



VOCES Y ROSTROS

de las economías populares de

Cauca



Proyecto investigativo

Caracterización

de la población de las economías
campesinas y populares

Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas
Coordinación Nacional de Relacionamiento con la Ciudadanía

2024

Contenido

Presentación	6	Dimensión cultural	39
Introducción	12	El cholado: Sabores y tradiciones del Pacífico colombiano	39
Aspectos metodológicos	18	Dimensión productiva	43
Generalidades de las Economías Populares.....	20	Sector servicios	43
¿Qué son las economías populares?	20	Sector comercio.....	49
La relación entre micronegocio y las economías populares.....	22	Sector manufactura	52
¿Cuáles son los sectores que hacen parte de las economías populares?	23	Dimensión organizativa	56
¿Quiénes hacen parte de las economías populares?	24	Choladeros de Santander de Quilichao, trabajo asociativo en el departamento del Cauca	57
Las economías populares en el departamento del Cauca	26	Dimensión ambiental.....	62
Municipios priorizados y participación de la comunidades.....	29	Conclusiones	68
Dimensiones de las economías populares	30	Dimensión social.....	68
Dimensión social	32	Dimensión cultural.....	69
Un análisis sobre los datos de escolaridad de la población vinculada a las economías populares en el departamento del Cauca.....	32	Dimensión productiva	69
Distribución etaria de personas propietarias y trabajadoras de micronegocios en el Cauca: un análisis de la fuerza laboral del departamento	34	Dimensión organizativa.....	69
Enfoque diferencial: Población con discapacidad.....	37	Dimensión ambiental.....	70
		Recomendaciones para el impulso de las economías populares desde la oferta de servicios SENA	71
		Glosario	74
		Referencias	78

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 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.

El Gobierno Nacional encomendó al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), junto con otras entidades del orden nacional, el apoyo a la construcción de la Reforma Agraria Rural Integral. Para avanzar en este propósito, se llevó a cabo un recorrido por diferentes regiones del país con el fin de conocer de cerca las historias de vida de campesinas, campesinos, emprendedoras, emprendedores y comerciantes. Estas personas, vinculadas a las economías populares, se esfuerzan por aportar al desarrollo económico y productivo de sus localidades y regiones.

En coherencia con el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia, potencia mundial de la vida” y en línea con el Pacto por el Campo —que busca fortalecer la soberanía alimentaria y materializar el potencial de vida del campo colombiano mediante el aumento de su productividad—, el SENA diseñó y puso en marcha dos estrategias: **CampeSENA**, para reconocer la labor del campesinado colombiano, y **Full Popular**, orientada a fortalecer las herramientas y capacidades de emprendedoras, emprendedores, micronegocios y unidades productivas personales, familiares, domésticas y comunitarias de cualquier sector económico. Mediante estas estrategias, se incentivarán las economías campesinas y las economías populares, respectivamente.

Además, dichas estrategias promueven acciones participativas de diálogo social y encuentros con la población, a través de un ejercicio de caracterización que permite analizar y comprender diversos aspectos, como las actividades económicas, redes de relaciones, ámbito sociocultural y estrategias de organización. Todo ello con el objetivo de brindar información que fortalezca los servicios destinados a la atención integral de las poblaciones vinculadas a las economías campesinas y populares, desde un enfoque territorial, diferencial e incluyente.



Introducción

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) tiene la misión 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, “Fortalecimiento de los servicios para la atención integral de la población de las economías campesina y populares”.

El Proyecto está orientado a fortalecer la información sobre la población de la economía campesina y popular para reorientar la oferta integral del SENA; para ello, un equipo multidisciplinario recorrió en el 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.

Este trabajo se materializó en una serie de cartillas que, a partir de las voces y rostros de las comunidades, brindan orientaciones para el equipo directivo nacional y regional, en la formulación de acciones de atención que fortalezcan, adapten y flexibilicen las prácticas, procesos y servicios institucionales, con pertinencia y calidad, de cara a las necesidades de las poblaciones campesinas y populares del país.

Cada cartilla contiene siete apartados. El primero presenta datos generales sobre la población campesina del departamento, los centros de formación del SENA y la experiencia del equipo investigador con las comunidades y los municipios priorizados. Los apartados siguientes describen las dinámicas productivas, territoriales, ambientales, organizativas y culturales que caracterizan cada región. Se incluye información cuantitativa, basada en el análisis de microdatos procesados para el departamento, y cualitativa, producto del trabajo realizado mediante grupos focales y diálogos con las comunidades.

El último apartado reúne recomendaciones formuladas por el equipo investigador, con el fin de adecuar y reorientar los servicios institucionales, garantizando mayor pertinencia y eficacia para las poblaciones de las economías campesinas y populares.

Este ejercicio de sistematización resalta las características, necesidades y expectativas de la población campesina, con base en los relatos y testimonios que evidencian sus formas de relacionamiento, organización, realidades territoriales, y dinámicas productivas y culturales. A partir de esta información, se formulan recomendaciones que pueden ser incorporadas por la Entidad y sus sedes regionales en la programación indicativa y en los planes de acción, atendiendo las particularidades de los contextos rurales.

La labor fue liderada por un grupo interdisciplinario de profesionales en antropología, ciencias políticas, sociología, trabajo social y veterinaria. El análisis se fundamentó en reflexiones desde cada disciplina, con el fin de resignificar las formas de vida rural y recuperar la memoria social de las comunidades. Así, fue posible comprender las formas de convivencia individual y colectiva en los territorios rurales.

El documento también cumple una función de consulta para el campesinado, así como para entidades territoriales, organizaciones sociales y agencias de cooperación, en la definición de políticas, planes, programas y proyectos del sector rural donde habitan comunidades vinculadas a las economías campesinas y populares.

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) **tiene la misión de promover el desarrollo social y técnico de las personas trabajadoras del país.** A través de su formación profesional integral, **se 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.º 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 identificar los grupos de valor e interés de la Entidad. Esto permite el diseño y la ejecución de estrategias orientadas a promover la participación, la rendición de cuentas, la simplificación de trámites, la transparencia y la atención a la ciudadanía, ajustándose a sus características, necesidades y expectativas.

Mediante las estrategias CampeSENA y Full Popular, se busca aunar esfuerzos interinstitucionales para caracterizar estas poblaciones y brindar una atención integral y diferenciada, en el marco del proyecto de inversión “Fortalecer la prestación integral de los servicios del SENA para la población de las economías campesinas y populares”.

El proyecto está orientado a fortalecer la información sobre la población vinculada a las economías campesinas y populares, con el fin de reorientar la oferta integral del SENA; para ello, un equipo multidisciplinario recorrió, durante 2024, diversas regiones del país, dialogando con comunidades campesinas, indígenas, productoras y productores agropecuarios, pescadoras y pescadores, asociaciones de comerciantes, propietarias y propietarios de micronegocios, vendedoras y vendedores informales, artesanas y artesanos, entre otras personas, para recopilar sus saberes, intereses y expectativas.

Este trabajo se sistematizó en cartillas que presentan orientaciones para el equipo directivo a nivel nacional y regional, con el propósito de plantear acciones de atención que fortalezcan, adapten y flexibilicen las prácticas, procesos y servicios institucionales, respondiendo con pertinencia y calidad a las necesidades de las poblaciones de las economías campesinas y populares de Colombia.

Cada cartilla cuenta con siete apartados: el primero presenta datos generales sobre la población campesina del departamento, los centros de formación del SENA y la experiencia del equipo investigador con la población y los municipios priorizados. En los apartados siguientes, se describen las dinámicas productivas, territoriales, ambientales, organizativas y culturales que distinguen cada región, con información de tipo cuantitativo, a partir del análisis de los microdatos procesados para el departamento, y cualitativo, recopilada mediante el trabajo desarrollado con las comunidades, a través de grupos focales y diálogos territoriales.

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

Este ejercicio de sistematización busca destacar las características, necesidades y expectativas de la población campesina, con énfasis en los relatos y testimonios que evidencian sus estilos de relación, formas de organización, realidades territoriales, dinámicas productivas y socioculturales. Con esta información, el equipo investigador plantea recomendaciones para que la Entidad y sus regionales las incorporen en la programación indicativa y en los planes de acción regional, en respuesta a las necesidades de las comunidades en sus contextos.

El equipo que lideró el proceso de interacción con la población y la comunidad estuvo conformado por un grupo interdisciplinario de profesionales de las ciencias sociales y de la salud: antropología, ciencias políticas, sociología, trabajo social y veterinaria. El análisis de las realidades fue producto de reflexiones desde cada campo de conocimiento, orientadas a resignificar las formas de vida comunitaria y recuperar la memoria social. De esta manera, fue posible construir una aproximación a sus relatos para comprender e interpretar las formas individuales y colectivas de convivir en la ruralidad.

El documento también constituye una fuente de consulta para el campesinado, las entidades departamentales y municipales, organizaciones sociales y agencias de cooperación, con el fin

deorientar políticas, planes, programas y proyectos del sector rural, en los territorios donde habitan comunidades campesinas.

Este documento pretende contribuir a las múltiples discusiones que se presentan en el país, sobre los derechos de la población campesina, que sea una fuente de consulta, para orientar a los entes departamentales y municipales, organizaciones y agencias de cooperación, como también sus políticas, planes, programas y proyectos del sector rural.



Aspectos metodológicos

El proyecto “Caracterización de la Población de las Economías Campesinas y Populares” tiene un alcance de tres años (2024 a 2026); su objetivo es recopilar y analizar información sobre las economías campesinas y populares. El enfoque para 2024 se centró en la recolección de datos contextuales y en la elaboración de un diagnóstico regional, mediante trabajo de campo y consulta de fuentes secundarias. En 2025, se actualizará y ampliará la información recopilada el primer año, incorporando nuevas perspectivas territoriales y complementando 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 recomendaciones que permitan adaptar la oferta y los servicios institucionales a las necesidades de las poblaciones vinculadas a las economías campesinas y populares.

La investigación desarrollada en 2024 se estructuró en varias etapas. En la primera, el equipo realizó una revisión bibliográfica de fuentes institucionales y académicas, orientada a identificar los conceptos clave que guían la caracterización de las poblaciones y temáticas del proyecto. El marco de referencia del proyecto incluyó 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 incorporan los enfoques diferenciales implementados por la Entidad.

En cuanto a la metodología, se adoptó un enfoque mixto que combina la recolección de 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 tanto en las economías campesinas como en diversas unidades económicas de las economías populares, y que son destinatarias de los servicios del SENA.

La metodología del proyecto combinó la recolección de datos cualitativos y cuantitativos. Para los primeros, se llevaron a cabo grupos focales y entrevistas en campo con actores locales, cuyas actividades se desarrollan en el marco de las economías campesinas o como integrantes de unidades económicas populares. Los datos cuantitativos fueron extraídos de fuentes como los 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 y el Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) de 2018, entre otras.

A lo largo de 2024, el equipo de caracterización visitó 18 departamentos y 70 municipios, seleccionados mediante un proceso de priorización construido en conjunto con las Coordinaciones Regionales de Relaciones Corporativas e Internacionales de las 33 regionales del SENA. Este proceso se llevó a cabo en tres etapas. En primer lugar, se definieron los criterios para seleccionar los municipios priorizados, sumando las recomendaciones de las coordinaciones regionales. Finalmente, durante la fase de alistamiento, fue necesario ajustar algunos municipios o rutas según las condiciones de seguridad, accesibilidad y otros factores relevantes en cada territorio.

La información recopilada en los grupos focales y entrevistas fue transcrita y sistematizada mediante matrices de análisis, en las que se destacaron citas textuales relevantes. Las bitácoras de campo y el intercambio de experiencias entre el 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 economías populares no es nuevo, pero sí cambiante. Hablar de economías populares implica considerar una serie de discusiones que abarcan el autoempleo y las unidades productivas de pequeña escala. Estas economías se ubican en los límites de la formalidad e informalidad, y están relacionadas con las economías inclusivas, la asociatividad, la reindustrialización, los micronegocios y el bajo valor agregado, entre otros elementos.

Por esta razón, y con base en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia, Potencia Mundial de la Vida” (PND, 2023, p. 135), se propone una comprensión de las economías populares a partir de 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, por ejemplo, Jorge Eduardo Londoño, director general del SENA, durante el lanzamiento de la estrategia Full Popular mencionó: “La economía popular entonces 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...” (SENA, 2023, 28:27) por ello para las discusiones en Colombia, lo fundamental de esta economía, son las personas.

Al respecto el presidente Gustavo Petro Urrego, durante este mismo evento, puntualizó: “La gente no se divide entre informales y formales, la gente es trabajadora, punto...” (SENA, 2023, 50:02). 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 heterogéneos y la gran mayoría de ellos se enfrenta a diferentes situaciones que complejizan su actividad, entre ellos están el no tener un ingreso salarial fijo, formas de protección social, acceso a crédito, entre otras. Por lo cual, reconocer a los protagonistas de esta economía, lleva a entender que los sectores populares no se limitan a sobrevivir, si no que viven (Roig, 2017).

La relación entre micronegocio y las economías populares

En este punto, es fundamental entender que las actividades productivas que conforman las economías populares son de baja escala; es decir, son desarrolladas por personas trabajadoras de los sectores populares. En este sentido, en el país se han implementado metodologías para conocer, desde los datos, cómo se configuran estas actividades productivas.

El DANE define un micronegocio como una “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 propietaria o arrendataria de los medios de producción” (DANE, 2024, p. 3).

A partir de esta definición, EMICRON ha identificado características clave de las personas propietarias de micronegocios en Colombia: son quienes poseen o controlan los medios de producción con los cuales desarrollan su actividad económica; muchas de ellas también prestan servicios profesionales sin estar en condición de subordinación. Estas personas son responsables de las deudas u obligaciones adquiridas en los procesos de producción, comercialización o prestación de servicios que les generan ingresos; buscan su propia clientela y, en muchos casos, operan solas sus negocios. Por lo tanto, las cifras presentadas por EMICRON permiten caracterizar cuantitativamente a las poblaciones y micronegocios que integran las economías populares (DANE, 2024).

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

En primer lugar, es necesario reconocer que, al tratarse de actividades que surgen de la necesidad de las personas de obtener un sustento económico, estas son suficientemente diversas, lo que dificulta su clasificación. Sin embargo, en ellas se encuentran personas vendedoras ambulantes, tenderas, comerciantes, teatreras, cuenteras, artesanas, así como quienes se dedican a la preparación de comidas típicas, entre muchas otras.

Estas personas forman parte de una economía de subsistencia, en la cual, según Coraggio (2016), el objetivo del micronegocio no es la acumulación ilimitada de capital, sino ser un medio para alcanzar mejores condiciones de vida, obteniendo un ingreso neto mediante la producción y venta autónoma de bienes y servicios.

Con base en la clasificación y agrupación de actividades económicas utilizadas por EMICRON para identificar los micronegocios —según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), Revisión 4, adaptada para Colombia (DANE, 2022)—, el equipo de caracterización

identificó cuatro grandes grupos. En el caso de las economías campesinas, se incluyen agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca. Mientras tanto, en las economías populares, se destacan los sectores de servicios, comercio y manufactura, como se muestra en la siguiente tabla.

¿Quiénes hacen parte de las 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 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 y que genera el mayor número de empleos y ocupados (DANE, 2024), de lo anterior es fundamental saber, 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 hacen parte de las economías populares es que dependen de la realización continua de su fuerza de trabajo para generar una subsistencia económica, tanto propia 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:



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.



Economías Populares



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.

Fuente: diseño propio a partir de los datos DANE (2022)

Tabla 2

	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).

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

Las economías populares en el departamento del Cauca

El equipo de Caracterización de la Población de las Economías Campesinas y Populares viajó por vía aérea y terrestre hasta el municipio de Santander de Quilichao, el cual fue priorizado para establecer diálogos con su población y reconocer las necesidades y expectativas de las personas que participan en las dinámicas propias de las economías populares.

Con el objetivo de identificar aspectos clave para fortalecer la oferta educativa dirigida a estas poblaciones, se analizaron las actividades asociadas al turismo, los servicios y la manufactura, buscando al mismo tiempo preservar la diversidad cultural y los recursos naturales del departamento del Cauca.

De los 5.188.402 micronegocios identificados en el país a través de EMICRON en 2023, el departamento del Cauca registra un total de 172.335 micronegocios, lo que representa un 3 % del total nacional. Es importante tener en cuenta que en el 86 % de estos micronegocios en el departamento, trabaja únicamente su propietaria o propietario, es decir, son personas trabajadoras por cuenta propia; mientras que el 14 % corresponde a micronegocios de tipo patrón o empleador, conformados por hasta nueve personas (DANE, 2024).



Grafica 1



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



Municipios priorizados y participación de la comunidades

Mapa 1



El departamento del Cauca está conformado por 42 municipios. Su capital es Popayán y se ubica en el suroeste del territorio colombiano, en las regiones andina y pacífica. Tiene una extensión territorial de 29.308 km², lo que representa el 2,56 % del territorio nacional. Limita al sur con Nariño y Putumayo, al oriente con el Huila, al norte con Valle del Cauca y Tolima, y al occidente con el océano Pacífico (Gobernación del Cauca, 2024).

El equipo de investigación, con base en las variables de priorización, desarrolló el trabajo de campo en el municipio de Santander de Quilichao, con el objetivo de escuchar a personas vinculadas al

comercio, el turismo, la gastronomía y las actividades artesanales. Para ello, se llevaron a cabo espacios de diálogo a través de entrevistas y grupos focales, procurando respetar las dinámicas productivas cotidianas y minimizar la interrupción de sus labores. En total, se realizaron dos encuentros con la comunidad, con la participación de 22 personas, quienes compartieron sus necesidades, expectativas, dificultades y observaciones sobre su territorio y actividad productiva.

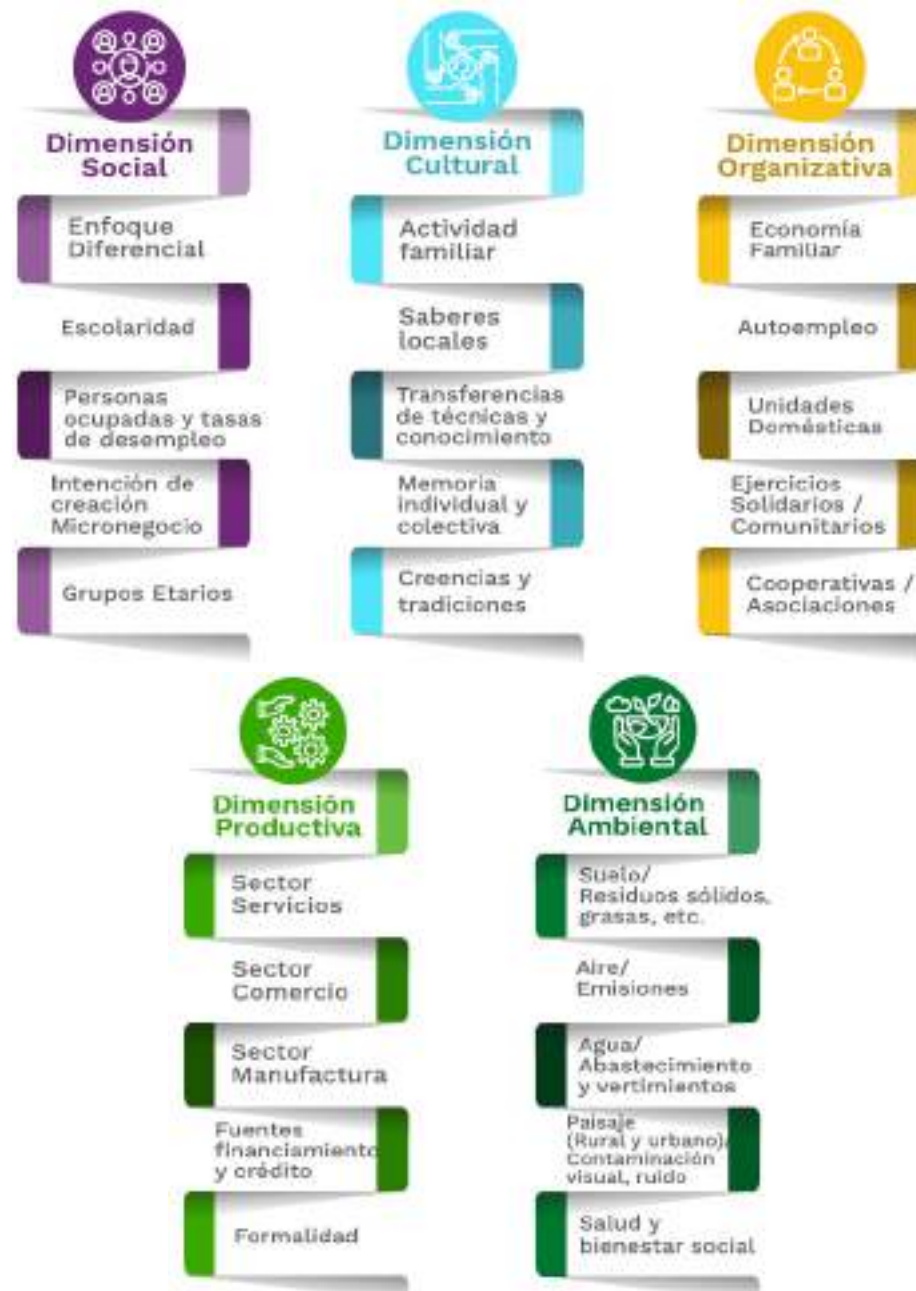
Este ejercicio, junto con los datos cuantitativos recolectados, permite comprender las dinámicas propias de las personas que integran las economías populares. Así, el SENA podrá identificar sus particularidades y ofrecer servicios que se ajusten a las necesidades de los micronegocios y de quienes los lideran.

Dimensiones de las economías populares

El equipo de caracterización de la población vinculada a las economías populares, con el fin de ampliar la información disponible en el SENA y fortalecer la pertinencia de su oferta de servicios, realizó una investigación directa en el territorio, propiciando diálogos con las comunidades. Este enfoque permitió identificar las dinámicas específicas de sus actividades, los mecanismos de construcción social, su vínculo con el contexto cultural, los modos de organización de sus unidades económicas, así como sus fortalezas, desafíos y necesidades en los distintos sectores productivos. Además, se analizó su relación con el entorno ambiental, considerando tanto los beneficios como las responsabilidades compartidas.

Con base en lo anterior, se definieron cinco dimensiones —social, cultural, organizativa, productiva y ambiental— como categorías de observación, estudio y análisis, con el propósito de identificar las características que definen a las personas que hacen parte de las economías populares.

Tabla 3



Fuente: elaboración propia

Dimensión social

La población que pertenece a la Economía Popular 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, es necesario tener en cuenta aspectos como el enfoque diferencial, el nivel de escolaridad, el número de personas ocupadas, las tasas de desempleo, las intenciones de creación de micronegocios y la distribución por grupos etarios, entre otros factores, los cuales conforman la dimensión social de las economías populares (DANE, 2024).

Un análisis sobre los datos de escolaridad de la población vinculada a las economías populares en el departamento del Cauca

Una variable importante en la caracterización de esta población es el nivel de escolaridad de las personas propietarias de micronegocios, ya que este elemento incide en los procesos de enseñanza-aprendizaje y en las necesidades formativas que deben considerarse para el acceso a los servicios ofrecidos por la Entidad, entre otros aspectos.

Con base en los resultados de EMICRON (DANE, 2024), y sobre un total de 172.335 personas propietarias de micronegocios en el Cauca, se destacan los siguientes hallazgos:

1

El 40 % de las personas propietarias de micronegocios han cursado hasta algún grado de la básica primaria, lo que corresponde a 69.267 personas que alcanzaron hasta el grado quinto (DANE, 2024).

2

En cuanto a quienes lograron completar la básica secundaria (hasta grado noveno), se registran 20.934 personas, equivalentes al 12,1 %, que no continuaron su formación hacia la educación media (DANE, 2024).

3

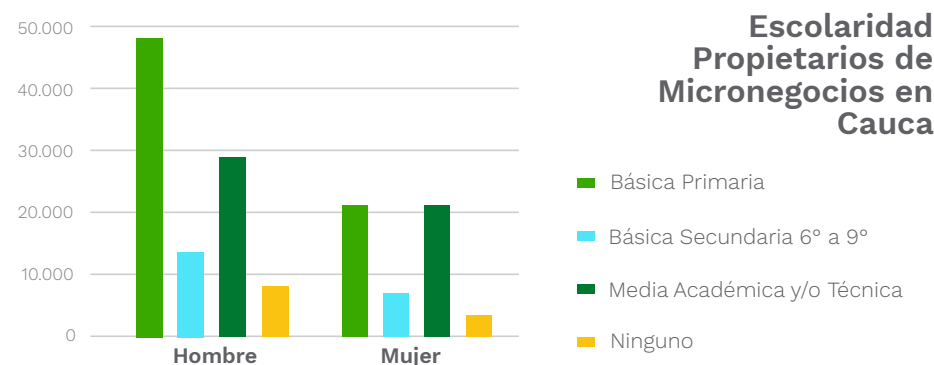
El 28,5 % de las personas propietarias de micronegocios —equivalente a 49.221 individuos— culminaron la educación media o alcanzaron el grado de bachillerato (DANE, 2024).

4

Finalmente, uno de los datos más representativos identificados es que 10.958 personas propietarias de micronegocios reportaron no haber cursado ningún nivel educativo, por lo que se presume que esta población probablemente no sabe leer ni escribir (DANE, 2024).

Todos estos datos se visualizan en la gráfica que se presenta a continuación.

Gráfica 2



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

A partir de la información reflejada en la gráfica, es importante señalar que los datos muestran, en su mayoría, que los hombres alcanzan un nivel educativo superior al de las mujeres. Adicionalmente, las cifras evidencian la existencia de una población con alto potencial para acceder a procesos de formación técnica y tecnológica, lo cual permitiría elevar los niveles de cualificación de las personas propietarias de micronegocios, repercutiendo positivamente en la sostenibilidad y competitividad de sus proyectos productivos.

En este sentido, una formación mediada por la práctica y la experiencia resulta fundamental para que las personas con niveles educativos básicos puedan adquirir habilidades que mejoren su calidad de vida. Esta necesidad fue reiteradamente planteada durante los diálogos comunitarios, en los cuales se reconoció que el modelo de enseñanza del SENA, basado en la práctica, facilita el acceso al conocimiento para todas las personas.

Aunque gran parte de esta población no cuenta con formación académica estructurada en términos convencionales, es fundamental destacar que posee aprendizajes valiosos adquiridos a lo largo de años de experiencia. Estos saberes, complementados con procesos formativos del SENA, tienen el potencial de fortalecer sus capacidades productivas y, en consecuencia, mejorar significativamente sus condiciones de vida.

Distribución etaria de personas propietarias y trabajadoras de micronegocios en el Cauca: un análisis de la fuerza laboral del departamento

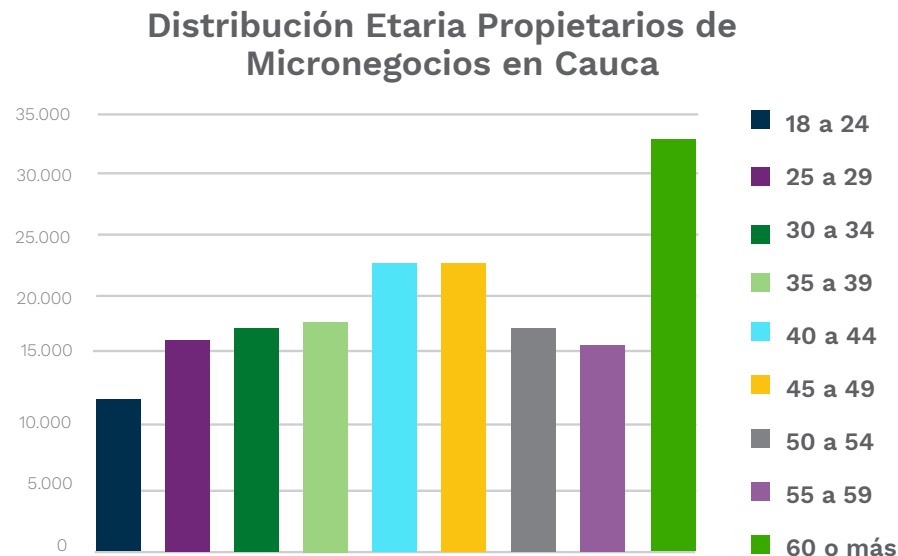
En cuanto a la distribución por edad de la población vinculada a las economías populares, la observación directa realizada durante el trabajo de campo en los municipios del departamento permitió evidenciar que en los micronegocios de comercio, servicios y manufactura participan personas de todas las edades.

Dado que el número de espacios desarrollados con la comunidad no es suficiente para un análisis cuantitativo representativo, esta

variable se analiza con base en los resultados obtenidos por EMICRON (DANE, 2024).

En el siguiente gráfico, se muestra cómo está la distribución etaria de la población propietaria de micronegocios en el departamento.

Gráfica 3



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

En el análisis de la propiedad de micronegocios por rangos de edad, se destacan los siguientes aspectos:

- **Personas mayores de 60 años:** Este grupo concentra la mayor cantidad de personas propietarias de micronegocios, con un total de 33.061 hombres y mujeres en el departamento (DANE, 2024). Este dato refleja una tendencia hacia la independencia económica en edades avanzadas, probablemente como estrategia ante la falta de empleo formal o como continuidad de proyectos familiares.
- **Jóvenes entre 18 y 24 años:** Este segmento presenta la menor cantidad de personas propietarias, con un total de 12.131 jóvenes

(DANE, 2024). Esta diferencia puede relacionarse con la preferencia de este grupo etario por emplearse en micronegocios ya establecidos, en lugar de iniciar proyectos propios, posiblemente debido a su menor experiencia o acceso limitado a recursos.

- **Distribución en otros rangos etarios:** Entre los grupos de edad intermedios (25 a 59 años), la propiedad de micronegocios se mantiene relativamente constante, con un promedio aproximado de 17.000 personas propietarias por grupo de edad (DANE, 2024). Esto sugiere una estabilidad en la participación de estas edades en actividades empresariales de pequeña escala.

A partir de estos hallazgos, se puede concluir que la mayoría de personas propietarias de micronegocios en el departamento superan los 45 años, lo cual implica que las estrategias de convocatoria deben estar diseñadas para una población migrante digital.

Estas observaciones permiten comprender que la población vinculada a las economías populares en el Cauca ha desarrollado dinámicas que le han permitido sostener sus unidades productivas a lo largo del tiempo. Se destaca el predominio de personas adultas como propietarias de la mayoría de micronegocios, lo cual refleja experiencia y resiliencia. Este grupo, por tanto, tiene el potencial de liderar procesos y convocatorias que integren y fortalezcan a la población más joven, fomentando el intercambio intergeneracional de saberes y habilidades.



En este sentido, las estrategias de divulgación de la oferta del SENA deben considerar los medios de comunicación más utilizados por cada grupo etario. Por tanto, es clave que los procesos de publicidad, inscripción y formación sean flexibles, combinando herramientas digitales con medios tradicionales. Una vez acceden a la formación, también es necesario fortalecer las competencias digitales de esta población, ampliando su participación y autonomía en el entorno actual.

Formar a esta población mediante metodologías prácticas, accesibles y adaptadas a sus conocimientos previos y contextos territoriales, permite mostrar que las economías populares trascienden la generación de ingresos. Esta visión busca empoderar a las personas, mejorar sus condiciones de vida y fortalecer el tejido social de sus comunidades.

Desde esta perspectiva, las economías populares no se reducen a un espacio económico, sino que se consolidan como un ámbito social, donde la cooperación y la organización comunitaria se constituyen en herramientas clave para enfrentar de manera colectiva desafíos territoriales, como el acceso limitado a la formación o las brechas digitales, fomentando la inclusión y la sostenibilidad de las iniciativas productivas.

En este proceso de fortalecimiento, resulta esencial reconocer y potenciar las capacidades productivas de las mujeres como agentes fundamentales, ya que esto representa un aspecto clave para promover la equidad social y la justicia económica.

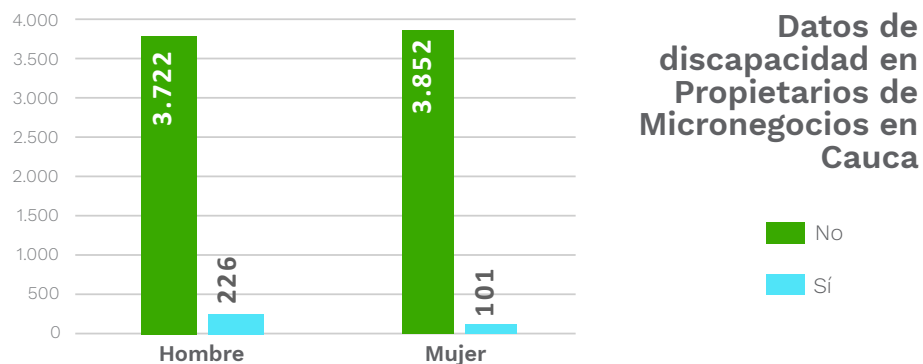
Enfoque diferencial: Población con discapacidad

Otro aspecto clave en la caracterización de la población vinculada a las economías populares es la presencia de personas con discapacidad, razón por la cual los servicios, incluyendo el de formación, deben ser inclusivos, contemplando la diversidad funcional humana para así garantizar una oferta que responda a las necesidades de toda la población del departamento.

Durante el desarrollo de los grupos focales no se contó con la participación directa de personas con discapacidad, sin embargo, en territorio se evidenciaron limitaciones de accesibilidad en diversos espacios, tales como la ausencia de rampas o adecuaciones necesarias.

A continuación, se presentan las cifras reportadas por EMICRON (DANE, 2024).

Gráfica 4



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

A partir de los datos de EMICRON (DANE, 2024), se identificó que, en una muestra seleccionada de 7.901 personas propietarias de micronegocios, **327 reportaron tener alguna discapacidad.** Lo anterior indica que esta población vinculada a las economías populares realiza sus actividades económicas dentro de un sistema que, probablemente, no contempla plenamente la diversidad funcional.

Es evidente que se trata de personas que se esfuerzan por identificar formas de generar ingresos a partir de sus labores cotidianas, y que, al vivir con una discapacidad, enfrentan mayores barreras para alcanzar una mejor calidad de vida. Por ello, es fundamental que los servicios del SENA se flexibilicen para atender sus necesidades específicas, ofreciendo capital semilla y formación pertinente que contribuya a construir un tejido social más solidario e inclusivo.

Para lograrlo, es necesario diversificar las estrategias de convocatoria con el fin de focalizar a esta comunidad y reconocer de manera directa sus necesidades y expectativas.

La dimensión social de las economías populares en el departamento del Cauca revela variables clave como el enfoque diferencial, el nivel de escolaridad y las tasas de empleo. Los datos relacionados con escolaridad y distribución etaria muestran que, aunque una alta proporción de personas propietarias de micronegocios tiene niveles educativos bajos, existe un gran potencial para acceder a procesos de

formación técnica y tecnológica, capaces de transformar estos saberes en habilidades prácticas que mejoren la sostenibilidad y competitividad de los negocios.

La inclusión de personas con discapacidad también debe ser una prioridad. En conjunto, estas características demuestran que las economías populares no solo contribuyen a la generación de ingresos, sino que también fortalecen el tejido social y promueven la cooperación comunitaria, creando oportunidades para mejorar las condiciones de vida de quienes habitan el departamento.

Dimensión cultural

En un mismo segmento poblacional pueden identificarse diversas identidades culturales, las cuales son dinámicas y se configuran de manera colectiva o individual. Así lo plantea Olga Lucía Molano (2007b), quien sostiene 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).

Asimismo, es importante tener en cuenta que las actividades que hacen parte de las economías populares son tan diversas como su población, y pueden definirse o relacionarse con distintas expresiones culturales, dependiendo del oficio ejercido. Por ejemplo, los atributos culturales de una persona artesana pueden diferir significativamente de los de una persona comerciante.

La dimensión cultural incluye aspectos como 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 transmisión de conocimientos entre generaciones.

El cholado: Sabores y tradiciones del Pacífico colombiano

El cholado es un producto que combina el dulzor con la frescura de las frutas, se ha convertido en un símbolo refrescante para mitigar el

El cholado es un producto que combina el dulzor con la frescura de las frutas, se ha convertido en un símbolo refrescante para mitigar el calor en las tierras caucanas y, en general, en el Pacífico colombiano. En el municipio de Santander de Quilichao, los llamados “**choladeros**” destacan por mantener una tradición de más de 60 años, legado que consideran un patrimonio cultural y gastronómico del municipio.

Durante los ejercicios de caracterización en Santander de Quilichao, participaron 11 personas dedicadas a la producción y venta de cholados. Un aspecto relevante es que todos forman parte de una misma asociación, de la cual se sienten profundamente orgullosos. Este sentido de pertenencia se refleja en sus intervenciones, donde constantemente resaltan la importancia de su organización colectiva.

Además, la mayoría de los participantes subrayaron que esta actividad es un negocio familiar, transmitido de generación en generación. Este legado no solo incluye el conocimiento sobre la preparación del cholado, sino también la gestión de la cadena de suministro y las estrategias de venta, fortaleciendo el vínculo entre la tradición y la economía familiar.

Entre las necesidades expresadas por los choladeros, destaca el deseo de construir una escultura representativa de este producto como un **homenaje a sus tradiciones y a la historia de su pueblo**. Aunque ya han creado un modelo artesanal, los limitados recursos económicos han dificultado avanzar en esta meta colectiva, en este sentido, ven en el SENA una oportunidad para materializar este proyecto.

Asimismo, los propietarios de estos micronegocios han manifestado interés en replicar el éxito del Festival del Cholado de Jamundí, buscando apoyo para organizar un evento que consolide a Santander de Quilichao como un referente turístico y económico. Desde hace casi 30 años, su lugar de trabajo ha sido un punto de encuentro tanto para locales como para turistas, un espacio donde las tradiciones se preservan y fortalecen.

Lo participantes destacan:



Llevamos aquí tantos años que este lugar ya no es solo nuestro, es del municipio, porque cada cholado que servimos lleva un poco de nuestra historia y de lo que somos como comunidad.

(Testimonio personal, Jamundí, 2024)

Desde 1996 está el sitio del parque los cholados. Y, como asociación venimos trabajando desde el 2016, pero sí ha luchado bastante para que ese espacio se quede.

(Testimonio personal, Santander de Quilichao, 2024)

Teniendo en cuenta este contexto, las personas participantes señalaron que una de las principales dificultades que enfrentan son las disposiciones implementadas por la Alcaldía municipal. Estas incluyen la obligatoriedad de cumplir con buenas prácticas productivas, certificaciones en manipulación de alimentos y manejo adecuado de residuos sólidos. Sin embargo, la mayoría de los miembros de la asociación, así como otros vendedores de cholados, no cumplen actualmente con estos requisitos. Esta situación, aunque garantiza la producción de un producto de mayor calidad, los expone a posibles sanciones o cierres preventivos de sus negocios, lo que podría desencadenar serias crisis económicas en sus familias.

A pesar de estas dificultades, las personas que **integran los choladeros de Santander de Quilichao** mantienen vivos los saberes dulces y tradicionales de su región caucana.

Ante este panorama, el SENA se presenta como un aliado estratégico, ya que la entidad puede ofrecer formación y certificación en competencias laborales necesarias para que estas personas vendedoras cumplan con los estándares exigidos. Esto no solo permitiría a **las y los choladeros** proteger sus negocios y garantizar la

sostenibilidad económica de sus familias, sino que también contribuiría al fortalecimiento de la confianza de las personas consumidoras, a la mejora en la gestión de residuos y al fortalecimiento general de la economía local.

En conclusión, esta población de **las economías populares** mantiene sus conocimientos, proyectos productivos y tradiciones de la región, los cuales se transmiten entre generaciones. Teniendo en cuenta las fortalezas con las que cuentan, es adecuado **fortalecerlas** o complementarlas con habilidades en finanzas, mercadeo, buenas prácticas productivas, entre otras, que seguramente aportarán al crecimiento de sus micronegocios, permitiéndoles desarrollarse y volverse más robustos.



Dimensión productiva

La población de las **economías populares** desarrolla una amplia diversidad de oficios y ocupaciones. Se vale de sus saberes, habilidades, experiencia, fuerza de trabajo y, en algunos casos, de maquinarias y herramientas para producir bienes y servicios ofertados de diversas formas, con el fin de generar ingresos que permitan satisfacer sus necesidades y las de sus familias (Coraggio, 2004; DNP, 2023).

La productividad de **las economías populares** puede enmarcarse en cualquiera de los sectores económicos: servicios, comercio o manufactura. Incluye desde actividades mercantiles de producción, distribución y comercialización, hasta labores domésticas o comunitarias (DNP, 2023).

Las personas trabajadoras de las economías populares se desempeñan en unidades productivas de menor escala, primordialmente de manera autónoma, con el propósito de satisfacer sus necesidades básicas (Coraggio, 2011).

Esta población ejerce sus actividades de forma unipersonal, en familia, en micronegocios o microempresas. Es común encontrar, en la práctica, tanto a hombres como a mujeres que, dependiendo de los contextos locales y regionales, ejercen multiactivamente dos o más ocupaciones al mismo tiempo. Estas prácticas están influenciadas por factores como la informalidad, las fuentes de financiación no convencionales y la falta de acceso a formación (DNP, 2023; Razeto, 1999).

Sector servicios

De acuerdo con el DANE (2024), forman parte del sector servicios aquellos micronegocios encaminados a generar o poner a disposición de personas, hogares o empresas una amplia gama de productos intangibles que transforman las condiciones de quienes los adquieren. Estos servicios poseen una diversidad de características

según las necesidades de quienes los solicitan. Estos micronegocios representan el 27 % del total de micronegocios del departamento, con una participación de 45.903 personas que tienen unidades productivas en este sector.

Propietarios de micronegocios en el sector servicios

Tipos de propietarios

En este aspecto, se encuentra que el 90 % de las personas propietarias de micronegocios del sector servicios en Cauca son trabajadoras por cuenta propia (DANE, 2024); es decir, de su fuerza de trabajo dependen los ingresos diarios con los que cuentan sus hogares para su subsistencia. Este es un aspecto relevante a considerar por parte del SENA, ya que los horarios de participación deben ser lo suficientemente flexibles para que esta población pueda continuar desarrollando sus actividades económicas.

Subsectores del sector servicios en la regional

De acuerdo con la CIU adoptada por el DANE (2024), se puede ampliar la clasificación de cuatro sectores a doce subsectores. Al hacerlo, el sector servicios se divide en ocho de los doce subsectores; a continuación, se presentan.



Tabla 4

Actividades económicas de los micronegocios del sector servicios



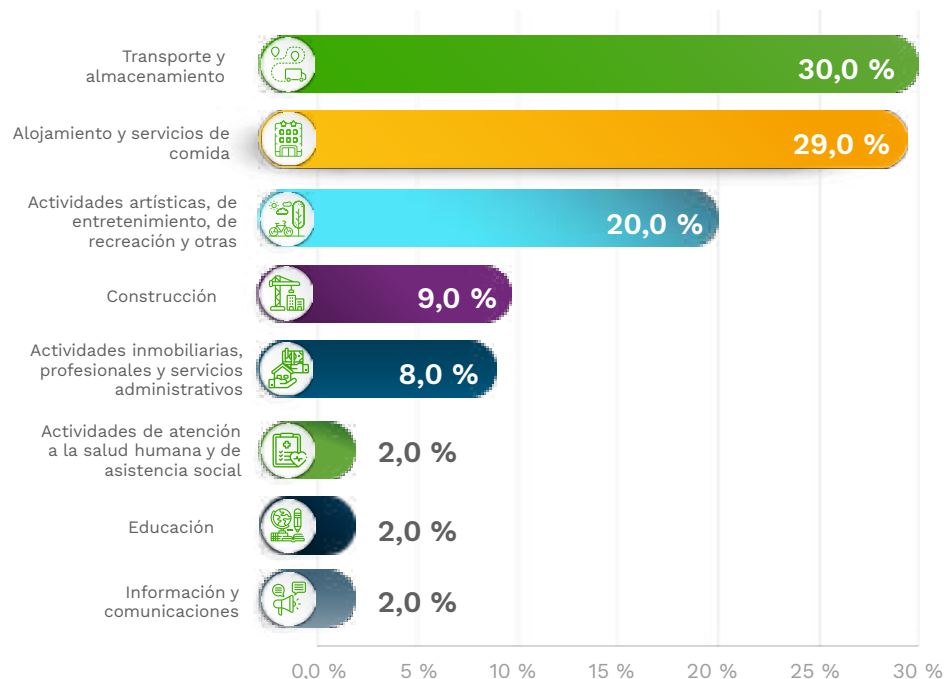
Fuente: elaboración propia a partir de DANE (2024)

Con respecto a esta clasificación de 12 subsectores, y de acuerdo con el siguiente gráfico, las actividades económicas de servicios que tienen mayor relevancia en el departamento son: Transporte y almacenamiento, con una participación del 30 %; Alojamiento y servicios de comida, con 29 %; y Actividades artísticas y de entretenimiento, con 20 % (DANE, 2024).



Gráfica 5

Distribución de micronegocios, según grupo de actividades económicas



Fuente: elaboración propia en base a EMICRON (DANE, 2024)

Tiempo de funcionamiento del micronegocio en el departamento

De acuerdo con los resultados de esta variable, se determina que, en el departamento del Cauca, el 40 % de los micronegocios del sector servicios tiene diez o más años de funcionamiento, el 17 % tiene entre cinco y diez años, y el 43 % restante cuenta con menos de cinco años de operación (DANE, 2024). Lo anterior plantea la oportunidad de enfocar recursos de formación y fortalecimiento

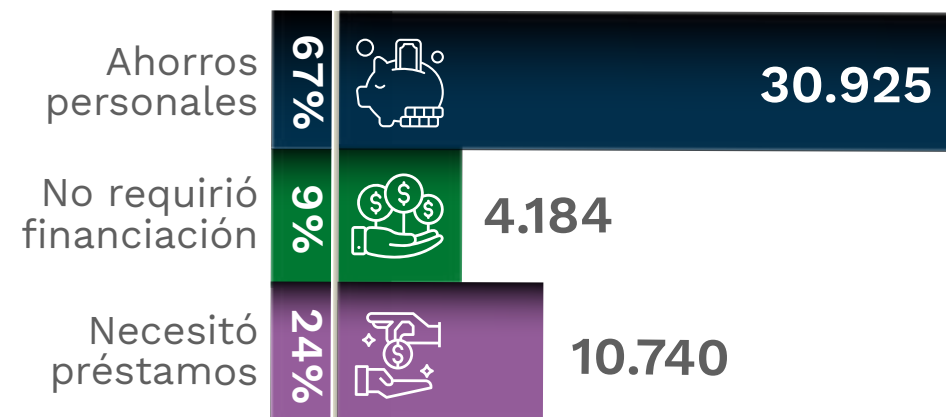


de capacidades, especialmente hacia los micronegocios que tienen menos de cinco años en funcionamiento. Esto permitiría fortalecerlos y ayudarles a perdurar en el tiempo, dotándolos de herramientas que aumenten su competitividad.

A continuación, se evidencia que la mayor parte de las personas que iniciaron un micronegocio contaban con el respaldo de sus ahorros personales. Sin embargo, también es importante reconocer que un 25 % de ellas necesitó recurrir a préstamos para poner en marcha sus actividades productivas.

Gráfica 6

Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio en el sector servicios



Fuente: elaboración propia a partir de DANE (2024)

Gráfica 7

Ubicación del micronegocio del sector servicios en Cauca



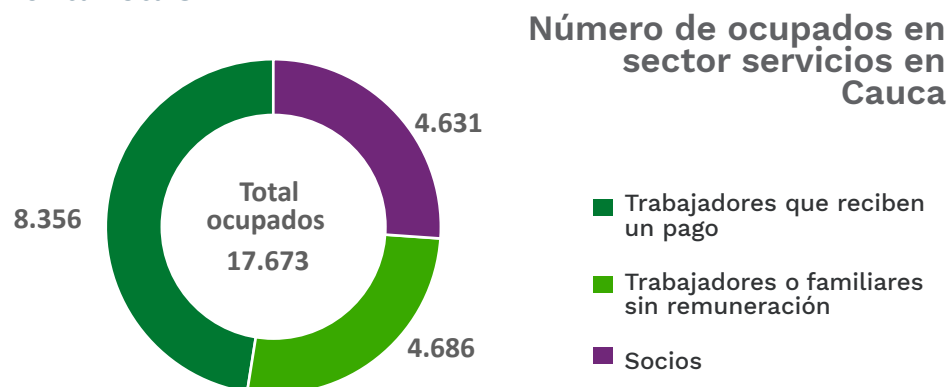
Fuente: elaboración propia a partir de (DANE, 2024b).

Frente a estos resultados, se observa que los micronegocios operan desde diversos lugares. Entre ellos, destacan la vivienda y el uso de vehículos con o sin motor como principales puntos de funcionamiento. Un 16 % opera de manera itinerante, puerta a puerta, mientras que tan solo un 11 % cuenta con espacios establecidos como locales, tiendas, talleres, fábricas, oficinas o consultorios.

Personas ocupadas en los micronegocios del sector servicios en el departamento

Con respecto a la cantidad de personas ocupadas en los micronegocios del sector servicios del departamento del Cauca, se encuentra que **4.631 personas son socios**, 8.356 son trabajadoras que reciben un pago, y 4.686 son trabajadoras o familiares sin remuneración.

Gráfica 8



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

De estos resultados se destaca que, a pesar de tratarse de unidades productivas pequeñas, con recursos económicos limitados y condiciones diversas, las personas propietarias de micronegocios logran generar ocupación para otras personas. En total, estas actividades vinculan laboralmente a 17.673 personas en el departamento (DANE, 2024).

Sector comercio

De acuerdo con el DANE (2024), hacen parte del sector comercio aquellos micronegocios que se dedican a la reventa sin transformación. Estos representan el **17 %** del total de micronegocios del departamento, lo que **corresponde a 29.771** personas que tienen unidades productivas en este sector.

Propietarios de micronegocios en el sector comercio

Tipos de propietarios

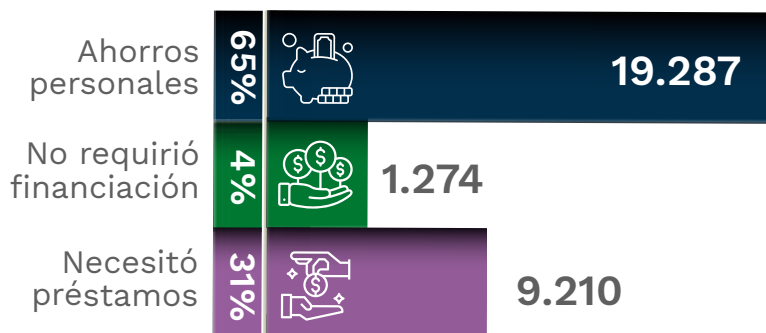
La mayoría de las personas propietarias de micronegocios del sector comercio en el departamento se reconocen como trabajadoras por cuenta propia, un total de 26.288 personas que representan el 88 % del total (DANE, 2024). Esto significa que son responsables de la compra y venta de productos, así como de las demás dinámicas que implica esta actividad, como la contabilidad y el flujo de caja.

Tiempo de Funcionamiento del Micronegocio en el departamento

En cuanto al tiempo de funcionamiento, el 41 % de los micronegocios del sector comercio tienen diez o más años de operación, el 20 % entre cinco y diez años, y el 39 % restante menos de cinco años (DANE, 2024).

Gráfica 9

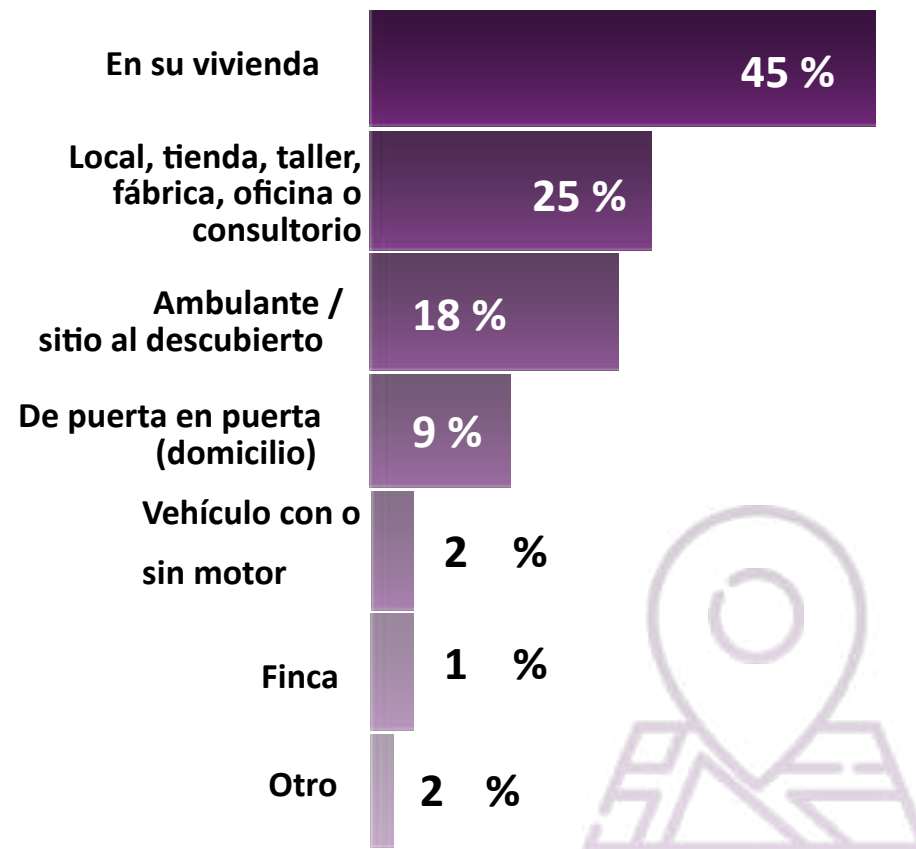
Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio en el sector comercio



Respecto al origen de los recursos con los que se iniciaron los micronegocios, el 31 % recurrió a préstamos, el 65 % a sus ahorros personales y solo el 4 % no requirió financiación (DANE, 2024).

Gráfica 10

Ubicación del micronegocio del sector comercio en Cauca

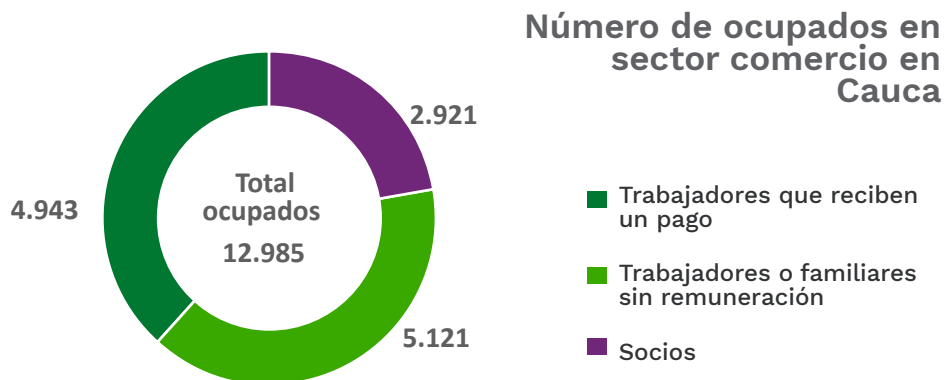


Fuente: elaboración propia a partir de EMICRON (DANE, 2024)

Personas ocupadas en los micronegocios del sector comercio en el departamento

Basados en los datos de EMICRON (DANE, 2024), se encuentra lo siguiente con respecto al número de ocupados del sector comercio en Cauca.

Gráfica 11



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

En cuanto a la ubicación, el 45 % funciona en su vivienda, el 25 % en locales o talleres, el 18 % como ambulantes en sitios al descubierto, el 9 % puerta a puerta, el 2 % en vehículos con o sin motor y el 2 % en fincas (DANE, 2024).

Según datos de EMICRON (DANE, 2024), los micronegocios del sector comercio en Cauca ocupan a 12.985 personas, lo que representa una cifra significativa en términos de empleo generado.

Sector manufactura

En el sector manufactura, según el DANE (2024), se agrupan los micronegocios que transforman materiales en productos nuevos, incluyendo procesos físicos o químicos. Estos representan el 7.8 % del total, con 13.429 personas dedicadas a esta actividad.

Tipos de Propietarios

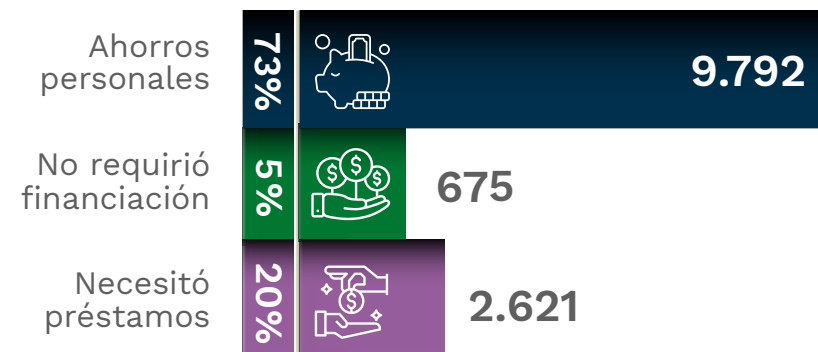
El 92 % de las personas propietarias en este sector son trabajadoras por cuenta propia, mientras que el 8 % se reconocen como empleadoras (DANE, 2024).

Tiempo de funcionamiento de los micronegocios del sector manufacturero

El 59 % de estos micronegocios tienen más de diez años de funcionamiento, el 21 % entre cinco y diez, y el 20 % menos de cinco. Este sector muestra una alta trayectoria y experiencia productiva.

Gráfica 12

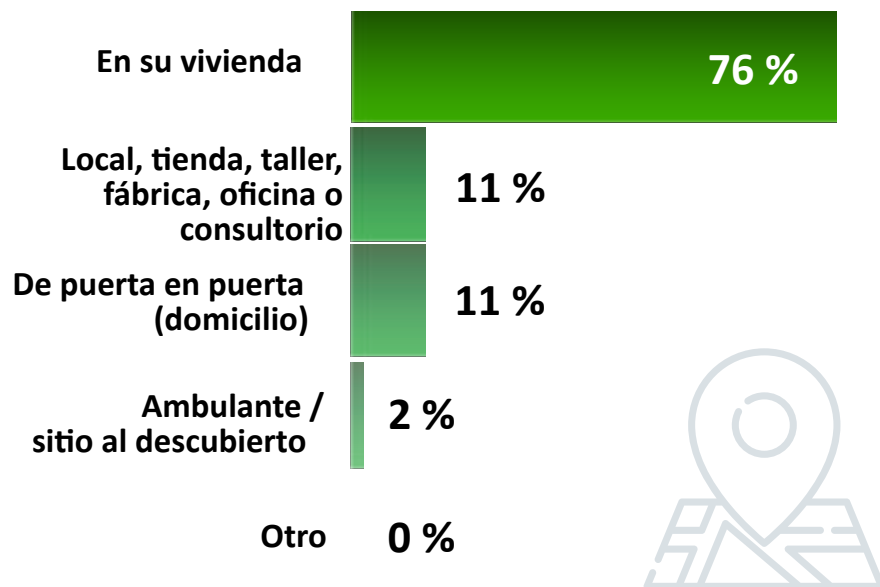
Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio en el sector manufacturero



Solo el 2 %, es decir, 297 micronegocios, han recibido capital semilla como apoyo inicial (DANE, 2024).

Gráfica 13

Ubicación del micronegocio del sector manufacturero en Cauca



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

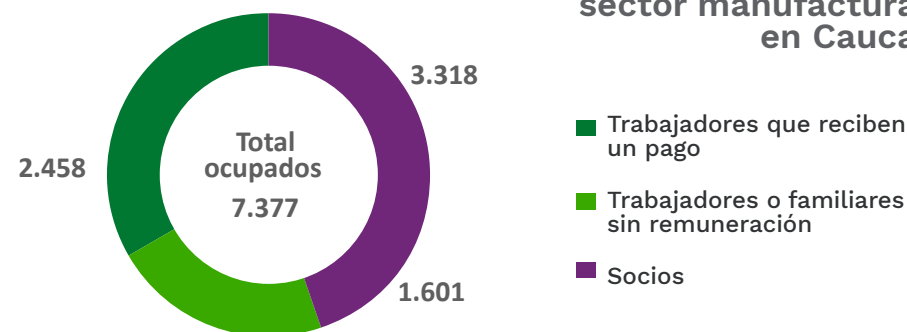
En cuanto a su ubicación, el 76 % funciona en la vivienda, el 11 % en locales o talleres y otro 11 % puerta a puerta, mientras que el 2 % se desempeña de forma ambulante (DANE, 2024).

Personas ocupadas en los micronegocios del sector manufactura en Cauca

Basados en los datos de EMICRON (DANE, 2024), se encuentra lo siguiente con respecto al número de ocupados del sector manufactura en el departamento.

Gráfica 14

Número de ocupados en sector manufactura en Cauca



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

Este sector manufacturero emplea a unas 7.377 personas, la mayoría con pago, según EMICRON (DANE, 2024).

En conclusión, los sectores de comercio, manufactura y servicios son claves para la población que hace parte de las economías populares. Estas actividades **permiten la ocupación de más de 100.000 personas** en el departamento del Cauca. Se destaca que la mayoría de estas unidades operan desde la vivienda, sin haber recibido capital semilla y siendo generalmente unipersonales.

Esta población es prioritaria para el SENA, ya que sus servicios pueden contribuir al fortalecimiento de sus negocios, al mejoramiento de herramientas y a una mejor calidad de vida.

El siguiente testimonio refleja cómo la población en situación de desplazamiento forzado depende de unidades productivas unipersonales para su sustento. A pesar del desarraigo, las dificultades y la falta de recursos, las personas como **Marcela Mosquera** logran sostener a sus familias a través del comercio informal. Esto evidencia la necesidad de que el SENA enfoque sus esfuerzos en brindar apoyo a estas unidades, no solo con capital semilla, sino con formación adaptada a sus necesidades.

Mi nombre es Marcela Mosquera Cárdenas, pues no soy de aquí, pero vivo aquí hace muchos años por la violencia del Putumayo, nos tocó desplazarnos hasta territorio Caucaño. Soy comerciante informal, en un pequeño negocio, aquí, en la esquina, donde comercializó coco fresco, es un negocio donde tenemos varios puestos. Entonces, sí, como que toda la familia se sustenta, todos nos sustentamos de comercio informal. Somos cinco, y mi hermana, que trabaja conmigo, seis.

(Testimonio personal, Santander de Quilichao, 2024).

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 de trabajo, en el autoempleo, y 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 las economías populares resistir y sostenerse en el tiempo, ofreciendo alternativas frente a la precariedad.

Se debe considerar la importancia de la relación entre la autonomía y la solidaridad en las unidades productivas de menor escala. Para Luis Razeto (1999), a quien se le atribuye acuñar el término **“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.

Choladeros de Santander de Quilichao, trabajo asociativo en el departamento del Cauca

Al dialogar con la población dedicada a la producción y venta de cholados en el municipio de Santander de Quilichao, se evidencian de diferentes formas las oportunidades que nacen del trabajo asociativo y colaborativo. Durante el trabajo de campo se contó con la participación de 11 personas que hacen parte de la misma asociación.

Mi nombre es Dora Fernández y trabajo en Asoprocholados, nuestro negocio se llama el Choladería Misty. Trabajamos con mi esposo y mis dos hijos

(Testimonio personal, Santander de Quilichao, 2024)

Mi nombre Ermelinda Pechene, también hago parte de Asoprocholados puesto 22 y trabajo con tres personas, todos son familia

(Testimonio personal, Santander de Quilichao, 2024)



Según mencionan los participantes la asociación está conformada por 25 personas, de las cuales 20 son choladeros. A lo largo de los años, han enfrentado diversas “luchas” que les han permitido posicionar su producto y asegurar un espacio emblemático para su comercialización: **el conocido Parque de los Cholados.**

Los miembros destacan cómo, a través de su trabajo colectivo y la fortaleza que han construido como asociación, han logrado evolucionar y mejorar tanto las condiciones de sus actividades productivas como su calidad de vida. Este esfuerzo conjunto les ha permitido no solo mantener viva la tradición del cholado, sino también promover el desarrollo económico local. Al respecto, uno de los participantes comparte:

Como asociación venimos trabajando desde el 2016, pero ha sido luchado bastante para que ese espacio quede ahí ¿por qué? Porque un tiempo que estuvieron, que un día no podíamos sacar los carros, otro día no, eh, porque ya no los iban a recoger, ha sido una lucha constante, constante para poder llegar a donde estamos en este momento ¿Por qué? Porque cuando arrancamos, arrancamos de cero, donde no había agua, no había energía, no teníamos cómo guardar los carros, teníamos que pagar parqueadero, teníamos que comprar el agua, ir a cargar el agua, toda esa parte

(Testimonio personal, Santander de Quilichao, 2024)

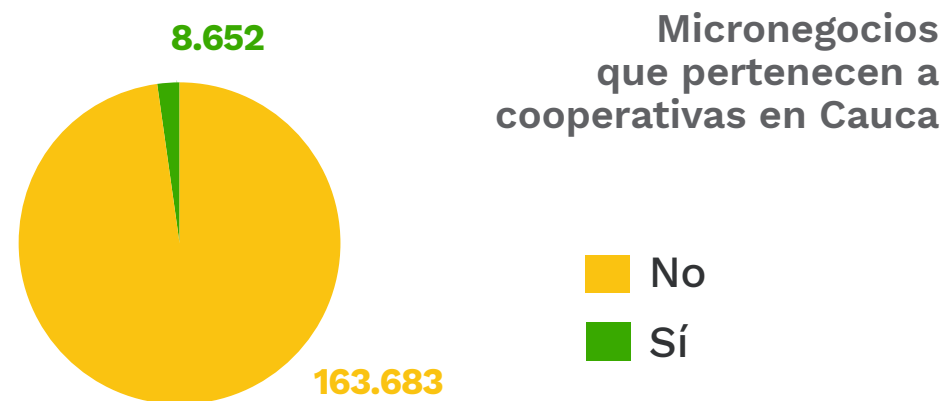
Se observa cómo, a través de los años, la experiencia y la asociación han permitido a las personas propietarias de micronegocios de cholato un crecimiento que les ha posibilitado alcanzar metas colectivas. Estos logros, a su vez, han optimizado sus ingresos económicos por medio de mejores formas de producción, promoción y venta.

Cuando la persona participante menciona el transporte del carrito, se refiere a la herramienta utilizada para almacenar utensilios, hielo, frutas, entre otros elementos necesarios para la preparación y venta de cholados. Transportarlo diariamente representaba una dificultad para mantener los insumos en buen estado. Para solucionar este problema, la asociación medió con la Alcaldía Municipal, logrando que las personas vendedoras obtuvieran lugares fijos para operar y contrataran seguridad privada. Estas gestiones, facilitadas por la organización colectiva, han mejorado significativamente las condiciones laborales de sus integrantes.

En cuanto a formación y formalización, la asociación ha trabajado de manera articulada con diversas entidades estatales, entre ellas el SENA. Esto les ha permitido ofrecer un servicio de mayor calidad. Esta colaboración también representa una oportunidad clave para el SENA, ya que la población de las economías populares, pese a su reconocimiento reciente, sigue siendo difícil de convocar. Reconocer la importancia de las asociaciones y fomentar la asociatividad permite focalizar y priorizar los servicios de la entidad hacia quienes más lo necesitan.

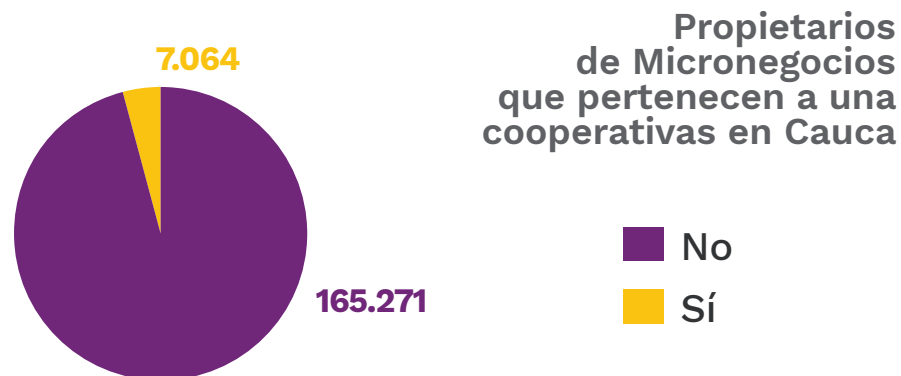
Por lo tanto, el fortalecimiento de los procesos asociativos es una necesidad prioritaria desde la dimensión organizativa para la población de las economías populares en el departamento. Aunque las personas productoras de cholados cuentan con una asociación, esta no es una práctica común en la región. Según lo reportado en EMICRON (DANE, 2023), las personas propietarias de micronegocios en el departamento presentan una baja participación en asociaciones o cooperativas, como se evidencia en las gráficas que se presentan a continuación.

Gráfica 15



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

Gráfica 16



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

Otro caso que se puede destacar es el de la señora Luz Aleida, una mujer que, a pesar de las difíciles circunstancias que ha enfrentado, cuenta con una asociación productiva y, adicionalmente, se organiza con un grupo de personas para defender los derechos humanos. El relato se encuentra a continuación:



Mi nombre es Luz Aleida Palta. Soy lideresa social y defensora de derechos humanos, trabajo mucho con el tema de organizaciones de mujeres y población LGBTQ+, tenemos una organización, o sea, soy representante legal de una organización que, es más, una plataforma departamental. Pero aquí, a nivel municipal, local, tenemos, o sea, logramos, constituir otra organización, que se llama corporación familia diversas interseccionales, donde también dentro, digamos, de sus líneas, al empoderamiento económico y dentro de esta organización, voy a hablarlo como la organización. Tenemos una apuesta y un proyecto productivo piscícola, como digamos de manera personal, pues ya saliéndome el rol de la organización, pues, los acontecimientos obligaron a salir del territorio estos momentos, pues, eh, soy víctima y resido en el casco urbano donde, pues, eh, pues, para poder subsistir, me tocó, digamos, emprender con algo del que no tenía conocimiento, que es un restaurante, porque yo ni siquiera sabía, digamos ahora, para atender un negocio, si tengo empleados, y la situación, digamos, es compleja, digamos, a nivel comercial.

(Luz Aleida Palta, Santander de Quilichao, 2024).

A partir de los relatos de diferentes organizaciones presentes en el departamento del Cauca, se evidencia cómo la asociatividad fortalece tanto las dinámicas productivas como el tejido social de la población. Todo esto a través del trabajo colectivo y colaborativo, en un ejercicio que ha permitido superar desafíos, consolidar presencia en el mercado y mejorar las condiciones laborales. Estos logros resaltan la importancia de promover la autonomía y la solidaridad.

El acompañamiento de entidades como el SENA resulta crucial para garantizar que este tipo de iniciativas puedan acceder a

formación técnica y formalización de sus micronegocios, fortaleciendo la capacidad organizativa y productiva de sus integrantes. Al mismo tiempo, es relevante fortalecer las asociaciones e impulsar mecanismos efectivos para integrar a las comunidades en procesos de desarrollo local, promoviendo un impacto positivo tanto en lo económico como en lo social. La experiencia de las y los choladeros no solo conserva una tradición cultural emblemática, sino que se convierte en un modelo de resiliencia y cohesión comunitaria que inspira a otros sectores de las economías populares.

Dimensión ambiental

A partir de los relatos de diferentes organizaciones presentes en el departamento del Cauca, se evidencia cómo la asociatividad fortalece tanto las dinámicas productivas como el tejido social de la población. Todo esto a través del trabajo colectivo y colaborativo, en un ejercicio que ha permitido superar desafíos, consolidar presencia en el mercado y mejorar las condiciones laborales. Estos logros resaltan la importancia de promover la autonomía y la solidaridad.

El acompañamiento de entidades como el SENA resulta crucial para garantizar que este tipo de iniciativas puedan acceder a formación técnica y formalización de sus micronegocios, fortaleciendo la capacidad organizativa y productiva de sus integrantes. Al mismo tiempo, es relevante fortalecer las asociaciones e impulsar mecanismos efectivos para integrar a las comunidades en procesos de desarrollo local, promoviendo un impacto positivo tanto en lo económico como en lo social. La experiencia de las y los choladeros no solo conserva una tradición cultural emblemática, sino que se convierte en un modelo de resiliencia y cohesión comunitaria que inspira a otros sectores de las economías populares.

Con respecto a esta dimensión, en los espacios de diálogo con la población de **Santander de Quilichao** se evidenciaron diferentes problemáticas que afectan la productividad agropecuaria: el desabastecimiento de agua, la pérdida de flora y fauna, entre otros aspectos. Frente a esta situación, el Sistema de Gestión Ambiental

Municipal (SIGAM, 2018) reporta lo siguiente sobre las causas y efectos del deterioro de los recursos naturales en el municipio.

Tabla 5

Causas y efectos del deterioro de los recursos naturales en el municipio

Causas	Efectos
Minería	Baja productividad agropecuaria
Ganadería	Insostenibilidad ambiental
Agricultura	Pérdida del territorio
Mala disposición de residuos sólidos	Desabastecimiento de agua
Vertimiento de aguas residuales	Pérdida de fauna y flora
Falta de cultura ambiental	Pérdida de recursos naturales

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

Teniendo en cuenta las causas y efectos que están perjudicando el medioambiente en este municipio, a lo largo de la investigación se evidenció una falta de conocimiento sobre el manejo de residuos sólidos, la disposición adecuada de la basura y el aprovechamiento de materiales reciclables por parte de las personas participantes. Esta situación incide directamente en el impacto ambiental generado por el desarrollo de estas actividades productivas.

Un ejemplo de lo anterior es que, actualmente, todos los residuos generados por las y los choladeros son recogidos mediante el sistema de recolección municipal estándar, lo que pone de manifiesto la

necesidad de mejorar estos procesos. A la vez, estas necesidades representan una posible oportunidad de negocio para alguna organización interesada en gestionar o transformar estos residuos de manera sostenible. Por ejemplo, una de las personas participantes menciona:

En nuestra jornada laboral, pues todo se recoge en bolsas de basura y se llevan al carro la basura, o se dejan el lugar donde guardamos nuestras cosas. Entonces, los dejamos para el día que pasa el carro. Entonces, como que negativamente, pues, a no ser que pues el cliente, pero pues yo digo que eso ya haga conciencia de canal que lleva el base, que lo votó, no en el puesto

(Testimonio personal, Santander de Quilichao, 2024)



En términos generales, la población dedicada a la producción de cholados manifiesta que realiza acciones para destinar lugares al desecho de residuos derivados de la preparación y venta del producto. No obstante, también se evidencia que no existe un sistema de manejo de residuos conforme a la norma, lo cual incide directamente en el impacto sobre los recursos naturales. Según el SIGAM (2018), esta situación afectaría la sostenibilidad ambiental del municipio.

Teniendo en cuenta lo anterior, puede concluirse que contar con formación en manejo ambiental contribuiría a reducir los efectos sobre los recursos naturales. Por ejemplo, el SIGAM (2018) informa lo siguiente:

Santander de Quilichao produce diariamente 40 toneladas de residuos que son llevados al Relleno Sanitario Quita Pereza, de acuerdo a caracterizaciones realizadas recientemente se tiene que de estas 40 toneladas el 55% son residuos orgánicos, 35% inorgánicos y 10% son residuos no aprovechables, esta cantidad de residuos aumenta a 60 toneladas los días de mercado que para este Municipio son 3 días miércoles, viernes y sábados.

En la zona rural los residuos generados por los asentamientos humanos y los sistemas de producción (agrícola, pecuario, agroindustriales, entre otros) no tienen un manejo adecuado y su disposición recae sobre las cuencas.

Por lo anterior se hace necesario tomar acciones encaminadas al manejo y disposición final de estos residuos (p 11).

En ese sentido, se evidencia la necesidad urgente de formación, capacitación y apoyo técnico para el manejo de esta gran cantidad de residuos. Como se observa en la cita anterior, los días de mercado incrementan en 20 toneladas la generación de residuos, lo que está relacionado con el aumento de actividades propias de las economías populares. Por tanto, el uso de materiales biodegradables y mejores prácticas ambientales constituye un eje estratégico para la protección de los recursos biológicos.

En concordancia con esto, el municipio ha formulado estrategias para mejorar las dinámicas sociales y ambientales, promoviendo una cultura ambiental ciudadana. El SIGAM (2018) señala lo siguiente:

A pesar de que el acceso a información ha permitido entre las comunidades avanzar en procesos de concientización en temas medio ambientales, en el caso de Santander de Quilichao todavía son necesarios esfuerzos gigantescos para lograr una cultura ambiental ciudadana que responda positivamente a la problemática medio ambiental del municipio donde se involucre directamente el sector educativo.

A pesar de lo anterior existen iniciativas locales de grupos sectoriales que vienen realizando en diferentes sectores una serie de jornadas lúdicas, pedagógicas e informativas, complementadas con actividades de limpieza y recolección de residuos y embellecimiento del entorno con lo que pretende el cambio de hábitos para que hagan manejo adecuado de los desechos, es decir, con responsabilidad y civismo. Implementar el Comparendo Ambiental como estrategia de generar sentido de pertenencia a los individuos que afecten los recursos naturales

(SIGAM Santander de Quilichao, 2018, p 12)

En este contexto, el SENA puede ser un aliado estratégico para la formación en cultura ambiental ciudadana, ofreciendo programas técnicos, tecnológicos y complementarios que fortalezcan las dinámicas solidarias de reducción y manejo integral de residuos. Así mismo, puede brindar apoyo a la población de las economías populares para innovar en el uso de envases biodegradables y otros productos amigables con el ambiente, al tiempo que promueve jornadas pedagógicas que fortalezcan el sentido de pertenencia hacia los recursos naturales.

Es evidente que estas características de la dimensión ambiental no solo corresponden a Santander de Quilichao, sino que son comunes a las actividades de las economías populares en todo el departamento.

Por esta razón, un plan nacional estratégico de atención ambiental para esta población sería clave para el bienestar colectivo.

El caso de las y los choladeros pone en evidencia cómo el manejo inadecuado de residuos sólidos, la falta de materiales biodegradables y la informalidad en las prácticas productivas afectan el equilibrio ecológico. No obstante, también revela oportunidades de mejora, como la incorporación de materiales sostenibles y la formación técnica en manejo ambiental, rol que el SENA está en capacidad de desempeñar.

Para finalizar, es fundamental reconocer que la sostenibilidad ambiental y las economías populares están profundamente relacionadas, y su adecuado manejo es esencial para garantizar la calidad de vida y el desarrollo sostenible, tanto en Santander de Quilichao como en el resto del país.



Conclusiones

Dimensión social

- La **población adulta del departamento del Cauca** es la que tiene mayor participación como **persona propietaria de micronegocios**, lo cual indica que la población joven representa la mayor fuerza de trabajo. **Por tanto, los servicios del SENA deben considerar a quienes son migrantes digitales**, que no necesariamente dominan herramientas virtuales. **Flexibilizar e incluir formación en el uso de entornos digitales contribuirá a mejorar las condiciones de vida de esta población.**
- **Los datos de escolaridad y distribución por edades** muestran que, aunque existe una alta proporción de personas propietarias de micronegocios con niveles educativos bajos, hay un gran potencial para la formación técnica y tecnológica. Esta formación puede transformar conocimientos previos en habilidades prácticas, mejorando la sostenibilidad y competitividad de los negocios.
- La distribución etaria refleja una predominancia de personas adultas mayores de 45 años como propietarias de micronegocios. Esto subraya la importancia de adaptar las estrategias de formación a sus necesidades, especialmente en lo relacionado con herramientas digitales.

Dimensión cultural

- Las y los choladeros del municipio de Santander de Quilichao preservan conocimientos tradicionales que han permitido a muchas familias consolidar unidades productivas que generan ingresos para su sustento. Esta tradición se ha transmitido entre generaciones, convirtiendo al municipio en un referente. Por ello, esta población que hace parte de las economías populares forma también parte del patrimonio cultural caucano, y desde los servicios de la entidad se pueden seguir fortaleciendo estas expresiones culturales.

Dimensión productiva

- Las personas propietarias de micronegocios en el departamento reportan que es necesario recurrir al endeudamiento para iniciar o fortalecer sus unidades productivas. Por ello, deben ser priorizadas en mecanismos de apoyo al emprendimiento, como capital semilla, dentro de la estrategia Full Popular.

Dimensión organizativa

- Las oportunidades derivadas del trabajo asociativo y cooperativo son claras en Santander de Quilichao. Sin embargo, en el departamento aún se registran cifras muy bajas de participación en estas formas de organización de la economía solidaria. Por tanto, la entidad debe fortalecer los mecanismos que permitan a la población de las economías populares vincularse a sistemas colaborativos estructurados.
- El caso de las y los choladeros de Santander de Quilichao demuestra cómo la asociatividad fortalece tanto las dinámicas productivas como el tejido social a través del trabajo colectivo y colaborativo.

Dimensión ambiental

- Se evidencia que, al no contar con formación ni certificación en procesos de manejo ambiental conforme a las normas vigentes, se generan numerosos desechos que no cuentan con cadena de reutilización, y que son simplemente transportados al relleno sanitario. Por tanto, la población de las economías populares debe fortalecer sus conocimientos para mitigar el impacto ambiental de sus actividades productivas, y en este aspecto el SENA puede brindar apoyo técnico.
- El caso de las y los choladeros evidencia que el manejo inadecuado de residuos sólidos, la ausencia de materiales biodegradables y la informalidad en las prácticas productivas afectan el equilibrio ecológico.
- Existen oportunidades de mejora, como la implementación de materiales sostenibles y la formación técnica en manejo ambiental, un rol estratégico que puede ser asumido por el SENA.



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

- 1 Ampliar la oferta de cursos en asociatividad, cooperativismo, sistemas, finanzas básicas y gestión de proyectos, con enfoque en los sectores de comercio y servicios.
- 2 Diseñar programas cortos y modulares dirigidos a integrar a la población joven en el desarrollo de micronegocios.
- 3 Establecer alianzas con asociaciones locales para identificar personas trabajadoras que pueden beneficiarse de la certificación de saberes.
- 4 Ofrecer cursos especializados en manipulación de alimentos que permitan cumplir con las normas municipales y elevar la calidad del producto.
- 5 Fomentar la creación de empresas ambientales locales a través de formación en emprendimiento en este sector.
- 6 Diseñar programas de formación técnica y empresarial especialmente dirigidos a mujeres.
- 7 Crear espacios de mentoría y redes de contacto para mujeres emprendedoras, conectándolas con liderazgos empresariales y recursos financieros.
- 8 Brindar asistencia técnica a los micronegocios en la implementación de proyectos, uso de tecnologías y buenas prácticas productivas.

- 9 Diversificar las estrategias de divulgación e inscripción para que las personas sin acceso a medios digitales puedan participar en los servicios ofrecidos.
- 10 Fomentar ferias comerciales mediante trabajo interinstitucional que favorezca el fortalecimiento de la productividad en el departamento.
- 11 Flexibilizar los mecanismos de acceso al Fondo Emprender, permitiendo la participación de personas que no han cursado la educación básica primaria.
- 12 Mejorar los mecanismos de priorización en la estrategia Full Popular, de modo que más personas puedan acceder a capital semilla para fortalecer sus unidades productivas.



Tabla de siglas

- **A.M:** área metropolitana
- **CENU:** Censo Económico Nacional Urbano
- **CIU:** 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.

Economía campesina: 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.

Economía popular: La economía popular se refiere 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 la economía popular 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 bienes y 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 económicamente su propia empresa 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 solas o asociadas 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 [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. 27 de marzo de 2023
- 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>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (diciembre de 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]. (31 de mayo de 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). Anexo Total Nacional – EMICRON año 2023. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/anex-EMICRON-2023.xlsx>
- 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 Nacional de Planeación [DNP]. (mayo de 2023). 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>
- Gobernación del Cauca. (2024). Perfil Departamento del Cauca . <https://www.cauca.gov.co/Dependencias/OficinaAsesoradePlaneacion/InformacioneIndicadores/Perfil%20Departamento%20del%20Cauca.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>
- 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]. (29 de agosto de 2023). Lanzamiento de la estrategia nacional 'Full Popular' 2023 [Video] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=e96LjBOjjUE&t=1740s>
- Santander de Quilichao. (2018). Sistema de Gestión Ambiental Municipal [SIGAM]. <https://santanderdequilichao-cauca.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionControl/SISTEMA%20DE%20GESTION%20AMBIENTAL%20MUNICIPAL%20-%20SIGAM.pdf>



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

Sylvia Daniela Moreno Rodríguez

Comunicadoras Sociales

María Paula Vargas Parra

Investigadora Temática

Javier Armando Pineda Muñoz

Investigador Junior

Oficina de Comunicaciones

4E SAS

Natalia Roldán Roldán

Diseño y diagramación

Valeria Quintero Cuervo

Ilustración

Luz Elena Cuervo

Dirección creativa

Primera edición, 2024
Bogotá, Colombia
ISBN 978-958-15-0969-0



@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