



VOCES Y ROSTROS

de las economías populares de

BOYACÁ

Proyecto investigativo

Caracterización de la población de las economías campesinas y populares

Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas
Coordinación Nacional de Relacionamento con la Ciudadanía
2024

Contenido

Presentación.....	6
Introducción.....	10
Aspectos metodológicos.....	14
Generalidades de las economías populares.....	16
¿Qué son las economías populares?.....	16
La relación entre micronegocio y las economías populares.....	18
¿Cuáles son los sectores que hacen parte de las economías populares?.....	19
¿Quiénes hacen parte de la economías populares?.....	20
Las economías populares en el departamento de Boyacá.....	22
Distribución de los micronegocios del departamento.....	23
Municipios priorizados y participación de las comunidades.....	24
Dimensiones de la Población de las economías populares	25
Dimensión social.....	27
Participación de la mujer.....	28
como propietaria de micronegocios.....	28
Nivel educativo alcanzado por los propietarios de micronegocios.....	29
Tipo de tenencia de vivienda entre los propietarios de micronegocios: claves para comprender su realidad económica.....	33
Grupos etarios de los propietarios de micronegocios.....	34
El relevo generacional: una realidad preocupante para labores artesanales y ancestrales en el departamento.....	35
Dimensión cultural	36
Transferencias de técnicas y conocimiento.....	38
La familia: base del aprendizaje en la actividad artesanal y comercial de Boyacá.....	39

Dimensión productiva	42
Sector servicios.....	42
Sector comercio.....	47
Sector manufactura.....	51
Dimensión organizativa.....	57
Trabajo familiar o trabajo en familia.....	59
Cultura asociativa.....	60
Dimensión ambiental	62
Recomendaciones para el impulso de las economías populares desde la oferta de servicios SENA	66
Conclusiones	68
Dimensión Cultural	68
Dimensión Social.....	68
Dimensión Productiva	69
Dimensión Organizativa.....	70
Dimensión ambiental.....	71
Tabla de siglas	72
Glosario	73
Referencias	77

Presentación



Jorge Eduardo Londoño Ulloa Director General SENA

El campesinado y las personas que integran las economías populares en Colombia han desempeñado durante décadas un papel fundamental en el impulso y crecimiento económico del país. Su labor ha permitido la supervivencia y bienestar de familias y comunidades que, en su mayoría, han sido marginados de las dinámicas económicas predominantes.

Sin embargo, históricamente, tanto el trabajo de estas personas, como la garantía de sus derechos y su bienestar no han sido protagonistas de las conversaciones, acuerdos y acciones que se movilizan y priorizan desde la legislación y de los mecanismos que transforman las políticas en las realidades tangibles para las poblaciones rurales y urbanas que vinculan su labor, actividad y trabajo en las economías populares y campesinas.

Es importante destacar que se habla de economías (en plural), ya que las prácticas de las economías campesinas y populares se distancian de las lógicas capitalistas y ortodoxas. Su objetivo no es la maximización y acumulación de los ingresos, ni la concepción del trabajo como una mercancía. Por el contrario, desde sus unidades productivas, buscan velar por el cuidado y el bienestar de sus familias, comunidades, tierras y territorios, en sus dimensiones fisiológicas, sociales y culturales.

Estas economías están profundamente enraizadas en los bienes ambientales y el tejido social que las sostiene, configuradas por los repertorios culturales que forman parte de las luchas y reivindicación por el reconocimiento de sus derechos, prácticas y saberes.

En el ámbito popular urbano, según Confecamaras, la economía popular está vinculada, en un 92 % a microempresas y a su población laboral asociada. No obstante, muchas unidades productivas, domésticas y familiares no están registradas, lo que sugiere una cifra mucho mayor a la reportada. Además, según la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (DANE), en Colombia, 10.64 millones de personas mayores de 15 años se identifican como campesinas, sujetos de especial protección constitucional que desarrollan actividades vinculadas a la economía campesina.

Frente a esta realidad, el Gobierno Nacional “Colombia Potencia Mundial de la Vida”, y la Dirección General del SENA han puesto en marcha dos estrategias clave: **CampeSENA y Full Popular**. Estas iniciativas buscan visibilizar, acompañar, asesorar y brindar herramientas flexibles y adaptadas para responder de manera más precisa a las necesidades de estas poblaciones.

Con estas iniciativas, el SENA reconoce integralmente los derechos del campesinado y de las personas de las economías populares, fortaleciendo su calidad de vida y las formas subyacentes de vivirla, teniendo en cuenta sus territorios y economías. Este es el camino propuesto para saldar la deuda histórica del Estado colombiano con el campesinado, avanzar en el reconocimiento constitucional de sus derechos y contribuir a la implementación de políticas públicas que

que garanticen su bienestar, el derecho a la alimentación y el fortalecimiento de la soberanía alimentaria.

Desde la misionalidad institucional, es importante reconocer las formas en las que el campesinado construye conocimiento y trabaja en la interacción constante con su territorio. Esta dinámica genera una diversidad económica, social, ambiental y cultural que, al ser potencializada, puede reducir la desigualdad, promover la equidad, el desarrollo y la construcción de paz en los territorios.

En cuanto a la población de las economías populares, el SENA implementó la estrategia **Full Popular**, que busca contribuir al crecimiento económico de sus unidades de negocio mediante el fortalecimiento de sus capacidades técnicas, productivas, asociativas y de comercialización. Esto con el fin de promover la igualdad social, cultural y económica, desde una asistencia integral, diferencial e incluyente que aumente su sostenibilidad e independencia.

Por esto, el SENA planteó la tarea de la caracterización considerando los circuitos migratorios y los vínculos ciudad-región, del campo y las ciudades, establecidos en el contexto colombiano de violencia, desplazamiento forzado, concentración de tierras y ausencia de la reforma agraria.

Lo anterior, ha establecido como normalidad el desarraigo y el desplazamiento a las ciudades de muchos campesinos y en su transición como fuerza de trabajo disponible, en la vida urbana se han sumado a la población de trabajadores que forman parte de las economías populares, también diversas, aportando a la reducción de la desigualdad.

Para avanzar en esta tarea, la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas adelantó el proyecto de Caracterización de la población de las economías campesinas y populares. Este busca conocer y caracterizar al campesinado colombiano arraigado en las veredas, así como a los sujetos de las economías populares que se ha consolidado en las regiones y ciudades del país.

La histórica presencia del SENA en los territorios y las acciones construidas en conjunto con la población de los 32 departamentos de Colombia han consolidado una institución con arraigo y legitimidad para contribuir en el reconocimiento y la caracterización de la población. Esto permite considerar sus características específicas en cada territorio, identificando brechas, necesidades y logros alcanzados, con el fin de brindar servicios más adecuados y flexibles que promuevan sus derechos y dignidad.

De esta manera, se fomenta el desarrollo de circuitos productivos, la asociatividad y la productividad con distribución equitativa, elevando la calidad de vida del campesinado y de las personas dedicadas a las economías populares.

Este trabajo fue realizado a través del diálogo y la participación, considerando las experiencias personales y los relatos de vida para comprender las formas individuales y grupales de ser y convivir de estas poblaciones.

La presencia institucional en las distintas regiones permite al SENA reconocer las diversas formas de trabajo y economías asociadas a la geografía y cultura del campesinado, así como su relación con la población de las economías populares, producto de procesos de poblamiento y territorialización.

Estas poblaciones, en su relación con la tierra y mediante su trabajo, aportan a diversos sectores de la economía, a los procesos de urbanización y a la configuración de mercados de trabajos urbanos.

Es importante resaltar la significativa contribución de los campesinos a la seguridad alimentaria, al sostenimiento de los mercados de trabajo urbanos y la configuración de iniciativas productivas en el marco de las economías populares, así como la especial labor de las mujeres en todas las actividades de cuidado comunitario y familiar que permiten la reproducción de la fuerza de trabajo para los distintos sectores productivos del país.

Introducción

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) cumple la labor de promover el desarrollo social y técnico de las personas trabajadoras del país. A través de su formación profesional integral, facilita la incorporación de las personas en actividades productivas que contribuyen al crecimiento social, económico y tecnológico de Colombia, de acuerdo con el artículo 2° de la Ley 119 de 1994.

La Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas, a través de la Coordinación Nacional de Relacionamiento con la Ciudadanía tiene como función, entre otras, caracterizar los grupos de valor e interés de la Entidad; dirigido a facilitar el diseño y ejecución de estrategias para promover la participación, rendición de cuentas, simplificación de trámites, transparencia y atención al ciudadano, ajustándose a sus particularidades, necesidades y expectativas.

Mediante las estrategias CampeSENA y Full Popular, el SENA busca aunar esfuerzos interinstitucionales para caracterizar estas poblaciones y brindar una atención integral y diferencial, a través del proyecto de inversión **‘Fortalecer la prestación integral de los servicios del SENA para la población de las economías campesinas y las economías populares’**.

El proyecto está orientado a fortalecer la información sobre la población de las economías campesinas y de las economías populares para reorientar la oferta integral del SENA; para ello, un equipo multidisciplinario recorrió en 2024 diversas regiones del país, 18 departamentos y 70 municipios, dialogando con comunidades campesinas, indígenas, productores agropecuarios, pescadores, asociaciones de comerciantes, propietarias y propietarios de micronegocios, vendedores informales, artesanos y artesanas, entre otros, para recopilar sus saberes, intereses y expectativas.

El trabajo se materializó en cartillas que presentan, desde las voces y los rostros, orientaciones para el equipo directivo a nivel nacional y regional, en el planteamiento de acciones de atención que fortalezcan, adapten y flexibilicen las prácticas, procesos y servicios institucionales, respondiendo con pertinencia y calidad a las necesidades de la población campesina y de economías populares de Colombia.

Cada cartilla cuenta con siete apartados: en el primero, se presentan datos generales sobre la población campesina del departamento, centros de formación del SENA y la experiencia del equipo investigador con la población y los municipios priorizados.

En los siguientes apartados, se describen las dinámicas productivas, territoriales, ambientales, organizativas y culturales que distinguen cada región con información de tipo cuantitativo, incorporando el análisis de los microdatos procesados para el departamento; y cualitativo, tomando la información recopilada en el trabajo desarrollado con la comunidad, a través de los grupos focales y los diálogos con las comunidades en los municipios priorizados.

El último apartado contiene las recomendaciones que el equipo investigador sugiere, con el fin de adecuar y reorientar los servicios ofrecidos, garantizando una mayor pertinencia para las poblaciones de las economías campesinas y populares.

Este ejercicio de sistematización tiene como objetivo destacar las características, necesidades y expectativas de la población campesina, haciendo énfasis en los relatos y testimonios de la población que dan cuenta de sus estilos de relación, experiencias, formas de organización, realidades territoriales, dinámicas productivas y socioculturales.

Con base en esta información se plantean algunas recomendaciones para que la Dirección General, las regionales y los centros de formación puedan incorporarlas en la programación indicativa y en los planes de acción regional, con el fin de responder a las necesidades de las comunidades en sus contextos.

El equipo que lideró el proceso de interacción con la población y la comunidad se conformó por un grupo interdisciplinario con profesionales de las ciencias sociales y de la salud; antropología, ciencias políticas, sociología, trabajo social, comunicación social y veterinaria.

El análisis de sus realidades surgió a partir de reflexiones desde cada campo de conocimiento, buscando resignificar las formas de vida de la comunidad y recuperar la memoria social. De esta manera, se logra tener una aproximación a sus relatos para comprender e interpretar las formas individuales y grupales de convivir en la ruralidad.

El documento también contribuye como fuente de consulta para el campesinado, entes departamentales y municipales, organizaciones y agencias de cooperación para orientar sus políticas, planes, programas y proyectos del sector rural donde habitan campesinos.



Aspectos metodológicos

El proyecto de “Caracterización de la Población de la Economía Campesina y Popular” tiene un alcance de tres fases que se desarrollarán durante las vigencias 2024 a 2026. Su objetivo es recopilar y analizar información sobre la economías campesinas y las economías populares. En 2024, se centró en la recolección de datos contextuales y la realización de un diagnóstico regional, mediante trabajo de campo y consulta de fuentes secundarias.

En 2025, se actualizará y ampliará la información del primer año, incorporando nuevas perspectivas territoriales, complementado y actualizando el contenido de las cartillas.

Finalmente, en 2026, el análisis se enfocará en los datos del SENA, integrando elementos clave de los años anteriores para presentar una versión final de las recomendaciones, con el fin de adaptar la oferta y servicios institucionales a las necesidades de las poblaciones de las economías campesinas y populares.

La investigación adelantada a la fecha se desarrolló en varias etapas, comenzando por una revisión bibliográfica de fuentes institucionales y académicas, centrada en identificar los conceptos clave que guían la caracterización de las poblaciones y temáticas del proyecto.

El marco de referencia del proyecto comprende los ejes y catalizadores del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia Potencia de la Vida”, los planes de desarrollo departamentales y municipales, los Planes Integrales de Desarrollo Agropecuario con Enfoque Territorial (PIDARET); así como el plan estratégico del SENA y los planes sectoriales, que incluyen los enfoques diferenciales que implementa la Entidad.

La metodología del proyecto combina datos cualitativos y cuantitativos, con el fin de lograr una mejor comprensión de las poblaciones que constituyen los grupos de valor de la Entidad. Esto incluye familias y comunidades campesinas, indígenas, afrocolombianas, raizales y palenqueras, que basan su sustento ya sea en el marco de las economías campesinas o como actores de las distintas unidades económicas de las economías populares y quienes son destinatarias de los servicios del SENA.

Para la implementación de los datos cualitativos, se realizaron grupos focales y entrevistas en campo con actores locales que basan su sustento ya sea en el marco de la economía campesina o como actores de las distintas unidades económicas de las economías populares; los datos cuantitativos, fueron extraídos de fuentes como datos abiertos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), incluyendo la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV), la Encuesta de Micronegocios (EMICRON), la Encuesta de Cultura Política (ECP) de 2023, el Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) de 2018 entre otros.

En 2024, el equipo de caracterización visitó 18 departamentos y 70 municipios, priorizados en trabajo conjunto con las Coordinaciones Regionales de Relaciones Corporativas e Internacionales de las 33 regionales del SENA, estableciendo los criterios para la selección de los municipios, sumando las recomendaciones de los Coordinadores Regionales.

Finalmente, durante la fase de alistamiento, fue necesario replantear algunos municipios o rutas según las condiciones de seguridad, accesibilidad y otros factores relevantes en cada departamento.

La información recopilada en los grupos focales y entrevistas fue transcrita y sistematizada a través de matrices de análisis, destacando citas textuales relevantes.

Las bitácoras de campo y el intercambio de experiencias del equipo complementaron el análisis, dando paso a la redacción de las cartillas, que integran tanto datos cualitativos como cuantitativos.



Generalidades de las economías populares

¿Qué son las economías populares?

El concepto de economía popular no es nuevo, pero sí ha evolucionado con el tiempo. Hablar de economía popular es incluir una serie de discusiones que abarcan el autoempleo, las unidades productivas de pequeña escala. Existe entre los límites de la formalidad e informalidad, las economías inclusivas, la asociatividad, la reindustrialización, los micronegocios y el bajo valor agregado, entre otros.

Por lo anterior, y a partir del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia Potencia Mundial de la Vida” (PND, 2023, p. 135), se llega a la comprensión de la economía popular desde la siguiente imagen:

¿Qué es?

“La economía popular se refiere a los oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticas o comunitarias)...

¿Quiénes forman parte?

... desarrolladas por unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico.

¿Cómo se ejerce?

... Los actores de la Economía Popular pueden realizar sus actividades de manera individual, en unidades económicas u organizados de manera asociativa...

¿Cuál es el aporte de la economía popular?

... Estas actividades generan valor social y económico significativo...

¿Cuáles son los retos?

... y una vez entendido su funcionamiento y lógica de acción, se implementarán mecanismos que contribuyan a su crecimiento y productividad.”

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 (PND, 2023, p. 135)

En relación con este concepto, Jorge Eduardo Londoño Ulloa, director general del SENA, durante el lanzamiento de la estrategia Full Popular, mencionó: “La economía popular es la economía de los excluidos, de los ninguneados, de aquellos que no forman parte del mercado laboral y se ven obligados a crear su propio trabajo...” (29 de agosto de 2023). Por ello, para las discusiones en Colombia, lo fundamental de esta economía, son las personas.

Durante el evento, el presidente de Colombia, Gustavo Petro Urrego, expresó: “La gente no se divide entre informales y formales, la gente

es trabajadora, punto...” (29 de agosto de 2023). A partir de esto, se entiende que son las personas quienes mueven esta economía, y es con ellas con quienes es necesario trabajar para potencializar el conocimiento que ya tienen, transformándolo en una fuente de trabajo sostenible.

Los actores de la economía popular son muy diversos, y la gran mayoría de ellos enfrenta diferentes situaciones que complejizan su actividad. Entre estos desafíos se encuentran el no tener un ingreso salarial fijo, formas de protección social, acceso a crédito, entre otras. Por lo tanto, reconocer a los protagonistas de esta economía implica entender que los sectores populares no se limitan a sobrevivir, si no que viven (Roig, 2017).

La relación entre micronegocio y las economías populares

Es importante comprender que las actividades productivas que forman parte de las economías populares, son de baja escala, es decir, son las realizadas por trabajadores de los sectores populares, en este contexto, el país ha implementado metodologías para poder conocer como desde las cifras, se constituyen dichas actividades productivas.

El DANE define a un micronegocio como ‘Unidad económica con un máximo nueve (9) personas ocupadas, que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objetivo de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario/a o arrendatario/a de los medios de producción’ (DANE, 2024, p. 3).

En ese sentido, EMICRON identificó características de las personas dueñas de los micronegocios en Colombia como propietarias o poseedoras de los medios de producción con los cuales desarrolla su

actividad económica, y también prestan sus servicios profesionales, sin ser subordinados. Son responsables de las deudas contraídas en el proceso de producción, comercialización o prestación de servicios que le genera ingresos.

Además, son las encargadas de buscar a sus clientes y los negocios pueden ser operados por una sola persona. Por ello, las cifras mostradas en EMICRON permiten caracterizar los datos cuantitativos de la población y de los micronegocios que hacen parte de la economía popular (DANE, 2024).

¿Cuáles son los sectores que hacen parte de las economías populares?

En primer lugar, es necesario entender que, al tratarse de actividades que surgen de la necesidad de la población por obtener un sustento económico, estas son suficientemente diversas lo que hace difícil su clasificación. Sin embargo, en ella se encuentran presentes los vendedores ambulantes, tenderos, comerciantes, teatreros, cuenteros, artesanos, personas dedicadas a la producción de comidas típicas y entre muchos otros.

Estas personas hacen parte de una economía de subsistencia, donde, según Coraggio (2016), el objetivo del micronegocio no es la acumulación de capital sin límites, sino que son mediaciones para lograr mejores condiciones de vida, obteniendo un ingreso neto mediante la producción y venta autónoma de bienes y servicios.

A partir de la clasificación y agrupación de las actividades económicas que la EMICRON usa para identificar a los micronegocios, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de las actividades económicas, Revisión 4 Adaptada para Colombia (DANE, 2022), el equipo de caracterización identificó cuatro grupos, en economía campesina: agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; mientras que para la economía popular está el sector servicios, comercio y manufactura como se evidencia en la siguiente tabla.



Economías Campesinas

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca

Se incluyen actividades como siembra, cosecha, manejo de especies menores y mayores, producción de pastos y praderas, entre otros.

Servicios

Se incluyen actividades como: construcción, transporte y almacenamiento, alojamiento y servicios de comida, información y comunicaciones, actividades inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos, educación, actividades de atención a la salud humana y de asistencia social, y actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación, entre otras.

Comercio

Se incluyen actividades como la transformación mecánica o química de sustancias orgánicas e inorgánicas en productos nuevos, elaborados bien sea a mano o con maquinaria.

Industria manufacturera

Esta sección incluye la venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía, entre otros.

Economías Populares



Fuente: Diseño propio a partir de Acuerdo No. 890 de 2023 del Concejo de Bogotá.

¿Quiénes hacen parte de la economías populares?

Para Coraggio (2020; 2011), la economía popular es de los trabajadores, independientes o autónomos que quieren vivir o viven de su trabajo, es una economía que puede ser unipersonal, de la familia, comunidad, asociación, organización y/o redes de cooperación mutua, formales o informales. En este sentido, la economía popular no es la economía de los pobres, sino de los trabajadores y trabajadoras que, aunque en muchos de los casos son víctimas de la ausencia de la protección social, es la base de la economía social, diversa como las ideas para poder obtener un ingreso monetario.

En Colombia, esta es la economía de la cual hacen parte 5.188.402 micronegocios, los cuales generan el mayor número de empleos y ocupados (DANE, 2024). De lo anterior, es fundamental destacar que la economía popular es aquella en la cual el objetivo principal es la consolidación del trabajo antes que la acumulación de capital (Coraggio, 2011).

Otra característica de las personas que forman parte de la economía popular es que dependen de su continua realización de su fuerza de trabajo para generar una subsistencia económica tanto para ellas mismas como para sus familias.

Tomando como base el Acuerdo No. 890 de 2023 del Concejo de Bogotá, los actores de la economía popular se evidencian en la siguiente tabla:

	Vendedores informales de ocupación u oficio	Trabajadores por cuenta propia	Economía social y solidaria
	“Todas las personas que se dediquen al comercio de bienes o servicios en el espacio público” (p. 1).	“Persona que explota su propia empresa económica sin utilizar trabajadores, empleados u obreros remunerados” (p. 1).	“Actividades económicas de tipo asociativo fundadas sobre los valores de solidaridad, autonomía y ciudadanía” (p. 2).
	Micronegocio	Organizaciones económicas populares	Economía del cuidado
	“Es la unidad económica con máximo nueve (9) personas ocupadas, que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción” (p. 2).	“Toda organización social que desarrolla su actividad económica en el marco de la economía popular” (p. 2).	“Comprende la producción, distribución, intercambio y consumo de los servicios de cuidado como el trabajo doméstico y el cuidado no remunerado” (p. 2).



Las economías populares en el departamento de Boyacá

Boyacá es reconocido como el departamento de la libertad, se encuentra dividido en 123 municipios, agrupados en 13 provincias. Está ubicado sobre la cordillera oriental, en la zona centro oriental de Colombia y tiene cerca de 1.217.376 personas (DANE, 2018). Con una extensión de 23,189 km², el departamento de Boyacá destaca por su diversidad biológica, climática y poblacional. Su inventario ecosistémico abarca todos los pisos térmicos, lo que lo convierte en un territorio único.

En algunos de sus municipios predominan las bajas temperaturas, además es poseedor de una notable riqueza de páramos y albergar el Parque Nacional Natural El Cocuy, uno de los seis nevados del país. Las y los habitantes de Boyacá aprovechan las oportunidades que brinda su geografía privilegiada para desarrollar actividades económicas como el turismo, la gastronomía, la artesanía y la valorización de su rica historia.

Boyacá limita al sur con los departamentos de Meta y Cundinamarca, al norte con Santander, al oriente con Casanare y Arauca — donde

hace presencia la comunidad indígena U'wa, principalmente en el municipio de Cubará—, y al occidente con Antioquia, separados por el majestuoso río Magdalena.

Distribución de los micronegocios del departamento

A lo largo del trabajo de campo en el departamento de Boyacá se identificaron diversas actividades que son propias de las economías populares, de las cuales se podrían destacar la producción artesanal, la gastronomía y el comercio en los municipios. Estas actividades han prosperado gracias a la interacción y retroalimentación constante de las comunidades locales.

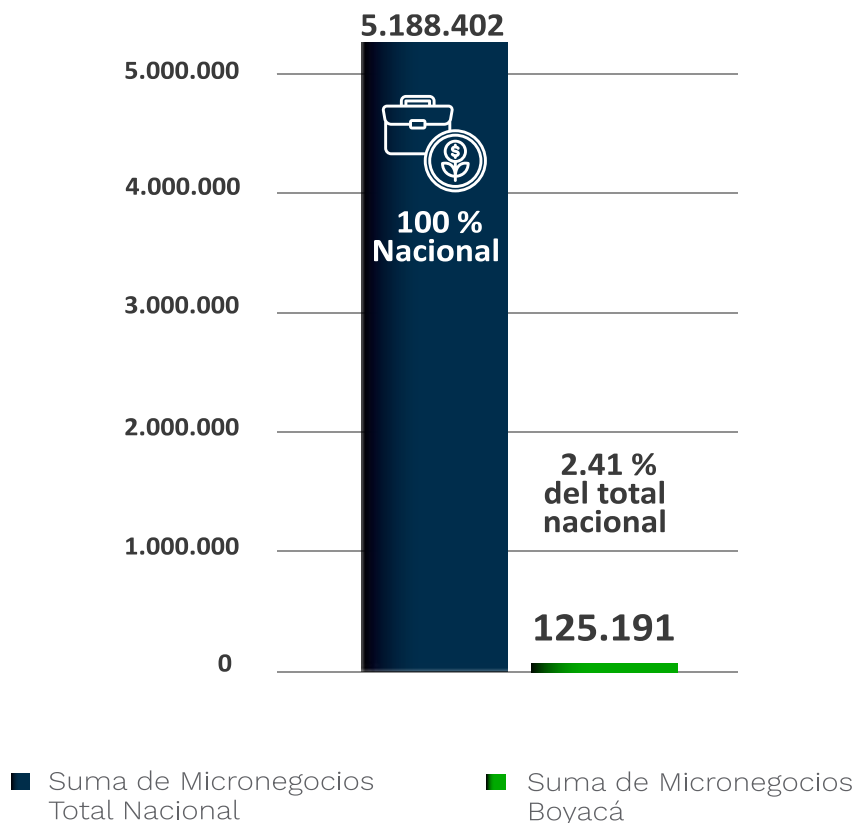
Los municipios en los que se realizó el trabajo de campo tienen una notable fortaleza en sus vías de acceso primarias, lo que facilita el flujo de turistas y dinamiza el comercio. Sin embargo, la situación cambia al desplazarse hacia algunas veredas, donde las vías requieren mantenimiento e intervención. Mejorar esta infraestructura es clave para hacer más competitivo el proceso de comercialización de los productos locales.

En cuanto a los micronegocios, según EMICRON, dentro de los 5.188.402 micronegocios existentes a nivel nacional, el departamento de Boyacá aporta el 2,41 % a ese total; es decir, este departamento cuenta con 125.191 micronegocios, de los cuales el 10 % de ellos están localizados en las cabeceras municipales y el 90 % restante en los centros poblados y rural disperso.

Es importante anotar que en el 88% de estos micronegocios únicamente labora su propietario (trabajador por cuenta propia), el 12% restante son de tipo patrón o empleador, cuando en el micronegocio lo constituyen hasta 9 personas (DANE,2024).



Gráfica 1. Comparativo Número de Micronegocios



Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE 2024).

Municipios priorizados y participación de las comunidades

El equipo de caracterización llevó a cabo el trabajo de campo en siete municipios seleccionados del departamento. Durante este ejercicio, se realizaron jornadas con grupos focales, donde participaron asociaciones, cooperativas y emprendedores. En total, asistieron 87 personas, lo que permitió recoger sus perspectivas y comprender en profundidad las dinámicas de la economía popular en sus territorios.

Mapa 1. Mapa de municipios priorizados y participación de las comunidades



Fuente: Elaboración propia.

Dimensiones de la Población de las economías populares

El proceso de caracterización de la población de las economías populares tiene el objetivo de ampliar la información que posee el SENA, para fortalecer la pertinencia de la oferta de servicios de la Entidad. Lo anterior implica indagar con las comunidades en sus territorios, con el propósito de identificar las dinámicas propias de sus actividades cotidianas y en algunos casos sus mecanismos intrínsecos de los procesos de construcción social, su relación con el contexto cultural, los modos de organización de sus unidades económicas, las fortalezas, dificultades y necesidades de sus distintas formas y sectores de producción, así como de su relación con el medio ambiente.

Se establecieron cinco dimensiones: social, cultural, organizativa, productiva y ambiental, con el fin de llevar a cabo la observación, el estudio y el análisis, y así identificar las características que definen a las personas que forman parte de la población de las economías populares. Estas se evidencian en el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración propia.

Dimensión social

La población que pertenece a las economías populares se caracteriza por acoger a aquellos actores de la economía de las regiones con mayor capacidad de adaptación y resiliencia. Entonces quienes hacen parte de ella deben entenderse ante todo como sujetos socialmente diversos, cuyo propósito es poder hacer uso de su fuerza de trabajo, que es su principal medio para generar los ingresos que garanticen su modo de vida.

En algunos casos logran brindar la oportunidad de crear una oferta laboral, para otros permite suplir sus necesidades y las de su núcleo familiar (Coraggio, 2004; Molano, 2007a).

Para comprender las características y dinámicas propias del quehacer económico de este segmento de la población, se deben relacionar aspectos como el enfoque diferencial, el grado de escolaridad, el número de personas ocupadas, las tasas de desempleo, las intenciones de creación de micronegocios y el análisis de grupos etarios, entre otros, los cuales conforman la dimensión social de la economía popular (DANE, 2024).





Participación de la mujer como propietaria de micronegocios

Según las cifras de EMICRON y la GEIH (DANE, 2024), en Colombia el 25,54 % de micronegocios son propiedad de mujeres. En Boyacá esta cifra es significativamente superior al dato nacional, donde las mujeres son propietarias del 43 % de los micronegocios del departamento.

Un ejemplo se encontró en el norte de Boyacá, donde las mujeres artesanas de Guacamayas consolidaron una asociación que protege su invaluable patrimonio cultural. Esto lo hacen a través del tejido en fique, preservando saberes ancestrales y convirtiendo esta técnica en el eje central del sustento de sus familias.

Unidas por la creatividad y el arte, Nidya, María, Jenni, y Johana, cada una con su estilo único, elaboran piezas innovadoras y coloridas que cautivan a quienes las contemplan.

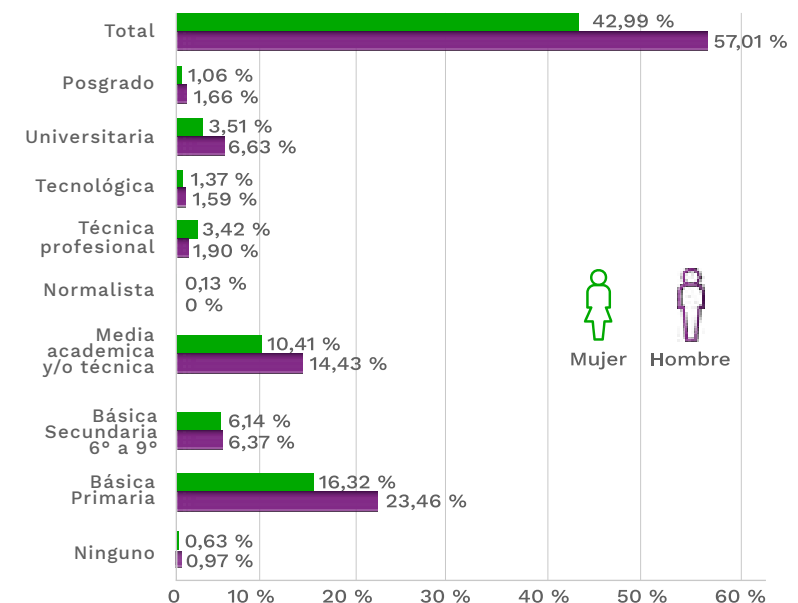
Su esfuerzo y dedicación han llevado estas creaciones más allá de las fronteras, obteniendo reconocimiento tanto en Colombia como en escenarios internacionales.

Nivel educativo alcanzado por los propietarios de micronegocios

Entender el nivel educativo de la población que hace parte de las economías populares en el departamento de Boyacá es fundamental, ya que permite identificar las herramientas con las que cuentan al momento de enfrentarse a algún tipo de formación que puede brindar el SENA. Por lo tanto, tener esto en consideración es clave para plantear las características que debe tener el diseño curricular.

El siguiente gráfico, presenta una radiografía de la formación académica alcanzada por los propietarios de micronegocios en el departamento, como aspecto fundamental para tener en cuenta en el diseño de estrategias dirigidas al fortalecimiento de competencias en la población y, por ende, para el fortalecimiento de sus unidades productivas.

Gráfica 2. Nivel educativo alcanzado por los propietarios de micronegocios, según sexo



Fuente: Cálculos propios a partir de EMICRON Vs GEIH (DANE, 2024).

El mayor porcentaje de la población, tanto hombres como mujeres, cuenta con educación básica primaria, alcanzando un 23,46 % y un 16,32 %, respectivamente, para un total combinado del 39,78 %. El 12,50 % de las personas completaron estudios entre sexto y noveno grado, mientras que el 24,84 % finalizó la educación media y técnica. En cuanto a la educación superior y técnica profesional, el 5,32 % posee formación técnica, el 2,96 % es tecnólogo, el 10,14 % alcanzó estudios universitarios y, finalmente, el 2,72 % cuenta con formación de posgrado (DANE, 2024).

Esto indica que sería adecuado tener en cuenta que alrededor del 50 % de la población que tiene micronegocios en el departamento de Boyacá tiene estudios hasta noveno grado o menos. Esto resulta ser un aspecto relevante para evaluar frente a las herramientas que puede incorporar el SENA en sus programas de formación para atender las necesidades que pueden surgir de esta situación.

Población ocupada en los micronegocios

Según EMICRON, la tasa de desocupación en Boyacá es del 9,9 %, ubicándose ligeramente por debajo del promedio nacional (DANE, 2024). Las actividades económicas desarrolladas en los micronegocios del departamento desempeñan un papel crucial en la reducción de los niveles de desocupación. Estas actividades involucran un total de 181.948 personas, cifra que resulta de la suma de 125.191 propietarios y 56.757 colaboradores, quienes se dividen entre socios, trabajadores remunerados y familiares o trabajadores no remunerados.

Micronegocios: Una solución ante la falta de empleo

A través del diálogo con la población se identificó que los micronegocios surgen principalmente de las limitaciones para acceder al mercado laboral formal y la necesidad de generar ingresos.

En la plaza de mercado de Sogamoso – Sogabastos, los comerciantes expresaron que varios de ellos son trabajadores de toda la vida, así

como herederos de negocios familiares. Particularmente, algunos jóvenes que colaboran en los puestos de venta, expresaron la dificultad para ingresar a la universidad debido a la carga laboral, que resulta fundamental para el sustento familiar. Ante esta situación, sugieren que, si el SENA lleva programas de formación al territorio, estos deberían contar con horarios flexibles, lo cual consideran clave para acceder a programas de formación titulada.

En el municipio de Soatá, mediante observación y diálogos con los habitantes, se evidenció un interés creciente en el turismo como una oportunidad para aprovechar las riquezas de la provincia del norte. No obstante, manifiestan inquietudes ante las políticas de prohibición del uso de plásticos y la implementación de la facturación electrónica, ya que carecen de información sobre el funcionamiento de estas políticas y el margen de acción que tienen sobre estas.

Reconocen que, para consolidarse como destino turístico, es esencial contar con programas de capacitación que les permitan mejorar la calidad de los servicios ofrecidos a los visitantes y, al mismo tiempo, garantizar la preservación de sus recursos naturales. Sin embargo, destacan que hasta el momento no han recibido la formación necesaria para ello.

Actualmente, los habitantes de Soatá se apoyan en pequeños negocios, donde sobresalen los vendedores ambulantes de bebidas calientes y frías. Estos comerciantes se ubican estratégicamente en lugares concurridos, como las afueras de la iglesia, el hospital, los parques y las vías principales que conectan el municipio con el norte.

El trabajo de campo realizado en el departamento evidencia una baja incorporación de personas en las empresas locales, además de dificultades para acceder a formación educativa una vez finalizado el grado 9° o 11°. Los micronegocios enfrentan múltiples tensiones y desafíos, incluyendo el limitado acceso a formación adaptada a sus necesidades, la incertidumbre frente a políticas públicas y la constante

y la constante necesidad de ajustarse a un entorno cambiante. El reto principal radica en crear un ecosistema que fomente el crecimiento sostenible de los micronegocios. Esto implica promover una educación flexible, diseñar políticas públicas inclusivas y brindar apoyo institucional para que estos emprendimientos puedan superar el ciclo de vulnerabilidad y contribuir de manera significativa al desarrollo del territorio.

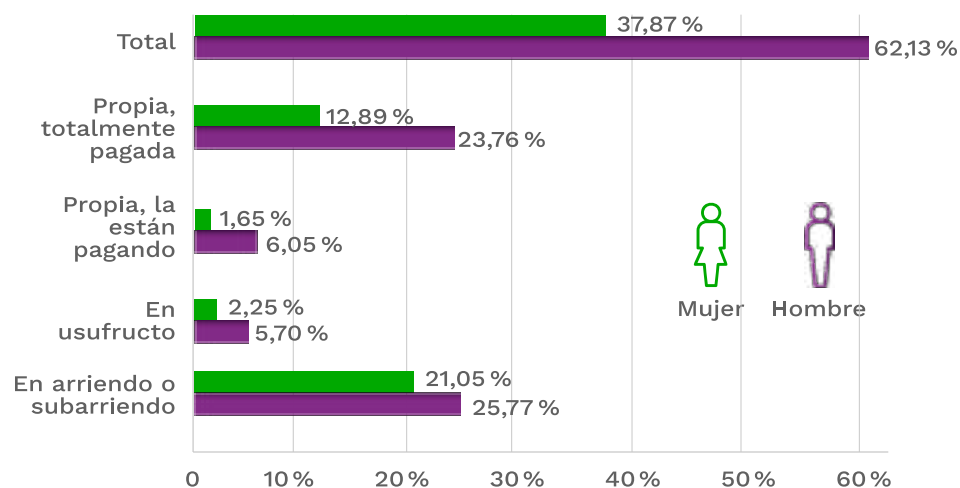


Tipo de tenencia de vivienda entre los propietarios de micronegocios: claves para comprender su realidad económica

El tipo de tenencia de la vivienda por parte de los propietarios de micronegocios, es una variable importante que refleja la calidad de vida de los miembros de un hogar. Para esto es relevante tener en cuenta que según las cifras de la EMICRON y la GEIH el 46,82 % de los propietarios de micronegocios, viven en arriendo o subarriendo, lo que indica que requieren de un esfuerzo mensual para poder solventar compromisos (DANE, 2024).

Tan solo el 7,07 % de los propietarios de micronegocios se encuentra pagando las cuotas de su propia casa, el 7,95 % habita las viviendas en usufructo y finalmente, un 36,65 % de propietarios cuentan con su casa propia, este grupo de personas tiene una menor carga de gastos mensuales (DANE, 2024).

Gráfica 3. Tipo de vivienda de los propietarios de micronegocios



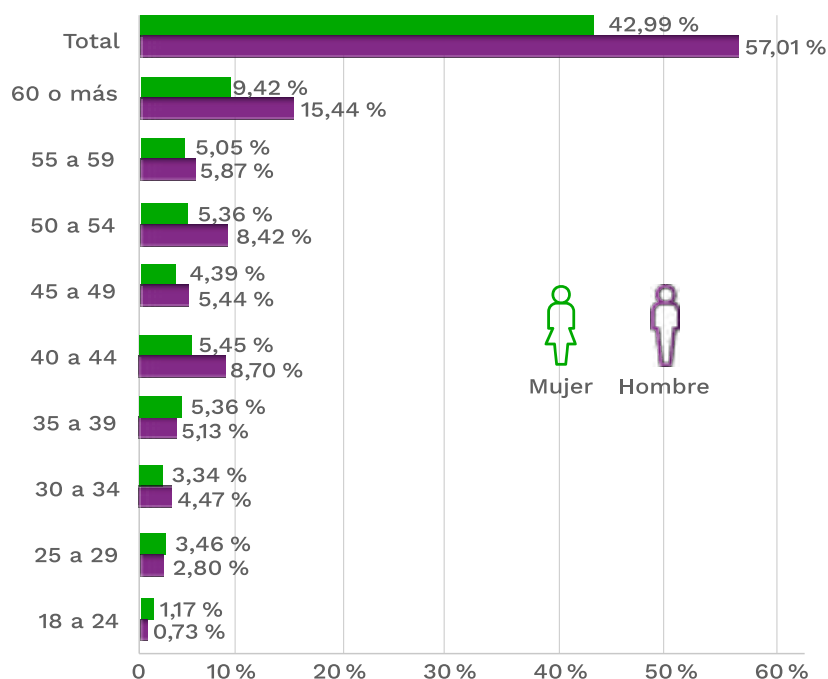
Fuente: Cálculos propios a partir de EMICRON y GEIH (DANE, 2024).

Grupos etarios de los propietarios de micronegocios

En la distribución de propietarios de micronegocios que conforman las economías populares en el Departamento de Boyacá según su edad y sexo, se evidencia que, en general, hay mayor predominancia de propietarios hombres, con alrededor de un 15 % por encima de las mujeres. Otro dato a tener en cuenta es que el grupo etario donde hay más propietarios de micronegocios se encuentra entre los 60 años o más (DANE, 2024).

Lo anterior sugiere la importancia de incentivar la generación de micronegocios en la población joven y adulta, así como impulsar una mayor participación de las mujeres.

Gráfica 4. Grupos Etarios de los propietarios de Micronegocios



Fuente: EMICRON (DANE, 2024).

El relevo generacional: una realidad preocupante para labores artesanales y ancestrales en el departamento

En los municipios de Nobsa, Monguí y Guacamayas, las artesanías que crean las manos de su gente han creado identidad municipal y reconocimiento departamental. Sin embargo los participantes de estos municipios expresan preocupación por el relevo generacional de sus actividades, lo que pone en riesgo sus saberes tradicionales y ancestrales ya que cada vez menos los jóvenes que se interesan por aprenderlas. Además, consideran que las nuevas generaciones no valoran lo suficiente el papel fundamental de las artesanías, ya que tienden a verla más como un pasatiempo que como una fuente de ingresos.

La población cuenta que estas actividades les han permitido vivir con soberanía y que, gracias a ellas, han logrado "salir adelante" con su trabajo, aunque también reconocen que aprender sobre marketing y ventas es esencial para garantizar la sostenibilidad de sus proyectos.

Tristancho, artesano de Nobsa, mencionó que sus campanas artesanales han sido la fuente del sonido de pacientes oncológicos que logran sanarse y al terminar sus tratamientos hacen vibrar el metal, como un acto de esperanza, lucha, libertad y fe para otros pacientes. Sin embargo, ve con preocupación cómo junto a otros dos artesanos, son las únicas personas que fabrican campanas de forma artesanal. Aún más preocupante es el desinterés de la nueva generación, además que si no se logra hacer algo pronto, todo este conocimiento de más 150 años será olvidado y quedará una fabricación en cadena que no refleja el esfuerzo y capacidad del maestro artesano.

En este sentido, resulta fundamental crear espacios donde se impulsen procesos de formación en las actividades artesanales, en los que los maestros artesanos puedan compartir sus conocimientos, reconociendo y valorizando la experiencia acumulada a lo largo de los años. De este modo, se podría garantizar la preservación y continuidad

de estas tradiciones, que constituyen un pilar esencial de la economía local.

Las economías populares en Boyacá resaltan el arraigo cultural y la capacidad de adaptación que han tenido sus habitantes. Las cifras, testimonios y ejemplos presentados muestran cómo las dinámicas productivas locales están influenciadas por la identidad y los saberes ancestrales, especialmente entre las mujeres y los artesanos. Sin embargo, también refleja retos importantes, como el relevo generacional y la falta de formación adaptada a las necesidades del territorio.

Se hace necesario promover espacios de aprendizaje intergeneracional, adaptar políticas públicas y fortalecer el apoyo institucional, acciones clave para garantizar que estas actividades no solo sobrevivan, sino que se conviertan en motores de desarrollo sostenible, al mismo tiempo que preservan la riqueza cultural que define al departamento.

Dimensión cultural

En un segmento poblacional pueden identificarse diferentes identidades culturales, que son rasgos cambiantes y se estructuran de forma colectiva o individual. Así lo proponen autores como Olga Lucía Molano (2007b), quien afirma que una identidad cultural "encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias" (p. 73).

Igualmente, es relevante tener en cuenta que las actividades de la economía popular son tan diversas como su población y contribuyen a definir o encajar dentro de una determinada identidad cultural dependiendo de cada oficio, es así que los atributos culturales de un maestro artesano bien podrían ser diferentes a los de un comerciante minoritario.

Los aspectos que conforman la dimensión cultural son entre otros la memoria individual y colectiva, el papel de la familia en la actividad productiva, las creencias y tradiciones, los saberes locales y los

mecanismos de transferencia de conocimientos entre generaciones.

En el territorio boyacense se desarrollan numerosas prácticas autóctonas que impulsan actividades económicas propias de la región y que son altamente valoradas en diversos mercados. Por ejemplo, en municipios como Nuevo Colón se destaca el trabajo dedicado a la producción y distribución de peras. Más al norte, en Soatá, la riqueza productiva se ve favorecida por su ubicación estratégica, que permite aprovechar diversas escalas térmicas para cultivar desde alimentos de tierras frías hasta frutales propios de climas cálidos.

Es fundamental destacar que, en el departamento, las riquezas paisajísticas y culturales de sus habitantes son numerosas. Un ejemplo se encontró en el municipio de Guacamayas, donde no solo se tejen artesanías, sino también sueños e ideales de grandeza. Este colorido y majestuoso lugar cuenta con una sólida organización, una fuerte identidad cultural y un reconocimiento patrimonial que les ha permitido destacar tanto a nivel nacional como internacional. Cada una de sus obras refleja el protagonismo del tiempo, la dedicación, el esfuerzo y el amor con que son realizadas.

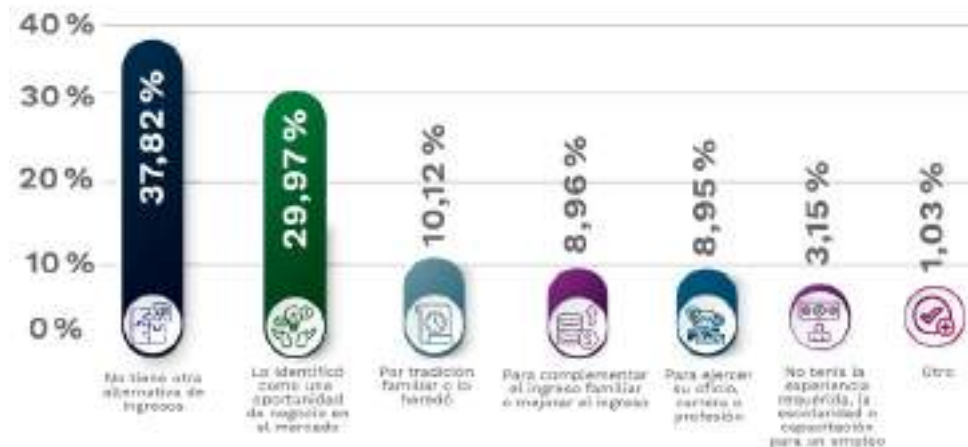


Transferencias de técnicas y conocimiento

Los casos presentados en los grupos focales de la región evidenciaron la importancia de la transmisión de conocimiento generacional para el desarrollo de los micronegocios. Varias personas manifestaron haber heredado sus unidades productivas o adquirido los conocimientos y habilidades necesarios para crearlas o continuarlas. Este fenómeno es particularmente frecuente entre los artesanos, especialmente campesinos, quienes por tradición enseñan desde temprana edad a sus hijos técnicas como la tejeduría. Otro ejemplo destacado es el de los prestadores de servicios de comida, quienes reciben desde muy jóvenes los saberes gastronómicos ancestrales característicos de cada región.

Sin embargo, esta cultura generacional no se refleja en todas las actividades de la economías populares y campesinas, primando el sentido de supervivencia como motivo de creación de los micronegocios, como lo representa la siguiente gráfica donde se presenta el porcentaje de micronegocios que fueron creados, siguiendo tradiciones culturales y/o ancestrales.

Gráfica 5. Motivo para la creación del micronegocio



Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE, 2024).

El 10,12 % de los micronegocios fueron creados siguiendo una tradición familiar o fueron heredados de los padres, abuelos o demás familiares; estos presentan una ventaja en comparación con otras unidades productivas y es el hecho que la persona ha heredado un acumulado de conocimiento, imagen, reconocimiento, etc. En contraste con esto se observa que el 29,97 % creó su micronegocio porque lo identificó como una oportunidad de negocio y el 37,82 % porque no tenía otra alternativa de ingresos.

(DANE, 2024).

La familia: base del aprendizaje en la actividad artesanal y comercial de Boyacá

La actividad artesanal en Boyacá se ha transmitido de generación en generación, espacialmente dentro de las familias. Esto se refleja en “Campanas Tristancho”, un negocio que se ha mantenido durante tres generaciones y ha perdurado alrededor de 150 años. Por otro lado, en Nobsa, una maestra artesana, comenta que aprendió el arte de su abuela y que ella se ha encargado de transmitirlo a sus hijos y nietos, por ello concluye en que son conocimientos ancestrales que reflejan la historia del pueblo.

En uno de los grupos focales situados en Guacamayas, los participantes mencionaron. Que la cestería en rollo solo puede ser enseñada por sus habitantes, ya que al ser un patrimonio inmaterial de la nación, tiene protección intelectual, por lo que la técnica solo puede ser aprendida por maestros artesanos del municipio o por la misma familia.

Otro ejemplo de cómo la actividad artesanal se mantiene dentro de las familias es el “Museo del Balón”, fundado, consolidado y mantenido por una familia con 90 años de tradición artesanal. Adriana Ladino

y su tío, Edgar Ladino, fundador de El Museo del Balón, resaltaron que la fabricación de balones artesanales llegó a Monguí en el año de 1934, por parte del señor Florián Ladino. Por ello la familia Ladino creó este museo, en busca de preservar la tradición y los saberes de los bisabuelos, pioneros del arte en la región.



Al día de hoy, el tejido de balones a mano, representa la participación de alrededor de 200 familias del municipio, donde la mayoría de manos trabajadoras son de mujeres artesanas.

También es relevante mencionar el caso encontrado en el municipio de Belén, el cual está relacionado con el componente familiar que acompaña las prácticas heredadas por generaciones. Los participantes expusieron que este es un municipio que se transforma, pues la población local ha vivido diferentes épocas, desde familias enteras dedicadas

a la siderurgia, hasta aquellas que se han consolidado en la cría y levante de ganado. A través de este proceso, algunos micronegocios han logrado posicionarse en la producción de lácteos, destacando que su valor agregado radica en el uso de técnicas ancestrales.

Actualmente, Belén se caracteriza por su gran participación en la producción lechera y su amplia comercialización de subproductos a nivel local, así como la distribución a otras poblaciones aledañas. Adicionalmente, se destaca en la comercialización de dulces típicos y galletería, constituyendo una importante fuente de empleo para los emprendimientos familiares.

Lo anterior refleja la diversidad y riqueza de las actividades productivas que caracterizan la economía del departamento, que marcan la historia de sus municipios. Desde las manos artesanas que tejen los balones, hasta los micronegocios de lácteos que preservan las tradiciones ganaderas y el saber ancestral, estas actividades muestran cómo las familias locales han sabido adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades del entorno.

A pesar de sus diferencias, ambos sectores convergen en su contribución a la identidad cultural y al sustento económico de sus comunidades.

Por lo tanto, la dimensión cultural en la población de las economías populares en Boyacá se erige como un baluarte de preservación y adaptación de saberes ancestrales y tradiciones que definen la identidad del territorio.

Las técnicas transmitidas de generación en generación, como la cestería en Guacamayas o la fabricación artesanal de balones en Monguí, no solo perpetúan el patrimonio inmaterial, sino que también fortalecen los lazos familiares y comunitarios.

Estas prácticas, profundamente enraizadas en la cultura local, representan un valioso puente entre el pasado y el presente, adaptándose a los desafíos contemporáneos sin perder su esencia.



Dimensión productiva

La población de las economías populares desarrolla una amplia diversidad de oficios y ocupaciones, se vale de sus saberes, sus habilidades, su experiencia, su propia fuerza de trabajo y en algunos casos, maquinarias y herramientas, para producir bienes y servicios ofertados de diversas formas, a fin de lograr ingresos para solucionar sus necesidades principales y las de sus familias (Coraggio, 2004; DNP, 2023).

La productividad de la economía popular se puede enmarcar en cualquiera de los sectores económicos, ya sea sector servicios, comercio o manufactura, se incluyen desde actividades mercantiles de producción, distribución y comercialización, hasta actividades domésticas o comunitarias (DNP, 2023).

Los trabajadores de las economías populares se desempeñan en unidades productivas de menor escala, primordialmente de manera autónoma, en función de satisfacer las necesidades básicas (Coraggio, 2011).

La población de las economías populares ejerce su actividad ya sea de manera unipersonal, en familia, en micronegocios o microempresas. Es común encontrar en la práctica, hombres y mujeres que, dependiendo de los contextos locales y regionales, multiactivamente ejercen al mismo tiempo dos o más ocupaciones, viéndose influenciados entre otros aspectos, por la informalidad, las fuentes de financiación no convencionales y las carencias de formación (DNP, 2023; Razeto, 1999).

Sector servicios

De acuerdo con EMICRON, hacen parte del sector servicios aquellos micronegocios encaminados a generar o a poner a disposición de personas, hogares o empresas una amplia gama de productos intangibles, que cambian las condiciones de las unidades que los

adquieren. Poseen una diversidad de características de acuerdo con las necesidades de quienes los solicitan. Estos micronegocios representan el 27,50 % del total de los micronegocios del departamento de Boyacá, son en total 34.430 unidades productivas (DANE, 2024).

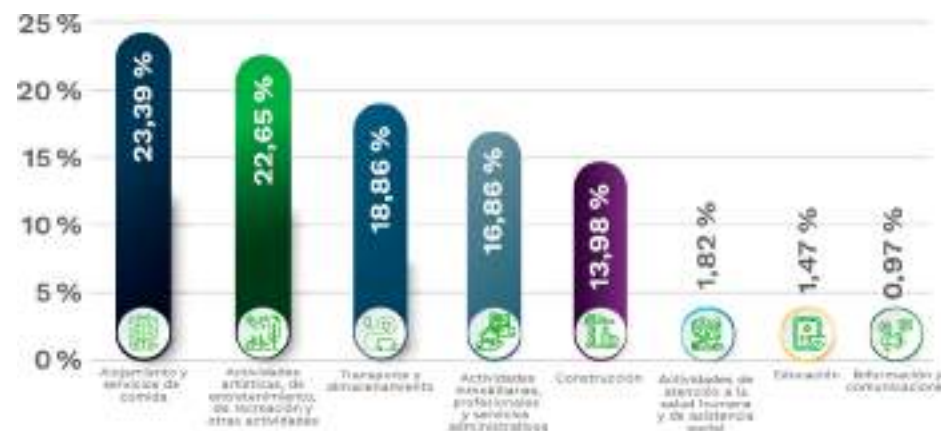
Tipos de Propietarios

El 85,33 % de los micronegocios del sector servicios son de tipo “trabajador por cuenta propia”, es decir en su gran mayoría micronegocios de subsistencia, en el que, en muchos de los casos, la persona solo cuenta con su fuerza de trabajo para poder generar ingresos diarios; el 24,67 % restante son de tipo “patrón o empleador”, es decir, unidades productivas que utilizan a por lo menos un trabajador remunerado (DANE, 2024).

Subsectores

De acuerdo con la CIIU adoptada por el DANE, podemos ampliar la clasificación de 4 sectores a 12 subsectores, al hacerlo el sector servicios se divide en ocho subsectores de los doce; a continuación, se presentan (DANE, 2024).

Gráfica 6. Distribución de los micronegocios según servicio



Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE, 2024).



De acuerdo con el gráfico, las actividades económicas de servicios de mayor importancia son: alojamiento y servicios de comida, con el 23,39 % de los micronegocios; actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación y otras actividades de servicios, 22,65 %; transporte y almacenamiento, 18,86 %; y actividades inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos, con el 16,86 %, entre las más importantes (DANE, 2024).

Tiempo de funcionamiento del micronegocio

El 45% de los micronegocios tienen diez o más años de funcionamiento, el 17 % de cinco a menos de diez años y el 38 % restante tiene menos de cinco años de funcionamiento (DANE, 2024).

Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

El 51 % de los propietarios de micronegocios puso en funcionamiento su unidad productiva con recursos propios o ahorros personales, el 21 % a través de préstamos bancarios y el 14 % a través de préstamos familiares, entre otros (DANE, 2024).

Ubicación del micronegocio

El 27 % de los micronegocios, afirmaron contar con local, tienda, taller, fábrica, oficina o consultorio; el 25 % desarrolla su actividad en su vivienda o en otra vivienda, el 20 % afirma hacerlo de puerta en puerta (a domicilio), el 16 % en vehículo con motor o sin motor, 6 % ambulante – sitio al descubierto y finalmente el 5 % restante, en obra o construcción (DANE, 2024).

Motivo principal para la creación del negocio

El 31 % de los propietarios lo crearon por no tener o contar con ninguna fuente de ingresos para el sustento del hogar, otro 31 % lo identificó como una oportunidad de negocios en el mercado, el 24 % aseguró que lo hizo para ejercer su oficio, carrera o profesión, entre otras (DANE, 2024).

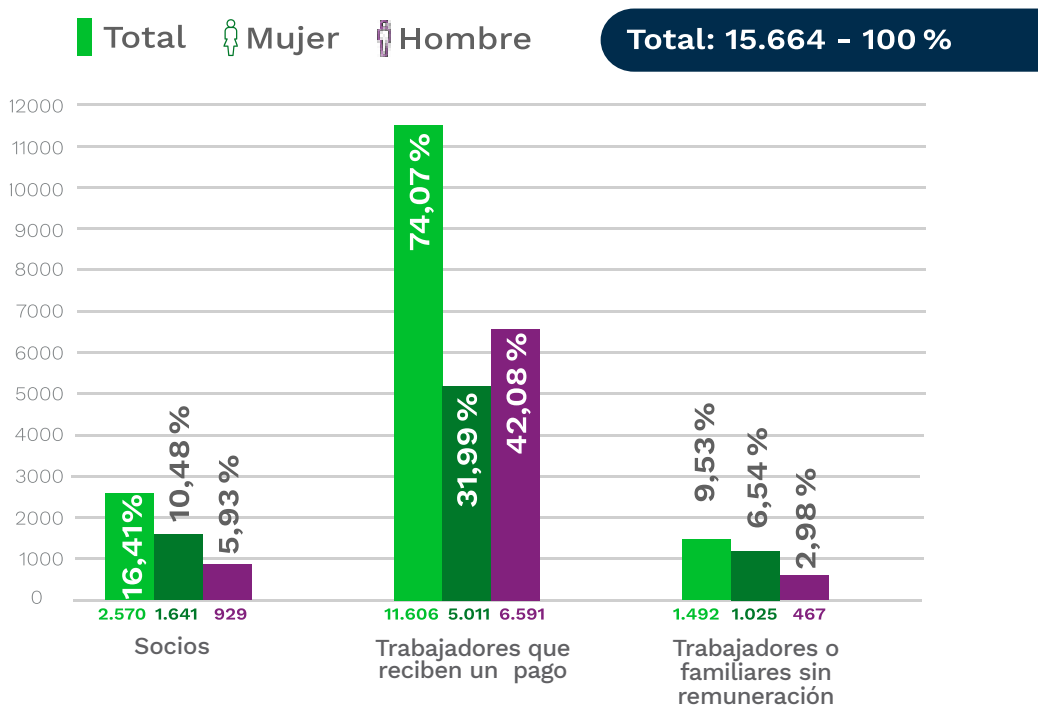
Micronegocios con ocupados

El 22,10 % de los micronegocios del departamento, tienen por lo menos a una persona que les ayuda, ya sea en condición de socio,

trabajador o familiar sin remuneración o trabajadores que reciben un pago, esto equivale a 7.610 micronegocios (DANE, 2024).

Gráfica 7. Tipo de personal ocupado

El personal que ocupan los 7.610 micronegocios del sector servicios, son en total 15.664 personas, los cuales tienen el siguiente perfil:



Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE 2024).

El 74,07 % de los ocupados son trabajadores que reciben un pago, cifra considerablemente alta en comparación con los otros sectores, el 16,41 % son socios y el restante 9,53 % son trabajadores o familiares sin remuneración (DANE, 2024).

Sin duda, uno de los atractivos de los municipios visitados en Boyacá

en el ejercicio de caracterización de las economías populares, son los servicios de alimentación y su gastronomía. Por ejemplo, en el municipio de Soatá, la capital de la provincia de Norte y Gutiérrez, se encontraron riquezas gastronómicas en sus golosinas y amasijos, famosa por su clima acogedor y la deliciosa gastronomía en la preparación de la carne de cabro.

Ha crecido en infraestructura hotelera y espera ser la puerta para los turistas que visitan la provincia.

Sector comercio

De acuerdo con el EMICRON, (DANE, 2024), hacen parte del sector comercio, aquellos micronegocios que realicen reventa sin transformación; representan el 27,83 % del total de los micronegocios del departamento de Boyacá, son en total 34.852 unidades productivas.

Tipos de propietarios

El 94 % de los micronegocios del sector comercio son de tipo “trabajador por cuenta propia”, es decir en su gran mayoría micronegocios de subsistencia, en el que muchos de los casos, la persona solo cuenta con su fuerza de trabajo para poder generar ingresos diarios; entre las actividades más comunes en el departamento, podemos mencionar a las pequeñas tiendas de barrio, vendedores de confites, chicles, mentas, dulces, pasabocas, bon ice, tintos, etc.

El 6 % restante son de tipo “patrón o empleador”, es decir, unidades productivas que utilizan a por lo menos un trabajador remunerado (DANE, 2024).

Tiempo de funcionamiento del micronegocio

El 43 % de los micronegocios tienen diez o más años; el 21 % de cinco a menos de diez años y el 46 % restante tiene menos de cinco años de funcionamiento (DANE, 2024).



Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

El 42 % de los propietarios de micronegocios inició su unidad productiva con recursos propios; el 27 % a través de préstamos bancarios y el 19 % con préstamos familiares, entre otros (DANE, 2024).

Ubicación del micronegocio

El 39 % cuenta con local, tienda, taller - fábrica, oficina o consultorio; el 37 % en su vivienda o en otra vivienda, 12 % de puerta en puerta a domicilio, el 8 % es ambulante, en un sitio al descubierto (DANE, 2024).

La casa cuenta con espacio exclusivo

El 78 % de todos los propietarios de micronegocios, que respondieron que el micronegocio se encuentra ubicado en la vivienda, cuentan con un espacio exclusivo para el desarrollo de la unidad productiva, mientras que el 22 % restante opera en espacios de las viviendas que no son exclusivos (DANE, 2024).

Tipo de actividad

El 5,23 % de los micronegocios son de tipo móvil, el 2,59 % son de tipo estacionario y el restante no se identifica con esta clasificación (DANE, 2024).

Motivo principal para la creación del negocio

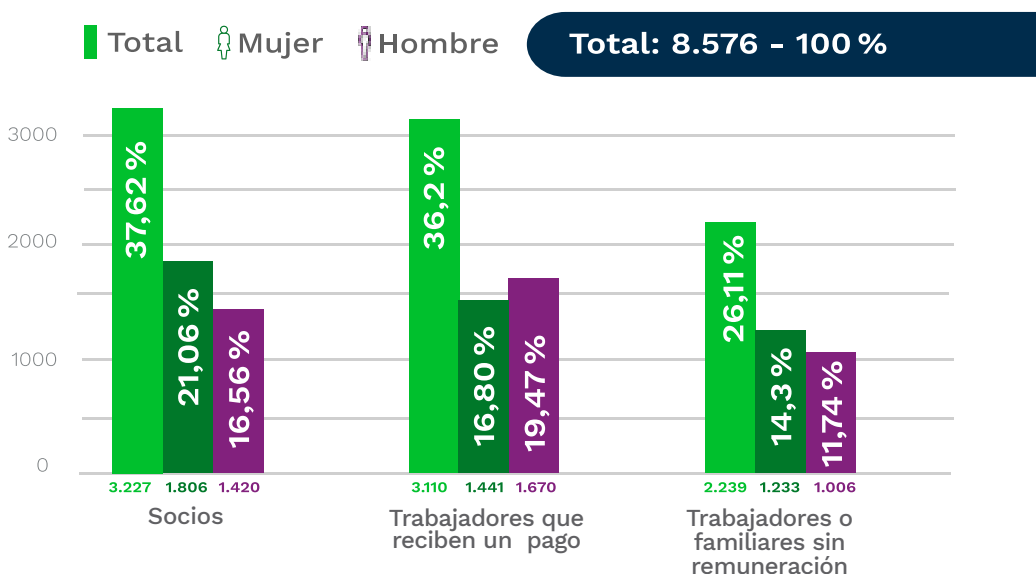
El 42 % de los propietarios de micronegocios, lo crearon por no tener o contar con ninguna fuente de ingresos para el sustento del hogar, el 33 % lo identificó como una oportunidad de negocios en el mercado y el 10 % aseguró que lo hizo para complementar el ingreso en el hogar, entre las respuestas más significativas (DANE, 2024).

Micronegocios con ocupados

El 20,52 % de los micronegocios del departamento tienen al menos a una persona que les ayuda, ya sea en condición de socio, trabajador o familiar sin remuneración, o trabajadores que reciben un pago, esto equivale a 7.150 micronegocios (DANE, 2024).

Gráfica 8. Tipo de personal ocupado

El personal que ocupan los 7.150 micronegocios del sector comercio, es en total 8.576 personas, quienes tienen el siguiente perfil:



Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE 2024).

El 37,62 % de los ocupados son socios; el 36,27 % trabajadores que reciben un pago; y el 26,11 % son trabajadores o familiares sin remuneración. En general, cada segmento se encuentra relativamente equilibrado entre mujeres y hombres (DANE, 2024).

Sector manufactura

De acuerdo con EMICRON, hacen parte de la industria manufacturera, aquellos micronegocios con actividad económica dedicada a la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos, las materias primas provienen de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras.

La alteración, la renovación o la reconstrucción de productos se consideran por lo general, actividades manufactureras (DANE, 2024).

Tipos de propietarios en los micronegocios

El 81,59 % de los micronegocios del sector comercio son de tipo **“trabajador por cuenta propia”**, es decir, en su gran mayoría micronegocios de subsistencia en el que, en muchos de los casos, la persona solo cuenta con su fuerza de trabajo para generar ingresos diarios; entre las actividades más comunes en el departamento, podemos mencionar a los artesanos/as, confecciones, entre otras.

El 18,41 % restante son de tipo **“patrón o empleador”**, es decir, unidades productivas que utilizan a por lo menos un(a) trabajador(a) remunerado(a) (DANE, 2024).

Tiempo de funcionamiento del micronegocio

El 58,37 % de los micronegocios tienen diez o más años, el 18 % son de cinco a menos de diez años y el 23,62 % restante, tiene menos de cinco años de funcionamiento.

En este sector es importante el número de micronegocios con un tiempo de funcionamiento mayor a los cinco años, tiempo que es sinónimo de experiencia y solidez (DANE, 2024).

Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

El 41,09 % de los propietarios de micronegocios inició su unidad productiva con recursos propios o ahorros personales, el 22,10 % a través de préstamos bancarios y el 21,95 % con préstamos familiares, entre otros (DANE, 2024).

Ubicación del micronegocio

El 38,06 % tiene ubicado su negocio en su vivienda o en otravivienda; el 22,38 % cuenta con local, tienda, taller - fábrica, oficina o consultorio; el 18,75 % en una finca, el 12,56 % es ambulante (sitio al descubierto), y el 8,06 % de puerta en puerta (a domicilio) (DANE, 2024).

La casa cuenta con espacio exclusivo

El 56,07 % de los propietarios de micronegocios que respondieron que el micronegocio se encuentra ubicado en la vivienda, cuentan con un espacio exclusivo para el desarrollo de la unidad productiva, el restante 43,93 % opera en espacios de las viviendas que no son exclusivos (DANE, 2024).

Tipo de actividad

El 12,56 % de los micronegocios son de tipo móvil, el restante 83,44 % no se identifica con ninguna de las opciones (DANE, 2024).

Motivo principal para la creación del negocio

El 44,76 % de los propietarios crearon su negocio por no tener o contar con ninguna fuente de ingresos para el sustento del hogar, el 27,20 % lo identificó como una oportunidad de negocios en el mercado, el 10,53 % aseguró que lo hizo para complementar el ingreso en el hogar, el 9,19 % para ejercer su oficio, carrera o profesión, entre las

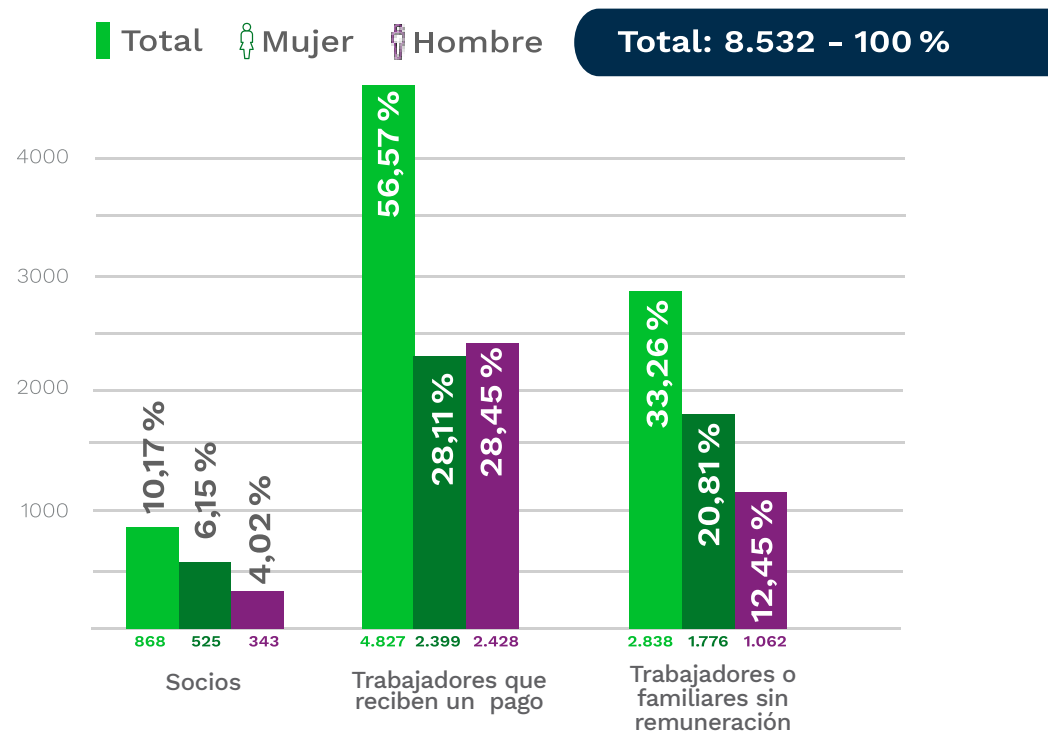
respuestas más significativas (DANE, 2024)

Micronegocios con ocupados

El 30,64 % de los micronegocios del departamento dedicados a actividades relacionadas con la industria manufacturera, tienen por lo menos a una persona que les ayuda, ya sea en condición de socio, trabajador o familiar sin remuneración o trabajadores que reciben un pago, esto equivale a 4.361 micronegocios (DANE, 2024).

Gráfica 9. Tipo de personal ocupado

El personal que ocupan los 4.361 micronegocios, son en total 8.532 personas, los cuales tienen el siguiente perfil:



Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE 2024).

El 56,57 % de los ocupados son trabajadores que reciben un pago, el 33,26 % son trabajadores o familiares sin remuneración y el restante 10,17 % son socios. Como ha sucedido con todos los sectores, las mujeres ocupan una mayor proporción, trabajadoras o familiares sin remuneración en comparación que los hombres, el número de mujeres socias también ha sido en todos los sectores superior al porcentaje de hombres. (DANE, 2024).

El departamento de Boyacá debido a su ubicación geográfica y los recursos naturales con los que cuenta tiene de una gran diversidad cultural y productiva para desarrollar actividades económicas. En el municipio de Monguí, se identificaron diversas actividades económicas, tales como el ecoturismo, la gastronomía, las artesanías, el tallado en madera, los tejidos, el arte en piedra y la fabricación de balones de cuero, esta última, actividad insignia del municipio.

Fotografía: Proyecto Caracterización. Museo del Balón, Monguí.



Fotografía: Proyecto Caracterización. Artesanos de Guacamayas.

Hacia al norte de Boyacá, el municipio de Sativa Norte es famoso por sus paisajes, la carne de cabro, los amasijos tradicionales, el queso y la mantequilla campesina.

A una distancia corta del Nevado del Cocuy, se encuentra Guacamayas, un municipio que sobresale por el gran colorido que viste sus calles, gracias a los muralistas que las han plasmado de hermosas guacamayas, paisajes y pinturas culturales resaltando esta hermosa población.

También la hace atractiva sus artesanías elaboradas en fique y paja, las cuales ya cuentan con denominación de origen, sin dejar de lado, valiosos proyectos y actividades agropecuarias que pretenden diversificar la economía de sus habitantes.

El municipio de Nobsa también sorprende con su valioso tesoro en la elaboración artesanal y ancestral de campanas, además de su potencial en los tejidos con lana de oveja, lo que genera una gran atracción turística y comercial.

En cuanto a los procesos de transformación de estos productos y la prestación de servicios, la mayoría de ellos se destacan por ser procesos netamente artesanales, que implementan normas de calidad y servicio, pero que han luchado por mantener su sello de originalidad y la calidad en sus materias primas, especialmente para conservar un mercado diferencial con tradición territorial.

Sin embargo, una de las grandes limitantes en cuanto a la producción y comercialización de artesanías, productos alimenticios y la prestación de servicios, es el mal estado de las vías de acceso, lo que encarecen las materias primas, dificultan el acceso de turistas y reducen la capacidad de recibir visitantes.

Otra dificultad que se presenta es la comercialización de productos alimenticios en embalajes artesanales o auténticos, como los quesos y mantequillas envueltos en hojas de reo o plátano, los cuales son rechazados por las secretarías de salud.



Las economías populares en estos municipios no alteran los espacios públicos, respetan la distribución de los espacios asignados y venden sus productos y ofertan sus servicios en las plazas principales, en las ferias y mercados organizados por las administraciones municipales. Por lo tanto, los micronegocios del departamento de Boyacá representan un claro ejemplo de diversidad en las actividades económicas, destacándose por su aporte a la sostenibilidad de los territorios y la preservación de tradiciones culturales y productivas.

Los sectores de servicios, comercio y manufactura evidencian una predominancia de micronegocios de subsistencia, donde el trabajo por cuenta propia es el motor principal para la generación de ingresos y el sustento de miles de familias.

A pesar de los desafíos que enfrentan, como las limitaciones en infraestructura, acceso a mercados y restricciones normativas, estas unidades productivas han encontrado en sus recursos locales, saberes ancestrales y creatividad, herramientas para mantener su identidad y competitividad en el mercado.

Dimensión organizativa

La población de las economías populares asume diversos mecanismos para el desarrollo de sus actividades productivas y se fundamenta predominantemente en la fuerza del trabajo, en el autoempleo, en las unidades domésticas y familiares.

No obstante, lo anterior bajo las premisas de la autogestión y el favorecimiento de intereses comunes, en algunos casos surge la necesidad de organizarse para garantizar la sostenibilidad de los ejercicios productivos. Autores como José Luis Coraggio (2004; 2011) sostienen que el desarrollo de redes y la cooperación permiten a la economía popular resistir y sostenerse en el tiempo, ofreciendo alternativas frente a la precariedad.

Se debe considerar la importancia y relación entre la autonomía y la solidaridad en las unidades productivas de menor escala, para

Luis Razeto (1999) a quién se le atribuye acuñar el término de “economía popular y solidaria”, la necesidad y la adversidad propician la asociación. Bajo el concepto del factor C para Razeto la solidaridad se materializa mediante los ejercicios de compañerismo, cooperación, comunidad, compartir, comunión, colectividad, carisma y colaboración.

Durante los ejercicios de caracterización de la población de las economías populares realizados en los municipios priorizados, se encontraron grupos de personas que se organizaron y crearon asociaciones, cooperativas o agremiaciones con el objetivo de obtener mejores resultados en sus negocios y crecimiento en el desarrollo local y departamental.

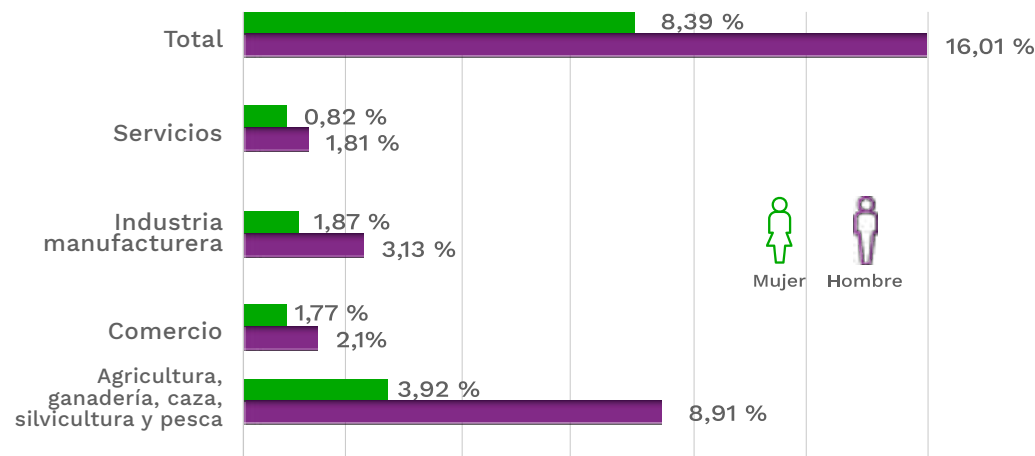
Sin embargo, es necesario comentar que la asociatividad no es reflejada en un alto porcentaje en el departamento ya que este proceso requiere de asistencia, constancia y sobre todo dedicación, lo cual genera que en algunos de los casos estas organizaciones que deterioren y concluya rápidamente.



Trabajo familiar o trabajo en familia

A continuación se presentan los diferentes tipos de personal ocupado o colaboradores con que cuentan los micronegocios en el departamento de Boyacá, hecho que nos denota la importancia que tiene el trabajo familiar en las economías populares, según el tipo de actividad económica.

Gráfica 10. Trabajadores o familiares sin remuneración, según sexo y sector económico



Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE 2024).

En general, el grupo de los ocupados - familiares o trabajadores sin remuneración - en el departamento, representan el 24,4 % del total. En el gráfico se observa que, las actividades del sector de la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca presentan la mayor incidencia de este tipo de ocupados con el 12,83 % del total, seguido de las actividades manufactureras con el 5 %, comercio y finalmente servicios; estas cifras reflejan lo importante que es la unidad familiar para el funcionamiento de las unidades productivas (DANE, 2024).

En los grupos focales desarrollados en el departamento y dirigidos a miembros de las economías populares, gran parte de los participantes manifestaron liderar negocios familiares, donde cuentan con el apoyo de por lo menos un familiar, especialmente en los que se requiere de un proceso de transformación de materias primas para la obtención de un producto final.

Cultura asociativa

La EMICRON dedica un módulo completo a medir el grado de asociatividad que presentan los micronegocios en el país (DANE, 2024). Para efectos prácticos, se seleccionaron dos de las ocho preguntas con mejores resultados, a saber, si los propietarios de los micronegocios del departamento de Boyacá pertenecen a alguna asociación de productores o comercializadores y/o si pertenece a alguna cooperativa.



Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE 2024).

En los diferentes encuentros con líderes, comerciantes, artesanos, productores, mencionaron que como distribuidores minoristas o tenderos, es difícil que se asocien.

Sin embargo, los artesanos de Guacamayas, cuentan con asociaciones y/o cooperativas que les permitieron y facilitaron los procesos de formación y comercialización de sus productos.

En el municipio de Belén, los productores de leche, expresaron que desearían formalizar una cooperativa con el propósito de recibir capacitaciones en procesos de agroindustria lechera y así buscar otras alternativas para la comercialización de sus productos.





Dimensión ambiental

En palabras de Luis Razeto (1999) “la economía es, en esencia, un proceso de intercambio vital entre el hombre y la naturaleza, por el cual ambos resultan transformados” (p. 10).

La relación entre el medioambiente y las economías populares y solidarias, es de suma cercanía, ya que estas no exigen la sobredemanda de recursos naturales y sus fines son producir lo necesario para la solución de necesidades básicas de su población y no la sobreproducción ni la acumulación sin límite (Coraggio, 2004).



Es claro que en las zonas rurales también se desarrollan actividades de las economías populares, pero existe una mayor concentración de ellas en las zonas urbanas; las ciudades han demostrado no ser capaces de sobrevivir sin los recursos que se producen en las zonas rurales adyacentes, generando desbalances de orden demográfico, social y ecológico debido a las altas demandas de productos concentradas. (Coraggio, 2004).

En adición a lo anterior, los escenarios de informalidad, la precariedad, el desconocimiento normativo y como lo define Isabelle Hillenkamp (2016), “De manera general, en un contexto de pobreza, la generación de ingresos prima sobre las dimensiones sociales y, por ende, medioambientales, puesto que conllevan un sobrecoste o un exceso de trabajo” (p. 76).

Dentro de los aspectos que contribuyen a garantizar la sostenibilidad de los micronegocios y actividades de las economías populares, la dimensión ambiental involucra derechos y obligaciones comunes frente al crecimiento económico, la elevación de la calidad de vida y el promover prácticas productivas amigables con los componentes suelo, agua, aire, paisaje (rural y urbano) y bienestar social, este último involucra el preservar la salud de la población (Conesa, 2003; Ley 99, 1993).

En el departamento de Boyacá los participantes de los grupos focales y entrevistas evidenciaron la importancia de generar sostenibilidad en sus procesos productivos. Por ejemplo los artesanos de Guacamayas llevan a cabo siembras constantes y reutilizan los desperdicios con el propósito de asegurar la disponibilidad del fique y la paja para su trabajo y evitar la escasez en los cultivos.

También hay iniciativas dentro de la comunidad que buscan garantizar la sostenibilidad ambiental y productiva en el departamento, así como la restauración de los ecosistemas. Un caso notable es el de un páramo que se presenta la siguiente historia:

En el páramo El Consuelo en donde en 1930 se empezó a explotar, talar y quemar roble, encenillos, siete cueros, frailejonales, etc, los incendios eran el pan de cada día. Se necesitaba paja fresca para alimentar los animales bovinos, equinos, ovinos y caprinos, que podían superar la cifra de unos 5.000 animales, todo sucedía en tierra de comuneros, se empezó a sembrar trucha que acabo con el pescado nativo “Capitán”.

Las lagunas que son muchas, unas 100, se empezaron a utroficar, sedimentar perdiendo la capacidad de almacenamiento y regulación hídrica, muchos se adueñaron de parte del páramo y empezaron a sembrar papa hasta los 3650 msnm.

Ampliaron la frontera agrícola. Se hacían rogativas a la piedra de la virgen 4.000 msnm donde subían unas 300 personas, almuerzo y cerveza gratis y seguidamente incendios. En 1994 se empezó a conocer el páramo, sus microcuencas, sus gentes, sus cauces.

En 2002 se inició el proceso de recuperación del páramo, se crearon los GTP, grupo de trabajo de Páramo, comunidad organizada, se trabajó los viveros de alta montaña, recolección de semillas y propagación, reuniones con dueños de ganado, bajar a las personas que Vivian en el páramo, brigadas contraincendios, restauración de microcuencas y cercados de los sitios más importantes, señalización de senderos a las lagunas.

En 2019 se aprobó el Plan de Manejo del Parque Natural Regional Pan de Azúcar - El Consuelo. Sin embargo, aún no se cuenta con un Plan de Ordenamiento Turístico. La prioridad debe ser el agua: protegerla, conservarla y mejorar tanto su caudal como su calidad, al igual que los servicios ecosistémicos que ofrece el páramo. Si se realizan actividades agroturísticas, estas deben llevarse a cabo de manera sostenible; de lo contrario, sería preferible enfocarse únicamente en la restauración del páramo, devolviéndolo a su estado de hace unos 70 años (Germán Grimaldos, Belén, 2024).

Igualmente, en el departamento existe una preocupación por el medio ambiente no solo de la población de las economías populares, si no de los organismos estatales, como es el caso de los 91 negocios verdes que recibieron el respaldo de la autoridad ambiental, con quienes trabajan de manera constante en la promoción y fortalecimiento de prácticas sostenibles en diversos sectores productivos. Entre estos se incluyen agro sistemas sostenibles, agroindustria, biocomercio, iniciativas para la restauración y valorización de residuos, así como el uso de energías renovables (CORPOBOYACA, 2024).

Estos ejemplos en el departamento de Boyacá expresan los importantes retos y oportunidades que enfrentan la población de las economías populares para fomentar la sostenibilidad en su economía. Iniciativas como las de los artesanos de Guacamayas, que buscan asegurar la disponibilidad de materias primas mediante prácticas sostenibles, y los esfuerzos de recuperación del páramo El Consuelo, ejemplifican la importancia de la acción comunitaria en la conservación ambiental.

Además, los negocios verdes en el departamento, respaldados por la autoridad ambiental, reflejan un compromiso creciente por promover prácticas sostenibles en diferentes sectores productivos. Sin embargo, persisten desafíos en la implementación de estrategias de ordenamiento turístico y en la consolidación de un modelo productivo que equilibre la conservación del medio ambiente con las necesidades económicas de la población.



Recomendaciones para el impulso de las economías populares desde la oferta de servicios SENA

- 1 Ampliar la oferta de cursos relacionados con procesos de sociatividad, cooperativismo, marketing digital, finanzas básicas y gestión de proyectos, con un enfoque especial en los sectores claves como la agroindustria, manufactura y turismo.
- 2 Crear programas cortos y modulares diseñados específicamente para poblaciones campesinas, mujeres emprendedoras y jóvenes rurales.
- 3 Ofrecer programas virtuales y semipresenciales para facilitar el acceso a la formación en zonas rurales.
- 4 Mejorar la cobertura de los programas de certificación de competencias en sectores como la producción artesanal, la agricultura sostenible y la transformación de alimentos.
- 5 Crear jornadas de certificación en las zonas rurales para facilitar el acceso a estos programas sin necesidad de desplazarse a las cabeceras municipales.
- 6 Promover alianzas con asociaciones locales para identificar a los trabajadores que pueden beneficiarse de la certificación de saberes.
- 7 Ofrecer cursos especializados en gestión de turismo rural, con énfasis en la preservación de los recursos naturales y la promoción de la cultura local.
- 8 Promover la creación de empresas turísticas locales a través de formación en emprendimiento en este sector.

- 9 Fomentar la articulación entre los micronegocios de artesanías y gastronomía local con la cadena de valor del turismo sostenible.
- 10 Crear programas de formación técnica y empresarial especialmente dirigidos a mujeres rurales, con enfoque en sectores tradicionales como la artesanía y nuevos como la piscicultura y la agroindustria.
- 11 Promover espacios de adquisición de contactos y mentoría para mujeres emprendedoras, conectándolas con líderes empresariales y recursos financieros.
- 12 Ofrecer asistencia técnica post-formación para apoyar a los micronegocios en la implementación de sus proyectos, orientando en el uso de tecnologías y buenas prácticas productivas.
- 13 Ofrecer programas para emprendedores rurales que enseñen a utilizar plataformas de venta en línea, redes sociales y otros medios digitales para la comercialización de sus productos.
- 14 Desarrollar estrategias de marca que promuevan los productos artesanales como elementos diferenciadores de la cultura boyacense.



Conclusiones

Dimensión Social

- El departamento de Boyacá aporta un 2,41 % de los micronegocios del país, lo que destaca la importancia de fortalecer el vínculo del SENA con estos sectores para mejorar su sostenibilidad y generar un impacto positivo en la calidad de vida de la población.
- Las economías populares en Boyacá resaltan el arraigo cultural y la capacidad de adaptación de sus habitantes. Las cifras, testimonios y ejemplos presentados muestran cómo las dinámicas productivas locales son influenciadas por la identidad y los saberes ancestrales, especialmente entre las mujeres y los artesanos.
- Existen retos importantes, para lograr el relevo generacional y la formación adaptada a las necesidades del territorio.

Dimensión Cultural

- Se observa un alto nivel de informalidad, pero también un fuerte vínculo con el entorno cultural y la identidad local, lo que ofrece oportunidades para el desarrollo

económico a través del fortalecimiento de competencias y la preservación de tradiciones.

- El apoyo institucional en capacitación, la creación de políticas públicas favorables y la protección de los saberes tradicionales son fundamentales para garantizar la continuidad de los micronegocios y fortalecer las economías populares en Boyacá.
- Las prácticas enraizadas en la cultura local, representan un valioso puente entre el pasado y el presente, que necesita adaptarse a los desafíos contemporáneos sin perder su esencia.

Dimensión Productiva

- En los propietarios de los micronegocios del departamento de Boyacá se encontró una fuerte identidad como campesinos, siendo relacionada con las actividades del sector agropecuario.
- La necesidad de formación en áreas como marketing y ventas ya que los propietarios de micronegocios carecen de herramientas para la sostenibilidad de sus emprendimientos.
- En términos productivos, la mayoría de los micronegocios en el departamento son de subsistencia y se concentran en el comercio, siendo manejados principalmente por trabajadores por cuenta propia.
- Las economías populares de Boyacá juega un papel crucial en el desarrollo local, generando empleo y promoviendo la identidad cultural del departamento. Los procesos de producción artesanales son valorados por su autenticidad y contribuyen a la economía solidaria y social.
- Los sectores de servicios, comercio y manufactura evidencian una predominancia de micronegocios de subsistencia, donde el trabajo por cuenta propia es el motor principal para la generación de ingresos y el sustento de miles de familias.

- A pesar de los desafíos que enfrentan, como las limitaciones en infraestructura, acceso a mercados y restricciones normativas, estas unidades productivas han encontrado en sus recursos locales, saberes ancestrales y creatividad, herramientas para mantener su identidad y competitividad en el mercado.
- La falta de vías adecuadas y el acceso limitado a mercados nacionales e internacionales son barreras importantes para los micronegocios de Boyacá. Estas limitaciones encarecen los insumos y dificultan la comercialización de productos, afectando su competitividad.

Dimensión Organizativa

- Varios micronegocios surgen como respuesta a la falta de oportunidades laborales, y a menudo, están vinculados a tradiciones culturales y familiares. Sin embargo, se identifica una baja incorporación de jóvenes en actividades artesanales, lo que plantea un desafío para la continuidad de saberes ancestrales.
- Aunque los micronegocios ocupan a hombres y mujeres, existe una mayor proporción de mujeres que trabajan sin remuneración en comparación con los hombres. Sin embargo, también se observa un número creciente de mujeres en roles de socios y propietarias de negocios, destacando su participación activa en las economías populares.
- La organización colectiva en forma de asociaciones o cooperativas es baja en Boyacá. Aunque se han identificado esfuerzos para fomentar la asociatividad, como en el caso de sectores agropecuarios, muchas iniciativas fracasan por falta de asistencia técnica y constancia en su gestión.
- La dimensión organizativa de las economías populares en Boyacá muestra la importancia de la asociatividad y la cooperación como mecanismos fundamentales para fortalecer los

micronegocios y mejorar los resultados de negocio a nivel local.

- Aunque la participación en asociaciones y cooperativas es aún limitada, los ejemplos de artesanos es clave para acceder a formación, comercialización y mejores oportunidades de desarrollo. Sin embargo, la baja tasa de afiliación a estas estructuras refleja la necesidad de fomentar la cultura asociativa, brindar apoyo constante en la formación y fortalecer los procesos de vinculación para que más micronegocios puedan beneficiarse de los recursos colectivos.

Dimensión ambiental

- A pesar del potencial económico de los micronegocios, muchos enfrentan desafíos para su formalización y crecimiento. La falta de permisos, regulaciones sanitarias y la informalidad laboral dificultan su acceso a mercados más amplios y a mejores oportunidades comerciales.
- Las dinámicas observadas en los municipios de Boyacá, destacan la importancia de integrar prácticas sostenibles dentro de los modelos productivos de las economías populares.
- A pesar de los esfuerzos realizados, como la creación de negocios verdes y los programas de restauración de ecosistemas, persisten desafíos significativos en términos de ordenamiento territorial y adaptación de prácticas turísticas y agroindustriales.
- La cooperación entre la comunidad y las autoridades ambientales, es un aspecto positivo y debe ser fortalecida.
- Sin embargo, se requiere un esfuerzo mayor para consolidar alianzas más amplias que incluyan a actores del sector público, privado y comunitario, con el fin de garantizar una transición hacia un modelo de desarrollo más sostenible.

Tabla de siglas

- **CENU:** Censo Económico Nacional Urbano
- **CIIU:** Clasificación Industrial Internacional Uniforme
- **CNPV:** Censo Nacional de Población y Vivienda
- **DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística
- **ECP:** Encuesta de Cultura Política
- **ECV:** Encuesta Nacional de Calidad de Vida
- **EMICRON:** Encuesta de Micronegocios
- **EP:** Economía Popular
- **EPS:** Economía Popular Solidaria
- **ENUT:** Encuesta nacional de uso del tiempo
- **GEIH:** Gran Encuesta Integrada de Hogares
- **I.P.M:** Índice de Pobreza Multidimensional
- **LGBTIQ+:** lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, intersexuales y queer.
- **P.E.A:** población económicamente activa
- **PIB:** Producto interno bruto
- **PIDARET:** Planes Integrales de Desarrollo Agropecuario con Enfoque Territorial
- **P.M:** Pobreza Monetaria
- **PND:** Plan Nacional de Desarrollo
- **SENA:** Servicio Nacional de Aprendizaje
- **SNAIP:** Sistema Nacional de Atención Integral a la Población Desplazada
- **UD:** Unidad Doméstica

Glosario

Actividad económica: es la creación de valor agregado mediante la producción de bienes y servicios en la que intervienen la tierra, el capital, el trabajo y los insumos intermedios. Proceso o grupo de operaciones que combinan recursos tales como equipo, mano de obra, técnicas de fabricación e insumos, para la producción de bienes o servicios; que pueden ser transferidos o vendidos a otras unidades, almacenados como inventario o utilizados por las unidades productoras para su uso final.

Asociatividad: Es la unión de voluntades, iniciativas y recursos por parte de un grupo, alrededor de objetivos comunes, desarrollando un proceso que exige compromiso, persistencia y disciplina.

Caracterización: Es un ejercicio investigativo con el cual se busca identificar las características / atributos más relevantes de los grupos de valor y de interés que son sujetos de los derechos que garantiza una entidad, con el fin de entregar insumos a las áreas, para mejorar los servicios y trámites de la entidad.

CampeSENA: Es una estrategia del SENA para promover el reconocimiento de la labor del campesinado colombiano, fortalecer

su economía y facilitar el acceso de esta población a los diferentes programas y servicios del SENA, con justicia social, ambiental y económica.

Economías campesinas: Una lógica y organización interna que interrelaciona la tierra disponible con los demás medios de producción y la disponibilidad de la fuerza de trabajo familiar, con las necesidades de subsistencia de la familia y de equilibrar estos factores según su articulación con la dinámica del conjunto de la economía y la existencia de cadenas y circuitos productivos y demográficos.

Economía del cuidado: Comprende la producción, distribución, intercambio y consumo de los servicios de cuidado como el trabajo doméstico y el cuidado no remunerado.

Economía no observada: Se refiere a las actividades subterráneas, ilegales, informales o de producción de los hogares para su consumo final propio y que no son capturadas por ninguna operación estadística ni existe fuente de información directa.

Economías populares: Las economías populares se refieren a los oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticos o comunitarios) desarrollados por unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico.

Los actores de la EP pueden realizar sus actividades de manera individual, en unidades económicas, u organizados de manera asociativa. El impulso a las economías populares parte de una comprensión de sus dinámicas intrínsecas. Estas actividades generan valor social y económico significativo, y una vez entendido su funcionamiento y lógica de acción, se implementarán mecanismos que contribuyan a su crecimiento y productividad.

Economía solidaria: actividades económicas de tipo asociativo fundadas sobre los valores de solidaridad, autonomía y ciudadanía

Establecimiento: Unidad económica o parte de esta que, en un espacio independiente, combina factores y recursos para el desarrollo de una actividad económica y respecto de la cual se puede recopilar información para el cálculo de empleo, ingresos y costos. Además, cuenta con instalaciones delimitadas por construcciones que se ubican de forma permanente en un mismo lugar.

Full Popular: Es una estrategia del SENA para impulsar la “Economía Popular”, que busca empoderar a emprendedores, micronegocios y unidades productivas personales, familiares, domésticas y comunitarias de cualquier sector económico.

Micronegocio: Es la unidad económica con máximo nueve (9) personas ocupadas, que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción.

Patrón o empleador(a): Son las personas que dirigen su propia empresa económica o ejercen por su cuenta una profesión u oficio, utilizando uno(a) o más trabajadores(as) remunerados(as), empleados(as) y/u obreros(as).

Personal ocupado: corresponde al personal que labora en la empresa o establecimiento, contratado de forma directa (trabajadores que reciben un pago) por esta o a través de empresas especializadas, y a los propietarios, los socios y los familiares sin remuneración fija.

Propietarios o socios: personas que no perciben remuneración regular alguna (es decir, sin que exista una cuantía acordada de remuneración del trabajo realizado). El propietario es la persona que toma las decisiones de la empresa, los socios trabajan con ellos de forma asociativa.

Reindustrialización: proceso de transformación productiva que busca generar valor agregado en el aparato productivo colombiano, que incluye tanto bienes como servicios, a través de proyectos en apuestas estratégicas intersectoriales y la consolidación de encadenamientos productivos entre regiones y con el mundo, para contribuir con el desarrollo territorial y al cierre de brechas en la economía.

Sector manufactura: La transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos. Los materiales, sustancias o componentes transformados son materias primas procedentes de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras. La alteración, la renovación o la reconstrucción de productos se consideran por lo general actividades manufactureras.

Sector servicios: Las actividades desarrolladas por unidades económicas encaminadas a generar o a poner a disposición de personas, hogares o empresas una amplia gama de productos intangibles, que cambian las condiciones de las unidades que los adquieren. Poseen una diversidad de características de acuerdo con las necesidades de quienes los solicitan.

Sector comercio: Venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía.

Trabajador familiar no remunerado: todas aquellas personas que viven en el hogar del titular (o titulares) de la empresa propietaria y que trabajan en o para el establecimiento. Laboran por un tiempo no inferior a la tercera parte de la jornada normal (quince horas semanales), no participan en su dirección, y no perciben remuneración regular alguna (es decir, sin que exista una cuantía acordada de remuneración del trabajo realizado).

Trabajador(a) por cuenta propia: son las personas que explotan su propia empresa económica o que ejercen por su cuenta una profesión u oficio con ayuda o no de familiares, pero sin utilizar ningún(a) trabajador(a) (empleado(a) u obrero(a)) remunerado(a). Estas personas pueden trabajar solos o asociados con otras de igual condición.

Trabajadores que reciben un pago: son todas aquellas personas trabajadoras que son contratadas a cambio de un pago, en dinero o en especie, como retribución por las labores realizadas.

Referencias

- Acuerdo 890 de 2023. (2023, 27 de marzo). Consejo de Bogotá. Por medio del cual se reconocen las ocupaciones y los actores de la economía popular, se crea la alianza público popular como instrumento de reactivación económica, se articulan los sistemas de información, y se dictan otras disposiciones. https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/adminverblobawa?tabla=T_NORMA_ARCHIVO&p_NORMFIL_ID=37697&f_NORMFIL_FILE=X&inputfileext=NORMFIL_FILENAME
- Conesa, V. (2003). Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental (2.a ed). Ediciones Mundi-Prensa.
- Coraggio, J. L. (2004). La gente o el capital: desarrollo local y economía del trabajo. Ediciones Abya Yala. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/ciudad/20180103040333/gente.pdf>
- Coraggio, J. L. (2011). Economía social y solidaria: trabajo antes que capital. Ediciones Abya-Yala. <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economiasocial.pdf>
- Coraggio, J. L. (2016). La economía social y solidaria (ESS): niveles y alcances de acción de sus actores. El papel de las universidades. En J. L. Coraggio, J. L. Laville, I. Hillenkamp, I. Farah, J. Jiménez, S. Vega, L. Guridi y J. C. Pérez (Eds.). Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. (pp. 15-38). Ediciones Hegoa https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf

- Coraggio, J. L. (2020). Economía social y economía popular: conceptos básicos. Contribuciones de concejeres. Universidad Nacional General Sarmiento. Buenos Aires, Argentina. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/coraggio.pdf>.
- Corpoboyacá. (2024, 22 de noviembre). 91 negocios verdes con aval de Corpoboyacá se consolidan como gran potencial y ejemplo en Boyacá. Corporación Autónoma Regional de Boyacá. <https://www.corpoboyaca.gov.co/noticias/91-negocios-verdes-con-avalde-corpoboyaca-se-consolidan-como-gran-potencial-y-ejemploen-boyaca>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. Departamento de Boyacá. Infografía. https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/15_infografia.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2022). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 4 adaptada para Colombia. https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2022.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Boletín Técnico Encuesta de Micronegocios – EMICRON Año 2023. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/bol-EMICRON-2023.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Presentación Encuesta de Micronegocios, Resultados Generales Año 2023. <https://www.dane.gov.co/filCkes/operaciones/EMICRON/pres-EMICRON-2023.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Censo Económico Nacional Urbano – CENU 2024. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comerciointerno/censo-economico-de-colombia>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. Boletín Técnico, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), Mayo – Julio de 2024. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHEISS-may-jul2024.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2023, mayo). Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026, Colombia: Potencia Mundial de la Vida. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potenciamundial-de-la-vida.pdf>
- Hillenkamp, I. (2016). ¿Innovar para sostenerse? Representaciones y prácticas de Economía Popular Solidaria en América Latina. En J. L. Coraggio, J. L. Laville, I. Hillenkamp, I. Farah, J. Jiménez, S. Vega, L. Guridi y J. C. Pérez (Eds.). Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. (pp. 65-82). Ediciones Hegoa https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf
- Ley 99 de 1993. (1993, 22 de diciembre). Congreso de la República. Ley General Ambiental de Colombia. Diario oficial No 45.196. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=297>
- Molano, O. L. (2007a). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Opera, (7), 69-84. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126>
- Molano, O. L. (2007b). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Opera, (7). 73. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126>
- Razeto, L. (1999). La economía de solidaridad: concepto, realidad y proyecto. https://base.socioeco.org/docs/razeto_la_economia_de_solidaridad_06.pdf
- Roig, A. (2017). La economía popular como fuente de derechos sobre lo público. En Giraldo, C. Economía popular desde abajo (pp- 23-44). Ediciones desde abajo.
- Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA]. (2023, 29 de agosto). Lanzamiento de la estrategia nacional 'Full Popular' 2023 [Video] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=e96LjBO>



Jorge Eduardo Londoño Ulloa

Director General del SENA

David Enrique Garzón García

Director de Promoción y Relaciones Corporativas

Luis Alejandro Jiménez Castellanos

Director del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo

Yudy Torres Pérez

Coordinadora Nacional de Relacionamiento con la Ciudadanía

Equipo de investigación

Carlos Arturo Riaño Puentes

Investigador – Dinamizador

Érika Tibavija Alfonso

Comunicadora Social

María Paula Vargas Parra

Magda Azohitza Hernández Acuña

Investigadoras Temáticas

Valeria Moreno Ochoa

Mónica del Pilar Medina Vargas

Investigadoras Junior

Nicolás Enrique Pote Cristancho

Dexy Viviana Molina Gallardo

Apoyos de Investigación

Oficina de Comunicaciones

4E SAS

Oscar Darío Calle Vargas

Diseño y diagramación

Valeria Quintero Cuervo

Ilustración

Luz Elena Cuervo

Dirección creativa

Primera edición, 2024

Bogotá, Colombia

ISBN 978-958-15-0967-6



@SENAcomunica

www.sena.edu.co

Canales telefónicos:

Líneas de atención a la ciudadanía, empresas y PQRS.

Bogotá: +(57) 601 736 60 60

Línea gratuita y resto del país: 018000 910270