

# CARACTERIZACIÓN INTERACTUAR 2017-2018

CENTRO DE ESTUDIOS DE LA  
**empresa**  
micro®

L I D E R A N



## Contenido

Índice de gráficos .....	3
Índice de ilustraciones.....	4
Índice de tablas.....	4
Introducción.....	5
Capítulo 1. Generalidades.....	7
Capítulo 2. Principales hallazgos.....	11
<b>Tipo de organización</b> .....	11
<b>Tamaño</b> .....	12
<b>Género</b> .....	12
<b>Edad</b> .....	13
<b>Escolaridad</b> .....	14
<b>Localización</b> .....	15
<b>Actividad económica</b> .....	21
<b>Empleo</b> .....	22
<b>Años de mercado</b> .....	24
<b>Ventas</b> .....	25
<b>Servicios</b> .....	26
<b>Tipo de cuenta</b> .....	28
<b>Conclusiones</b> .....	30
Trabajos citados.....	32

## Índice de gráficos

Gráfico 1 Evolución del número de empresas con al menos un producto financiero.....	8
Gráfico 2 Evolución número de adultos con microcrédito.....	8
Gráfico 3 Evolución número de empresas con microcrédito (%).....	9
Gráfico 4 Porcentaje de empresas con una cuenta de ahorros activa.....	9
Gráfico 5 Porcentaje de microempresas que realiza algún tipo de ahorro formal (%).....	10
Gráfico 6 Porcentaje de microempresas que solicita crédito formal (%).....	10
Gráfico 7 Participación de los usuarios según naturaleza jurídica.....	11
Gráfico 8 Participación de los usuarios según tamaño y personería jurídica.....	12
Gráfico 9 Participación de los usuarios persona natural según género.....	13
Gráfico 10 Participación de los usuarios persona natural según grupo etario.....	14
Gráfico 11 Escolaridad de los usuarios persona natural.....	15
Gráfico 12 Participación de los usuarios según localización urbano-rural y naturaleza jurídica.....	17
Gráfico 13 Participación de los usuarios según departamento y naturaleza jurídica.....	18
Gráfico 14 Participación de los usuarios en los diez principales municipios y naturaleza jurídica.....	19
Gráfico 15 Participación de los usuarios persona natural en las principales zonas de Medellín.....	20
Gráfico 16 Participación de los usuarios persona jurídica en las principales zonas de Medellín.....	20
Gráfico 17 Principales actividades reportadas por los usuarios persona natural.....	21
Gráfico 18 Principales actividades reportadas por los usuarios persona jurídica.....	22
Gráfico 19 Empleos reportados por los usuarios persona natural y jurídica.....	23
Gráfico 20 Empleos reportados por las microempresas persona natural y jurídica.....	23
Gráfico 21 Número de años en el mercado de los usuarios persona natural.....	24
Gráfico 22 Número de años en el mercado de los usuarios persona jurídica.....	25
Gráfico 23 Ventas reportadas por los usuarios persona natural y jurídica.....	26
Gráfico 24 Servicios demandados por los usuarios persona natural.....	27
Gráfico 25 Servicios demandados por los usuarios persona jurídica.....	28
Gráfico 26 Tipo de cuenta reportada por los usuarios persona natural y jurídica.....	29

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Mapas de cobertura de las entidades microcrediticias por región, por departamento y por cada 1.000 Km2 .....	16
---	----

## Índice de Tablas

Tabla 1 Rango de empleos .....	22
Tabla 2 Rangos de ventas.....	25
Tabla 3 Líneas de crédito Interactuar .....	26
Tabla 4 Montos promedio desembolsados según género .....	28

## Introducción

Según la investigación<sup>1</sup> de la CEPAL la segmentación de los mercados financieros, la aplicación de diferenciales en las tasas de interés de los préstamos según el tamaño de empresa, la escasa participación de las pymes en el crédito en el sector financiero, la utilización de proveedores y autofinanciamiento para obtener capital, son elementos que denotan la existencia de dificultades de acceso al crédito en mayor o menor medida en las economías latinoamericanas.

Colombia no es la excepción al panorama regional y si bien aún no existe un informe del stock de créditos de las MiPymes en el sector financiero, como en otros países<sup>2</sup> de la región, si se cuenta con la información de inclusión financiera suministrada por la Banca de las Oportunidades<sup>3</sup>, donde a junio de 2017, solo 757.610 empresas<sup>4</sup> reportaron tener al menos un producto financiero y, de estas, 75 % usaron alguno de estos productos activamente o lo tienen vigente. En este mismo informe reportan<sup>5</sup>, que en el primer semestre del año 2018 se crearon 38.183 sociedades, pero solo ingresaron por primera vez al sistema financiero 14.883, es decir solo el 39 % del total de las sociedades creadas.

Los anteriores son los datos por el lado de la demanda; por el lado de la oferta se cuenta con el informe del Banco de la República<sup>6</sup> que entre sus hallazgos reportó que el otorgamiento de microcrédito por las entidades se concentra mayoritariamente en la región andina, 88,5 %, y caribe, 57,7 %; y con menor cobertura Amazonía, 30,8 %, y la región Insular, 26,9 %. Ahora al revisar la concentración por departamento se tiene que Cundinamarca y Bogotá comparten 61,5 %, Antioquia participa con 46,2 % y Santander con 30,8 %.

De acuerdo con los datos, Antioquia contribuye significativamente tanto en la prestación como la demanda de servicios financieros, esto se debe a su posición en el tejido empresarial colombiano. Si bien desconocemos la contribución nacional y departamental de las financieras y corporaciones micro crediticias antioqueñas, se sabe que Interactuar<sup>7</sup> participa con 1,3 % del mercado nacional y 12 % en Antioquia, atendiendo en un período de dos años un poco más de 90.000 usuarios, por lo que su información es una muestra significativa de la región.

<sup>1</sup> Políticas de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas.

<sup>2</sup> Argentina 20 %, Brasil 13 %, Bolivia 14 %.

<sup>3</sup> Informe Anif inclusión financiera de las MiPymes en Colombia, Juliana Álvarez.

<sup>4</sup> La información de la Banca de Oportunidades no está segmentada por tamaño.

<sup>5</sup> Según cifras de Confecámaras

<sup>6</sup> Reporte de la situación actual del microcrédito en Colombia, 2019.

<sup>7</sup> Corporación prestadora de servicios financieros.

El presente informe tiene como objetivo caracterizar la población atendida por Interactuar, para aproximarnos al estado actual de inclusión financiera en Antioquia, con información de variables que describen el acceso y uso de los servicios financieros.

En el primer capítulo se exhiben las generalidades del sector crediticio en el segmento MiPymes y en el siguiente se presentan los principales hallazgos en temas de naturaleza jurídica, tamaño, género, edad, escolaridad, localización, actividad económica, empleo, permanencia, ventas, y servicios. Y por último se cierra el documento con las conclusiones.

## Capítulo 1. Generalidades

Según Confecámaras 99 % del tejido empresarial colombiano está constituido por las MiPymes (1,5 millones de empresas), las cuales generan más de 60 % del empleo y aportan 28 % del PIB (Dane, 2016). A pesar de la importante contribución de las MiPymes a la economía, estas se caracterizan por tener tasas de mortalidad altas, que están asociadas a varios factores que impiden la generación necesaria de ingresos para mantenerse en el mercado.

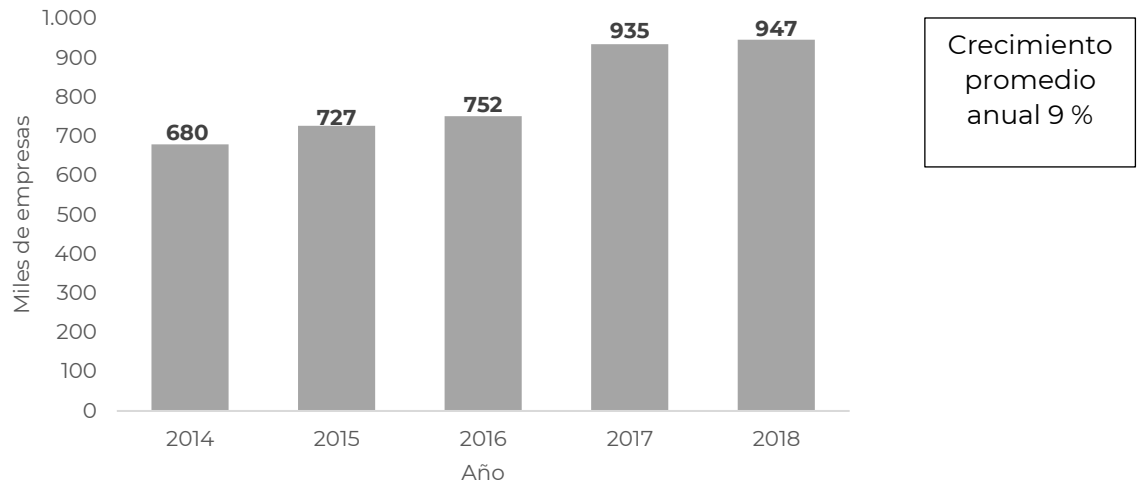
Estos factores son múltiples, sin embargo, según los principales hallazgos de los estudios<sup>8</sup> de demanda sobre el financiamiento del segmento MiPymes realizados en el país, uno de ellos es la falta de acceso al crédito ya que esto limita el crecimiento de las empresas; y es más difícil para ellas afrontar situaciones de crisis o invertir para modernizar sus operaciones e innovar cuando no tienen acceso a fuentes de financiación formales. Adicionalmente, cuando las empresas logran acceder a un crédito lo hacen para resolver temas de liquidez y no de inversión. El crédito entonces se convierte en una herramienta financiera que potencializa el crecimiento empresarial.

La tenencia de productos financieros cobra importancia cada día: según datos de Asobancaria, el número de empresas con al menos un producto financiero ha evolucionado de forma positiva en el sector, con un crecimiento de 9 % promedio anual (Gráfico 1). Esta misma entidad reportó un incremento, en los últimos años, en el número de adultos con microcrédito; no obstante, en el último trimestre de 2018 este bajó (Gráfico 2). Desde el año 2014, el total de microempresas con microcrédito ha mejorado notablemente. Aunque el reporte del primer trimestre de 2018 sea ligeramente menor al año antecesor (Gráfico 3). En cuanto al producto cuenta de ahorros, los resultados muestran que, a pesar del incremento en la suscripción en los últimos años, el nivel de uso o activación de éste es menor 49 % (Gráfico 4).

---

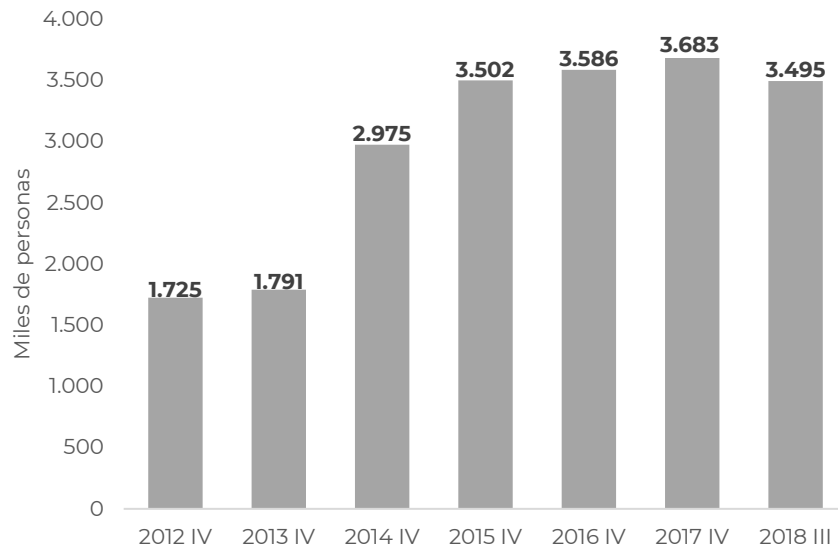
<sup>8</sup> Estudio de demanda de inclusión financiera, EDIF, Banca de las Oportunidades y Superintendencia Financiera 2017. La gran encuesta Pyme, GEP, de Anif 2018-II y la gran encuesta de las microempresas, GEM, Anif 2018.

**Gráfico 1. Evolución del número de empresas con al menos un producto financiero**



Fuente: Banca de las oportunidades  
Cálculos: Asobancaria

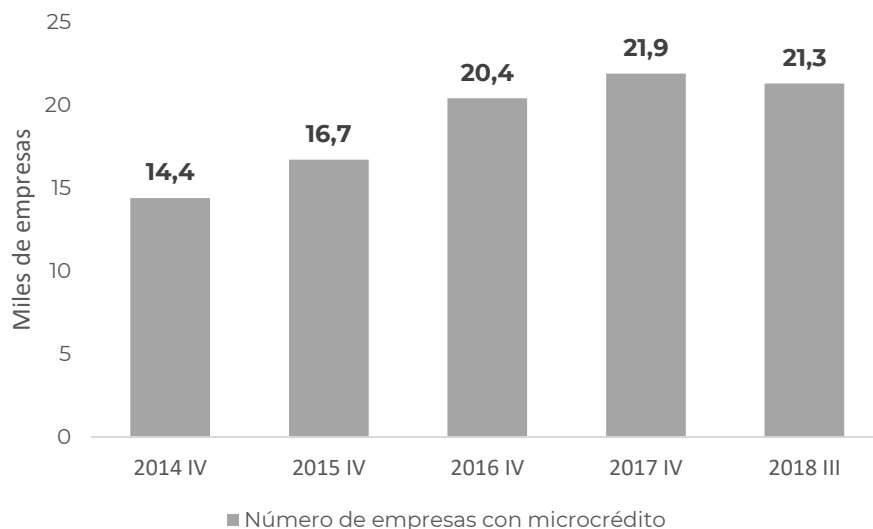
**Gráfico 2. Evolución número de adultos con microcrédito**



Fuente: CIFIN, Banca de las oportunidades  
Cálculos: Asobancaria

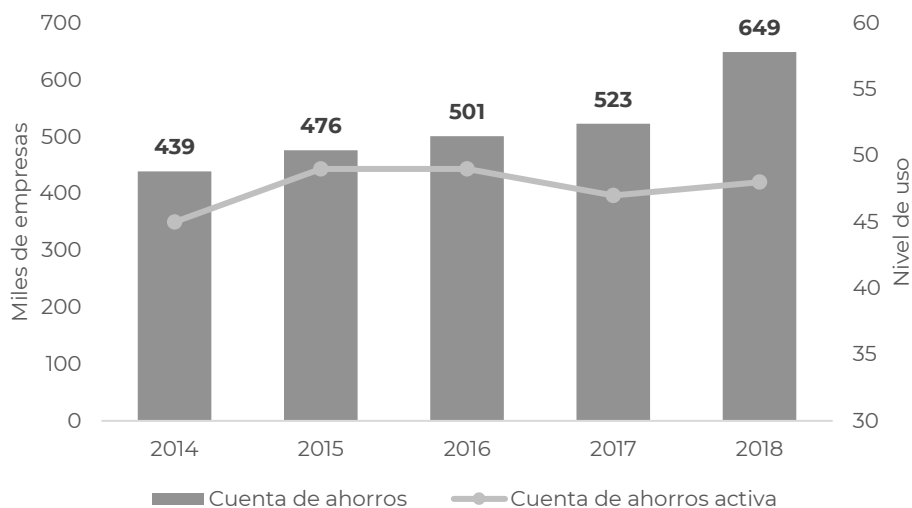


**Gráfico 3. Evolución número de empresas con microcrédito (%)**



Fuente: CIFIN, Banca de las oportunidades  
Cálculos: Asobancaria

**Gráfico 4. Porcentaje de empresas con una cuenta de ahorros activa**

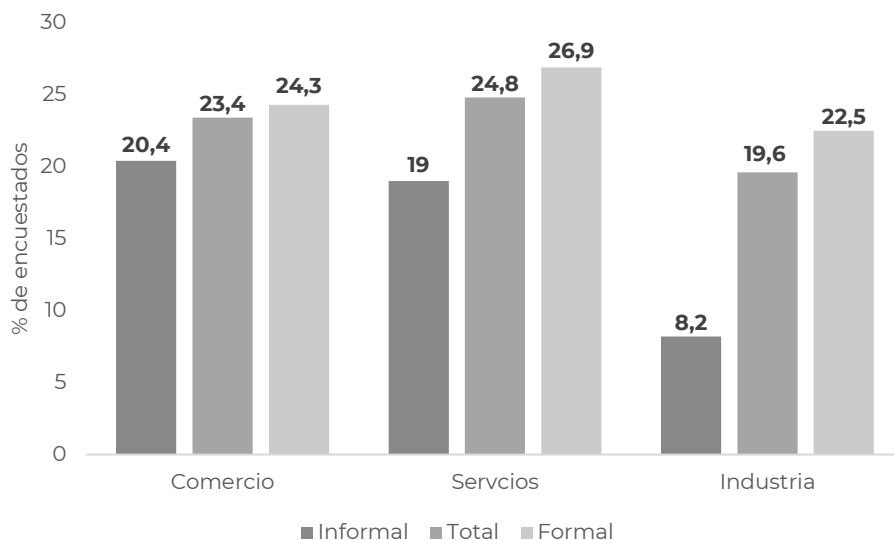


Crecimiento promedio anual 10 %

Fuente: Banca de las oportunidades  
Cálculos: Asobancaria

Sí bien es importante conocer la asequibilidad de servicios financieros, también lo es la colocación. La Gran encuesta de las Microempresas-GEM- interrogó a las microempresas sobre si realizan algún tipo de ahorro, y se encontró que en las microempresas formales el sector con mayor participación es servicios, mientras que en las informales fue el sector comercio, (gráfico 5).

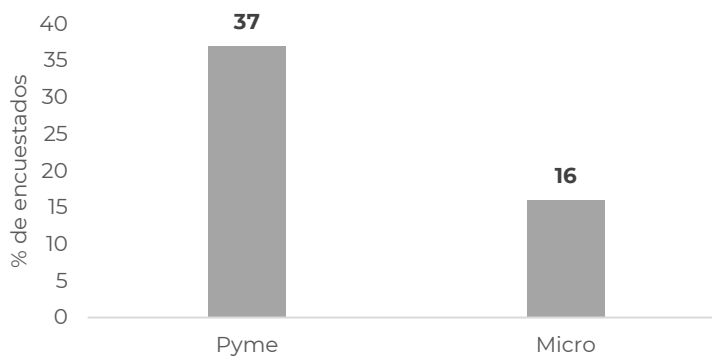
**Gráfico 5. Porcentaje de microempresas que realiza algún tipo de ahorro formal (%)**



Fuente: Anif- Gran Encuesta de las Microempresas  
Cálculos: Asobancaria

Esta misma entidad, a través de sus encuestas, GEM y Pymes, halló que en Colombia el porcentaje de empresas que solicita crédito formal corresponde al 37 % para las Pymes y 16 % para las Micro, este último es menor por motivos asociados a la autoexclusión que a la negación de este, 95 % de los microcréditos son aprobados. (Gráfico 6).

**Gráfico 6. Porcentaje de microempresas que solicita crédito formal (%)**



Fuente: Anif- Gran Encuesta de las Microempresas y Gran Encuesta Pyme  
Cálculos: Asobancaria

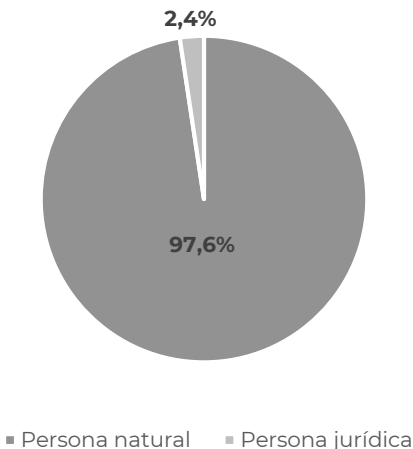
## Capítulo 2. Principales hallazgos<sup>9</sup>

A Interactuar<sup>10</sup>, acuden hombres y mujeres, menores, extranjeros y empresarios formales e informales, quienes se agruparán, en este reporte, como personas naturales y sociedades<sup>11</sup>, para un mejor entendimiento.

### Tipo de organización

Entre 2017 y 2018 la población atendida por Interactuar correspondió en su mayoría a personas naturales, 97,6 %; donde 99,8 % son colombianos mayores de edad, 0,02% colombianos menores, y 0,17 % extranjeros.

**Gráfico 7. Participación de los usuarios según naturaleza jurídica**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

<sup>9</sup> Los hallazgos se obtuvieron a partir de la información suministrada por Interactuar correspondiente al periodo 2017-2018.

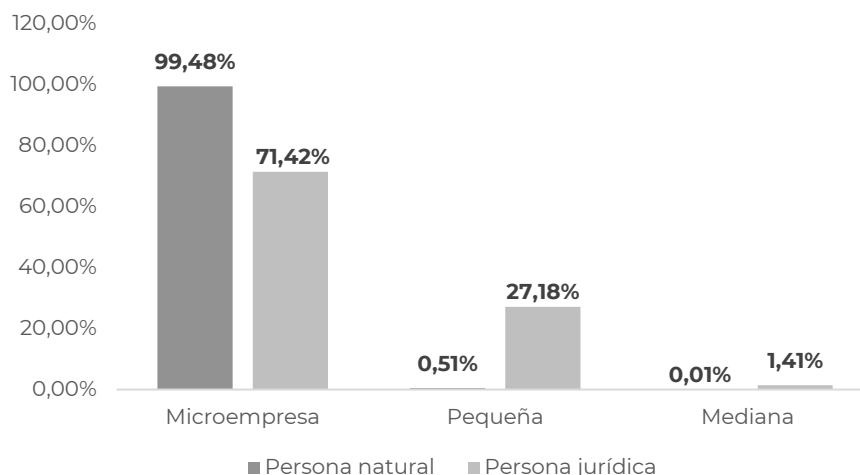
<sup>10</sup> Es una corporación de desarrollo empresarial sin ánimo de lucro, que a través de los servicios de crédito y conocimiento impulsa a emprendedores y empresarios de la zona rural y urbana, principalmente de la región andina.

<sup>11</sup> Personas naturales: personas que se identificaron con cédula de ciudadanía, extranjería y tarjeta de identidad. Persona jurídica: empresarios que reportaron como documento de identidad el NIT.

## Tamaño

Aunque el tamaño empresarial se calculó con la variable empleo, el resultado no es alejado de la realidad del tejido empresarial conocido y ordenado por activos. El 99,48 % de las empresas persona natural son microempresas, sólo 0,51 % y 0,01 % corresponde a pequeñas y medianas, respectivamente. En el caso de las sociedades la representatividad de las microempresas disminuye, mientras que en la pequeña empresa incrementa considerablemente, 27,18 %.

**Gráfico 8. Participación de los usuarios según tamaño<sup>12</sup> y personería jurídica**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

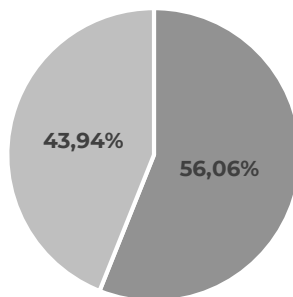
## Género

En Colombia, las mujeres acceden menos a servicios financieros<sup>13</sup>, sin embargo, en Interactuar las mujeres superaron a los hombres en ocho puntos porcentuales en la demanda de servicios financieros y en doce puntos en el acceso de todos los servicios.

<sup>12</sup> La clasificación del tamaño se realizó a partir del número de empleos actuales que reportaron los usuarios.

<sup>13</sup> Reporte de inclusión financiera 2018, Banca de las Oportunidades.

## Gráfico 9. Participación de los usuarios persona natural según género



■ Femenino ■ Masculino

Fuente: Interactuar 2017/18

Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

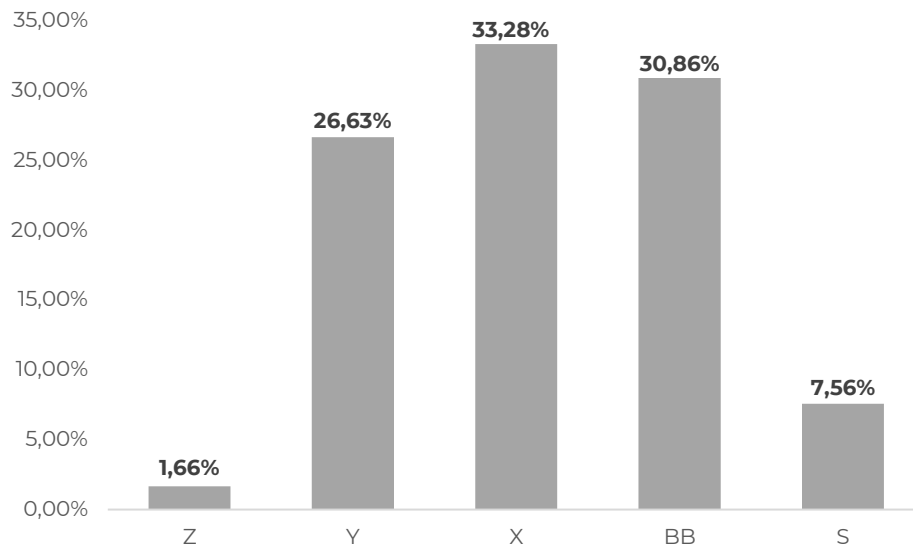
## Edad

Dependiendo de la edad, el acercamiento a decisiones tan simples como la manera o frecuencia de informarse, ahorrar o trabajar cambia drásticamente. Según un estudio de Nielsen<sup>14</sup>, los Millennials (Y) son casi dos veces más propensos a dejar un trabajo después de dos años, 1,5 después de cinco años y muestran la mitad de la probabilidad de permanecer en el mismo después de diez años, en comparación con las personas encuestadas de la Generación X y los Baby Boomers (BB).

Así como la lealtad al trabajo puede ser cosa del pasado, el emprendimiento puede ser una cosa del presente, que responde a características generacionales o circunstancias socioeconómicas del empresario. En el caso de los usuarios de Interactuar, se observa que los servicios se encuentran demandados principalmente por tres grupos etarios: Millennials (Y), Generación X y Baby Boomers, con participaciones de 26,63 %, 33,28 %, 30,86 %, respectivamente. Aunque lo anterior no muestra diferencias porcentuales significativas entre un grupo y el otro, las diferencias generacionales sí podrían significar cambios sustanciales en el diseño y prestación de los servicios.

<sup>14</sup> Estilos de vida generacionales, Nielsen 2016. Este es un estudio donde se encuestó a 30.000 personas en 60 países, incluyendo a Colombia. Los rangos de edad utilizados para la clasificación generacional es la siguiente: (0 a 20 años) Generación Z, (21 a 35 años) generación Y o Millennials, (36 a 50 años) generación X, (51 a 65 años), Baby Boomers, y de 65 en adelante la generación S o silenciosa.

**Gráfico 10. Participación de los usuarios persona natural según grupo etario**



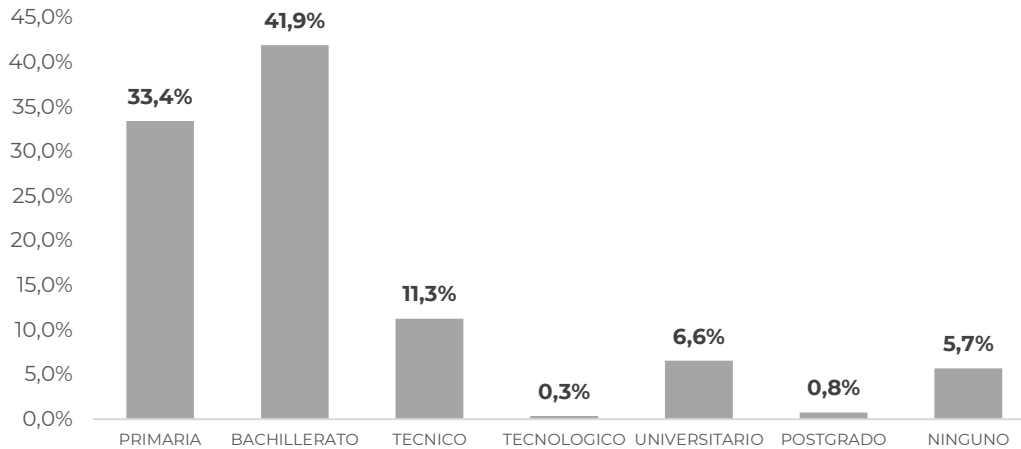
Fuente: Interactuar 2017/18

Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

## Escolaridad

La escolaridad de la población atendida no responde a la más calificada, como el grado universitario o postgrado, contrariamente se concentra en primaria y bachillerato que sumados reúnen 75 % de los usuarios. Sin duda, este no parece ser el mejor panorama a primera vista, por lo que vale la pena revisar la participación de los grupos etarios en cada uno de los niveles escolares para tener una perspectiva del futuro próximo. En este sentido, se halló que la participación más alta en la básica secundaria, está dada por los mayores de 50 años, y la mayor contribución en los estudios superiores la tienen los Millennials. Lo anterior podría significar un escenario esperanzador: si bien la participación de los Millennials en servicios, no supera hoy a la generación X y BB, en los próximos años sí podría hacerlo y en mejores condiciones, primero porque son estos y sus predecesores los más propensos a emprender, y segundo porque al registrar mayor escolaridad, probablemente tendrán un mejor entendimiento en cultura financiera y empresarial, lo que disminuiría los riesgos financieros y, por lo tanto, el diseño y oferta de servicios podrían enfocarse a temas de productividad e innovación que en el largo plazo son los factores que permiten permanecer en el mercado.

### Gráfico 11. Escolaridad de los usuarios persona natural



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

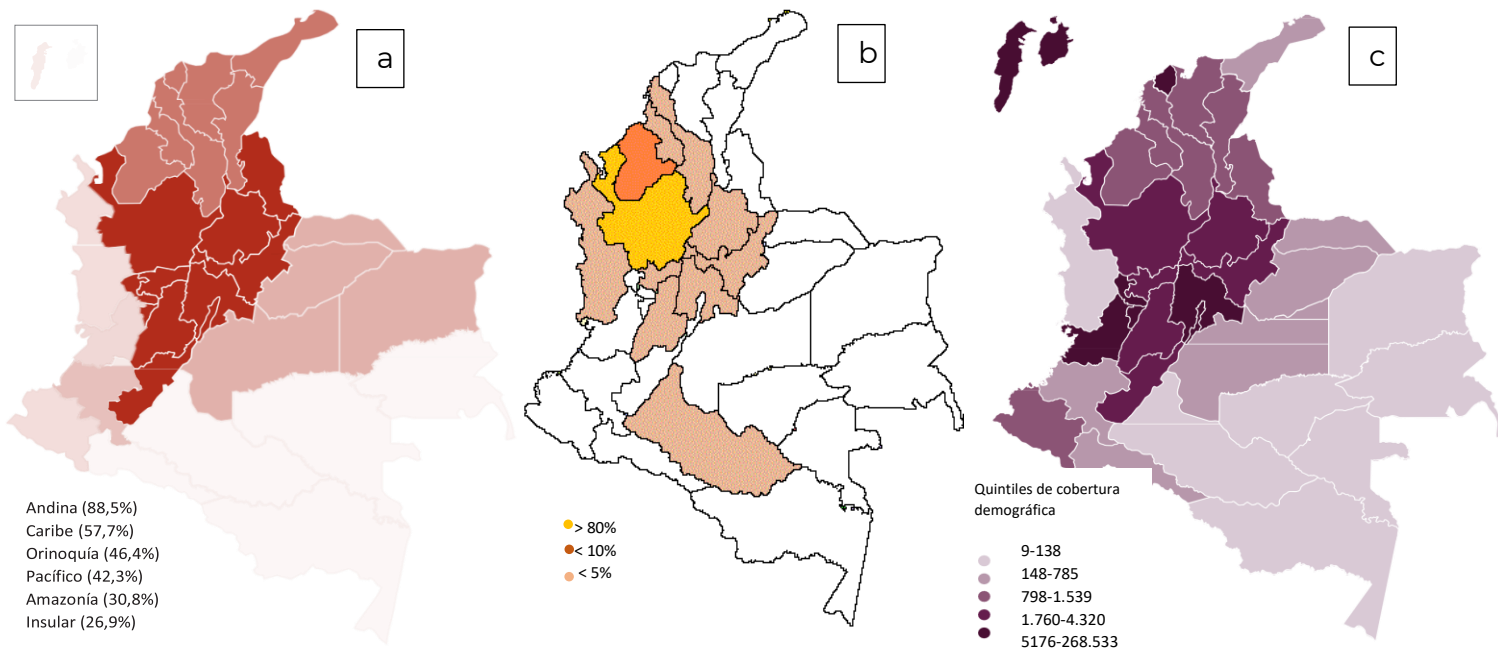
### Localización

En su reporte<sup>15</sup> el Banco de la República, indagó a las entidades financieras sobre en qué regiones tienen sus operaciones: 88,5 % respondió que, en la región andina, seguida de las regiones Caribe, Orinoquía, Pacífico, Amazonía e Insular (Ilustración 1.a). En la región andina los departamentos con mayor presencia de entidades de microcrédito son: Cundinamarca y Bogotá 61,5 %, Antioquia 46,2 % y Santander 30,8 %. De igual manera, el reporte<sup>16</sup> de la Banca de Oportunidades halló que al finalizar 2018, la mayor cobertura de oficinas y corresponsales se encontraba en la región andina (Ilustración 1.c). En cuanto al área de influencia de Interactuar (Ilustración 1.b), se tiene que es la región Andina y Caribe; y dentro de estas regiones, los departamentos con mayor presencia son Antioquia, Cundinamarca, Córdoba, y Sucre.

<sup>15</sup> Reporte de la situación actual del microcrédito en Colombia, 2019.

<sup>16</sup> Reporte inclusión financiera, 2018.

Ilustración 1. Mapas de cobertura de las entidades microcrediticias por región, por departamento y por cada 1.000 Km2



Reporte de la situación actual del microcrédito en Colombia 2019, Banco de la República.

Base de datos Interactuar 2017/18.

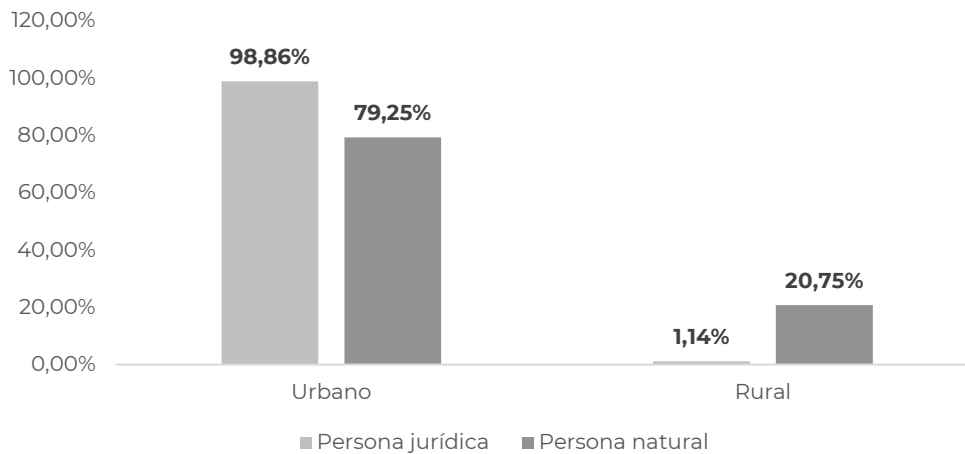
Reporte Inclusión Financiera 2018, Banca de las Oportunidades.

Con lo anterior se concluyen algunas cosas: primero, como bien se evidenció en los reportes mencionados y con este documento, la oferta aún sigue concentrándose en los municipios de cabecera o ciudades principales y aún persisten, aunque en menor medida, las brechas con el sector rural y segundo, se observa que Antioquia es un actor principal en el desarrollo del país, en este caso participando activamente en la oferta y demanda de servicios financieros.

En los próximos gráficos se realizó una aproximación de la localización urbano-rural, departamental, municipal y zonal de las empresas según tipo de organización, para conocer su emplazamiento. En la participación urbano-rural se obtuvo que tanto las personas jurídicas como naturales se concentran en las ciudades; sin embargo, las empresas que se atienden en el sector rural son en gran medida personas naturales, lo que podría indicar mayores niveles de informalidad en el campo (Gráfico 12).



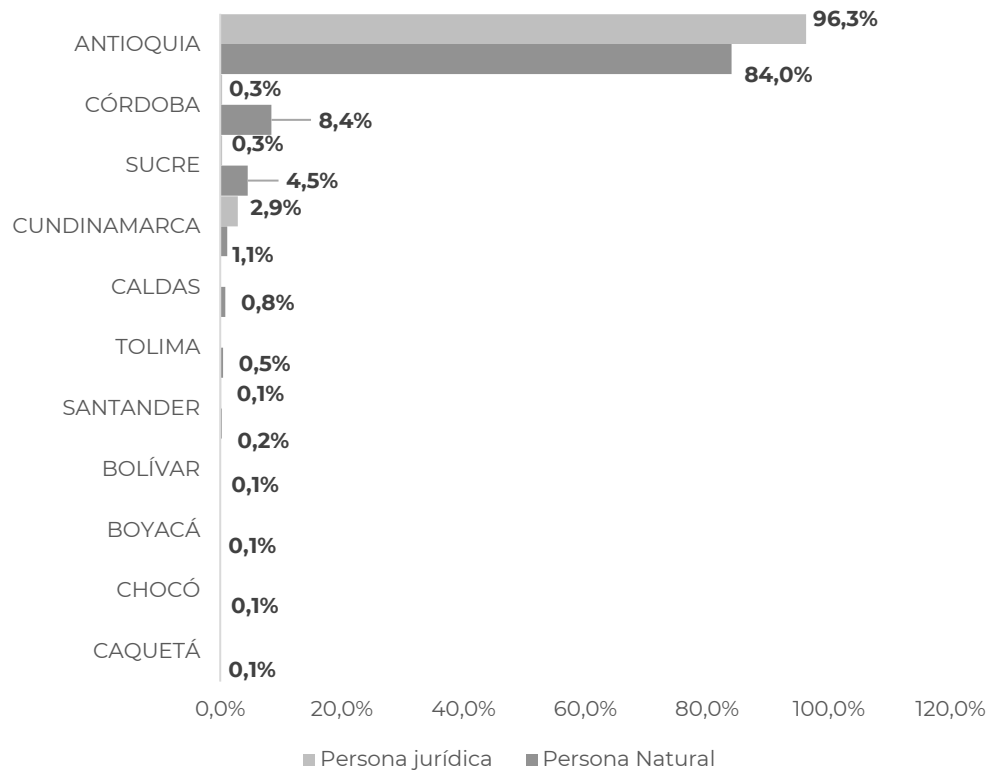
**Gráfico 12. Participación de los usuarios según localización urbano-rural y naturaleza jurídica**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

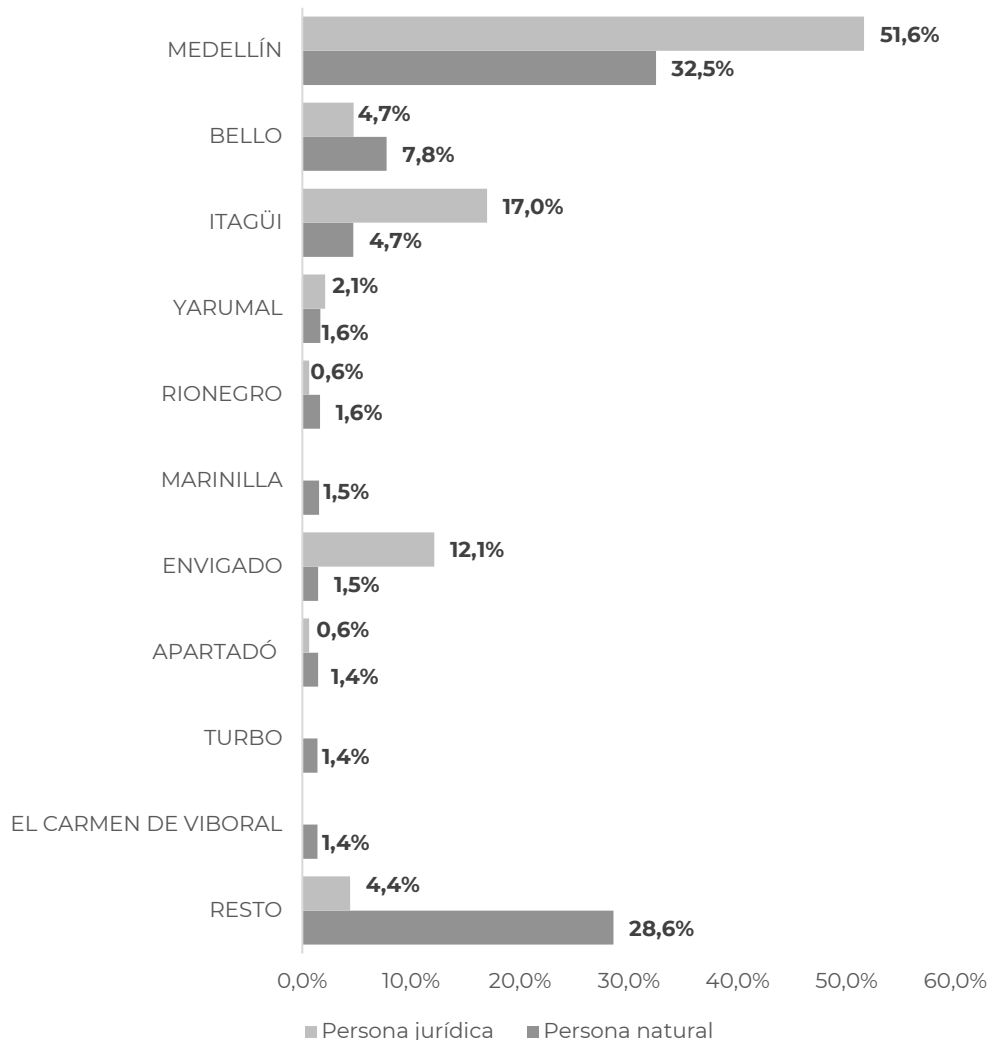
Según departamento, 96,3 % de las sociedades se atienden en Antioquia y 2,9 % en Cundinamarca y las personas naturales se encuentran en Antioquia, Cundinamarca, Córdoba y Sucre (Gráfico 13). Al revisar los datos en los diez principales municipios, se encontró que las personas jurídicas se encuentran en su mayoría (81 %), en municipios del Valle de Aburrá: Medellín 51,6 %, Itagüí 17 %, Envigado 12,1 %, y Bello 4,7 %; mientras que la participación de las personas naturales en estos mismos municipios no supera el 50 % (Gráfico 14). Lo anterior nos indica algo similar a lo observado en la creación de empresas de la jurisdicción CCMA, las empresas que se crean en la periferia son por lo general personas naturales, mientras que las sociedades tienen su origen en Medellín.

**Gráfico 13. Participación de los usuarios según departamento y naturaleza jurídica**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

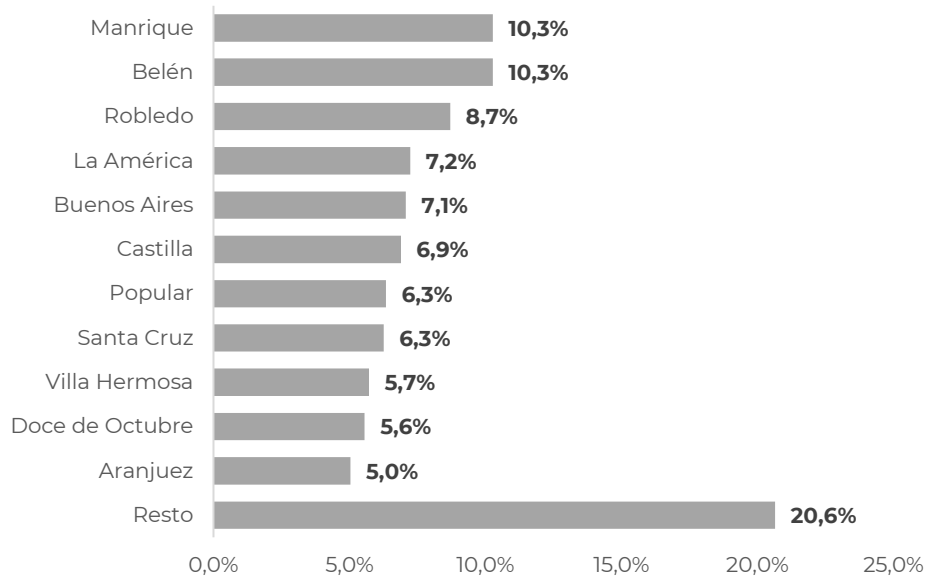
**Gráfico 14. Participación de los usuarios en los diez principales municipios y naturaleza jurídica**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

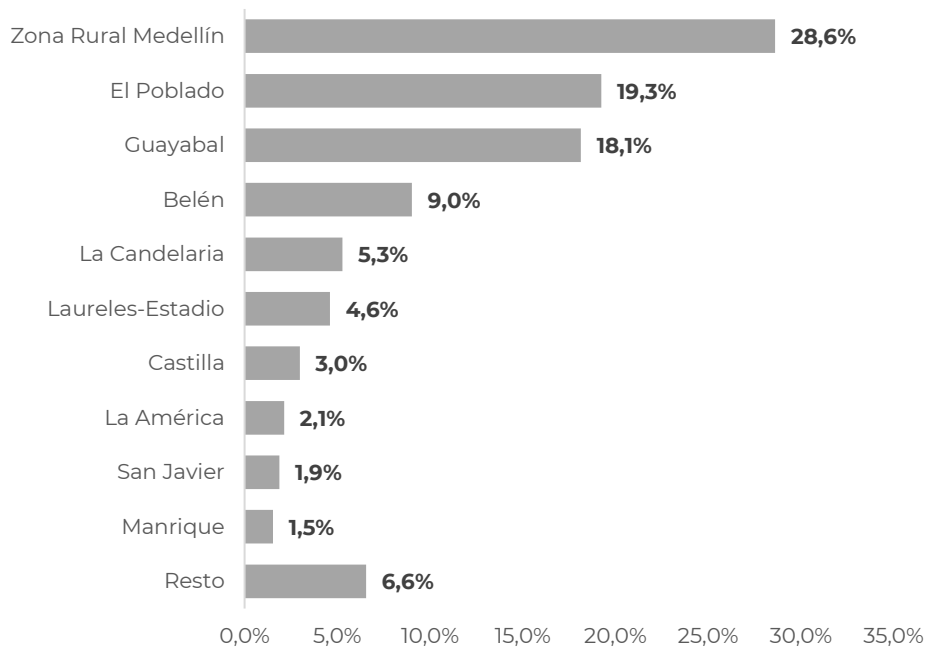
De las personas naturales atendidas por Interactuar, Medellín concentra 32,5 %, mientras en el caso de las sociedades, este porcentaje es de 51,6 %; los primeros se ubican principalmente en las comunas de Manrique, Belén, Robledo, La América y Buenos Aires (Gráfico 15), y los segundos se localizan en la zona rural de Medellín, y las comunas de Poblado, Guayabal, la Candelaria y Laureles-Estadio (Gráfico 16). Lo anterior señala, que las empresas persona natural se localizan en la periferia y zonas vulnerables de la ciudad, mientras las sociedades se ubican en el centro y zonas favorecidas de la ciudad.

**Gráfico 15. Participación de los usuarios persona natural en las principales zonas de Medellín**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

**Gráfico 16. Participación de los usuarios persona jurídica en las principales zonas de Medellín**

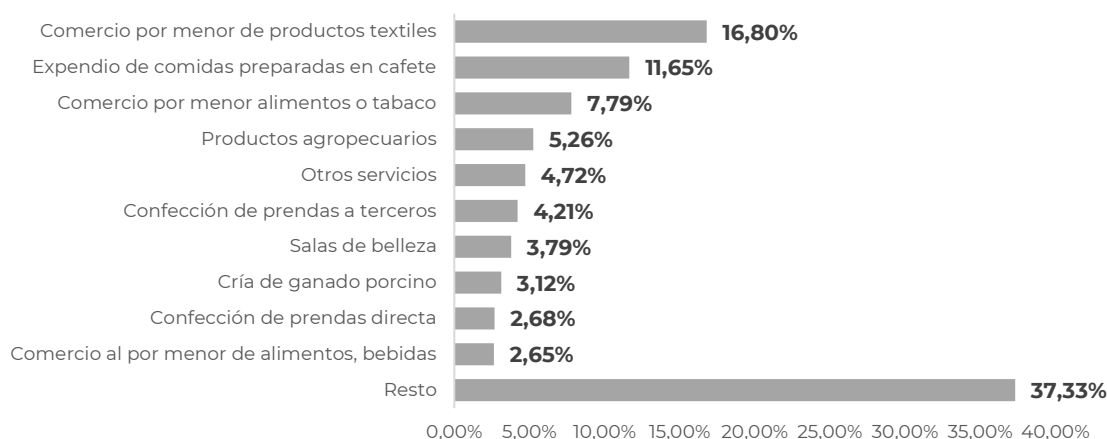


Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

## Actividad económica

Las actividades a las que se dedican las empresas, inscritas en Interactuar como persona natural, son diversas, y sólo dos superan los dos dígitos en participación: comercio por menor de productos textiles, y expendio de comidas preparadas en cafetería. Al agrupar estos resultados según grandes ramas de actividad económica, se obtuvo una participación de 44,15 % del sector comercio, industria 6,89 %, servicios 8,51 % y agropecuario 3,12 %. (Gráfico 17).

**Gráfico 17. Principales actividades reportadas por los usuarios persona natural**

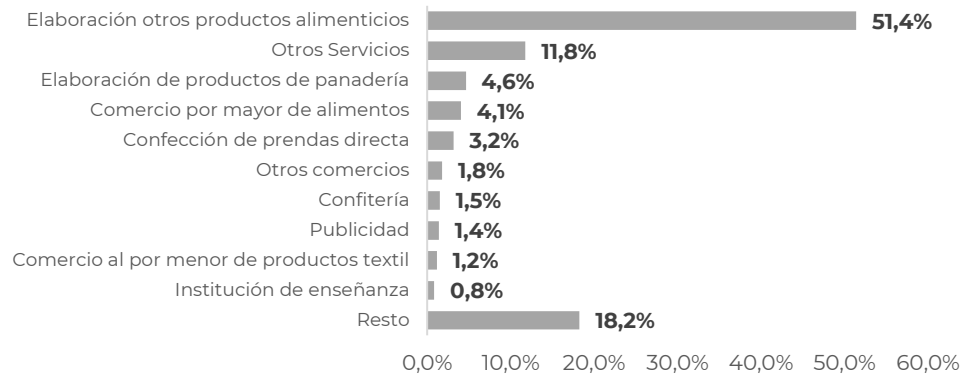


Fuente: Interactuar 2017/18

Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

En el caso de las sociedades, más de la mitad, 51,4 %, se dedican a la elaboración de productos alimenticios y otros servicios, y en menor medida a actividades relacionadas con el comercio (Gráfico 18).

### Gráfico 18. Principales actividades reportadas por los usuarios persona jurídica



Fuente: Interactuar 2017/18

Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

## Empleo

La creación y apoyo al empleo en Colombia es una apuesta de la corporación, desde el formulario<sup>17</sup> existe un acercamiento cuando se indaga por los empleos generados y los esperados, sin embargo, para este reporte se trabajó sólo con los generados. 99,48 % de las personas naturales reportó empleos en el primer rango, 0,51 % en el segundo y tan solo 0,01 % en el tercero (Gráfico19). En comparación la participación de las sociedades en el primero rango es menor con, 71,42 % y superior, en el segundo rango, en 26 puntos porcentuales. Lo anterior es un reflejo del mercado laboral colombiano del segmento MiPymes.

**Tabla 1. Rango de empleos**

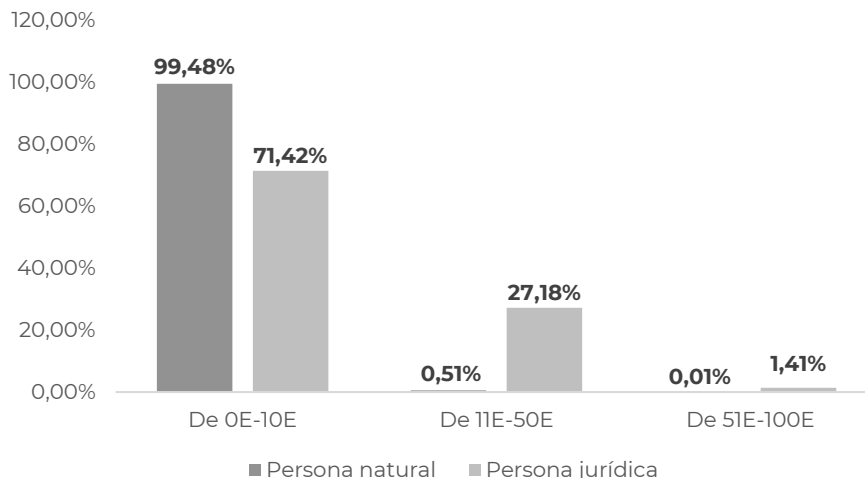
Rango	# de empleos
1	0-10E
2	11-50E
3	51-100E

Tanto en personas naturales como jurídicas, el primer rango es el de mayor participación, por lo que se requiere un análisis de este. Los resultados siguen siendo consistentes con la realidad laboral: por ejemplo, del 99,48 % de los empleos generados de las personas naturales, 72,6 % corresponde a un solo empleo, y 17,5 % a dos.

<sup>17</sup> Formulario de ingreso para la adquisición de productos o servicios de Interactuar.

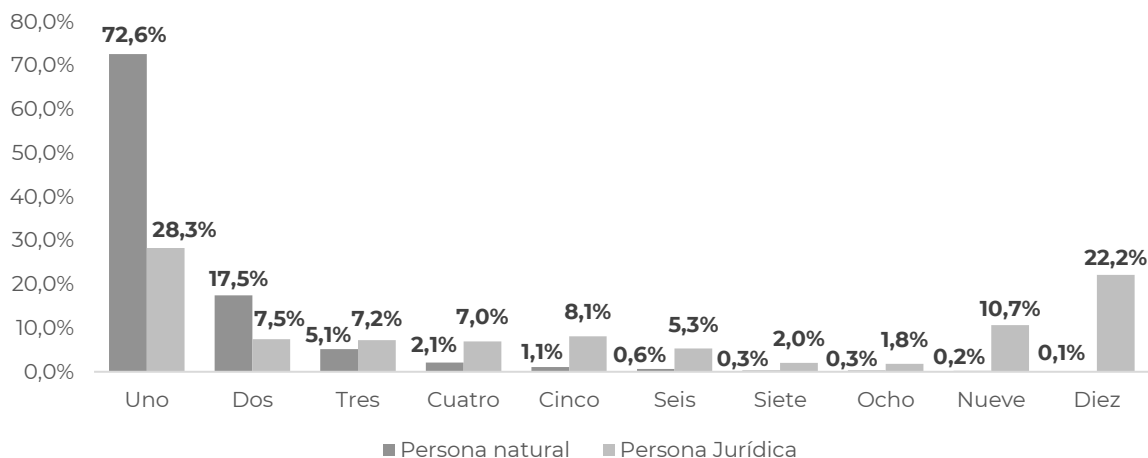
Lo anterior podría tener dos lecturas: la primera es que puede ser una situación de autoempleo, y la segunda es que realmente si existe la generación de un empleo, sin embargo, no es posible realizar esta diferenciación a partir de la información disponible. Por el lado de las sociedades, la participación de cinco a diez empleados sumó más de 50 %, donde la contribución de diez empleos fue 22,2 %. Por lo tanto, según estos resultados son las sociedades las encargadas de activar el mercado laboral del segmento MiPymes de la región.

**Gráfico 19. Empleos reportados por los usuarios persona natural y jurídica**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

**Gráfico 20. Empleos reportados por las microempresas persona natural y jurídica**

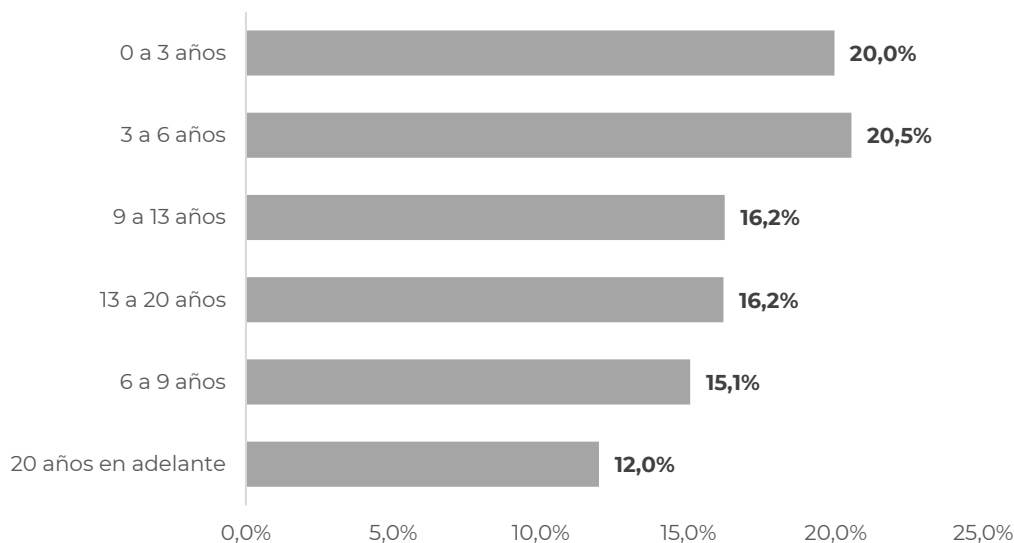


Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

## Años de mercado

Se ha demostrado que las personas naturales tienen menor permanencia en el mercado que las sociedades, frente a esta realidad se tiene que decir que desde lo observado en Interactuar no hay grandes cambios: el grueso de las personas naturales (40,5 %) reportó de cero a seis años en el mercado, mientras que en las sociedades un 30,2 % reportó tener entre 13 y 20 años (Gráfico 22). Con estos resultados se confirma que las sociedades son más propensas a permanecer más años en el mercado.

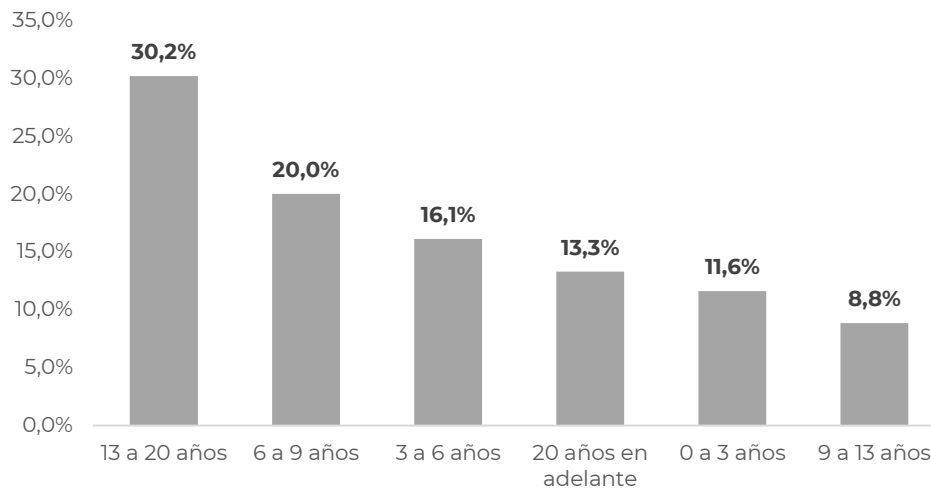
**Gráfico 21. Número de años en el mercado de los usuarios persona natural**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA



**Gráfico 22. Número de años en el mercado de los usuarios persona jurídica**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

## Ventas

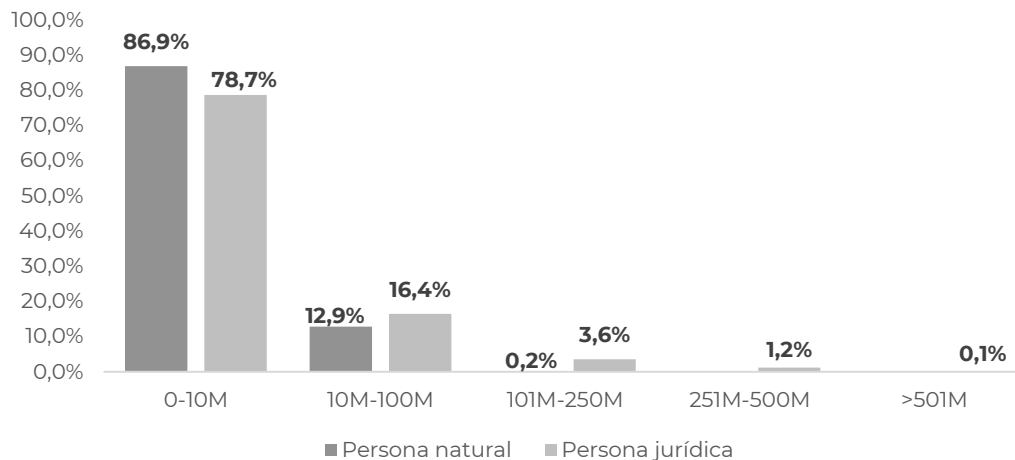
Las ventas se clasificaron en cinco rangos<sup>18</sup>, donde el primero reporta la mayor contribución tanto en personas naturales como jurídicas, con 86,9 % y 78,7 %, respectivamente. Los otros rangos tienen una participación minoritaria en personas naturales, y nula en los dos últimos; mientras que las sociedades reportaron ventas en todos los rangos.

**Tabla 2. Rangos de ventas**

Rango	Mínimo	Máximo
Rango 1	\$ 0	\$ 10.000.000
Rango 2	\$ 10.000.001	\$ 100.000.000
Rango 3	\$ 100.000.001	\$ 250.000.000
Rango 4	\$ 250.000.001	\$ 500.000.000
Rango 5	>	\$ 500.000.001

<sup>18</sup> Los rangos utilizados son los mismos que corresponde a la clasificación de activos de la caracterización empresarial 2018.

### Gráfico 23. Ventas reportadas por los usuarios persona natural y jurídica



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

## Servicios

Interactuar brinda a sus usuarios servicios financieros y empresariales. Los financieros son líneas de crédito que responden a las siguientes características:

**Tabla 3. Líneas de crédito Interactuar**

Línea	Monto Mínimo	Monto Máximo	Plazo Mínimo	Aplica cuando:
Micro-crédito	0,36 SMMLV \$300.000	25 SMMLV \$20'700.000	De 4 a 36 meses	Tu nivel de deuda no supere los 120 SMMLV Fortalecer o empezar tu propio negocio
Micro-consolidado	25,01 SMMLV \$20'700.001	99 SMMLV \$99'370.000	De 4 a 48* meses	Tu nivel de deuda no supere los 120 SMMLV Necesites capital para fortalecer o empezar tu propio negocio
Comercial	0,53 SMMLV \$438.000	99 SMMLV \$99'370.000	De 4 a 48* meses	Tu nivel de deuda supere los 120 SMMLV, excluyendo obligación hipotecaria vigente Necesites capital para fortalecer o empezar tu propio negocio
Consumo	0,36 SMMLV \$300.000	25 SMMLV \$20'700.000	De 4 a 24 meses	Requieras financiar los servicios de conocimiento que tomes con Interactuar

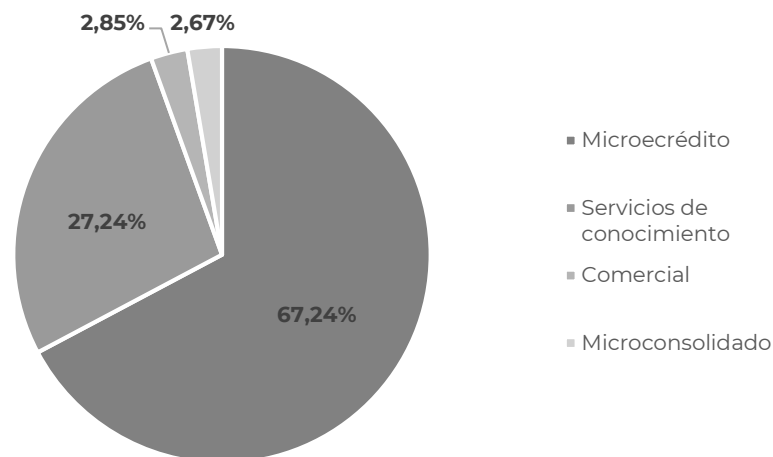
Fuente: [www.interactuar.org.co](http://www.interactuar.org.co)

En este reporte los servicios financieros analizados corresponden a las tres primeras líneas. y en el caso de los servicios empresariales (o conocimiento) no hubo ninguna subclasificación ya que existen muchas categorías, así que para facilitar la lectura se decidió trabajar con el consolidado.

Los servicios financieros, en personas naturales, son los más solicitados, 73 %, contra 27 % de los empresariales, y dentro de los financieros el microcrédito es el más demandado 67,24 % (Gráfico 24). En cambio, las sociedades adquirieron 85,18 % de los servicios de conocimiento versus 14,82 % de los financieros (Gráfico 25). Lo anterior indica que las personas naturales enfrentan más dificultades financieras, mientras que las sociedades requieren de herramientas de conocimiento; sin desconocer que para estas últimas el crédito es una fuente de apalancamiento.

Adicionalmente, se revisaron los montos desembolsados a los empresarios, y se halló en el caso de las personas naturales, que en promedio la suma prestada en la línea de microcrédito fue de \$2.932.041, \$22.556.665 en la línea de micro consolidado y \$26.319.786 en la comercial. Para las sociedades los montos varían de la siguiente manera: microcrédito \$6.800.188, micro consolidado \$33.498.688 y comercial \$44.387.805. De esta manera se concluye que las sociedades tienen mayor facilidad en la obtención de créditos. Frente a estas circunstancias se analizó si existen o no brechas en el acceso a servicios financieros por género<sup>19</sup> y resultó que, en todas las líneas de crédito, persisten las brechas a favor de los hombres (Tabla 4).

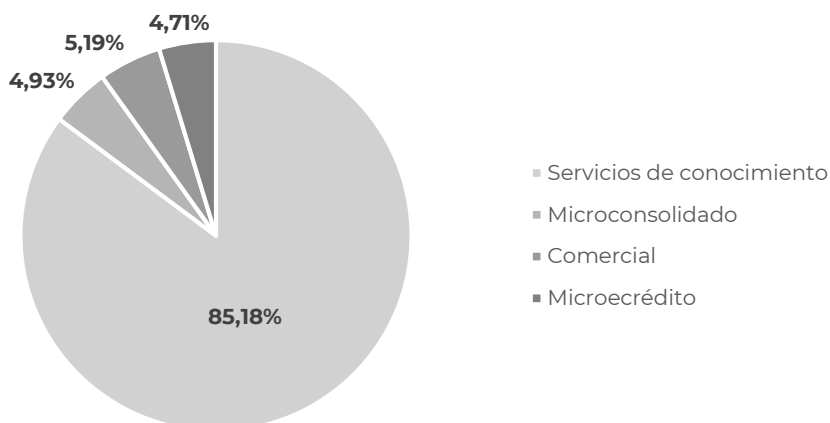
**Gráfico 24. Servicios demandados por los usuarios persona natural**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

<sup>19</sup> Los resultados por género se muestran solo para empresas persona natural.

**Gráfico 25. Servicios demandados por los usuarios persona jurídica**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

**Tabla 4. Montos promedio desembolsados según género**

Línea de crédito	Mujer	Hombre
Microcrédito	\$ 2.812.038	\$ 2.884.592
Microconsolidado	\$ 18.657.151	\$ 20.926.655
Comercial	\$ 24.702.138	\$ 29.193.651

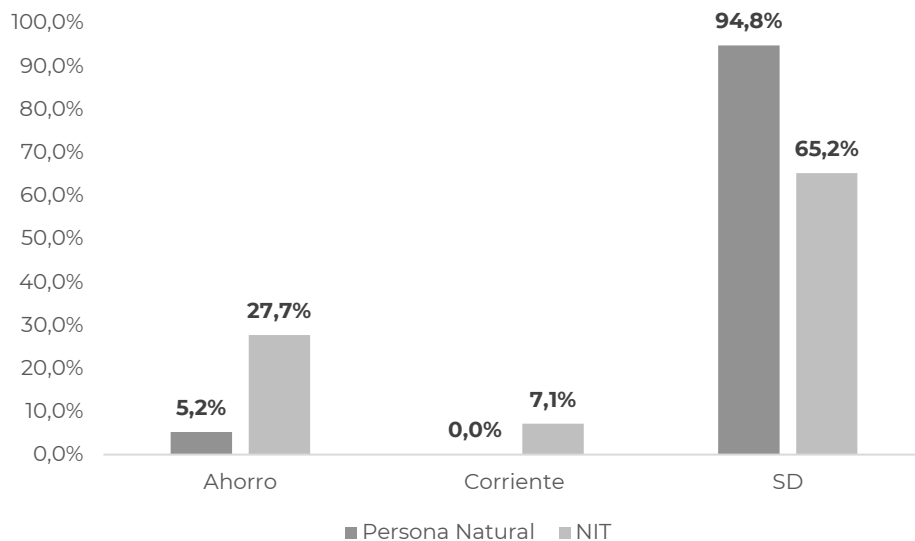
Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

## Tipo de cuenta

Ya se había mencionado que en diferentes reportes se tiene como indicador de inclusión financiera la tenencia de una cuenta, ahorros o corriente, algunos más rigurosos lo consideran así si el producto este activo y vigente. En este estudio, el alcance de la información disponible permite solo llegar hasta el reporte de tenencia y tipo de cuenta. Efectivamente, en el mercado bancario, el producto cuenta de ahorro es el más demandado. Las empresas sociedades participan con mayor frecuencia que las personas naturales, 27,7% vs 5,2 %, mientras que en el producto cuenta corriente la actividad de personas naturales es nula y la de sociedades 7,1 %.

Pese a que estos escenarios señalan a las sociedades con mayor vinculación al sector bancario este aún es insuficiente, 65,2 % no reportó ningún tipo de cuenta lo que significa que aún existen retos frente a la inclusión financiera.

**Gráfico 26. Tipo de cuenta reportada por los usuarios persona natural y jurídica**



Fuente: Interactuar 2017/18  
Cálculos: Unidad de investigaciones económicas, CCMA

## Conclusiones

En el período 2017/18, la microempresa fue el cliente principal de corporación, y según naturaleza jurídica, las personas naturales tienen la mayor participación (97,6 %). Por género, las mujeres acceden más a los servicios<sup>20</sup> en especial los financieros, sin embargo, en los montos desembolsados aún persisten las brechas a favor de los hombres.

El acceso a los servicios para personas naturales se calculó también por rangos de edad, y son tres grupos etarios los que más demandan servicios financieros: Millennials (Y), Generación X y Baby Boomers, con participaciones de 26, 63 %, 33,28 %, 30,86 %, respectivamente. En cuanto a escolaridad, más del 70 % tan solo completó la básica secundaria.

La actividad económica se encuentra en los sectores: comercio, industria y servicios siendo el primero el principal, para las empresas persona natural y el segundo para las sociedades. En cuanto al dinamismo en el mercado laboral, las sociedades contribuyen con 50 % de las empresas que generan de cinco hasta diez empleos, mientras que las empresas persona natural resuelven una situación de autoempleo. La permanencia en el mercado, medido en años, está marcada por las sociedades, 30,2 % reportó encontrarse en el mercado entre 13 y 20 años y 13,5 % dijeron estar hace más de 20 años; mientras 40,5 %, de las personas naturales respondió llevar en el mercado entre cero y seis años.

Las sociedades se encuentran principalmente localizadas en el Valle de Aburrá, siendo Medellín el municipio con mayor participación, 51,6 %. Estas empresas operan especialmente desde las comunas El Poblado, La Candelaria, Laureles-Estadio, Guayabal y la zona rural de Medellín. En contraste, las personas naturales están dispersas en los diferentes municipios de Antioquia, teniendo a Medellín como su principal ubicación, 32,5 %. Estas empresas, a diferencia de las sociedades, operan en las zonas periféricas y menos favorables de la ciudad.

---

<sup>20</sup>Financieros y empresariales.

Los servicios prestados por la corporación están agrupados en financieros y empresariales, también llamados de conocimiento: estos últimos son más demandados por las sociedades 85,18 % versus 14,82 % de las personas naturales, quienes en cambio solicitaron mayoritariamente microcréditos. El monto promedio desembolsado a las sociedades fue el doble (\$6.800.000), que el otorgado a las personas naturales. Frente a lo que corresponde a los montos de las otras líneas crediticias<sup>21</sup> la relación no alcanza a ser dos a uno, pero si existe una brecha a favor de las sociedades. La tenencia de cuenta (de ahorros o corriente) por parte de las sociedades, es de 27,7 % para ahorros y 7,1 % en la de tipo corriente; para personas naturales dichos porcentajes son de 5,2 % y 0 %, respectivamente.

---

<sup>21</sup> Línea de crédito Micro consolidado y Comercial

## Trabajos citados

Banca de las Oportunidades. (2019). Reporte de Inclusión Financiera 2018. Recuperado de: <http://bancadelasoportunidades.gov.co/>

Banco de la República. (2019). Reporte de la situación actual del microcrédito en Colombia 2019. Recuperado de: <http://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-serie/2040>

CEPAL. (2011). Políticas de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/3894-politica-publica-instrumentos-financiamiento-pymes-colombia>

Anif. (2018). La inclusión financiera de la Mipymes en Colombia. Recuperado de: <http://anif.co/Biblioteca/politica-fiscal/la-inclusion-financiera-de-las-mipyme-en-colombia>

Banca de las Oportunidades. (2018). Reporte de Inclusión Financiera 2017. Recuperado de: [http://bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2018-07/RIF%202017%20LIBRO%20FINAL\\_WEB%2002\\_1.pdf](http://bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2018-07/RIF%202017%20LIBRO%20FINAL_WEB%2002_1.pdf)

Nielsen. (2016). Estilos de Vida Generacionales. Recuperado de: <https://www.nielsen.com/cl/es/insights/article/2016/estudio-global-estilos-de-vida-generacionales/>



