



**HORARIO**  
LUNES A JUEVES  
10:00 Am - 8:00 Pm  
VIERNES Y SÁBADO  
10:00 Am - 8:00 Pm  
DOMINGOS Y FESTIVOS  
1:00 Pm - 8:00 Pm

lo  
al  
NAL  
N FRIO  
PRINA

# VOCES Y ROSTROS

*de las economías populares del*

# CESAR



# Proyecto investigativo

## Caracterización

de la población de la economía  
campesina y popular

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA  
Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas  
Coordinación Nacional de Relacionamento con la Ciudadanía

2024

# Contenido

**Presentación ..... 6**

**Introducción .....10**  
 Aspectos metodológicos ..... 15

**Generalidades de las economías populares: referente conceptual .....17**

¿Qué son las economías populares? .....17  
 La relación entre micronegocio y las economías populares..... 20  
 ¿Cuáles son los sectores que hacen parte de las economías populares? ..... 20  
 ¿Quiénes hacen parte de las economías populares? .....23  
 Las Economías Populares en el Departamento del Cesar .....25  
 Generalidades .....25  
 Distribución de los micronegocios del departamento.....26  
 Tipo de Propietarios.....26  
 Municipios priorizados y participación de las comunidades ..... 29

**Dimensiones de la población de las economías populares ..... 34**

**Dimensión social ..... 35**

Participación de la Mujer como Propietaria de Micronegocios .....35  
 Grupos etarios de los propietarios de micronegocios..... 38  
 Pertenencia étnica por parte de los propietarios de micronegocios..... 39  
 Condición de discapacidad en los propietarios de micronegocios..... 43  
 Nivel Educativo Alcanzado por los Propietarios de Micronegocios..... 44  
 Ocupación generada por los micronegocios ..... 45

**Dimensión cultural .....48**  
 Transferencias de Técnicas y Conocimiento ..... 48  
 Celebraciones, creencias y tradiciones .....52  
 La Familia como Base Fundamental de los Micronegocios.....53

**Dimensión productiva ..... 55**

Sector servicios..... 56  
 Solicitud de Créditos ..... 61  
 Sector comercio .....62  
 Ocupados ..... 66  
 Sector manufacturero .....67  
 Tipo de personal ocupado .....71

**Dimensión organizativa ..... 76**

Economía Popular Solidaria.....76  
 Trabajo Familiar.....79  
 Cultura de la Asociatividad ..... 80

**Dimensión ambiental .....81**

Relación Medio Ambiente – Actividad Productiva ..... 82

**Conclusiones ..... 84**

Dimensión social..... 84  
 Dimensión cultural.....85  
 Dimensión productiva .....85  
 Dimensión organizativa.....86  
 Dimensión ambiental..... 87

**Tabla de siglas ..... 90**

**Glosario .....91**

**Referencias ..... 95**

# 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 33 departamentos de

Colombia han consolidado una institución con arraigo y legitimidad para contribuir en el reconocimiento y la caracterización de la población. Esto permite considerar sus características específicas en cada territorio, identificando brechas, necesidades y logros alcanzados, con el fin de brindar servicios más adecuados y flexibles que promuevan sus derechos y dignidad.

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

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

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

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

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

# Introducción

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) 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 estas 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 entre sus funciones caracterizar los grupos de valor e interés de la Entidad; con el objetivo de facilitar el diseño y la ejecución de estrategias para promover la participación, la rendición de cuentas, la simplificación de trámites, la transparencia y la 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 la economía campesina y la economía popular”**.

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

El trabajo se materializó en cartillas que representan las voces y los rostros de la población, así como en orientaciones para los equipos directivos de la Dirección General y las diferentes regionales, en el planteamiento de acciones de atención que fortalezcan, adapten y flexibilicen las prácticas, procesos y servicios institucionales, respondiendo con pertinencia y calidad a las necesidades de la población campesina y de economía popular de Colombia.

Cada cartilla cuenta con siete apartados: en el primero, se presentan 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 siguientes apartados, se describen las dinámicas productivas, territoriales, ambientales, organizativas y culturales que distinguen cada región, con información cuantitativa, incorporando el análisis de los microdatos procesados para el departamento y cualitativa, tomando la información recopilada en el trabajo desarrollado con la comunidad, a través de los grupos focales y los diálogos con las comunidades en los municipios priorizados.

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

Este ejercicio de sistematización pretende destacar las características, necesidades y expectativas de la población campesina, enfatizando en los relatos y testimonios de las poblaciones que dan cuenta de sus estilos de relación, experiencias, formas de organización, realidades territoriales, dinámicas productivas y socioculturales. Con esta información, se plantean algunas recomendaciones para que la Dirección General, las regionales y los centros de formación puedan incorporarlas en la programación indicativa y en los planes de acción regional, 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 con profesionales de las ciencias sociales y de la salud; antropología, ciencias políticas, sociología, trabajo social, comunicación social y veterinaria. El análisis de sus realidades surgió a partir de reflexiones desde cada campo de conocimiento, buscando resignificar las formas de vida de la comunidad y recuperar la memoria social. De esta manera, se logra tener una aproximación a sus relatos para comprender e interpretar las formas individuales y grupales de convivencia en la ruralidad.

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

La metodología del proyecto 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 abarca a familias y comunidades campesinas, indígenas, afrocolombianas, raizales y palenqueras, cuyo sustento se basa en la economía campesina o en su participación de diversas unidades económicas de la economía popular. Estas comunidades son las destinatarias de los servicios del SENA.

Para la recolección cualitativa, se realizaron grupos focales y entrevistas en campo con actores locales que basan su sustento en el marco de la economía campesina o de las distintas unidades económicas de la economía popular. 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 otros.

A lo largo de 2024, el equipo de caracterización visitó 18 departamentos y 70 municipios, seleccionados mediante un proceso de priorización en conjunto con las Coordinaciones Regionales de Relaciones Corporativas e Internacionales de las 33 regionales del SENA. Este proceso se desarrolló en tres etapas. El equipo estableció los criterios para seleccionar los municipios priorizados, tomando en cuenta las recomendaciones de los coordinadores regionales. Finalmente, durante la fase de alistamiento, fue necesario replantear algunos municipios o rutas según las condiciones de seguridad, accesibilidad y otros factores relevantes en cada departamento. La información recopilada en los grupos focales y entrevistas fue transcrita y sistematizada mediante matrices de análisis, destacando citas textuales relevantes. Las bitácoras de campo y el intercambio de experiencias del equipo complementaron el análisis, dando paso a la redacción de las cartillas, que integran datos cualitativos y cuantitativos.

Esperamos que este documento también contribuya 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 para orientar sus políticas, planes, programas y proyectos del sector rural.



# Aspectos metodológicos

El proyecto de “Caracterización de la Población de las Economías Campesinas y Populares”, tiene un alcance a tres años de 2024 a 2026; su objetivo es recopilar y analizar información sobre las economías campesinas y las economías populares. El enfoque para el 2024 se centró en la recolección de datos contextuales y la realización de un diagnóstico regional, mediante trabajo de campo y consulta de fuentes secundarias. En 2025, se actualizará y ampliará la información del primer año, incorporando nuevas perspectivas territoriales, complementado y actualizando el contenido de las cartillas. Finalmente, en 2026 el análisis se centrará en los datos del SENA, integrando elementos clave de los años anteriores para presentar una versión final de las recomendaciones para adaptar la oferta y servicios institucionales a las necesidades de las poblaciones de las economías campesinas y populares.

La investigación adelantada en 2024 se desarrolló en varias etapas. En la primera, el equipo realizó una revisión bibliográfica de fuentes institucionales y académicas, centrada en identificar los conceptos clave que guían la caracterización de las poblaciones y temáticas del proyecto. El marco de referencia del proyecto comprende los ejes y catalizadores del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 ‘Colombia Potencia de la Vida’, los planes de desarrollo departamentales y municipales, los Planes Integrales de Desarrollo Agropecuario con Enfoque Territorial (PIDARET); así como el plan estratégico del SENA y los planes sectoriales, que incluyen los enfoques diferenciales que implementa la Entidad.

En cuanto a la metodología, se optó por 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 ya sea en el marco de las economías campesinas o como actores de las distintas unidades económicas de las economías populares y quienes son destinatarias de los servicios del SENA.

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

A lo largo de 2024, el equipo de caracterización visitó 18 departamentos y 70 municipios, seleccionados mediante un proceso de priorización en conjunto con las Coordinaciones Regionales de Relaciones Corporativas e Internacionales de las 33 regionales del SENA. Este proceso se desarrolló en tres etapas. El equipo estableció los criterios para seleccionar los municipios priorizados, sumando las recomendaciones de los coordinadores regionales. Finalmente, durante la fase de alistamiento, fue necesario replantear algunos municipios o rutas según las condiciones de seguridad, accesibilidad y otros factores relevantes en cada departamento.

La información recopilada en los grupos focales y entrevistas, fue transcrita y sistematizada mediante matrices de análisis, destacando citas textuales relevantes. Las bitácoras de campo y el intercambio de experiencias del equipo complementaron el análisis, dando paso a la redacción de las cartillas, que integran tanto datos cualitativos, como cuantitativos.

La investigación, en 2024, se desarrolló en varias etapas. En la primera, el equipo realizó una revisión bibliográfica de fuentes institucionales y

académicas, centrada en identificar los conceptos clave que guían la caracterización de las poblaciones y temáticas del proyecto.

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

## Generalidades de las economías populares: referente conceptual

### ¿Qué son las economías populares?

El concepto de economía popular no es nuevo, pero si cambiante. Hablar de este tema es incluir una serie de discusiones que abarcan el autoempleo y las unidades productivas a pequeña escala. Existe entre los límites de la formalidad e informalidad, las economías inclusivas, asociativas, reindustrialización, micronegocios y el bajo valor agregado, entre otros.

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



**Tabla 1**

<p><b>¿Qué es?</b></p>	 <p><b>“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)…”</b></p>
<p><b>¿Quiénes forman parte?</b></p> <p>... desarrolladas por unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico.</p>	
<p><b>¿Cómo se ejerce?</b></p>	 <p><b>... Los actores de la Economía Popular pueden realizar sus actividades de manera individual, en unidades económicas u organizados de manera asociativa...</b></p>
<p><b>¿Cuál es el aporte de la economía popular?</b></p> <p>... Estas actividades generan valor social y económico significativo...</p>	
<p><b>¿Cuáles son los retos?</b></p>	 <p><b>... y una vez entendido su funcionamiento y lógica de acción, se implementarán mecanismos que contribuyan a su crecimiento y productividad.”</b></p>

Con relación a este concepto, Jorge Eduardo Londoño, director general del SENA, menciona durante el lanzamiento de la estrategia Full Popular que “Las economías populares, entonces son las economías 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 eso en las discusiones en Colombia, lo fundamental en esta economía son las personas.

Al respecto el presidente Gustavo Petro Urrego en el mismo evento puntualizó: “La gente no se divide entre informales y formales, la gente es trabajadora, punto” (SENA, 2023, 50:02). A partir de estas afirmaciones, se entiende que las personas son quienes mueven esta economía, y es con ellas con quien se debe trabajar para potencializar el conocimiento que tienen, y transformarlo en fuente de trabajo estable.

Los actores de las economías populares 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, falta 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, se debe entender que las actividades productivas que hacen parte de las economías populares son de baja escala, es decir son las realizadas por trabajadores de los sectores populares, en ese sentido, el país viene implementado metodologías para poder conocer desde las cifras, como están constituidas estas actividades productivas.

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

En ese sentido EMICRON ha definido las características de las personas dueñas de los micronegocios en Colombia, como propietarias o poseedoras de los medios de producción mediante los cuales desarrollan su actividad económica, además de prestar sus servicios profesionales, sin ser subordinados. Son responsables de la deuda u obligación contraída en el proceso de producción, comercialización o prestación de servicios que le genera ingresos; buscan sus clientes y sus negocios pueden ser operados por una sola persona. Por ello las cifras mostradas en EMICRON permiten caracterizar los datos cuantitativos de la población y de los micronegocios que hacen parte de las economías populares (DANE, 2024).

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

En primer lugar, es necesario entender que al ser actividades que surgen de la necesidad de la población por obtener un sustento económico, estas son suficientemente diversas, lo que hace difícil su clasificación, aunque en ella se encuentran presentes los vendedores ambulantes, tenderos, comerciantes, teatreros, cuenteros, artesanos,

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

A partir de la clasificación y agrupación de las actividades económicas que la EMICRON utiliza para identificar los micronegocios, basada en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de las actividades económicas, Revisión 4 Adaptada para Colombia (DANE, 2022), el equipo de caracterización identificó cuatro grupos. En las economías campesinas encontramos la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; mientras que para las economías populares está el sector servicios, comercio y manufactura como se evidencia en la siguiente tabla.





## Economía Campesina

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.

## Economía Popular



### 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.

## ¿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, familiar, comunitaria, asociativa, 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 en muchos casos son víctimas de la ausencia de protección social, son la base de la economía social diversa como las ideas para poder obtener un ingreso monetario.

En Colombia está economía la componen 5.188.402 micronegocios, que generan el mayor número de empleos y ocupados (DANE, 2024), de lo anterior es fundamental saber que la economía popular es aquella cuyo 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 la dependencia de la realización de su fuerza de trabajo y la generación de una subsistencia económica propia y familiar. Tomando como base el Acuerdo No. 890 de 2023 del Concejo de Bogotá, los actores de las economías populares se relacionan en la siguiente tabla:



**Tabla 2**



<b>Vendedores informales de ocupación u oficio</b>	<b>Trabajadores por cuenta propia</b>	<b>Economía social y solidaria</b>
<p>“Todas las personas que se dediquen al comercio de bienes o servicios en el espacio público” (p. 1).</p>	<p>“Persona que explota su propia empresa económica sin utilizar trabajadores, empleados u obreros remunerados” (p. 1).</p>	<p>“Actividades económicas de tipo asociativo fundadas sobre los valores de solidaridad, autonomía y ciudadanía” (p. 2).</p>
<b>Micronegocio</b>	<b>Organizaciones económicas populares</b>	<b>Economía del cuidado</b>
<p>“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).</p>	<p>“Toda organización social que desarrolla su actividad económica en el marco de la economía popular” (p. 2).</p>	<p>“Comprende la producción, distribución, intercambio y consumo de los servicios de cuidado como el trabajo doméstico y el cuidado no remunerado” (p. 2).</p>

## Las Economías Populares en el Departamento del Cesar

### Generalidades

Según el informe elaborado por el Sistema Nacional de Atención Integral a la Población Desplazada (SNAIP 2009), el Departamento del Cesar ocupa el noveno puesto como receptor de población desplazada con 127.752 personas a corte 30 de septiembre de 2009. También cuenta con una fuerte migración de población venezolana, según datos revelados por el Ministerio de Salud y Protección Social (2024) a través del estudio denominado: “Cesar 2024, Una Mirada Actual al Contexto Migratorio y sus Determinantes Sociales”, a corte de agosto de 2023, 70.683 venezolanos se encontraban instalados en el departamento, de los cuales el 55% de ellos (38.862) se ubican en Valledupar.

Por otro lado, según datos del DANE (2024), el Índice de Pobreza Multidimensional para el Departamento del Cesar en el año 2023 alcanzó una cifra del 17,7%, ubicándose en el puesto número 20, en 32 departamentos. Adicionalmente, de acuerdo también al DANE, la Pobreza Monetaria (2024) para el departamento del Cesar en el año 2023, alcanzó un porcentaje de 52,2%, ubicándose en el puesto número 20, en 23 Departamentos, muy por encima del promedio nacional que fue 33%.

Estos indicadores son en parte el resultado de los abruptos procesos migratorios que ha experimentado el departamento en los últimos años, por una parte, por la recepción masiva de población víctima del conflicto armado. Esta información evidencia indicadores sociales y económicos, especialmente aquellos relacionados con la pobreza lo que permite entender que parte de su población se encuentra en estado de vulnerabilidad, que ante esas condiciones adversas han optado por la decisión de hacer parte de la población de la economía popular en el departamento.

La pobreza es un fenómeno acuciante que requiere respuestas inmediatas, pero a la vez es apenas un indicador de la cuestión social y su relación con la economía, mucho más profunda y demandante de tiempo generacional. No se trata meramente de aliviarla sino de erradicarla (p.122)

En relación a los altos índices de pobreza y desempleo, que experimentaron muchos países latinoamericanos durante la década de los noventa principalmente, Coraggio (2013) expresa:

De acuerdo a Guarín y Franco (2008) los cambios abruptos en las condiciones sociales y económicas de los países latinoamericanos, especialmente del cono sur, se profundizaron a partir de la implementación de los procesos de apertura económica para el desarrollo industrial en reemplazo del modelo de sustitución de importaciones, que para el caso colombiano se dio a principio de la década de los noventa.

## Distribución de los micronegocios del departamento

Según EMICRON de los 5.188.402 micronegocios identificados en el país, el Departamento del Cesar aporta el 2,68% con 139.093 micronegocios, dentro de los cuales el 74,44% de ellos están localizados en las cabeceras municipales y el 25,56% restante en los centros poblados y rural disperso (DANE, 2024).

De acuerdo a EMICRON el dato nacional de los micronegocios ubicados en las cabeceras municipales es de 70,54% (DANE 2024), lo que indica que la actividad o la cantidad de micronegocios en los centros poblados y rural disperso del departamento del Cesar se aproxima al promedio nacional.

## Tipo de Propietarios.

Los resultados de EMICRON indican que en el Departamento del Cesar, existen alrededor de 139.093 personas que autogestionaron su

propio empleo, lo que les permite generar recursos para el sustento del hogar; muchos de ellos además, generan ocupación a otras personas, entre los cuales se encuentran a trabajadores familiares y no familiares, remunerados o no remunerados, pero entre todos, aportan al valor agregado y a la ocupación del Departamento (DANE, 2024).

De acuerdo a EMICRON el 89,85% de los micronegocios en el departamento, son de tipo Trabajador por Cuenta Propia, el restante 10,15% son de tipo Patrón o Empleador, lo que implica que aproximadamente el 90% de los micronegocios identificados en el departamento son de baja escala (DANE, 2024).

En sintonía con lo anterior, el DANE (2024) en su último boletín “Ocupación informal Trimestre Móvil mayo - julio 2024” al presentar este resultado para las 23 principales ciudades y su área metropolitana (A.M.), Valledupar se ubica como la cuarta ciudad del país, con mayor proporción de la población ocupada informalmente con el 62,23%, después de Sincelejo, Riohacha y Cúcuta (A.M.).





Foto: Economías populares en calles del municipio de Valledupar – Cesar.

Frente a la utilización del espacio público y las tensiones que genera, Bernal et al. (2023) consideran que:

Algunas de estas zonas son vistas como lugares de congestión, inseguridad y desorden; para quienes las habitan son todo lo contrario, en ellas coexiste un entramado de vínculos, prácticas y relaciones organizadas. Allí se configuran sus espacios de trabajo, en los que diariamente no solo arman y disponen sus puestos para las ventas, sino que habitan la ciudad con sus vínculos, tensiones y conflictos (p. 232).

Esta información permite aproximarse con datos que indican la realidad del departamento para luego poder entrar a especificaciones más profundas en términos de las dimensiones social, cultural, productiva, organizativa y ambiental. En aras de reconocer las necesidades particulares de la población que hace parte de la economías populares del departamento del Cesar.

## Municipios priorizados y participación de las comunidades

En el caso del departamento del Cesar, los municipios priorizados según la metodología establecida para la caracterización de la población de las economías populares fueron: Valledupar, El Copey y Becerril. En total participaron 38 personas en Valledupar, 7 en El Copey y 32 en Becerril, sumando 77 participantes pertenecientes a la población de las economías populares, quienes fueron incluidos en los grupos focales y entrevistas realizadas en dichos municipios.

### Mapa 1



En Valledupar se realizó un grupo focal sin contratiempos, con la participación de propietarios de micronegocios de diversas actividades. En El Copey, un corte de energía limitó la asistencia al grupo focal programado, por lo que se optó por realizar entrevistas y extender el ejercicio a otros actores de las economías populares en las calles. En Becerril, se llevaron a cabo dos grupos focales, con una notable participación de los asistentes, lo que resultó en un ejercicio valioso. En Valledupar la convocatoria estuvo a cargo de la Secretaría de Desarrollo Económico del municipio y contó con la participación de personas dedicadas a actividades como repostería, zapatería, reciclaje, modistería, poda y jardinería, entre otras.

Pese a los retos metodológicos, que impone la realización de la actividad con 38 asistentes, cifra superior al sugerido (15 – 20 personas), resultó una importante contar con tantos aportes, puntos de vista y expectativas, lo que caracterizó un buen acercamiento a la heterogénea realidad de las economías populares del municipio. El trayecto desde Valledupar hacia el municipio de El Copey fue de dos horas, bordeando la impresionante Sierra Nevada de Santa Marta. A medida que salía el sol, se podían apreciar los colores, olores y las actividades cotidianas de los campesinos, que se dirigían hacia las fincas para recoger productos y realizar jornadas laborales, una escena sin duda maravillosa.

Al llegar, el funcionario de la alcaldía, quien había colaborado en la convocatoria de los participantes, informó al equipo de caracterización sobre la suspensión del servicio de energía eléctrica durante todo el día. No obstante, dado que ya no había tiempo para cancelar o reprogramar las actividades, se optó por esperar a los asistentes. Solo tres propietarias de micronegocios se presentaron al grupo focal de las economías populares, lo que llevó al equipo a realizar entrevistas adicionales en la vía pública del municipio. En el ejercicio participaron personas dedicadas a la elaboración de muñecas de trapo, lencería para habitaciones, bolsos de tiras, alimentos a base de harina de banano, ventas de almojábanas y galletas en buses, una auxiliar de tienda y una persona que presta el servicio de motocarro.

Ese mismo día, al caer la tarde y a pesar de las dificultades, el equipo se dirigió al municipio de Becerril, sin embargo, el último bus del día que recorre este trayecto había pasado a las dos de la tarde, lo que obligó al equipo a tomar un transporte alternativo. El traslado incluyó un recorrido de aproximadamente 2.5 horas, pasando por Bosconia, Cuatro Vientos, La Loma y La Jagua de Ibirico y sus caseríos.

A la mañana siguiente, el primer encuentro se llevó a cabo en el auditorio Rafael Orozco de la Alcaldía Municipal. En este espacio, participaron propietarios de micronegocios dedicados a diversas actividades, tales como la elaboración de artesanías, tratamientos capilares y artículos en crochet, mermeladas, cervezas artesanales, confecciones, tapetes, bolsos en trapillo, bolsas biodegradables y bolsos de perlas, entre otros. El grupo focal resultó ser muy interesante, y se notó un alto nivel de organización entre los asistentes, gracias al trabajo que la persona encargada de emprendimiento de la administración municipal ha venido desarrollando con ellos.



Por la tarde se realizó, el segundo grupo focal, donde acudieron representantes de diferentes etnias, comunidad afrocolombiana y campesinos que bajaron de la Serranía del Perijá. La diversidad del grupo enriqueció los aportes teniendo en cuenta también la diversidad de actividades que desempeñaban, se contó con la presencia de personas dedicadas al procesamiento y venta de café molido, cárnicos, pollo, varios artesanos, comerciantes de accesorios, calzado, comidas preparadas, comidas rápidas, semillas y frutos del bosque, panadería, ropa para niños, reciclaje y vino de corozo.

El equipo de caracterización de la población de las economías populares, con el fin de ampliar la información que posee el SENA y fortalecer la pertinencia de su oferta de servicios, realizó investigación directa en el territorio, generando diálogos con la comunidad. Este enfoque, identifica 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, y las fortalezas, desafíos y necesidades de sus diversos sectores productivos, además, entender su relación con el entorno ambiental en términos de beneficios y responsabilidades compartidas.

Con base en lo anterior, se han establecido cinco dimensiones: social, cultural, organizativa, productiva y ambiental para llevar a cabo la observación, estudio y análisis para lograr identificar aquellas características que definen a las personas que forman parte de la población de las economías populares.



# Dimensiones de la población de las economías populares

Tabla 3



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

## Dimensión social

La población que pertenece a las economías populares se caracteriza por acoger a aquellos actores de la economía de las regiones, con mayor capacidad de adaptación y resiliencia. Entonces, quienes hacen parte de ella deben entenderse ante todo como sujetos socialmente diversos, cuyo propósito es poder hacer uso de su fuerza de trabajo, que es su principal medio para generar los ingresos que garanticen su modo de vida. En algunos casos, lograr brindar la oportunidad de crear una oferta laboral para otros, permite suplir sus necesidades y las de su núcleo familiar (Coraggio, 2004; Molano, 2007a).

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

### Participación de la Mujer como Propietaria de Micronegocios

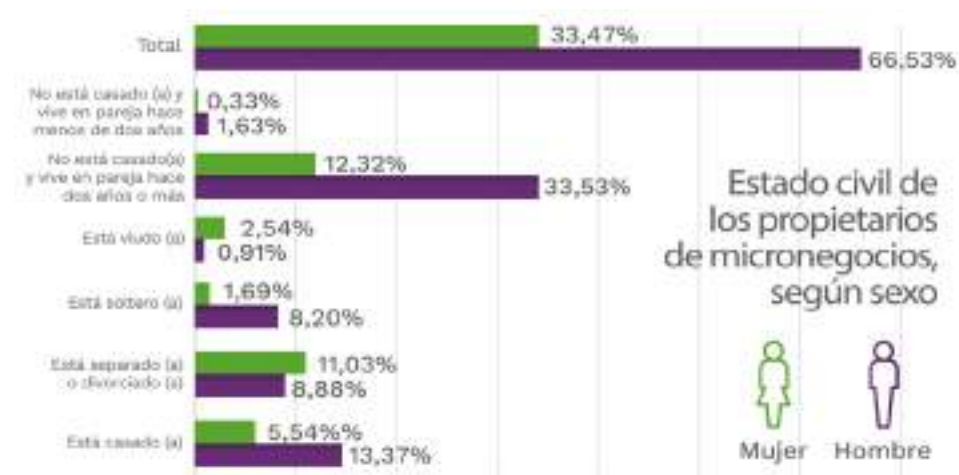
El papel de la mujer es fundamental para analizar la existencia de brechas de género, discriminación, culturas machistas, etc. Según los resultados de EMICRON, DANE (2024), en el territorio el 33,47% de los micronegocios son propiedad de mujeres, tasa que se encuentra ligeramente por debajo del promedio nacional, que es de 35,54% de micronegocios en propiedad de las mujeres.

En los grupos focales realizados en los municipios de Valledupar, El Copey y Becerril, se observó que la participación de las mujeres propietarias de micronegocios fue mayoritaria. En cada uno de los ejercicios, las mujeres se mostraron altamente interesadas y empoderadas, demostrando un fuerte deseo de fortalecer sus unidades productivas.



Un aspecto crucial a tener en cuenta a la hora de analizar el papel de la mujer, es revisar criterios de interseccionalidad, como por ejemplo su autorreconocimiento étnico o si es madre cabeza de hogar. A continuación, se presenta en gráfico el estado civil de los propietarios de micronegocios.

**Gráfica 1**



**Fuente:** DANE, EMICRON, DANE (2024) y GEIH diciembre de 2022 a noviembre de 2023 – Cálculos Propios.

De acuerdo con los datos de EMICRON, (DANE, 2024) indica que el 11,03% de las mujeres propietarias de micronegocios están separadas, el 1,69% solteras y el 2,54% están viudas. Este dato es relevante, ya que destaca la importancia de considerar las condiciones particulares de las mujeres que pueden ser madres cabeza de hogar al diseñar estrategias de intervención por parte de las instituciones. Estas mujeres podrían enfrentar limitaciones de tiempo, lo que podría afectar su disponibilidad para participar en programas o actividades dirigidas a mejorar el acceso a servicios o fortalecimiento de sus unidades productivas.

Los resultados obtenidos de las convocatorias a los grupos focales en el departamento, dejan en evidencia que las mujeres lideran una parte significativa de los micronegocios y están muy interesadas en conocer las oportunidades de apoyo que las entidades del Estado pueden ofrecerles para fortalecer sus unidades productivas. Un ejemplo destacado es el de la señora Yulliana Malo, perteneciente a las etnias Yukpa y Wiwa, quien lidera la Asociación de Resguardo de Recicladores y Recuperadores Ambientales de Becerril “YUKPAWI”. Esta organización, integrada por 42 familias, está compuesta mayoritariamente por mujeres indígenas de diversas etnias, población afrodescendiente, venezolanos y otros grupos vulnerables. Esta situación resalta, cómo las mujeres están asumiendo roles de liderazgo en actividades tradicionalmente dominadas por los hombres, fortaleciendo su participación en la economía popular.

## Grupos etarios de los propietarios de micronegocios.

A continuación, se analizan las edades que tienen los propietarios de micronegocios, esto a través de grupos etarios con sus respectivos sexos, lo que permite conocer los grupos con mayor participación y el nivel de envejecimiento de la población de determinadas actividades de las economías populares. Estas variables son importantes a la hora de definir estrategias para el fortalecimiento de las economías populares en el departamento del Cesar.

Gráfica 2



Fuente: Elaboración propia con base en datos de EMICRON, DANE (2024).

Entre los principales aspectos de la EMICRON se encuentra que el grupo etario que mayor número de micronegocios posee con relativa ventaja en comparación a los demás grupos, son los hombres y mujeres con 60 años y más, los cuales representan el 15,73% del total, seguido del grupo con edades entre 35 a 39 años con el 13,50%, y el grupo de propietarios con edades entre 30 a 34 años que es propietario del 12,36% de los micronegocios (DANE, 2024). Se encuentra que la diferencia entre los porcentajes es más bien sutil, así como que en todos los grupos etarios predominan los propietarios de micronegocios hombres sobre las mujeres.



Luz Marina Molina tiene 55 años y vive en el municipio de Becerril, ella elabora y comercializa mermeladas a partir de frutas y tubérculos. Esta es una costumbre ancestral que heredó y que le permite generar los recursos para el sostenimiento de su hogar. Desde su micronegocio ocupa a tres mujeres, las cuales la apoyan en el proceso de elaboración.

En los grupos focales se contó con personas de edades entre los 30 a 50 años, todas con ganas de sacar su unidad productiva adelante, buscando apoyo de la institucionalidad, especialmente del SENA, ya que siempre tiene las puertas abiertas, para brindar apoyo a todas las personas, especialmente las de escasos recursos.

## Pertenencia étnica por parte de los propietarios de micronegocios

Resulta importante conocer la diversidad étnica que tienen los diferentes grupos poblacionales, hecho que involucra tradiciones, culturas y creencias.

A continuación, se presentan los resultados de los propietarios de micronegocios en GEIH (2024), ante la pregunta sobre su autorreconocimiento étnico, de acuerdo a su cultura, pueblo o rasgos físicos.

### Gráfica 3



**Fuente:** EMICRON y GEIH (DANE, 2024) Cálculos Propios.

En el Departamento del Cesar el 84,04% de los propietarios de micronegocios señalaron no pertenecer a ninguno de los grupos étnicos, mientras que el 8,42% se autorreconoció como negro, mulato o afrodescendiente, y el 7,26% se identificó como indígena. Estos datos reflejan la diversidad étnica presente entre los propietarios de micronegocios y permiten observar la participación de grupos históricamente diferenciados en las economías populares.

En los grupos focales realizados en el Municipio de Becerril, se contó con representantes de las etnias Wayuu, Wiwa y Yukpa; también hubo una asistencia importante de población afrodescendiente, que, aunque se encuentran en diáspora, cuentan con espacios ancestrales como es el Consejo Comunitario Caño Candela.

De las siete personas entrevistadas en municipio del Copey, una mujer se reconoce como afro y dos hombres como indígenas. Por otro lado, en el grupo focal de Valledupar, de 38 asistentes, cinco personas se reconocen como población afro y ninguno como indígena.



La señora Hermelys Bermúdez, es una mujer afrodescendiente de 38 años de edad, oriunda del municipio de Becerril. Su actividad económica hace parte de una tradición ancestral, a través de una técnica llamada saponificación en frío, por medio de la cual produce en su vivienda jabones, shampoo, crema de peinar y tónicos de manera artesanal, siguiendo la fórmula que heredó de parte de una tía materna.

Ella hace parte de la Asociación Colombiana Mujer Resiliente y la Fundación Pelo Bueno.



La señora NORMA EPIAYUU PUSHAINA es una mujer indígena artesana, hace parte de un grupo de indígenas Wayuu desplazados del departamento de la Guajira, que se encuentran asentados en el Municipio de Becerril en el Departamento del Cesar, hace más de diez años.

La señora Norma es la representante legal de la Asociación de Resguardos de Comunidades Indígenas Wayuu a la cual pertenecen unas cien familias; su principal fuente de ingresos, se deriva de la elaboración y comercialización de artesanías autóctonas y propias de su etnia.

En estas narrativas, el rol de las mujeres artesanas, como Hermelís Bermúdez y Norma Pushaina, destaca el vínculo entre identidad, economía y transmisión de saberes ancestrales en las comunidades indígenas y afros de Becerril. Estas mujeres no solo lideran procesos productivos y de generación de ingresos en sus localidades, sino que también actúan como guardianas de tradiciones y valores culturales de sus etnias y grupos poblacionales. En sus oficios, integran técnicas, materiales y conocimientos transmitidos de generación en generación, lo que contribuye al fortalecimiento de la identidad étnica y cultural de cada región.

Estos ejemplos resaltan la importancia de las economías populares en el empoderamiento de mujeres líderes dentro de sus comunidades, quienes sostienen sus hogares y preservan sus raíces culturales, tejiendo en sus labores una resistencia activa frente a los desafíos sociales y económicos. Esto también ilustra cómo la autopercepción étnica es fundamental para comprender la dinámica de las economías populares en diferentes municipios, donde la identificación cultural influye en la organización y en los modos de producción, haciendo de cada localidad un reflejo de la diversidad étnica y cultural que compone el territorio colombiano.

### Condición de discapacidad en los propietarios de micronegocios

La GEIH (DANE, 2024) incluye preguntas para identificar si la persona que responde cuenta con alguna discapacidad. A partir de EMICRON (DANE, 2024) se comprende que en el Departamento del Cesar el 1,42% de los propietarios de micronegocios presenta por lo menos una discapacidad. Este dato se encuentra por debajo del promedio nacional, que se ubicó en 3,18%, lo que indica que es uno de los más bajos del país.

Durante los ejercicios de investigación realizados en el Municipio de Becerril, dos participantes mencionaron tener alguna discapacidad. Se trataba de dos mujeres, una de 60 años y otra de 44 años. No obstante, es importante resaltar que, durante las demás sesiones de grupos focales no se identificaron otras personas con discapacidad.

## Propietarios de micronegocios pertenecientes a la comunidad LGBTIQ+

Es importante realizar esfuerzos específicos para identificar a las poblaciones LGBTIQ+, dado su carácter prioritario en el diseño de políticas públicas inclusivas, orientándose a fortalecer la oferta institucional del SENA en apoyo a las unidades productivas de las economías populares.

Según los resultados de EMICRON el 0,33% de los propietarios de micronegocios en el departamento del Cesar pertenece a la comunidad LGBTIQ+ (DANE, 2024). Sin embargo, en los grupos focales y entrevistas realizadas en los municipios de Valledupar, El Copey y Becerril, no se reportó participación de personas que se identificaran como parte de esta comunidad.

## Nivel Educativo Alcanzado por los Propietarios de Micronegocios.

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

De acuerdo a EMICRON los propietarios de micronegocios que alcanzaron el grado de media académica o técnico representan un 39,36%, donde el 24,20% son hombres y el 15,16% mujeres. El 14,39% alcanzó la básica secundaria y un 25,86% terminó la básica primaria. Con esto se puede comprender la importancia de ajustar la oferta académica del SENA, considerando que más de un cuarto de la población propietaria de micronegocios no llegó a la secundaria, así como que el 7,29% expresa no haber cursado niveles educativos (DANE, 2024).

**Gráfica 4**



**Fuente:** EMICRON (DANE, 2024).

## Ocupación generada por los micronegocios

Los datos de EMICRON presentan información acerca de la población económicamente activa, hecho que ha contribuido indudablemente a que las cifras de desempleo en el país no sean más alarmantes. En este punto es adecuado entender que la ocupación que



generan los micronegocios se da en dos vías, inicialmente se tiene al grupo de propietarios que de manera individual o en sociedad, han autogestionado su empleo y por medio de este, generan una parte o el total de los ingresos de sus hogares; este número para el Departamento del Cesar es de 139.093 personas (DANE, 2024).

Por otro lado, se encuentra la ocupación que generan los micronegocios en el departamento, a través de personas que colaboran a los propietarios en la realización de las actividades de la unidad productiva, los cuales pueden ser de tres tipos: socios, trabajadores o familiares sin remuneración y trabajadores con remuneración. En el departamento el 56,29% de los ocupados son trabajadores que reciben un pago, el 23,61% son trabajadores o familiares sin remuneración y el restante 20,10% son socios.

A continuación, se muestra en el gráfico, el aporte a la ocupación por cada grupo de actividades económicas de los micronegocios.

### Gráfica 5



Fuente: EMICRON (DANE, 2024).

Según EMICRON los micronegocios en el departamento generan ocupación a 48.678 personas que colaboran a los propietarios; el 39,79 % son generados por actividades asociadas a los servicios; el 27,52 % de las ocupaciones son generadas por actividades comerciales; el 24,15 % son aportadas por las actividades asociadas a la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; y por último el 8,54 % de los ocupados colaboran en unidades productivas dedicadas a las manufacturas. En el departamento, el 67,76 % de los ocupados son hombres y el restante 32,24 % mujeres (DANE, 2024).

En cuanto a los datos que tiene el EMICRON frente a grupos etarios, se puede destacar como grupo con mayor número de ocupados los que presentan edades de 60 y más años, con un porcentaje de 25,09 %, seguido del grupo con edades entre los 18 a 24 años con un 18,10 % del total y el tercer grupo en orden de importancia en términos de la cantidad de ocupados, es el que tiene edades entre 25 a 29 años con el 13,88% (DANE, 2024).

Por último, tenemos según EMICRON, el número total de empleos u ocupación que generan los micronegocios en el departamento, es de 187.771 personas, cifra que resulta de sumar a los propietarios 139.093 más sus colaboradores 48.678 (DANE, 2024).

En los grupos focales, se estableció contacto con propietarios de micronegocios que cuentan con el apoyo de otras personas, principalmente familiares, quienes trabajan de manera no remunerada. Sin embargo, en casos de pedidos grandes o durante temporadas con alta demanda, estos micronegocios, como los de artesanías y confecciones, recurren a otras personas del mismo territorio para reforzar la capacidad productiva.



En el Departamento del Cesar, se contó con la participación sobre todo de mujeres propietarias de micronegocios, personas de una diversidad étnica, de diversas edades y procedentes de las zonas urbanas y rurales. Estas personas demostraron que diariamente a través de la autogestión de sus ingresos, a partir de

conocimientos y técnicas transmitidos ancestralmente, se propicia y se contribuye a la construcción de identidad, la pertenencia por lo propio y autóctono y de este modo se contribuye desde lo individual y lo gremial, al desarrollo del territorio.

## Dimensión cultural

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

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

Los aspectos que conforman la Dimensión cultural son entre otros, la memoria individual y colectiva, el papel de la familia en la actividad productiva, las creencias y tradiciones, los saberes locales y los mecanismos de transferencia de conocimientos entre generaciones. El Departamento del Cesar es un territorio con arraigadas culturas locales o subregionales, que tiene grandes identidades colectivas, asociadas a las prácticas culturales, creencias, costumbres e historias comunes. Todos estos aspectos, en conjunto, configuran un entorno único, particular y característico de cada territorio, lo que influye sin duda en las características del propietario, de su actitud y aptitud, del producto o servicio que comercializa, etc.

## Transferencias de Técnicas y Conocimiento

De acuerdo a la experiencia en terreno, para los tres casos: Valledupar, El Copey y Becerril, la mayor parte de los propietarios

de micronegocios que participaron, manifestaron haber constituido o encontrarse realizando dicha actividad económica, por razones de subsistencia o como respuesta a las situaciones adversas de la vida.

Ese instinto de supervivencia, se refleja en la constante búsqueda de generar ingresos, como medio para garantizar el sustento propio y de sus familias, en un entorno hostil, donde abundan las relaciones desiguales de competencia, estrechez del mercado laboral, altos niveles de pobreza y miseria, características propias del modelo económico dominante. El mismo modelo encargado de hacer creer que cada fracaso es exclusivamente nuestra responsabilidad, en palabras de Álvarez (2013) con relación al tema, “se encarna en el cuerpo del pobre la creencia de su inferioridad, en términos de la posesión de un tipo particular de “cultura” o hábitos de vida, los que se creen se desarrolla y reproduce en un “mundo” de pobres” (p. 34).

Dada la experiencia en los territorios, la transferencia de conocimiento se presenta con mayor frecuencia al interior de los grupos étnicos, que en su mayoría producen artesanías y gastronomía, especialmente indígenas o comunidades negras, quienes por costumbre involucran o enseñan a sus hijos desde pequeños, las técnicas de tejedurías y la preparación de alimentos o platos con un fuerte componente ancestral. Entre otros casos a resaltar, se encuentran los negocios comerciales como tiendas de barrio, ventas estacionarias ubicadas en puntos estratégicos de tránsito de personas o el de los prestadores de servicios de comida, los cuales reciben desde temprana edad los conocimientos gastronómicos ancestrales de cada región.



La mayoría de los propietarios de micronegocios de artesanías, que participaron de los grupos focales, pertenecen a comunidades negras o indígenas, que recibieron el conocimiento, las técnicas y las historias de los tejidos e inclusive relaciones comerciales y buen nombre comercial, de parte de sus ancestros.

Es decir, la transferencia de conocimiento es una tradición o costumbre.



**Foto:** Artesanías elaboradas por la población de la Étnia Wayuu, asentada en el municipio de Becerril en el Cesar.

Para el caso de los grupos focales, los ejemplos de los artesanos como los miembros de la etnia Wayuu, Wiwa y Yukpa en Becerril, población afro dispersa en los municipios de Valledupar, Becerril y El Copey y demás personas con micronegocios de mermeladas, alimentos preparados han heredado la unidad productiva o el prestigio de sus productos, de sus ancestros.

De este modo se puede observar cómo la sabiduría y el conocimiento ancestral se sigue transmitiendo a las nuevas generaciones, a través de las costumbres, creencias y hábitos de estos grupos poblacionales, inclusive muchos de ellos comparten el conocimiento con amigos y vecinos, de manera desprendida y desinteresada.

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta de micronegocios EMICRON en el que se les indaga a los propietarios de micronegocios sobre la razón principal que los llevó a la creación de la unidad productiva (DANE, 2024).

## Gráfica 6

Motivo principal de la creación del micronegocio



**Fuente:** elaboración propia con base en datos de EMICRON, DANE (2024).

Según EMICRON el 38,18% de los propietarios de micronegocios, tomaron la decisión de crear el negocio como alternativa al desempleo, seguido de un 27,56% que lo identificó como una oportunidad de negocio en el mercado, el 14,32% de los micronegocios, fueron creados siguiendo una tradición familiar o fueron heredados de los padres, abuelos o demás familiares (DANE, 2024).

Los últimos, deberían presentar en la práctica, una ventaja en comparación con otras unidades productivas y es el hecho que la persona ha heredado un acumulado de conocimiento, imagen, reconocimiento.

## Celebraciones, creencias y tradiciones

El departamento del Cesar posee una diversidad cultural que es el reflejo de su diversidad étnica. Cuenta con expresiones de las comunidades indígenas nativas y asentadas, el hombre blanco y los pueblos afros; culturas asociadas a la Sierra Nevada de Santa Marta y la Serranía del Perijá; el hecho de que una parte del territorio sea muy parecida en cultura a los guajiros y otra a los santandereanos, hacen de este departamento una amalgama de culturas y tradiciones.

La principal celebración que se realiza en el departamento, es el Festival de la Leyenda Vallenata, que en el año 2024 celebró su versión número 57. Este evento fue creado en 1968 con el fin de dar a conocer al resto del país y al mundo entero, la cultura vallenata en la cual las vivencias se convierten en canciones vallenatas, caracterizadas por el canto a la naturaleza y sus paisajes, a lo coloquial y rutinario y a los amores y desamores.

A continuación, se mencionan algunas de las celebraciones, creencias y tradiciones de los municipios focalizados para caracterización de las economías populares, encontrados en artículo del diario El Pilón (2017). En Valledupar se encuentra el Festival de la Leyenda Vallenata y Fiestas del Corpus Cristi; en Pueblo Bello está el Festival del Café y de la Mochila Arhuaca; en Codazzi, el Festival de la Música Vallenata en Guitarra; en Becerril el Festival de la Paletilla y la Fiesta Patronal de la Candelaria; y por último, en el Río de Oro, está el Festival de la

Matanza del Tigre y Carnaval. Todas estas expresiones, celebraciones, creencias, terminan convocando la presencia de locales y turistas, incrementando de este modo, la demanda de hospedajes, gastronomía, souvenirs, sombreros, camisetas, artesanías y medicamentos. Lo que favorece a la población que hace parte de las economías populares de cada uno de los municipios.

## La Familia como Base Fundamental de los Micronegocios

La unidad doméstica es sin duda el núcleo de las economías populares, Coraggio (2009) dice al respecto:

Dentro de las sociedades capitalistas realmente existentes, así como la empresa de capital es la forma elemental de organización micro económica para la acumulación de capital, la unidad doméstica (UD) es la forma elemental de organización micro socio- económica propia del trabajo y su reproducción. (p. 3)

Los propietarios de micronegocios que participaron de los grupos focales desarrollados en el departamento de Cesar, manifestaron apoyarse principalmente en su esposo(a), hijos(as), padres para poder llevar a cabo su actividad económica y de este modo poder generar los ingresos suficientes, dirigidos en gran medida al cubrimiento de los gastos del hogar.

Son variados los ejemplos a mencionar. Las comunidades indígenas participantes en los grupos focales del municipio de Becerril, Wiwas, Wayuus y Yupas, manifestaron realizar esta actividad en familia apoyados especialmente en las mujeres e involucrando a las niñas desde muy temprana edad .

Con relación a los resultados de EMICRON que indaga sobre los diferentes tipos de ocupados que tienen las unidades productivas se reporta que los trabajadores o familiares sin remuneración, representan el 23,61% del total de ocupados; alrededor de 11.491 personas en el departamento, estarían cumpliendo esta función, como familiares colaboradores del propietario (DANE, 2024).





En el municipio de El Copey la señora Zulia Fontalvo se apoya con su hermana, su esposo y su hijo, cuando el volumen de su unidad productiva AZULITA lo amerita.

Su especialidad son las muñecas afro de trapo y la lencería.

La transferencia de técnicas y conocimientos, representa un elemento importante para la conservación de actividades ancestrales a través del tiempo, especialmente las relacionadas con las artesanías y la gastronomía. En general muchos de los micronegocios que hacen parte de las economías populares, sobreviven a las fuertes condiciones del mercado, gracias al apoyo que reciben de sus familiares cercanos, esto les permite entre otras cosas, reducir costos de personal, atender en horarios más extensos y tener flexibilidad para realizar otro tipo de actividades personales o familiares, dada la posibilidad de ser reemplazado temporalmente por un familiar o distribuir las cargas de trabajo.

## Dimensión productiva

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

La productividad de la economía popular se puede enmarcar en cualquiera de los sectores económicos, ya sea sector servicios, comercio o manufactura; se incluyen desde actividades mercantiles de producción, distribución y comercialización, hasta actividades domésticas o comunitarias (DNP, 2023). Los trabajadores de la economía popular se desempeñan en unidades productivas de menor escala, primordialmente de manera autónoma, en función de satisfacer las necesidades básicas (Coraggio, 2011). La población de la economía popular ejerce su actividad ya sea de manera unipersonal, en familia, en micronegocios o microempresas. Es común encontrar en la práctica, hombres y mujeres que, dependiendo de los contextos locales y regionales, multiactivamente ejercen al mismo tiempo dos o más ocupaciones, viéndose influenciados entre otros aspectos, por la informalidad, las fuentes de financiación no convencionales y las carencias de formación (DNP, 2023; Razeto, 1999).

## Distribución de los micronegocios por tipo de actividad económica

Es importante revisar la distribución de los micronegocios en el departamento, de acuerdo a los grupos de actividad económica, de este modo se examinan los sectores más importantes, de acuerdo a la cantidad que, de ellos, se encuentran. Por tanto, se utiliza la agrupación que hace la clasificación internacional industrial uniforme de todas las actividades económicas (CIU REV. 4.A.C. 2022).

Adaptada para Colombia y adoptada por el DANE (2024) que congrega las actividades económicas en 4 sectores: Servicios, Comercio, Manufacturas y Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca.

Frente a los tipos de actividades económicas, los datos confirman que el sector servicios es el principal generador de micronegocios en las economías populares del departamento, representando el 47,54 % del total. En segundo lugar, se encuentra el sector comercio, que concentra el 24,40 % de estas actividades. Por último, el sector de la industria manufacturera agrupa el 10,41 %, siendo el más reducido en términos de participación.

A continuación, se desagregan datos para cada uno de los sectores o grupos de actividades económicas, relacionados con los propietarios de los micronegocios y los ocupados de los mismos.

## Sector servicios

De acuerdo al DANE (2024), hacen parte del sector servicios, aquellos micronegocios encaminados a generar o a poner a disposición de personas, hogares o empresas, una amplia gama de productos intangibles que cambian las condiciones de las unidades que los adquieren. Poseen una diversidad de características de acuerdo con las necesidades de quienes los solicitan. Estos micronegocios representan el 47,54 % del total de los micronegocios del departamento del Cesar, y son en total 66.120 unidades productivas, donde el 31,54 % son mujeres las propietarias.

## Tipos de Propietarios

De acuerdo a EMICRON el 90,38% de los micronegocios del sector servicios son de tipo trabajador por cuenta propia, es decir en su gran mayoría micronegocios de subsistencia, en el que, en muchos de los casos, la persona solo cuenta con su fuerza de trabajo para poder generar ingresos diarios; el 9,62 % restante son de tipo patrón o empleador, es decir, unidades productivas que utilizan por lo menos un(a) trabajador(a) remunerado(a) (DANE, 2024).



El Señor Dayro Núñez presta el servicio de transporte de pasajeros y carga en su motocarro, en el perímetro urbano del municipio de El Copey, afortunadamente el vehículo es propio, lo que le permite poder tener un mejor resultado en el producido diario.

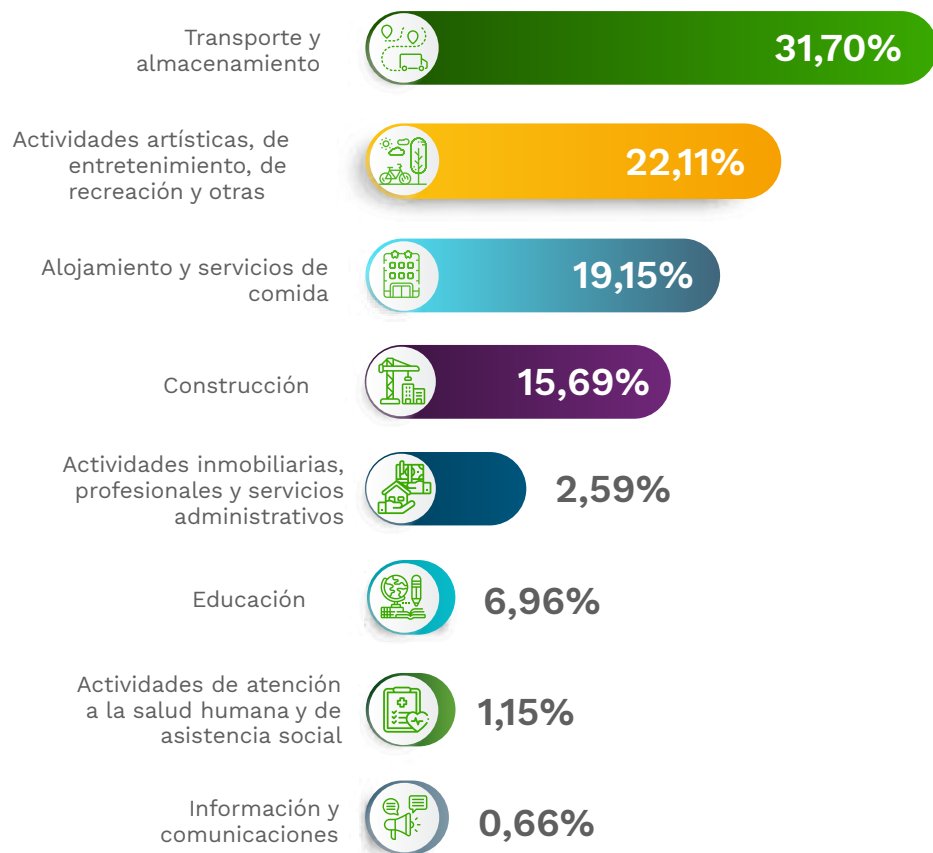
También está el caso de José Calderón, quien lleva muchos años prestando en el municipio de Valledupar, el servicio de poda y jardinería lo que le ha permitido hacer una larga lista de clientes, que lo buscan por la calidad de servicio que presta. Actualmente cuenta con un micronegocio mejor organizado que le permite generar empleo a otras personas que lo apoyan en su actividad.

## Subsectores

De acuerdo a la CIIU adoptada por el DANE, se puede ampliar la clasificación de 4 sectores a 12 subsectores, al hacerlo se divide en ocho subsectores de los doce; a continuación, se presentan.

### Gráfica 7

**Distribución de Micronegocios, según subsectores de actividades económicas del sector servicios**



**Fuente:** elaboración propia con base en datos de EMICRON, DANE (2024).

De acuerdo a los resultados de EMICRON el sector servicios es el más importante de los grupos de actividades, en este predomina el servicio de transporte y almacenamiento con un 31,7% del total de micronegocios (DANE, 2024), en este subsector se encuentran a los transportadores como mototaxis, bicitaxis, motocarros, taxis, transporte a través de plataformas, domiciliarios.

En segundo lugar, se encuentra al subsector Actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación y otras actividades de servicios con el 22,11 %, dentro de este subsector se pueden encontrar todas las expresiones artísticas de un departamento que se caracteriza por su cultura, su carnaval, su alegría, su música. El tercer subsector más importante es el de alojamiento y servicios de comida con el 19,15 %, donde hacen presencia pequeños hospedajes, vendedores de comidas estacionario o móvil, pequeños establecimientos de comida, ventas de fritos, ventas de jugos y ventas de comidas rápidas.

Para el caso de los grupos focales y entrevistas desarrollados en el territorio, se contó con la participación de un transportador de pasajeros en motocarro, servicio de jardinería y poda, estilista y servicio de alquiler de lavadoras.

### Motivo principal para la creación del negocio

Según los resultados del EMICRON el 45,61 % de los propietarios afirmaron haber iniciado su negocio debido a la ausencia de una fuente de sustento para su hogar. Por otro lado, un 23,85 % identificó la creación de su micronegocio como una oportunidad detectada en el mercado, mientras que el 14,69 % lo inició para ejercer su oficio, carrera o profesión.

### Tiempo de funcionamiento del micronegocio

Una variable importante para conocer el grado de madurez del micronegocio es el tiempo que lleva en funcionamiento. Según EMICRON, el 37,11 % de los micronegocios tienen diez o más años



de funcionamiento, el 20,30 % de cinco a menos de diez años y el 42,59 % restante tiene menos de cinco años de funcionamiento (DANE, 2024), lo que indica sería pertinente buscar fortalecer a los micronegocios que llevan menor tiempo funcionando para que puedan ser robustos y perdurar en el tiempo.

## Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

Según EMICRON el 49,98 % de los propietarios de micronegocios puso en funcionamiento su unidad productiva con recursos propios o ahorros personales; el 24,82 % manifiesta no haber requerido financiación; el 9,13 % a través de préstamos familiares; y el 8,70 % recurrió a préstamos (DANE, 2024).

## Ubicación del Micronegocio

La ubicación en la que se desarrolla la unidad productiva es una variable fundamental para determinar el nivel de solidez, de inversión y condiciones de trabajo en el micronegocio. De acuerdo a EMICRON, El 31,09 % de los micronegocios afirmaron realizar su actividad en vehículo con o sin motor; el 24,34 % en su vivienda o en otra vivienda; el 16,79 % afirma hacerlo de puerta en puerta (a domicilio); el 11,74 % en obra y construcción, entre las más significativas (DANE, 2024).

Para el caso de los propietarios participantes de grupos focales, la gran mayoría realizan su actividad en su vivienda o en otras viviendas; sin embargo, también se presentaron casos de personas cuyo negocio, ha ido creciendo en el tiempo y han visto la necesidad de hacer su propio espacio como la señora estilista y el señor que presta servicios de poda en Valledupar.

## Tipo de Actividad

De acuerdo con EMICRON, identificar a las personas que desarrollan actividades de manera ambulante o en sitios al descubierto, es

fundamental para comprender las dinámicas de las economías populares. En el departamento, el 9,22 % de los micronegocios corresponde a esta categoría, de los cuales el 61,16 % son estacionarios y el 38,84 % móviles (DANE, 2024). Un caso ilustrativo registrado en los grupos focales, es el de un propietario en Valledupar que ofrece servicios de poda de árboles y jardinería de manera ambulante.

## Presencia en Redes Sociales

Reconocer el papel de las redes sociales en las economías populares permite destacar su importancia como canal de difusión, promoción y comercialización de bienes y servicios. Durante los grupos focales, se identificó que muchas personas, especialmente jóvenes, ya utilizan estas plataformas, mientras que algunos adultos tuvieron que aprender a manejarlas durante la pandemia debido a las restricciones de movilidad. Según EMICRON, el 14,12 % de los propietarios de micronegocios del sector servicios reportaron tener presencia en redes sociales como mecanismo de difusión de sus actividades económicas (DANE, 2024).

## Solicitud de Créditos

El acceso al crédito es un factor crucial para el fortalecimiento de los micronegocios. Según EMICRON, el 27,08 % de los propietarios de micronegocios del departamento (17.904 personas) afirmaron haber solicitado un crédito el año anterior, de los cuales el 88,38 % obtuvo los recursos. En cuanto a las fuentes, el 46,37 % recurrió al sistema informal “gota a gota”, el 39,15 % a instituciones financieras reguladas y el 12,38 % a familiares o amigos, entre las opciones más comunes (DANE, 2024).

## Micronegocios con ocupados

Según EMICRON el 16,84 % de los propietarios de micronegocios que prestan servicios, tienen por lo menos a una persona que les ayuda, ya sea en condición de socio, trabajador o familiar sin remuneración o trabajadores que reciben un pago, lo que equivale a 11.138 unidades productivas (DANE, 2024).

## Tipo de personal ocupado

El personal que ocupan los 11.138 micronegocios del sector servicios, son en total 19.370 personas, dentro de los cuales el 57,77 % de los ocupados en el sector servicios son hombres y el 42,33 % son mujeres. El 62,57 % de los ocupados son trabajadores que reciben un pago, cifra considerablemente alta en comparación con los otros sectores; el 18,81 % son socios y el 18,61 % son trabajadores o familiares sin remuneración (DANE, 2024). También es necesario mencionar que hay un mayor número de mujeres realizando actividades sin remuneración, pese a que el porcentaje de hombres ocupados es muy superior al de las mujeres.

## Sector comercio

De acuerdo al DANE, hacen parte del sector comercio, aquellos micronegocios que realicen reventa sin transformación; representan el 24,40% del total del departamento del Cesar, es decir, 33.934 unidades productivas; el 44,86% de los propietarios son mujeres.

## Tipos de Propietarios

Siguiendo con los resultados de EMICRON, el 90,87 % de los micronegocios del sector comercio son de tipo trabajador por cuenta propia; el 7,73 % restante son de tipo Patrón o Empleador, es decir, unidades productivas que utilizan a por lo menos un(a) trabajador(a) remunerado(a) (DANE, 2024). Entre las actividades más comunes en el departamento, podemos mencionar a los vendedores de frutas, verduras, hortalizas, vendedores de ropa y calzado, y tiendas de barrio.

En cuanto a los participantes a los grupos focales, se contó con la participación del vendedor de galletas y almojábanas en El Copey, la señora vendedora de ropa y calzado en Barrancas, la vendedora de insumos para llanternas en Valledupar, entre otros ejemplos.

## Motivo principal para la creación del negocio

De acuerdo a EMICRON el 42,16 % de los propietarios lo identificó como una oportunidad de negocio en el mercado, el 34,26 % lo crearon por no tener o contar con ninguna fuente de ingresos para el sustento del hogar y el 9,93 % lo crearon para complementar el ingreso familiar o mejorar el ingreso (DANE, 2024).



En el municipio de Valledupar, la señora Marian Rocío Willoughby Barros comercializa insumos para llanternas, a través de su micronegocio llamado “CANAM”.

Ella sale en su motocicleta a repartir los pedidos en diferentes puntos de la ciudad.

## Tiempo de funcionamiento del micronegocio

A partir de los datos de EMICRON (DANE, 2024) el 34,60% de los micronegocios tienen diez o más años de funcionamiento, el 21,16% de uno a menos de tres años, el 18,69% de tres a menos de cinco años, el 14,96% de cinco a menos de diez años y finalmente el 10,60% con menos de un año, lo que lo hace el grupo más vulnerable o susceptible de tener dificultades, dado su grado de inmadurez o inexperiencia.

## Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

De acuerdo a EMICRON, el 54,35 % de los propietarios de micronegocios puso en funcionamiento su unidad productiva con recursos propios o ahorros personales; el 12,31 % a través de préstamos bancarios; el 11,69 % a través de préstamos familiares; y el 10,47 % manifestó no haber requerido financiación, entre los más representativos (DANE, 2024).

## Ubicación del micronegocio

Los datos de EMICRON indican que, el 40,04 % de los micronegocios, afirmaron realizar su actividad en su vivienda o en otra vivienda; el 20,77 % desarrolla su actividad de manera ambulante – sitio al descubierto - y el 20,43 % afirma hacerlo de puerta en puerta; el 16,54% en su local, tienda, taller, fábrica, oficina o consultorio, entre los más representativos (DANE, 2024).

## Tipo de actividad

De las personas que manifestaron desarrollar su actividad de manera ambulante – sitio al descubierto -, las cuales representan el 20,77 % del total de micronegocios del departamento, el 37,48 % de ellos son de tipo estacionario y el restante 62,52 % son de tipo móvil, de acuerdo a los resultados de EMICRON (DANE, 2024). Para el caso de los grupos focales y entrevistas desarrollados por el proyecto en terreno, tenemos los casos del vendedor de galletas y almojábanas en El Copey, que realiza su actividad de manera ambulante tipo móvil.

## Presencia en redes sociales

Según EMICRON (DANE, 2024) el 17,63 % de los propietarios, manifestaron que su micronegocio cuenta con presencia en redes sociales, como mecanismo o canal de difusión de su actividad económica, este elemento resulta de gran importancia por cuanto se



constituye en una herramienta importante para darle impulso a los bienes o servicios que se ofrecen.

Durante los grupos focales, se identificaron ejemplos como el de la vendedora de ropa y calzado en Becerril y la vendedora de calzado en Valledupar, quienes aprovechan las redes sociales como una herramienta clave para hacer mercadeo, contactar a clientes y concretar ventas.

## Solicitud de créditos

En materia de solicitudes y obtención de créditos, los resultados de EMICRON, (DANE, 2024) nos arrojan que, 9.388 propietarios, es decir el 27,67% del total de los propietarios de micronegocios de comercio, afirmaron haber solicitado crédito el año inmediatamente anterior; el 89,33% de ellos afirmaron haberlo recibido. Frente a la pregunta sobre la fuente de los recursos, el 51,23% lo solicitó a institución financiera regulada, el 29,40% a gota a gota, el 14,24% a familiares o amigos, entre los más significativos.

## Ocupados

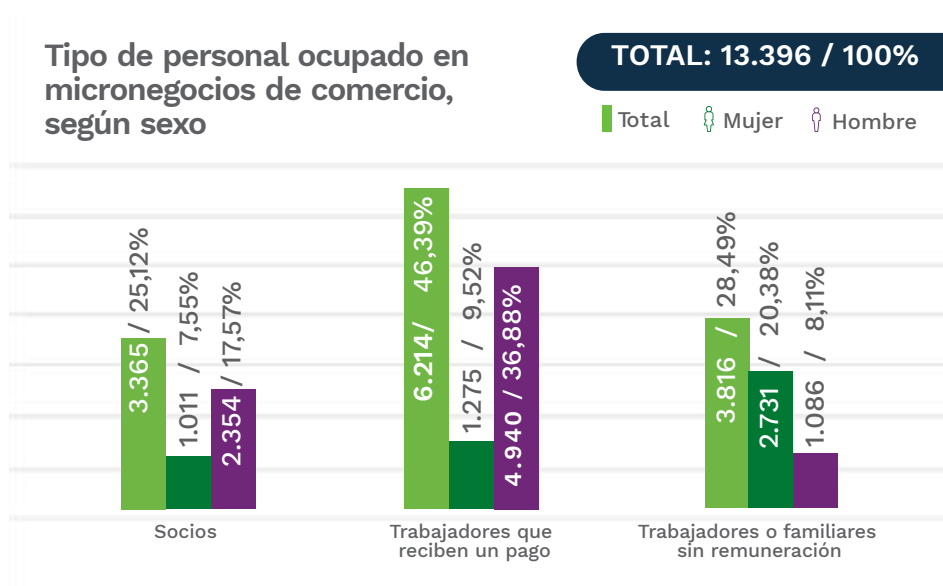
### Micronegocios con ocupados

Según EMICRON, DANE (2024), el 25,75 % de los micronegocios del departamento dedicados al comercio, tienen por lo menos a una persona que les ayuda, ya sea en condición de socio, trabajador o familiar sin remuneración o trabajadores que reciben un pago, esto equivale a 8.738 micronegocios.

### Tipo de Personal Ocupado

Según EMICRON, DANE (2024), el personal que ocupa los 8.738 micronegocios del sector comercio, son en total 13.396 personas, los cuales tienen el siguiente perfil:

#### Gráfica 7



**Fuente:** elaboración propia con base en datos de EMICRON, DANE (2024).

En materia de ocupados, los resultados de la EMICRON muestran que, el 59,56% de los ocupados en el sector comercio son hombres y el 40,44 son mujeres; el 46,39% de los ocupados son trabajadores que reciben un pago; el 28,49% son trabajadores o familiares sin remuneración; las mujeres superan ampliamente a los hombres cumpliendo este rol al interior de los micronegocios y por último el restante 25,12% son socios (DANE, 2024).

## Sector manufacturero

De acuerdo al DANE, hacen parte de la Industria Manufacturera, aquellos micronegocios con actividad económica dedicada a la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos, las materias primas provienen de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras. La alteración, la renovación o la reconstrucción de productos se consideran por lo general, actividades manufactureras; en las economías populares del departamento representan el 10,41% del total de los micronegocios, son en total aproximadamente 14.479 unidades productivas; el 60,83% de los propietarios son mujeres, lo que representa un porcentaje significativamente amplio.

### Tipos de Propietarios

Siguiendo con los resultados de EMICRON (DANE, 2024), el 93,19% de los micronegocios del sector comercio son de tipo trabajador por cuenta propia. El 6,81% restante son de tipo patrón o empleador, es decir, unidades productivas que utilizan a por lo menos un(a) trabajador(a) remunerado. Entre los asistentes a los diferentes grupos focales realizados en el departamento, se contó con la participación de las señoras que realizan manualidades y el señor que produce harina de banana en el Copey. El señor que trabaja con soldadura y la señora que elabora calzado en Valledupar; las artesanas, la señora dedicada al reciclaje, las productoras de productos capilares y jabones de Becerril, entre otros ejemplos.



Ferney Castañeda Romero, es un cesareño de 34 años de edad que hace parte de la población de la economía popular del departamento de Cesar, realiza su actividad de soldador en el municipio de Valledupar desde hace 5 años.

Ferney es un propietario tipo patrón o empleador del país, que fabrica sus productos en su propia vivienda, ubicada en el barrio “Ciudadela 450 años” de Valledupar; actualmente ocupa a dos personas, una es su esposa, encargada de llevar las cuentas del negocio y otro es su hermano, su ayudante, lo que significa que hay un familiar sin remuneración, y su hermano, un trabajador.

Los participantes de los grupos focales son en su mayoría propietarios de micronegocios dedicados a actividades de manufactura, destacándose entre ellos productores de muñecas de trapo, bolsos de trapillo, mermeladas, soldadura y reciclaje, entre otros. En los ejercicios, realizados en los municipios de Valledupar, El Copey y Becerril, se identificó una presencia limitada de patrones o empleadores que contratan trabajadores remunerados, mientras que predominan los trabajadores por cuenta propia y aquellos que laboran con familiares sin recibir una remuneración.

## Motivo principal para la creación del negocio

De acuerdo a EMICRON, el 28,93% de los propietarios lo crearon porque no tenían otra fuente de ingresos; el 21,36% por tradición familiar o lo heredó; el 20,28% porque lo identificó como una oportunidad de negocio en el mercado; el 16,57% por ejercer su oficio, carrera o profesión, entre los más significativos (DANE, 2024).

En el caso de los grupos focales, gran parte de los productores de artesanías pertenecen a familias indígenas. Se contó con la participación de mujeres de las etnias Wayuu, Wiwa y Yukpa con costumbres ancestrales milenarias relacionadas con la producción de artesanías; de igual forma entre los participantes afrodescendientes nos encontramos con productoras de productos capilares, jabones, muñecas de trapo, entre otros.

## Tiempo de funcionamiento del micronegocio

Variable importante para conocer el nivel de madurez de la unidad productiva y de ese modo el nivel de riesgo de acuerdo a las estadísticas de mortalidad empresarial. Según EMICRON, el 49,88% de los micronegocios tienen diez o más años de funcionamiento, el 16,62 % de cinco a menos de diez años, el restante 15,84% tienen de uno a menos de tres años, el 13,13% de tres a menos de cinco años y finalmente el 4,53 % tiene menos de un año de funcionamiento, lo que lo hace el grupo más vulnerable o susceptible de tener dificultades, dado su grado de inmadurez o inexperiencia (DANE, 2024).

## Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

Según EMICRON, el 62,21 % de los propietarios de micronegocios puso en funcionamiento su unidad productiva con recursos propios o ahorros personales; el 11,92% de los propietarios, manifestó no haber requerido financiación; el 11,40 % a través de préstamos familiares, entre los más significativos (DANE, 2024).

## Ubicación del micronegocio

De acuerdo a los resultados de EMICRON (DANE, 2024), el 66,03 % de los micronegocios, afirmaron realizar su actividad en su vivienda o en otra vivienda; el 12,42 % desarrolla su actividad de manera ambulante – sitio al descubierto –, el 10,80% afirma hacerlo de puerta en puerta (a domicilio); el 7,60 % en su local, tienda, taller, fábrica, oficina o consultorio.

Para el caso de los participantes a los grupos focales, se presentaron casos en los que algunos de los propietarios de estos micronegocios cuentan con local o taller. Como se presenta en los casos de las unidades productivas de elaboración de muñecas de trapo y lencería para habitaciones en El Copey, y el reciclaje y la pintura en tela, en Becerril; muchos otros realizan su actividad en sus viviendas, como los bolsos de tirillas en El Copey, las artesanías de las mujeres Wayuu, los productos para el cabello y jabones, las mermeladas en Becerril y la soldadura en Valledupar.

## Tipo de Actividad

De acuerdo a EMICRON de las personas que manifestaron desarrollar su actividad de manera ambulante, el 94,88 % de ellos son de tipo móvil y el 5,12 % estacionarios (DANE, 2024). En cuanto a los resultados de los grupos focales, están los casos de la recolección de poda y el reciclaje, los cuales se hacen de manera ambulante tipo móvil.

## Presencia en redes sociales

Según EMICRON (DANE, 2024), el 16,90 % de los propietarios manifestaron que su micronegocio tenía presencia en redes sociales, como mecanismo o canal de difusión de su actividad económica. Este elemento resulta de gran importancia por cuanto se constituye en una herramienta importante para darle impulso a los bienes o servicios que se ofrecen.



En los grupos focales nos encontramos con personas que están utilizando las redes sociales, como el caso de la señora Zulia Fontalvo en El Copey, quien manifiesta que durante la pandemia, dadas las restricciones para salir a la calle, se vio abocada a aprender a utilizar las redes sociales para poder vender sus muñecas de trapo, contrario a lo esperado por ella, tuvo niveles de venta que nunca había tenido y este hecho le permitió llevar sus productos por fuera del municipio, incluso del departamento.

## Solicitud de créditos

Según EMICRON 3.284 propietarios, es decir el 22,68 % del total afirmaron haber solicitado crédito el año inmediatamente anterior; el 92,14% de ellos afirmaron haberlo recibido. Frente a la pregunta sobre la fuente de los recursos, el 52,86 % lo solicitó a gota a gota, el 42,17 % a instituciones financieras reguladas y finalmente el 3,83 % a familiares o amigos, entre las más significativas (DANE, 2024).

## Micronegocios con ocupados

Según EMICRON, (DANE, 2024), el 17,13 % de los micronegocios del departamento dedicados a las manufacturas, tienen por lo menos a una persona que les ayuda, ya sea en condición de socio, trabajador o familiar sin remuneración o trabajadores que reciben un pago, esto equivale a 2.480 unidades productivas.

## Tipo de personal ocupado

Según EMICRON, el personal que ocupan los 14.479 micronegocios del sector de las manufacturas, son en total 4.158 personas, los cuales tienen el siguiente perfil: El 71,40 % de los ocupados por el sector de las manufacturas son hombres, el 28,60 % mujeres, el 50,30 % de los ocupados son trabajadores que reciben un pago, el 31,76 % son trabajadores o familiares sin remuneración y el restante 17,94 % son socios; las mujeres no superan a los hombres en ninguno de los segmentos (DANE, 2024).

Retomando la cifra de informalidad del 62,23 % para Valledupar, publicada por el DANE (2024) en su boletín de “Ocupación Informal Trimestre Móvil junio - agosto 2024” y contrastándolo con las cifras EMICRON, (DANE, 2024) correspondientes al departamento del Cesar, se observan actividades como el transporte de pasajeros en vehículos con motor, especialmente moto, triciclo, lancha, canoa, etc., además de las actividades de servicio de comidas preparadas y el comercio informal, principalmente. A continuación, un resumen de las actividades desarrolladas en cada municipio:



Foto: La señora Zady Zuleta es estilista y hace parte de la población que integra las economías populares del municipio de Valledupar. Actualmente presta sus servicios en un local que ha tomado en arriendo, para poder prestar un mejor servicio a sus clientes (Bitácora de campo, Valledupar, 2024).

En Valledupar, el grupo focal se realizó en las instalaciones del SENA con apoyo de la Secretaría de Desarrollo Económico Municipal. La mayoría de los participantes fueron mujeres dedicadas a diversas actividades representativas de las economías populares, como repostería, elaboración de buñuelos, zapatería, papelería, pasabocas, modistería, alquiler de lavadoras, poda y jardinería, reciclaje, estilismo, venta de productos de revista y de elementos para llanterías, comidas rápidas, artesanías y soldadura, entre otras. Entre los micronegocios destacados se encuentran actividades como soldadura, poda y jardinería, y zapatería, los cuales, dependiendo de la demanda, suelen involucrar a familiares y no familiares como apoyo para cumplir con los compromisos establecidos.

En el Municipio de El Copey, se realizaron entrevistas con propietarios de micronegocios; en general, son personas de escasos recursos que se ganan el día a partir de sus actividades de manufacturas. Se contó con la participación de mujeres que elaboran muñecas y bolsos de trapillo; también con prestadores de servicios como el transporte de pasajeros y encomiendas; en materia de comercio, se contó con la presencia de vendedores de galletas y almojábanas en los buses interdepartamentales que se desplazan del Magdalena hacia el Cesar y viceversa.





Lenis Fontalvo se ha especializado en la elaboración de bolsos con trapillo, actividad que le ha permitido generar recursos de manera autónoma. Es una actividad que tiene como característica que los trapillos pueden ser en algunos casos, sobrantes de la actividad de confecciones, lo que le da uso a material desechado.

Finalmente, en el Municipio de Becerril se desarrollaron dos grupos focales heterogéneos, en los que participaron: campesinos de la serranía, afrodescendientes e indígenas de las etnias Wayuu, Yukpas y Wiwa, y demás personas de todas las edades, quienes relataron las formas que han encontrado para generar recursos, contribuyendo a mantener tradiciones culturales. Entre otros micronegocios hicieron presencia, artesanías, reciclaje, panadería, carnicería, productores de vino y mermeladas, artistas que pintan sobre tela, productos artesanales para el cabello y la piel, turismo rural, productores y comercializadores de frutas y hortalizas, entre otros (Bitácora de campo, Becerril 2024).



Idalinis Cuevas, cuenta con un micronegocio especializado en pintura sobre tela y manualidades. En la imagen prepara camisetas para ser vendidas en el festival que se celebra anualmente en el municipio, denominado, festival de la paletilla.

La unidad productiva cuenta con su propio local y ocupa a varias personas u otros negocios, entre los que se encuentra la carpintería en Valledupar donde le hacen los cortes de la madera.

En general la gente del municipio fue muy amable, participativa y agradecidos con el SENA por la forma como a lo largo del tiempo, ha contribuido al crecimiento personal de ellos y sus familiares.

El análisis de la dimensión productiva busca ofrecer una radiografía detallada de la economía popular en el departamento del Cesar, comparando los datos proporcionados por EMICRON con los testimonios recopilados durante los grupos focales y entrevistas realizadas. Este enfoque permite explorar aspectos clave como la clasificación de actividades económicas, los porcentajes de micronegocios en cada grupo, el número de personas que emplean, los espacios y modalidades en que desarrollan sus actividades, los mecanismos de acceso a recursos, el tiempo de funcionamiento, así como sus principales necesidades y expectativas. Estos elementos ofrecen una visión integral de la escala, la solidez y los desafíos de estos micronegocios, fundamentales para proponer estrategias efectivas que fortalezcan la economía popular en la región.

## Dimensión organizativa

La población de las economías populares asume diversos mecanismos para el desarrollo de sus actividades productivas y se fundamenta predominantemente en la fuerza del trabajo, en el autoempleo, en las unidades domésticas y familiares. No obstante, lo anterior, bajo las premisas de la autogestión y el favorecimiento de intereses comunes, y en algunos casos, surge la necesidad de organizarse para garantizar la sostenibilidad de los ejercicios productivos. Autores como José Luis Coraggio (2004; 2011) sostienen que el desarrollo de redes y la cooperación, permiten a la economía popular resistir y sostenerse en el tiempo, ofreciendo alternativas frente a la precariedad.

Se debe considerar la importancia y relación entre la autonomía y la solidaridad en las unidades productivas de menor escala. Para Luis Razeto (1999) a quien se le atribuye acuñar el término de “economía popular y solidaria”, la necesidad y la adversidad propician la asociación. Bajo el concepto del factor C para Razeto, la solidaridad se materializa mediante los ejercicios de compañerismo, cooperación, comunidad, compartir, comunión, colectividad, carisma y colaboración.

## Economía Popular Solidaria

Una parte significativa de la población caracterizada en la investigación, está conformada por propietarios de micronegocios de subsistencia que operan en la periferia o en los márgenes de los circuitos de la economía capitalista. Esta posición los expone a tensiones y presiones que tienden a absorberlos en un entorno de competencia desmedida, lo cual los impulsa a recurrir a diversas estrategias, en ocasiones cuestionables, para alcanzar sus objetivos. Ante esta realidad, el proyecto decidió incluir una pregunta orientada a identificar rasgos de solidaridad, cooperación y mutualidad en las relaciones entre estos actores. Este enfoque busca reconocer y valorar los aspectos que definen a la economía popular y solidaria. Al respecto, Coraggio (2018) señala:

Cabe destacar que la EP realmente existente es la EP del sistema capitalista periférico y que, antes que solidaria, puede ser altamente competitiva entre sus miembros. Por diferencia, cuando decimos “Economía Popular Solidaria” (EPS) se refiere a la presencia de relaciones de mutuo reconocimiento, cooperación, reciprocidad, complementariedad programada, tanto internamente (micro) como entre las organizaciones de la Economía Popular (meso).

Las entrevistas y grupos focales fueron de gran satisfacción, con propietarios de micronegocios que hacen parte de familias indígenas.

En los municipios de El Copey y Becerril se identificaron ejemplos claros de cooperación y solidaridad, lo cual podría estar relacionado con las características propias de estos territorios más pequeños, donde los participantes eran en su mayoría vecinos, conocidos o familiares; esta cercanía favoreció dinámicas de apoyo mutuo entre los asistentes. En contraste, en el municipio de Valledupar, se evidenció que los participantes, al no conocerse entre sí, tuvieron menos experiencias para compartir respecto a estos temas, lo que sugiere diferencias significativas en las dinámicas sociales y económicas según el contexto territorial.

Los ejemplos de colaboración entre los propietarios de micronegocios, artesanías y manualidades, principalmente en el departamento del Cesar, subrayan la importancia de las relaciones de apoyo en la economía popular. Estas redes de cooperación permiten a las comunidades enfrentar calamidades y desafíos cotidianos, además de mejorar sus condiciones laborales. La solidaridad entre mujeres, que se ayudan mutuamente a equilibrar sus responsabilidades laborales y domésticas, es un ejemplo claro de cómo las economías populares fomenta una gobernanza basada en la reciprocidad y el bienestar colectivo.





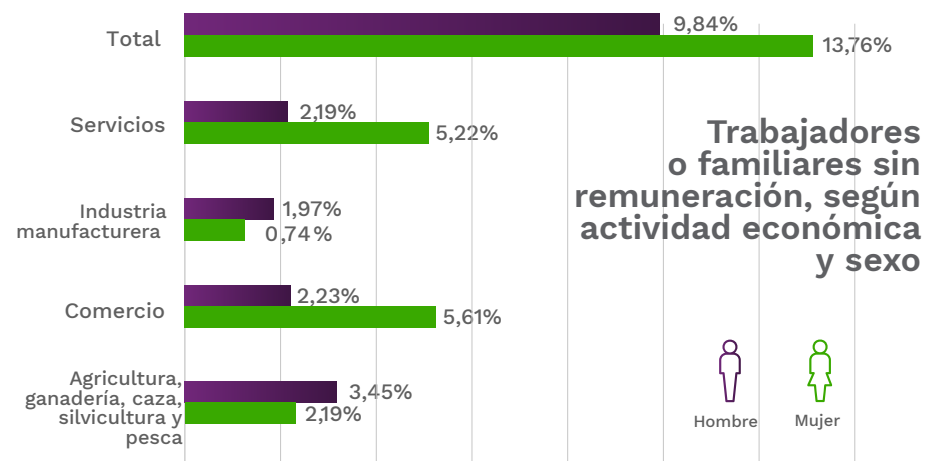
Como se mencionó anteriormente, al grupo focal desarrollado en la jornada de la tarde en el municipio de Becerril, asistieron miembros de las etnias Wayuu, Wiwa y Yukpa, estos últimos asentados en la Serranía del Perijá.

En las imágenes, dos mujeres de la etnia Wiwa quienes, como ejemplo de relaciones de cooperación, colaboración y mutualidad entre ellas, se refirió a que, una siendo Wiwa lleva una mochila wayuu y la otra lleva una mochila Yukpa, de este modo promocionan las artesanías de sus hermanas, contribuyendo al crecimiento mutuo. La señora Norma Epiayuu lideresa del asentamiento Wayuu en el municipio, lo llamó “Unidad Solidaria” (Testimonio personal, Becerril 2024).

## Trabajo Familiar

Un aspecto asociado a la dimensión organizativa, tiene que ver con el proceso de organización de las unidades productivas, que surge desde la familia; son muchos los casos de propietarios de micronegocios que reconocen apoyarse con sus familiares, en especial su pareja sentimental y los hijos; A continuación, se presentan los diferentes tipos de personal ocupado o colaboradores con que cuentan los micronegocios en el departamento del Cesar.

### Gráfica 8



**Foto:** elaboración propia con base en datos de EMICRON, DANE (2024).

En general, el grupo de los ocupados - familiares o trabajadores sin remuneración en el departamento, representan el 23,60% del total de los ocupados. En el gráfico podemos notar que, en los sectores analizados en el diagnóstico, servicios e industria manufacturera, el porcentaje de mujeres sobrepasa al de hombres como ocupados de este tipo.

De acuerdo a EMICRON, DANE (2024), el sector comercio es el que mayor número de ocupados de este tipo aporta al total con el 7,84 %, seguido de las actividades del sector

servicios con el 7,4 % y por último las manufacturas con el 2,71 %; estas cifras reflejan lo importante que es el trabajo en familia para el funcionamiento de las unidades productivas.

En los grupos focales desarrollados en el departamento y dirigidos a miembros de las economías populares, gran parte de los participantes manifestaron liderar negocios familiares, en los cuales cuentan con el apoyo de por lo menos un familiar, especialmente en aquellas épocas en las que la demanda del producto se incrementa (Bitácoras de campo, Valledupar, El Copey y Becerril, 2024).

## Cultura de la Asociatividad

Frente a la pregunta de EMICRON (DANE, 2024) relacionada, si en la actualidad hace parte o pertenece a alguna Asociación de Productores o Comercializadores, el 1,92 % de los propietarios de micronegocios del Departamento del Cesar afirmaron pertenecer a alguna asociación de este tipo; por otro lado, ante la pregunta relacionada con la actual afiliación en alguna cooperativa, el 1,06 % de los propietarios de micronegocios del departamento afirmaron pertenecer a una cooperativa.

En la información de los grupos focales de los tres municipios intervenidos en el departamento del Cesar, se encuentra un nivel aceptable de asociatividad, especialmente en los miembros de comunidades indígenas y personas afro organizadas a nivel étnico; ejemplos como los Wayuu, los Wiwa y los afrodescendientes, todos del municipio de Becerril, se encuentran organizados a nivel de asociaciones y cooperativas.

Como aspectos a resaltar del ejercicio, se tienen las historias de cómo un grupo de mujeres pioneras, transmitieron con el interés de contribuir al crecimiento de otras mujeres. De ese conocimiento ancestral, muchos de los participantes en su mayoría mujeres, son discípulos(as) de esas personas, de las cuales hoy, varias ya han fallecido.

La dimensión organizativa de las economías populares en el departamento del Cesar, ayuda a entender las lógicas de organización,

estructuras internas, modos de producción, etc., que se dan desde este tipo de micronegocios, aspecto que lo hace diametralmente diferente a las organizaciones tradicionales del mercado de capital. Este tipo de aspectos: el apoyo en la familia como unidad básica, los rasgos o relaciones de cooperación, solidaridad y mutualidad, son propios de las economías populares.

## Dimensión ambiental

En palabras de Luis Razeto (1999) “la economía es, en esencia, un proceso de intercambio vital entre el hombre y la naturaleza, por el cual ambos resultan transformados” (p. 10). La relación entre el medioambiente y la economía popular y solidaria es de suma cercanía, ya que esta no exige la sobredemanda de recursos naturales y sus fines son producir lo necesario para la solución de necesidades básicas de su población y no la sobreproducción ni la acumulación sin límite (Coraggio, 2004).

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

En adición a lo anterior, los escenarios de informalidad, la precariedad, el desconocimiento normativo y como lo define Isabelle



Hillenkamp (2016), “De manera general, en un contexto de pobreza, la generación de ingresos prima sobre las dimensiones sociales y, por ende, medioambientales, puesto que conllevan un sobrecoste o un exceso de trabajo” (p. 76).

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

## Relación Medio Ambiente – Actividad Productiva

Las personas que participan en las economías populares, no son ajenas a los impactos derivados del cambio climático, fruto de la destrucción ambiental. En el caso de los ejercicios realizados en el municipio de Becerril, se presentaron campesinos provenientes de la Serranía del Perijá, quienes compartieron testimonios sobre el impacto ambiental que generan en su entorno, impulsados por la necesidad de aumentar la productividad.

Estas experiencias reflejan cómo las presiones económicas pueden llevar a prácticas que afectan el medio ambiente. Algunos mencionaron que queman y talan solo cuando es estrictamente necesario y, recurren al uso del “tumba y pudre”, un herbicida que puede afectar negativamente la tierra. Otros, como una señora indígena con un micronegocio de reciclaje, destacaron su labor en la recolección de plásticos y materiales no biodegradables, y su contribución a la reforestación mediante el compostaje, aprendido con la ayuda del SENA.

También se mencionaron prácticas sostenibles por parte de productores, como la elaboración de cerveza artesanal de batata y corozo de manera natural, el uso de cajas de cartón y

bolsas de yute en lugar de plásticos de un solo uso, y la producción de mermeladas de cáscara de cacao para evitar efectos negativos en el suelo y las aguas. Otros ejemplos incluyeron medidas para reducir la dispersión de aserrín durante el corte de madera, contribuyendo a una menor contaminación del aire.

Por otro lado, fue repetitivo por los participantes, el interés de recibir asesoría del SENA para reutilizar desechos orgánicos y de este modo elaborar compostaje, como el caso de los campesinos de Barrancas, quienes mostraron su preocupación por el desperdicio de grandes cantidades de material vegetal y animal con los que se podrían hacer artesanías.

La reutilización de materiales refleja una adaptación hacia la economía circular, destacándose en la labor de recicladores de Valledupar, Becerril y en iniciativas como la creación de bolsos de tiras en El Copey, entre otros casos. Estos esfuerzos no solo reducen el desperdicio, sino que también muestran cómo los actores de las economías populares integran prácticas sostenibles para abordar necesidades ambientales y económicas. (Bitácoras de campo, Valledupar, El Copey y Becerril, 2024).



En el municipio de Valledupar, el señor José Calderón con su unidad productiva, utiliza parte de la poda que recoge, para realizar compost, que constituye una línea de producto que vende y le genera otra fuente de ingresos (Bitácora de campo, Valledupar 2024).

# Conclusiones

## Dimensión social

- El departamento presenta una importante diversidad étnica, compuesta por comunidades indígenas asentadas principalmente en la Sierra Nevada de Santa Marta y la Serranía del Perijá, población afrodescendiente en la diáspora, con fuerte presencia en algunos municipios.
- Se evidencia la necesidad de formación en áreas como marketing y ventas, ya que muchos de los propietarios de micronegocios carecen de herramientas para la sostenibilidad de sus unidades productivas.
- La gran mayoría de los micronegocios en el territorio, surgen como respuesta a la falta de oportunidades laborales, lo que se ve reflejado en que la gran mayoría (89,85%) son de tipo “Por Cuenta Propia”, es decir unidades productivas de subsistencia que requieren fortalecimiento.
- Fenómenos poblacionales como el desplazamiento forzado y la migración de venezolanos por la difícil situación del vecino país, han incrementado ostensiblemente la población del Cesar en

especial del municipio de Valledupar, hecho que conlleva a que existan altos niveles de pobreza, informalidad, micronegocios de baja escala, etc.

- Aunque los micronegocios ocupan a hombres y mujeres, existe una mayor proporción de mujeres que trabajan sin remuneración en comparación con los hombres. Sin embargo, también se observa un número creciente de mujeres en roles de socios y propietarias de negocios, destacando su participación activa en las economías populares.

## Dimensión cultural

- Las tradiciones, creencias, celebraciones, expresiones culturales en general, contribuyen al dinamismo de las economías populares en cada municipio focalizado.
- Se observa un alto nivel de informalidad, pero también un fuerte vínculo con el entorno cultural y la identidad local, lo que ofrece oportunidades para el desarrollo económico a través del fortalecimiento de competencias y la preservación de tradiciones.
- El departamento cuenta con una importante diversidad cultural.
- Las relaciones de colaboración, cooperación y mutualidad, son una característica importante de las economías populares en el departamento.

## Dimensión productiva

- El apoyo institucional en capacitación, la creación de políticas favorables y la protección de los saberes tradicionales son fundamentales para garantizar la continuidad de los micronegocios y fortalecer las economías populares en el Cesar.

- En el contexto del Cesar, se identificó que este departamento aporta un 2,68 % de los micronegocios del país, destacando la importancia de fortalecer el vínculo del SENA con estos sectores para contribuir en su fortalecimiento, mejorar su sostenibilidad y generar un impacto positivo en la calidad de vida de la población.
- Las economías populares del Cesar juega un papel crucial en el desarrollo local, generando ocupación y promoviendo la identidad cultural del departamento. Los procesos de producción artesanales son valorados por su autenticidad y contribuyen a la economía solidaria y social.

## Dimensión organizativa

- El SENA cuenta con gran imagen y reconocimiento entre la población de las economías populares, quienes afirman tener gran agradecimiento por el apoyo que muchos han recibido en algún momento de sus vidas por la institución.
- Gran parte de los micronegocios del departamento, requieren apoyo relacionado con: el acceso a recursos de crédito, capacitación, asistencia técnica, asociatividad, economía solidaria, contabilidad y finanzas, y asesorías y acompañamiento.
- La familia es el núcleo o principal punto de apoyo y de partida, que garantiza el funcionamiento y sostenimiento de gran parte de los micronegocios en el departamento.
- Las relaciones de cooperación y solidaridad, caracterizan y diferencian a las economías populares y solidaria del departamento.
- La organización colectiva en forma de asociaciones o cooperativas es baja en el Cesar, a excepción de las actividades que realizan las comunidades indígenas y afrodescendientes en el municipio de becerril.

- Las alcaldías de los tres municipios priorizados, vienen realizando esfuerzos en pro de la organización y apoyo de este tipo de micronegocios, en especial la alcaldía del municipio de Becerril, en donde hubo una sobresaliente participación de propietarios, que denotaron organización y apoyo, especialmente en la participación en ferias y demás espacios de promoción y comercialización de los productos.

## Dimensión ambiental

- El cuidado del medio ambiente y la preservación de los recursos naturales es un requisito sine qua non, para garantizar la reproducción de la vida.
- Los propietarios de micronegocios participantes de los grupos focales muestran tener conciencia por el cuidado del medio ambiente, especialmente los campesinos que de la Serranía del Perijá, participaron de los grupos focales en el municipio de Becerril.
- Los micronegocios del departamento requieren capacitación en economía circular, elaboración de compost, gestión del ruido, etc.
- Recomendaciones para el impulso de las economías populares desde la oferta de servicios SENA
- Analizar la posibilidad de ampliar los casos de instructores pertenecientes a minorías étnicas, líderes sociales, miembros activos de la comunidad en general que se caracterizan por el servicio social, la cooperación, la solidaridad y el conocimiento amplio del territorio.
- Articular con entidades como Alcaldía y Gobernación para optimizar la oferta y difundir la información, con las Juntas de Acción Comunal, Asociaciones, Cooperativas, entre otros, para que los servicios se ajusten a las necesidades de la comunidad y a la vocación productiva del territorio.

- Propiciar espacios de intercambio de saberes y conocimientos entre el instructor y los aprendices, de modo que se puedan complementar conocimientos y dar la importancia que merece el conocimiento empírico y ancestral.
- Los participantes solicitaron a la entidad que la plataforma Sofía Plus sea más accesible, considerando el bajo nivel de formación de muchos de los aspirantes interesados en participar en la oferta institucional.
- Se recomienda flexibilizar la metodología y requisitos solicitados para participar en las convocatorias del fondo emprender.
- Ampliar la oferta de cursos en asociatividad, cooperativismo, finanzas básicas y gestión de proyectos con un enfoque especial en los sectores claves como el turismo, el comercio y las manufacturas.
- Crear por parte del SENA programas cortos y modulares diseñados específicamente para mujeres emprendedoras.
- Ofrecer programas virtuales y semipresenciales para facilitar el acceso a la formación en zonas rurales.
- Crear jornadas de certificación en las zonas rurales para facilitar el acceso a estos programas sin necesidad de desplazarse a las cabeceras municipales.
- Crear programas de formación técnica y empresarial por parte del SENA, especialmente dirigidos a mujeres rurales, con enfoque en sectores tradicionales como la artesanía, y nuevos como la piscicultura y la agroindustria.
- Promover en articulación con las instituciones del ecosistema de emprendimiento, la realización de ruedas de negocios, ferias, y mentoría para emprendedores, conectándolos con clientes, líderes empresariales y recursos financieros.

- Ofrecer asistencia técnica, seguimiento y/o acompañamiento posterior al proceso de formación, como complemento al apoyo a los micronegocios en la implementación de sus proyectos, orientando en el uso de tecnologías y buenas prácticas productivas.
- Ofrecer programas para emprendedores rurales y urbanos, que les enseñen a utilizar plataformas de venta en línea, redes sociales y otros medios digitales para la comercialización de sus productos.
- Desarrollar estrategias de marca que promuevan los productos artesanales como elementos diferenciadores de la cultura Cesarense.
- Asesoría a los propietarios de micronegocios que puedan acceder a recursos de capital semilla, a través de fuentes de financiación diferentes al Fondo Emprender, o recursos para fortalecer sus actividades productivas y de comercialización.



# Tabla de siglas

- **A.M:** área metropolitana
- **CENU:** Censo Económico Nacional Urbano
- **CIIU:** Clasificación Industrial Internacional Uniforme
- **CNPV:** Censo Nacional de Población y Vivienda
- **DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística
- **ECP:** Encuesta de Cultura Política
- **ECV:** Encuesta Nacional de Calidad de Vida
- **EMICRON:** Encuesta de Micronegocios
- **EP:** Economía Popular
- **EPS:** Economía Popular Solidaria
- **ENUT:** Encuesta Nacional De Uso Del Tiempo
- **GEIH:** Gran Encuesta Integrada de Hogares
- **I.P.M:** Índice de Pobreza Multidimensional
- **LGBTIQ+:** Lesbianas, Gais, 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 que 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 implementan mecanismos que contribuyen 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 fin de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción.

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

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

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

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

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

**Sector servicios:** Las actividades desarrolladas por unidades económicas encaminadas a generar o a poner a disposición de personas, hogares o empresas una amplia gama de productos

intangibles, que cambian las condiciones de las unidades que los adquieren. Poseen una diversidad de características de acuerdo con las necesidades de quienes los solicitan.

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

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

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

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

# Referencias

- Acuerdo 890 de 2023 [Concejo 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
- Álvarez Leguizamón, S. (2013). La Nueva Economía Política de la Pobreza: Diagnóstico y Asistencia. La Revista del Plaln Fenix, Voces en el Fenix, Sumario N° 22. <https://drive.google.com/file/d/1Z7wlGl2V SKmWbNegfBbXZnF0uC77jVbA/view>
- Cesar, un territorio de turismo y cultura. (2017, marzo 20). El Pílon <https://elpilon.com.co/cesar-territorio-turismo-cultura/>
- 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. (2009). La Economía del Trabajo. <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/ECONOMIA%20DEL%20TRABAJO3.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. (2013). La Economía Social y Solidaria ante la Pobreza. La Revista del Plaln Fenix, Voces en el Fenix, Sumario N° 22. <https://drive.google.com/file/d/1Z7wlGl2VSKmWbNegfBbXZnF0uC77jVbA/view>

- 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. [https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20 para%20descargar/Libro\\_ESS.pdf](https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf)
- Coraggio, J. L. (2018). Potenciar la Economía Popular Solidaria: una Respuesta al Neoliberalismo. <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/POTENCIAR%20LA%20EPS%20CORAGGIO%20REVISTA%20OE.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]. (2018). Proyecciones de Población Municipal por Área y Pertenencia Étnico Racial. <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.dane.gov.co%2Ffiles%2Fcenso2018%2Fproyecciones-de-poblacion%2FNacional%2FanexDCD-Proypoblacion-PertenenciaEtnicoRacialmun.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2022, diciembre). 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](https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2022.pdf)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2022, noviembre). Encuesta Nacional de Uso del Tiempo: Resultados 2020 – 2021. [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ENUT/Presentacion\\_ENUT\\_2020\\_2021.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ENUT/Presentacion_ENUT_2020_2021.pdf)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (31 de mayo 2024). Boletín Técnico Encuesta de Micronegocios – EMICRON Año 2023. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/bolEMICRON-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/presEMICRON-2023.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. Boletín Técnico, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), Mayo – Julio de 2024. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bolGEIHEISS-may-jul2024.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/comercio-interno/censoeconomico-de-colombia>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Presentación Encuesta de Micronegocios, Resultados Generales Año 2023. <https://www.dane.gov.co/filCkes/operaciones/EMICRON/presEMICRON-2023.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Índice de Pobreza Multidimensional <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.dane.gov.co%2Ffiles%2Foperaciones%2FPM%2Fanex-PMultidimensional-Departamental-2023.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Pobreza Monetaria <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticaspor-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-monetaria> Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2023, mayo). Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026, Colombia: Potencia Mundial de la Vida.

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potenciamundial-de-la-vida.pdf>

- Hillenkamp, I. (2016). ¿Innovar para sostenerse? Representaciones y Prácticas de Economía Popular Solidaria en América Latina. En J. L. Coraggio, J. L. Laville, I. Hillenkamp, I. Farah, J. Jiménez, S. Vega, L. Guridi y J. C. Pérez (Eds.).
- Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. (pp. 65-82). Ediciones Hegoa [https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro\\_ESS.pdf](https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf)
- 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](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>
- Bernal, M., Giraldo, C. y Ramírez, Y. (2023). Habitar la Ciudad desde las Ventas Callejeras, Experiencias en la Localidad de Suba, Bogotá. <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/248847/1/Economias-populares.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2024) Cesar 2024: Una Mirada Actual al Contexto Migratorio y sus Determinantes Sociales. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/INTOR/contexto-migratorio-cesar-2024.pdf>
- Molano, O. L. (2007a). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Opera, (7), 69-84. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126>

Molano, O. L. (2007b). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Opera, (7). 73. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126>

Razeto, L. (1999). La economía de solidaridad: concepto, realidad y proyecto. [https://base.socioeco.org/docs/razeto\\_la\\_economia\\_de\\_solidaridad\\_06.pdf](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. 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>

Revista Universidad EAFIT (2008). La Sustitución de Importaciones como Medio para un Desarrollo Sostenible. file:///C:/Users/marca/Downloads/revista,+Gestor\_a+de+la+revista,+15103.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**

Comunicadora Social

**María Paula Vargas Parra**

**Magda Azohitza Hernández Acuña**

Investigadora Temática

**Valeria Moreno Ochoa**

**Mónica del Pilar Medina Vargas**

Investigadoras Junior

**Nicolás Enrique Pote Cristancho**

**Dexy Viviana Molina Gallardo**

Apoyo de Investigación

**Oficina de Comunicaciones**

**4E SAS**

**Daniel Muñetones Ospina**

Diseño y diagramación

**Valeria Quintero Cuervo**

Ilustración

**Luz Elena Cuervo**

Dirección creativa

Primera edición, 2024

Bogotá, Colombia

ISBN 978-958-15-0949-2



@SENAcomunica

www.sena.edu.co

**Canales telefónicos:**

Líneas de atención a la ciudadanía, empresas y PQRSD.

**Bogotá: +(57) 601 736 60 60**

**Línea gratuita y resto del país: 018000 910270**