

Municipio de Garzón, Huila.



VOCES Y ROSTROS

de las economías populares de

Huila



Proyecto investigativo

Caracterización

de la población de las economías
campesinas y populares

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

2024

Contenido

Presentación	6
Introducción	10
Aspectos metodológicos	14
Generalidades de las economías populares: referente conceptual	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?	21
Las Economías Populares en el Departamento del Huila	22
Distribución de los micronegocios del departamento	25
Mapa 3. Municipios priorizados y participación de las comunidades.....	28
Dimensiones de la población de las economías populares.....	30
Dimensión social	32
Participación de la Mujer como Propietaria de Micronegocios.....	32
Nivel educativo alcanzado por los propietarios de micronegocios.....	36
Población ocupada en los micronegocios.....	39
Ubicación del establecimiento de los micronegocios	43
Grupos etarios de los propietarios de micronegocios	44
Dimensión cultural	46
Saberes locales	46

Dimensión productiva	48
Sector servicios.....	48
Sector comercio.....	52
Sector manufactura.....	54
Dimensión organizativa	59
La actividad familiar en los micronegocios	60
La participación en asociaciones o cooperativas de productores	61
Dimensión ambiental	64
Recomendaciones para el impulso de las economías populares desde la oferta de servicios SENA	69
Conclusiones.....	71
Dimensión social.....	71
Dimensión cultural.....	72
Dimensión productiva	72
Dimensión organizativa.....	73
Dimensión ambiental.....	73
Tabla de siglas	75
Glosario	76
Referencias	80

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

caminopropuesto 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; 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 la economía campesina y las economías populares”**.

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

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 las poblaciones campesinas y de las 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, 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 eficacia para las poblaciones de la economía campesina y popular.

Este ejercicio de sistematización pretende destacar las características, necesidades y expectativas de la población campesina, haciendo énfasis en 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 está 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 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 orientar a los entes departamentales y municipales, organizaciones y agencias de cooperación, como también sus políticas, planes, programas y proyectos del sector rural.



Aspectos metodológicos

El proyecto de **“Caracterización de la Población de la Economía Campesina y Popular”**, está proyectado a tres años, de 2024 a 2026, y 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, además de complementar y actualizar el contenido de las cartillas. Finalmente, en 2026 se realizará el análisis centrándose en los datos del SENA, integrando elementos claves de los años anteriores para presentar una versión final de las recomendaciones, para adaptar la oferta y servicios institucionales acordes a las necesidades de las poblaciones de las economías campesina y popular.

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 la economía campesina 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 la economía campesina o como actores de las distintas unidades económicas de las economías populares. Los datos cuantitativos, fueron extraídos de fuentes del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), donde se incluyen 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.

Durante este año, el equipo de caracterización visitó 18 departamentos y 70 municipios, seleccionados mediante un proceso de priorización realizada 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 de 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.



Generalidades de las economías populares: referente conceptual

¿Qué son las economías populares?

El concepto de economía popular no es nuevo, pero sí 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:



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

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.



Economías Campesinas

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca

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

Economías Populares



Servicios

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

Comercio

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

Industria manufacturera

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

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

¿Quiénes hacen parte de las economías populares?

Según 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 esta 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:



	<p>Vendedores informales de ocupación u oficio</p> <p>“Todas las personas que se dediquen al comercio de bienes o servicios en el espacio público” (p. 1).</p>	<p>Trabajadores por cuenta propia</p> <p>“Persona que explota su propia empresa económica sin utilizar trabajadores, empleados u obreros remunerados” (p. 1).</p>	<p>Economía social y solidaria</p> <p>“Actividades económicas de tipo asociativo fundadas sobre los valores de solidaridad, autonomía y ciudadanía” (p. 2).</p>
	<p>Micronegocio</p> <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>Organizaciones económicas populares</p> <p>“Toda organización social que desarrolla su actividad económica en el marco de la economía popular” (p. 2).</p>	<p>Economía del cuidado</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>

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

Las Economías Populares en el Departamento del Huila

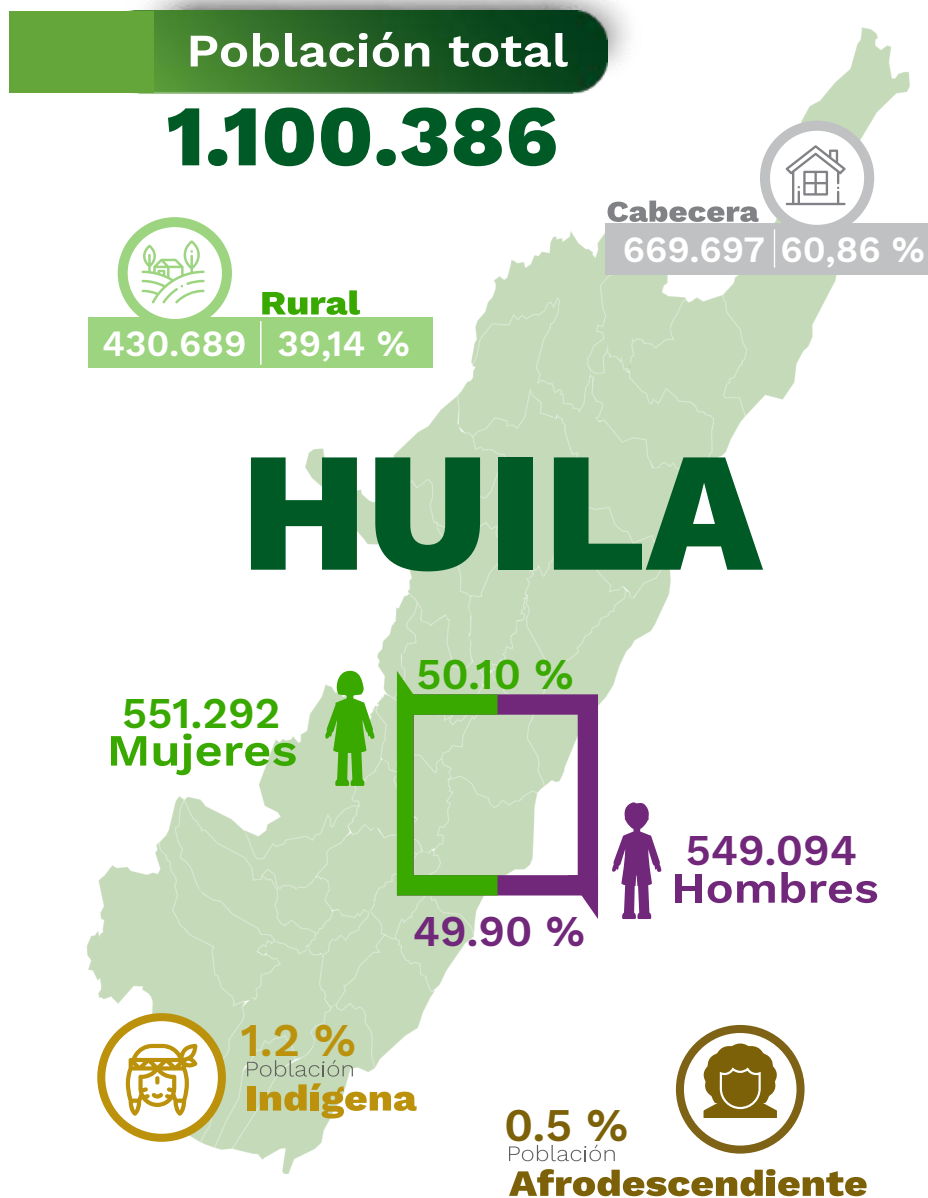
El departamento tiene una importante herencia cultural de las comunidades indígenas que lo habitan, donde se destacan los legados de los pueblos Pijao, Andaquíes, Páez y la cultura Agustiniense. Ésta última fue reconocida como patrimonio cultural de la humanidad en 1995 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (Gobernación del Huila, 2024c).

El Huila se ubica en la zona suroccidental del país, cuenta con una extensión de 19.900 km² y ocupa el 1.8 % del territorio nacional (Gobernación del Huila, 2024a). Está compuesto por 37 municipios y cuenta con 1.100.386 habitantes, de los cuales el 1.2 % se identifica como indígena y el 0,5 % como afrocolombiana, raizal o palenquera, según información del DANE (2019).

Quienes se reconocen como indígenas, forman parte de 29 resguardos que están presentes en 14 de los 37 municipios del departamento, pertenecientes a los pueblos **Andaky, Yanakuma, Misak, Nasa Misak, Pijao y Nasa**, siendo este último el pueblo con mayor población en la región, asentados en ocho municipios. Esta particularidad es completamente relevante, ya que contribuye a la diversidad pluriétnica y cultural del país (Gobernación del Huila, 2023).



Gráfica 1. Distribución poblacional por sexo y ubicación Huila



Fuente: diseño propio a partir de DANE (2019).

El 60.86 de la población del departamento se localiza en las cabeceras municipales donde se concentran las principales actividades de comercio. Las que se encuentran relacionadas con la producción agrícola y ganadera se localizan en centros poblados rurales y dispersos, donde habita el 39,14% de la población (DANE, 2019).

Por otro lado, el Huila tiene una variabilidad climática importante, debido a los cambios que se dan en su topografía y ecosistema. Por ejemplo, en el departamento se pueden encontrar temperaturas desde los 35° C. en el desierto de La Tatacoa, pasando por los 28° C. a 24° C. en la zona templada del gran valle del Magdalena y el Valle de Neiva, hasta llegar a los 0° C. en el Parque Nacional Natural Puracé, la Sierra Nevada de los Coconucos, el Nevado del Huila, el Páramo de Sumapaz y el Páramo de las Papas (Gobernación del Huila, 2024b). Esto repercute en la oferta y diversificación que se encuentra en los sectores productivos del departamento.

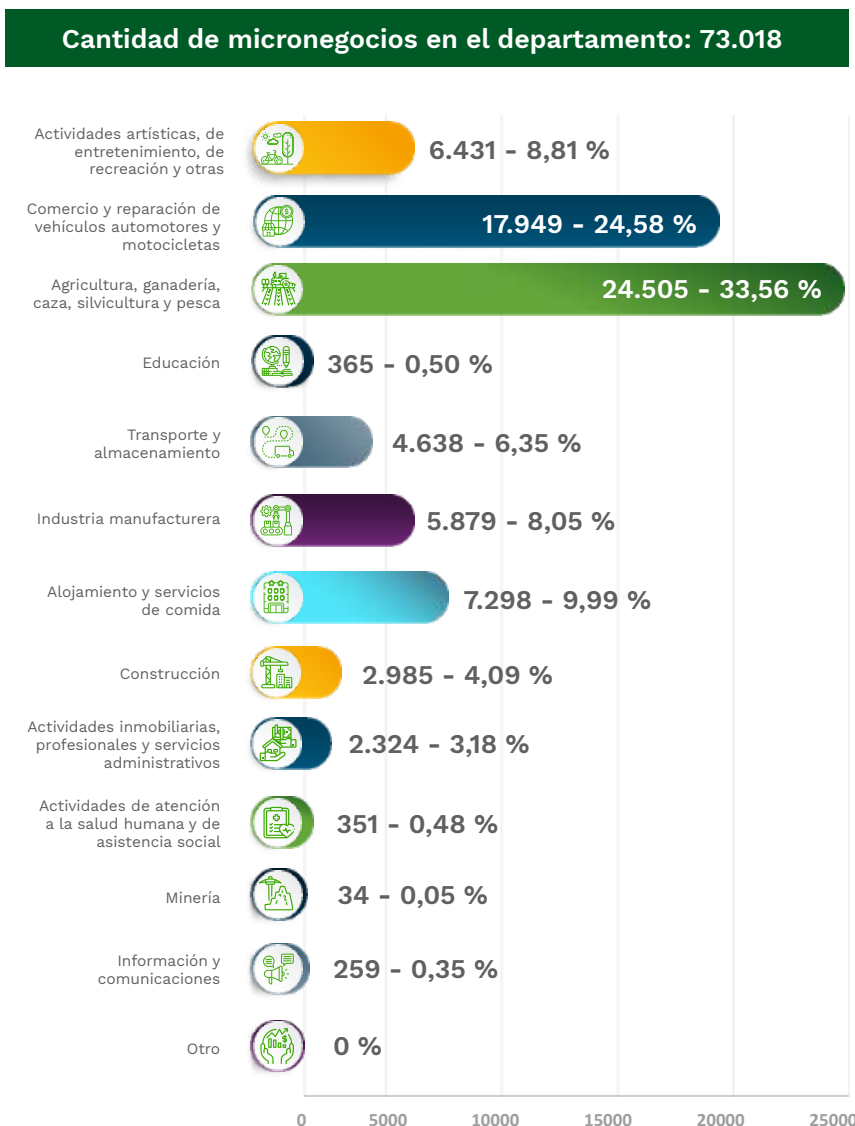
Frente a las dinámicas productivas se observó que las principales son la agricultura y la ganadería, seguida de la explotación de hidrocarburos y el comercio. Los principales cultivos de la región son el café, algodón, arroz, cacao, caña panelera, tabaco, plátano, sorgo, maíz, mientras que la extracción de oro y plata, sector representativo del departamento, se localiza en 13 de sus municipios. En cuanto al sector artesanal sobresale la producción de la cerámica, alfarería y los sombreros; que se comercializan en los principales centros del comercio que se ubican en los municipios de Neiva, Garzón, Gigante y La Plata (Gobernación del Huila, 2024d).

Distribución de los micronegocios del departamento

Las características generales del departamento del Huila antes descritas, influyen de manera directa en las dinámicas de la población perteneciente a las economías populares de la región. A partir de los datos EMICRON (DANE, 2024b), se encuentra que el departamento cuenta con 1,41 % de los 5.188.402 micronegocios del país, de este

porcentaje el 33,56 %, es decir 24.505, corresponden a actividades ligadas a la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.

Gráfica 2. Distribución de micronegocios, según actividad económica en Huila



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

En segundo lugar, se encuentran las relacionadas con el comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas, con un 24.58 %, representados en 17.949 micronegocios. En el tercer lugar se encuentran los dedicados a servicios de alojamiento y comida con un 9,99 %, seguidos de las actividades artísticas de entrenamiento y recreación que representan un 8,81 % (DANE, 2024b).

Un elemento fundamental a tener en cuenta frente a la cantidad de micronegocios del sector de agricultura y comercio es que el departamento es el mayor productor de café de Colombia, con cultivos en 35 de sus 37 municipios y posee la mayor cantidad de personas dedicadas esta labor, seguido de Antioquia, Tolima y Cauca (Ministerio de Agricultura, 2023).

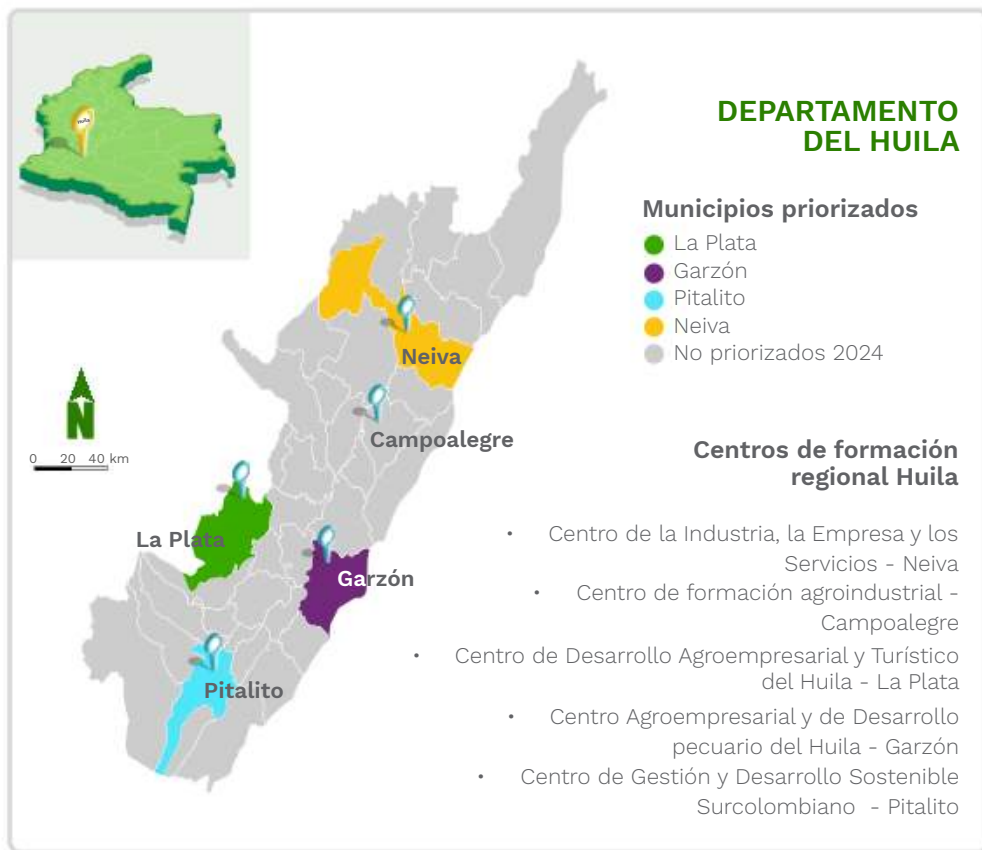
Frente a las cifras actuales de los micronegocios de la región, se espera los resultados preliminares del Censo Económico Nacional Urbano - CENU (DANE, 2024), que por primera vez busca recoger información estadística de las economías no observadas y las unidades económicas que hacen parte de las Economías Populares ubicadas en las cabeceras municipales y centros poblados de Colombia.



Foto: Tostión de café, La Plata Huila.

Mapa 3. Municipios priorizados y participación de las comunidades

En el departamento se priorizaron en conjunto con el equipo de apoyo regional del SENA, los municipios de **Pitalito, Garzón, La Plata y Neiva**, basándose en las consideraciones metodológicas del proyecto, con el objetivo de llegar a dinámicas económicas de las unidades productivas de menor escala de la región, dado que ellas, conforman un corredor de interconexión vial y comercial que se nutre de las actividades de otros municipios aledaños, configurando un importante escenario de intercambio de bienes y servicios locales.



Fuente: elaboración propia.



El recorrido realizado por el equipo investigador inició en la parte sur del departamento, aprovechando las ventajas y posibilidades de desplazamientos terrestres en la región, para desplazarse posteriormente a la zona norte y visitar la ciudad de Neiva. Esta ruta facilitó la recopilación de información en dos áreas de influencia representativas, donde se hicieron evidentes algunas lógicas de relacionamiento entre los diferentes actores locales y representantes de la población de la economías populares de esos municipios en los micronegocios.

En cuanto a los desplazamientos se partió por vía aérea desde Bogotá hasta el municipio de Pitalito donde se entabló el primer contacto con los grupos focales y representantes de la población pertenecientes a los micronegocios.

En cuanto a la llegada al aeropuerto hay que resaltar el flujo de visitantes locales y extranjeros interesados en actividades turísticas de la zona, particularmente en el **municipio de San Agustín**.

Los traslados en el departamento se desarrollaron por vía terrestre, con el apoyo de las directivas de la regional del SENA, quienes pusieron a disposición del proyecto el acompañamiento permanente de los funcionarios de la Coordinación de Relacionamiento con la Ciudadanía y un vehículo de propiedad y uso de la Institución. Es importante resaltar las buenas condiciones de infraestructura vial de la región, que conectan de manera efectiva los principales municipios del departamento, permitiendo cumplir con los recorridos en los municipios priorizados.



Dimensiones de la población de las economías populares

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 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 de entender su relación con el entorno ambiental en términos de beneficios y responsabilidades compartidas.

Con base en lo anterior, se definieron 5 dimensiones de observación, estudio y análisis para lograr identificar aquellas características que definen a las personas que forman parte de las poblaciones de las economías populares que se explican en la siguiente imagen.



Fuente: elaboración propia.

Dimensión social

La población que pertenece a las economías populares se caracteriza por acoger a aquellos actores 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, como principal medio para generar los ingresos que garanticen su modo de vida. En algunos casos logran crear una oferta laboral para otros, que supla sus necesidades y de su núcleo familiar (Coraggio, 2004; Molano, 2007a).

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

Participación de la Mujer como Propietaria de Micronegocios

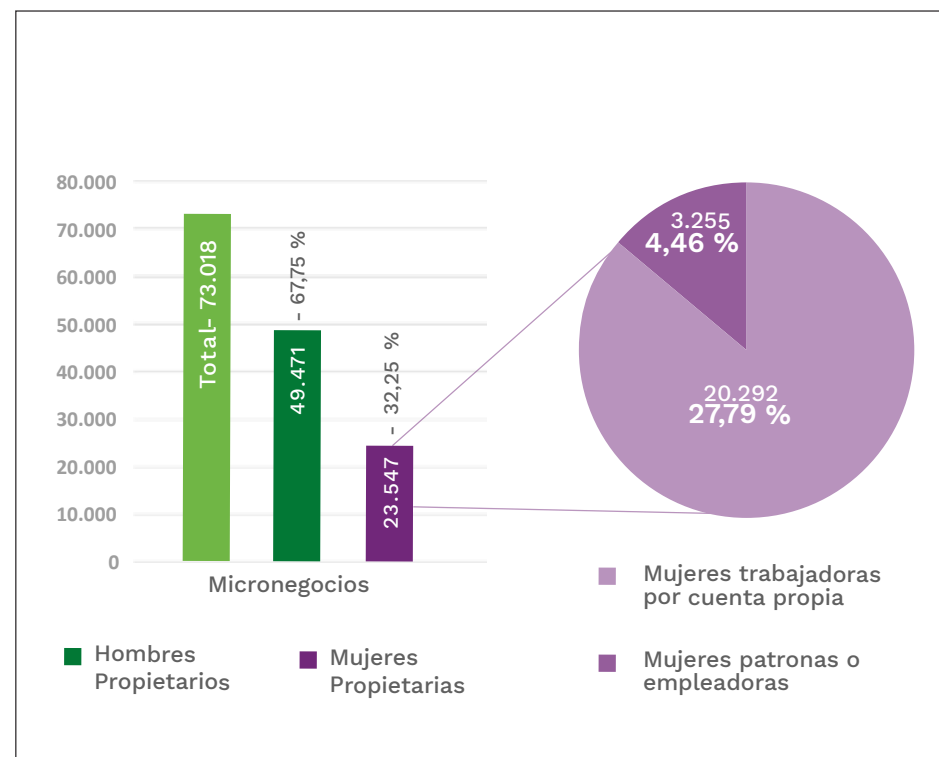
Durante la vivencia 2024 la Gobernación impulsó estrategias enfocadas en el fortalecimiento de la mujer huilense, su independencia económica y sus unidades productivas. Con el objetivo de favorecer el emprendimiento urbano y rural estas estrategias se desarrollan en el marco de las acciones del Fondo Mujer Libre y Productiva de la Vicepresidencia de la República, en articulación con la Secretaría de Desarrollo Económico y Trismo, la Secretaría de la Mujer y la Secretaría de Agricultura y Minería (Gobernación del Huila, 2024e).

También se destacan las iniciativas departamentales de creación de dos fondos, el Fondo Mujer Rural y Soberana, que busca el fortalecimiento de ejercicios productivos enfocados en el valor agregado a partir de la transformación de materias primas en subsectores de negocios verdes, turismo comunitario, agroindustria, artesanías e industria alimentaria. Y el Fondo Mujer Diversa, dirigido a mujeres con orientación sexual o

identidad de género diversa, ya sea que formen parte de asociaciones o no y que cuenten con emprendimientos de al menos un año de antigüedad (Gobernación del Huila, 2024e).

Ahora bien, en cuanto a la participación de la mujer en micronegocios del departamento del Huila, desde los datos de EMICRON (DANE, 2024), se evidencia una brecha entre las mujeres y hombres propietarios, lo que implica la pertinencia de las estrategias antes descritas. De los 73.018 micronegocios identificados en el Huila, tan sólo el 32,25 %, que representan 23.547 micronegocios, son propiedad de mujeres, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Gráfica 4. Participación de las mujeres como propietarias de micronegocios en Huila



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

Hay que resaltar que EMICRON distingue entre dos tipos de propietarios de micronegocios, aquellos que son trabajadores por cuenta propia sin emplear u ocupar a nadie, y los patrones o empleadores que ocupan a alguien más, sea que reciban pago o no. Para el caso del Huila, se observa una marcada diferencia entre las mujeres propietarias de micronegocios que son trabajadoras por cuenta propia y que en sus unidades productivas no ocupan o emplean a alguien más, son el 27,79 %, que contrastan con las bajas cifras de las mujeres propietarias que son patronas o empleadoras de al menos una persona, que representan el 4,46 % (DANE, 2024b).

Dentro de las actividades que forman parte de las economías populares y que tienen una marcada relación con la participación de la mujer, se encuentra la denominada economía del cuidado, que “comprende la producción, distribución, intercambio y consumo de los servicios de cuidado como el trabajo doméstico y el cuidado no remunerado (Acuerdo 890, 2023, p. 2)”

Teniendo en cuenta lo anterior, en las jornadas del trabajo realizadas con los grupos focales y en las entrevistas desarrolladas en el municipio de La Plata, se puso de manifiesto la importante participación de la mujer en las actividades del cuidado.



“ María Ruth es esposa, madre y ama de casa, de la vereda El Pescado en el municipio de La Plata, ella agradece al SENA por llevar capacitación a las veredas y brindar la posibilidad a las mujeres que por sus labores de hogar no pueden desplazarse para capacitarse. Actualmente María Ruth forma parte de un curso de apicultura y manifiesta que esta formación, aparte de darles conocimientos, hace que se sientan capaces en salir adelante, de emprender y demostrar que, si pueden dedicarse a actividades diferentes a las del hogar, como complemento de lo anterior.

Las amas de casa no tienen un sueldo y muchas veces en los hogares las mujeres son menospreciadas por el trabajo doméstico que hacen, ...las capacitaciones recibidas enseñan que aparte de los oficios, las mujeres también pueden aportar de maneras diferentes a la familia, aseguró María.

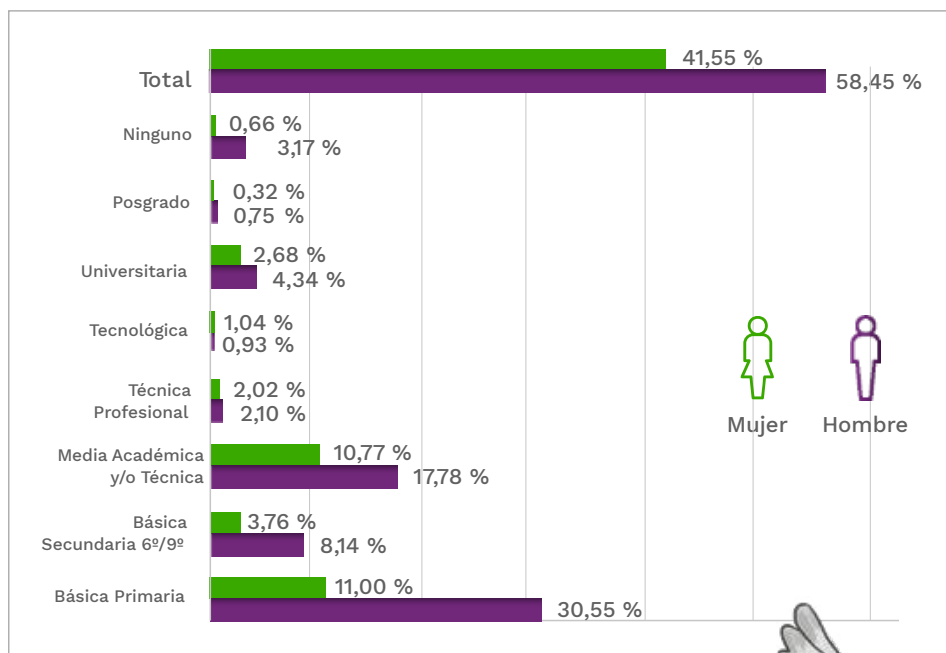
(Testimonio personal, La Plata, 2024). ”

A partir del testimonio y las iniciativas impulsadas por la Gobernación del Huila se comprende la importancia de aunar esfuerzos que permitan diseñar, implementar y hacer seguimiento a estrategias que potencien el rol de la mujer en la economía, ya que permite la independencia económica y el reconocimiento de sus labores desde otros ámbitos. También se destaca la importancia de flexibilizar la formación en espacios y tiempos que se adecuen a las condiciones de muchas madres cabezas de hogar, que no tienen facilidad de desplazarse por largos trayectos.

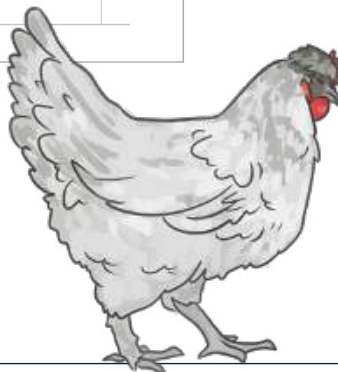
Nivel educativo alcanzado por los propietarios de micronegocios

Identificar los grados de formación con los que cuentan los propietarios de micronegocios resulta fundamental para comprender las bases que tienen, los puntos en los que puede llegar a ser necesario hacer ajustes razonables y en ocasiones realizar apoyos extra para que las personas puedan comprender con mayor profundidad las temáticas.

Gráfica 5. Nivel educativo alcanzado por los propietarios de micronegocios en Huila



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



Con relación a las cifras del nivel educativo en el Huila, EMICRON (DANE, 2024b), muestra heterogeneidad en los diferentes niveles de formación alcanzado por los 73.018 propietarios de micronegocios identificados en el departamento, resaltando que la mayor parte de esta población cuentan con estudios de primaria cursados, estos se distribuyen en 22.304 propietarios y 8.033 propietarias, que representan el 41,55 %.

Luego se encuentran quienes han culminado la media académica y o técnica que representan el 28,55 % de los propietarios de micronegocios, que se encuentra distribuidos en 7.863 mujeres y 12.983 hombres. En tercer lugar, encontramos los propietarios de microempresas que han conseguido la básica secundaria, es decir, el intervalo de 6º a 9º con 5.942 propietarios y 2.744 propietarias (DANE, 2024b).

Una variable interesante que analizar se presenta entre quienes culminaron sus estudios universitarios y quienes culminan formación técnica profesional o tecnológica, donde el hecho que llama la atención es que el mayor número de personas que han alcanzado estudios profesionales, representados solo un 7,01 %, distribuidos en 3.166 propietarios y 1.955 propietarias, seguido de un 4,12 % para titulaciones de técnicos profesionales y de un 1,97 % para titulación de tecnólogos (DANE, 2024b).

Frente a los resultados expuestos en la gráfica es necesario tener en cuenta la brecha que se presenta entre mujeres y hombres propietarios de micronegocios en los diferentes niveles educativos y en la creación de micronegocios.

En las entrevistas y grupos focales desarrollados, algunos de los participantes manifestaron ser profesionales y otros manifestaron contar con niveles educativos básicos, dentro de estos últimos, las actividades económicas que actualmente desarrollan dependen principalmente de su propia experiencia y de procesos de enseñanza y aprendizaje derivados de la tradición y en algunos casos de manera empírica.

En este punto es importante resaltar que varios de los propietarios de micronegocios manifestaron estar desarrollando o haber terminado uno o varios de los cursos cortos, así como pertenecer a los programas de formación o ser beneficiarios de la oferta de servicios SENA.

Igualmente manifestaron su interés por ingresar a cursos nuevos con componentes de actualización en diferentes áreas. Andrés Cabiedes, es un egresado SENA de Gestión Empresarial, quien posteriormente, mediante convenio de homologación con una institución de educación superior, se graduó como administrador de empresas. En su actividad económica se encarga de realizar importaciones de repuestos y partes para maquinaria pesada, llegando incluso a importar una excavadora para una asociación local.



“ Hice un curso en el SENA sobre importaciones y de ahí también me base para lanzarme al ruedo y ya se han realizado unos 30 ejercicios, siendo uno nuevo en la actividad, la gente a veces no cree, pero se ha demostrado que, si se puede hacer, que se le ahorra al cliente mucho dinero y se evitan intermediarios... he realizado importaciones de China y Estados Unidos

(Testimonio personal, Garzón, 2024). ”

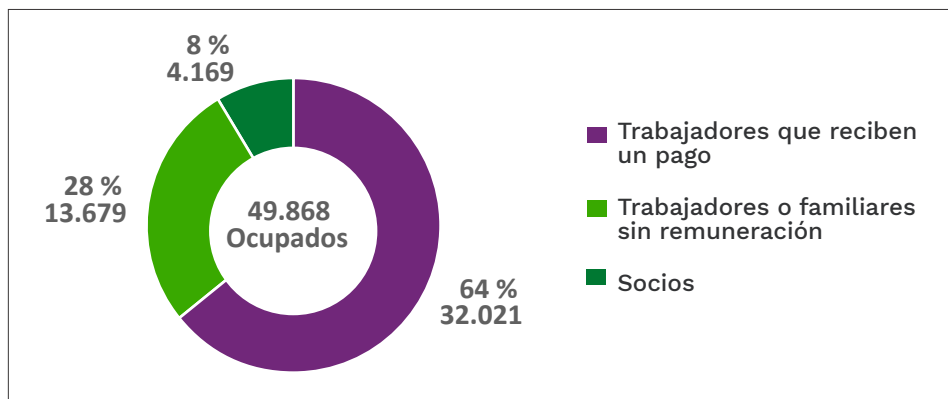
Este testimonio demuestra, una vez más, cómo los cursos del SENA son un motor que permite expandir el campo laboral, independizarse e incluso desarrollarse financieramente sin depender de un empleo.

Población ocupada en los micronegocios

Una de las variables relevantes en la indagación de las características de la población de las economías populares y que sirve de instrumento para tomar decisiones, es la cantidad de población ocupada en los micronegocios. Para lo anterior es fundamental entender que EMICRON (DANE, 2024c) identifica tres tipos de personas ocupadas aparte de los propietarios, son los Trabajadores que reciben un pago, Trabajadores o familiares sin remuneración y Socios.

Basados en las cifras de EMICRON (2024b), para el Huila se identificaron 49.868 mujeres y hombres ocupados, donde el 64 % corresponden a trabajadores que reciben un pago, seguido de trabajadores o familiares que se ocupan en el micronegocio con un 28 %, pero que no reciben una remuneración por su actividad, una de las características dentro de las economías populares. El 8 % restante corresponde a los socios de los micronegocios.

Gráfica 6. Población ocupada en los micronegocios en Huila



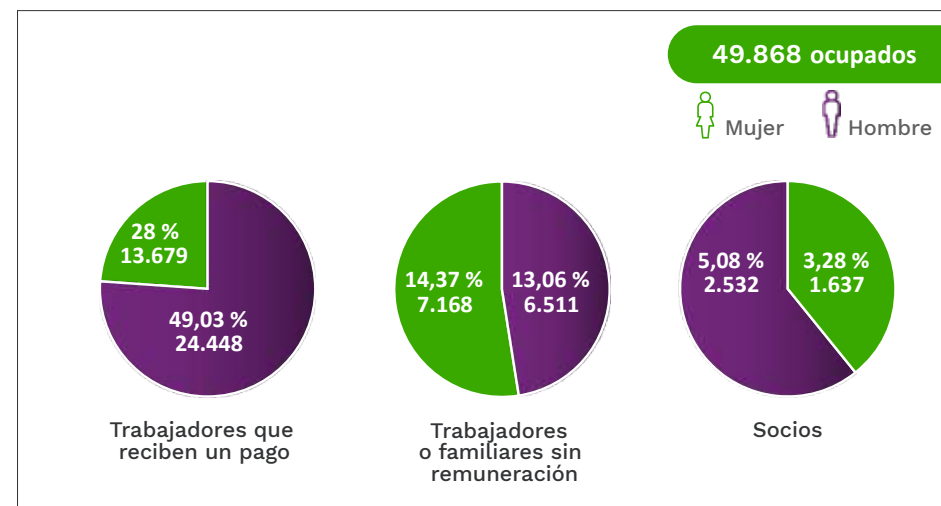
Fuente: elaboración propia a partir de (DANE, 2024).

Esta imagen es importante ya que evidencia que hay 13.679 personas ocupadas en el departamento sin recibir una remuneración económica por el trabajo que realizan, esto se puede deber al grado de informalidad de las actividades que realizan. Sin embargo, es importante tener esta información en cuenta para promover acciones que fortalezcan los micronegocios y posibiliten un pago digno a quienes colaboran en él.

Otras cifras importantes que hay que resaltar en el departamento, son la participación de las mujeres como personas ocupadas, donde se evidencia que la mayor cantidad de personas ocupadas que son socios o reciben un pago son hombres con un 5,08 % y 49,03 % respectivamente, en comparación con el 3,28 % y 15,18 % de las mujeres. La situación anteriormente mencionada debe ser estudiada para comprender los fenómenos que la atraviesan y poder acompañar a la comunidad para que la diferencia disminuya.

En cuanto a las personas ocupadas que no reciben pago retributivo a su labor se encuentra un 27,43 %, lo que refleja la importancia de reforzar temas de equidad e inclusión en el sector (DANE, 2024b).

Gráfica 7. Hombres y mujeres según ocupación en los micronegocios en Huila



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

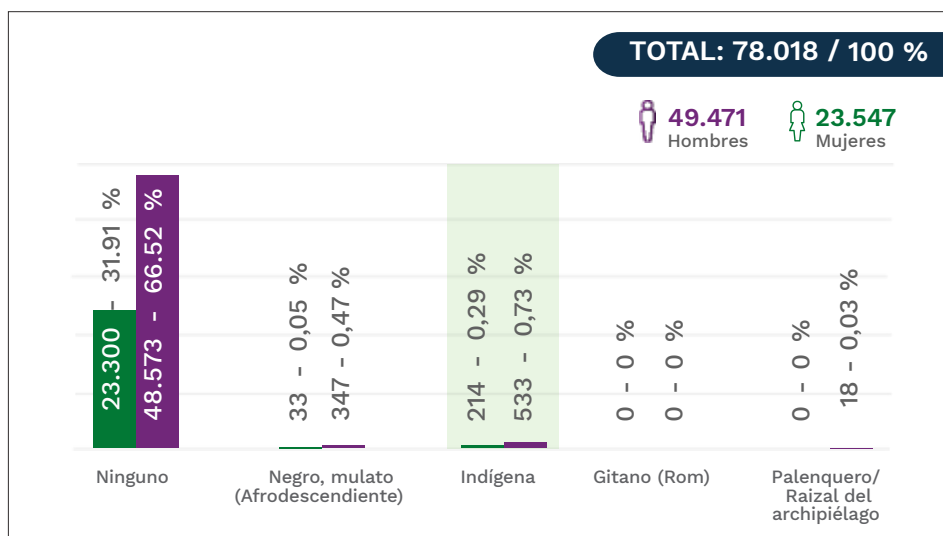
Como resultado de las conversaciones de los grupos focales y entrevistas en Pitalito, Garzón, La Plata y Neiva, se observó que, en la mayoría de los casos, la actividad económica desarrollada es de orden familiar, seguida de unidades económicas de menor escala.

Se debe resaltar que, según las observaciones del equipo investigador en el departamento del Huila, el número de personas que se ocupa en los micronegocios depende del tipo de actividad o sector económico al que pertenecen. Teniendo en cuenta lo anterior, la producción de café es la principal vocación productiva de la región, por lo tanto, lo que genera una mayor ocupación de personas relacionadas con esta cadena de valor.

Es así como, en los municipios visitados, dentro de las conversaciones del equipo SENA con los propietarios o representantes de los micronegocios dedicados a las actividades relacionadas con la gastronomía, artesanía, hospedaje, servicios de turismo, restaurantes, confección y costura, misceláneas entre otros; se establece que en promedio estos establecimientos ocupan entre 3 y 5 personas, siendo generalmente personas de un mismo núcleo familiar.

En cuanto a las cifras de participación de las comunidades étnicas como propietarios de los micronegocios de la región, EMICRON (DANE, 2024b), reporta que son bajas registrando que, de los 73.018 micronegocios del Huila, tan sólo 533 que corresponden al 0,73 %, son propiedad de hombres indígenas y 214 que representa un 0,29 %, son propiedad de mujeres indígenas como se evidencia a continuación.

Gráfica 8. Grupos étnicos de los propietarios de micronegocios, según sexo en Huila



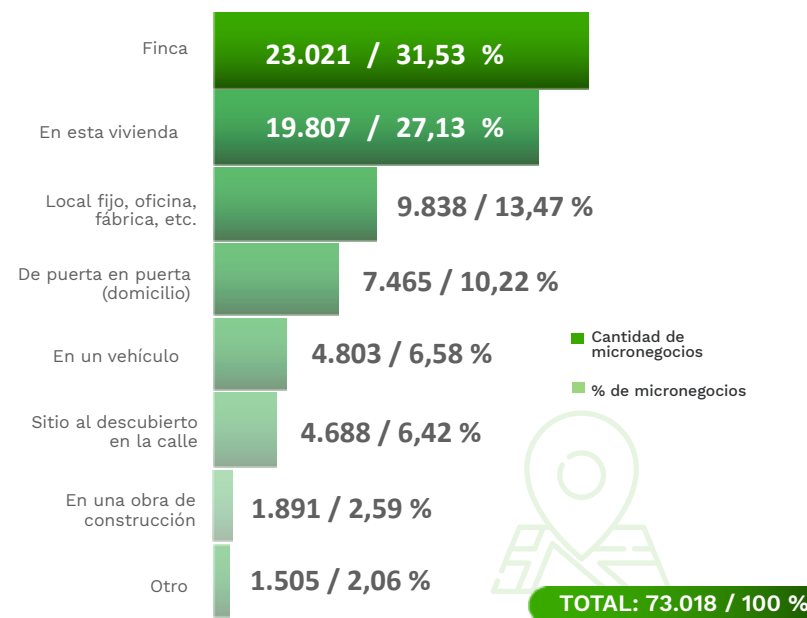
Fuente: elaboración propia a partir de (DANE, 2024b).

En cuanto a la participación de propietarios de micronegocios que se consideran negros, mulatos o afrodescendientes, que son un menor porcentaje que los indígenas, cuentan con una representación en 33 micronegocios manejados por mujeres siendo el 0,29 %, mientras que 347 pertenecientes a hombres que equivalen a un 0,47 %. Estos datos sugieren la importancia de indagar los sectores en los cuales se pueden potencializar las ideas de estas poblaciones, que permita promover el fortalecimiento de habilidades que permitan crear diferentes micronegocios que sean sostenibles en el tiempo. Es importante tener en cuenta en estas comunidades sus conocimientos ancestrales y culturales como elementos que brindan un valor agregado a la idea de micronegocio que pretendan poseer.

Ubicación del establecimiento de los micronegocios

La ubicación de los micronegocios es relevante porque guarda relación con el tipo de actividad a la que estos se dediquen y con la condición de tenencia del predio donde se desarrolla la actividad comercial o productiva, entre otros aspectos. Con base en las cifras de EMICRON (DANE, 2024b) y a diferencia de otros departamentos, dada la vocación productiva del Huila predominantemente agrícola, el 31,53 %, representado en 23.021 micronegocios se ubican en fincas, seguido de un 27,13 %, equivalente a 19.807 micronegocios que operan en el mismo lugar de vivienda de los propietarios y con una diferencia importante, se hallan por debajo aquellos establecimientos que se ubican en locales o los que operan bajo la modalidad de domicilios o puerta a puerta como se puede detallar en la siguiente tabla.

Gráfica 9. Ubicación del establecimiento de los micronegocios en Huila



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

Sumado a lo anterior, vale en este punto anotar que para el caso de los propietarios de micronegocios del Huila, a diferencia de otros departamentos, el 51,59%, representado en 37.673 establecimientos, desarrollan su actividad en un lugar propio, seguido del 28,20%, representado en 20.591 establecimientos, que funcionan en un lugar arrendado, dejando el porcentaje restante de distribuido en otras modalidades de tenencia o uso como el usufructo, la posesión sin título y la propiedad colectiva (DANE, 2024b).

En cuanto a la información recopilada en campo se identificaron casos y necesidades específicas que dependen del lugar de ubicación de los micronegocios. Por ejemplo, Doña María Neira es una artesana del municipio de La Plata, trabaja junto con otras 3 mujeres el estropajo y el amero del maíz, preocupada por la falta de unión entre los artesanos y la falta de apoyo a esta labor por parte de los entes gubernamentales, manifestó al grupo focal, que aunque los artesanos comúnmente desarrollan su labor en sus propios lugares, no es fácil que los visitantes del municipio encuentren su productos, pues deben ir de un lado al otro buscándolos, porque falta un punto central de exhibición en La Plata, para poder hacer visible y fácil la venta de sus productos.

En este sentido se entrecruza el lugar donde se despliega el micronegocio con la potencialidad que pueden tener las asociaciones para alcanzar financiación, desarrollo, facilidad de comercio, pero también para identificar lugares objetivo donde puedan comercializar y sacar provecho de sus servicios.

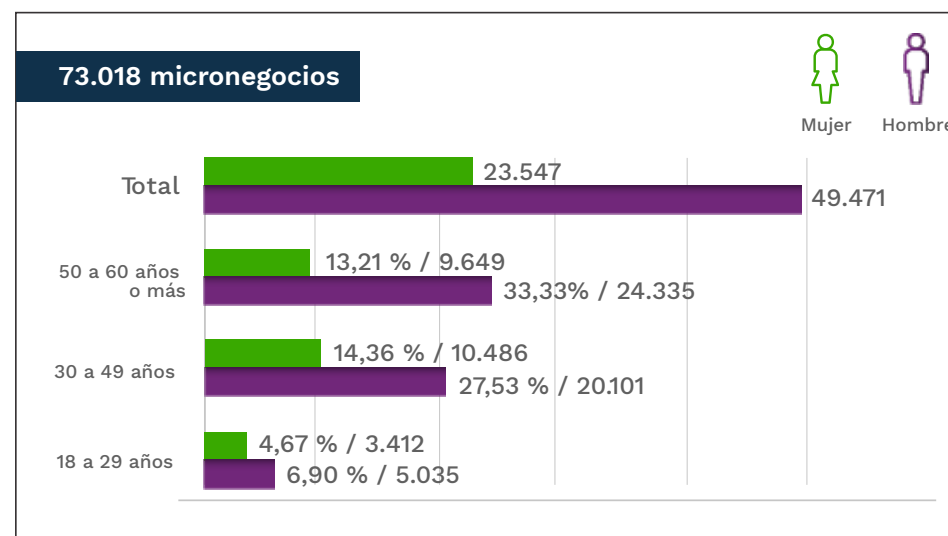
Grupos etarios de los propietarios de micronegocios

Sobre el comportamiento de las edades de los propietarios de los micronegocios para el Huila, EMICRON (DANE, 2024b) registra que los que están en el rango de 50 a 60 años o más, se concentra el 33.33 %, que equivale a 24.335 hombres y un 13.21 % corresponde a mujeres, es decir, 9.649 personas. Se reporta una baja participación como propietarios de micronegocios a jóvenes entre los 18 y 29 años,

hallando reportes de un 6.90%, equivalente a 5.035 hombres y un 4.67%, equivalente a 3.412 mujeres (DANE, 2024b).

En congruencia con las cifras antes expuestas, y como resultado de las actividades grupales y de entrevistas desarrolladas con la población perteneciente a las economías populares en los municipios de Pitalito, Garzón, La Plata y Neiva, el equipo investigador SENA pudo establecer, tal como quedó consignado en los listados de asistencia e instrumentos de trabajo de campo utilizados, que los rangos de edad más comunes entre los participantes está entre los 48 a 60 años de edad, seguido de quienes reportaron edades entre los 30 y los 45 años de edad.

Gráfica 10. Grupos etarios de los propietarios de micronegocios en Huila



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

Estos datos son relevantes, ya que revelan una baja participación de los jóvenes en la creación de micronegocios con relación a las personas entre 30 y 60 años, por este motivo puede ser relevante buscar incentivar prácticas para iniciar y autogestionar micronegocios de forma autónoma o a modo asociativo.

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.

Saberes locales

Como se mencionó anteriormente el Huila es reconocido por ser un importante productor de café en Colombia, las condiciones de altitud con las que cuenta se encuentran alrededor de los 1600 msnm, lo que caracteriza el grano de la región como un café de altura. En el departamento se encuentran más de 84.000 familias cultivadoras distribuidas en 145.741 hectáreas, con saberes culturales alrededor de los granos que les permiten sobresalir en la variedad arábico de las variedades Castillo, Colombia, Caturra, Típica, Borbón y Tabí (Federación Nacional de Cafeteros - FNC, 2024).

Se ha de tener en cuenta que según los datos de la FNC (2024), la producción de café en el Huila se caracteriza por ser altamente tecnificada y productiva, que marca una relación diferente con la

población de las economías populares característica de los pequeños productores, tiendas de café, la transformación de productos y subproductos del cultivo y actividades relacionadas con el turismo rural y sus actividades complementarias.

Edna Cristina Rodríguez es una emprendedora de 34 años, pintora, que pertenece al sector cultural y artesanal del municipio de La Plata, es egresada del SENA y también trabaja en diseño multimedia. Ella expone la importancia de preservar la riqueza cultural de la región por medio del arte, destacando la importancia de la oferta de capacitación y formación en temas relacionados con las artes y las manualidades, ya que en el municipio hay personas y jóvenes con importantes habilidades y esta oferta contribuiría al desarrollo de estas. Edna Cristina cree que el SENA podría aportar ampliamente en este sentido a la comunidad.

(Testimonio personal, La Plata, 2024).



Así como la cultura del café y los ejercicios económicos que entorno a ella alimentan las actividades de las economías populares en la región, el equipo investigador pudo establecer en el trabajo de campo realizado, que no existe una tendencia especial por las tradiciones ancestrales, siendo en todo caso, si muy importante el componente turístico relacionado con la cultura Agustiniana.

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 las economías populares se puede enmarcar en cualquiera de los sectores económicos, ya sea sector servicios, comercio o manufactura, incluyendo 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, fortaleciendo el trabajo comunitario (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).

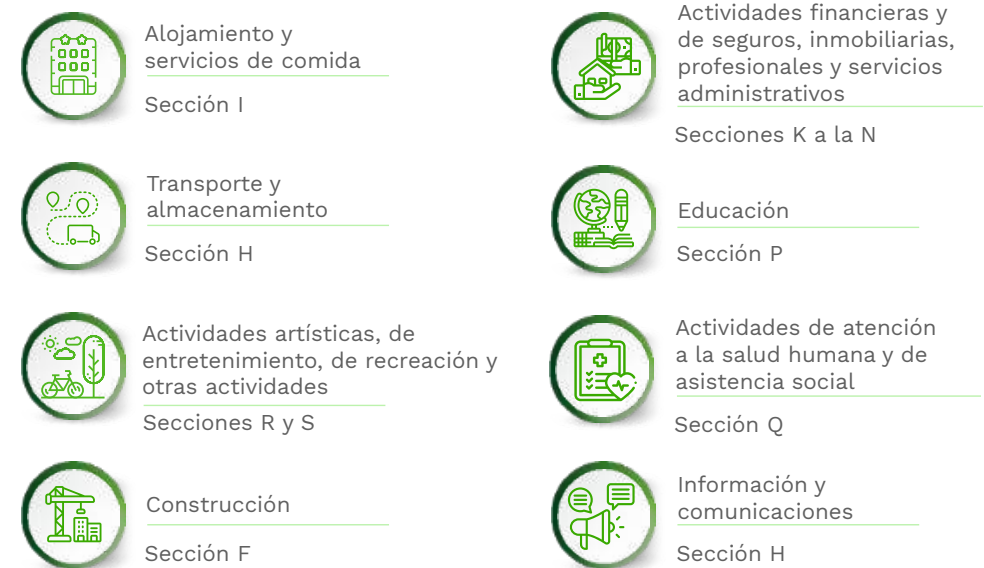
Sector servicios

El sector servicios abarca un amplio espectro de actividades económicas que no generan bienes tangibles, sino que ofrecen soluciones, facilitan procesos o satisfacen diversas necesidades de la población.

Estas actividades suelen tener un papel clave en el funcionamiento y desarrollo de las economías populares, pero su impacto puede variar según el contexto local y las dinámicas económicas.

A continuación, se presentan las actividades económicas de los micronegocios del sector servicios, organizadas según la clasificación del CIIU, Revisión 4 Adaptada para Colombia (DANE, 2022).

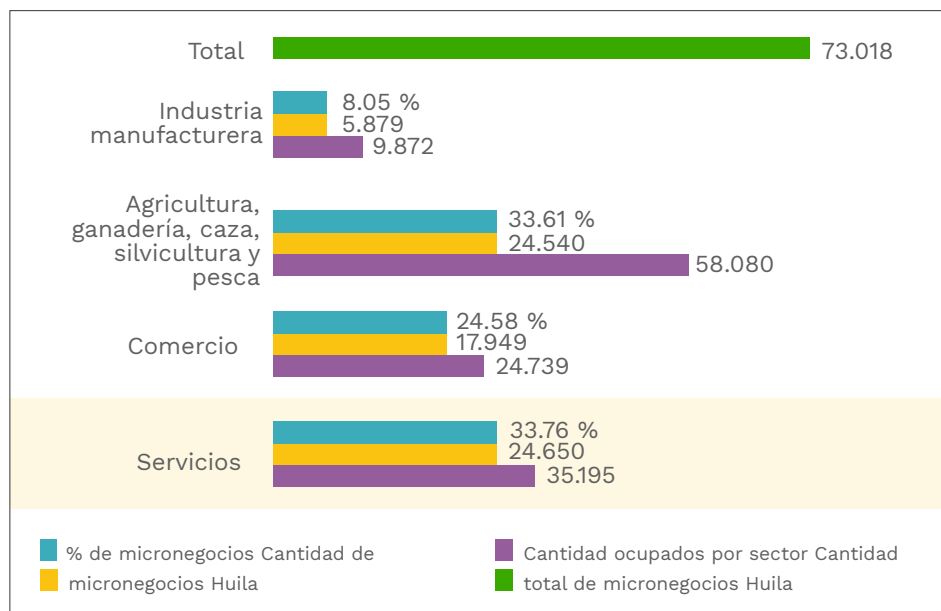
Gráfica 11. Actividades económicas de los micronegocios de sector servicios



Fuente: diseño propio a partir de CIIU, DANE (2022).

De conformidad con el comportamiento de los micronegocios en el país, en el Huila el sector servicios es el sector que más micronegocios agrupa, en cifras de EMICRON (DANE, 2024b), de los 73.018 micronegocios identificados, el 33,76% que equivalen a 24.650 unidades productivas de menor escala, forman parte de alguna de las actividades u oficios pertenecientes al sector servicios.

Gráfica 12. Actividades económicas de los micronegocios de sector servicios



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

De otro lado, es pertinente resaltar, como caso particular, que para el Huila un sector que presenta datos muy cercanos a los del sector servicios, en cuanto a cantidad de micronegocios es el sector de la agricultura, pero que en este caso, dadas las vocaciones productivas del departamento antes descritas, es el sector que de lejos mayormente ocupa personal incluyendo a sus propietarios, registrando un total de 58.080 personas que laboran en micronegocios relacionados con estas actividades, seguido de 35.195 del sector servicios (DANE, 2024b).

El equipo investigador pudo constatar que una de las características diferenciadoras del sector servicios que en el departamento del Huila es la influencia directa de la vocación cafetera y sus actividades conexas, especialmente las actividades económicas relacionadas con el subsector del turismo de ruralidad y ecológico, en el cual algunas familias ven una importante oportunidad para desarrollar sus micronegocios y emprendimientos.

Estratégicamente en la región, el sector del turismo involucra otros importantes servicios locales como la cocina y la gastronomía tradicional, los hoteles, sitios de hospedaje, rutas y senderos de avistamiento, transportadores, guías, entre otros.

“ Juan Pablo Parra, es un joven abogado del municipio de Garzón, representante de una corporación turística local que se preocupa por vincular otros servicios desarrollados por personas de la región en su actividad y tiene claro que ese trabajo en conjunto permitirá el progreso de todos. Juan Pablo comentó al grupo focal en el que participó, que vincula en su oferta turística servicios de hotelería, restaurante y bar.

... la corporación agrupa diferentes planes, tenemos una señora que ofrece servicios de transporte y movilidad, tenemos miradores, tenemos una señora que produce comidas típicas del Huila, como la noche buena, la mistela, entre otros productos, tenemos hotelería y también fincas agroturísticas, estamos agrupando a diferentes emprendedores y empresarios del municipio

(Testimonio personal, Garzón, 2024). ”

Es fundamental reconocer la amplia diversidad de servicios en este departamento, por ejemplo, Luz Adriana Gómez es una propietaria de un salón de peluquería del municipio de La Plata, quien, con alto sentido de servicio en su actividad, se enfoca en el bienestar y salud de sus clientes. Como manifestó en el grupo focal en que participó.

“ ... el Huila no es solo café y cacao, acá hay muchas actividades de economía popular... en el caso mío, soy estilista, acá en el municipio hay muchas peluquerías de peinado y cepillado, pero mi servicio se basa en la salud capilar, para las mujeres la autoestima se ve muy afectada cuando sufren de casos de caspa y caída de cabello, por ejemplo a personas con tratamientos de cáncer, con problemas de tiroides y estrés, entonces mi objeto es darle un solución a esas personas

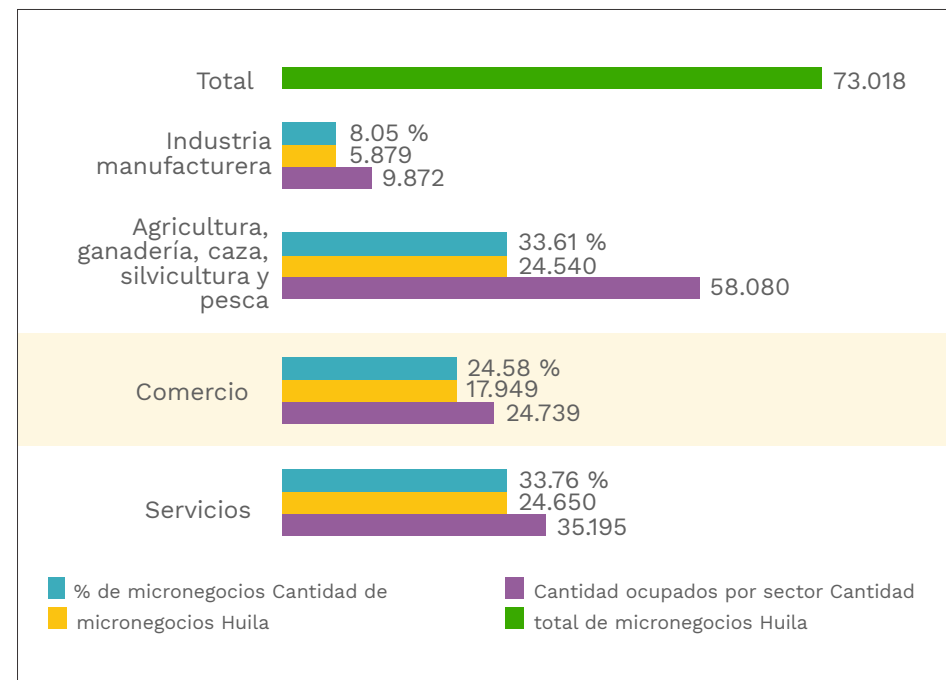
(Testimonio personal, La Plata, 2024). ”

Los relatos mencionados permiten comprender que el departamento cuenta con múltiples tipos de servicios enfocado a diferentes tipos de público y entre los propietarios de estos, buscan brindar experiencias enriquecedoras que generen un impacto positivo.

Sector comercio

Este sector se ve caracterizado por la venta al por mayor o por menor de diferentes productos y venta de mercancía, en este caso no se realiza una transformación de lo que se vende. En cuanto al comercio al por mayor y por menor se entiende que los productos que manejan los comerciantes son vendidos a minoristas, o para el uso personal o doméstico en el segundo caso (DANE, 2022). En cuanto a las cifras de EMICRON se encuentra que el 24,58% de los micronegocios forman parte de actividades u oficios relacionados con el sector comercio. (DANE, 2024b).

Gráfica 13. Micronegocios sector comercio en Huila



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

Vale destacar que, para el Huila, los micronegocios del sector comercio ocupan el tercer lugar en cuanto a personal ocupado, incluyendo a sus propietarios, registrando un total de 24.739 personas que laboran en estas unidades productivas en el departamento (DANE, 2024b).

El equipo investigador desarrolló ejercicios de grupos focales con representantes de propietarios de micronegocios y actores de las economías populares, contando con la participación de los vendedores ambulantes en los municipios de Pitalito, La Plata y Neiva, es estos espacios se comentaron necesidades, experiencias e impresiones de quienes pertenecen a este subsector del comercio de la región.



El señor Javier Paredes, representante de los vendedores ambulantes del municipio de La Plata, en conversaciones con el equipo SENA manifestó su preocupación por la estigmatización de la que es objeto su gremio, ya sea por parte de la comunidad o de los entes administrativos. Comenta que las características de sus colegas a quienes representa:

“... nosotros tenemos un uniforme y estamos identificados, tenemos capacitación en el SENA en atención al cliente y otros en manipulación de alimentos, pero nos falta... sabemos que los vendedores ambulantes les servimos a los amigos que se dedican al turismo, nosotros le damos la información a los turistas que llegan al municipio de donde pueden hallar los sitios, productos y oficinas que buscan

(Testimonio personal, La Plata, 2024).”

Este relato hace evidente la conexión que se da entre los diferentes sectores productivos que se presentan en el departamento, de esta forma se retroalimentan y hacen más fuertes al recomendar diferentes lugares y personas con quienes adquirir bienes o servicios.

Sector manufactura

La industria manufacturera se caracteriza por incluir en sus actividades la transformación mecánica o química de sustancias orgánicas e inorgánicas en productos nuevos, elaborados bien sea a mano o con maquinaria (DANE, 2022).

Según la CIIU, la industria manufacturera se define como la 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.” (DANE, 2022, p. 178).

Por su parte, la EMICRON aclara que las actividades de los micronegocios dedicados a la panadería y a las confecciones de ropa se incluyen dentro de la industria manufacturera, así como las de recolección, tratamiento y disposición de desechos, recuperación de materiales (DANE, 2024c).



CIIU - SECCIÓN C Industrias manufactureras

Elaboración de productos alimenticios



Procesado carnes / procesado de lácteos / panadería / frutas / café / panela / cacao – chocolate

Elaboración de bebidas



Destilados y fermentados / Jugos / Cervezas

Fabricación de productos textiles



Hilos / tejidos / acabados / Tapetes

Confección de prendas de vestir



Excepto prendas de piel / Fabricación de artículos de punto y ganchillo

Fabricación de productos de madera



Fabricación de partes y piezas de madera, de carpintería y ebanistería.

Curtido cueros, talabartería



Bolsos / maletas / Calzado / Otros artículos de cuero

Fabricación de productos de caucho y de plástico



Reencauche de llantas usadas Fabricación de formas básicas de caucho y plástico

Fabricación de otros productos minerales no metálicos



Fabricación productos de vidrio, cerámica y porcelana / Corte, tallado y acabado de la piedra

Fabricación de productos elaborados de metal



Forja, prensado, estampado y laminado de metal / Revestimiento de metales; mecanizado

Fabricación de muebles



Muebles / colchones y somieres

Otras industrias manufactureras



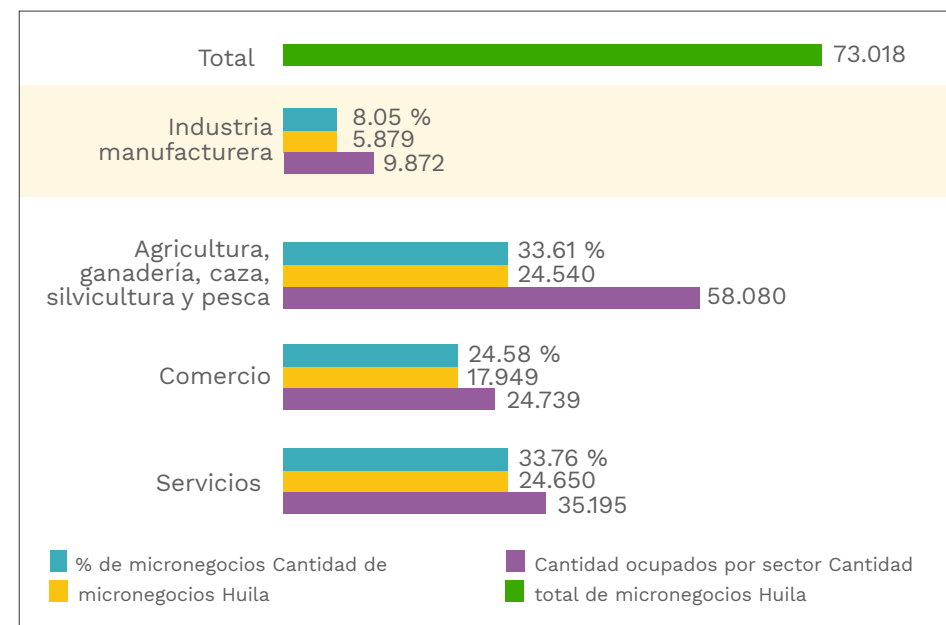
Joyas / instrumentos musicales

Fuente: diseño propio apartir de CIIU, DANE (2022).

Frente a las cifras de los micronegocios del sector manufacturo y de las personas ocupadas en ellos en el departamento del Huila, sucede lo mismo que con las cifras a nivel nacional, este sector se caracteriza por ser el que menos micronegocios agrupa y por ende menos población ocupa en sus actividades.

En cifras de la EMICRON del DANE (2024b), para el Huila, de los 73.018 micronegocios identificados, tan sólo el 8,05 % que equivalen a 5.879 unidades productivas manufactureras de menor escala.

Gráfica 14. Micronegocios sector manufactura en Huila



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

En cuanto a la cantidad de personas ocupadas en los micronegocios que desarrollan actividades de manufactura en el Huila, se tiene que el personal ocupado, incluyendo a sus propietarios es de 9.872, siendo el sector con menor representatividad de ocupados en la región (DANE, 2024b).

Durante el trabajo de campo en los municipios de La Plata y Pitalito, se entablaron conversaciones en actividades grupales en las cuales participaron algunos representantes del sector manufacturero de las economías populares, donde una emprendedora del municipio de La Plata, relacionada con la producción de productos agrícolas, resaltó la importancia de la innovación y del valor agregado en la transformación de los productos que se producen en la región, al respecto señaló en el grupo focal con otros propietarios de micronegocios:

“ ... el SENA nos ha enseñado a innovar, más allá de los restaurantes, hoy en día se encuentran productos como los arequipes de yuca y papa, antes solo sabíamos que se debía ir al campo a echar machete, pero no se sabía que más se podría hacer con lo que se había cultivado

(Testimonio personal, La Plata, 2024). ”

Complementa el testimonio otro asistente al grupo focal diciendo:

“ ... con el apoyo de SENA Emprende Rural, una asociación de productores de la vereda Bélgica trajo a una feria platanitos fritos con sabores a limón y natural, gracias a las capacitaciones donde se enseña a darle valor agregado al plátano que se produce

(Testimonio personal, La Plata, 2024). ”

En el municipio de Pitalito también se contó con la participación de propietarias de micronegocios dedicadas a la confección, labores similares, pero con algunas formas diferentes de ejercer su actividad.

La señora Mary Delgado, oriunda de la ciudad de Cúcuta, hace varios años tomó un curso de confección con instructores SENA, luego de hacer un técnico en confección y un técnico en administración de empresas, se dedicó trabajar en su taller de confección, ubicado

en su propia vivienda. Actualmente Mery, emplea a 2 mujeres que trabajan cada una desde su propio domicilio y quienes se encargan del ensamble de tendidos y busos que luego ella misma distribuye. La señora Mary se encarga de comercializar también los productos como busos, sudaderas y tendidos que ella confecciona y lo hace en almacenes, en la calle o visitando poblaciones cercanas. Manifiesta que la competencia es muy fuerte y que es muy difícil mantenerse en el mercado, sobre todo porque los costos de producción son muchas veces muy superiores a los costos de los productos que son traídos del exterior (Testimonio personal, Pitalito, 2024).

Por su parte, Claudia Salinas, de 25 años, nacida en Pitalito, es una joven propietaria de un taller de confección, es autodidacta y trabaja de manera diferente a como lo hace la señora Mary. Claudia trabaja como satélite de algunos almacenes y confecciona sudaderas para ellos con los cortes que le envían. Adicionalmente Claudia confecciona como producto propio sacos, los cuales vende y distribuye mediante el uso de las redes sociales y manifiesta que cuando es necesario, solicita ayuda a una señora que va a su taller y le asiste en la producción.

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.

La actividad familiar en los micronegocios

La participación de la familia en las actividades económicas de los micronegocios es recurrente y característico en la economía popular (Coraggio, 2020). Según se pudo evidenciar por parte del equipo investigador, la mayoría de los propietarios y propietarias o representantes de micronegocios vinculados a la economía popular manifestaron que sus actividades económicas son en principio nacidas y administradas como unidades familiares.

Por ejemplo, Daniela Silva oriunda de Garzón, representa un emprendimiento de producción de chocolate artesanal del centro poblado Maito, vereda El Pueblito en jurisdicción del municipio de Tarqui. Ella manifestó que la producción de chocolate la realiza en la casa de sus padres, quienes también se ocupan en el negocio. Indicó que acondicionaron un lugar para instalar una máquina para moler cacao, comercializan en algunas tiendas, participan en ferias y con el uso de redes sociales. Además de sus padres, en su vereda hay tres familias que se benefician del micronegocio, una de las dificultades que enfrenta esta familia emprendedora, es acceder al proceso de tostión:

“ ... no se encuentra fácilmente donde se pueda tostar o cobran mucho o también se tiene que hacer en el fogón, lo que se dificulta mucho

(Testimonio personal, Garzón, 2024). ”

Frente a la relación de la familia en las actividades de los micronegocios de otros sectores productivos, que también funcionan en la región, en el intercambio de experiencias en grupo focales se recogieron otros ejemplos de colaboración familiar.

Lina María Rubiano es una joven propietaria de un micronegocio dedicado a la venta de productos cosméticos de catálogo y accesorios como bolsos, ropa para niños, como estrategia comercial, ofrece los productos a mejor precio. En su actividad vincula y beneficia de distintas maneras a su familia. Manifiesta que vende su mercancía haciendo uso de las redes sociales y canales de WhatsApp, pero también posee un local en casa de sus padres, a quienes les paga un arriendo, así mismo, su esposo quien trabaja como vigilante, se encarga de realizar los domicilios a los clientes

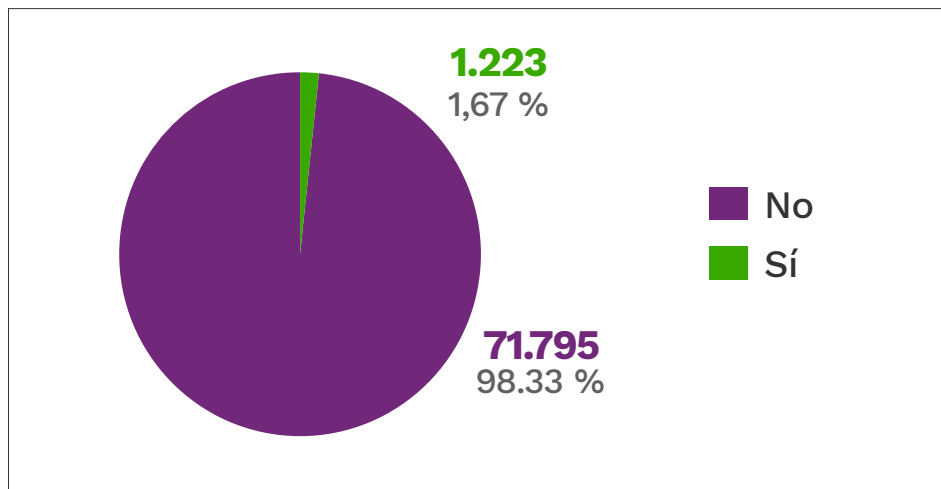
(Testimonio personal, Garzón, 2024).

La participación en asociaciones o cooperativas de productores

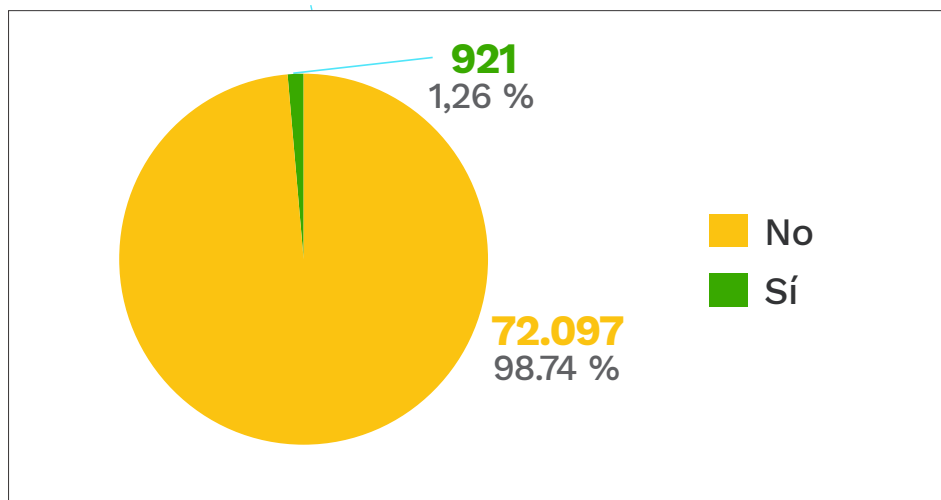
De conformidad al comportamiento de los micronegocios frente a la participación en asociaciones de productores o cooperativas, en el Huila sucede lo mismo que a nivel país, en el departamento de los 73.018 micronegocios identificados, tan sólo el 1,67% manifiestan pertenecer a alguna asociación de productores y el 1.26% a cooperativas, cifras muy bajas, que dependen de varios factores frente a los mecanismos de funcionamiento de las unidades productivas de menor escala (DANE, 2024b).



Gráfica 15. Micronegocios que pertenecen a asociaciones de productores en Huila



Gráfica 16. Micronegocios que pertenecen a cooperativas en Huila



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

Con base en las cifras anteriores, si bien pareciera que la regla general organizativa de las unidades económicas de las economías populares se cumple en el país, en donde el autoempleo es la norma y el funcionamiento de los micronegocios se basa en las unidades domésticas y la economía familiar, llama la atención las cifras bajas frente a los micronegocios que actúan bajo cualquiera de las formas de organización solidaria y comunitaria.



En los ejercicios de dialogo del equipo investigador con los propietarios de micronegocios del sector turismo, quedo clara la intención, la necesidad y las experiencias exitosas de trabajar mancomunadamente y de vincular a los pobladores de la región a las actividades económicas relacionadas con este sector,

vinculando actividades complementarias a la cadena de valor del turismo rural y ancestral como es el caso de la oferta gastronómica y de sitios de hospedaje.

Acorde a los ejercicios con los grupo focales y entrevistas en los municipios priorizados, con los testimonios de los propietarios de micronegocios participantes, existe una tendencia a la asociatividad de parte de aquellos que pertenecen a la cadena de valor de la producción de café en la región y de igual manera, quienes pertenecen a las actividades artesanales, los propietarios hombres y mujeres de tiendas y en no pocos casos quienes se dedican a la venta ambulante de productos, particularmente en los municipios de Pitalito, La Plata y Neiva.

En el municipio de garzón se evidencio iniciativa de asociatividad en el gremio de taxistas y transportadores de pasajeros.

En diálogos del equipo SENA con Javier Paredes, representante de los vendedores ambulantes del municipio de La Plata, se dejó claro que las personas que pertenecen al gremio conocen la importancia de los beneficios que trae para ellos, sus familias y para el municipio el estar asociados.

Nosotros estamos organizados, uniformados y carnetizados, sabemos que el estar organizados nos permite acceder a capacitación... no todos cabemos en la calle, pero ya somos varios los que llevamos cierto tiempo trabajando, ...acá están con nosotros la señora Nubia que hace sombreros y doña Nidia que tiene un negocio de perros calientes, son personas que hacen productos excelentes, pues somos personas que nos han capacitado y nos han enseñado a trabajar calidad.

(Testimonio personal, La Plata, 2024).

Dimensión ambiental

En palabras de Luis Razeto (1999), reconocido por acuñar 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 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 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 sobre costo 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).

Como fruto del intercambio de experiencias y testimonios que se recopilaron en el trabajo de campo realizado en el departamento del Huila, se logró identificar que los propietarios de micronegocios poseen una firme consciencia de su responsabilidad ambiental.

Varias de las personas que participaron de los grupos focales y entrevistas ligadas a la producción agropecuaria de la región, manifestaron su interés y preocupación por el uso de productos orgánicos, es así como se registró un testimonio particular de un emprendedor de origen campesino del **municipio de la Argentina**, relacionado con estas problemáticas. Por ejemplo, El señor Edilfonso Gómez manifestó al equipo investigador:



“... tengo 49 años, actualmente tengo una miscelánea donde comercializan productos de papelería entre otros, trabajé durante 25 años en el campo y me siento como empresario agrícola y como emprendedor, ... lo que me llevó a emprender fue la enfermedad de mi esposa, padece cáncer, tengo dos niños, y me preocupa el uso excesivo de agroquímicos en el campo, en mi experiencia maneje cultivos grandes de granadilla y otros productos y manejaba demasiados agrotóxicos, ...debemos empezar a cambiar la manera de producir, no se puede seguir produciendo a lo antiguo, porque si no se van a acabar los productores, ... con los químicos nos estamos matando nosotros mismos.

(Testimonio personal, La Plata, 2024). ”

También participaron propietarios de micronegocios del sector comercio y en especial de quienes se desempeñan en el espacio público. El gremio de los vendedores ambulantes estuvo presente en el ejercicio de grupo focal del municipio de **La Plata**, su representante Javier Paredes dejó saber que son conscientes y se preocupan por los temas ambientales desde el ejercicio de su labor,

“... las autoridades deben organizar mejor a los vendedores ambulantes, no solo atacar, algo bien organizado en sus sitios de trabajo, uniformados, identificados, con carpas del mismo color... insisto, cada uno llegó aquí trabajó, dejó limpio, todo bien bonito y se fue, que no haya contaminación visual, eso es agradable para el cliente y para el turismo

(Testimonio personal, La Plata, 2024). ”

Como resultado del ejercicio de las economías populares del Huila, se identificó una importante relación entre los temas productivos, los proyectos de mega ingeniería de la región y los temas de orden socioeconómico que forman parte del componente sostenible y ambiental, que afectan a algunos propietarios de unidades productivas de menor escala en el departamento, este es el caso de los areneros y pescadores artesanales, quienes pusieron de manifiesto sus preocupaciones frente a su actividad.

El señor Cesar Caviedes y Don Armando Bustos son representantes del gremio de los areneros y volqueteros que se vieron afectados por las obras y operación de la represa del Quimbo. Representan a más de 24 personas dedicadas a la extracción y transporte de material de arrastre del río, manifestaron al equipo investigador, que en cada viaje de arena pueden emplearse adicionalmente entre 3 y 4 paleros, cuyo sustento y de sus familias depende de su labor. Dado que las antiguas áreas de extracción de material hoy se encuentran inundadas y que según la normatividad, aun teniendo derecho a una reubicación y restitución de fuentes de material, y a la consecuente reactivación de su actividad económica, las zonas hoy dispuestas para su labor se hallan contaminadas, es decir el material de extracción no es de calidad y requiere de muy altas inversiones para implementar una planta de triturado y cribado que no pueden costear y que como consecuencia su sustento económico se ve amenazado y tiende a desaparecer.

(Testimonio personal, Garzón, 2024).

Sin importar el sector productivo o la actividad económica a la que pertenezcan los propietarios de los micronegocios con quienes se adelantó el trabajo de campo, quedó plasmada una responsabilidad frente a los temas ambientales y en algunos casos se lograron recoger las problemáticas que en materia de sostenibilidad también pueden llegar a afectar negativamente la estabilidad económica de algunos micronegocios.



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

- 1** Una de las solicitudes importantes de la comunidad y que de manera espontánea se transmitió al equipo investigador en todos los municipios visitados, es el interés y la necesidad de que el SENA fortalezca la oferta de formación en habilidades blandas. Este es un sentir arraigado en la población.
- 2** Es pertinente revisar la oferta tradicional de cursos y servicios SENA disponibles en la región, incorporando temas de actualización de técnicas y tecnologías, según el contexto local, necesidades manifiestas expresamente por la comunidad que se dedica a la transformación de alimentos.
- 3** A pesar de las buenas experiencias halladas en el territorio frente a los ejercicios de asociatividad entre los micronegocios de la región, se hace necesario ofertar cursos y capacitaciones encaminadas a fortalecer las habilidades de asociatividad y de cooperativismo, con énfasis en el contexto de las economías populares.
- 4** Según una manifestación general, sin importar el sector económico al que pertenezcan, se hace necesario fortalecer los cursos de uso de herramientas informáticas, para poder impartir temas de marketing, finanzas, administración, planeación estratégica entre otros.
- 5** Para la población de las economías populares interesada en aplicar a las convocatorias del fondo emprender, se requiere apoyo en el manejo de herramientas informáticas y posteriormente apoyo en gestión de proyectos.
- 6** Fomentar las estrategias de articulación entre micronegocios de actividades económicas relacionadas,

como, por ejemplo, las artesanías, la gastronomía y el turismo rural y de experiencia ancestral.

7 Dado que es común que muchos de los aprendices deban desplazarse de otras ciudades o municipios lejanos a cumplir compromisos de formación en los centros, surge la propuesta de poner a disposición hogares de paso o alojamiento SENA, lo que ayudaría a reducir la inabundante carga de los costos de los desplazamientos para muchos de los aprendices.

8 Se ha solicitado por parte de algunos propietarios de micronegocios que la oferta de formación, así como los criterios de selección de los proyectos del fondo emprender no sean solamente ligados a la producción de café en la región, lo que busca diversificar las opciones y las vocaciones productivas de la población de las economías populares.



Conclusiones

Dimensión social

- Aunque las mujeres desempeñan un papel significativo en las economías populares, existe una marcada brecha en términos de propiedad de micronegocios y roles de liderazgo. Solo el 32.25% de los micronegocios del departamento son propiedad de mujeres, la mayoría como trabajadoras por cuenta propia. Iniciativas como los fondos “Mujer Rural y Soberana” y “Mujer Diversa” representan avances importantes para abordar estas desigualdades.
- La mayoría de los propietarios de micronegocios cuentan con niveles educativos de básica primaria. Solo un pequeño porcentaje ha alcanzado niveles técnicos o profesionales, lo que evidencia la necesidad de fortalecer la oferta de formación técnica y profesional, especialmente adaptada a las necesidades de las economías populares.
- En el Huila, los micronegocios tienden a ser de índole familiar, con un promedio de 3 a 5 personas ocupadas, en su mayoría sin recibir remuneración. Esto subraya la importancia de estrategias que promuevan condiciones laborales más equitativas y sostenibles.

- La ubicación de los micronegocios refleja las vocaciones productivas de la región, con un 31.53% en áreas rurales. Sin embargo, se identificaron desafíos relacionados con la visibilidad y comercialización de productos artesanales, lo que podría resolverse con infraestructura como puntos de exhibición y venta centralizados.
- La mayoría de los propietarios de micronegocios se encuentran sobre los 50 años. Esto plantea la necesidad de atraer a las generaciones jóvenes hacia actividades económicas que contribuyan al desarrollo de la región.

Dimensión cultural

- La producción del café se destaca en el departamento y hace parte de una herencia cultural donde familias enteras se dedican a la producción y comercialización de este producto.
- Existe la necesidad manifiesta del rescate y fomento de la riqueza ancestral y legado cultural de la región, así como la creación de mecanismos y estrategias para incorporar estas actividades en los ejercicios productivos de la población de las economías populares, ya que actualmente se enfrentan problemas de relevo generacional y de falta de capacitación que dificultan la transferencia de saberes locales.

Dimensión productiva

- Frente al sector servicios, se evidenció un auge de los ejercicios económicos de familias que se encargan de abastecer la oferta de las recientes vocaciones que en torno al turismo de ruralidad y ecológico se explotan en la región.
- El sector manufactura de los micronegocios del Huila, representan un reto particular, dado que es menor la cantidad

de unidades productivas y que menor personal ocupado alberga y en cual normalmente se presentan los márgenes más favorables de productividad debido al valor agregado de la transformación de insumos en productos.

Dimensión organizativa

- Los micronegocios de los municipios visitados en el departamento del Huila surgen principalmente como actividades económicas en unidades productivas de orden familiar.
- En el trabajo de campo se pudo comprobar que en el departamento del Huila los propietarios trabajan primordialmente de manera independiente y no son dados a pertenecer a asociaciones o cooperativas de productores. No obstante, se identificó que quienes desarrollan actividades relacionadas con las ventas ambulantes, la cadena de valor del turismo de ruralidad y ecológico, los artesanos y el sector transportador si son dados a organizarse para atender las problemáticas comunes y fortalecer así sus actividades económicas.

Dimensión ambiental

- Los propietarios de micronegocios en el Huila muestran una creciente conciencia sobre su responsabilidad ambiental, destacando su interés por adoptar prácticas más sostenibles, como el uso de productos orgánicos en la producción agropecuaria.
- La preocupación por el uso excesivo de agroquímicos es un tema recurrente entre los productores rurales, quienes reconocen la necesidad de cambiar sus métodos para proteger tanto su salud como la sostenibilidad de sus actividades.



Tabla de siglas

- **CENU:** Censo Económico Nacional Urbano
- **CIU:** Clasificación Industrial Internacional Uniforme
- **CNPV:** Censo Nacional de Población y Vivienda
- **DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística
- **DNP:** Departamento Nacional de Planeación
- **ECP:** Encuesta de Cultura Política
- **ECV:** Encuesta Nacional de Calidad de Vida
- **EMICRON:** Encuesta de Micronegocios
- **GEIH:** Gran Encuesta Integrada de Hogares
- **OCHA:** Oficina de Naciones Unidas para la Coordinación de Asuntos Humanitarios
- **PDD:** Plan de Desarrollo Departamental
- **PIDARET:** Planes Integrales de Desarrollo Agropecuario con Enfoque Territorial
- **PND:** Plan Nacional de Desarrollo
- **UNESCO:** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Glosario

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

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

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

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

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

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

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

Economía popular: La economía popular se refiere a los oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticos o comunitarios) desarrollados por unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico. Los actores de la EP pueden realizar sus actividades de manera individual, en unidades económicas, u organizados de manera asociativa. El impulso a la economía popular parte de una comprensión de sus dinámicas intrínsecas. Estas actividades generan valor social y económico significativo, y una vez entendido su funcionamiento y lógica de acción, se implementarán mecanismos que contribuyan a su crecimiento y productividad.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Referencias

- Acuerdo 890 de 2023. (2023, 27 de marzo). Consejo de Bogotá. Por medio del cual se reconocen las ocupaciones y los actores de la economía popular, se crea la alianza público popular como instrumento de reactivación económica, se articulan los sistemas de información, y se dictan otras disposiciones. https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/adminverblobawa?tabla=T_NORMA_ARCHIVO&p_NORMFIL_ID=37697&f_NORMFIL_FILE=X&inputfileext=NORMFIL_FILENAME
- Conesa, V. (2003). Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental (2.a ed). Ediciones Mundi-Prensa.
- Colombia Productiva. (2023, 8 de marzo). Mujeres Más Productivas. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-servicios/ptpconvocatorias/para-empresas/convocatoria-para-mejorar-las-capacidades-producti>
- Coraggio, J. L. (2004). La gente o el capital: desarrollo local y economía del trabajo. Ediciones Abya Yala. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/ciudad/20180103040333/gente.pdf>
- Coraggio, J. L. (2011). Economía social y solidaria: trabajo antes que capital. Ediciones Abya-Yala. <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economiasocial.pdf>
- Coraggio, J. L. (2016). La economía social y solidaria (ESS): niveles y alcances de acción de sus actores. El papel de las universidades. En J. L. Coraggio, J. L. Laville, I. Hillenkamp, I. Farah, J. Jiménez, S. Vega, L. Guridi y J. C. Pérez (Eds.). Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. (pp. 15-38). Ediciones Hegoa https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf
- Coraggio, J. L. (2020). Economía social y economía popular: conceptos básicos. Contribuciones de concejeres. Universidad Nacional General Sarmiento. Buenos Aires, Argentina. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/coraggio.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2019). Departamento de Huila - ¿Cuántos somos?. https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/41_infografia.pdf
- 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
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024a, 31 de mayo). 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). Censo Económico Nacional Urbano – CENU 2024. <https://censoeconomiconacionalurbano.dane.gov.co/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024b, 2 de julio). Encuesta de Micronegocios - 2023. Archivos de datos <https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/832/get-microdata>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024c, mayo). Presentación Encuesta de Micronegocios, Resultados Generales Año 2023. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/pres-EMICRON-2023.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2023, mayo). Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026, Colombia: Potencia Mundial de la Vida. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potenciamundial-de-la-vida.pdf>

- Federación Nacional de Cafeteros. (2024). Café de Huila. <https://huila.federaciondefcafeteros.org/cafe-de-huila/>
- Gobernación del Huila. (2023). Censo Indígena 2020. <https://www.huila.gov.co/observatoriosalud/publicaciones/14481/censo-indigena-2020/#:~:text=El%20pueblo%20ind%C3%ADgena%20con%20mayor,de%207.412%20habitantes%20para%20un>
- Gobernación del Huila. (2024a). Identificación del departamento. <https://www.huila.gov.co/publicaciones/144/identificacion-deldepartamento/>
- Gobernación de Huila. (2024b). Relieve y clima. <https://www.huila.gov.co/publicaciones/5180/relieve-y-clima/>
- Gobernación de Huila. (2024c). Historia del Huila. <https://www.huila.gov.co/publicaciones/145/historia-del-huila/>
- Gobernación de Huila. (2024d). Actividad Económica del Departamento. <https://www.huila.gov.co/publicaciones/5148/actividad-economica-del-departamento-17736/>
- Gobernación de Huila. (2024e). Abiertas convocatorias dirigidas a mujeres para fortalecimiento de unidades productivas. <https://www.huila.gov.co/mujer/publicaciones/14795/abiertasconvocatorias-dirigidas-a-mujeres-para-fortalecimiento-deunidades-productivas/>
- 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>
- Ministerio de Agricultura. (2023). Café: Producto Insignia de Colombia para el Mundo. <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/CafeProductoInsigniaColombiaMundo.aspx#:~:text=En%20el%202023%20se%20estima,Cauca%20con%2032%20municipios%20y>
- 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>
- Procuraduría General de la Nación. (2022). Caracterización pueblo indígena Embera Chami. <https://www.procuraduria.gov.co/portal/media/docs/CaracterizacionCHAMI.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. 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>



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

Jorge Fernando Fontanilla

Comunicadores Sociales

María Paula Vargas Parra

Diego Alberto Gómez Díaz

Investigadores Temáticos

Oficina de Comunicaciones

4E SAS

Natalia Roldán Roldán

Diseño y diagramación

Valeria Quintero Cuervo

Ilustración

Luz Elena Cuervo

Dirección creativa

Primera edición, 2024

Bogotá, Colombia

ISBN 978-958-15-0952-2



@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