telefonía móvil.

**Principal competencia:** Otros negocios del sector que ofrecen productos y servicios similares, compitiendo principalmente por precio.

**Relación con la familia:** Recibe apoyo de su familia en la atención, administración y toma de decisiones del negocio.



1

2

3

4

5

6

7

## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



Flujo de ingresos:  
**Diarios**  
(no constante).

La mayoría de los propietarios

**82%**

tiene ingresos entre 1 y 5 millones mensuales.

La mayoría de los propietarios

**63%**

tiene ingresos entre 500.000 y 3 millones mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Separa las finanzas del negocio y del hogar, controlando permanentemente los gastos.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Sí, logra cubrir los gastos del negocio y del hogar gracias a una gestión organizada de sus finanzas y al ahorro constante.



### Relación con el crédito:

- El 9,1% de propietarios tienen crédito con entidades financieras.
- De los propietarios que tienen crédito o préstamos el 50% lo tienen con bancos y el 50% con prestamistas informales.
- El 73% aceptaría un crédito si se lo ofrecen, el cual destinarían principalmente a la compra de materia prima e insumos.



### Relación con los seguros:

- El 9,1% de los propietarios cuenta con algún tipo de seguro, proporción que se mantiene al excluir el SOAT.
- Los seguros de mayor interés son aquellos orientados a proteger los activos, el patrimonio del negocio y las personas clave para su operación.

### Relación con el ahorro:



**45%**

de los propietarios ahorra mediante mecanismos formales, aunque percibe una baja rentabilidad en estos productos.

El ahorro también se realiza en efectivo (36%) y, en menor medida, a través de inversiones financieras (9%).

El principal destino del dinero ahorrado es para gastos personales o del hogar.

La principal barrera para ahorrar es la falta de capacidad de ahorro. Quienes actualmente no ahorran manifiestan interés en hacerlo, principalmente mediante entidades bancarias o inversiones financieras.



### Relación con los pagos digitales

**90,9%**

de los propietarios reciben billeteras digitales.

El 63,64% de los propietarios no reciben pagos por tarjeta. De estos, al 42,86% le gustaría empezar a recibir, la principal razón por la que no reciben es porque no tienen las herramientas necesarias para usarlas.

El 72,73% recibe transferencias bancarias, mientras que quienes no las utilizan señalan como principal limitante la ausencia de medios adecuados para gestionarlas.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Baja                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Fraudes y estafas digitales
- Competencia desleal y guerra de precios
- Asunción de pérdidas por garantías
- Daños a celulares durante reparaciones técnicas
- Pérdida de mercancía por falta de flujo

**Manejo de riesgos:** Implementa medidas de control sobre la mercancía y los pagos, exige anticipos para algunos servicios y mantiene ahorros como respaldo ante imprevistos o períodos de bajas ventas.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Tasas de interés competitivas, plazos flexibles y costos asociados claros.

**Ahorro formal:** Información sobre los beneficios de ahorrar en entidades financieras frente al manejo de efectivo.

**Pagos digitales:** Seguridad en las transacciones y mecanismos para prevenir fraudes.

**Seguros:** Costos, coberturas y exclusiones de los productos de aseguramiento.



1

2

3

4

5

6

7



# Arquetipos Sector Agricultura



## Pequeño productor pecuario mixto

Productores enfocados en la cría y levante de animales que combinan actividades porcinas, avícolas o de ganadería.



## Pequeño acuicultor

Productores dedicados a la piscicultura y cría de especies acuáticas, primordialmente tilapia, trucha o cachama.



## Productores agrícolas

Agricultores que comercializan directamente su producción final



## Agricultor especializado

Cultivadores centrados en productos con dinámicas específicas de mercado, tales como el café, las flores o el cacao.



## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un productor con cerca de 18 años de trayectoria, desarrollado a partir de la vocación y experiencia de su propietario. A lo largo del tiempo ha fortalecido sus conocimientos mediante capacitaciones y programas de apoyo, lo que le ha permitido ampliar progresivamente su actividad productiva. Con el respaldo de su familia, combina la producción principalmente avícola, porcícola y piscícola con el cultivo de productos agrícolas, diversificando así sus fuentes de ingreso.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Hombres

**Edad promedio:**  
45 años

**Etnia:**  
8,7% Indígena  
13% Afrodescendiente



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa

**Nivel de seguridad social:**

0 0,39 1

**Nivel de formalidad:**

0 0,25 1

**Nivel de acceso financiero:**

0 0,32 1

## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por ser trabajador, resiliente y orientado a la gestión del riesgo. Busca proteger la sostenibilidad de su actividad mediante la diversificación de su producción y una administración cuidadosa de los recursos e insumos. Mantiene un fuerte compromiso con su actividad productiva y el bienestar de su familia, al tiempo que muestra apertura hacia la capacitación, la tecnificación y alternativas que le permitan mejorar la productividad, la comercialización y la rentabilidad de su negocio.



**Motivaciones:** Está motivado por su arraigo al campo y el deseo de preservar este estilo de vida para su familia. Busca garantizar la seguridad alimentaria del hogar, transmitir a sus hijos los valores y conocimientos del trabajo rural, y ofrecerles una alternativa de independencia económica. Asimismo, encuentra satisfacción en el crecimiento de la demanda de sus productos, el compromiso con sus clientes y la posibilidad de trabajar de manera autónoma.



**Planes a futuro:** Aspira a ampliar su capacidad productiva mediante la mejora de la infraestructura y el incremento del número de animales. También busca avanzar en la integración de su cadena productiva, produciendo sus propios insumos y fortaleciendo la comercialización directa de sus productos. A largo plazo, proyecta abrir un punto de venta propio, diversificar su oferta hacia productos transformados y consolidar la finca como una fuente sostenible de ingresos y empleo para su familia.



**Estado físico y anímico:** Se siente satisfecho, agradecido y comprometido con su trabajo en el campo. Aunque enfrenta episodios de estrés y preocupación por dificultades productivas, comerciales o económicas, mantiene una actitud positiva. A nivel físico, experimenta cansancio asociado a las labores rurales, las condiciones climáticas y las exigencias propias de la actividad.

**Paciencia:**

0 0,83 1

**Aversión al riesgo:**

0 0,49 1

**Confianza en los otros:**

0 0,49 1

**Aversión a la pérdida:**

0 0,42 1



## Mi día a día



**Actividad principal:**  
Avícola



**Productos principales:**  
Producción y venta de huevos y pollos de engorde o semicriollos.



**Jornada laboral:**  
Entre las 4:30 o 6 a.m. y termina a la 1:30 p.m. o a las 3 p.m.

### Estacionalidad:

- **Flujo durante la semana del producto principal:** Picos de venta los fines de semana, venta diaria moderada entre semana.
- **Mejor mes del producto principal:** Diciembre

### Ciclo de producción



#### Huevos

1. Preparación del galpón (lavado y desinfección) y organización;
2. Compra de gallinas, empiezan a poner huevos a las tres y cuatro semanas;
3. Las primeras semanas los huevos se destinan para consumo de la familia dado que son muy pequeños;
4. A la cuarta semana de estar poniendo las gallinas empiezan a poner huevos del tamaño apropiado para la comercialización (A y AA);
5. El mantenimiento consiste en alimentar las gallinas con purina y complementos (maíz, ramas) así como cambiar el agua;
6. Los huevos se recolectan de manera diaria, se limpian, pesan y organizan en cubetas;
7. cuando la gallina cumple el año y medio o los dos años se sacrifica, arregla y vende para consumir su carne.



#### Pollo de engorde semicriollo

1. Preparación del galpón;
2. compra de pollos (1 o 3 días de nacido) y pasaje por cuna;
3. pasan los pollos al galpón completo;
4. cuidado y alimentación de los pollos durante 40 o 45 días;
5. sacrificio y venta de los pollos;
6. compra los pollos cada 15 o 20 días para garantizar una producción escalonada.

#### Jornada diaria:

- Recolección, limpieza y pesaje de los huevos. Preparación de forraje (complemento natural de la purina)
- Alimentación de pollos y cerdos. Lavado de bebederos y cocheras. Revisión de pollos en incubadora.

#### Jornada (excepcional):

- Días de sacrificio, arreglo y venta de aves (empieza a la 1:30 am)
- Preparación y desinfección de galpones
- Atención de partos (marranas)

#### Otras actividades:

- Actividades agrícolas
- Actividades de cuidado en el hogar



1

2

3

4

5

6

7





1

2

3

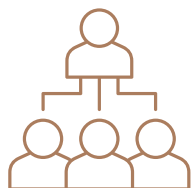
4

5

6

7

## Distribución de roles



**Esposo (arquetipo).** Tareas de la madrugada. La limpieza la hace en conjunto con la esposa.

**Esposa.** Supervisión durante el resto del día.

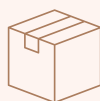
**Hijo.** Ventas y distribución comercial. Apoyo operativo y respaldo. Gestión financiera.

## Mi entorno



### Ubicación:

Finca en sector rural



**Insumos:** Utiliza principalmente alimentos para la producción avícola y porcina, como concentrados y suplementos naturales. También emplea insumos para limpieza y desinfección de corrales y galpones, además de infraestructura básica como bebederos, comederos, mallas y sistemas de iluminación. Complementa el manejo sanitario con productos naturales para la prevención y control de enfermedades y plagas.

**Proveedores:** Tiendas y distribuidoras de agroinsumos. Empresas avícolas.

**Forma de pago a proveedores:** Se abastece generalmente cada 15 días. Paga de contado y en efectivo. Aunque también usa plataformas digitales. Pueden pedir que les fíen.

**Venta de producto principal:** Vende sus productos a familiares, conocidos y vecinos. Los clientes le encargan pedidos a domicilio por WhatsApp o llamada. Vende a conocidos de familiares. No vende a tiendas comerciales (competir con grandes empresas es difícil).



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:

#### Flujo de ingresos: **Diarios**

por la venta de huevos; cada 40-45 días por pollo de engorde; cada 3 meses por porcicultura y de forma semestral por productos agrícolas.

#### La mayoría de los propietarios

**61%**

tiene ingresos entre \$500.000 y \$3 millones mensuales.

#### La mayoría de los propietarios

**86,9%**

tiene costos inferiores a \$3 millones mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Separa las finanzas del negocio y del hogar, reinvierte parte del capital en la producción y destina las ganancias a los gastos familiares. La gestión financiera suele estar apoyada por otros miembros del hogar, mientras que los ingresos agrícolas pueden utilizarse para el pago de deudas.



#### Relación con el crédito:

- El 26,1% de los propietarios cuenta con crédito formal, principalmente con bancos, seguido de microfinancieras y cooperativas.
- El 73,9% estaría dispuesto a solicitar un crédito, principalmente para realizar adecuaciones o mejoras en la infraestructura productiva.



#### Relación con los seguros:

- El 30,4% de los propietarios cuenta con algún tipo de seguro. Al excluir el SOAT, la cobertura se reduce al 17,4%.
- Considera que el seguro más relevante para su negocio es el seguro agropecuario.

### Relación con el ahorro:



**34,8%**

de los propietarios utiliza mecanismos formales de ahorro, aunque persiste una preferencia por el ahorro informal y cierta

desconfianza hacia las entidades financieras.

El ahorro también se realiza en efectivo (30%), natilleras (4%) y otros mecanismos (4%).

Los recursos ahorrados se destinan principalmente a la compra de insumos y a gastos personales o familiares.

Quienes no ahorran manifiestan interés en hacerlo, pero señalan como principal limitación la falta de excedentes económicos.



#### Relación con los pagos digitales

**73,9%**

de los propietarios recibe pagos mediante billeteras digitales, valoradas por su practicidad, especialmente para ventas a distancia, aunque persiste una preferencia por el efectivo y cierta desconfianza frente a posibles fraudes.

El 86,9% no recibe pagos mediante tarjetas. La principal razón por la que no reciben es porque no cuenta con las herramientas necesarias para usarlo.

El 69,5% de los propietarios no recibe transferencias bancarias. La principal razón por la que no la reciben es porque no tienen las herramientas necesarias para usarlo.



1

2

3

4

5

6

7



## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Media                |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Sus animales pueden adquirir enfermedades que pueden aniquilar lotes enteros.
- Fenómenos climáticos pueden dañar la infraestructura.
- Los precios de los productos son inestables y enfrenta represamiento de producto en épocas de ventas bajas, pero sin variación de los gastos.
- Encarecimiento del producto debido a altos costos de transporte por mala infraestructura vial

**Manejo de riesgos:** Aplica medidas de bioseguridad, realiza mantenimiento preventivo, utiliza prácticas tradicionales para el cuidado de los animales y afronta las temporadas difíciles mediante el ahorro, la adaptación y el apoyo de sus creencias religiosas.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Tasas de interés competitivas, plazos adecuados y costos asociados claros.

**Ahorro formal:** Seguridad y protección de los recursos depositados en entidades financieras.

**Pagos digitales:** Seguridad en las transacciones y mecanismos para prevenir fraudes.

**Seguros:** Capacitaciones y educación financiera que faciliten la comprensión y el uso de estos productos



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** Cuenta con más de 17 años de experiencia en la actividad, que inició con una inversión modesta y ha fortalecido su actividad gracias al trabajo asociativo y al apoyo de programas institucionales de financiamiento y capacitación. La pertenencia a una asociación desempeña un papel central en su modelo productivo, al facilitar la gestión de buena parte de las actividades relacionadas con la producción y comercialización, contribuyendo al crecimiento y sostenibilidad de su negocio.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Hombres

**Edad promedio:**  
56 años

**Etnia:**  
25% Afrocolombiano  
25% Indígena

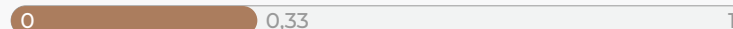


**Nivel educativo promedio:** No tiene un nivel de educación definido claramente

**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Tiene una mentalidad de vigilancia constante, consciente de que su actividad depende del equilibrio biológico de un ecosistema altamente sensible. Mantiene una actitud metódica y preventiva, observando las condiciones del entorno para reducir riesgos productivos. Busca mejorar la eficiencia y disminuir costos, especialmente en insumos. Aunque es un perfil resiliente, suele enfrentar preocupaciones relacionadas con la incertidumbre climática y la comercialización de sus productos, lo que lo motiva a fortalecer el control técnico y administrativo de su actividad para garantizar su sostenibilidad y crecimiento.



**Motivaciones:** Generar ingresos para el bienestar de su familia a través de una actividad que le apasiona. También encuentra satisfacción en producir alimentos de calidad, nutritivos y reconocidos por los consumidores, lo que fortalece su sentido de orgullo y compromiso con la actividad.



**Planes a futuro:** Hacer crecer su negocio y generar más empleo. Modernizar la infraestructura. Formalizarse más e invertir en tecnología. Incertidumbre ante el futuro derivado de factores ambientales y zoonos sanitarios.



**Estado físico y anímico:** Experimenta estrés por riesgos productivos, climáticos y financieros, así como desgaste físico por el trabajo. Aun así, encuentra bienestar y satisfacción en su labor y en el contacto con la naturaleza.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



### Actividad principal:

Acuicultura en laguna artificial



### Productos principales:

Producción y comercialización de alevinos de trucha para consumo.



### Jornada laboral:

Jornada entre 8:00 am a 5:00 pm

### Estacionalidad:

- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Semana santa
- **Meses con mayores ventas:** Diciembre, marzo y abril
- **Meses con menores ventas:** Mayo y junio

### Ciclo de producción



1. Preparación, incubación y alevinaje en tierra. Inicia con la compra de ovas. Limpieza y desinfección de estanques en tierra para su recepción. Conservación durante 5-8 días. Inicio de alimentación tres semanas después de eclosión hasta el tercer mes. Listos para venta de alevino o traslado a laguna.
2. Para la recepción de los alevinos en laguna se realiza lavado y desinfección de jaulas. Recepción de los alevinos y cuidados.
3. Alimentación de la trucha se realiza tres veces al día. Conforme van creciendo se van moviendo de jaula en jaula. También se recolectan los peces muertos y se realiza tratamiento con baños preventivos.
4. Se realiza la alimentación controlada y escalonada. Se da concentrado con proteína según el peso y tamaño de la trucha. Se realiza el lavado de mallas.
5. La cosecha se realiza cuando las truchas logran gramaje entre 250 u 800, según exigencia del cliente. Cuando el lote está listo se traslada de la jaula a tierra y posteriormente se lleva a punto de entrega. La trucha se vende viva.
6. La siembra se va haciendo de manera escalonada para garantizar tener trucha para la venta de manera semanal.

### Jornada diaria:

- Alimentación de trucha. Se alimenta a la 8 am, 10 am, 2 pm y 5 pm. Cada una de entre 30 y 60 minutos.
- Limpieza de piletas en tierra en la mañana y la tarde. En jaula flotante cada tres días para alevinos y cada ocho para adultas.

### Jornada excepcional:

- Selección y clasificación de truchas. Separación por tamaños y cambio de jaulas. Proceso que puede tomar todo un día.
- Se realizan curaciones basadas en bañar los peces con sal, formol o aplicar antibióticos. Este toma 9 días.
- Cosecha y transporte. Se mueven las truchas se movilizan en lancha desde la laguna hasta tierra en el que se sube a camiones para llevarla hasta donde los clientes.
- Preparación y recepción de alevinos. Lavado y desinfectado de mallas y piletas. Aclimatación de huevos o alevinos recién llegados. Se hace cada dos meses.
- Cuidado ante factores climáticos o desastres ambientales. Debe estar atento a cualquier cambio climático que pueda poner en riesgo el producto, como lo son deslizamientos o inundaciones.



**Otras actividades:**

- Crianza de especies menores como cuyes, conejos y gallinas
- Producción de leche a muy pequeña escala
- Pequeñas huertas con cultivos propios

**Distribución de roles (Número de trabajadores: 4)**

**Dueño:** Principal inversor, quien toma las decisiones y se encarga del cuidado

**Esposa:** administración. Papelería, registro de muestreos, seguimiento de enfermedades.

**Hijos:** cuidado de cultivos cuando el dueño no está (tierra)

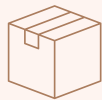
**Operario:** trabajador contratado para el cuidado de las instalaciones de la laguna

**Peones temporales:** personal temporal contratado para el desarrollo de tareas específicas en ciertos momentos del año

## Mi entorno

**Ubicación:**

Laguna natural y estanques en finca.



**Insumos:** Utiliza como principales insumos ovas y alevinos para la producción de trucha, así como alimentos concentrados para su crecimiento. También emplea productos sanitarios para la prevención y control de enfermedades. La operación requiere infraestructura y equipos como jaulas flotantes, mallas, estructuras de soporte, embarcaciones e insumos para su mantenimiento y funcionamiento.

**Proveedores:** Proveedores de ovas certificadas, almacenes agropecuarios y distribuidores de productos sanitarios e insumos para la producción.

**Forma de pago a proveedores:** Realiza los pagos de contado, generalmente en efectivo. La compra de alimento concentrado se efectúa de forma periódica, aproximadamente cada 15 días.

**Venta de producto principal:** Negocios de pesca deportiva, restaurantes, centros de consumo, consumidores finales, familiares y otros productores de la zona. La ubicación y cercanía de los clientes influyen en la estrategia de comercialización.



1

2

3

4

5

6

7

## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



**Flujo de ingresos:**  
**Semanal o mensual**  
(trucha de engorde).

La mayoría de los productores

**75%**

tiene ingresos entre 1 y 5 millones mensuales

La mayoría de los productores

**50%**

tiene costos entre 500.000 y 3 millones mensuales

- **Manejo de ingresos:** Separa las finanzas del negocio y del hogar, reinvierte de forma constante en la producción y destina una parte de los ingresos al pago de deudas.



### Relación con el crédito:

- El 100% de propietarios tienen crédito con entidades financieras. Son vitales pues son la materia prima para trabajar dado a los altos costos de la actividad.
- El 75% de los propietarios aceptaría un crédito si se lo ofrecieran. El destino principal del crédito sería la compra de materia prima e insumos.



### Relación con los seguros:

- El 50% de los propietarios cuenta con algún tipo de seguro, porcentaje que se mantiene al excluir el SOAT.
- Considera que el seguro más importante es para proteger a las personas clave del negocio.

### Relación con el ahorro:



**50%**

de los propietarios utiliza mecanismos formales de ahorro, aunque percibe limitaciones asociadas a costos, impuestos y bajos rendimientos, por lo que suele preferir la reinversión de los recursos en la actividad productiva.

El ahorro también se realiza en efectivo (30%), natilleras (4%) y otros mecanismos (4%).

Los recursos ahorrados se destinan principalmente a inversiones, adecuaciones y mejoras de la unidad productiva.

Quienes no ahorran manifiestan interés en hacerlo, pero señalan como principal limitación la falta de excedentes económicos.



### Relación con los pagos digitales

**50%**

de los propietarios recibe pagos mediante billeteras digitales, las cuales considera prácticas y seguras, aunque existe preocupación por posibles obligaciones tributarias asociadas a su uso.

El 86,9% no acepta pagos con tarjeta, solo una minoría manifiesta interés en implementarlos. La principal barrera es la falta de herramientas para su recepción.

El 69,5% no recibe transferencias bancarias. Aunque algunos estarían interesados en adoptarlas, la principal limitación sigue siendo la falta de medios adecuados para gestionarlas.



1

2

3

4

5

6

7



## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Alta                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Media                  | Baja                     | Alta                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Media                |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Contrabando de ovas que no están sujetas a controles zoosanitarios y que pueden introducir nuevas patologías
- Bloqueo de vías que impidan la llegada de los productos que necesitan para el ciclo productivo
- Deslizamientos o inundaciones que pongan en riesgo la infraestructura y las truchas
- Que las truchas sean afectadas por bacterias o virus que genere mortalidad alta

**Manejo de riesgos:** Modificación de infraestructura para evitar afectaciones climáticas. Medidas preventivas para evitar riesgos biológicos. Compra de insumos por adelantado. Ahorro para enfrentar temporadas de ventas bajas.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Tasas de interés competitivas, plazos adecuados y costos asociados claros.

**Ahorro formal:** Capacitaciones y orientación sobre mecanismos de ahorro formal.

**Pagos digitales:** Seguridad en las transacciones y mecanismos para prevenir fraudes.

**Seguros:** Programas de educación financiera que faciliten la comprensión y el uso de los productos de aseguramiento.



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** La venta de productos en el mercado es un negocio consolidado aproximadamente hace 15 años. Comenzó como parte de una tradición familiar, aprendiendo desde joven a cultivar la tierra con los conocimientos que le transmitieron sus padres y abuelos. Ante la falta de empleo formal, decidió dedicarse a la siembra como una forma de sostener a su familia. Empezó con poco capital, con algunos cultivos en el terreno de su casa, apoyado por personas de la comunidad que le ayudaron con semillas y plantas. Con el tiempo, fue aprovechando mejor el espacio disponible, combinando diferentes productos para consumo propio y venta. Hoy en día, lleva sus cosechas a la plaza de mercado, donde vende lo que produce y mantiene su sustento a partir de este trabajo.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

**Edad promedio:**  
50 años

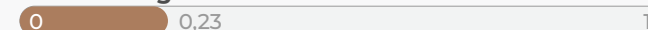
**Discapacidad:**  
12,5%



**Nivel educativo promedio:**  
Primaria

**Etnia:**  
6,2% Afrodescendiente  
6,2% Negro  
18,7% Indígena

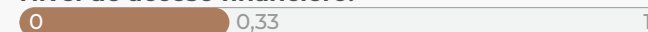
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se define por una mentalidad tradicional y resiliente, centrada en la producción física y condicionada por la incertidumbre de los precios del mercado. Su actitud es predominantemente cautelosa y pragmática, fruto de una dependencia histórica de terceros que ha generado cierta desconfianza hacia los esquemas de comercialización formales. Existe en ella una profunda valoración por el trabajo duro y el legado familiar, pero también una sensación de vulnerabilidad frente a los riesgos climáticos y económicos, lo que la lleva a priorizar la estabilidad inmediata sobre la innovación arriesgada. Aunque reconoce la necesidad de mejorar sus procesos, su apertura al cambio está supeditada a soluciones que demuestren un beneficio directo en el margen de ganancia y que simplifiquen la logística de venta, buscando siempre reducir la brecha de información que lo deja en desventaja frente al intermediario.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



**Motivaciones:** Mantener la tradición y el legado familiar de trabajar en el campo. Contar con un sustento y un apoyo económico ante las dificultades.



**Planes a futuro:** Aspira a crecer económicamente mediante la expansión de su producción y el aprovechamiento de nuevas áreas de cultivo. También busca agregar valor a sus productos mediante procesos de transformación, fortalecer las iniciativas asociativas y los canales de comercialización entre productores, diversificar su actividad agropecuaria y mejorar la infraestructura de la finca para incrementar su rentabilidad y sostenibilidad.



**Estado físico y anímico:** Mantiene un estado de ánimo tranquilo y positivo, encontrando satisfacción en el trabajo agrícola y en el desarrollo de sus cultivos. Aunque experimenta estrés cuando factores externos afectan la producción, su principal desafío es el cansancio físico asociado a las labores del campo.



1

2

3

4

5

6

7

## Mi día a día



**Actividad principal:**  
Venta de productos agrícolas en plaza de mercado



**Productos principales:**  
Producción y venta de mango de azúcar, corriente, hilaza, tommy y reina.



**Jornada laboral:**  
Jornada entre 6 am a 5 pm

### Ciclo de producción



1. Sembrado del árbol. Se siembra el árbol y aproximadamente al año y año y medio (o más) da sus primeros frutos.
2. Floración y desarrollo. Los árboles empiezan su proceso de floración hacia febrero.
3. Recolección. Se realiza la recolección de la fruta entre junio y julio. También se da otra cosecha hacia diciembre e inicios de año, específicamente enero.

### Jornada laboral:

- Cuidado del cultivo. Realiza la limpieza del terreno, aplica abonos orgánicos, realiza el riego, monitorea los árboles en búsqueda de plagas que afecten los árboles o los frutos y aplica insecticidas.

### Jornada (excepcional):

- Recolección del fruto (todo el día)
- Empaquetado del fruto en guacales de madera.
- Venta del fruto a intermediarios que llegan a la finca.
- Procesamiento de mangos muy maduros (pulpa) para el autoconsumo o venta.

### Otras actividades:

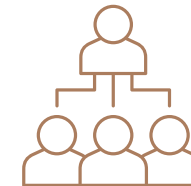
- Venta de alimentos elaborados
- Sembrado de pancoger
- Venta o truque de otros productos agrícolas



### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** sábado, domingo y festivos
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** No aplica
- **Meses con mayores ventas:** Meses de cosecha (junio y julio/enero y diciembre)
- **Meses con menores ventas:** Meses en los que no hay cosecha (febrero y marzo)

### Distribución de roles



**Esposo:** Labores agrícolas

**Esposa:** Labores domésticas. En tiempos de cosecha se dedica a ello.

**Otros familiares:** Apoyo en diferentes labores cuando están de visita en la finca

**Número de trabajadores:** 2,7



1

2

3

4

5

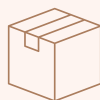
6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Vereda en zona rural y puesto en plaza de mercado



**Insumos:** Utiliza principalmente insumos orgánicos elaborados en la propia finca, como abonos naturales y repelentes para el control de plagas. De manera complementaria, adquiere fertilizantes, plaguicidas, semillas y plantas para fortalecer la producción y el rendimiento de los cultivos.

**Proveedores:** Se abastece principalmente de ferreterías, tiendas locales de agroinsumos y viveros, donde adquiere insumos, semillas, plantas y otros materiales necesarios para la producción.

**Forma de pago a proveedores:** Compra los insumos por necesidad (cuando se acaban) o siguiendo los ciclos del mango (seis meses). Predomina el pago en efectivo, aunque algunos proveedores le otorgan crédito informal basado en la confianza y la relación comercial.

**Venta de producto principal:** Intermediarios quienes compran la producción entera y el total de la cosecha. Consumidor final a los que le vende la fruta en otra presentación como picada.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:

#### Flujo de ingresos: Principalmente estacional

asociado a los ciclos de cosecha, aunque se complementa con la venta de otros productos agropecuarios y alimentos preparados.

La mayoría de los propietarios  
**68%**

tiene ingresos inferiores a \$1 millón mensual

La mayoría de los propietarios  
**75%**

tiene costos inferiores a \$1 millón mensual

**Manejo de ingresos:** No existe una separación entre el dinero de la actividad productiva y la familia. Todo va a un mismo fondo. Se separa una parte para gastos personales y otra parte para la próxima cosecha.



### Relación con el crédito:

- El 43,8% de propietarios tienen créditos con entidades financieras. Del total de propietarios que tienen un crédito o préstamo, el 63% lo tiene con banco, el 13% lo tiene con microfinanciera y el 13% lo tiene con cooperativa.
- Del total de propietarios que tienen préstamo o crédito, 13% lo tiene con empresas que dan crédito para la compra de sus productos, 13% lo tiene con caja de compensación o fondo de empleados.
- El 63% de los propietarios aceptaría un crédito si se lo ofrecieran. El destino principal sería la compra de materia prima e insumos y remodelaciones.



### Relación con los seguros:

- Ninguno de los propietarios cuenta actualmente con seguros, ni al incluir ni al excluir el SOAT.
- Considera que el seguro más relevante para su negocio es el seguro agropecuario y los seguros para proteger a las personas clave del negocio.

### Relación con el ahorro:



**37,5%**

de los propietarios ahorra de manera formal. El arquetipo tiene una dificultad general para ahorrar debido a sus ingresos por ciclos. Además, considera que ahorrar en bancos genera una baja rentabilidad. Tampoco está acostumbrado a usar este tipo de productos y siente que no los conoce lo suficiente.

ahorra en efectivo, el **6%** ahorra en inversiones financieras, el **6%** ahorra en natilleras, el **6%** ahorra en otras formas.

El principal destino del dinero ahorrado es para la compra de materia prima e insumos y remodelaciones

El **100%** de los que no ahorran les gustaría hacerlo. La principal razón por la que no ahorran es porque no les sobra dinero para ahorrar



### Relación con los pagos digitales

**81,3%**

de los propietarios recibe billeteras digitales como mecanismo de pago. Ha ido adoptando las billeteras digitales para retener clientes que ya no le pagan en efectivo. Valora no tener que cargar con dinero en efectivo por lo que lo ve como algo seguro, sin embargo, ve que usar este tipo de productos puede generar otros cobros y estar sujeto a fraudes.

El **100%** de los propietarios no recibe pagos con tarjetas, de igual manera, ninguno está interesado en empezar a recibir pagos con este mecanismo. La principal razón para no recibir pagos es que no tienen herramientas necesarias para usarlo.

El **75%** de los propietarios no recibe pagos mediante transferencias bancarias. El **100%** de estos no está interesado en recibir pagos mediante este mecanismo. La principal razón para no recibir pagos mediante transferencias bancarias es debido a que no confían en este medio de pago.



1

2

3

4

5

6

7



## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Alta                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Cambios climáticos agresivos
- Plagas que ataquen los árboles o los frutos
- Caída de los precios de los productos derivada de sobreoferta

**Manejo de riesgos:** Control de plagas con productos caseros o comprados. Mejoras en infraestructura para afrontar sequías. No realizar quemas.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Capacitaciones y educación financiera para promover un uso responsable del crédito.

**Ahorro formal:** Información sobre las ventajas de ahorrar en entidades financieras frente al manejo de efectivo.

**Pagos digitales:** Mayor seguridad y orientación para prevenir fraudes en las transacciones.

**Seguros:** Información sobre los beneficios de estar asegurado y acceso a capacitaciones sobre el uso y funcionamiento de estos productos.



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** Los agricultores especializados como los cafeteros ha trabajado durante 26 años en este oficio. Lo aprendió por herencia y tradición familiar, pues diferentes miembros de su familia han sido productores toda su vida. Inició en el oficio desde su niñez, durante su adolescencia y juventud trabajó como recolector hasta que asumió la administración y trabajo de la finca de su familia. A lo largo de los años ha diversificado sus cultivos para tener alimento y otros productos que generen ingresos, así no depende sólo del grano.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Hombres

**Edad promedio:**  
50 años

**Discapacidad:**  
16,7%



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa

**Nivel de seguridad social:**

0 0,33 1

**Nivel de formalidad:**

0 0,2 1

**Nivel de acceso financiero:**

0 0,22 1

## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se define por una mentalidad de mejora continua y profesionalización, viendo su actividad no solo como tradición, sino como una empresa que requiere precisión técnica. Su actitud es predominantemente proactiva y analítica. Posee una alta apertura hacia la innovación tecnológica y el uso de datos (como el monitoreo de suelos o clima) siempre que estos garanticen un retorno de inversión claro y sostenibilidad a largo plazo. Es un perfil que valora la autonomía informada, mostrando una disposición al aprendizaje constante y una baja tolerancia a la ineficiencia, lo que lo motiva a buscar soluciones que optimicen sus recursos y minimicen el impacto ambiental de sus cultivos.



**Motivaciones:** Encuentra satisfacción en trabajar en una actividad propia y llevar una vida tranquila en el campo. Busca asegurar el sustento y el bienestar de su familia. Está impulsado por una profunda vocación por su labor y por el orgullo de los productos que obtiene. Además, valora mantener una huerta diversificada para el autoconsumo y contribuir al cuidado del medio ambiente.



**Planes a futuro:** Consolidar una marca propia de café para dejar de depender de intermediarios y cooperativas, así como tener un café certificado. Tener capacitaciones en temas de calidad del grano y comercialización, también espera mejorar la infraestructura para procesar el café, aumentar la extensión de la finca y las matas de café sembradas, así como en los productos secundarios. Quiere mantener su proyecto de vida en el campo.



**Estado físico y anímico:** Presenta desgaste físico y agotamiento derivados de las largas jornadas de trabajo. A nivel emocional, se siente motivado y orgulloso de su labor, encontrando satisfacción en sus cultivos y en los productos que obtiene. Sin embargo, también experimenta estrés ante la variabilidad climática, la incertidumbre financiera, la escasez de mano de obra y los retos técnicos asociados a la producción.

**Paciencia:**

0 0,67 1

**Aversión al riesgo:**

0 0,6 1

**Confianza en los otros:**

0 0,57 1

**Aversión a la pérdida:**

0 0,63 1



## Mi día a día



### Actividad principal:

Comercialización del grano de café



### Productos principales:

Grano de café seco (almendra)



### Jornada laboral:

Jornada entre 6:30 am y 4:00 pm.

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** No aplica para café. Diarios y semanales para productos secundarios.
- **Meses con mayores ventas:** Marzo, abril, mayo y junio (recolección principal de café). Octubre y noviembre (recolección principal secundaria).
- **Meses con menores ventas:** Septiembre.

### Ciclo de producción



1. **Preparación.** Se realiza la preparación del terreno mediante análisis de suelos y limpieza (guadaña o quemas). Luego se da la germinación de semillas, que toma de 2 a 3 meses en bolsas. Posteriormente se esperan 2 meses y luego se da su siembra definitiva en el terreno.
2. **Cuidado.** Fertilización del terreno cada dos meses. Limpieza de maleza y fumigación para prevenir hongos y plagas.
3. **Recolección.** Se realiza la recolección del grano de manera manual. Tiene dos picos fuertes en el año, la cosecha principal, que se da entre marzo y junio y la secundaria en octubre y noviembre.
4. **Procesamiento.** El café se procesa mediante procesos como el despulpado, lavado y secado uniforme, lo cual se puede hacer en marquesinas, tanques o estopas al sol.
5. **Comercialización.** El café seco se embolsa y se transporta al casco urbano en donde se vende de contado a la cooperativa.

### Jornada laboral:

- Se realiza el monitoreo constante de la parcela para detectar problemas en las matas y se realiza la limpieza o deshierbe.
- Cuando se realiza el ciclo se hace el análisis de acidez y la limpieza del terreno. También se embolsan las semillas para su germinación.
- Se realiza la recolección de la semilla (en picos), así como su secado.

### Jornada (excepcional):

- Durante las épocas de cosecha y procesamiento del grano, las jornadas pueden extenderse desde las 3:00 a.m. hasta las 10:00 p.m.
- Recorta o suspende la jornada cuando se presentan lluvias fuertes o tormentas eléctricas.

### Otras actividades:

- Realiza el cultivo de pancoger y hortalizas
- Siembra árboles frutales y plantas aromáticas
- Complementa su actividad agrícola con la cría de pollos campesinos, gallinas ponedoras, cerdos y peces.



### Distribución de roles



**Jefe del micronegocio.** Es el caficultor quien toma las decisiones, define la distribución del dinero y monitorea el café.

**Cónyuge.** Realiza la recolección, limpieza del terreno y monitoreo del secado del café.

**Hijas e hijos.** Ayuda en la recolección del café y el secado.

**Recolectores.** Contratados durante los picos para la recolección.

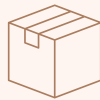
**Vecinos.** Se presta la fuerza de trabajo con sus vecinos para la recolección.

## Mi entorno



#### Ubicación:

Finca en zona rural ubicada en una zona de cafetales.



**Insumos:** Los insumos principales son las semillas del café y las plantas germinadas para la siembra (chapolas). Utiliza abonos, fertilizantes, fungicidas y herbicidas. Para el estanque compra alevinos.

**Proveedores:** El insumo principal son las semillas de café o plantas germinadas la saca de su propio cultivo o se las dan vecinos o amigos. El resto lo compra en casas agrícolas, productores de semillas y negocios agroindustriales.

**Forma de pago a proveedores:** Paga a sus proveedores en efectivo y de contado.

**Venta de producto principal:** Para el grano seco de café el principal comprador es la cooperativa de caficultores de su región. La venta se hace de manera libre, sin contratos previos, entregando el producto y recibiendo el pago de contado.

**Venta de productos secundarios:** Los productos secundarios se los vende a consumidores finales, vecinos, familiares, amigos o conocidos de la zona.



1

2

3

4

5

6

7



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:

#### Flujo de ingresos: Semestral para el café

(depende de temporadas de cosecha). Ingresos diarios o semanales para los productos secundarios.

#### La mayoría de los propietarios 50%

registra ingresos mensuales entre \$500.000 y \$3 millones mensuales

#### La mayoría de los propietarios 75%

tiene costos entre \$500.000 y \$3 millones mensuales

**Manejo de ingresos:** Separa las finanzas del hogar y del negocio y reinvierte sus excedentes en actividades productivas.



#### Relación con el crédito:

- El 0% de los propietarios tienen crédito con entidades financieras.
- Ninguno tiene créditos formales con entidades no financieras.
- El 33% aceptaría un crédito si se lo ofrecieran. Los principales destinos serían el pago de nómina y gastos personales.



#### Relación con los seguros:

- Acceso a seguros (incluyendo SOAT) 16,7%
- Acceso a seguros (Excluyendo SOAT) 16,7%
- Considera que los seguros más relevantes para su negocio son seguro agropecuario y para proteger a las personas clave del negocio.

### Relación con el ahorro:



# 33%

de los propietarios tienen ahorro formal. Considera que ahorrar es importante para suplir emergencias, sin embargo, considera que ahorrar es algo difícil.



El dinero ahorrado se destina para el pago de nómina y gastos personales.

La principal razón por la que no se ahorra es porque no se tiene el suficiente dinero.



### Relación con los pagos digitales

# 50%

recibe pagos mediante billeteras digitales y reconoce su utilidad, aunque percibe limitaciones asociadas a los costos y a los problemas de conectividad en la zona rural.

El **83,3%** de los propietarios no recibe pagos mediante tarjeta y no muestra interés en adoptarlos, principalmente por la falta de herramientas y conocimientos para su uso.

El **50%** de los propietarios no recibe transferencias bancarias y no muestra interés en adoptarlas, principalmente por la falta de herramientas para su uso.



1

2

3

4

5

6

7



## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Muy alta               | Muy baja                 | Muy alta             |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Riesgos biológicos como la presencia de plagas.
- Desgaste físico derivado del trabajo que debe realizar

**Manejo de riesgos:** Recurre a prácticas culturales y creencias religiosas para afrontar los riesgos asociados a fenómenos climáticos y pérdidas en la producción.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Créditos:** Capacitaciones y educación financiera sobre el uso responsable del crédito.

**Ahorro formal:** Seguridad y protección del dinero en entidades financieras.

**Pagos digitales:** Información sobre requisitos y acceso a servicios de pagos digitales.

**Seguros:** Capacitaciones y educación financiera sobre el uso y beneficios de los seguros.



1

2

3

4

5

6

7

# Arquetipos Sector Construcción



## Maestro de Obra

Trabajadores dedicados a la construcción y remodelación (obra civil, acabados, mantenimiento de vivienda).





## Presentación del negocio

**Perfil:** Tiene 30 años de experiencia. Comenzó desde joven, influenciado por su familia, varios de cuyos integrantes ya trabajaban en construcción. Inició como ayudante, realizando tareas básicas y de esfuerzo físico, lo que le permitió aprender el oficio desde la práctica. Con los años, ha ido adquiriendo experiencia en diferentes áreas como albañilería, estructuras y acabados, desarrollando un conocimiento empírico basado en la experiencia diaria. Tras décadas de trabajo, ha logrado independencia para gestionar sus propios proyectos y clientes.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Hombres

**Edad promedio:**  
51 años

**Discapacidad:**  
16,7%



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa.

**Etnia:**  
Afrodescendiente  
16,7%

**Nivel de seguridad social:**

0 0,17 1

**Nivel de formalidad:**

0 0,22 1

**Nivel de acceso financiero:**

0 0,26 1

## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se define por una mentalidad liderada por la experiencia, la practicidad y una alta resistencia al trabajo bajo presión, orientada siempre a la ejecución material de proyectos con eficiencia. Su actitud es la de un coordinador resolutivo que valora la autoridad basada en el conocimiento técnico y la capacidad de mando, mostrando un compromiso inquebrantable con el cumplimiento de cronogramas y la entrega de resultados tangibles. Posee una disposición protectora y responsable hacia su equipo, equilibrando la exigencia por la calidad con la intuición necesaria para sortear imprevistos estructurales o logísticos en el sitio de trabajo.



**Motivaciones:** Se mantiene en el oficio por arraigo familiar y gusto por la construcción, además del compromiso de proveer sustento económico a su familia. También lo motiva la posibilidad de generar empleo y ahorrar para invertir en proyectos propios.



**Planes a futuro:** Busca formalizar su trabajo creando una empresa constructora propia y, a largo plazo, invertir en terrenos para construir y vender viviendas. También aspira a mejorar las condiciones del gremio mediante acuerdos de precios más justos.



**Estado físico y anímico:** Presenta un desgaste físico alto por la exigencia física del trabajo, con fatiga constante y deterioro progresivo en la salud. A nivel anímico, enfrenta estrés continuo por la presión laboral, la coordinación de tareas, el trato con clientes y los retrasos de los pagos.

**Paciencia:**

0 0,83 1

**Aversión al riesgo:**

0 0,61 1

**Confianza en los otros:**

0 0,46 1

**Aversión a la pérdida:**

0 0,67 1



1

2

3

4

5

6

7



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
8 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
7 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
4 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
1 hora



**Días de trabajo a la semana:**  
6 días



**Número promedio de trabajadores:**  
2,5

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** No tiene un patrón fijo de flujo durante la semana
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Depende del proyecto, pero en su mayoría en las quincenas.
- **Meses con mayores ventas:** noviembre y diciembre.
- **Meses con menores ventas:** enero y febrero.



### Planificación y supervisión de obra

Organiza las actividades, coordina al personal y realiza seguimiento al avance de los proyectos.

### Gestión de seguridad:

Supervisa el uso adecuado de herramientas y elementos de protección personal.

### Actividades en el trabajo:



#### Labores constructivas:

Participa en actividades de albañilería, estructuras y acabados, incluyendo la preparación de materiales y mezclas.



#### Manejo de materiales y equipos:

Coordina o realiza el traslado de materiales, el montaje de andamios y el uso de herramientas especializadas.



#### Acabados y entrega de obra:

Ejecuta trabajos de pintura, instalación de acabados y demás actividades necesarias para la finalización del proyecto.



1

2

3

4

5

6

7



## Mi entorno

**Ubicación:**

Diferentes puntos de la ciudad y sus alrededores, tanto en proyectos de obra nueva como de remodelación.



**Insumos:** Herramientas manuales y eléctricas para la construcción, insumos de desgaste como discos de corte y materiales de construcción.

**Proveedores:** Se abastece principalmente en ferreterías y comercios locales. Para herramientas o equipos especializados, puede recurrir a plataformas de comercio electrónico.

**Forma de pago a proveedores:** Realiza principalmente pagos de contado, generalmente en efectivo, aunque también utiliza medios digitales en algunas compras. No suele recurrir al crédito para adquirir insumos.

**Clientes:**

Trabaja con clientes particulares, administraciones de conjuntos residenciales y empresas constructoras, dependiendo del tipo y tamaño del proyecto.

**Principal competencia:** Otros maestros de obra, especialmente aquellos con mayor experiencia o que cobran precios más bajos.

**Relación con la familia:** Su familia no se involucra en su actividad productiva.





## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:

- **Flujo de ingresos:** Recibe ingresos de forma quincenal o semanal, según el avance de la obra, y suele solicitar anticipos al inicio de los proyectos. En contratos grandes, los pagos pueden retrasarse y tener retenciones.

#### Nivel de ingresos

**50%**

de los maestros de obra registra ingresos mensuales entre \$500.000 y \$1 millón mensuales.

#### Nivel de costos

**50%**

de los maestros de obra reporta gastos mensuales entre \$500.000 y \$1 millón.

- **Manejo de ingresos:** Manejo de ingresos: Administra el dinero separando de forma informal los gastos del negocio y del hogar, prioriza el ahorro en periodos de mayor ingreso para sostenerse en épocas de baja actividad.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Depende de las temporadas, por lo que suele ahorrar en las temporadas altas de trabajo.



### Relación con el crédito:

- El 16,7% de maestros de obra tienen crédito con entidades financieras.
- El 83,3% aceptaría un crédito, que destinaría a la compra de materia prima e insumos y a la compra o arriendo de maquinaria y equipos.



### Relación con los seguros:

- Acceso a seguros (incluyendo SOAT): 16,7%
- Acceso a seguros (Excluyendo SOAT): 0%
- Considera que el seguro más adecuado para su negocio es para daños a terceros y para proteger a las personas clave del negocio.

### Relación con el ahorro:



**16,7%**

de los maestros de obra ahorra de manera formal. No confía en el ahorro en bancos, percibe pocos rendimientos y ventajas. Prefiere sistemas informales de ahorro, aunque reconoce la dificultad de ahorrar por la inestabilidad de sus ingresos.



El principal destino del dinero ahorrado son gastos personales o del hogar.

La principal razón por la que no ahorran los maestros de obra es porque no les sobra dinero para guardar y no tienen el hábito de ahorrar. Sin embargo, les gustaría hacerlo y lo harían principalmente en entidades bancarias.



### Relación con los pagos digitales

**83,3%**

recibe pagos mediante billeteras digitales. Aunque reconoce su utilidad, prefiere el efectivo y mantiene cierta desconfianza hacia estos medios por temor a fraudes, costos asociados e implicaciones tributarias.

El uso de pagos con tarjeta es bajo: el **83,3%** no los recibe y la mayoría no tiene interés en adoptarlos debido a la falta de herramientas para su utilización.

El **66,7%** recibe transferencias bancarias. Entre quienes no las utilizan, las principales barreras son la desconfianza y el desconocimiento de este medio de pago.



1

2

3

4

5

6

7



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Alta                   | Baja                     | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Media                  | Muy baja                 | Muy alta             |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Muy alta             |
| Daños a terceros                                                                                           | Media                  | Muy baja                 | Muy alta             |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Muy alta             |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Media                  | Muy baja                 | Muy alta             |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Media                  | Media                    | Alta                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Media                  | Baja                     | Alta                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Accidentes laborales graves (cortes, lesiones oculares, deterioro de la salud).
- Factores climáticos (lluvia y frío que paralizan obras y dañan materiales).
- Inestabilidad de contratos y temporadas sin trabajo.
- Desvalorización de la mano de obra por aumento de competencia.
- Retrasos o retenciones en los pagos por parte de constructoras.
- Pérdidas económicas por errores en el cálculo de materiales.
- Conflictos interpersonales entre trabajadores en la obra.
- Clientes difíciles que afectan su reputación y generan estrés.
- Robo de herramientas en el lugar de trabajo.

**Manejo de riesgos:** Asistencia a charlas de seguridad y uso de elementos de protección, afiliación a ARL para cubrir riesgos laborales, suspensión preventiva del trabajo en exteriores ante lluvias, aislamiento de espacios interiores para proteger materiales del clima, uso de cuando hay poca demanda, diversificación de ingresos, uso de redes informales de apoyo financiero (natilleras o cadenas), reducción estricta de gastos personales y del hogar ante pérdidas, diálogo con clientes para gestionar expectativas y reducir presión, estrategias emocionales de desahogo (compartir con familia o compañeros).

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

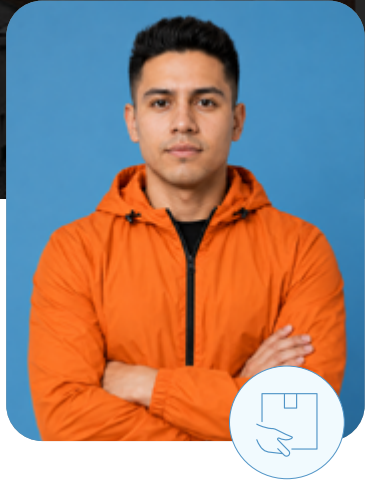
**Crédito:** Mayor claridad sobre tasas de interés, plazos y costos asociados, además de capacitaciones relacionadas.

**Ahorro formal:** Mayor claridad sobre costos, comisiones y rendimientos de los productos de ahorro.

**Pagos digitales:** Mayor seguridad y orientación sobre cómo evitar fraudes relacionados con este tipo de pagos.

**Seguros:** Mayor claridad sobre costos, coberturas y exclusiones, además de capacitaciones.

# Arquetipos Sector Transporte



## Domiciliarios

Trabajadores que operan mediante plataformas digitales o acuerdos directos con negocios locales utilizando motocicletas.



## Mototaxistas

Prestadores de transporte urbano masivo que operan desde paraderos improvisados para cubrir trayectos de última milla.



## Empresa de almacenamiento y depósito

Negocios que alquilan bodegas y espacios reducidos para importadores o comerciantes en zonas industriales.



## Presentación del negocio

**Perfil:** Lleva en promedio 16 años en este trabajo. Muchos domiciliarios llegan a esta actividad tras migrar a Colombia, sin experiencia laboral previa en el país ni contactos que faciliten el acceso a otros empleos, y con frecuencia enfrentan dificultades iniciales para regularizar su situación migratoria. Suelen iniciar en el oficio por recomendación de conocidos que lo ven como una oportunidad para generar ingresos. Aunque han perdurado en esta actividad, muchos expresan el deseo de salir de ella y dedicarse a otros trabajos.



**Sexo:**  
Mayoritariamente Hombres

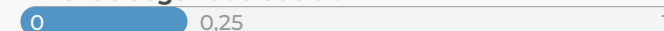
**Edad promedio:**  
41 años



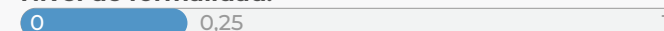
**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa.

**Etnia:**  
Afrodescendiente 8,3%

**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Es dinámico, resolutivo y se adapta con facilidad a distintas condiciones de trabajo. Tiene alta capacidad de autogestión y está orientado al cumplimiento de metas dentro de plazos ajustados, para lo cual se apoya en su agilidad y en el conocimiento práctico de su entorno. Es resiliente frente a las adversidades climáticas o logísticas y mantiene una actitud amable y profesional en el trato con los clientes.



**Motivaciones:** Cubrir sus necesidades básicas y las de su familia. Valora la independencia.



**Planes a futuro:** Dejar de ser domiciliario y montar un negocio propio.



**Estado físico y anímico:** Altos niveles de estrés, ansiedad y desgaste físico derivados de relacionamiento con clientes, no cumplimiento de metas y tráfico de la ciudad.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



1

2

3

4

5

6

7



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
14 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
6 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
8 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
0,5 horas



**Días de trabajo a la semana:**  
7 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1,2

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** Mañana y noches. Viernes, sábado y domingo.
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas. Fechas especiales.
- **Meses con mayores ventas:** Octubre, noviembre y diciembre.
- **Meses con menores ventas:** Enero y febrero



### Actividades en el trabajo:



#### Inicio de jornada

El domiciliario llega en la mañana a un punto de despacho de domicilios de una tienda de cadena y espera a que se le asigne un pedido.



#### Entrega del pedido

Una vez asignado el pedido, conduce hasta el punto de entrega, priorizando la rapidez para cumplir con los tiempos establecidos. Al llegar, entrega el pedido al cliente, ya sea dejándolo o esperando a que lo recoja.



#### Regreso y nuevo ciclo

El domiciliario regresa conduciendo al punto de despacho, donde espera a que se le asigne un nuevo turno, reiniciando el ciclo.





1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Punto de despacho de tienda de cadena.



**Insumos:** El principal insumo es su motocicleta, así como los distintos insumos que necesita para su correcto funcionamiento: aceite, gasolina y repuestos. Otro insumo importante es su celular y el plan de datos, que usa para realizar los domicilios y utilizar el GPS. Finalmente, están los elementos de protección, como el casco, y la maleta en la que transporta los pedidos.

**Proveedores:** Estaciones de gasolina (diario), talleres mecánicos (cambio de aceite cada 15 días y demás según necesidad) y grandes cadenas especializadas (repuestos según necesidad).

**Forma de pago a proveedores:** De contado.

**Clientes:**

Clientes finales en apartamentos o conjuntos residenciales.

**Principal competencia:** No percibe a otros domiciliarios como su competencia, pero sí a otras aplicaciones.

**Relación con la familia:** La familia del domiciliario no participa en el negocio.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



**Flujo de ingresos:**  
**Diarios o semanales**

**La mayoría de los domiciliarios**

**75%**

registra ingresos mensuales entre \$500.000 y \$3 millones mensuales.

**Nivel de costos**

**66%**

de los domiciliarios tiene costos mensuales inferiores a \$1 millón mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Suele mezclar las finanzas del negocio con las del hogar.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Generalmente logra cubrir sus gastos, aunque a costa de trabajar jornadas más largas de lo habitual.



### Relación con el crédito:

- El 25% de los domiciliarios tiene créditos con entidades financieras, como bancos, microfinancieras y cooperativas.
- El 67% de los domiciliarios aceptarían un crédito si se lo ofrecieran, destinándolo principalmente a la compra de medios de trabajo y a gastos personales.



### Relación con los seguros:

- El 75% cuenta con algún seguro al incluir el SOAT, pero esta proporción se reduce al 8,3% al excluirlo.
- Considera que el seguro más relevante para su actividad es aquel que brinda protección frente a daños a terceros.

### Relación con el ahorro:



**25%**

ahorra de manera formal y otro 25% en efectivo. El 8% utiliza natilleras. El ahorro se destina principalmente a gastos personales y del hogar.



La principal dificultad para ahorrar es la falta de excedentes. Sin embargo, quienes no ahorran manifiestan interés en hacerlo, preferiblemente a través de entidades bancarias.



### Relación con los pagos digitales

**75%**

recibe pagos a través de billeteras digitales, las cuales considera seguras y fáciles de usar.



El **91,6%** no recibe pagos con tarjeta y el **66,6%** no recibe transferencias bancarias, sino que se gestiona directamente con el comercio. Además, la mayoría no estaría interesado en adoptar estos medios, principalmente porque no cuenta con las herramientas necesarias para utilizarlos.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Baja                     | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Alta                   | Baja                     | Alta                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Media                |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Fraudes y estafas por parte de sus clientes
- Intolerancia
- Accidentes de tránsito
- Deterioro debido a exposición a clima
- Daños en su motocicleta

**Manejo de riesgos:** Redes de apoyo para prevenir robos o actuar ante estos. Rechazo zonas peligrosas. Validación de entrega de pedidos y pagos. Solidaridad económica. Mantenimiento preventivo a la moto.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Le interesan las capacitaciones sobre uso responsable del crédito y administración del endeudamiento.

**Ahorro formal:** Busca información sobre ahorro formal, así como sobre costos, comisiones y rendimientos de los productos.

**Pagos digitales:** Valora conocer los costos y comisiones asociados a los diferentes medios de pago.

**Seguros:** Le interesa contar con información clara sobre costos, coberturas y exclusiones.



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** Lleva aproximadamente 7 años trabajando como mototaxista. Ingresó a esta actividad ante las limitadas oportunidades de empleo formal y porque ya contaba con una motocicleta, lo que le permitió generar ingresos de forma rápida y con baja inversión. Por lo general, permanece en esta actividad porque le permite sostener su hogar y complementar sus ingresos mediante la combinación de servicios en la calle y plataformas digitales.



**Sexo:**  
Mayoritariamente Hombres

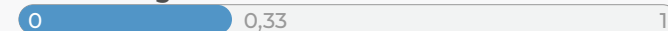
**Edad promedio:**  
44 años



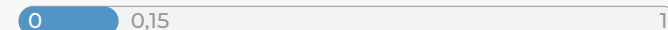
**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa.

**Etnia:**  
Indígena 33,3%  
Afrodescendiente 11,1%

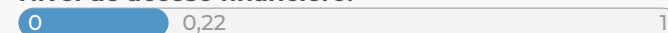
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Es pragmático y resiliente, y se adapta con rapidez a variables externas como el tráfico, el clima o la fluctuación en el precio del combustible. Prioriza la gestión eficiente de su tiempo y su seguridad personal. Valora su independencia operativa, pero le genera fatiga la gestión de trámites y regulaciones, por lo que busca soluciones tecnológicas que simplifiquen su administración y aumenten sus ingresos de forma directa. Aunque usa plataformas digitales por necesidad, es selectivo con ellas y solo adopta las que reducen sus tiempos de espera o mejoran su seguridad, sin complicar su rutina diaria.



**Motivaciones:** Garantizar el sustento de su familia. Considera que esta actividad es más rentable que un empleo formal, frente a la falta de ofertas laborales atractivas. Valora la independencia y la flexibilidad en el manejo de sus tiempos. Ve el mototaxismo como un medio para lograr proyectos futuros, como comprar vivienda, salir de deudas o invertir en la educación de sus hijos.



**Planes a futuro:** Considera el mototaxismo como una actividad temporal. Busca reunir recursos para montar un negocio propio o conseguir un empleo distinto.



**Estado físico y anímico:** El mototaxista enfrenta dolores corporales derivados de la postura y las largas jornadas. Además, está constantemente expuesto al clima y a la contaminación del aire. En lo anímico, siente estrés por las condiciones de la ciudad, pero también disfruta manejar su moto y compartir con otros mototaxistas.

**Paciencia:**



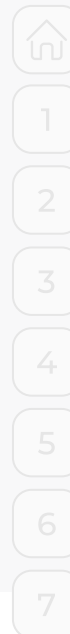
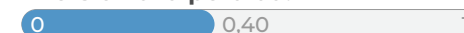
**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
9,5 horas  
(fraccionadas)



**Hora de apertura o inicio:**  
4:30 a.m. - 3 p.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
10 a.m. - 8 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
5 horas +  
pausas cortas



**Días de trabajo a la semana:**  
6 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** lunes y viernes.
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Fechas importantes (ejemplo: Halloween)
- **Meses con mayores ventas:** Diciembre.
- **Meses con menores ventas:** Enero y febrero.



### Actividades en el trabajo:



#### Inicio de jornada y planeación

Suele iniciar su jornada en horas tempranas para aprovechar los períodos de mayor demanda, especialmente durante las horas pico.



#### Búsqueda de servicios

Generalmente se ubica en puntos estratégicos con alta afluencia de pasajeros y combina la búsqueda de clientes en la calle con el uso de aplicaciones móviles.



#### Prestación del servicio

Se encarga de transportar al pasajero hasta su destino, adaptándose a las condiciones de tráfico y movilidad que enfrenta durante la jornada.





1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

No tiene un espacio físico definido, aunque suele permanecer en lugares como parques, cafés y restaurantes cercanos a zonas de alta afluencia.



**Insumos:** Su principal herramienta de trabajo es la motocicleta, generalmente de bajo o medio cilindraje. Además, requiere combustible de manera frecuente, insumos de mantenimiento como aceite, frenos y repuestos, así como elementos de protección para él y sus pasajeros. También depende de herramientas de conectividad y navegación, como el celular y el acceso a internet, y debe mantener al día documentos obligatorios como el SOAT y la revisión técnico-mecánica.

**Proveedores:** Talleres mecánicos, almacenes formales, pequeños negocios o concesionarios.

**Forma de pago a proveedores:** Generalmente realiza mantenimientos preventivos y correctivos según el estado de la motocicleta y adquiere repuestos cuando se requieren reparaciones o reemplazos por desgaste.

**Clientes:**

Atiende principalmente a personas que requieren desplazamientos cotidianos.

**Principal competencia:** Su competencia principal son otros mototaxistas y aplicaciones de movilidad.

**Relación con la familia:** Su familia no participa del negocio.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



Flujo de ingresos:

**Diario**

(constante).

La mayoría de los  
mototaxistas

**88,9%**

tiene ingresos mensuales  
entre \$500.000 y \$3  
millones mensuales.

La mayoría de los  
mototaxistas

**77%**

tiene costos inferiores a  
1 millón mensual.

- **Manejo de ingresos:** Suele distribuir sus ingresos diarios entre los gastos de operación del vehículo, como combustible y mantenimiento, y los gastos del hogar.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Sí, considera que es una actividad productiva.



### Relación con el crédito:

- Generalmente no tiene créditos con entidades financieras. Solo una proporción reducida (11%) accede a créditos formales con entidades no financieras.
- El 88,8% aceptaría un crédito si se lo ofrecieran, principalmente para la compra o alquiler de equipos y herramientas de trabajo.



### Relación con los seguros:

- El 44% cuenta con algún seguro al incluir el SOAT, aunque no registra acceso a otros seguros relacionados con su actividad económica.
- Considera que el seguro más importante para su negocio es para proteger la continuidad y operación del negocio.

### Relación con el ahorro:



Aunque una parte de los mototaxistas utiliza mecanismos formales, el ahorro suele realizarse de manera informal, principalmente en efectivo y, en algunos casos, mediante natilleras o billeteras digitales. El **56%** ahorra en efectivo y el **11%** utiliza natilleras.



Los recursos ahorrados se destinan principalmente a la compra de insumos, así como a la atención de emergencias e imprevistos.

La principal dificultad para ahorrar es la falta de ingresos excedentes, aunque quienes actualmente no ahorran manifiestan interés en hacerlo.



### Relación con los pagos digitales

**66%**

recibe pagos mediante billeteras digitales, las cuales suelen ser valoradas por su facilidad de uso y también se utilizan como mecanismo de ahorro.



Recepción de pagos electrónicos: No suele recibir pagos con tarjeta y el uso de transferencias bancarias es limitado. Además, muestra poco interés en adoptar estos medios, principalmente por falta de herramientas o por desconfianza en su uso.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Media                    | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Alta                   | Baja                     | Muy alta             |
| Daños a terceros                                                                                           | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Baja                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Desplazarse por zonas que considera inseguras o de alto riesgo.
- Desarrollar afectaciones respiratorias o problemas en la piel por la exposición constante a la contaminación y las condiciones climáticas.
- Presentar desgaste físico, dolor de espalda y otras molestias asociadas a las largas jornadas de conducción.

**Manejo de riesgos:** Suele crear ahorros o fondos de emergencia para cubrir daños y reparaciones de la motocicleta. Generalmente evita rutas que considera inseguras o demasiado alejadas, utiliza plataformas digitales que le brindan mayor seguridad y, en algunos casos, busca actividades económicas complementarias para diversificar sus fuentes de ingreso.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Le interesan las capacitaciones sobre uso responsable del crédito y gestión del endeudamiento.

**Ahorro formal:** Valora la educación sobre ahorro formal y la información relacionada con costos, comisiones y rendimientos de los productos de ahorro.

**Pagos digitales:** Busca conocer con claridad los costos y comisiones asociados a los medios de pago digitales.

**Seguros:** Le interesa contar con información clara sobre los costos, coberturas y exclusiones de los seguros.



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** Tiene en promedio 50 años de trayectoria. Suele haberse originado con un capital modesto, tras el paso de su fundador o fundadora por distintos trabajos previos. Por lo general, es un negocio familiar, quien lo lidera trabaja junto a su pareja y otros miembros de la familia, y ocasionalmente cuenta con el apoyo de un ayudante o trabajador externo para las distintas actividades del negocio.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Hombres

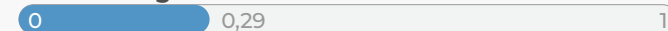
**Edad promedio:**  
41,3 años

**Etnia:**  
Infigena 28,6%

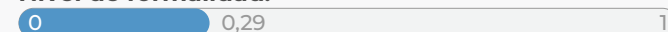


**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa.

**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Valora la seguridad, el orden y la confiabilidad en el manejo de su negocio. Es cauteloso y prefiere seguir procedimientos establecidos antes que improvisar. Le da importancia al buen uso del espacio para cuidar la integridad de las mercancías bajo su custodia. Es transparente en su gestión, y su prioridad es que el cliente confíe en que su mercancía está bien cuidada.



**Motivaciones:** La principal motivación de quien lidera el negocio es la población que atiende, en su mayoría habitantes de calle y personas en situación de pobreza extrema. Siente un fuerte cariño por su negocio y por la labor que realiza, y considera que actúa como un puente para apoyar a sus clientes.



**Planes a futuro:** No tiene planes de retirarse ni de cerrar el depósito; su intención es continuar con el negocio de forma indefinida. Espera que alguno de sus hijos continúe con el legado familiar, y le preocupa qué pasará con los habitantes de calle a quienes les compra material reciclable si el negocio no continúa.



**Estado físico y anímico:** En general, no presenta agotamiento físico significativo y mantiene una actitud positiva frente a su actividad económica. Sin embargo, al finalizar la jornada suele experimentar cansancio tanto físico como mental. Manifiesta satisfacción con el trabajo que realiza, aunque enfrenta situaciones de estrés asociadas al entorno en el que desarrolla su actividad, caracterizado por problemáticas como la drogadicción y la conflictividad con algunos clientes. También le generan preocupación e incertidumbre las fluctuaciones en los precios del material reciclable.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
9,5 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
7:30 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
5 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
2 horas



**Días de trabajo a la semana:**  
6 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** jueves y viernes
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenal
- **Meses con mayores ventas:** Junio, julio y agosto
- **Meses con menores ventas:** Noviembre, diciembre, enero y febrero



### Gestión de compras y atención a proveedores

Recibe material reciclable, realiza su valoración económica y efectúa los pagos correspondientes, generalmente en efectivo. Estas actividades pueden contar con el apoyo de un ayudante para la recepción y el pesaje del material.



### Clasificación y almacenamiento del material

Organiza y clasifica los materiales reciclables según sus características, supervisando su almacenamiento y, cuando dispone de apoyo, actividades como la compactación, el apilamiento y el manejo de cargas.



### Comercialización y despacho

Coordina periódicamente la venta del material acumulado y su entrega a transportadores o compradores que lo trasladan a plantas de procesamiento.



### Administración de la jornada y responsabilidades familiares

Inicia y cierra las operaciones del establecimiento, combinando las actividades del negocio con responsabilidades domésticas y familiares.

### Actividades en el trabajo:





1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Bodega de almacenamiento



**Insumos:** Utiliza materiales para el amarre, embalaje y protección de los reciclables, así como elementos para su almacenamiento. También emplea insumos para el mantenimiento de equipos y herramientas utilizadas en las labores de pesaje, clasificación, compactación y acondicionamiento del material.

**Proveedores:** Obtiene material reciclable de recuperadores, habitantes de calle, pequeños comerciantes y otros generadores de residuos aprovechables. Asimismo, adquiere insumos y suministros en establecimientos especializados.

**Forma de pago a proveedores:** Paga todos los días, de manera inmediata y en efectivo.

**Clientes:**

Comercializa el material reciclable con empresas dedicadas a su transformación o aprovechamiento industrial, generalmente mediante ventas al por mayor. Los pagos suelen efectuarse por medios electrónicos.

**Principal competencia:** Otros centros de acopio o establecimientos dedicados a la compra y almacenamiento de material reciclable que compiten por los mismos proveedores y materiales.

**Relación de la familia:** La familia tiene una participación importante en el funcionamiento del negocio, apoyando distintas actividades operativas y administrativas, y contribuyendo a su continuidad en el tiempo.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



- **Manejo de ingresos:** Separa las cuentas del hogar y del negocio. Asigna rubros claros y específicos para nómina de empleados y alimentación en el hogar. Realiza contabilidad manual.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** La inestabilidad de los precios del reciclaje dificulta llegar a fin de mes, por lo que en ocasiones debe reducir o sacrificar gastos personales y del hogar.



### Relación con el crédito:

- El 28,6% de propietarios tienen crédito con entidades financieras.
- Ningún propietario tiene créditos formales con entidades no financieras.
- El 71,4% no aceptaría un crédito si se lo ofrecieran, principalmente por temor al endeudamiento y por considerar que los intereses y las comisiones son elevados.



### Relación con los seguros:

- El 71,4% de los propietarios cuenta con algún tipo de seguro, porcentaje que se reduce a 28,6% al excluir el SOAT.
- Considera más relevantes los seguros orientados a la protección frente a daños a terceros, la protección de los activos físicos y del patrimonio del negocio, así como aquellos que cubren a las personas clave para la operación.

### Relación con el ahorro:



**43%**

de los propietarios ahorra de manera formal. Sin embargo, este arquetipo tiende a preferir el ahorro informal, debido a su desconfianza hacia las entidades financieras y a la percepción de que los rendimientos no compensan los costos asociados.



El principal destino del dinero ahorrado es para la compra de materia prima, maquinaria y equipos

La principal razón para no ahorrar es la falta de excedentes económicos. Entre quienes actualmente no ahorran, todos manifiestan que lo harían si tuvieran la posibilidad, y preferirían hacerlo en efectivo.



### Relación con los pagos digitales

**57,1%**

de los propietarios recibe pagos digitales. Aunque este arquetipo manifiesta desconfianza hacia las billeteras digitales por temor al fraude, en algunos casos ha adoptado este mecanismo debido a que es utilizado por sus clientes.

El **85,7%** de los propietarios no recibe pagos mediante tarjetas débito o crédito. Entre quienes no utilizan este mecanismo, no existe interés en adoptarlo, principalmente por no contar con las herramientas necesarias.

El **71,4%** de los propietarios no recibe transferencias bancarias. Entre ellos tampoco existe interés en incorporarlas, principalmente por limitaciones relacionadas con las herramientas requeridas para su uso.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Media                |
| Daños a terceros                                                                                           | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Muy alta             |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Riesgos de salud y seguridad laboral derivados del manejo de materiales sin protección suficiente.
- Riesgos de infraestructura por las condiciones del local, incluyendo riesgo de incendio.
- Riesgos de seguridad asociados a problemas que puedan tener los habitantes de calle con quienes trata.

**Manejo de riesgos:** Ante la caída de precios, retiene el material hasta que estos suban de nuevo y, si es necesario, recurre a créditos bancarios. Para evitar el fraude digital, evita el uso de aplicaciones móviles. Le interesa acceder a un seguro contra incendios, pero se lo han negado por la alta probabilidad de que este ocurra.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Mayor claridad sobre tasas de interés, plazos y costos asociados a los créditos.

**Ahorro en entidades formales:** Capacitación sobre cómo funciona y qué beneficios tiene el ahorro formal.

**Pagos digitales:** Mayor seguridad y orientación para evitar fraudes relacionados con estos pagos.

**Seguros:** Información clara sobre los beneficios de tener un seguro frente a no estar asegurado.



1

2

3

4

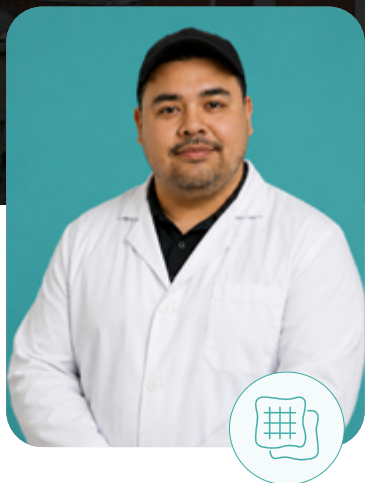
5

6

7



# Arquetipos Sector Manufactura



## Panadería

Establecimientos de barrio especializados en hornear y vender su propio pan y productos afines.



## Micronegocio de elaboración de platos preparados

Unidades dedicadas a fabricar dulces tradicionales, empanadas, tamales o platos típicos listos para el consumo.



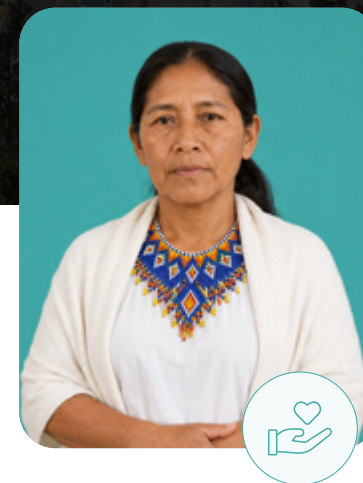
## Taller de confección de prendas de vestir

Maquilas y talleres satélite que prestan servicios de costura y ensamble textil en distintos barrios y ciudades.



## Carpintería / ebanistería

Talleres orientados al diseño y fabricación de cocinas, puertas y muebles sobre pedido.



## Artesanos

Productores de joyería, marroquinería, cerámica, instrumentos y tejidos utilizando diversos materiales y fibras.



## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un negocio con aproximadamente 10 años de consolidación. Suele estar respaldada por conocimientos del oficio adquiridos en el entorno familiar, aunque sus propietarios pueden contar con experiencia en otras actividades económicas. Generalmente funciona como un negocio familiar y constituye una fuente de ingresos que brinda cierta autonomía económica y flexibilidad para la administración del tiempo de trabajo.



**Sexo:**  
Mayoritariamente Hombres

**Edad promedio:**  
46 años



**Nivel educativo promedio:**  
Primaria

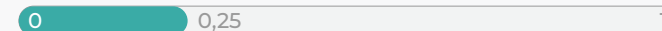
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por la disciplina, la constancia y el compromiso con la calidad de sus productos. Está acostumbrado a jornadas de trabajo extensas que suelen comenzar en la madrugada y mantiene una relación cercana con su comunidad y sus clientes. Presta especial atención al uso eficiente de los insumos y al control de los costos, procurando minimizar las pérdidas y el desperdicio. Aunque valora las herramientas que facilitan la gestión del negocio, suele dar prioridad a las prácticas y conocimientos que ha adquirido a través de la experiencia. Busca mantener un flujo estable de ingresos sin descuidar la calidad y la identidad de su producto.



**Motivaciones:** Valora la participación de la familia en la actividad productiva y la posibilidad de transmitir a sus hijos habilidades y valores asociados al trabajo. Considera la panadería una actividad estable que contribuye al bienestar de su hogar y le genera satisfacción personal.



**Planes a futuro:** Planea concentrarse más en las labores de administración y ventas, delegando la producción a trabajadores especializados. También aspira a ampliar su negocio mediante la apertura de nuevos puntos de venta y la generación de empleo.



**Estado físico y anímico:** Las jornadas extensas y el trabajo prolongado de pie suelen generar agotamiento físico, molestias corporales y episodios de estrés que pueden manifestarse en dolores de cabeza y espalda. A pesar de ello, mantiene una actitud positiva y motivación frente a su trabajo.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**





## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
12 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
4 a.m. - 6 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
4 p.m. - 9 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
1 hora



**Días de trabajo a la semana:**  
7 días



**Número promedio de trabajadores:**  
3,6

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** Fines de semana.
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas. Receso escolar. Semana Santa y fechas especiales (Día de la Madre, Amor y Amistad).
- **Meses con mayores ventas:** Diciembre y enero.
- **Meses con menores ventas:** Febrero y agosto.



### Actividades en el trabajo:



#### Producción y comercialización

Elabora los productos de panadería, atiende a los clientes y realiza las ventas durante la jornada.



#### Gestión operativa y administrativa

Administra la caja, recibe pagos, realiza el control de inventarios, efectúa pedidos y recibe insumos y materias primas.



#### Mantenimiento y organización del negocio

Realiza labores de limpieza y organización de las áreas de atención y producción, así como de los equipos y utensilios, dejando preparado el espacio para la jornada siguiente.



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Local ubicado en una zona comercial.



**Insumos:** Utiliza materias primas para la elaboración de productos de panadería, repostería y bebidas, así como materiales de empaque y servicio. También emplea maquinaria, herramientas de trabajo, equipos de seguridad e indumentaria necesarios para la operación del negocio.

**Proveedores:** Se abastece principalmente de pequeños distribuidores especializados, productores locales, surtidoras y bodegas mayoristas.

**Forma de pago a proveedores:** Realiza pagos de contado, generalmente en efectivo, y en algunos casos accede a créditos de corto plazo (8 días).

**Clientes:**

Clientes fidelizados que hacen parte del sector.

**Principal competencia:** Su principal competencia son otras panaderías del sector y barrio en el que está ubicada la panadería.

**Relación con la familia:** La familia tiene un rol activo y participativo pues apoyan en la operación y administración de esta, como la elaboración de pan, la compra de insumos, la venta, y otras actividades del día a día.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



Flujo de  
ingresos:  
**Diarios**

La mayoría de los  
domiciliarios

**57%**

no sabe o no reporta  
ingresos.

Nivel de costos

**57,2%**

tiene costos entre  
\$500.000 y 3 millones  
mensuales.

- **Manejo de ingresos:** No suele separar las finanzas del hogar y del negocio. Aunque ha intentado asignarse un sueldo, no ha logrado mantener esta práctica de forma constante.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Generalmente logra cubrir sus gastos, aunque esto representa un reto y, en algunos periodos, puede requerir ajustes como la reducción de personal.



### Relación con el crédito:

- El 42,9% de propietarios tienen crédito con entidades financieras, específicamente con bancos.
- El 33% tiene créditos con vendedores de insumos.
- El 57,1% aceptaría un crédito, principalmente para la compra de materia prima e insumos, así como para realizar remodelaciones o adecuaciones en el negocio.



### Relación con los seguros:

- El 14,3% de los propietarios cuenta con algún seguro, porcentaje que se reduce a 0% al excluir el SOAT.
- Considera que el seguro más importante es aquel que protege a las personas clave para el funcionamiento del negocio.

### Relación con el ahorro:



Ninguno de los propietarios tiene ahorro formal. Este arquetipo prefiere el ahorro informal y suele considerar más conveniente invertir en el negocio que destinar recursos al ahorro.



Los recursos ahorrados se destinan principalmente a remodelaciones, emergencias e imprevistos del negocio.

La principal razón para no ahorrar es que los ingresos disponibles no alcanzan para destinar recursos al ahorro. Sin embargo, quienes actualmente no ahorran manifiestan interés en hacerlo si tuvieran la posibilidad.



### Relación con los pagos digitales

**57,1%**

de los propietarios recibe pagos mediante billeteras digitales. Aunque este arquetipo tiene una percepción positiva de estos medios por considerarlos ágiles y eficientes, mantiene preocupación por posibles fraudes.



El **71,4%** de los propietarios no recibe pagos con tarjeta. Entre ellos, el 80% no está interesado en adoptarlas, principalmente por falta de confianza en este medio de pago.

El **57,1%** no recibe pagos mediante transferencias bancarias. De estos, el 75% no desearía comenzar a utilizarlas debido a la desconfianza en este mecanismo.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Contaminación cruzada de los productos y posibles afectaciones a terceros por alergias alimentarias.
- Alta rotación de personal y riesgos ergonómicos y físicos asociados a las actividades del negocio.

**Manejo de riesgos:** Realiza revisiones periódicas de la maquinaria, tomacorrientes y cableado para prevenir daños e incendios. Utiliza indumentaria de protección y cuenta con extintores. Además, procura ahorrar para afrontar periodos de menores ventas.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Capacitaciones o programas de educación financiera sobre uso responsable del crédito.

**Ahorro formal:** Capacitaciones sobre ahorro formal.

**Pagos digitales:** Información sobre seguridad y prevención de fraudes en pagos digitales.

**Seguros:** Beneficios de tener un seguro frente a no estar asegurado.



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un negocio con aproximadamente 6 años de consolidación. Generalmente surge como una alternativa de generación de ingresos ante las dificultades para acceder a un empleo estable. Suele iniciar con un capital reducido y una oferta limitada de productos, que se amplía progresivamente en función de la experiencia adquirida y las oportunidades de mercado. Cuenta con una participación activa de la familia para apoyar las diferentes actividades del negocio. Su sostenibilidad se basa en la constancia, la calidad de los productos y la relación cercana con los clientes, constituyéndose habitualmente como la principal fuente de ingresos del hogar.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

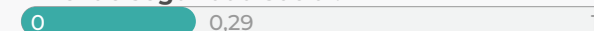
**Edad promedio:**  
43 años

**Etnia:**  
Indígena  
14,3%

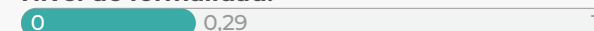


**Nivel educativo promedio:**  
Primaria o Secundaria completa.

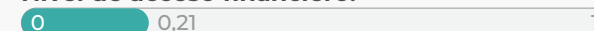
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por la constancia, la responsabilidad y el compromiso con la calidad de los productos que ofrece. Mantiene una actitud orientada al servicio, procurando satisfacer las necesidades de sus clientes y fortalecer relaciones de confianza. Asimismo, organiza sus actividades para asegurar una producción adecuada, cumplir con los pedidos y mantener condiciones apropiadas de preparación e higiene.



**Motivaciones:** Garantizar el bienestar de su familia, especialmente mediante el acceso a una mejor calidad de vida, educación y estabilidad económica. También busca alcanzar una mayor independencia financiera, adquirir una vivienda propia y fortalecer el negocio como principal fuente de ingresos del hogar. Adicionalmente, encuentra satisfacción en el reconocimiento de sus clientes y en la confianza que han depositado en la calidad de sus productos.



**Planes a futuro:** Aspira a adquirir una vivienda propia que le permita reducir gastos de arriendo y contar con un espacio adecuado para la producción de alimentos. También busca fortalecer y expandir el negocio, incrementando las ventas, ampliando su base de clientes y posicionando mejor sus productos. A largo plazo, espera consolidar esta actividad como una fuente de estabilidad económica que le brinde seguridad financiera y bienestar durante su vejez.



**Estado físico y anímico:** Presenta desgaste físico por las largas jornadas de trabajo y la exposición constante a condiciones que pueden afectar su salud. A nivel emocional, experimenta estrés e incertidumbre por la inestabilidad de los ingresos, lo que impacta su bienestar y reduce su tiempo de descanso.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**





## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
18 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
2 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
8:30 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
No toma descansos



**Días de trabajo a la semana:**  
6 días



**Número promedio de trabajadores:**  
2,4

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** Entre semana
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas
- **Meses con mayores ventas:** Febrero y diciembre.
- **Meses con menores ventas:** Enero



### Actividades en el trabajo:



#### Preparación y producción

Realiza la preparación de masas, rellenos, carnes, bebidas y demás insumos necesarios para la producción y venta. También adelanta actividades de preproducción, como la cocción, porcionado y preparación de ingredientes para la jornada siguiente.



#### Venta y atención al cliente

Instala y acondiciona el punto de venta, prepara los alimentos, atiende a los clientes, entrega los pedidos y recibe los pagos. En algunos casos, también distribuye productos a pequeños negocios del sector.



#### Abastecimiento, limpieza y cierre

Adquiere o recibe insumos de proveedores, realiza la limpieza y desinfección de equipos, utensilios y áreas de trabajo, y organiza el espacio y los elementos necesarios para la siguiente jornada.



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Puesto ambulante ubicado en calles residenciales y de alto flujo.



**Insumos:** Utiliza materias primas perecederas para la preparación de alimentos, abarrotes, bebidas, materiales de empaque y servicios básicos necesarios para la operación del negocio.

**Proveedores:** Se abastece de distintos proveedores según el producto: compra carnes en mataderos locales, abarrotes en supermercados de cadena, verduras y otros insumos en comercios del barrio y recibe bebidas e insumos directamente de distribuidores.

**Forma de pago a proveedores:** Realiza pagos de contado e inmediatos, generalmente a diario y con los ingresos del mismo día, sin uso de créditos ni financiamiento.

**Clientes:**

Atiende principalmente a trabajadores del sector, vecinos y transeúntes. También abastece pequeños negocios para la reventa de sus productos y recibe pedidos ocasionales para eventos.

**Principal competencia:** Otros negocios del sector dedicados a la venta de comidas y platos preparados. Sin embargo, no suele percibirlos como rivales directos.

**Relación con la familia:** La familia cumple un papel activo en el negocio, apoyando actividades como la preparación de alimentos, el aseo, la carga de productos y la gestión diaria de la operación.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



Flujo de  
ingresos:  
**Diarios**

La mayoría de los  
domiciliarios

**71%**

tiene ingresos entre  
\$500.000 y \$3 millones de  
pesos mensuales.

Nivel de costos

**71%**

tiene costos menores  
de \$1 millón de pesos  
mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Administra los ingresos de forma diaria, destinándolos principalmente a la operación del negocio y a los gastos básicos del hogar. Presenta un bajo uso de productos financieros formales.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Generalmente logra cubrir sus gastos mensuales, pero, en algunos periodos enfrenta dificultades y debe complementar sus ingresos con otras actividades económicas.



### Relación con el crédito:

- El 14,3% de los propietarios tienen crédito con entidades financieras. El 100% de estos lo tienen con bancos.
- Todos los propietarios aceptarían un crédito si se lo ofrecieran. El principal destino que le darían sería la compra de materia prima e insumos.



### Relación con los seguros:

- Ninguno de los propietarios cuenta con seguros, incluso al incluir el SOAT.
- Considera que los seguros más relevantes para su negocio son para proteger los activos físicos y el patrimonio del negocio y para proteger a las personas clave del negocio.

### Relación con el ahorro:



**28,6%**

de los propietarios ahorra de manera formal. El arquetipo mantiene una posición de desconfianza frente al modelo de ahorro en los bancos, debido a cobros que percibe como injustos u ocultos, tales como cuotas de manejo, seguros no solicitados y el descuento del 4x1000. Prefiere tener sus ahorros en efectivo y guardarlos en casa.

**43%**

de los propietarios ahorran en efectivo.

El principal destino del dinero ahorrado es para el pago de deudas y gastos personales.

La principal razón por la que no ahorran es porque no sobra dinero para ahorrar. El 100% de los que no ahorran lo harían, priorizando natilleras y billeteras digitales.



### Relación con los pagos digitales

**71,4%**

de los propietarios recibe pagos por billeteras digitales. Los acepta por necesidad, para no perder ventas, aunque con desconfianza: le preocupan las comisiones, las fallas técnicas y el riesgo de fraude, por lo que valora herramientas que confirmen de



inmediato el ingreso del dinero.

El **85,7%** no recibe tarjetas como mecanismo de pago, y el 100% de ellos no le gustaría empezar a hacerlo, principalmente por no contar con las herramientas necesarias.

El **71,4%** no recibe transferencias bancarias, y el **80%** de ellos tampoco le gustaría empezar a recibirlas, por la misma razón.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Media                    | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Media                |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Pérdidas por comprobantes falsos, incumplimiento de pagos por parte de clientes y fallas en internet o plataformas de pago que afectan las ventas.
- Interrupciones en la producción por falta de insumos o servicios esenciales, así como pérdidas de productos por errores durante la preparación.
- Afectación de la imagen del negocio por problemas en la calidad de los alimentos o de los insumos suministrados por proveedores.

**Manejo de riesgos:** Implementa acciones preventivas para evitar pérdidas y garantizar la continuidad del negocio, como revisar periódicamente el inventario, mantener una reserva de dinero para reponer insumos dañados o enfrentar imprevistos, y evitar las ventas fiadas para reducir el riesgo de incumplimientos en los pagos.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Información clara sobre tasas de interés, plazos y costos asociados.

**Ahorro:** Capacitación sobre productos de ahorro y sus beneficios en entidades financieras.

**Pagos digitales:** Información sobre seguridad y prevención de fraudes en transacciones digitales.

**Seguros:** Información clara sobre costos, coberturas, exclusiones y beneficios, así como orientación sobre su uso.



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** Tiene una experiencia promedio de 32 años. Las personas propietarias adquieren los conocimientos del oficio a través de la tradición familiar y de su experiencia laboral previa en actividades relacionadas con la confección. El negocio surge como una alternativa de generación de ingresos ante las limitadas oportunidades de empleo y la necesidad de contar con mayor flexibilidad para organizar el tiempo entre el trabajo y las responsabilidades de cuidado. Su actividad inicia con servicios de confección a pequeña escala y, con el tiempo, puede vincularse a la cadena productiva como taller satélite.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

**Edad promedio:**  
45,3 años

**Etnia:**  
Indígena  
8,3%



**Nivel educativo promedio:**  
Primaria

**Discapacidad:**  
10%

**Nivel de seguridad social:**

0 0,33 1

**Nivel de formalidad:**

0 0,33 1

**Nivel de acceso financiero:**

0 0,22 1

## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** La propietaria procura mantenerse al día con las tendencias y requerimientos del sector para conservar oportunidades de trabajo. Muestra disposición a incorporar herramientas digitales para la promoción de sus servicios y la gestión del negocio, reconociendo su utilidad para llegar a clientes y facilitar algunas tareas operativas. Busca controlar costos y cumplir con los tiempos de entrega, por lo que presta atención a la selección de proveedores y a la organización de la producción. No obstante, suele enfrentar dificultades para equilibrar las labores de confección con las actividades administrativas, lo que genera interés por herramientas que faciliten la gestión del negocio.



**Motivaciones:** El negocio es su principal fuente de ingresos y una alternativa frente a las limitadas oportunidades de empleo. Valora la flexibilidad que ofrece para compatibilizar la actividad productiva con las responsabilidades de cuidado. Además, encuentra satisfacción en el ejercicio del oficio, al que considera como un legado familiar.



**Planes a futuro:** Busca aumentar la capacidad productiva del taller mediante la adquisición de maquinaria, la contratación de personal y el desarrollo de una marca propia. Entre las principales barreras se encuentran el acceso al financiamiento y la disponibilidad de trabajadores con experiencia y continuidad laboral.



**Estado físico y anímico:** Experimenta desgaste físico asociado a las largas jornadas de trabajo, así como cansancio y estrés relacionados con las exigencias de producción y los tiempos de entrega. Aunque el trabajo puede generar aislamiento por la dedicación que requiere, encuentra satisfacción en la independencia económica y en su contribución al bienestar del hogar.

**Paciencia:**

0 0,81 1

**Aversión al riesgo:**

0 0,56 1

**Confianza en los otros:**

0 0,31 1

**Aversión a la pérdida:**

0 0,48 1





## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
12 a 15 horas, dependiendo de la demanda



**Hora de apertura o inicio:**  
6 a.m.



**Hora de cierre o finalización:** 6 p.m. (posibilidad de extenderse hasta las 10 p.m.)



**Descansos o pausas durante el día:**  
Realiza pausas para alimentación y descanso



**Días de trabajo a la semana:**  
5 días, puede extenderse a 7 picos de alta demanda



**Número promedio de trabajadores:**  
1,7

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** No tiene.
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Algunas fechas especiales como Amor y Amistad.
- **Meses con mayores ventas:** Octubre, noviembre y diciembre.
- **Meses con menores ventas:** Enero y febrero.



### Actividades en el trabajo:



#### Preparación de la producción

Se reciben y organizan los insumos, se clasifican las piezas y telas y se elaboran muestras para aprobación del cliente.



#### Confección y entrega de prendas

Se realiza el ensamblaje de las prendas, seguido de los acabados, empaque y entrega del producto terminado.



#### Labores de cuidado y mantenimiento

De forma paralela al trabajo productivo, se realizan actividades domésticas y de cuidado, así como mantenimiento preventivo de la maquinaria.



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Taller de confección dentro de la vivienda



**Insumos:** Los insumos del arquetipo se dividen en los siguientes grupos: i) proporcionados por el cliente que incluyen cortes de tela organizados por tallas y elementos complementarios; ii) insumos que debe comprar: hilos y agujas. Dentro de estos insumos también están los necesarios para el mantenimiento de la maquinaria.

**Proveedores:** Comerciantes locales cercanos a su taller.

**Forma de pago a proveedores:** compra insumos al inicio de cada lote de producción y se pagan de contado, generalmente en efectivo.

**Clientes:**

Principalmente contratistas, dueños de marcas, comerciantes e intermediarios. Ocasionalmente realiza arreglos de ropa para vecinos y comunidad.

**Principal competencia:** No identifica competencia directa, pues considera que la demanda es suficiente para las distintas unidades de confección.

**Relación con la familia:** Su familia no se involucra de manera directa.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:

- **Flujo de ingresos:** Los ingresos dependen principalmente de contratos de confección y, en menor medida, de arreglos de ropa a clientes directos.

#### La mayoría de los propietarios

**66,7%**

tienen ingresos inferiores a \$1 millón mensuales.

#### Nivel de costos

**66,7%**

tiene costos inferiores a \$1 millón mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Una parte de los ingresos se reserva para futuras producciones y el excedente se destina a gastos compartidos entre el hogar y la unidad productiva.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Depende de la temporada. En temporada baja complementa sus ingresos con servicios como arreglos de ropa.



### Relación con el crédito:

- Ninguno de los propietarios tiene crédito con entidades financieras ni con entidades no financieras.
- El 67% de los propietarios aceptaría un crédito si se lo ofrecieran. El destino principal del crédito sería para la remodelación y adecuaciones y gastos personales



### Relación con los seguros:

- No cuenta con ningún tipo de seguro para el negocio.
- Considera que el seguro más relevante para su negocio es para proteger los activos físicos y el patrimonio del negocio.

### Relación con el ahorro:



**33,3%**

de los propietarios tienen ahorros formales. Algunos lo consideran importante, pero no lo hace.



**17%**

ahorra en efectivo y otro 17% ahorra en inversiones financieras.

El principal destino de los ahorros es la compra de materia prima, maquinaria y equipos y gastos personales.

La principal razón por la que no ahorran es porque no les sobra dinero para ahorrar. Sin embargo, les gustaría hacerlo, principalmente en billeteras digitales.



### Relación con los pagos digitales

**100%**

de los propietarios reciben billeteras digitales. El arquetipo está en proceso de acoplamiento, prefiere el efectivo, pero está empezando a valorar lo digital por su seguridad y comodidad.



El **83,3%** no recibe pagos con tarjetas como mecanismo de pago. De los que no reciben, el **100%** no les gustaría hacerlo ya que no tiene las herramientas necesarias para usarlo.

El **66,6%** no recibe transferencias bancarias como mecanismo de pago. De los que no reciben, el **50%** no le gustaría empezar a usar este mecanismo. La razón principal es porque no confían en este medio de pago.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Alta                   | Media                    | Muy alta             |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Muy baja                 | Muy alta             |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Media                |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Riesgos de salud y accidentes laborales
- Riesgos domésticos y familiares
- Imprevistos de infraestructura y maquinaria como cortes de luz o daños en la maquinaria
- Errores operativos en procesos como el desbaste que genera reprocesos
- Robos o hurto calificado

**Manejo de riesgos:** Realiza mantenimiento de la maquinaria y la protección eléctrica de los equipos. Ante riesgos operativos, ajusta las rutas de transporte y promueve prácticas seguras de trabajo. Para afrontar periodos de baja actividad o dificultades económicas, aumenta la jornada laboral y recurre a préstamos de familiares, conocidos o prestamistas.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Capacitaciones sobre el uso responsable del crédito y el endeudamiento.

**Ahorro formal:** Orientación y educación financiera sobre mecanismos de ahorro en entidades formales.

**Pagos digitales:** Información sobre seguridad y prevención de fraudes en transacciones digitales.

**Seguros:** Capacitaciones sobre el uso, beneficios y tipos de seguros disponibles para proteger el negocio.





## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un negocio con cerca de 25 años de existencia. Su propietario aprendió el oficio a través de la tradición familiar, complementando estos conocimientos con formación técnica. Inició su experiencia laboral como ayudante en el sector y posteriormente se independizó mediante la adquisición de herramientas y maquinaria propias. Actualmente opera un taller artesanal de pequeña escala dedicado a la fabricación de muebles a pedido y a la realización de reparaciones, actividad que constituye una fuente fundamental de ingresos para el sostenimiento del hogar y la continuidad del oficio.



**Sexo:**  
Mayoritariamente Hombres

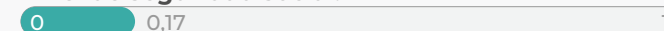
**Edad promedio:**  
52 años



**Nivel educativo promedio:**  
Primaria o T&T

**Discapacidad:**  
16%

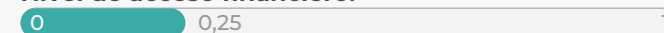
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por una actitud práctica, resiliente y comprometida con su oficio. Busca crear productos duraderos que combinen funcionalidad y estética. Valora el orden, el trabajo estructurado y los procesos tradicionales, adaptándose cuando surgen imprevistos. Se distingue por la honestidad, la precisión en la ejecución y la satisfacción de entregar trabajos bien terminados que respondan a las necesidades de sus clientes.



**Motivaciones:** Amor y orgullo por el oficio de la carpintería y generación de ingresos para el sostenimiento propio y de su familia.



**Planes a futuro:** Expandir el negocio mediante la compra de maquinaria, la contratación de personal y la formalización de la actividad.



**Estado físico y anímico:** Presenta dolores de espalda y problemas respiratorios asociados al oficio. Además, enfrenta estrés por la variabilidad de las ventas, las dificultades para cubrir gastos, el incumplimiento de algunos clientes y el aumento de los costos.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**





## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
10 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
8 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
6 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
2 horas



**Días de trabajo a la semana:**  
5 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1,2

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** No tiene
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas
- **Meses con mayores ventas:** Junio, julio y diciembre
- **Meses con menores ventas:** Enero y febrero



### Actividades en el trabajo: Determinado por el trabajo que tenga.



#### Gestión y preparación del trabajo

Atiende a los clientes, define diseños, negocia precios y recibe anticipos. Posteriormente adquiere y prepara los materiales requeridos, incluyendo la compra y secado de madera.



#### Fabricación y acabados

Realiza el trazado, corte y ensamblaje de las piezas, así como el monitoreo de plagas durante el proceso. Finalizada la fabricación, ejecuta el lijado, masillado, pintura, aplicación de lacas e instalación de accesorios.



#### Reparaciones y aprovechamiento de materiales

Complementa su actividad principal con reparaciones menores de muebles y la elaboración de artesanías a partir de madera sobrante para generar ingresos adicionales.



1

2

3

4

5

6

7



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Carpintería dentro de la vivienda familiar



**Insumos:** Utiliza madera, tableros, pinturas, pegantes, herrajes y herramientas especializadas, cuyos requerimientos varían según el trabajo. Compra los materiales por proyecto, sin mantener inventarios, a comercios locales y proveedores industriales.

**Proveedores:** Pequeños comercios locales de confianza. Empresas más grandes e industriales.

**Forma de pago a proveedores:** Generalmente paga de contado, utilizando el anticipo recibido del cliente. En ocasiones pide fiado para completar materiales faltantes.

**Clientes:**

Atiende principalmente a vecinos, clientes referidos y una clientela fidelizada que demanda muebles y reparaciones.

**Principal competencia:** Identifica como principales competidores a grandes empresas, constructoras y almacenes de cadena, más que a otras carpinterías.

**Relación con familia:** La familia participa ocasionalmente, especialmente cuando se acumulan pedidos o no es posible contratar ayudantes.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:

- **Flujo de ingresos:** Los ingresos son variables y dependen de la cantidad de proyectos, reparaciones y artesanías realizadas.

#### La mayoría de los propietarios

**83%**

tiene ingresos entre \$1 y \$3 millones mensuales.

#### Nivel de costos

**66%**

tiene costos entre \$500.000 y \$1 millón mensuales.

- **Manejo de ingresos:** No suele separar las finanzas del negocio y del hogar. En periodos de baja demanda complementa sus ingresos con otras actividades o trabajos.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Depende de la realización de arreglos y trabajos menores cuando disminuyen los proyectos. En caso de necesidad, recurre a la reducción de gastos del hogar y del negocio.



### Relación con el crédito:

- El 16,7% de los propietarios tienen crédito con entidades financieras, específicamente bancos.
- Ninguno de los propietarios tiene créditos formales con entidades no financieras.
- El 50% de los propietarios aceptaría un crédito si se lo ofrecieran, principalmente para la compra de materia prima e insumos.



### Relación con los seguros:

- El 16,7% cuenta con algún seguro (incluido SOAT) y ninguno tiene seguros distintos al SOAT.
- Considera que el seguro más relevante para su negocio es aquel que protege a las personas clave para la operación.

### Relación con el ahorro:



**16,7%**

de los propietarios ahorra de manera formal.

El 50% de los propietarios ahorra en efectivo.



No tienen un destino claro para el dinero ahorrado.

La principal razón por la que no ahorran es porque no le sobra dinero para ahorrar. Existe una percepción negativa del ahorro en entidades bancarias debido a cobros, seguros y cuotas de manejo, aunque los CDT son valorados favorablemente como alternativa de ahorro.



### Relación con los pagos digitales

**66,7%**

recibe pagos mediante billeteras digitales, principalmente por solicitud de los clientes.



El **66,7%** no recibe pagos con tarjeta debido a la falta de herramientas, conocimiento y confianza en este medio.

El **50%** no recibe transferencias bancarias, principalmente por no contar con los mecanismos necesarios para hacerlo.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Muy alta             |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Riesgos por accidentes en el trabajo y en su salud por exposición a materiales peligrosos
- Pérdidas de material ocasionadas por cambios de temperatura y condiciones ambientales
- Incumplimiento de clientes, ya sea por falta de pago o porque no reclaman los productos encargados.

**Manejo de riesgos:** Procura trabajar con precaución, paciencia y sin afán para reducir accidentes, complementando estas prácticas con mantenimiento preventivo de la maquinaria y el uso ocasional de tapabocas. Ante dificultades económicas, recurre al apoyo de familiares y compañeros, así como a préstamos informales.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**En cuanto a créditos:** Tasas de interés, plazos y costos asociados a los créditos.

**En cuanto al ahorro en entidades formales:** Tipos de productos de ahorro disponibles en las entidades financieras.

**En cuanto a pagos digitales:** Seguridad y cómo evitar fraudes relacionados con estos pagos.

**En cuanto a seguros:** Beneficios de tener un seguro frente a no estar asegurado.



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** Inició su actividad hace cerca de 17 años motivada por el deseo de trabajar de forma independiente y gestionar su propio tiempo. Aprendió el oficio desde temprana edad y lo convirtió en una actividad que combina realización personal e ingresos para el hogar. Comenzó produciendo desde su vivienda con ahorros propios y apoyo familiar, reinvertiendo las primeras ganancias en materiales para ampliar la producción y mantener inventario. Actualmente desarrolla su actividad desde el hogar, comercializa sus productos a través de redes sociales y complementa sus ingresos con la enseñanza de técnicas de tejeduría y bisutería. Además, tiene el objetivo de expandir el negocio y establecerse en un local comercial.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

**Edad promedio:**  
43 años

**Etnia:**  
Indígena 8,3%  
Palenquero 8,3%  
Afrodescendiente 8,3%



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria o T&T

**Nivel de seguridad social:**

0 0,2 1

**Nivel de formalidad:**

0 0,07 1

**Nivel de acceso financiero:**

0 0,18 1

## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por una actitud metódica, paciente y profundamente orientada al detalle, donde la calidad del trabajo manual o técnico es su principal motor de satisfacción. Se muestra como un perfil con una alta capacidad de concentración y un enfoque pragmático. Su comportamiento refleja una búsqueda constante de la mejora de su trabajo y la autonomía, valorando la libertad para ejecutar sus tareas bajo sus propios estándares de excelencia sin presiones externas innecesarias.



**Motivaciones:** Siente orgullo por trabajar en una actividad que le apasiona, satisfacción de crear productos únicos y de calidad, autonomía en el manejo de su tiempo y generación de ingresos para el sostenimiento del hogar.



**Planes a futuro:** Contar con un local o punto de exhibición propio para sus productos, generar oportunidades de empleo para otras personas e innovar en técnicas y materiales de producción.



**Estado físico y anímico:** El negocio le genera satisfacción, tranquilidad y sentido de logro, aunque también enfrenta estrés por los tiempos de entrega, la gestión administrativa y la disponibilidad de materiales. Además, presenta fatiga visual, molestias en manos y muñecas, lesiones menores por el uso de herramientas y dolores de espalda y piernas asociados a posturas prolongadas.

**Paciencia:**

0 0,89 1

**Aversión al riesgo:**

0 0,42 1

**Confianza en los otros:**

0 0,40 1

**Aversión a la pérdida:**

0 0,5 1



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
8 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
No tiene hora definida



**Hora de cierre o finalización:**  
No tiene hora definida



**Descansos o pausas durante el día:**  
Realiza pausas durante la jornada para atender labores de cuidado.



**Días de trabajo a la semana:**  
7 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1,2

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** Fines de semana
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas y días de celebración (ejemplo: día de la madre)
- **Meses con mayores ventas:** Junio, julio y diciembre
- **Meses con menores ventas:** Febrero



### Actividades en el trabajo:



#### Labores de cuidado

Combina la actividad productiva con tareas del hogar, cuidado de los hijos y otras responsabilidades familiares.



#### Gestión y planeación de pedidos

Organiza y prioriza los pedidos según tiempos de entrega y complejidad, además de anticipar producción para temporadas de alta demanda.



#### Producción y comercialización

Realiza la fabricación manual de las artesanías y gestiona su promoción y venta a través de fotografías y publicaciones en redes sociales.



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Desarrolla la actividad desde su vivienda



**Insumos:** Utiliza materiales que varían según el tipo de artesanía, incluyendo cuentas, hilos, lanas, herrajes, alambres y elementos de empaque.

**Proveedores:** Se abastece principalmente de importadores, distribuidores nacionales, proveedores locales y, en algunos casos, otros artesanos.

**Forma de pago a proveedores:** Realiza pagos principalmente de contado mediante transferencias o efectivo. Algunos proveedores le otorgan crédito de hasta 40 días.

**Clientes:**

Turistas y visitantes. Mujeres y población local. Clientes digitales y de otras ciudades.

**Principal competencia:** Turistas, población local y clientes de otras ciudades a través de canales digitales. Su principal competencia son otras tiendas de artesanías y negocios virtuales.

**Relación con la familia:** La familia no tiene una participación activa en el negocio.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



**Flujo de ingresos:**  
**Diario**  
(constante)

La mayoría de los  
propietarios  
**100%**

tiene ingresos menores a \$1  
millón mensuales

Nivel de costos  
**80%**

tienen costos  
inferiores a \$1 millón  
mensuales

- **Manejo de ingresos:** SProcura separar cuentas hogar y negocio. Trata de darse un sueldo, pero no siempre lo logra. Ahorra para temporadas bajas.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Depende de la constancia de las ventas



### Relación con el crédito:

- Ninguno de los propietarios tiene créditos con entidades financieras.
- Ninguno de los propietarios tiene créditos formales con entidades no financieras.
- El 80% de los propietarios aceptaría un crédito si se lo ofrecieran. El principal destino del crédito sería la compra de materia prima e insumos.



### Relación con los seguros:

- No cuenta con ningún seguro para el negocio
- Considera que el seguro más relevante sería aquel que proteja los activos físicos y el patrimonio de la unidad productiva.

### Relación con el ahorro:



**40%** de los propietarios tiene ahorro formal. Aunque lo considera importante por la seguridad que ofrece, percibe bajos rendimientos y muestra preocupación por posibles impuestos; por ello, suele preferir invertir en el negocio antes que ahorrar.



El **100%** ahorra en efectivo y **20%** participa en natilleras.

Los ahorros se destinan principalmente a la compra de materia prima e insumos, así como a la atención de emergencias e imprevistos.



### Relación con los pagos digitales

**80%**

recibe pagos mediante billeteras digitales, valorando su facilidad de uso, aunque persisten preocupaciones por posibles fraudes.



El **100%** no recibe pagos con tarjeta por la falta de herramientas, conocimiento y confianza en este medio.

El **60%** no recibe transferencias bancarias, principalmente por falta de herramientas y desconocimiento sobre su uso.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Alta                   | Muy baja                 | Media                |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Demoras por cierres de vías y disminución de las ventas presenciales durante temporadas de lluvia.
- Afectaciones derivadas de movimientos repetitivos, posturas prolongadas y posibles emergencias de salud propias o familiares.
- Incendios o daños eléctricos ocasionados por el uso de materiales calientes o fallas en las instalaciones.
- Exposición a robos o asaltos que afectan los activos y la continuidad de la actividad productiva.

**Manejo de riesgos:** Implementa medidas preventivas como mecanismos caseros para reducir el riesgo de incendios, el uso de sillas ergonómicas y la realización de pausas activas para mitigar afectaciones físicas. También verifica la recepción efectiva de los pagos digitales para evitar pérdidas. Ante emergencias o dificultades económicas puede suspender temporalmente la actividad y apoyarse en los ingresos de su pareja.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Tasas de interés, plazos, costos asociados y capacitaciones sobre el uso responsable del crédito.

**Ahorro formal:** Capacitaciones sobre ahorro formal, así como información sobre la seguridad y protección del dinero en las entidades financieras.

**Pagos digitales:** Seguridad en las transacciones y prevención de fraudes.

**Seguros:** Información sobre los beneficios, coberturas y procedimientos para hacer uso de los seguros, acompañada de capacitaciones sobre estos productos.



1

2

3

4

5

6

7





1

2

3

4

5

6

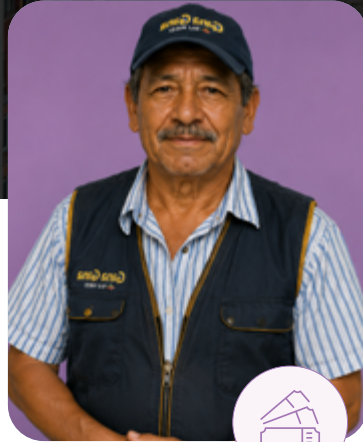
7

# Arquetipos Sector Actividades Artísticas y Servicios



## Salón de belleza o peluquería

Negocios de cuidado personal a nivel local que abarcan peluquerías uni-sex, barberías y salones de manicure.



## Negocio ambulante de venta de chance

Vendedores de lotería y juegos de azar situados en plazas públicas y zonas de alta circulación peatonal.





## Presentación del negocio

**Perfil:** Es un negocio con cerca de 11 años de trayectoria, creado como una alternativa al empleo formal y a las extensas jornadas de trabajo en grandes establecimientos del sector. Su propietaria se ha formado mediante cursos de peluquería, manicure y otros servicios de belleza, fortaleciendo continuamente sus habilidades para responder a las tendencias y necesidades del mercado. Aunque inició con una inversión limitada, ha ampliado progresivamente su portafolio de servicios para mantener su competitividad y atender una mayor demanda. Además de ser una fuente de ingresos, el negocio representa un proyecto de vida que le permite desarrollar su vocación, construir relaciones cercanas con sus clientes y contar con mayor autonomía en el manejo de su tiempo.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

**Etnia:**  
Afrodescendiente 8,3%  
Indígena 16,6%



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa

**Edad promedio:**  
39 años

### Nivel de seguridad social:

0 0,33 1

### Nivel de formalidad:

0 0,28 1

### Nivel de acceso financiero:

0 0,27 1

## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por una mentalidad enfocada en la estética, el perfeccionismo y la vocación de servicio, entendiendo que el éxito de su negocio depende de la satisfacción de sus clientes y de la reputación del salón. Mantiene relaciones cercanas y de confianza, ofreciendo una atención personalizada y valorando el contacto permanente con su clientela. Suele enfrentar dificultades en la gestión administrativa y el control de tiempos. Aunque utiliza redes sociales para promocionar su negocio, puede mostrar resistencia a la digitalización de procesos internos.



**Motivaciones:** Alcanzar independencia económica y autonomía en el manejo de su tiempo, generar ingresos para el hogar y desarrollar una actividad que disfruta. También la motivan la interacción con sus clientes, la capacitación continua y el deseo de inspirar a sus hijos a emprender y asegurar un ingreso en la vejez.



**Planes a futuro:** Consolidar el negocio como una marca reconocida, abrir nuevas sedes, ampliar la base de clientes y generar empleo. Asimismo, busca continuar fortaleciendo sus conocimientos mediante cursos y seminarios.



**Estado físico y anímico:** Presenta desgaste físico asociado al oficio, incluyendo cansancio, dolores musculares y articulares, fatiga visual y otros problemas de salud. Además, enfrenta estrés por la atención constante a los clientes y la carga emocional que implica escuchar y acompañar sus situaciones personales, recurriendo a estrategias individuales para gestionar su bienestar emocional.

### Paciencia:

0 0,86 1

### Aversión al riesgo:

0 0,47 1

### Confianza en los otros:

0 0,36 1

### Aversión a la pérdida:

0 0,56 1



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
10 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
11 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
9 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
0,5 horas



**Días de trabajo a la semana:**  
6 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1,9

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** jueves, viernes, sábado
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Fechas especiales (Día de la Madre, vacaciones y primeras comuniones)
- **Meses con mayores ventas:** Noviembre y diciembre. Mayo y junio.
- **Meses con menores ventas:** Febrero y septiembre.



### Actividades en el trabajo:



#### Alistamiento y gestión de citas

Inicia la jornada atendiendo labores de cuidado y organizando la agenda, confirmando citas y coordinando la atención de los clientes.



#### Prestación del servicio y atención al cliente

Realiza procedimientos estéticos en el salón o a domicilio. Cuando atiende fuera de su establecimiento, debe adaptarse a espacios y condiciones de trabajo que no siempre son adecuadas para la prestación del servicio.



#### Ventas y cierre de la jornada

Complementa sus ingresos con la venta de productos de belleza y finaliza el día con la limpieza y desinfección del espacio de trabajo, las herramientas y el cierre de caja.





1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Local ubicado en zona comercial.



**Insumos:** Utiliza insumos para manicure, peluquería, barbería y maquillaje, incluyendo esmaltes, productos capilares, herramientas eléctricas, elementos de bioseguridad y materiales de maquillaje.

**Proveedores:** Se abastece principalmente en zonas comerciales, pequeños comercios y proveedores especializados.

**Forma de pago a proveedores:** Realiza pagos de contado, en efectivo o mediante billeteras digitales. Reabastece los insumos según su nivel de uso, usualmente de forma mensual y trimestral.

**Clientes:**

Atiende principalmente a mujeres y hombres que demandan servicios de belleza y barbería. Su clientela se compone en gran medida de clientes fidelizados y recomendaciones de voz a voz.

**Principal competencia:** Otros salones de belleza y barberías establecidas en la zona que ofrecen servicios similares.

**Relación con la familia:** Brinda apoyo ocasional, principalmente logístico o económico, pero no participa de forma permanente en el negocio.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



**Flujo de ingresos:**  
**Diario**  
(constante)

**La mayoría de los propietarios**  
**75%**

tiene ingresos entre \$1 y \$3 millones mensuales.

**Nivel de costos**  
**75%**

tiene costos inferiores a \$1 millón mensual.

- **Manejo de ingresos:** Separa las finanzas del negocio y del hogar, organiza el dinero en bolsillos o alcancías y procura mantener un ahorro constante.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Generalmente logra llegar a fin de mes, aunque en periodos de menores ingresos suele apoyarse económicamente en su familia.



### Relación con el crédito:

- El 8,3% de propietarios tienen crédito con entidades financieras, específicamente con bancos.
- No tienen créditos formales con entidades no financieras.
- El 83,3% de los propietarios aceptaría un crédito para remodelaciones o adecuaciones.



### Relación con los seguros:

- El 16,7% cuenta con seguros, incluyendo coberturas distintas al SOAT.
- Considera que los seguros más relevantes para su negocio son para proteger los activos físicos y el patrimonio del negocio y para proteger las personas clave del negocio

### Relación con el ahorro:



**33%**

de los propietarios ahorra de manera formal. Predomina la preferencia por el ahorro en efectivo debido a la desconfianza hacia las entidades financieras, el temor a cobros o restricciones sobre el uso del dinero y la percepción de tener mayor control sobre los recursos. También se observa el uso de billeteras digitales y herramientas de ahorro como bolsillos o cajas.



**42%**

de los propietarios ahorra en efectivo.

El principal destino del dinero ahorrado es para cubrir emergencias o imprevistos del negocio.

La principal barrera para ahorrar es la falta de excedentes. Quienes no ahorran manifiestan interés en hacerlo.



### Relación con los pagos digitales

**91,7%**

recibe pagos mediante billeteras digitales, valorando su facilidad de uso, el ahorro de tiempo y la reducción del manejo de efectivo. Sin embargo, persisten preocupaciones por posibles fraudes y cobros asociados a la actividad financiera.



El **91,7%** no recibe pagos con tarjeta. Entre ellos, la principal barrera es la falta de herramientas para implementarlos, además de la percepción de costos y comisiones asociados.

El **66,7%** no recibe transferencias bancarias, principalmente por no contar con las herramientas necesarias para utilizar este medio de pago.



1

2

3

4

5

6

7

## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Alta                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Baja                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Afectaciones derivadas de movimientos repetitivos, posturas prolongadas, exposición a productos químicos y riesgo de infecciones.
- Interrupciones del servicio por cortes de energía u otras condiciones del entorno.

**Manejo de riesgos:** Implementa medidas de bioseguridad y utiliza elementos de protección para reducir riesgos en la prestación de los servicios. Se apoya en su red familiar y social cuando enfrenta dificultades personales o económicas. Se apoya en creencias religiosas.

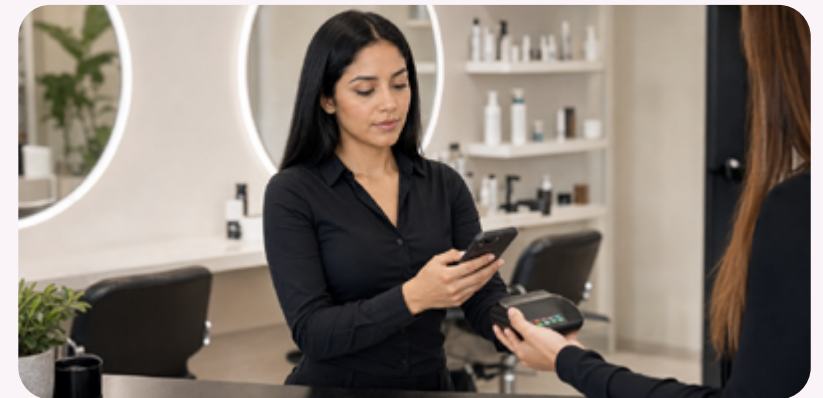
## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Capacitaciones y programas de educación financiera sobre el uso responsable del crédito.

**Ahorro formal:** Información sobre los beneficios de ahorrar en entidades financieras frente a mantener el dinero en efectivo.

**Pagos digitales:** Programas de apoyo, incentivos o beneficios para negocios que utilizan medios de pago digitales.

**Seguros:** Información sobre los beneficios de contar con un seguro y la protección que ofrece frente a no estar asegurado.



1

2

3

4

5

6

7





## Presentación del negocio

**Perfil:** Lleva más de 30 años en este negocio, por lo que cuenta con una amplia experiencia adquirida desde su juventud. Ingresó a esta actividad principalmente por la falta de oportunidades de empleo formal y la necesidad de generar ingresos. Su vinculación se dio gracias a la recomendación y el apoyo de terceros que le facilitaron el ingreso al sector. Al identificar que era una actividad rentable y con horarios flexibles, decidió permanecer en ella. Actualmente, considera la venta de chance una fuente de ingresos estable.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Hombres

**Edad promedio:**  
54 años

**Discapacidad:**  
8,3%



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa.

**Etnia:**  
Indígena 8,3%  
Afrodescendiente 8,3%

**Nivel de seguridad social:**

0 0,29 1

**Nivel de formalidad:**

0 0,11 1

**Nivel de acceso financiero:**

0 0,09 1

## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por su persistencia y capacidad de adaptación. Su trabajo está orientado a garantizar ingresos diarios, por lo que depende en gran medida de la confianza construida con sus clientes habituales. Muestra capacidad de adaptación frente a las dificultades económicas, las condiciones climáticas y las exigencias propias de la actividad. Además, suele privilegiar soluciones prácticas y ágiles, mostrando cierta resistencia a herramientas tecnológicas o financieras que percibe como complejas y poco acordes con su dinámica de trabajo.



**Motivaciones:** Generar ingresos diarios suficientes para su sostenimiento y el de su familia. La escasez de oportunidades laborales acordes con su edad refuerza su permanencia en esta actividad. También valora la autonomía en el manejo de su tiempo, la posibilidad de atender clientes por WhatsApp, la expectativa de ganar un premio de chance y la comodidad que encuentra en una labor que conoce y domina.



**Planes a futuro:** Continuar en la venta de chance, mejorar su vivienda, ascender dentro del negocio y, en el largo plazo, montar un emprendimiento propio.



**Estado físico y anímico:** Presenta desgaste físico propio de las exigencias del trabajo y algunas afectaciones de salud. A nivel emocional, experimenta estrés por la responsabilidad que implica su labor, aunque mantiene una actitud positiva y encuentra satisfacción en los logros de sus clientes.

**Paciencia:**

0 0,86 1

**Aversión al riesgo:**

0 0,58 1

**Confianza en los otros:**

0 0,31 1

**Aversión a la pérdida:**

0 0,48 1



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
6 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
4 p.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
10 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
no tiene descansos o pausas



**Días de trabajo a la semana:**  
7 días



**Número promedio de trabajadores:**  
1

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** Sábado
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas. Festividades.
- **Meses con mayores ventas:** Diciembre
- **Meses con menores ventas:** Enero



### Actividades en el trabajo:



#### Preparación y planeación

Alista los materiales necesarios para la venta (talonarios, billetes, dinero para vueltas, entre otros) y organiza su recorrido diario, priorizando clientes frecuentes y cobros pendientes. La ruta suele estar coordinada con otros vendedores para evitar cruces en las zonas de trabajo.



#### Ventas y recaudo

Recorre barrios y establecimientos ofreciendo chance a clientes habituales y potenciales. Realiza ventas presenciales y por medios digitales, además de gestionar el cobro de deudas. Durante la jornada, adopta medidas para proteger el dinero recaudado.



#### Cierre y liquidación

Al finalizar el día, revisa las ventas y los saldos pendientes, calcula su comisión y entrega el dinero recaudado a la persona encargada de respaldar y administrar las apuestas.



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Trabaja principalmente desde su casa y en las calles de su zona de influencia.



**Insumos:** Talonario, esferos, papel, bolso, celular y plan de datos.

**Proveedores:** Tiendas de barrio y proveedor autorizado.

**Forma de pago a proveedores:** Principalmente de contado.

**Clientes:**

Vecinos, comerciantes locales, conocidos del barrio y clientes que atiende por WhatsApp.

**Principal competencia:** Otros vendedores de chance que operan en la misma zona.

**Relación con la familia:** Recibe apoyo ocasional en las labores del negocio y respaldo económico en momentos de bajos ingresos.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:

- **Flujo de ingresos:** Recibe ingresos diarios y constantes a través de comisiones por ventas, complementados ocasionalmente con propinas o gratificaciones de clientes ganadores.

#### La mayoría de los vendedores de chance

**66%**

tiene ingresos entre \$500.000 y \$1 millón mensual.

#### Nivel de costos

**58,3%**

tiene costos inferiores a \$500.000 mensual.

- **Manejo de ingresos:** Separa cuentas de negocio y gastos personales y del hogar.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Usualmente sus ingresos le permiten cubrir los gastos del hogar y llegar a fin de mes. En períodos de bajos ingresos, puede apoyarse en el respaldo económico de su familia.



### Relación con el crédito:

- El acceso al crédito formal es muy bajo. Solo el 8,3% cuenta con créditos en entidades financieras.
- No se registran créditos formales con entidades no financieras.
- Sin embargo, el 75% estaría dispuesto a solicitar un crédito si se le ofreciera. Los recursos se destinarían principalmente al pago de deudas, mejoras de vivienda, gastos personales o necesidades del negocio.



### Relación con los seguros:

- No cuenta con seguros, ni para su actividad económica ni para su protección personal.
- Considera que los seguros más relevantes serían aquellos que le permitan proteger la continuidad de su actividad, sus activos e ingresos, así como brindar respaldo ante situaciones que afecten su capacidad de trabajar.

### Relación con el ahorro:



El ahorro formal es poco frecuente, solo el **8,3%** cuenta con productos de ahorro en entidades financieras.

Algunos vendedores ahorran en efectivo (**25%**) o mediante otros mecanismos informales (**8,3%**).



El ahorro suele destinarse principalmente al pago de deudas.

La principal barrera para ahorrar es la insuficiencia de ingresos disponibles. Aun así, quienes actualmente no ahorran manifiestan interés en hacerlo, preferiblemente a través de entidades financieras.



### Relación con los pagos digitales

**41,7%**

de los vendedores de chance recibe pagos digitales. El arquetipo considera el mecanismo como una herramienta excelente y necesaria para no perder ventas. Considera que puede ser más seguro para no cargar con efectivo. Existen barreras en su uso, tanto por el vendedor como sus clientes, derivadas de la brecha tecnológica, y por la desconfianza frente a posibles fraudes.



No recibe pagos con tarjeta y, en general, no muestra interés en implementarlos debido a la falta de herramientas y conocimientos necesarios.

El uso de transferencias bancarias también es muy bajo, principalmente por la desconfianza en este tipo de mecanismos.



1

2

3

4

5

6

7



## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Media                    | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Media                  | Muy baja                 | Media                |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Muy baja                 | Muy alta             |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Alta                   | Baja                     | Muy alta             |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Media                  | Muy baja                 | Media                |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Inseguridad y riesgo de robos durante las jornadas de trabajo.
- Errores operativos que pueden generar pérdidas económicas o asumir deudas.
- Exposición a factores climáticos y de contaminación que afecten la salud

**Manejo de riesgos:** Portar únicamente el efectivo necesario, priorizar los pagos digitales, procurar la compañía de otra persona durante algunos recorridos y limitar sus desplazamientos cuando las condiciones climáticas son desfavorables

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Tasas, plazos y costos claros, con condiciones acordes a su capacidad de pago.

**Ahorro formal:** Garantía de seguridad y confianza para proteger su dinero.

**Pagos digitales:** Mayor seguridad y orientación para prevenir fraudes.

**Seguros:** Información clara sobre costos, coberturas, exclusiones y beneficios.



1

2

3

4

5

6

7



# Arquetipos Sector Alojamiento y Comida



## Establecimiento para el consumo de bebidas alcohólicas

Estaderos, cigarrerías, bares de barrio y lugares destinados al esparcimiento y consumo de licor.



## Negocio de hospedaje

Emprendimientos orientados a ofrecer posada, como hostales, pequeños hoteles de centro histórico y fincas.



## Restaurante / cafetería

Establecimientos gastronómicos fijos que sirven menú del día, comida local típica o asaderos.



## Vendedor ambulante de comidas preparadas

Negocios móviles en el espacio público dedicados a la venta de comidas rápidas, fritos y tintos



## Presentación del negocio

**Perfil:** Propietario de un bar con cerca de 19 años de trayectoria, surgido como un emprendimiento familiar que inició con recursos limitados. Gracias al apoyo de proveedores y al crecimiento gradual de su clientela, el negocio se ha consolidado como su principal fuente de ingresos. A lo largo del tiempo, ha realizado mejoras en la infraestructura y la oferta del establecimiento para atraer clientes y mantener la continuidad del negocio, procurando cumplir con los permisos y requisitos necesarios para su operación.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Hombres

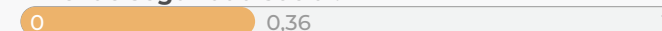
**Edad promedio:**  
48 años

**Etnia:**  
Indígena  
14,3%



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa o T&T

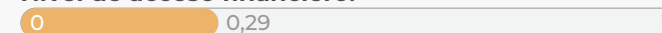
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por una actitud sociable y orientada al servicio, enfocada en brindar una experiencia agradable a sus clientes. Combina la hospitalidad con un manejo responsable del negocio, procurando mantener un ambiente seguro, acogedor y rentable. Además, muestra capacidad de adaptación a las dinámicas de sus clientes y compromiso con el cumplimiento de los requisitos para operar.



**Motivaciones:** Garantizar el sustento de su hogar y aportar al bienestar de su familia, especialmente de sus hijos. También lo motiva preservar el esfuerzo realizado por su familia en la construcción del negocio, la posibilidad de ser su propio jefe, obtener ganancias y mantener una relación cercana con la comunidad que frecuenta el establecimiento.



**Planes a futuro:** Mejorar y ampliar el negocio, fortalecer su estabilidad, atraer más clientes y, en el largo plazo, abrir un nuevo punto o expandir la operación. Aspira a generar suficiente crecimiento para contratar personal y enfocarse más en la administración del negocio.



**Estado físico y anímico:** Experimenta desgaste físico y mental asociado a las largas jornadas de trabajo, especialmente nocturnas, y a las preocupaciones económicas del negocio. Sin embargo, encuentra satisfacción en la interacción con los clientes y busca mantener su bienestar mediante espacios de descanso y actividades recreativas.

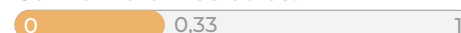
**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
11 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
2 p.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
1 a.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
1 hora



**Días de trabajo a la semana:**  
4 días



**Número promedio de trabajadores:**  
2,3

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** Viernes, sábado y domingo.
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas
- **Meses con mayores ventas:** Diciembre, enero, abril, septiembre, octubre y noviembre.
- **Meses con menores ventas:** Febrero y marzo.



### Actividades en el trabajo:



#### Preparación y apertura

Recibe y organiza la mercancía, acondiciona las bebidas, realiza labores de limpieza y alista el establecimiento para la atención al público, incluyendo la organización del mobiliario y la activación del ambiente del bar.



#### Atención y operación

Atiende a los clientes, sirve bebidas, registra consumos, facilita juegos y productos complementarios, y procura mantener un ambiente agradable y seguro durante toda la jornada.



#### Cierre y organización

Ordena el local, abastece nuevamente las neveras y deja preparados los insumos necesarios para el funcionamiento del día siguiente.





1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Local ubicado en un barrio popular.



**Insumos:** Su actividad gira alrededor de la venta de cerveza, complementada con gaseosas, agua, licores, *mecato*, cigarrillos y elementos para actividades de entretenimiento (tejo, bolirrana).

**Proveedores:** Se abastece principalmente de distribuidores de bebidas, empresas de gaseosas y cigarrillos, además de comercios locales para compras puntuales o urgentes.

**Forma de pago a proveedores:** Realiza pagos semanales, principalmente en efectivo, combinando compras a crédito y de contado según el proveedor y la necesidad.

**Clientes:**

Atiende principalmente a vecinos y trabajadores del barrio. Mantiene relaciones de confianza con parte de su clientela, incluyendo ventas fiadas.

**Principal competencia:** Otros bares, tiendas y establecimientos similares de la zona, a quienes suele percibir más como colegas que como competidores.

**Relación con la familia:** La familia participa activamente en la operación del negocio, apoyando la atención a clientes, la organización de mercancía y la administración.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:

- **Flujo de ingresos:** Recibe ingresos principalmente de forma semanal, concentrados en las ventas de fines de semana.

#### La mayoría de los propietarios

**57%**

tienen ingresos entre \$1 millón y \$3 millones mensuales.

#### Nivel de costos

**57%**

tiene costos entre \$500.000 y \$3 millones mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Suele separar las finanzas del negocio de las del hogar, priorizando el pago a proveedores y el abastecimiento del establecimiento antes de destinar recursos a gastos familiares o ahorro.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Generalmente sí, ya que los ingresos le permiten cubrir los gastos del negocio y del hogar. En períodos de menor actividad, recurre a ajustes en el gasto y al uso de ahorros.



### Relación con el crédito:

- El 14,3% cuenta con créditos en entidades financieras, principalmente bancos.
- No se registran créditos formales con entidades no financieras.
- El 86% aceptaría un crédito si se le ofreciera, principalmente para la compra de inventario e insumos del negocio.



### Relación con los seguros:

- El 14,3% de los propietarios cuenta con algún tipo de seguro.
- Considera más relevantes los seguros que protejan la continuidad del negocio, así como los activos físicos y el patrimonio asociados a su actividad económica.

### Relación con el ahorro:



**14,3%**

de los propietarios cuenta con productos de ahorro en entidades financieras.



Prefiere ahorrar de manera informal, principalmente guardando efectivo, debido a la desconfianza en los sistemas financieros, el temor a fraudes y los costos asociados al manejo de cuentas.

El ahorro suele destinarse principalmente al pago de deudas.

La principal barrera para ahorrar es la falta de excedentes económicos. Sin embargo, quienes no ahorran manifiestan interés en hacerlo y preferirían hacerlo a través de entidades bancarias si percibieran mayor seguridad y beneficios.



### Relación con los pagos digitales

**85,7%**

recibe pagos mediante billeteras digitales, principalmente para responder a las preferencias de los clientes. Aunque reconoce su utilidad para facilitar las ventas, las utiliza con cautela por preocupaciones relacionadas con fraudes y posibles costos adicionales. Prefiere el efectivo cuando es posible y no recibe pagos con tarjeta ya que los percibe poco adecuados para la escala de su negocio.



El **71,4%** de los propietarios recibe pagos mediante transferencias bancarias. Quienes no utilizan este medio no muestran interés en adoptarlo, principalmente por falta de herramientas, desconocimiento de su funcionamiento y desconfianza hacia este mecanismo de pago.



1

2

3

4

5

6

7



## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Baja                     | Media                |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Baja                     | Media                |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Robos, asaltos, extorsiones, riñas, clientes conflictivos e intervenciones de las autoridades.
- Pérdidas por clientes que no pagan, aumentos inesperados en los servicios públicos y afectaciones en los ingresos por disminución de clientes.
- Reducción de la demanda por condiciones climáticas adversas y daños en las instalaciones del negocio.
- Multas, sanciones o riesgo de cierre por incumplimientos normativos o administrativos.

**Manejo de riesgos:** Reducción de gastos. Ahorro informal para enfrentar imprevistos. No poner resistencia ante robos o "vacunas".

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Educación financiera sobre el uso responsable del crédito y sus condiciones.

**Ahorro:** Información y capacitación sobre los beneficios y mecanismos del ahorro formal.

**Pagos digitales:** Orientación sobre el uso seguro y adecuado de los medios de pago digitales.

**Seguros:** Educación sobre coberturas, beneficios y uso de los seguros para la protección del negocio.



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** Propietario con cerca de 10 años de trayectoria, el cual surgió como una alternativa para generar ingresos adicionales mediante el aprovechamiento de espacios disponibles en una vivienda familiar. Su desarrollo ha estado apoyado en redes de confianza, vínculos familiares y relaciones construidas con el tiempo. El crecimiento urbano y el aumento de la demanda de alojamiento lo han llevado a adaptarse a nuevas modalidades de servicio, como el alquiler por días y el uso de plataformas digitales. Actualmente, el negocio constituye una fuente importante de ingresos para el hogar y se consolida como un establecimiento de hospedaje popularmente conocido como paga diario o residencia de paso.



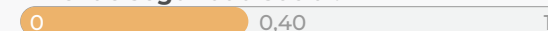
**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

**Edad promedio:**  
50 años

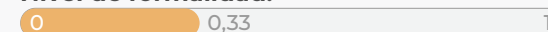


**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa.

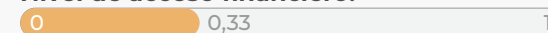
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por una actitud servicial, atenta y orientada al bienestar de los huéspedes. Busca ofrecer un ambiente cómodo y seguro, anticipándose a las necesidades de los clientes y procurando brindar un servicio de calidad. Combina la cercanía en el trato con una administración responsable del hospedaje, priorizando la confianza y la satisfacción de quienes se alojan.



**Motivaciones:** Generar ingresos para el sostenimiento de la economía familiar, aprovechar espacios disponibles y mantener una actividad que le ofrece flexibilidad. También encuentra satisfacción en la interacción con las personas y en la gestión del negocio.



**Planes a futuro:** Continuar fortaleciendo el hospedaje mediante mejoras en la infraestructura, aprovechar el crecimiento del turismo para ampliar la actividad y consolidar una fuente de ingresos más estable para su hogar.



**Estado físico y anímico:** Presenta un desgaste físico moderado, aunque enfrenta niveles importantes de estrés asociados a la atención de imprevistos y al manejo de los huéspedes. Suele afrontarlo con paciencia, resolución de problemas y espacios de descanso o distracción.

**Paciencia:**



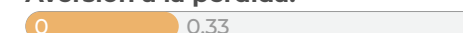
**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
12 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
6:30 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
6 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
2 horas



**Días de trabajo a la semana:**  
7 días



**Número promedio de trabajadores:**  
2

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** Revisión de turnos, cuentas, inventario y manejo del dinero.
- **Atención a huéspedes:** Recepción de clientes, gestión de reservas y seguimiento a sus necesidades durante la estadía.
- **Operación del hospedaje:** Limpieza y adecuación de habitaciones, así como supervisión de la convivencia y el cumplimiento de las normas del establecimiento.



### Actividades en el trabajo:



#### Administración y control

Revisión de turnos, cuentas, inventario y manejo del dinero.



#### Atención a huéspedes

Recepción de clientes, gestión de reservas y seguimiento a sus necesidades durante la estadía.



#### Operación del hospedaje

Limpieza y adecuación de habitaciones, así como supervisión de la convivencia y el cumplimiento de las normas del establecimiento.



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Establecimiento ubicado en una zona hotelera y comercial cercana al centro de la ciudad



**Insumos:** Productos de aseo, lencería para habitaciones, elementos de mantenimiento y bebidas para la venta.

**Proveedores:** Grandes superficies, cadenas de supermercados y distribuidores directos de bebidas.

**Forma de pago a proveedores:** Principalmente de contado, utilizando efectivo y, en algunos casos, medios de pago digitales.

**Clientes:**

Atiende principalmente a personas con ingresos bajos o inestables, como trabajadores informales, población migrante y residentes temporales. También cuenta con clientes habituales que utilizan el hospedaje como lugar de residencia.

**Principal competencia:** Otros hoteles, residencias y establecimientos de hospedaje ubicados en la misma zona.

**Relación con la familia:** La participación familiar es limitada, aunque ocasionalmente brinda apoyo en tareas como la limpieza, la recepción de huéspedes y otras labores operativas.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



**Flujo de ingresos:**  
**Diario**

**La mayoría de los propietarios**  
**40%**

tienen ingresos por más de \$10 millones mensuales.

**Nivel de costos**  
**40%**

tiene gastos por más de \$5 millones mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Separa de forma estricta las finanzas personales de las del negocio. Registra gastos en cuadernos y programa porcentajes fijos de ahorro (entre 10% y 25%) para cubrir mantenimientos y servicios futuros
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Sí, logra llegar a fin de mes, pues genera los recursos suficientes para hacerlos.



### Relación con el crédito:

- El 20% de los propietarios cuenta con crédito formal, principalmente con bancos.
- Ningún propietario tiene créditos formales con entidades no financieras.
- El 100% de los propietarios aceptaría un crédito si se lo ofrecieran. El principal destino del crédito sería a remodelaciones o adecuaciones y pago de deudas.



### Relación con los seguros:

- Ninguno de los propietarios reporta contar con seguros.
- Considera especialmente relevantes aquellos que protejan los activos físicos y el patrimonio del negocio.

### Relación con el ahorro:



**40%** de los propietarios cuenta con ahorro formal. Aunque reconoce la seguridad de las entidades financieras, también expresa desconfianza por la baja rentabilidad percibida y las limitaciones para retirar el dinero, como topes.



Además del ahorro formal, algunos propietarios ahorran en efectivo (20%) o mediante inversiones financieras (20%).

El ahorro se destina principalmente al pago de deudas.

La principal barrera para ahorrar es la falta de recursos disponibles. Sin embargo, quienes no ahorran manifiestan interés en hacerlo, preferiblemente mediante efectivo.



### Relación con los pagos digitales

**100%**

de los propietarios recibe pagos mediante billeteras digitales y transferencias, impulsados por las preferencias de los clientes y la necesidad de modernizar el negocio.

El uso de tarjetas es bajo y existe poco interés en adoptarlas, principalmente por la falta de herramientas e infraestructura para recibir estos pagos.

El **60%** recibe pagos mediante transferencias. Quienes no las utilizan señalan como principal barrera la falta de herramientas y conocimientos para gestionarlas.





## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- **Operativos:** Daño inesperado de electrodomésticos clave y fallas en servicios públicos básicos (cortes de luz, agua o internet).
- **Entorno:** Clima extremo (lluvias fuertes que paralizan la llegada de clientes) y marchas que bloquean el transporte.
- **Convivencia:** Problemas con clientes conflictivos, consumo de sustancias en las habitaciones o altercados violentos.
- **Patrimoniales:** Incendios que dañen toda la inversión del mobiliario

### Manejo de riesgos:

- Prevención con algunos clientes y caracterización para evitar problemas.
- Instalación de cámaras de seguridad.
- Llamar a la policía.
- Ahorro para enfrentar temporadas bajas.
- Uso de seguros patrimoniales.

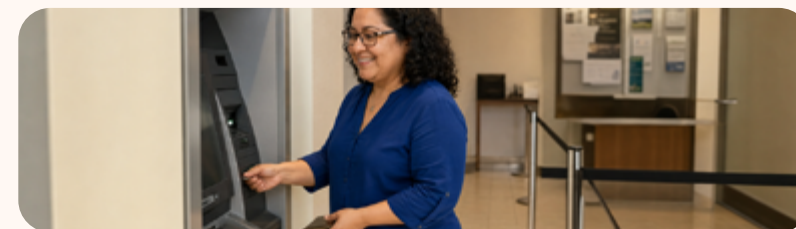
## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Créditos:** Información clara sobre tasas, plazos y costos, junto con educación financiera para el uso responsable del crédito.

**Ahorro:** Mayor conocimiento sobre los diferentes productos de ahorro disponibles.

**Pagos digitales:** Más seguridad, prevención de fraudes y beneficios para negocios que utilizan medios de pago digitales.

**Seguros:** Información clara sobre coberturas, riesgos protegidos, montos asegurados y tiempos de respuesta ante siniestros.



## Presentación del negocio

**Perfil:** Negocio con cerca de 45 años de trayectoria, surgido como una alternativa para alcanzar independencia laboral, manejar sus propios horarios y generar ingresos para el hogar. El negocio inició de manera familiar, aprovechando sus habilidades culinarias y el apoyo de personas cercanas. Gracias al reconocimiento de sus clientes y al voz a voz, fue creciendo progresivamente hasta consolidarse como una fuente estable de ingresos, manteniendo un ambiente cercano, familiar y tradicional.



**Sexo:**  
Mayoritariamente  
Mujeres

**Edad promedio:**  
47 años

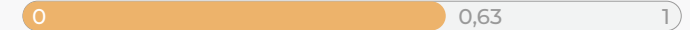
**Etnia:**  
Indígena 12,5%

**Discapacidad:**  
12,5%



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa.

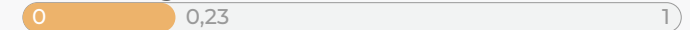
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por una actitud trabajadora, perseverante y orientada al servicio. Prioriza la satisfacción de sus clientes, la calidad de la comida y el buen manejo del negocio. Está acostumbrada a enfrentar largas jornadas de trabajo y resolver imprevistos operativos, buscando mantener la rentabilidad y el funcionamiento del restaurante. Aunque valora las prácticas tradicionales, muestra disposición a incorporar herramientas que faciliten la gestión del negocio y la atención a los clientes.



**Motivaciones:** Generar ingresos para sostener a su familia y disfrutar de una mayor autonomía sobre su tiempo. También la impulsa su pasión por la cocina, el deseo de asegurar el bienestar de sus hijos y la satisfacción que le produce el reconocimiento de sus clientes.



**Planes a futuro:** Aspira a ampliar y mejorar el restaurante, contar con un local propio, fortalecer la infraestructura y adquirir mejor equipamiento. Asimismo, busca alcanzar una mayor estabilidad financiera que le permita generar empleo y delegar parte de las labores operativas.



**Estado físico y anímico:** Experimenta un importante desgaste físico debido a las largas jornadas de trabajo, especialmente por permanecer de pie durante largos periodos. A nivel emocional, enfrenta momentos de estrés asociados a la operación del negocio, aunque encuentra satisfacción y orgullo en el reconocimiento de los clientes y en los resultados obtenidos con su esfuerzo.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



### Tiempo de la jornada laboral:

15 horas aprox.



### Hora de apertura o inicio:

5 a.m.



### Hora de cierre o finalización:

10 p.m.



### Descansos o pausas durante el día:

Las pausas son escasas



### Días de trabajo a la semana:

6 días



### Número promedio de trabajadores:

3,3



### Actividades en el trabajo:



#### Preparación y abastecimiento

Prepara los alimentos, organiza los ingredientes, revisa inventarios y adquiere los insumos necesarios para la operación del restaurante.



#### Atención al cliente y ventas

Toma pedidos, sirve alimentos y bebidas, realiza cobros y gestiona domicilios o entregas a los clientes.



#### Operación y mantenimiento

Realiza labores permanentes de limpieza e higiene de utensilios, áreas de trabajo y espacios de atención, garantizando el adecuado funcionamiento del establecimiento.



1

2

3

4

5

6

7



## Mi entorno

**Ubicación:**

Local ubicado en zona comercial



**Insumos:** Utiliza proteínas, granos, verduras, aceites, desechables, productos de aseo y combustibles para la preparación de alimentos.

**Proveedores:** Supermercados grandes cuando hay promociones, plazas de mercado para perecederos, distribuidores mayoristas para bebidas, y comercio de barrio para insumos de menor volumen.

**Forma de pago a proveedoras:** principalmente de contado y en efectivo, evitando el crédito con proveedores.

**Clientes:**

Atiende principalmente a trabajadores de la zona, muchos de ellos clientes frecuentes.

**Principal competencia:** Otros restaurantes ubicados en la misma zona o sector, aunque no los considera como competencia directa.

**Relación con la familia:** La familia brinda apoyo en la atención a clientes, la preparación de alimentos, los domicilios y otras labores del restaurante, especialmente en momentos de alta demanda.



## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



**Flujo de ingresos:**  
**Diaria**

**La mitad de los propietarios**

**50%**

tienen ingresos entre \$500.000 y \$3 millones mensuales.

**Nivel de costos**

**75%**

tienen costos entre \$500.000 y \$3 millones mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Prioriza la compra de insumos para la operación diaria del negocio; sin embargo, los ingresos también se destinan al pago de gastos del hogar, servicios y otras obligaciones familiares.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Generalmente sí, gracias al flujo constante de ingresos y a una administración cuidadosa de los recursos.



### Relación con el crédito:

- El 12,5% de los propietarios tienen crédito con bancos.
- No se registran créditos formales con entidades no financieras.
- El 25% aceptaría un crédito si se le ofreciera, principalmente para realizar mejoras al negocio o cubrir deudas.



### Relación con los seguros:

- Ninguno de los propietarios cuenta con seguros.
- Considera que el seguro más relevante para su negocio es para proteger la operación y continuidad del negocio.

### Relación con el ahorro:



**25%**

cuenta con productos de ahorro en entidades financieras. Existe desconfianza hacia estas instituciones, debido a la percepción de que ofrecen pocos beneficios para pequeños ahorradores.



El 38% de los propietarios ahorra en efectivo y el 13% ahorra en otras formas.

El principal destino del dinero ahorrado es para remodelaciones o adecuaciones.

La principal barrera para ahorrar es la falta de excedentes económicos. Sin embargo, quienes no ahorran manifiestan interés en hacerlo, ya sea en entidades financieras o en efectivo.



### Relación con los pagos digitales

**87,5%**

recibe pagos mediante billeteras digitales, principalmente porque los clientes las demandan y representan una alternativa práctica y accesible. No obstante, persisten preocupaciones por fraudes, fallas en las plataformas y costos asociados a algunas transacciones.



El **87,5%** de los propietarios no recibe pagos mediante tarjetas. De estos, el 57,14% no le gustaría hacerlo. La principal razón para no usar este mecanismo es porque no tiene herramientas necesarias para usarlo.

La mitad de ellos propietarios (50%) no recibe pagos mediante transferencias bancarias. De estos, el 100% le gustaría empezar a hacerlo. La principal razón para no usar este mecanismo es porque no tiene herramientas para usarlo.



1

2

3

4

5

6

7



## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Nula                     | Nula                 |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Muy baja                 | Baja                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Accidentes en la cocina, exposición a sustancias químicas y afectaciones físicas derivadas de las largas jornadas y el esfuerzo constante.
- Incendios, explosiones y daños que puedan afectar la infraestructura o el funcionamiento del negocio.
- Cortes de servicios públicos, inseguridad (robos o agresiones) y fenómenos climáticos que impacten la operación.
- Decisiones o conflictos con propietarios o familiares que puedan afectar la continuidad del negocio o generar cierres inesperados.

**Manejo de riesgos:** Realiza mantenimiento de la infraestructura y de los cilindros de gas, el manejo cuidadoso de insumos y la disposición de equipos o suministros de respaldo ante fallas en servicios públicos. También adopta medidas de seguridad para proteger el negocio frente a robos y fraudes, y utiliza canales alternativos de venta, como los domicilios, para mantener la operación ante situaciones que afecten la atención presencial.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Información clara sobre tasas de interés, plazos y costos asociados.

**Ahorro:** Seguridad y protección de los recursos depositados en entidades financieras.

**Pagos digitales:** Mayor seguridad y orientación para prevenir fraudes en las transacciones.

**Seguros:** Información sobre los beneficios de estar asegurado y educación sobre el uso y alcance de los seguros.



1

2

3

4

5

6

7



## Presentación del negocio

**Perfil:** tiene una amplia experiencia de 22 años. Surgió como respuesta a una situación económica en la que se encontraba sin trabajo. Su familia no tiene un rol activo dentro del negocio, dado que es más una iniciativa individual. Entre semana, se dedica a la venta de desayunos en un puesto en la calle. Su trabajo se ve fuertemente entrelazado con labores de cuidado que debe desarrollar durante todos los días de la semana.



**Sexo:**  
Mayoritariamente Hombres

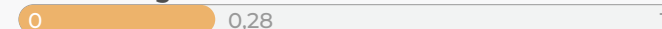
**Edad promedio:**  
42,6 años



**Nivel educativo promedio:**  
Secundaria completa.

**Etnia:**  
Afrodescendiente 22,2%

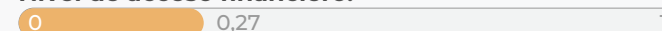
**Nivel de seguridad social:**



**Nivel de formalidad:**



**Nivel de acceso financiero:**



## Perfil actitudinal y motivacional

**Perfil actitudinal:** Se caracteriza por una actitud resiliente y pragmática, enfocada en garantizar el sustento diario de su familia. Tiene una alta capacidad de adaptación frente a la incertidumbre económica y las condiciones climáticas, priorizando la generación de ingresos inmediatos y el ahorro como mecanismo de contingencia más que como una estrategia de inversión. Muestra desconfianza hacia las instituciones financieras y los créditos formales, prefiriendo el efectivo y las redes de apoyo cercanas. Aunque busca mejorar su negocio, el temor al riesgo, la falta de tiempo y las limitaciones económicas lo llevan a optar por soluciones prácticas, rápidas y de bajo costo que no afecten su operación diaria.



**Motivaciones:** Generar ingresos para su sostenimiento y el de su familia, mantener su independencia económica y desarrollar una actividad que disfruta, encontrando satisfacción en la preparación de alimentos y en el reconocimiento de sus clientes.



**Planes a futuro:** Pasarse a un local propio y no seguir vendiendo en la calle. Tener los insumos necesarios para la producción de alimentos. Tener capacidad de dar trabajo a otras personas.



**Estado físico y anímico:** Presenta desgaste físico y dolores corporales asociados a las largas jornadas de trabajo, las madrugadas y las condiciones propias de la venta ambulante y la preparación de alimentos. A nivel emocional, experimenta estrés por la atención a los clientes y los riesgos de la actividad, aunque se siente satisfecho por desempeñarse en una labor que disfruta.

**Paciencia:**



**Aversión al riesgo:**



**Confianza en los otros:**



**Aversión a la pérdida:**



## Mi día a día



**Tiempo de la jornada laboral:**  
7 horas



**Hora de apertura o inicio:**  
4 a.m.



**Hora de cierre o finalización:**  
10 p.m.



**Descansos o pausas durante el día:**  
No tiene



**Días de trabajo a la semana:**  
5 días



**Número promedio de trabajadores:**  
2,2

### Estacionalidad:

- **Días de mayores ingresos durante la semana:** fines de semana
- **Momentos del mes donde hay mayores ingresos:** Quincenas
- **Meses con mayores ventas:** Diciembre
- **Meses con menores ventas:** Enero y febrero



### Actividades en el trabajo:



#### Preparación y producción

Alistamiento del puesto de trabajo, ingredientes y preparación de alimentos según la demanda.



#### Atención y ventas

Atención directa a los clientes y gestión de las ventas durante la jornada.



#### Cierre y actividades complementarias

Realización de inventarios, organización del puesto de trabajo y cumplimiento de actividades de cuidado en el hogar.



1

2

3

4

5

6

7

## Mi entorno

**Ubicación:**

Puesto en la calle cercano a zona residencial y comercial



**Insumos:** Utiliza alimentos básicos para la preparación de comidas y bebidas, además de utensilios de cocina, equipos de preparación, fuentes de generación de calor y elementos desechables.

**Proveedores:** Se abastece principalmente en tiendas de barrio, salsamentarías, plazas de mercado y otros comercios locales.

**Forma de pago a proveedores:** Realiza compras frecuentes, generalmente de contado y en efectivo.

**Clientes:**

Transeúntes y clientes habituales de la zona. No acostumbra a vender fiado.

**Principal competencia:** Cafeterías, panaderías y otros establecimientos de alimentos ubicados en la zona.

**Relación con la familia:** La familia no participa directamente en la operación del negocio.





## Las finanzas de mi negocio

### Ingresos:



**Flujo de ingresos:**  
**Diario**

**La mayoría de los propietarios**  
**55%**

tienen ingresos inferiores a \$3 millones mensuales.

**Nivel de costos**  
**66%**

tiene costos inferiores a \$3 millones mensuales.

- **Manejo de ingresos:** Separa las cuentas de hogar y negocio. Su pareja asume el grueso de gastos de la casa.
- **¿Logra llegar a fin de mes?:** Los ingresos del negocio le permiten cubrir parte de sus gastos, pero no son suficientes para responder a todas sus necesidades económicas. Por ello, suele complementar sus ingresos con otras actividades y apoyarse en su familia cuando es necesario.



### Relación con el crédito:

- Ninguno de los propietarios tiene créditos con entidades financieras.
- Ninguno de los propietarios tiene créditos formales con entidades no financieras.
- El 67% de los propietarios aceptaría un crédito si se lo ofrecieran. El principal destino sería remodelaciones o adecuaciones.



### Relación con los seguros:

- El 22,2% de los propietarios cuenta con algún tipo de seguro voluntario.
- Considera que los seguros más relevantes para su negocio son para proteger la operación y continuidad del negocio, los activos físicos y el patrimonio del negocio y para proteger las personas clave del negocio.

### Relación con el ahorro:



**33,3%**

de los propietarios cuenta con ahorro formal. Sin embargo, el arquetipo prefiere mecanismos informales, como el ahorro en efectivo o en billeteras digitales, y muestra interés en esquemas de ahorro programado para invertir en el crecimiento de su negocio.



**38%**

ahorra en efectivo y el 13% con otros mecanismos.

La principal barrera para ahorrar es la falta de ingresos excedentes. Aun así, quienes no ahorran manifiestan interés en hacerlo, principalmente en efectivo.



### Relación con los pagos digitales

**77,8%**

de los propietarios recibe pagos mediante billeteras digitales. Aunque el efectivo sigue siendo el principal medio de pago en la venta ambulante, los canales digitales han ganado relevancia, especialmente para quienes venden o producen desde sus hogares.



El 87,5% de los propietarios no recibe pagos con tarjeta. Entre quienes no los aceptan, existe poco interés en implementarlos, principalmente por la falta de herramientas y conocimientos necesarios para su uso.

El 50% de los propietarios no recibe pagos mediante transferencias bancarias y, entre ellos, no existe interés en adoptarlas. La principal barrera es la falta de herramientas y conocimientos para utilizar este medio de pago.



1

2

3

4

5

6

7



## Los riesgos e imprevistos que afronto

### Matriz de percepción de riesgos del micronegocio:

| Evento                                                                                                     | Probabilidad percibida | Frecuencia de ocurrencia | Gravedad del impacto |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Fenómenos climáticos extremos                                                                              | Media                  | Baja                     | Media                |
| Incendios o explosiones                                                                                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Terremotos o deslizamientos                                                                                | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Accidentes o enfermedades relacionados con el trabajo, sufridos por usted o por sus empleados.             | Baja                   | Baja                     | Baja                 |
| Daños a terceros                                                                                           | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Vandalismo y terrorismo                                                                                    | Baja                   | Muy baja                 | Muy alta             |
| Robo y/o hurto calificado                                                                                  | Media                  | Muy baja                 | Alta                 |
| Apropiación de bienes por parte de empleados, hurto de dinero sin violencia, estafa y/o abuso de confianza | Baja                   | Muy baja                 | Alta                 |
| Ataque a su sistema informático o ataque cibernético                                                       | Baja                   | Muy baja                 | Media                |
| Inundaciones causadas por agua proveniente del interior o exterior de las instalaciones                    | Baja                   | Nula                     | Nula                 |
| Incumplimientos contractuales (escritos o verbales)                                                        | Baja                   | Nula                     | Nula                 |



### Otros riesgos que percibe en su negocio:

- Exposición a robos, vandalismo, altercados y afectaciones derivadas de las condiciones climáticas, especialmente las lluvias, que reducen las ventas y pueden afectar su salud.
- Interrupciones en la preparación de alimentos por falta de insumos o servicios esenciales, así como pérdidas de productos ocasionadas por errores durante la preparación y cocción.

**Manejo de riesgos:** Ante condiciones climáticas adversas ajusta o suspende temporalmente la operación. Frente a errores en la preparación de los alimentos, busca soluciones rápidas y destina los productos no aptos para la venta al consumo del hogar. En situaciones de enfermedad, interrumpe temporalmente la actividad y recurre a sus ahorros para sostenerse.

## Atributos que le interesan sobre los productos financieros

**Crédito:** Información clara sobre requisitos, trámites de acceso y capacitación sobre el uso del crédito.

**Ahorro formal:** Capacitación sobre alternativas y beneficios del ahorro formal.

**Pagos digitales:** Programas de apoyo e incentivos para negocios que utilizan medios de pago digitales.

**Seguros:** Información y capacitación sobre el uso, beneficios y funcionamiento de los seguros.



1

2

3

4

5

6

7

## 5. Diseño de Clústeres y Portafolios Financieros para la Inclusión Financiera de Micronegocios en Colombia

Este capítulo presenta una propuesta de segmentación orientada al diseño de soluciones financieras más pertinentes para los micronegocios en Colombia a partir de los hallazgos obtenidos en la construcción y análisis de los arquetipos. Frente a la heterogeneidad de contextos productivos, trayectorias empresariales, niveles de formalización y patrones de uso de productos y servicios financieros identificados en el estudio, se desarrollan cuatro clústeres que agrupan perfiles con lógicas económicas, riesgos y necesidades similares.

Esta transición de la individualidad de los arquetipos a la estructura de clústeres no contradice la premisa de la heterogeneidad de los micronegocios; al contrario, resuelve de manera metodológica la tensión entre la relevancia del diseño y la escalabilidad de las soluciones. Si bien una mirada global e indiferenciada resulta ineficaz para capturar las realidades del sector, una atomización extrema en el diseño de productos individ-

uales haría inviable su implementación debido a los elevados costos de transacción y de evaluación de riesgo para las entidades financieras.

Así, la clusterización propuesta no busca homogeneizar a las unidades productivas, sino identificar puntos de convergencia, tales como la periodicidad de los flujos de caja, la exposición a riesgos compartidos o los patrones de movilidad, que permiten agrupar la heterogeneidad en segmentos operativos viables, garantizando tanto la pertinencia de los portafolios como su viabilidad en el mercado.

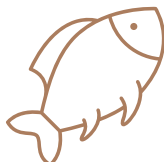
Bajo este enfoque metodológico, se proponen los siguientes cuatro clústeres para estructurar la oferta:

1. Economías agrícolas y rurales
2. Comercios urbanos y micronegocios
3. Trabajadores itinerantes
4. Oficios especializados, manufactura y talleres

A partir de esta segmentación, el capítulo plantea, para cada clúster, lineamientos para el diseño de productos de ahorro, crédito, pagos y seguros, y servicios no financieros, reconociendo que las barreras de acceso y las preferencias de uso no son homogéneas entre los distintos tipos de micronegocios.

## 5.1 Clúster 1: Economías Agrícolas y Rurales

**Arquetipos que lo conforman:** Acuicultor, Agricultor Especializado (Caficultor), Plaza de Mercado, Productor Pecuario Mixto.



### Descripción y necesidades comunes del clúster

La agrupación de los arquetipos en este segmento responde a un flujo de caja determinado por los ciclos productivos agropecuarios, y no por la generación de ingresos diarios. Esto genera una serie de necesidades compartidas que los diferencian de la lógica de operación de los micronegocios urbanos.

### Principales características identificadas:

- **Ritmo financiero estacional vs. mensual:** La principal necesidad es la de un sistema financiero que se sincronice con los hitos de su calendario productivo (siembra, cosecha, venta). Las estructuras de crédito con amortizaciones mensuales fijas son percibidas como un desajuste estructural que genera estrés y riesgo de sobreendeu-

damiento, ya que no se alinean con la entrada de recursos.

- **Dependencia del efectivo en zonas con baja cobertura digital:** La dependencia del efectivo es una necesidad práctica derivada de la informalidad de muchas transacciones (pago a jornales, compra de insumos en el mercado local) y de la limitada infraestructura digital y bancaria en las zonas rurales. El efectivo no es solo una preferencia, sino un mecanismo de supervivencia operativa.
- **El riesgo productivo como variable crítica:** La alta exposición a factores exógenos e incontrolables (clima, plagas, volatilidad de precios) configura una necesidad de mecanismos de protección y resiliencia que van más allá de la gestión financiera tradicional.
- **La finalidad del ahorro es la reinversión en el negocio:** El ahorro formal no constituye un fin en sí mismo, sino un mecanismo estratégico para acumular el capital de trabajo necesario para el siguiente ciclo productivo. De este modo, las prácticas financieras se orientan a transformar los excedentes en activos tangibles, tales como insumos, ganado o mejoras en la tierra.
- **Restricciones de colateral y asimetría de información:** Las necesidades de acceso se ven obstaculizadas por una combinación de factores, entre ellos la informalidad en la tenencia de la tierra, la ausencia de historial crediticio formal y la percepción de que la tramitología y los costos asociados a los productos formales no compensan el beneficio recibido.

### Lineamientos para el diseño de productos

El diseño de soluciones para este clúster debe partir del reconocimiento de que el ciclo del negocio no es el típico mensual. Por lo tanto, el portafolio debe ser estacional, flexible y estar profundamente integrado en el ecosistema del productor.



1

2

3

4

5

6

7



1

2

3

4

5

6

7

## 1. Crédito sincronizado al ciclo productivo del micronegocio

**Insight de diseño:** Un crédito "tradicional" es incompatible. La propuesta de valor debe basarse en la financiación de insumos (o capital de trabajo) con un esquema de pago vinculado al evento de cosecha o comercialización.

### Lineamientos:

- a. **Cronogramas de amortización flexibles:** Reemplazar las cuotas mensuales fijas por un esquema de amortización única o semestral, ajustada al ciclo de producción del cultivo o del animal (ej. para un caficultor, el pago se realiza después de la cosecha principal).
- b. **Desembolsos por etapas:** En lugar de un desembolso único, estructurar líneas de crédito que se activen en fases clave del ciclo (ej. desembolso inicial para la siembra, un segundo para insumos en el crecimiento, y un último para la cosecha), reduciendo el costo financiero para el productor.
- c. **Aprovechamiento de información transaccional:** Usar los datos de los compradores (cooperativas, agroindustrias) para validar la producción y la capacidad de pago, creando un scoring crediticio basado en la historia de entregas, no solo en el buró de crédito.

## 2. Seguros paramétricos y multirriesgo

**Insight de diseño:** Los desafíos de la adopción de este producto son la práctica cultural de ahorrar informalmente para emergencias y la subestimación del riesgo. La propuesta de valor exige una fricción mínima: una activación automática y un esquema de desembolso tan ágil y garantizado que la percepción de beneficio sea indiscutible para el usuario.

### Lineamientos:

- a. **Parámetros simples y objetivos:** Ofrecer seguros indexados a variables climáticas (como niveles de precipitación o temperatura) con umbrales de activación claros. Esto elimina la necesidad de una inspección física por parte de un ajustador y acelera significativamente el desembolso.
- b. **Cobertura de precios:** Dado que la volatilidad del precio es otro gran riesgo, explorar seguros de estabilización de ingresos, donde se garantice un precio mínimo de venta.
- c. **Canales de distribución:** Aprovechar los canales de compra de insumos o de comercialización (ej. la cooperativa) para ofrecer el seguro como un servicio complementario y no como un producto separado y complejo.

## 3. Ahorro de "bóveda" y pagos híbridos

**Insight de diseño:** Aunque el ahorro se valora de manera positiva y necesaria, la alternativa formal genera resistencia debido a la percepción de pérdida de control y liquidez sobre los recursos (el temor a que el banco retenga el dinero). Para contrarrestar esta desconfianza, la propuesta de valor debe priorizar el acceso inmediato al efectivo y la delimitación clara entre las finanzas del negocio y las del hogar, por encima de la promesa de rentabilidad.

### Lineamientos:

- a. **Billeteras digitales offline-first:** Desarrollar o utilizar billeteras digitales con funcionalidades que permitan operar sin conexión a internet (ej. usando tecnología SMS o USSD), para no depender de la conectividad.

- b. **Redes de corresponsales:** Fortalecer la red de corresponsales bancarios en zonas rurales, no solo como puntos de retiro, sino como asesores de confianza que puedan ayudar con la apertura de cuentas o el entendimiento de productos.
- c. **Ahorros etiquetados:** Crear "cajas de ahorro" digitales dentro de la cuenta, donde el productor pueda apartar dinero para un propósito específico (ej. "Fondo para insumos", "Fondo para la cosecha"), ayudando a la gestión de su flujo de caja.

#### 4. Servicios no financieros integrados

Insight de diseño: En contextos de alta desconfianza hacia la banca, intentar vender un producto financiero de entrada genera rechazo inmediato. Los servicios no financieros actúan como interacciones de bajo riesgo y alto valor percibido. Demostrar conocimiento de su negocio (clima, plagas, precios) es lo que valida la empatía de la entidad, abriendo la puerta a una relación financiera que de otro modo sería bloqueada por la desconfianza.

##### Lineamientos:

- a. **Asistencia técnica:** El acceso al crédito o al seguro debe ser la excusa para ofrecer asistencia técnica en prácticas de cultivo, manejo de plagas, nutrición animal, etc. Un productor más productivo es un mejor cliente.
- b. **Información Climática y de Mercados:** Incluir en la aplicación o el servicio un canal de información relevante: pronósticos del tiempo, precios de referencia en las plazas de mercado, alertas de plagas. Esto genera un valor cotidiano que fideliza al usuario.
- c. **Formalización en un Clic:** Ayudar al productor a formalizar su nego-

cio (como el RUT) como parte del proceso de onboarding. "Abrir tu cuenta y formalizar tu negocio" es un paquete atractivo que reduce la fricción para la entidad y el cliente.

## 5.2 Clúster 2: Comercios Urbanos

**Arquetipos que lo conforman:** Accesorios Tecnológicos, Bares, Comidas Preparadas, Comidas Rápidas, Ferretería, Panadería, Restaurante, Tienda de ropa, Tienda de barrio.



Este clúster desarrolla su actividad económica en establecimientos físicos y obtiene la mayor parte de sus ingresos a partir de ventas diarias, con una mayor dinámica comercial durante los fines de semana. Su operación se caracteriza por una alta rotación de inventarios, el abastecimiento frecuente de mercancías y una relación directa con el consumidor final.

##### Principales características identificadas:

- **El flujo de caja es diario y de alta movilidad.** Los ingresos se generan de manera cotidiana, lo que implica que la disponibilidad de liquidez



es una condición permanente para garantizar la reposición continua de inventarios y la continuidad de la operación.

- **El efectivo prevalece como medio de pago predominante.** Dado que comercializan productos con márgenes de rentabilidad reducidos, los costos asociados a la aceptación de pagos electrónicos (comisiones, retenciones) son percibidos como una barrera significativa para su adopción. En consecuencia, privilegian medios de pago que no afecten sus márgenes.
- **El ahorro formal tiene baja penetración.** Las prácticas de ahorro están marcadas por la preferencia por mecanismos que preserven la liquidez del negocio. En este contexto, predominan el ahorro en efectivo y la reinversión inmediata en inventarios, sustentados en la percepción de que los costos asociados a los productos financieros superan los beneficios que estos ofrecen.
- **Los principales riesgos percibidos son de seguridad.** Este clúster percibe amenazas que pueden afectar la continuidad de su operación y la generación de ingresos, como los riesgos de seguridad asociados a la operación de establecimientos abiertos al público, el fraude en pagos digitales, la interrupción de servicios esenciales y otras contingencias que pueden afectar temporalmente el funcionamiento del negocio.

### Lineamientos para el diseño de productos

El diseño de soluciones para este clúster debe partir del reconocimiento de que su operación diaria y su rentabilidad dependen de la inmediatez en el flujo de caja y de la protección de márgenes de ganancia muy estrechos. Por lo tanto, el portafolio financiero debe orientarse a ofrecer transacciones de costo mínimo, garantizar una liquidez sin restricciones

y proporcionar un escudo contra imprevistos operativos de manera directa, simple y transparente.

### 1. Pagos digitales con costo controlado y mecanismos de confianza

**Insight de diseño:** La adopción de pagos digitales enfrenta dos barreras principales: el costo percibido (comisiones, retenciones) y la desconfianza frente a fraudes (transferencias no confirmadas, comprobantes falsos). Para que un comerciante de este clúster adopte un medio de pago digital, este debe resultar más económico que el efectivo y ofrecer certeza inmediata sobre la recepción de los recursos.

#### Lineamientos

- Promover el uso de Bre-B mediante el registro de Llaves y códigos QR interoperables, que reducen significativamente los costos de transacción.
- Incorporar mecanismos de confirmación inmediata de los pagos, como notificaciones visuales o auditivas que permitan verificar la recepción de los recursos y reducir el riesgo de fraude mediante comprobantes falsos.

### 2. Crédito vinculado al flujo de caja del negocio

**Insight de diseño:** La demanda de crédito de este clúster está impulsada por la reposición rápida de inventarios o la sustitución de activos críticos para la continuidad operativa. No obstante, los esquemas tradicionales de amortización fija generan descalces financieros frente a la volatilidad de sus ingresos diarios. Condicionar el recaudo al flujo de caja real del negocio reduce el estrés de liquidez del microempresario y, simultáneamente, mitiga el riesgo de cartera de la entidad al alinear la



obligación con la capacidad de pago efectiva en tiempo real.

#### Lineamientos:

- Amortización flexible atada a ventas: Ofrecer líneas de crédito con esquemas de pago variables vinculados al flujo de caja diario (ej. retención automática de un porcentaje de las ventas procesadas a través de datáfonos o medios de pago digitales).
- Modelos de originación alternativos: Diseñar procesos de evaluación de riesgo basados en datos transaccionales del negocio (movimientos de cuentas, historial de ventas digitales y flujos de caja) que complementen o sustituyan la consulta a centrales de riesgo tradicionales.
- Financiamiento de cadena de valor: Estructurar esquemas de desembolso directo a proveedores clave o empresas ancla para la adquisición de inventarios y materias primas, reduciendo el riesgo de desvío de fondos y simplificando el proceso de financiación.

### 3. Ahorro para preservar la liquidez operativa

**Insight de diseño:** El principal competidor del ahorro formal es el inventario, ya que los comerciantes perciben que tener recursos inmovilizados en mercancía genera mayor valor que mantenerlos en una cuenta. El ahorro formal debe ofrecer una ventaja que el inventario no proporciona: disponibilidad inmediata de los recursos sin necesidad de liquidar existencias.

#### Lineamientos:

- Implementar subcuentas dinámicas que permitan al comerciante

trazar una línea clara entre sus gastos personales y el capital de trabajo de su actividad (ej. "dinero del negocio" vs. "gasto familiar"). Esta herramienta de contabilidad mental ayuda a ordenar el flujo de caja diario en un solo lugar, asegurando que los recursos para reinversión permanezcan protegidos y líquidos en todo momento.

- Ahorro por goteo transaccional (Nudges de acumulación): Implementar mecanismos automáticos de microahorro (frictionless saving) que desvíen un porcentaje marginal y predeterminado de cada venta digital o abono recibido hacia la subcuenta de reserva, facilitando la creación de un colchón financiero de forma orgánica y sin fricción cognitiva para el usuario.

### 4. Seguros para contingencias operativas

**Insight de diseño:** Los seguros para este segmento son percibidos como un costo hundido debido a la baja tangibilidad de sus beneficios. Para superar esta aversión, la adquisición de la póliza debe integrarse sin fricciones en sus flujos cotidianos (como si fuera un insumo operativo más). Sin embargo, la confianza en el producto solo se consolidará si el proceso de reclamación y desembolso ante un siniestro es drásticamente más ágil y simple que el problema operativo que busca resolver; de lo contrario, el usuario preferirá el autoaseguramiento informal.

#### Lineamientos:

- Microseguros modulares orientados a activos y lucro cesante: Diseñar coberturas específicas, de bajo costo y adaptadas a la escala del negocio, que protejan activos críticos (inventarios, maquinaria, equipos) y amparen la pérdida de ingresos por interrupción temporal de la actividad comercial.



1

2

3

4

5

6

7

- Reclamación ágil y digital: Simplificar el proceso de reclamo mediante canales digitales cotidianos. La adopción de este servicio depende de despejar cualquier incertidumbre sobre las condiciones de cobertura, utilizando contratos sencillos, sin letra pequeña ni tecnicismos confusos, y garantizando pagos rápidos que protejan la liquidez del negocio.

### 5. Educación financiera integrada a los canales digitales

**Insight de diseño:** Este clúster toma decisiones financieras con alta frecuencia, pero dispone de poco tiempo para procesos de capacitación extensos. La educación financiera debe entregarse en los momentos de mayor fricción y relevancia, mediante intervenciones breves que no interrumpen la operación del negocio.

#### Lineamientos:

- Mensajería nativa y oportuna: Incorporar mensajes cortos y prácticos durante el uso de los servicios financieros, orientados a promover comportamientos seguros y una mejor gestión del negocio, como la separación de finanzas personales y empresariales o la prevención de fraudes en pagos digitales.
- Asistencia híbrida para el cierre de brechas: Complementar con acompañamiento personalizado para usuarios con menor confianza o capacidades digitales, particularmente personas mayores, a través de tutoriales simples o asistencia remota.

## 5.3 Clúster 3: Trabajadores Itinerantes y de Movilidad Constante

**Arquetipos que lo conforman:** Domiciliarios, Mototaxistas, Vendedor ambulante de chance, vendedor ambulante de comidas preparadas



Este clúster desarrolla su actividad económica principalmente en el espacio público, por lo que, en general, no dispone de establecimientos comerciales ni de activos productivos fijos. Su generación de ingresos depende directamente de la capacidad de trabajo de sus propietarios y, en algunos casos, del uso de medios de transporte o herramientas indispensables para el desarrollo de la actividad.

#### Principales características identificadas:

- La generación de ingresos depende de la capacidad física y del estado de los activos operativos. Estos trabajadores dependen de su fuerza de trabajo, su disponibilidad de tiempo y el buen estado de su herramienta de trabajo (moto, bicicleta, teléfono). La falla de cualquiera de estos elementos implica la interrupción inmediata de la fuente de ingresos.
- La liquidez es diaria y los excedentes son limitados. Los ingresos se

generan y se gastan en el mismo día, dado que la necesidad de cubrir gastos operativos (combustible, mantenimiento, alimentación) y obligaciones familiares deja un margen reducido para la acumulación de excedentes. El ahorro, cuando existe, se mantiene en efectivo o en mecanismos informales que garanticen su disponibilidad inmediata.

- La actividad se desarrolla predominantemente a través del teléfono móvil y plataformas digitales. Para los domiciliarios y mototaxistas, la conexión a plataformas de reparto o transporte constituye el principal canal para la obtención de clientes. Esta característica convierte al teléfono en un activo crítico y posiciona al ecosistema digital como el espacio natural para la oferta de servicios financieros. En el caso del vendedor de comida ambulante y el chancero la recepción a través de medios digitales también es frecuente.
- La exposición a contingencias personales y operativas es elevada. Al no contar con ingresos fijos ni protección social, cualquier eventualidad que impida el desempeño de la actividad (accidentes, enfermedades, averías del vehículo, robo del teléfono) se traduce en la suspensión inmediata de la generación de ingresos. La ausencia de mecanismos de protección financiera agrava la vulnerabilidad de estos trabajadores frente a dichas contingencias.

### Lineamientos para el diseño de productos

La oferta de servicios financieros para este clúster debe integrarse a los ecosistemas digitales que utilizan cotidianamente, aprovechando que su actividad económica se desarrolla a través del teléfono móvil y de plataformas de reparto, transporte u otros agregadores. Esta integración permite reducir las barreras de acceso, simplificar los procesos de contratación y uso, y adaptar los productos a la dinámica operativa de estos

trabajadores.

### 1. Ahorro integrado al flujo de pagos de las plataformas

**Insight de diseño:** El principal obstáculo para el ahorro en este clúster no es la falta de disposición, sino la dificultad de separar un excedente cuando los ingresos y gastos se mezclan en la operación diaria. Cuando el ahorro depende de una decisión voluntaria posterior a la recepción del pago, su ocurrencia es poco probable. La solución consiste en automatizar el ahorro en el momento de la percepción del ingreso, antes de que los recursos sean destinados a otros gastos.

#### Lineamientos:

- Incorporar mecanismos de ahorro automatizado dentro de las plataformas de reparto o transporte, que permitan destinar un porcentaje configurable de cada ingreso a un bolsillo o cuenta de ahorro.
- Asegurar que los recursos ahorrados mantengan disponibilidad flexible, de modo que el trabajador pueda acceder a ellos para atender emergencias o periodos de menor actividad sin trámites ni penalizaciones.

### 2. Crédito basado en el historial de actividad

**Insight de diseño:** Estos trabajadores suelen estar excluidos del crédito formal debido a la ausencia de historial crediticio tradicional, activos fijos o contratos de trabajo. No obstante, generan un rastro digital valioso a través de su historial de viajes, entregas y calificaciones en las plataformas. Este rastro constituye un predictor más preciso de su capacidad de pago que las garantías físicas tradicionales, y puede utilizarse para ampliar su acceso al financiamiento.





1

2

3

4

5

6

7

### Lineamientos:

- Utilizar los registros de actividad en plataformas digitales (número de viajes, entregas, calificaciones, antigüedad, transaccionalidad) como insumo para la evaluación crediticia.
- Ofrecer productos de crédito con condiciones flexibles que reconozcan la variabilidad de los ingresos, incluyendo periodos de gracia o reestructuraciones simplificadas cuando el trabajador enfrente interrupciones temporales por enfermedad, accidente u otras contingencias.

### 3. Seguros embebidos en los ecosistemas digitales

**Insight de diseño:** Aunque la pérdida total de herramientas como la moto o el teléfono representa un riesgo importante, el evento de vulnerabilidad más frecuente y de impacto inmediato para este clúster es la pérdida temporal de su capacidad de trabajo (ya sea por enfermedad, accidente o avería mecánica). Mientras el mercado asegurador tradicional se enfoca en indemnizar la reposición física del activo, la necesidad crítica del trabajador independiente es el reemplazo del ingreso diario (lucro cesante) para proteger la subsistencia de su hogar durante el tiempo que permanezca inactivo.

### Lineamientos:

- Ofrecer seguros de accidentes, incapacidad temporal, enfermedad o pérdida del medio de trabajo (moto, bicicleta, teléfono) con coberturas que compensen los días sin ingreso.
- Integrar la contratación, el recaudo de primas y la gestión de reclamaciones directamente en las plataformas digitales que los traba-

jadores ya utilizan, aprovechando los flujos de pago para simplificar el proceso.

- Diseñar mecanismos de indemnización ágiles que permitan al trabajador recibir la compensación de forma rápida, sin papeleos ni procesos de ajuste prolongados.

### 4. Educación financiera contextualizada

**Insight de diseño:** La educación financiera tradicional resulta inefectiva para este clúster, dado que sus necesidades son inmediatas y su disponibilidad de tiempo es limitada. La información debe entregarse en el momento adecuado y estar vinculada a decisiones concretas que el trabajador ya está tomando, como la aceptación de un viaje, la recepción de un pago o el enfrentamiento de un gasto inesperado.

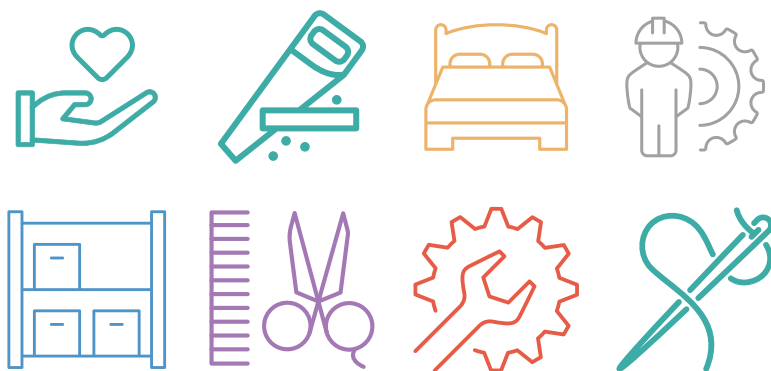
### Lineamientos:

- Integrar mensajes cortos y prácticos en las plataformas digitales que utilizan a diario, orientados a decisiones financieras cotidianas: cálculo del costo real de un viaje, separación de gastos operativos y ganancia, identificación de créditos con condiciones desfavorables.
- Ofrecer tutoriales simples o asistencia remota para los trabajadores con menor confianza digital, especialmente aquellos de mayor edad o con menor familiaridad con las aplicaciones.



## 5.4 Clúster 4: Oficios Especializados, Manufactura y Talleres

**Arquetipos que lo conforman:** Artesanos, Carpintería, Hospedaje, Maestro de Obra, Bodega de almacenamiento de reciclaje, Salón de belleza, Taller mecánico, Taller de confección.



Este clúster se caracteriza por desarrollar actividades intensivas en mano de obra y en activos físicos, como herramientas, maquinaria e infraestructura productiva, además de implicar un importante desgaste ocupacional a lo largo del tiempo. Sus modelos de negocio se centran en la transformación, reparación o producción de bienes y prestación de servicios, por lo que requieren inversiones permanentes en equipos, instalaciones e insumos.

### Principales características identificadas:

- La inversión en activos productivos es una necesidad constante. La

operación y generación de valor de estos negocios está directamente atada al estado de su maquinaria y herramientas. La reposición de equipos obsoletos, el mantenimiento preventivo y la modernización tecnológica constituyen egresos recurrentes de alto costo en relación con la escala de su facturación, exigiendo esquemas de financiamiento estructurados que reconozcan la vida útil y depreciación de dichos activos.

- Los ingresos tienen ritmos diversos. Mientras algunos arquetipos generan ingresos diarios derivados de ventas al por menor (ej. salones de belleza, talleres mecánicos), otros dependen de contratos, avances de obra o ventas por pedidos o lotes de producción (ej. carpintería, confección, construcción). Esta heterogeneidad implica que las necesidades de financiación varían entre capital de trabajo para la operación diaria y mecanismos de mayor plazo para la adquisición o reposición de activos.
- El ahorro formal tiene baja penetración. Las prácticas de ahorro están condicionadas por la limitada generación de excedentes y la desconfianza hacia las entidades financieras. La percepción de costos asociados al uso de productos financieros (comisiones, retenciones) favorece estrategias de reserva basadas en el efectivo, los bolsillos digitales y la reinversión inmediata en el negocio.
- La exposición a riesgos ocupacionales y de activos es elevada. Estos trabajadores enfrentan enfermedades laborales, accidentes de trabajo y otras afectaciones derivadas de la exposición a riesgos ocupacionales (ej. problemas respiratorios en carpintería, lesiones musculares en construcción). Asimismo, la dependencia de activos productivos los hace vulnerables a eventos que ocasionen daños, pérdida o interrupción de su operación, así como a riesgos de responsabilidad civil derivados del desarrollo de su actividad económica.



1

2

3

4

5

6

7

## Lineamientos para el diseño de productos

Dado que este clúster combina necesidades de liquidez operativa con inversiones en activos de largo plazo, el portafolio debe articular productos de corto y mediano plazo, reconociendo que sus decisiones financieras involucran tanto el día a día como la modernización de su capacidad productiva.

### 1. Financiación de activos productivos

**Insight de diseño:** Este clúster necesita financiar activos de alto costo (maquinaria, herramientas e infraestructura) para no perder productividad, pero la banca tradicional los excluye por falta de garantías o historial crediticio. La solución está en esquemas de financiamiento donde el propio activo sirva como garantía (como el leasing o arrendamiento financiero). Esto elimina la necesidad de un gran desembolso inicial, protege la liquidez del negocio y facilita la renovación tecnológica sin exigir garantías externas.

#### Lineamientos:

- Financiación adaptada al ciclo de vida del activo: Diseñar créditos para la compra, mantenimiento o renovación de maquinaria, con plazos alineados a su vida útil estimada y a la capacidad de generación de caja del negocio.
- Modelos con garantía sobre el bien (leasing): Implementar arrendamiento financiero o alianzas de financiación directa con proveedores y distribuidores de equipos, utilizando el propio activo como respaldo para evitar la exigencia de garantías externas.
- Amortización flexible y periodos de gracia: Estructurar cronogramas

de pago que respeten los ciclos de facturación del negocio, incorporando periodos de gracia mientras la nueva maquinaria se pone en marcha y comienza a generar retornos.

### 2. Ahorro para la gestión de excedentes y la vejez

**Insight de diseño:** La desconfianza hacia las entidades financieras y la necesidad de liquidez inmediata llevan a estos trabajadores a mantener sus excedentes en efectivo o en mecanismos informales. Sin embargo, la naturaleza intensiva en mano de obra de sus actividades implica un desgaste ocupacional que reduce su capacidad de trabajo con el tiempo. La ausencia de mecanismos de ahorro para la vejez agrava su vulnerabilidad en el largo plazo, pues muchos no cotizan a pensión o lo hacen de manera intermitente. El ahorro formal debe ofrecerles no solo liquidez, sino también un mecanismo accesible para construir un colchón que les permita enfrentar el retiro o la reducción de su capacidad laboral.

#### Lineamientos:

- Bolsillos transaccionales para la gestión operativa: Habilitar subcuentas de liquidez inmediata dentro del producto de ahorro para segmentar anticipos de clientes, apartar recursos para compra de insumos o acumular el fondo de mantenimiento de maquinaria, evitando que el capital de trabajo se diluya en el gasto corriente.
- Microahorro voluntario para el retiro: Diseñar una funcionalidad de ahorro a largo plazo que permita realizar aportes pequeños y libres (sin cuotas mensuales obligatorias ni cobros de administración). Así, el usuario puede ahorrar para su vejez únicamente cuando tenga excedentes y pausar el ahorro sin penalizaciones en épocas difíciles.

- Mecanismos de incentivo a la separación de cajas: Desarrollar herramientas visuales e incentivos transaccionales (como beneficios de tasa o reducción de costos operativos) que recompensen la separación clara entre las finanzas del hogar y los excedentes del negocio, facilitando una contabilidad mental ordenada.

### 3. Seguros para riesgos ocupacionales y de activos

**Insight de diseño:** Este clúster enfrenta una doble vulnerabilidad: la pérdida de capacidad laboral por enfermedades o accidentes ocupacionales, y los daños a los activos productivos de los que depende su operación. Las coberturas tradicionales suelen ser costosas o difíciles de contratar para trabajadores independientes, y los procesos de reclamación son percibidos como complejos y lentos. Una solución integral de gestión del riesgo debe combinar servicios preventivos con seguros inclusivos, de contratación ágil y con procesos de indemnización claros y rápidos.

#### Lineamientos:

- Gestión integral de riesgos: Integrar servicios de prevención (seguridad laboral y mantenimiento de equipos) dentro del producto de seguros. La propuesta de valor debe pasar de ser una red de seguridad ante imprevistos a ser una herramienta de gestión diaria que ayude a minimizar la probabilidad de siniestros, protegiendo tanto al trabajador como a sus activos productivos.
- Microseguros modulares y ajustables: Ofrecer coberturas de bajo monto, modulares y acumulables, que protejan específicamente lo que genera valor: la integridad física del trabajador (incapacidad temporal), el activo productivo (daños a maquinaria) y el flujo de caja

(interrupción del negocio o responsabilidad civil).

### 4. Servicios no financieros para la gestión del negocio

**Insight de diseño:** La complejidad operativa y financiera de este clúster requiere algo más que productos financieros. Las decisiones de inversión en maquinaria, la gestión de anticipos de clientes o la comprensión de las coberturas de seguros son áreas donde la falta de información o asesoría puede llevar a malas decisiones. Los servicios no financieros que acompañan al producto no son un "valor agregado", sino un habilitador que reduce el riesgo de crédito, aumenta la confianza en el sistema financiero y mejora la sostenibilidad del negocio.

#### Lineamientos:

- Capacidad financiera y operativa: Fortalecer las capacidades para la gestión financiera y operativa del negocio mediante alfabetización digital para el uso seguro de billeteras digitales y otros servicios financieros.
- Acompañamiento en cultura aseguradora: Ofrecer educación sobre el funcionamiento, las coberturas y las exclusiones de los seguros, para que el trabajador comprenda qué está contratando y cómo acceder a la indemnización.
- Asistencia técnica para la inversión: Brindar asesoría para evaluar la viabilidad de inversiones en maquinaria, herramientas, infraestructura y materia prima, así como las alternativas más adecuadas para su financiación.



1

2

3

4

5

6

7

## 6. Principales hallazgos

A continuación, se recogen las conclusiones generales derivadas de la caracterización de los 24 arquetipos, organizadas en los tres frentes que estructuraron el análisis:

### Sobre los propietarios de los micronegocios

- El estudio confirma que detrás de la categoría de micronegocio hay perfiles muy distintos. La propiedad femenina se concentra en la confección, los alimentos, la belleza y el comercio de barrio, donde alcanza entre el 50% y el 80% de las unidades, mientras que en la construcción, la carpintería y el transporte es mínima o inexistente.
- La edad también dibuja fronteras claras. Los oficios tradicionales y rurales están en manos de personas mayores de 50 años, mientras que los perfiles más jóvenes se concentran en los talleres mecánicos y las tiendas de ropa y tecnología.
- En materia educativa, las brechas son igualmente marcadas. En arquetipos como los artesanos, las ferreterías y los restaurantes más de la mitad de los propietarios tiene formación técnica o superior, mientras que en perfiles rurales y de baja cualificación esta formación es casi inexistente.
- A esto se suma una protección social precaria de manera transversal, pues 20 de los 24 arquetipos presentan índices de seguridad social inferiores a 0,5, con la desprotección más severa en la construcción, la carpintería y las artesanías.

### Sobre las unidades productivas

- Los micronegocios estudiados funcionan como fuente de trabajo e ingresos del hogar, la familia es su principal red de apoyo, en muchos casos las finanzas del negocio y del hogar forman una sola bolsa y suelen heredarse.
- Son unidades de equipos muy reducidos, con promedios de entre uno y cuatro trabajadores, jornadas largas y una carga alta de estrés, aunque con un sentimiento extendido de orgullo por el oficio.
- Se trata además de un tejido consolidado en el tiempo, pues todos los arquetipos superan los cinco años de operación promedio y varios pasan de los veinticinco.
- Esa antigüedad, sin embargo, no se traduce en formalización. Los niveles de formalidad varían por sector antes que por trayectoria, con las ferreterías y las tiendas de accesorios tecnológicos en los niveles más altos y los artesanos y vendedores de chance operando casi por completo en la informalidad.
- La estacionalidad de las ventas, marcada y distinta en cada arquetipo, dificulta la planeación financiera y explica buena parte de la preferencia por la liquidez inmediata que se observa en sus decisiones.

### Sobre la inclusión financiera

- El hallazgo central es que la adopción de productos formales es baja,

pero el interés por ellos es generalizado, lo que sugiere que la brecha puede obedecer a la adecuación de la oferta de productos, canales y servicios financieros.

- En ahorro, existe disposición para ahorrar en el sistema financiero, pero el desconocimiento sobre cómo hacerlo hace que predomine el ahorro por fuera del sistema financiero, principalmente en efectivo.
- En crédito, aunque las personas suelen manifestar que la tasa de interés es uno de los factores más importantes al elegir un financiamiento, los ejercicios de preferencia revelada muestran que, en la práctica, el monto del crédito tiende a tener un mayor peso en la decisión. Asimismo, los requisitos y el desconocimiento de los productos financieros suelen indicarse como barreras que dejan a los micronegocios por fuera del financiamiento formal.
- Los pagos digitales son el producto de mayor acogida, impulsados sobre todo por la exigencia de los clientes, aunque el temor al fraude y los costos percibidos frenan una adopción más profunda y los niveles de digitalización difieren mucho entre arquetipos.
- Los seguros son el producto más rezagado. Los propietarios son conscientes de sus riesgos y valoran la protección, pero se cubren casi exclusivamente con medidas preventivas propias y reconocen que ante un evento mayor no tendrían cómo responder.



1

2

3

4

5

6

7



# 7. Glosario **Arquetipos Micronegocios**

## **Acrónimos:**

**EMICRON** (Encuesta de Micronegocio): herramienta del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) diseñada para proporcionar información detallada sobre la estructura y evolución de los micronegocios en Colombia, es decir, unidades económicas con hasta nueve personas ocupadas que desarrollan actividades productivas con el objetivo de generar ingresos, actuando como propietarios o arrendatarios de los medios de producción (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2026).

**DCU** (Diseño Centrado en el Usuario): metodología que prioriza las necesidades, objetivos y experiencias de los usuarios durante el proceso de desarrollo de productos o servicios. En lugar de basarse únicamente en la tecnología o en la visión del diseñador, esta metodología busca comprender cómo interactuarán los usuarios con el producto y cómo satisfacer así sus expectativas de manera más efectiva (Justinmind, 2024).

**MMVS** (Marco de los Medios de Vida Sostenibles): enfoque que busca

mejorar el bienestar y los medios de vida de las comunidades desde diferentes frentes tales como el económico, el social y lo ambientalmente sostenible. Este marco considera las capacidades, activos y actividades necesarias para vivir, y se centra en la sostenibilidad, lo que significa que un medio de vida debe ser capaz de afrontar y recuperarse de crisis, manteniendo sus recursos y capacidades tanto en el presente como en el futuro sin dañar la base de sus recursos naturales. Además, promueve la participación de las comunidades en la planificación y ejecución de proyectos que benefician a sus miembros, asegurando que las decisiones se alineen con sus valores y aspiraciones (DfID, 1999).

**FINAGRO** (Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario): fue creado mediante la Ley 16 de 1990 como una banca de desarrollo de economía mixta, organizada como establecimiento de crédito con régimen especial, bajo la supervisión de la Superintendencia Financiera de Colombia y vinculada al Ministerio de Hacienda. Su misión principal es promover el desarrollo rural colombiano mediante instrumentos de financiamiento que estimulan la inversión en el sector agropecuario (Finagro, 2026).

**USSD** (Unstructured Supplementary Service Data o Servicio Suplemen-



1

2

3

4

5

6

7

tario de Datos no Estructurados): protocolo que permite enviar y recibir datos entre un celular y la red del operador, sin requerir internet ni almacenamiento intermedio. A diferencia del SMS, establece una sesión en tiempo real que permite un intercambio bidireccional inmediato de datos. Esto hace que los servicios mediante USSD sean más rápidos y ágiles. Cada mensaje admite hasta 182 caracteres alfanuméricos, según la codificación empleada (IPLOOK, 2024).

**SMS** (Short message service o Servicio de Mensajes Cortos): servicio de mensajería de texto que permite enviar y recibir mensajes cortos entre dispositivos móviles. Funciona a través de redes de telefonía móvil, sin necesidad de tener conexión a internet, lo que lo hace altamente accesible. El uso más común de los mensajes SMS son comunicaciones personales o comunicaciones más comerciales como alertas, notificaciones y autenticación mediante códigos OTP (Vogel, 2025).

**NFC** (Near Field Communication o Comunicación de campo cercano): tecnología inalámbrica que permite la interacción y el intercambio de datos entre dispositivos que están muy cerca, normalmente a unos pocos centímetros. Esta tecnología se utiliza comúnmente en pagos móviles, intercambio de información y conexión rápida entre dispositivos (Albarrán, 2026).

**P2P** (Peer-to-Peer o de igual a igual): sistema descentralizado en el que cada ordenador o dispositivo conectado, llamado nodo o peer, actúa simultáneamente como cliente y servidor, compartiendo recursos como archivos, ancho de banda o potencia de cálculo con otros nodos de la red sin depender de un servidor centralizado. Esto permite que la información se intercambie directamente entre los participantes, aumentando la eficiencia y la robustez de la red (Sanz Romero, 2019).

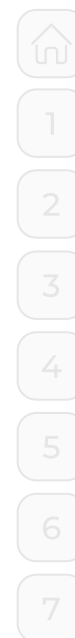
**BEPS** (Beneficios Económicos Periódicos): ahorro voluntario y periódico que realiza el ciudadano en el organismo correspondiente. Al llegar a la edad de retiro, el capital acumulado se destina a brindar un sustento económico vitalicio, permitiendo al beneficiario cubrir necesidades básicas como salud y alimentación, garantizando así una mayor protección en la vejez (Colpensiones Colombia, 2026).

**UF** (Unidad de Fomento): unidad de cuenta no circulante, cuyo valor se ajusta diariamente según el Índice de Precios al Consumidor (IPC), con el objetivo de proteger el poder adquisitivo frente a la inflación. Fue creada en 1967 por el Decreto N° 40 del Ministerio de Hacienda de Chile, inicialmente para préstamos hipotecarios, y su valor se expresaba en escudos antes de ser convertido a pesos chilenos (manuosunaca, 2026).

**B2B** (Business to Business o negocio a negocio): modelo de negocio en el que una empresa vende productos o servicios a otra empresa, en lugar de vender directamente a consumidores finales (B2C). Este tipo de transacciones se centra en resolver necesidades empresariales, optimizar procesos, reducir costos o mejorar la productividad de la empresa cliente. Por ejemplo, una compañía de software que ofrece un ERP a otras empresas es un negocio B2B (Arimerics, 2026).

**FRPS** (Factores de Riesgo Psicosocial): condiciones, situaciones o características del trabajo que pueden generar estrés, ansiedad, trastornos del sueño y otros problemas de salud en los empleados. Estos factores no dependen únicamente del trabajador, sino de la interacción entre la persona y su entorno laboral, incluyendo la organización del trabajo, la carga de tareas y las relaciones interpersonales (Edenred, 2023).

**RUT** (Registro Único Tributario): registro obligatorio para todas las personas naturales y jurídicas que realizan actividades económicas formales



en Colombia, así como para quienes tienen obligaciones tributarias administradas por la DIAN. Su función principal es identificar fiscalmente a los contribuyentes, clasificar su régimen tributario y facilitar el cumplimiento de obligaciones fiscales, aduaneras y cambiarias (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN], 2026).

## Glosario:

**Micronegocio:** Un micronegocio en Colombia es una unidad económica que generalmente involucra a un número reducido de personas, comúnmente miembros de un mismo núcleo familiar. Estos negocios se caracterizan por su sencillez operativa y su enfoque en satisfacer necesidades locales. Los micronegocios son operados por el propietario y algunos familiares, y suelen tener bajos ingresos acompañados de una inversión inicial baja. Operan en una escala menor y atienden clientes de su comunidad, ofreciendo productos o servicios que satisfacen necesidades específicas de la zona (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2026).

**Aproximación cualitativa:** se centra en describir a profundidad los hechos, experiencias y significados que las personas atribuyen a un fenómeno determinado, en lugar de medir variables cuantificables o medibles. Su objetivo principal es explorar la complejidad de situaciones, motivaciones y relaciones entre individuos y su entorno, ofreciendo una visión rica y detallada desde la perspectiva de los participantes como tal (Roca, 2025).

**Exploración cuantitativa:** método de investigación que se centra en la recolección y análisis de datos cuantificables o medibles. El método presenta un enfoque deductivo, que va de lo general a lo particular, y está orientado a la comprobación de teorías. La exploración cuantitativa se utiliza para desarrollar y emplear modelos matemáticos, teorías e hipótesis relacionadas con los fenómenos estudiados. Los datos cuantitativos son aquellos que se presentan en forma numérica, como estadísticos, porcentajes, etc (Gayubas, 2025).

**Activos productivos:** cualquier recurso que permite obtener rentabilidad económica o un valor añadido a lo largo del tiempo, ya sea de forma directa o indirecta. No se trata solo de poseer un bien, sino de que este “trabaje” para generar beneficios, ya sea mediante producción, alquiler, inversión o cualquier actividad que genere ingresos (Ludeña, 2021).

**Evidencia empírica:** datos o información que se adquieren mediante la experiencia sensorial, recolección de datos, la observación o procedimientos experimentales controlados, y no se basa en suposiciones, creencias o teorías sin comprobación directa. Es fundamental en la ciencia porque permite validar o refutar hipótesis, garantizando que los resultados sean objetivos, medibles y reproducibles (Sánchez Montilla, 2020).

**Muestreo por conveniencia:** técnica de selección de muestras donde el investigador elige a los individuos que son más fáciles de contactar, sin aplicar aleatoriedad ni criterios probabilísticos. Se basa en aspectos como la proximidad, disponibilidad o bajo costo de los participantes, e incluso se aceptan voluntarios para facilitar la recolección de datos (Probabilidad y Estadística, 2026).

**Flujo de caja:** representa el movimiento real de dinero dentro de una



1

2

3

4

5

6

7

empresa. Incluye ingresos como cobros de ventas, préstamos o rendimientos de inversiones, y egresos como pagos de sueldos, proveedores, impuestos o préstamos. A diferencia de las utilidades contables, el flujo de caja muestra el dinero que realmente está disponible en la empresa (Pareja, 2025).

**Clúster:** agrupación de empresas e instituciones que comparten un mismo sector o área de mercado y colaboran entre sí para alcanzar una mayor competitividad. Se entiende como una concentración sectorial y/o geográfica de empresas en actividades relacionadas, lo que permite economías externas y especialización. Además, un clúster puede incluir centros de investigación y formación, tanto públicos como privados, en un espacio geográfico o sector productivo. Estas agrupaciones buscan potenciar la competitividad e innovación de sus miembros (eAgora, 2024).

**Amortización:** depreciación o disminución de valor de un activo o pasivo con el paso del tiempo. Se relaciona con el valor de un bien o pasivo y con el tiempo o vida útil del mismo. Ya que todos los bienes van perdiendo valor con el paso del tiempo, por tanto, es una de las formas de cuantificar la pérdida de valor (Pérez Porto y Gardey, 2021).

**Fiscalización:** consiste en examinar una actividad para comprobar si cumple con las normativas vigentes. En el sector privado, la fiscalización puede ser decretada por el Estado o de manera interna por las propias compañías (Westreicher, 2020).

**Modelo Grow:** El modelo GROW es un marco de coaching que ayuda a las personas a alcanzar sus objetivos a través de cuatro etapas: Meta (Goal), Realidad (Reality), Opciones (Options) y Voluntad (Will). Este modelo se utiliza para estructurar conversaciones y procesos de coaching,

permitiendo que los individuos identifiquen sus objetivos, evalúen su situación actual, exploren sus opciones y decidan cuál de ellas tomarán (Coaching Mirada Consciente, 2026).

## Referencias

**Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2026).** Micro-negocios. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios>

**DfID. (1999).** Hojas Orientativas sobre los Medios de Vida Sostenibles. Livelihoods Centre. <https://www.livelihoodscentre.org/es/-/sustainable-livelihoods-guidance-sheets>

**Finagro. (s.f.).** ¿Qué es FINAGRO? <https://www.finagro.com.co/quienes-somos/finagro>

**Gayubas, A. (18/09/2025).** Investigación cuantitativa. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/investigacion-cuantitativa/>

**Justinmind. (15/10/2024).** Guía completa de diseño centrado en el usuario (DCU). <https://www.justinmind.com/es/blog/disenio-centrado-en-el-usuario/>

**Ludeña, J. A. (15/07/2021).** Activo productivo. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/activo-productivo.html>

**Probabilidad y Estadística. (2026).** Muestreo por conveniencia. <https://www.probabilidadyestadistica.net/muestreo-por-conveniencia/>



1

2

3

4

5

6

7

**Roca, L. (2/12/2025).** Método cualitativo. Enciclopedia Universal. <https://enciclopediauniversal.com/metodo-cualitativo/>

**Sánchez Montilla, R. (2020, 21 de diciembre).** ¿Sabes qué es la evidencia empírica? Muy Interesante. <https://muyinteresante.okdiario.com/ciencia/23649.html>

**Departamento Administrativo Nacional de Estadística.** (s.f.). Conceptos y definiciones. Censo Económico Nacional Urbano. <https://censoeconomiconacionalurbano.dane.gov.co/tenes-preguntas/conceptos-y-definiciones>

**Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (20/06/2026).** Registro Único Tributario. <https://www.dian.gov.co/impuestos/personas/Renta-Personas-Naturales-AG-2020/Paginas/Registro-Unico-Tributario.aspx>

**Equipo de Enciclopedia Significados. (10/10/2025).** Heterogeneidad. Significados. <https://www.significados.com/heterogeneidad/>

Pareja, C. (18/08/2025). Flujo de caja: Qué es, Tipos y por qué es tan importante. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

**Albarrán, C. (30/01/2026).** Qué es el NFC, cómo funciona y casos de uso. Redes & Telecom. <https://www.redestelecom.es/comunicaciones/que-es-el-nfc-como-functiona-y-casos-de-uso/>

**Arimetrics. (2026).** B2B (Business to Business). Glosario Digital. <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/b2b>

**Coaching Mirada Consciente. (2026).** Modelo GROW: qué es, para qué sirve y cuáles son sus etapas. <https://coachingmiradaconsciente.com/>

[coaching/que-es-modelo-grow/](https://coaching/que-es-modelo-grow/)

**Colpensiones Colombia. (2026).** ¿Qué es el programa de Colpensiones BEPS y cómo puedes inscribirte? <https://colpensionescolombia.co/colpensiones-beps/>

**eAgora. (6/10/2024).** Clúster: ¿Qué es y Qué Tipos Existen? <https://blog.eagora.app/cluster>

**Edenred. (05/12/2023).** Factores de riesgo psicosocial: cuáles son y cómo evitarlos en el trabajo. <https://www.edenred.mx/blog/factores-de-riesgo-psicosocial-cuales-son-y-como-evitarlos-en-el-trabajo>

**IPLOOK. (08/01/2024).** ¿Qué es USSD y en qué se diferencia de SMS? <https://www.iplook.com/es/info/what-is-ussd-and-how-does-it-differ-from-sms-i00416il.html>

**manuosunaca. (02/05/2026).** ¿Qué significa la Unidad de Fomento? Ultra Gestión Financiera. <https://ultragestionfinanciera.com/que-significa-la-unidad-de-fomento/>

**Pérez Porto, J., y Gardey, A. (26/08/2021).** Definición de fiscalización. Definicion.de. <https://definicion.de/fiscalizacion/>

**Sanz Romero, M. (14/09/2019).** ¿Qué es P2P y en qué consiste? Computer Hoy. <https://computerhoy.20minutos.es/reportajes/tecnologia/p2p-que-es-489221>

**Vogel, B. A. (15/09/2025).** Qué es un SMS: Definición, Funcionamiento y Usos Comunes. LabsMobile. <https://www.labsmobile.com/es/blog/que-es-un-sms-definicion-funcionamiento-y-usos-comunes>

**Westreicher, G. (24/03/2020).** Amortización. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/amortizacion.html>



1

2

3

4

5

6

7



[economipedia.com/definiciones/amortizacion.html](https://economipedia.com/definiciones/amortizacion.html)

**Chambers, R., & Conway, G. R. (1992).** Sustainable rural livelihoods: Practical concepts for the 21st century (IDS Discussion Paper 296). Institute of Development Studies.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2025). Encuesta de Micronegocios (EMICRON) 2024: Resultados. DANE.

**Department for International Development. (1999).** Sustainable livelihoods guidance sheets. DFID.

**Seltzer, Y., & McKay, C. (2014).** Insights into action: What human-centered design means for financial inclusion. CGAP.

## Notas sobre cada una:

**CGAP.** El documento citado como (CGAP, 2014) es este de Seltzer y McKay, publicado por CGAP en octubre de 2014 con el título "Insights into Action – What Human-Centered Design Means for Financial Inclusion". En APA la referencia va por las autoras; si en el texto prefieren mantener la cita institucional (CGAP, 2014), es válido también referenciarlo como CGAP. (2014). Insights into action... con las autoras omitidas, pero lo ortodoxo es por autoras y ajustar la cita en el texto a (Seltzer & McKay, 2014). CGAP

**Chambers y Conway, y DFID.** Estas dos resuelven tu pendiente: la nota al pie del capítulo 2 las cita sin año, y los años correctos son 1992 (el Discussion Paper 296 del IDS, el texto fundacional del enfoque de medios

de vida sostenibles) y 1999 (las guías del DFID). Habría que actualizar la nota a "(Chambers & Conway, 1992; DFID, 1999)".

**DANE.** El dato del capítulo 1 cita (DANE, 2025) refiriéndose a los resultados de la EMICRON 2024. Te dejé la forma genérica; cuando tengas el boletín o anexo exacto que usaron, vale la pena completar con el título preciso y la URL del DANE, porque "Resultados" es mi comodín.



1

2

3

4

5

6

7

