VOCES Y ROSTROS

de las economías populares de

Casanare

Proyecto investigativo

Caracterización

de la población de las economías campesinas y populares

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

Contenido

Presentación **6**
Introducción 10
Aspectos metodológicos 14

Generalidades de las economías populares **16**
¿Qué son las economías populares? 16
La relación entre micronegocio y las economías populares 18
¿Cuáles son los sectores que hacen parte de las economías populares? 19
¿Quiénes hacen parte de las economías populares? 20
Las economías populares en el departamento de Casanare 22

Dimensiones de las economías populares **24**

Dimensión cultural **26**

Dimensión organizativa **30**

Dimensión productiva **35**
La situación de empleo en Casanare 38

Dimensión ambiental **40**

Dimensión social **45**
Importancia de la mujer en las dinámicas de las economías populares en Casanare 45

Recomendaciones para el impulso de las economías populares desde la oferta de servicios SENA **48**

Conclusiones **50**
Dimensión Social 50
Dimensión Cultural 50
Dimensión Organizativa 51
Dimensión Productiva 52
Dimensión ambiental 52

Tabla de siglas **53**

Glosario **54**

Referencias **58**

Presentación

Jorge Eduardo Londoño Ulloa Director General SENA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Introducción

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

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

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

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

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

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

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

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

Este ejercicio de sistematización pretende destacar las características, necesidades y expectativas de la población campesina enfatizando en los relatos y testimonios de la población que dan cuenta de sus estilos de relación, experiencias, formas de organización, realidades territoriales, dinámicas productivas y socioculturales. Con esta información se plantean algunas recomendaciones para que la

Dirección General, Regionales y 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 se conformó por un grupo interdisciplinario con profesionales de las ciencias sociales y de la salud; antropología, ciencias políticas, sociología, trabajo social, comunicación social y veterinaria.

El análisis de sus realidades surgió a partir de reflexiones desde cada campo de conocimiento, buscando resignificar las formas de vida de la comunidad y recuperar la memoria social.

De esta manera, se logra tener una aproximación a sus relatos para comprender e interpretar las formas individuales y grupales de convivir en la ruralidad.

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

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

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

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

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

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

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

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

Finalmente, durante la fase de alistamiento, fue necesario replantear algunos municipios o rutas según las condiciones de seguridad, accesibilidad y otros factores relevantes en cada departamento. La información recopilada en los grupos focales y entrevistas fue transcrita y sistematizada a través de matrices de análisis, destacando citas textuales relevantes.

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

Generalidades de las economías populares

¿Qué son las economías populares?

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

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

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

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

Al respecto el presidente Gustavo Petro Urrego, durante este mismo evento, puntualizó: "La gente no se divide entre informales y formales,

la gente es trabajadora, punto…" (SENA, 2023, 50:02). A partir de esto, se entiende que son las personas quienes mueven esta economía y es con ellas con quienes es necesario trabajar para potencializar el conocimiento que ya tienen, transformándolo en una fuente de trabajo sostenible.

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

La relación entre micronegocio y las economías populares

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

> **El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) define a un micronegocio como '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'**
>
> **(DANE, 2024, p. 3).**

En ese sentido la Encuesta de Micronegocios del DANE (EMICRON) ha definido características de las personas dueñas de los micronegocios en Colombia como propietarias o poseedoras de los medios de producción con los cuales desarrolla su actividad económica, también prestan 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, 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 tratarse de actividades que surgen de la necesidad de la población por obtener un sustento económico, estas son suficientemente diversas lo que hace difícil su clasificación. Sin embargo, en ella se encuentran presentes los vendedores ambulantes, tenderos, comerciantes, teatreros, cuenteros, artesanos, personas dedicadas a la producción de comidas típicas y entre muchos otros.

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

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

Economías Campesinas

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca

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

Economías Populares

Servicios

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

Comercio

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

Industria manufacturera

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

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

¿Quiénes hacen parte de las economías populares?

Para Coraggio (2011, 2020), la economía popular es aquella de los trabajadores y trabajadoras, independientes o autónomos, que desean vivir —o viven— de su trabajo. Se trata de una economía que puede ser unipersonal, familiar, comunitaria, asociativa, organizativa y/o basada en redes de cooperación mutua, formales o informales. En este sentido, la economía popular no es la economía de los pobres, sino de quienes trabajan, aunque en muchos casos sean víctimas de la falta de protección social. Constituye la base de la economía social y es tan diversa como las ideas para generar ingresos monetarios.

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

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

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

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

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

Las economías populares en el departamento de Casanare

El equipo de Caracterización de la Población de las Economías Campesinas y Populares recorrió la cordillera de los Andes hasta llegar a tres municipios estratégicos del departamento de Casanare: **Yopal, Tauramena y Hato Corozal.** Estos municipios fueron priorizados para establecer un diálogo directo con sus comunidades, identificando las necesidades y expectativas de las personas involucradas en las dinámicas de las economías populares.

El trabajo de campo permitió enriquecer el conocimiento sobre las características y condiciones de la población para la entidad, al tiempo que permitió identificar fortalezas y áreas con potencial de mejora en las economías populares.

Asimismo, destacó la importancia de impulsar el desarrollo local en sectores como el turismo, el comercio, la gastronomía y las actividades artesanales, garantizando la preservación de la diversidad cultural y los servicios ecosistémicos de la región.

Según el informe de la Cámara de Comercio de Casanare (2024) al cierre del año 2023 había 21.275 personas registradas como propietarias de empresas en el departamento, de las cuales el 97% correspondían a microempresas, con un total de 20.636 emprendimientos que emplean hasta 9 trabajadores. Esto quiere decir que según EMICRON (DANE, 2024) dentro de los 5.188.402 propietarios de micronegocios registrados en Colombia, los de Casanare ocupan el 0,4% a nivel nacional.

Cabe señalar que EMICRON considera tanto los negocios registrados como aquellos que no lo están. Además, para años anteriores no se reportaron datos específicos de Casanare, lo que sugiere que la cifra real de propietarios de micronegocios en el departamento podría ser significativamente mayor a la registrada en el informe de la Cámara de Comercio.

Mapa 1. Municipios priorizados y participación de las comunidades

Fuente: DANE – CNPV 2018 – CG 2005

El departamento de Casanare está conformado por 19 municipios, colindando con el extremo oriental de la Cordillera de los Andes, lo que se conoce como el Pie de Monte Llanero. Este departamento cuenta con una extensión territorial de 45.640 Km2, lo que representa el 3,91% del territorio nacional. Dentro de sus límites se encuentra que por el este, limita con el departamento de Vichada, por el oeste con Cundinamarca, por el sur con el Meta y por el noreste con Boyacá (Gobernación de Casanare, 2024).

El SENA hace presencia en el departamento de Casanare con un Centro de Formación en Yopal; ofrece, a los 19 municipios, formación técnica, tecnológica, especialización tecnológica y complementaria en diversas áreas de conocimiento. Además, cuenta con dos subsedes; la primera el **Centro Agroindustrial Manare,** que está ubicado al norte

del departamento, en el Municipio de Paz de Ariporo; y la segunda es el **Centro Agroindustrial Tua,** ubicada al sur del departamento, en el municipio de Monterrey, la cual entrará en funcionamiento en el 2025.

En el ejercicio de caracterización se realizaron tres entrevistas en Yopal, dos entrevistas en Tauramena y un grupo focal donde participaron 20 personas en Hato Corozal. Las personas que participaron en los encuentros se dedican al comercio ambulante, el turismo, la gastronomía y las actividades artesanales. Con los y las participantes se llevaron a cabo espacios de diálogo mediante entrevistas y grupos focales, respetando las dinámicas productivas diarias para minimizar el impacto en las actividades económicas locales. Durante el proceso se recogieron sus necesidades, expectativas, dificultades y observaciones sobre su territorio y su actividad productiva.

Estos hallazgos, combinados con los datos cuantitativos recolectados, permiten comprender de manera integral las dinámicas de la población para tenerlo en cuenta al momento de reestructurar la oferta de servicios del SENA con el objetivo de responder a estas realidades, contribuyendo tanto al fortalecimiento de los negocios como al mejoramiento de la calidad de vida de la población de las economías populares.

Dimensiones de las economías populares

En el ejercicio de investigación se buscó identificar las dinámicas específicas de las actividades de la población de las economías populares, entre ellas los mecanismos de construcción social, su vínculo con el contexto cultural, los modos de organización de sus unidades económicas, su relación con el entorno ambiental en términos de beneficios y responsabilidades en el marco de sus diversos sectores productivos.

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.

Fuente: Elaboración propia.

Dimensión cultural

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

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

Los aspectos que conforman la Dimensión cultural son, entre otros, la memoria individual y colectiva, el papel de la familia en la actividad productiva, las creencias y tradiciones, los saberes locales y los mecanismos de transferencia de conocimientos entre generaciones.

Las personas del Casanare tienen varios elementos llaneros incorporados en su forma de vivir; se les puede reconocer por su profundo conocimiento en los trabajos del campo. Actividades como la ganadería, la siembra y la caza forman parte esencial de su cultura y han sido pilares en la construcción de su identidad, reflejada en elementos como la música llanera, el sombrero ganadero y las alpargatas.

Sin embargo, durante los diálogos con el equipo de caracterización, expresaron su preocupación por el creciente desinterés de las nuevas generaciones hacia estas raíces tradicionales que definen culturalmente a su pueblo. Un ejemplo de esta situación, es la paulatina desaparición de la artesanía en Casanare.

En Yopal, una maestra artesana compartió su experiencia como testigo de esta falta de interés por las tradiciones. Ella relató cómo aprendió, desde pequeña, el trabajo artesanal con el totumo gracias a su abuelo. Esta planta, cuyas maderas trabajadas permiten crear diversas piezas, tenía un uso práctico en los oficios del Llano en tiempos pasados.

A pesar de contar con tres décadas de experiencia en la actividad artesanal, la maestra mencionó que no ha podido certificar sus conocimientos por diversas razones. Al respecto, comentó:

> **En artesanía no me he podido certificar como tal, porque aquí en Yopal es muy difícil o no hay una persona que tenga la formación o el nivel para nosotros los artesanos que ya llevamos mucho tiempo en el arte. O sea que no se da como tal la formación, no la encontré (Testimonio personal, Yopal, 2024)**

La maestra artesana continuó explicando que en el Centro de Formación de Yopal no encontró opciones para certificar sus competencias laborales debido a la falta de instructores con los conocimientos para evaluar su experiencia.

Según ella, esta carencia refleja una vez más la creciente pérdida de la cultura llanera, en parte considera que la ausencia de certificación no le permitió acceder a la estabilidad laboral que buscaba, situación que la llevó a diversificar sus actividades y abrir un nuevo negocio: una miscelánea especializada en detalles para fechas especiales. A través del emprendimiento, busca mantener vivo el interés de las personas por las artesanías y costumbres propias de Casanare.

Sin embargo, su arte también enfrenta dificultades relacionadas con la comercialización. Al respecto, expresó lo siguiente:

> **Ahora estoy dedicada a otra actividad diferente, otra actividad que me genere mayor ingreso porque es que la artesanía, pues sí es muy lindo y todo, pero se necesita que alguien venga y además acá no estamos todavía como artesanos organizados en un lugar donde, por ejemplo, tú vas a Villavicencio, encuentra cuadras donde está toda la artesanía, vas a otros como Villa de Leyva y todo es artesanía en lo mismo, o sea, todos los puestos son así, así que uno ya todo el mundo está bien turístico, no y aquí en ese sector menos porque mire donde yo estoy súper escondida por acá. Casi dime cuántas personas han pasado y no sube nadie. Lo otro es que los arriendos acá siempre son bastante, aquí en La Herradura no, pero si me voy a rentar otro lugar, pues bastante costoso y por eso básicamente es.**
>
> **(Testimonio personal, Yopal, 2024)**

Esto evidencia la necesidad de apoyo a los artesanos del departamento para evitar que los conocimientos tradicionales no desaparezcan por falta de interés de las nuevas generaciones o por los bajos ingresos económicos que se puedan obtener por el desarrollo de esta actividad.Así mismo, menciona que una estrategia urgente es la educación en manejo de herramientas digitales, y explica lo siguiente.

> **Básicamente los artesanos, voy para los cincuenta. Los artesanos mayores sí que más, ni siquiera manejan un WhatsApp, entonces no saben hacer una publicación, entonces es como recopilar todas esas personas que quieran y créeme que de pronto enseñar no es fácil porque yo que soy profesora me cuestan a veces ciertas cosas (Testimonio personal, Yopal, 2024).**

Por lo tanto, es fundamental considerar que la población artesana en el departamento está compuesta en su mayoría, por personas mayores, de las cuales muchas cuentan con una brecha digital importante que les dificulta acercarse a las redes sociales para promover sus artesanías y hacer uso de un computador.

En Hato Corozal, una organización de mujeres tejedoras ha logrado construir una identidad colectiva que las reconoce y empodera. A través del cooperativismo, han demostrado que es posible obtener ingresos sostenibles y mantener vivas sus tradiciones culturales. Con sus manos crean alpargatas, chinchorros y ponchos, y además han desarrollado estrategias de comercialización que incluyen su tienda local y puntos de venta en las principales vías del municipio.

Desde su experiencia y organización cooperativa, estas mujeres han establecido alianzas con instituciones educativas para transmitir sus conocimientos a las nuevas generaciones. Aunque observan con optimismo un creciente interés por parte de los jóvenes en estas actividades, reconocen que, para muchos, todavía se percibe como un pasatiempo y no como una vocación de vida.

Por ello, es clave fomentar y respaldar nuevas formas de emprendimiento relacionadas con las actividades artesanales, para que estos conocimientos persistan en la comunidad. La creación de programas o medias técnicas innovadoras que incluyan a los jóvenes, será esencial para apoyar a esta población de las economías populares y asegurar un relevo generacional de los conocimientos que conforman su identidad cultural.

Dimensión organizativa

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

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

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

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

En Hato Corozal, mujeres del municipio se han organizado en torno a la producción y comercialización de productos manufactureros que también vienen rescatando las artesanías propias de la cultura Casanareña. Al respecto una de las participantes menciona.

> **Mi nombre es Flor Alba Saavedra, soy la representante legal de la asociación de artesanas de nuestro municipio. Hemos tenido una buena formación con el SENA. Tenemos dos proyectos en el momento con SENA Emprende Rural. Ya hicimos todo el proceso de capacitaciones, estamos desarrollando nuestros proyectos nosotras mismas porque siempre hemos trabajado en esa. En ese ámbito tenemos un puesto de artesanías, pues somos artesanas. Y tenemos el otro de gastronomía, que estamos trabajando en nuestro proyecto se llama la cocina del Hato ¿Por qué la cocina del Hato? Porque es la cocina tradicional de nuestra región y Hato porque hace honor a nuestro nombre de nuestro municipio, nuestro bello municipio que es Hato Corozal, y también hace referencia a honor a los actos o finca fondos del Llano donde se procesan tanto la gastronomía y tantos saberes donde todos estamos rescatando nuestras tradiciones y visualizándola. Sí, entonces estamos en esos dos proyectos. Estamos ahorita en el proceso de ya casi para socializarlo, a ver si de pronto tenemos acceso a uno de los kits que salen (Testimonio personal, Hato Corozal, 2024).**

En esta participación se evidencia cómo los servicios del SENA impactan positivamente a las asociaciones brindando herramientas, promoviendo el emprendimiento y la asociatividad, lo que genera nuevas oportunidades de ingreso económico para el sustento de las familias y, en consecuencia, mejora la calidad de vida de sus integrantes.

Esta asociación está integrada completamente por mujeres que se reconocen como trabajadoras y cabezas de familia. Estas lideresas han impulsado dos proyectos productivos durante aproximadamente cinco años y han participado activamente en proyectos sociales del municipio, además de representar al departamento en diversos eventos.

Lo anterior pone de manifiesto cómo la población de las economías populares contribuye a consolidar un tejido social que beneficia a toda la comunidad. Las dinámicas de esta economía refuerzan el papel de las mujeres tanto en el hogar como en el ámbito laboral, dignificando las actividades de las cuales obtienen su sustento económico.

Asimismo, en este grupo focal participó una persona con experiencia en liderar proyectos de economías cooperativas. Durante su primera intervención, destacó lo siguiente:

Soy Remberto Jara Gutiérrez, yo soy campesino, nací en una finca, me crie en una finca y luego salí a estudiar. Soy administrador de empresas del Externado de Colombia y llevo 44 años en el sector cooperativo y solidario. Actualmente soy consejero departamental de planeación, profesor cooperativo y soy el presidente del comité consultor solidario del municipio de Hato Corozal; por eso estoy acá, porque me gusta participar y comprometido con mi municipio en el desarrollo social y comunitario (Testimonio Personal, Hato Corozal, 2024)

Durante sus intervenciones, Remberto explicó cómo a través del trabajo cooperativo, la organización ha logrado crear escenarios que mitigan las dificultades enfrentadas por personas con pequeños proyectos productivos. Destacó, por ejemplo, cómo han desarrollado líneas de crédito mediante cooperativas, eliminando así la dependencia de los “prestamistas” entre sus miembros.

Además, Remberto compartió que, con sus 40 años de experiencia, entiende que la creación y sostenimiento de cooperativas no son el resultado de un proceso espontáneo, sino el fruto de un esfuerzo continuo en el que el tiempo juega un papel crucial para evidenciar si el trabajo se mantiene o se diluye. Para ilustrar este punto, se refirió a su más reciente proyecto, del cual actualmente es el líder.

Vamos en 5 años que vamos a tener oficinas. En todo caso, sí aspiramos a tener este año a final de año, 1000 asociados, asociadas y cada año así, pues la idea es que con la formación que haga, se vayan asociando a medida que se capaciten. Es un proyecto muy bonito (Testimonio personal, Hato Corozal, 2024)

En esta intervención se destacó cómo la formación es un eje estratégico en el proceso de creación de cooperativas para la población de las economías populares. Una mejor formación contribuye a facilitar el ejercicio de asociatividad como algo seguro y el trabajo colaborativo. En este sentido, es importante que el SENA se posicione como un aliado estratégico para consolidar conocimientos que permitan a trabajadores organizarse en asociaciones, comprendiendo los temas legales y los elementos con los que se debe cumplir para potenciar su capacidad de comercialización y mejorar su calidad de vida.

El testimonio de las mujeres asociadas del municipio, junto con la experiencia de Remberto, ilustra cómo una adecuada organización dentro de las economías populares, abre oportunidades para hacer más productivos sus proyectos. Por ejemplo, estas mujeres han implementado un modelo de comercialización colaborativa que evita la competencia perjudicial. En días de mayor afluencia vehicular en la vía principal, cada asociada ofrece productos únicos que no compiten entre sí, asegurando variedad y equidad en la participación comercial.

En Tauramena, Nohemí Sanabria compartió su historia de empoderamiento y transformación personal. Como víctima del conflicto armado, Nohemí ha reconstruido su vida mientras contribuye

al bienestar de su comunidad. A través del arte, el emprendimiento y el liderazgo, ha representado a la población en espacios como el concejo municipal. Además, ha fusionado sus pasiones en un proyecto empresarial que genera empleo para mujeres locales.

Lo que comenzó como un taller de arte para rescatar tradiciones de Tauramena evolucionó hacia un servicio de gastronomía que combina recetas familiares con turismo. Este emprendimiento culminó en la creación de un hotel, construido con sus manos, desde las escaleras hasta los cuadros, puertas y ventanas, cada elemento refleja su dedicación y talento. La historia de Nohemí muestra cómo la población de las economías populares también transforma el conocimiento en trabajo, consolida sueños y mejora sus condiciones de vida.

Por último, en Yopal los comerciantes del Centro Comercial La Herradura, compartieron cómo este espacio ha transformado su día a día. Muchos de ellos provienen del sistema de ventas ambulantes, el cual presenta desafíos como el clima, el cansancio, la inseguridad y las bajas ventas. La reubicación en el centro comercial les permitió organizarse y formar una cooperativa que ha mejorado sus condiciones económicas.

En La Herradura, se encuentran comerciantes dedicados a la venta de alimentos, ropa, electrodomésticos, artesanías, así como locales de belleza y reparación, entre otros. Esta comunidad señala que hay un espacio disponible dentro del centro comercial que podría utilizarse para formación o convocatorias. Han participado en programas de la entidad y reconocen la necesidad de tener apoyo en capacitación en áreas como servicio al cliente, facturación, registro de cuentas, innovación, mantenimiento de máquinas y manejo de alimentos.

Dimensión productiva

La población de las economías populares desarrolla una amplia diversidad de oficios y ocupaciones, se vale de sus saberes, habilidades, 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).

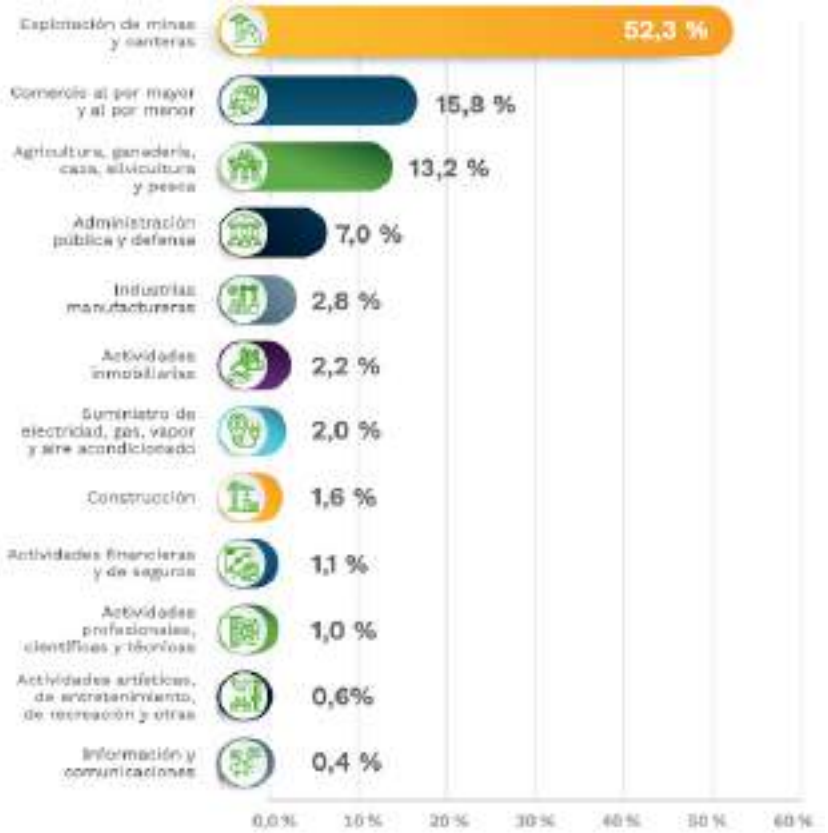
La productividad de las economías populares se puede enmarcar en cualquiera de los sectores económicos, ya sea de servicios, comercio o manufactura; se incluyen desde actividades mercantiles de producción, distribución y comercialización, hasta actividades domésticas o comunitarias (DNP, 2023).

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

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

Gráfica 1: Actividades económicas en el Casanare

Según la información consolidada en el informe de la Unidad de Planeación Rural Agropecuaria- UPRA (2022) la población del departamento describió la siguiente participación por actividades económicas.



Fuente: UPRA (2022)

La gráfica destaca que el comercio mayor y minoritario es el segundo sector más representativo en las actividades económicas de la población, abarcando dinámicas de compra y venta de mercancías. Un ejemplo claro se observa en el Centro Comercial de la Herradura, donde exvendedores ambulantes fueron reubicados en locales con arriendos bajos o subsidiados.

Este espacio, diseñado específicamente para el comercio, cuenta con servicios como unidades sanitarias, auditorio, electricidad, agua y gas, lo que mejora las condiciones de vida de esta población y fomenta el ordenamiento territorial. Los comerciantes expresaron al equipo de caracterización que esta reubicación ha transformado sus vidas, permitiéndoles sostener a sus familias y mejorar sus condiciones económicas.

No obstante, identifican la necesidad de capacitación en áreas clave como marketing, finanzas, procesos ambientales, leyes, servicio al cliente y manipulación de alimentos.

Además, sugieren que estas capacitaciones se adapten a su disponibilidad, señalando los días martes, miércoles y jueves como los más adecuados, aprovechando un espacio dentro del centro comercial.

Las actividades manufactureras representan el 2.8 % de las unidades productivas en el departamento (UPRA, 2022), enfocadas en la transformación de materiales para crear nuevos productos. Entre estas iniciativas destaca el caso de una madre cabeza de familia en Tauramena, quien transforma piñas de cultivos vecinos en frutos deshidratados y compotas naturales. Ella ha implementado innovaciones como el desarrollo de empaques biodegradables a partir de las hojas de piña, respondiendo a la normativa de reducción de plásticos.

No obstante, menciona que las dificultades económicas iniciales, como los préstamos con altas tasas de interés, casi la llevaron al fracaso. Por ello, propone flexibilizar los requisitos de acceso a Fondo Emprender, con el fin de apoyar proyectos emergentes con alto potencial.

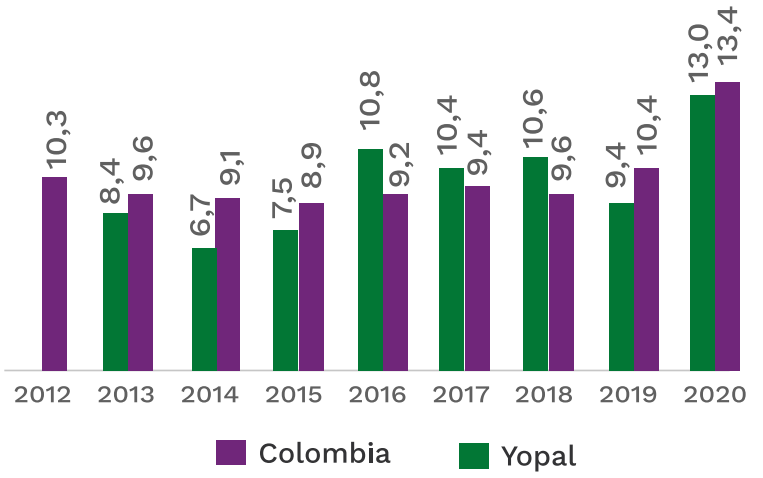
La asociación de mujeres tejedoras de Hato Corozal, dedicada a la creación de artesanías y platos típicos del Llano, resalta la importancia de las ferias comerciales y los mercados campesinos.

La situación de empleo en Casanare

El boletín estadístico realizado por la Gobernación de Casanare (2022) describe la situación del empleo en Yopal y explica que en la capital del departamento la tasa de desempleo es un 0,4 % menor que en el país.

Así como que la población dedicada a actividades de comercio, hoteles y restaurantes generó el 40,2% de los empleos para la fuerza laboral disponible en el municipio, seguida de servicios comunales, sociales y personales que equivale al 24,1% y construcción en un 7,8%, como se observa en la siguiente grafica.

Gráfica 2. Tasa de desempleo

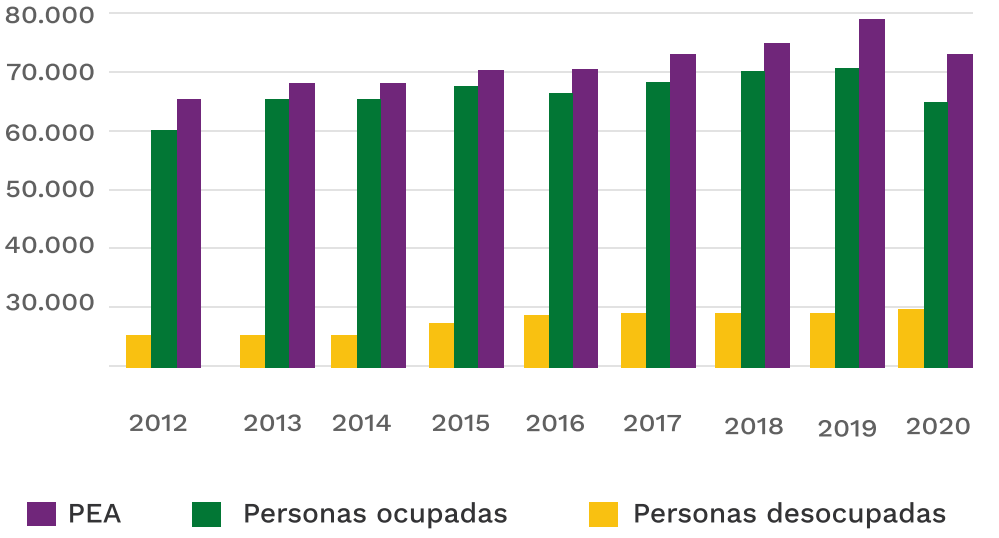


Fuente: Boletín estadístico de Casanare (Gobernación de Casanare, 2022)

Sin embargo, es adecuado resaltar que los datos de empleabilidad para el departamento son limitados debido a que la GEIH describe la situación de desempleo de Yopal, pero no lo hace para los otros 18 municipios del departamento.

Bajo esa premisa, la empleabilidad y tasas de ocupación en la capital son las siguientes desde el año 2012 hasta el año 2020.

Gráfica 3. Tasa de empleabilidad y ocupación



Fuente: Boletín estadístico de Casanare (Gobernación de Casanare, 2022)

La importancia de las actividades de la población de las economías populares, son claves para la generación de empleos en el departamento, como fue observado por el equipo de caracterización en el territorio, siendo el autoempleo la principal dinámica evidenciada en Yopal, Tauramena y Hato Corozal.

También a partir de la información del boletín, se observó que la población participante genera sus proyectos productivos en comercio, servicios y la industria manufacturera articulándose con las dinámicas de las actividades campesinas.

Lo anterior se debe a que la población de las economías populares, busca reestructurar sus ingresos para que ya su dependencia de las actividades de extracción de petróleo, disminuya.

Dimensión ambiental

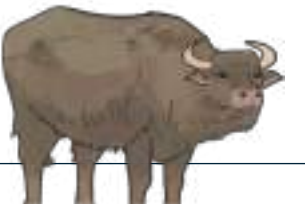
En palabras de Luis Razeto (1999), reconocido por acuñar el término de economía popular y solidaria, “La economía es, en esencia, un proceso de intercambio vital entre el hombre y la naturaleza, por el cual ambos resultan transformados” (p. 10).

La relación entre el medioambiente y las economías populares y 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 las economías populares, pero existe una mayor concentración de ellas en las zonas urbanas. Las ciudades han demostrado no ser capaces de sobrevivir sin los recursos que se producen en las zonas rurales adyacentes, generando desbalances de orden demográfico, social y ecológico debido a las altas demandas de productos concentrados (Coraggio, 2004).

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

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



Al dialogar con la población vinculada a las economías populares del departamento de Casanare, se evidenció que sus actividades generan un impacto directo sobre los recursos naturales. Frente a esta situación, las personas, desde sus conocimientos empíricos, intentan mitigarlo, aunque estos esfuerzos no siempre se alinean con las necesidades reales de protección ambiental.

Un ejemplo de esta realidad fue identificado por el equipo de caracterización en el Centro Comercial La Herradura, durante conversaciones con vendedores de bebidas frías y calientes.

Estos comerciantes han implementado depósitos para recolectar los plásticos generados en el desarrollo de sus actividades productivas, pero no realizan una clasificación adecuada de los residuos. Además, manifestaron no contar con formación ni certificación en procesos ambientales, lo que limita la adopción de prácticas sostenibles.

Por otro lado, los vendedores también reconocieron que la falta de conocimientos técnicos incide directamente en la calidad de sus productos.

Pues me parecería chévere, porque la verdad nosotros no, o sea no llevamos como en sí, algo de sanidad; sí, porque acá el que de pronto coge la plata, de pronto en un momento, coge la greca y eso hace parte de que no estamos cumpliendo con ese reglamento (Testimonio personal, Yopal, 2024)

En este testimonio se evidencia una relación entre procesos de técnicas ambientales, buenas prácticas en manipulación de alimentos y la productividad del micronegocio. Las cuales, si tienen un desarrollo armonioso, posibilitan el éxito de la unidad productiva a la vez que mejora la calidad de vida de la población que pertenece a las economías populares.

Por lo anterior es necesario que el SENA diversifique su oferta de formación y certificación en competencias laborales para que puedan acceder a técnicas y conocimientos para permitan un desarrollo ambientalmente sostenible.

Al dialogar con la población dedicada a la administración de hospedajes urbanos y rurales en el municipio de Tauramena, se evidenció su interés en aprovechar las riquezas naturales del Piedemonte Llanero. Estos emprendedores han comenzado a transitar desde actividades tradicionales como el trabajo en pozos petroleros, hacia iniciativas centradas en el turismo. Su objetivo principal es promover experiencias auténticas relacionadas con las labores típicas del Llano.

Al respecto una descripción de los participantes de como buscan trabajar con el turismo, fue la siguiente:

> **La idea es que la persona que viene, turista o visitante viva el día de Llano como un día normal. Si hay que hacer unos envueltos, los haga; si hay que asar una novilla, la asan, de acuerdo a las vivencias del Llano. Perdón esas experiencias vividas de nuestro llano. Con ese fin, se van de pronto a levantar la información de las fincas agroturísticas, quienes quisieran participar; todavía no lo hemos diagnosticado por decir, no hemos hecho las visitas previas. Apenas el documento está formalizándose. De hecho, necesitamos una parte de acompañamiento financiero porque eso es lo que más nos preocupa. ¿Qué necesita cada finca? ¿Puede que una necesite más cosas que otra? pero entonces el proyecto va a encaminar a que sea igual para todos (Testimonio personal, Tauramena, 2024)**

Este enfoque pone de manifiesto cómo la población busca proteger sus recursos y riquezas ambientales, con el objetivo de establecer dinámicas productivas sostenibles. Como se refleja en los testimonios, existe una solicitud de apoyo para realizar diagnósticos en las fincas que deseen participar en proyectos de agroturismo. En este contexto, la entidad desempeña un papel estratégico, ofreciendo servicios que permiten ampliar la oferta de estas iniciativas, lo que a su vez generará mayores ingresos económicos y mejorará la calidad de vida de las comunidades.

Un aspecto relevante, reconocido y mencionado por los participantes, es la condición geográfica del departamento, caracterizada por sabanas inundables. La mayoría de las fincas agroturísticas y la población rural se encuentran en este tipo de territorio, lo que hace que el acceso sea difícil durante ciertos períodos del año. Los participantes explicaron que de diciembre a marzo, las sabanas permanecen secas, lo que facilita el tránsito terrestre.

Sin embargo, de abril a noviembre, con la llegada de las lluvias, los terrenos se inundan, dificultando el acceso. Por esta razón, se debe considerar esta variable al planificar los servicios de formación en el territorio, para que las comunidades puedan acceder a la formación presencial, mediada por un instructor.

> **Finalmente, la observación en el territorio permitió al equipo de caracterización concluir que el reciclaje de componentes eléctricos y físicos de aparatos electrónicos contribuye a la reducción de desechos y genera recursos económicos. Este fenómeno fue observado en el Centro Comercial de la Herradura, donde comerciantes minoritarios, en su mayoría con conocimientos empíricos, reparan y comercializan aparatos electrónicos de segunda mano. Este caso evidencia la capacidad de aprendizaje y el uso estratégico de conocimientos en esta población de las economías populares.**

Los entrevistados mencionaron que muchos de los técnicos en la zona, no han certificado sus conocimientos y que están interesados en obtener este servicio de la entidad. También manifestaron su

disposición para avanzar en formación técnica y tecnológica, con el objetivo de especializarse y acceder a nuevos mercados, al tiempo que continúan reutilizando partes electrónicas para reducir el impacto ambiental.

Estos ejemplos muestran cómo la población de las economías populares interactúa con las dinámicas ambientales, lo que a su vez puede incrementar o disminuir el impacto sobre los recursos naturales. Por lo tanto, una estrategia de formación, certificación y apoyo al emprendimiento, centrada en el impacto ambiental, sin duda contribuirá a mejorar las dinámicas de producción en el departamento.

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. Deben entenderse ante todo como sujetos socialmente diversos, cuyo único propósito es poder hacer uso de su fuerza de trabajo, que es su principal medio para generar los ingresos que garanticen su modo de vida. En algunos casos logran brindar la oportunidad de crear una oferta laboral para otros, para poder suplir sus necesidades y las de su núcleo familiar (Coraggio, 2004; Molano, 2007).

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).

Importancia de la mujer en las dinámicas de las economías populares en Casanare

Según la Gobernación de Casanare (2022) el 49,6 % de la población del departamento son mujeres, lo que corresponde a 215,977 de ellas. Por medio de la participación de la comunidad en los ejercicios de diálogo para la caracterización de la población de las economías populares, se observó que la mujer ejerce un papel estratégico en la economía.

Por ejemplo, Nohemí Sanabria es ejemplo de valentía y resiliencia, ha sido víctima del conflicto armado, por lo que su proyecto productivo se ha convertido en la principal fuente de fortaleza e incentivo para convertirse en la lideresa comunitaria que es.

Por ello Nohemí trabaja con otras mujeres en Tauramena, transformando los frutos de la piña en productos deshidratados y compotas, permitiendo que este proyecto se convierta en un medio de subsistencia para ella y su familia; ha logrado construir su casa y avanza hacia la consolidación de su emprendimiento, siendo cabeza de familia, madre y lideresa comunitaria, sumado a sus dinámicas en las economías populares.

Por otro lado, la cooperativa de mujeres tejedoras de Hato Corozal está transformando las vidas de mujeres víctimas de violencia intrafamiliar y del conflicto armado, brindándoles herramientas para que puedan salir adelante. A través de dos proyectos productivos, rescatan los saberes tradicionales del Casanareño, tanto en las artesanías como en la gastronomía, transmitiendo estos conocimientos a las nuevas generaciones.

Sus piezas artesanales no solo cuentan historias, sino que también reflejan un avance hacia procesos más complejos en su economía. Gracias a estos esfuerzos, han logrado reconocimiento dentro de la comunidad y algunas han viajado a otros territorios para compartir sus experiencias.

En cuanto a la gastronomía, apuestan por los platos típicos del campesino llanero, con dietas ricas en proteínas y grasas animales, que se sirven tradicionalmente en hojas de plátano. Esta experiencia gastronómica ofrece a los turistas una vivencia única que en otros territorios es difícil de encontrar.

Estas mujeres no solo crean sus productos, sino que también se organizan colectivamente para comercializarlos, siempre buscando el bien común. Aprovechando la ubicación estratégica del municipio, han entendido que la clave del éxito de su cooperativa radica en la organización.

Una artesana de Yopal, con casi 40 años de experiencia en el trabajo con totumo, resguarda y transmite un conocimiento casi perdido. Licenciada, maestra artesana, madre y comerciante, ha demostrado que el papel de la mujer ya no se limita solo a las tareas del hogar, sino que también ocupa un lugar fundamental en las actividades productivas dentro de las economías populares.

Con su ejemplo, estas mujeres se consagran como emprendedoras empoderadas.

Es importante resaltar que la mayoría de las participantes en los espacios de caracterización fueron mujeres, quienes tienen amplios conocimientos en diversas áreas como el campo, el hogar, el comercio, los servicios, la manufactura y el emprendimiento.

Todo esto es parte de las economías populares. La mujer casanareña se caracteriza por ser resiliente y líder, convencida en que puede seguir transformando la economía del departamento hacia actividades más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

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

1. Ampliar la oferta de cursos en asociatividad, cooperativismo, marketing digital, finanzas básicas y gestión de proyectos, con un enfoque especial en los sectores de comercio y actividades manufactureras.

2. Ofrecer programas virtuales y semipresenciales para facilitar el acceso a la formación en zonas rurales.

3. Crear jornadas de certificación en las zonas rurales para facilitar el acceso a estos programas sin necesidad de desplazarse a las cabeceras municipales, teniendo en cuenta las condiciones de zonas inundables en el departamento.

4. Promover alianzas con asociaciones locales para identificar a los trabajadores que pueden beneficiarse de la certificación de saberes, sobre todo en actividades artesanales.

5. Ofrecer cursos especializados en ecoturismo, con énfasis en la preservación de los recursos naturales y la promoción de la cultura local.

6. Promover la creación de empresas turísticas locales a través de formación en emprendimiento en este sector.

7. Crear programas de formación técnica y empresarial especialmente dirigidos a mujeres, con enfoque en gastro-turismo.

8. Ofrecer asistencia técnica post-formación para apoyar a los micronegocios en la implementación de sus proyectos, orientando en el uso de tecnologías y buenas prácticas productivas.

9. Ofrecer programas para emprendedores que les enseñen a utilizar plataformas de venta en línea, redes sociales y otros medios digitales para la comercialización de sus productos.

10. Buscar estrategias de divulgación e inscripción alternativas que diversifiquen las formas para que la población que no maneja medios tecnológicos pueda acceder a los servicios.

11. Fomentar el desarrollo de ferias comerciales con el trabajo interinstitucional de tal manera que la población del departamento pueda mejorar su productividad.

12. Ser un eje de relacionamiento con diferentes entes gubernamentales para poder brindar una atención integral a la población de las economías populares buscando mejorar la calidad de vida.

13. Promover la formación de cooperativas mediante el acceso a fondo emprender.

14. Fomentar la formación de fincas agroturísticas que promuevan la contratación de jóvenes y personas víctimas del conflicto armado.

Conclusiones

Dimensión Social

- La mujer Casanareña, hace parte de un tejido social que transforma las dinámicas y visiones sobre su papel en las familias, por lo cual se han consolidado como lideresas, emprendedoras y trabajadoras de las dinámicas de las economías populares, por ello han llegado a hacer parte de concejos municipales, ferias comerciales, en fin, en espacios de reconcomiendo comunitario.

Dimensión Cultural

- Las actividades artesanales en el departamento de Casanare aportan a la identidad cultural llanera, por lo cual es fundamental su preservación. Se destaca la importancia de crear dinámicas que fomenten el aprendizaje y laboralización de jóvenes en este campo propio de la población de las economías populares, la cual genera de los ingresos sostienen a sus familias.

- En el caso de Casanare, se observa una clara conexión entre las actividades productivas y las tradiciones culturales del pueblo llanero, como la ganadería, la artesanía y la gastronomía. Sin embargo, el desinterés de las nuevas generaciones por estas prácticas, sumado a la falta de capacitación y organización en algunos casos, pone en riesgo la preservación de estos saberes tradicionales.

- Se requiere crear estrategias de apoyo a los artesanos, tanto en términos de formación técnica como de visibilidad en el mercado, para evitar que las tradiciones se pierdan debido a la falta de incentivos económicos y de apoyo institucional.

- Una estrategia clave para fortalecer la dimensión cultural de las economías populares en Casanare, es la integración deprogramas educativos innovadores que incluyan el uso de herramientas digitales. Esto permitirá que los artesanos y emprendedores de las economías populares puedan adaptar sus productos y servicios a nuevas formas de comercialización, ampliar su mercado y, al mismo tiempo, mejorar sus ingresos.

Dimensión Organizativa

- El trabajo colaborativo por medio de cooperativas y asociaciones demuestra que son claves para mejorar la calidad de vida de la población perteneciente a las economías populares, de forma que se pueden crear diferentes formas de comercialización y producción que incrementan los ingresos económicos.

- La dimensión organizativa de las economías populares en Casanare, refleja un proceso de empoderamiento colectivo que ha permitido a la población mejorar sus condiciones de vida y aumentar su productividad a través de la asociatividad y el trabajo colaborativo.

- En Hato Corozal, las mujeres han logrado organizarse en torno a la producción y comercialización de artesanías y gastronomía, rescatando tradiciones locales y generando ingresos para sus familias. La formación brindada por el SENA ha sido un componente esencial en este proceso, ya que ha proporcionado las herramientas necesarias para que las asociaciones operen de manera autónoma y efectiva.

- La organización dentro de las economías populares en Casanare ha sido un factor determinante para mejorar la calidad de vida y fomentar el desarrollo económico en la región. La cooperación, la formación continua y la creación de redes productivas y comerciales son elementos clave para el éxito de estos proyectos. Las economías populares no solo se consolida como un mecanismo de resistencia frente a la informalidad, sino como una vía efectiva para generar empleo, dignificar el trabajo y promover la cohesión social.

Dimensión Productiva

- La población de las economías popularse generan los mayores índices de empleabilidad y ocupación en el departamento de Casanare por medio del autoempleo, siendo el sector de comercio y servicios los más representativos, de forma que ahí se generan los principales ingresos para el sostenimiento de sus familias.

- Las economías populares en Casanare se caracterizan por su diversificación y flexibilidad, involucrando una amplia gama de actividades productivas que incluyen comercio, manufactura y servicios.

- El comercio ocupa un lugar destacado en las actividades económicas de Casanare, con una significativa presencia de comercio mayorista y minorista. Se identifica la necesidad de capacitación en diversas áreas, como marketing y finanzas, lo que sugiere que los emprendedores de las economías populares necesitan apoyo en la formalización y fortalecimiento de sus capacidades para adaptarse a los nuevos retos del mercado.

- La dimensión productiva de las economías populares en Casanare refleja una economía caracterizada por la autonomía, la flexibilidad y la innovación. Sin embargo, para asegurar su crecimiento y sostenibilidad, es fundamental proporcionar apoyo a las iniciativas productivas en términos de formación, acceso a financiamiento y fortalecimiento de capacidades para la comercialización.

Dimensión ambiental

- Los procesos de mitigación ambiental en la población de las economías populares del departamento aún son parciales, por lo cual el impacto sobre los recursos naturales genera un deterioro sobre ellos; por esto se deben crear dinámicas de formación y asistencia técnica para poder apoyar a estos sectores.

Tabla de siglas

- **CENU:** Censo Económico Nacional Urbano
- **CIIU:** Clasificación Industrial Internacional Uniforme
- **CNPV:** Censo Nacional de Población y Vivienda
- **DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística
- **ECP:** Encuesta de Cultura Política
- **ECV:** Encuesta Nacional de Calidad de Vida
- **EMICRON:** Encuesta de Micronegocios
- **EP:** Economía Popular
- **EPS:** Economía Popular Solidaria
- **ENUT:** Encuesta Nacional de Uso del Tiempo
- **GEIH:** Gran Encuesta Integrada de Hogares
- **I.P.M:** Índice de Pobreza Multidimensional
- **LGBTIQ+:** lesbianas, 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 cual se busca Identificar las características / atributos más relevantes de los grupos de valor y de interés que son sujetos de los derechos que garantiza una Entidad, con el fin de entregar insumos a las áreas, para mejorar los servicios y trámites de la Entidad.

CampeSENA: Es una estrategia del SENA para promover el reconocimiento de la labor del campesinado colombiano, fortalecer su economía y facilitar el acceso de esta población a los diferentes programas y servicios del SENA, con justicia social, ambiental y económica.

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

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

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

Economía popular: La economía popular se refiere a los oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticos o comunitarios) desarrollados por unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Referencias

- Acuerdo 890 de 2023 [Consejo de Bogotá]. Por medio del cual se reconocen las ocupaciones y los actores de la economía popular, se crea la alianza público popular como instrumento de reactivación económica, se articulan los sistemas de información, y se dictan otras disposiciones. 27 de marzo de 2023. https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=139501
- Cámara de Comercio del Casanare. (2024). Informe de Gestión Cámara de Comercio de Casanare. https://cccasanare.co/wpcontent/uploads/2024/02/Informe-de-Gestion-Camara-deComercio-de-Casanare-2023-06022023-comprimido-1.pdf
- Conesa, V. (2003). Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental (2.a Ed). Ediciones Mundi-Prensa.
- Coraggio, J. L. (2004). La gente o el capital: desarrollo local y economía del trabajo. Ediciones Abya Yala. https://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/ciudad/20180103040333/gente.pdf
- Coraggio, J. L. (2011). Economía social y solidaria: trabajo antes que capital. Ediciones Abya-Yala. https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economiasocial.pdf
- Coraggio, J. L. (2016). La economía social y solidaria (ESS): niveles y alcances de acción de sus actores. El papel de las universidades. En J. L. Coraggio, J. L. Laville, I. Hillenkamp, I. Farah, J. Jiménez, S. Vega, L. Guridi y J. C. Pérez (Eds.). Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. (pp. 15-38). EdicionesHegoa https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf
- Coraggio, J. L. (2020). Economía social y economía popular: conceptos básicos. Contribuciones de concejeres. Universidad Nacional General Sarmiento. Buenos Aires, Argentina. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/coraggio.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (diciembre de 2022). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 4 adaptada para Colombia. https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2022.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (31 de mayo 2024). Boletín Técnico Encuesta de Micronegocios – EMICRON Año 2023. https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/bol-EMICRON-2023.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Presentación Encuesta de Micronegocios, Resultados Generales Año 2023. https://www.dane.gov.co/filCkes/operaciones/EMICRON/pres-EMICRON-2023.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Anexo Total Nacional – EMICRON año 2023. https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/anex-EMICRON-2023.xlsx
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Censo Económico Nacional Urbano – CENU 2024. https:// www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comerciointerno/censo-economico-de-colombia
- Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (mayo de 2023). Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026, Colombia: Potencia Mundial de la Vida. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potenciamundial-de-la-vida.pdf
- Gobernación de Casanare. (2024). Localización física departamento de Casanare. https://www.casanare.gov.co/ElCasanare/Paginas/Localizacion-Fisica.aspx

- Gobernación del Casanare (2022). Boletín estadístico del Casanare del año 2021. https://www.casanare.gov.co/Dependencias/Planeacion/BoletinesEstadisticasSIIC/Boletín%20Estadístico%20%202021.pdf
- Hillenkamp, I. (2016). ¿Innovar para sostenerse? Representaciones y prácticas de Economía Popular Solidaria en América Latina. En J. L. Coraggio, J. L. Laville, I. Hillenkamp, I. Farah, J. Jiménez, S. Vega, L. Guridi y J. C. Pérez (Eds.). Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. (pp. 65-82). Ediciones Hegoa https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf
- Ley 99 de 1993. (1993, 22 de diciembre). Congreso de la República. Ley General Ambiental de Colombia. Diario oficial No 45.196. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=297
- Ley 119 de 1994. (1994, 9 de febrero). Congreso de la Republica. Ley Reestructuración del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA. Diario oficial No. 41.216. Ley-119-de-1994-Gestor-Normativo
- 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
- Parque del café (2023). Informe de gestión del año 2023. https://parquedelcafe.co/wp-content/uploads/2024/04/3.-Informe-degestion-2023.pdf
- Razeto, L. (1999). La economía de solidaridad: concepto, realidad y proyecto. https://base.socioeco.org/docs/razeto_la_economia_de_solidaridad_06.pdf
- Roig, A. (2017). La economía popular como fuente de derechos sobre lo público. En Giraldo, C. Economía popular desde abajo (pp- 23-44). Ediciones desde abajo.
- Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA]. (2023, 29 de agosto). Lanzamiento de la estrategia nacional 'Full Popular' 2023 [Video] YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=e96LjBOjjUE&t=174

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
Doris Enith Briceno Moreno
Comunicadoras Sociales

María Paula Vargas Parra
Investigadora Temática

Javier Armando Pineda Muñoz
Investigador Junior

Brilli Nayibe Mamanche Castiblanco
Aprendiz SENA

Oficina de Comunicaciones

4E SAS

Oscar Darío Calle Vargas
Diseño y diagramación

Valeria Quintero Cuervo
Ilustración

Luz Elena Cuervo
Dirección creativa

Primera edición, 2024
Bogotá, Colombia
ISBN 978-958-15-0964-5

@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**