



VOCES Y ROSTROS

de las economías populares del

QUINDIO

Proyecto investigativo

Caracterización

de la población de la economías
campesinas y populares

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

Contenido

Presentación.....	6
Introducción	11
Aspectos Metodológicos.....	14
Generalidades de la economía popular	16
¿Qué es la economía popular?	16
La relación entre micronegocio y la economía popular	19
¿Cuáles son los sectores que hacen parte de la economía popular?.....	20
¿Quiénes hacen parte de la economía popular?.....	22
La Economía Popular en el departamento de Quindío.....	23
Municipios priorizados y participación de las comunidades.....	24
Dimensiones de la economía popular	26
Dimensión Social.....	28
Participación de la mujer como propietaria de micronegocios en el departamento: Caso mujeres emprendedoras en Montenegro..	28
Turismo en Salento, una mirada a la intencionalidad para la creación de un micronegocio en el departamento	31
Un análisis a los datos de escolaridad de la población de la	

economía popular en el departamento del Quindío.....	34
Distribución etaria de propietarios y trabajadores de micronegocios en Quindío: un análisis a la fuerza de trabajo en el departamento.....	35

Dimensión Cultural.....	38
La actividad artesanal y el reconocimiento de los artesanos en el departamento: caso de mujeres artesanas en el municipio de Génova	39
Dimensión productiva	42
Sector servicios	44
Sector comercio.....	49
Sector manufactura	52
Dimensión organizativa	56
Organización comunitaria en Salento y Montenegro: un ejemplo del trabajo cooperativo en la economía popular	57
Dimensión ambiental	63
Conclusiones	68
Recomendaciones para el impulso de la economía popular desde la oferta de servicios SENA	72
Índice de siglas	74
Glosario.....	75
Referencias.....	79

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

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

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

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

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

Por esto, el SENA ha planteado 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 adelanta 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 la economía popular 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 adecuación 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, aporta 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 la economía popular, así como la especial labor de las mujeres en todas las actividades de cuidado comunitario y familiar que permiten la reproducción de la fuerza de trabajo para los distintos sectores productivos del país.

Introducción

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

El análisis de sus realidades surgió a partir de reflexiones desde cada campo de conocimiento, buscando resignificar las formas de vida de

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

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



Aspectos metodológicos

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

En 2025, se actualizará y ampliará la información del primer año, incorporando nuevas perspectivas territoriales, complementado y actualizando el contenido de las cartillas. Finalmente, en 2026, el análisis se enfocará en los datos del SENA, integrando elementos clave de los años anteriores para presentar una versión final de las recomendaciones, con el fin de adaptar la oferta y servicios institucionales a las necesidades de las poblaciones de las economías campesina y popular.

La investigación, 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.

La metodología del proyecto adoptó un enfoque mixto, que combina la recolección de datos cualitativos y cuantitativos, con el fin de lograr una mejor comprensión de las poblaciones que constituyen los grupos de valor de la Entidad.

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

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

Los datos cuantitativos, fueron extraídos de fuentes como los datos abiertos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), incluyendo la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV), la Encuesta de Micronegocios (EMICRON), la Encuesta de Cultura Política (ECP) de 2023 y el Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) de 2018 entre otros.

A lo largo de 2024, el equipo de caracterización visitó 18 departamentos y 70 municipios, seleccionados mediante un proceso de priorización en conjunto con las Coordinaciones Regionales de Relaciones Corporativas e Internacionales de las 33 regionales del SENA. Este proceso se desarrolló en tres etapas.

El equipo estableció los criterios para seleccionar los municipios priorizados, tomando en cuenta las recomendaciones de los coordinadores regionales. Finalmente, durante la fase de alistamiento, fue necesario replantear algunos municipios o rutas según las condiciones de seguridad, accesibilidad y otros factores relevantes en cada departamento.



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

Generalidades de la economía popular

¿Qué es la economía popular?

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

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

Gráfica 1. Economías populares



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

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

Por ello, para las discusiones en Colombia, lo fundamental de esta economía, son las personas. Durante el evento, el presidente de Colombia, Gustavo Petro Urrego, expresó: **“La gente no se divide entre informales y formales, la gente es trabajadora, punto...”** (29 de agosto de 2023).

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

Los actores de la economía popular son muy diversos, y la gran mayoría de ellos enfrenta diferentes situaciones que complejizan su

actividad. Entre estos desafíos se encuentran el no tener un ingreso salarial fijo, formas de protección social, acceso a crédito, entre otras. Por lo tanto, reconocer a los protagonistas de esta economía implica entender que los sectores populares no se limitan a sobrevivir, si no que viven (Roig, 2017).

La relación entre micronegocio y la economía popular

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

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

(DANE, 2024, p. 3).

En ese sentido, EMICRON identificó características de las personas dueñas de los micronegocios en Colombia como propietarias o poseedoras de los medios de producción con los cuales desarrolla su actividad económica, y también prestan sus servicios profesionales, sin ser subordinados.

Son responsables de las deudas contraídas en el proceso de producción, comercialización o prestación de servicios que le genera ingresos. Además, son las encargadas de buscar a sus clientes y los negocios pueden ser operados por una sola persona.



Por ello, las cifras mostradas en EMICRON permiten caracterizar los datos cuantitativos de la población y de los micronegocios que hacen parte de la economía popular (DANE, 2024).

¿Cuáles son los sectores que hacen parte de la economía popular?

En primer lugar, es necesario entender que, al tratarse de actividades que surgen de la necesidad de la población por obtener un sustento económico, estas son suficientemente diversas lo que hace difícil su clasificación.

Sin embargo, en ella se encuentran presentes los vendedores ambulantes, tenderos, comerciantes, teatreros, cuenteros, artesanos, personas dedicadas a la producción de comidas típicas y entre muchos otros.

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

A partir de la clasificación y agrupación de las actividades económicas que la EMICRON usa para identificar a los micronegocios, según la

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

Tabla 1.

 Economía Campesina Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca Se incluyen actividades como siembra, cosecha, manejo de especies menores y mayores, producción de pastos y praderas, entre otros.	Economía Popular  Servicios Se incluyen actividades como: construcción, transporte y almacenamiento, alojamiento y servicios de comida, información y comunicaciones, actividades inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos, educación, actividades de atención a la salud humana y de asistencia social, y actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación, entre otras.  Comercio Se incluyen actividades como la transformación mecánica o química de sustancias orgánicas e inorgánicas en productos nuevos, elaborados bien sea a mano o con maquinaria.  Industria manufacturera Esta sección incluye la venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía, entre otros.
--	--

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





¿Quiénes hacen parte de la economía popular?

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

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

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

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

Tabla 2.

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

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

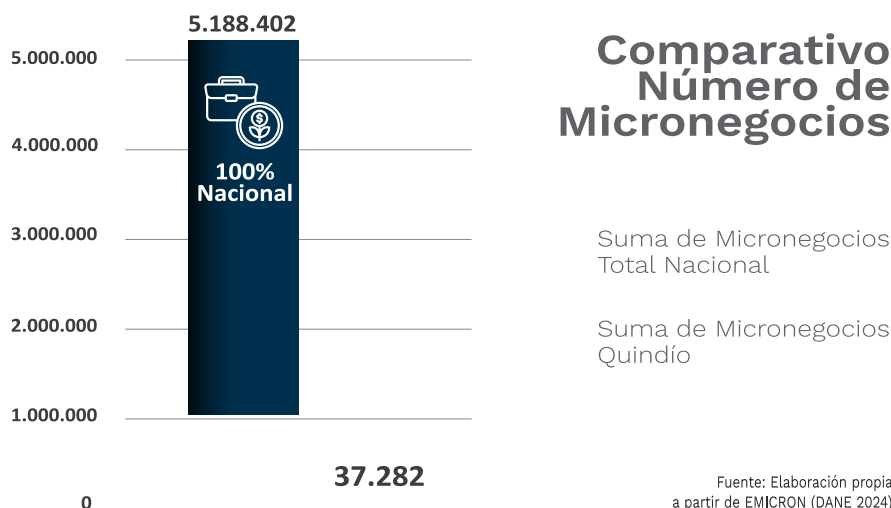
Las economías populares en el departamento del Quindío

El equipo de investigación del proyecto “Caracterización de la Población de la Economía Campesina y Popular”, viajó por aire y tierra para acceder a tres municipios estratégicos del departamento del Quindío. Génova, Salento y Montenegro fueron priorizados para dialogar con su población y así reconocer cuáles son las necesidades y expectativas de las personas que pertenecen a las dinámicas de economía popular.

Una travesía que enriqueció la información de la población para la entidad, permitiendo entender las fortalezas y los aspectos a mejorar en la economía popular. A partir de la interacción con la población, se logró identificar la necesidad de contribuir al posicionamiento de estos municipios en áreas como el turismo, el comercio, la gastronomía y las actividades artesanales, al mismo tiempo que se preservan la diversidad cultural y servicios naturales.

De los 5.188.402 micronegocios identificados a nivel nacional a través de la EMICRON, en el departamento de Quindío se encuentra el 1 %, con un total de 37.282 micronegocios. En el 90 % de estos micronegocios del departamento, únicamente labora su propietario, es decir, trabajador por cuenta propia. El 10 % restante corresponde a micronegocios de tipo “Patrón” o “Empleador”, cuando su micronegocio lo constituyen hasta 9 personas (DANE, 2024).

Gráfica 2.



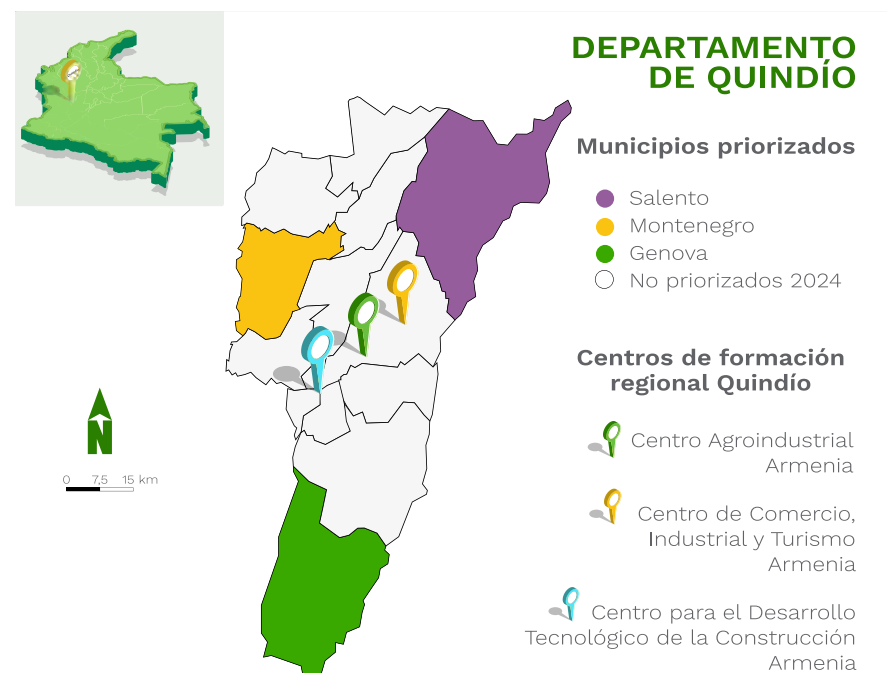
Municipios priorizados y participación de las comunidades

El departamento del Quindío está conformado por 12 municipios. Se encuentra ubicado sobre la cordillera Occidental y tiene una extensión territorial de 1.961 Km², lo que representa el 0,2 % del territorio nacional.

Limita por el occidente y sur con el Valle del Cauca, por el oriente con Tolima y al norte con Risaralda (Gobernación del Quindío, 2024).

El equipo de Caracterización de la Población de la Economía Campesina y Popular, con base en las variables de priorización, desarrolló el trabajo de campo en tres municipios del departamento, para aproximarse a la población perteneciente al comercio, el turismo, la gastronomía y las actividades artesanales.

Mapa 1.



En los municipios priorizados se desarrollaron espacios de diálogo a través de entrevistas y grupos focales, buscando respetar sus dinámicas productivas diarias e impactarlas lo menos posible.

Se desarrollaron grupos focales y entrevistas con la comunidad, con la participación de 20 personas que manifestaron sus necesidades, expectativas, dificultades y observaciones sobre su territorio y actividad productiva.

Lo anterior, junto a los datos cuantitativos, permitió entender diferentes dinámicas de la población, para que el SENA pueda identificar elementos clave y plantear una oferta de servicios reestructurada que tenga en cuenta las características, necesidades y expectativas de la población, con el fin de aportar tanto a sus negocios como a sus vidas.

Dimensiones de la economía popular

El equipo de caracterización de la población de la economía popular realizó la investigación directamente en el territorio, a través de diálogos con las comunidades, con el fin de ampliar la información disponible en el SENA y fortalecer la pertinencia de su oferta de servicios.

Este enfoque permitió identificar las dinámicas específicas de sus actividades, los mecanismos de construcción social, su relación con el contexto cultural, los modos de organización de sus unidades económicas, así como las fortalezas, desafíos y necesidades de sus diversos sectores productivos. Además, buscó entender su relación con el entorno ambiental en términos de beneficios y responsabilidades compartidas.

Se establecieron cinco dimensiones: **social, cultural, organizativa, productiva y ambiental**, con el propósito de llevar a cabo la observación, el estudio y el análisis e identificar las características que definen a las personas que forman parte de la población de la economía popular.

Gráfica 3. Economías populares



Fuente: Elaboración propia

Dimensión Social

La población que hace parte de las economías populares se caracteriza por acoger a aquellos actores de la economía de las regiones con mayor capacidad de adaptación y resiliencia.

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

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

Participación de la mujer como propietaria de micronegocios en el departamento: caso de mujeres emprendedoras en Montenegro

De los **37.282 micronegocios** que se ubican en el departamento del Quindío, **14.441 son propiedad de mujeres**, es decir, el 38,7 % (DANE, 2024). A partir de los encuentros con los grupos focales y entrevistas, las dueñas de micronegocios demostraron la tenacidad, la proyección y la resiliencia de su población, mientras ven oportunidades de subsistencia para así mejorar su calidad de vida.

Por ejemplo, algunas mujeres del municipio de Montenegro se organizaron de manera autónoma y constituyeron un micronegocio que

aprovecha el turismo que visita el Parque del Café. Gracias a esto logran generar ingresos que les permiten sostener a sus familias.

“Trabajo bueno, soy guía de turismo, trabajo con una empresa que está también con el Fondo Emprender que se llama “Finca la Alejandra”. Se tiene un proyecto Montado Tour de cacao de acá del municipio de Montenegro, Quindío, y estamos en el proyecto, va en crecimiento, va en ascenso con muchas actividades con digamos con todo el sistema. Estamos también apoyados por las asociaciones de cacaoteros, Fedecacao. Del punto de vista como guías, nosotros de pronto con el SENA sería mirar cuáles son como las pautas que estamos teniendo nuevas en el departamento para asimismo el poder que hay que recibir capacitaciones en ese punto”

(Testimonio personal, Montenegro, 2024)

Con estas participaciones, se pudo observar que las mujeres de Montenegro se enfocan en comprender el desarrollo turístico de la región, con el objetivo de innovar en los servicios que ofrecen. Además, expresaron que se integran con los gremios de producción campesina, lo que les permite organizar recorridos para que los turistas conozcan de cerca los procesos de siembra y cosecha, especialmente de café y cacao.

Las participantes reconocen que “El Parque del Café” es un atractivo turístico nacional que les permite tener un alto flujo de turistas, que se convierten en compradores potenciales de sus micronegocios. Según el informe de gestión del Parque del Café (2023), en el último año un total de 808.435 personas visitaron el lugar, por lo cual producir derivados del café y del cacao son una oportunidad que las mujeres han sabido aprovechar para llegar a los turistas.

Las mujeres que hacen parte de estos micronegocios reconocen que, en el desarrollo de sus actividades productivas, enfrentan algunos retos y que la formación es la base para poder abordarlos. Entienden que el SENA es un aliado estratégico, pero, desde su conocimiento exponen algunas dificultades relacionadas con el acceso. Al respecto mencionan:

“ Si, el caso es que volvemos a lo mismo, las personas que quieran aprender y participar tengan como desplazarse. Porque yo les digo, bueno, hablo por el sector en el que estamos, allá hay una instalación, hay un punto donde se puede destinar para una capacitación, pero, si no tienen transporte, les toca en turno y el primer turno es a las 7 de la mañana y el segundo es a la 1 de la tarde y el último a las 5 de la tarde, entonces ¿ahí qué? Es dispendioso, siempre ha sido así por eso se crean los puntos de estudio o las juntas de colegio, porque buscan a qué sectores... a un niño de vereda le queda muy difícil llegar acá al municipio, por eso tiene una escuela de vereda, es como el SENA no tendrá que hacer una estructura en Montenegro, otra en Filandia... pues la idea es que se apoyen con las administraciones de ese momento ”

(Testimonio personal, Montenegro, 2024)

El desplazamiento, es una de las barreras que la población encuentra para lograr acceder a los servicios de formación, por lo cual estrategias de alternancia o instructores que viajen a territorio podrían apoyar y fortalecer a estos proyectos. No obstante, lo anterior expone que las mujeres del municipio de Montenegro con su organización y esfuerzo tienen la capacidad de transformar su entorno a través de micronegocios que se integran al sector turístico y a la economía popular.

A pesar de las dificultades, como las barreras de acceso a la formación y la infraestructura limitada, estas mujeres evidencian cómo el conocimiento, la cooperación y el apoyo de instituciones como el SENA pueden fortalecer sus iniciativas y mejorar la calidad de vida de sus familias. El desarrollo de sus proyectos productivos no solo responde a una necesidad económica, sino también a una capacidad de adaptación que caracteriza a la economía popular.

Turismo en Salento, una mirada a la intencionalidad para la creación de un micronegocio en el departamento

La población de la economía popular en Salento ha creado micronegocios en los que aprovechan el paisaje, la naturaleza y su historia para ofrecer servicios gastronómicos, turísticos, hoteleros, entre otros. Por ejemplo, Salento es reconocido por su gastronomía, lo que ha permitido a la población tener ingresos para sus familias.



Al respecto, una participante de los ejercicios de caracterización comenta.

“Yo preparo básicamente lo que es la trucha, aunque otros restaurantes hacen otros platos tradicionales como sus frijoles sancochos, yo no los hago por los años que tengo y el cansancio ya, bueno, la comida le da a uno la platica, el modo de vivir porque nadie va a dejar de comprarse un plato de comida por ir a comprar una artesanía u otra ropa la gastronomía es bueno, estoy dedicada a la trucha en sus muchas preparaciones”

(Testimonio personal, Salento, 2024)



La población crea micronegocios con el objetivo de obtener un sustento económico que les permita suplir sus necesidades básicas. A su vez, esto les permiten tener una vida más tranquila y en algunos casos ser parte de una economía popular desde el emprendimiento.

En Salento se observó, cómo desde el trabajo familiar y comunitario, la población se ha organizado y sus habitantes trabajan en micronegocios que ellos mismos construyen. De esta forma la población hace frente al desempleo con el autoempleo. Ellos manifiestan:

“Es que los hoteles han formado operadoras y hay operadoras que son independientes en el tema de hotelería. Entonces más o menos tenemos 30-35 operadores dentro del municipio, de las cuales cada una tiene un rol específico, cierto, de deporte de aventura como alta montaña, baja montaña, motociclistas, caballistas. aTodo transformado en el tema de operaciones que hemos hecho, empezar a hacer todas las capacitaciones para digamos mejorar la calidad y el servicio de esas que nos han llegado, e inclusive los que han llegado foráneos porque se nos han presentado problemas con foráneos. Entonces los que han llegado acá los he ido a visitar con apoyo de turismo, hacer un enlace que se metan dentro de la línea”

(Testimonio personal, Salento, 2024)

Teniendo en cuenta la variedad de micronegocios que se han venido mencionando a lo largo de la cartilla, es necesario entender que la economía popular es una economía de las clases populares; las cuales desde lo que tienen, crean proyectos productivos de diferentes niveles, unos con ingresos básicos y otros que pueden generar empleos.

Un análisis a los datos de escolaridad de la población de la economía popular en el departamento del Quindío

Una variable importante en la caracterización de la población de las economías populares es la escolaridad de las personas, ya que es un aspecto que incide en las formas de enseñanza y aprendizaje.

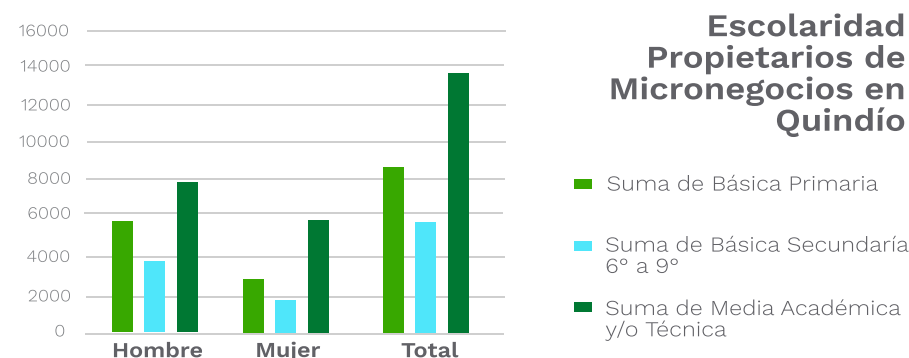
Además, puntualiza las necesidades de formación, los requisitos para acceder a los servicios de la entidad y ajustes que se pueden realizar según las necesidades identificadas.

Por lo anterior y con los resultados de EMICRON (DANE, 2024), de los 37.282 propietarios de micronegocios en Quindío, se puede resaltar los siguiente:

- 1 Un total de **8.354** personas lograron culminar la básica primaria, de esta población **5.498** son hombres (DANE, 2024).
- 2 Con respecto a la población que se graduó de la básica secundaria o grado 9°, se encuentra que son **5.402** personas, lo que equivale al **14,4 %** de propietarios de micronegocios. (DANE, 2024).
- 3 Finalmente, un total de **13.528** personas se graduaron de los tres componentes de la educación en Colombia, lo que representa el **36.2 %**, es decir, pudieron alcanzar el grado 11.º o educación media. Esta población corresponde a las personas que no continuaron sus estudios en programas técnicos, tecnológicos o educación superior (DANE, 2024).

Todos estos datos pueden ser observados en la siguiente gráfica de resultados.

Gráfica 4.



Fuente: Diseño propio a partir de EMICRON (DANE, 2024)

Lo anterior es un indicativo sobre una población que podría acceder especialmente a los servicios de formación técnica y tecnológica, para que el conocimiento se transforme en capital que les ayude a propietarios(as) y trabajadores de micronegocios para que sus proyectos productivos sean más sostenibles.

Distribución etaria de propietarios(as) y trabajadores de micronegocios en Quindío: un análisis a la fuerza de trabajo en el departamento

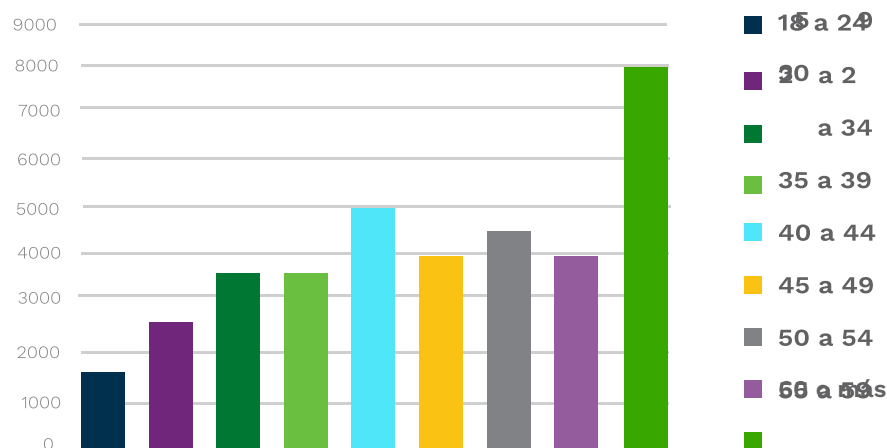
La última variable de la dimensión social por caracterizar, es la distribución por edad de la población que pertenece a la economía popular. A través de la observación directa en el trabajo de campo desarrollado en los municipios, se pudo evidenciar que en los micronegocios de comercio, servicios y manufactura trabaja población de todas las edades.



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

Gráfica 5.

Distribución Etaria Propietarios de Micronegocios en Quindío



Fuente: Diseño propio a partir de EMICRON (DANE, 2024)

En la anterior gráfica, se observan los resultados, de los cuales se destacan los siguiente puntos:

- La población de 60 años o más es la que presenta mayor cantidad de personas dueñas de micronegocios, con un total de **8.025 hombres y mujeres** (DANE, 2024).
- La población más joven, es decir, aquellos de entre 18 y 24 años, son los que tienen la menor propiedad de micronegocios, lo que puede indicar que en este grupo se encuentra la mayor cantidad de trabajadores empleados en las pequeñas unidades productivas. En el departamento, un total de **1.668 jóvenes son propietarios** (DANE, 2024).
- Se puede observar que, a diferencia de la población con menor y mayor edad, la distribución etaria en el resto se distribuye

de manera uniforme, lo que establece un promedio de **4.600 propietarios** por rango de edad.

Con lo anterior demuestra que, la mayoría de los propietarios de micronegocios son población que se encuentran en un rango mayor a los 45 años, resaltando que las estrategias de convocatoria deben ser pensadas para una población migrante digital, en otras palabras, que posiblemente no manejan las herramientas digitales con la misma facilidad que la población más joven.

Las estrategias de divulgación de la Entidad, debe tener en cuenta las herramientas de comunicación que más usa la población etaria.

De aquí parte la importancia de las estrategias utilizadas por el SENA a través de sus oficinas de comunicaciones, en relación con los programas de formación e inscripciones, lo cual, debería flexibilizarse en materia de la utilización de herramientas digitales y a la vez fortalecer la enseñanza en las mismas, una vez la población ingrese a la entidad.

Lo anterior resalta cómo las dinámicas de cooperación, solidaridad y organización comunitaria son fundamentales para la construcción de oportunidades dentro de los micronegocios en el Quindío. La población que lidera estos emprendimientos mayoritariamente es adulta, lo que refleja la capacidad de adaptación de la economía popular, sustentada en el trabajo colectivo de los miembros de la comunidad.

El fortalecimiento de las capacidades productivas y el reconocimiento de las mujeres como agentes clave en estos procesos son aspectos esenciales para promover la equidad social y la justicia económica.

La propuesta de formar a esta población de manera práctica y accesible, considerando sus conocimientos previos y el contexto territorial, es un claro ejemplo de cómo las economías populares buscan generar ingresos, empoderar a las personas, mejorar sus condiciones de vida y fortalecer el tejido social.

En este sentido, las economías populares se convierten en espacios económico, sociales a través de la cooperación y de organización comunitaria, que permiten enfrentar de manera colectiva los desafíos del territorio, como el acceso a la formación o las barreras digitales.



Dimensión Cultural

En un segmento poblacional se pueden identificar diferentes identidades culturales. Son rasgos cambiantes y se estructuran de forma colectiva o individual, así lo proponen autores como Olga Lucia 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, se tiene en cuenta que las actividades de las economías populares son tan diversas como su población y que contribuyen a definir o encajar dentro de una determinada identidad cultural dependiendo de cada oficio. Así los atributos culturales de un maestro artesano podrían ser diferentes a los de un comerciante minoritario.

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

Génova en el Quindío, exalta y reconoce el trabajo sus artesanos

Algunas de las experiencias encontradas entre los participantes de los grupos focales, relacionadas con la pregunta de: las formas de aprendizaje y las prácticas ancestrales, destacan el caso de las mujeres maestras artesanas del municipio de Génova.

“ Para los que no me conocen soy artesana, trabajo todo el tema de madera en el pueblo, ya hace un año pertenezco a la asociación del mercado campesino, pues me ha ayudado mucho. Llevo una experiencia de 10 años trabajando con artesanías. Muchos de los productos se venden acá en el mismo pueblo, en un local que tengo como al frente del hospital y otros productos al por mayor, como bateas que se manejan para Medellín, para Bogotá y para Río Negro ”

(Testimonio personal, Génova, 2024)

Junto a ella, también asistieron maestros artesanos que representan actividades como el trabajo y talla en madera, pinturas en óleo y juguetes con diferentes técnicas de tejido. Al respecto, es necesario puntualizar que según el estudio realizado por Artesanías de Colombia (2011) las actividades artesanales más representativas del municipio de Génova son: las manualidades, la carpintería y la ebanistería en madera.

La participación de maestras artesanas permitió reconocer a través de sus relatos que la actividad artesanal en el municipio y en el

departamento se está perdiendo. Manifestaron que no hay jóvenes interesados en aprender los oficios, teniendo en cuenta que no perciben grandes ingresos económicos ni un reconocimiento por la labor.

Con respecto a los ingresos económicos, un estudio realizado por Artesanías de Colombia (2020) determinó que, dentro de la población por el desarrollo de actividades artesanales en el departamento, **el 32,9 % obtienen menos de 1 salario mínimo.**

En cuanto a la visibilidad de sus productos, existe una percepción general entre las y los participantes, quienes mencionan que hay deficiencia de espacios dedicados a ofrecer sus productos. El municipio no cuenta con un punto donde el turista pueda encontrar artesanías y recomiendan generar un espacio alrededor del parque central que fortalezca estas actividades de comercio popular, aprovechando que el municipio hace parte de la ruta cafetera, la cual trae consigo visitantes.

Lo anterior representa una oportunidad para el SENA, que, a través de sus servicios institucionales, puede fortalecer habilidades que permitan a los artesanos desarrollar estrategias para incrementar sus ingresos.



Adicionalmente, a través del Fondo Emprender se podrían flexibilizar los requisitos, para facilitar el acceso de la población de la economía popular a sus beneficios. En este sentido, las maestras artesanas señalan que, aunque cuentan con una amplia experiencia en su labor, enfrentan constantes dificultades económicas que limitan el avance de sus proyectos.

Es importante reconocer que 83 % de los artesanos en el Quindío son independientes y solo el 7,5 % pertenece a una asociación (DANE, 2024). Por ello, sería pertinente ofrecer una formación que les fortalezca los procesos cooperativos, permitiéndoles consolidarse como una economía solidaria, de tal manera que puedan acceder a créditos asociativos.

La actividad artesanal en el municipio y el departamento es poco reconocida, generando entre los jóvenes un constante desinterés por aprender la labor que preserva la historia cultural de un pueblo. Por lo anterior la comunidad requiere algunos procesos formativos que posibiliten la creación de planes que mejoren los ingresos y reconozcan los saberes. Estrategias que podrían ayudar a que se mantengan las tradiciones por medio de obras artísticas.

En la dimensión cultural, la actividad artesanal constituye un elemento fundamental para la preservación de la identidad y la historia de las comunidades, por lo que debe seguir siendo cultivado, especialmente en municipios como Génova, Quindío.



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

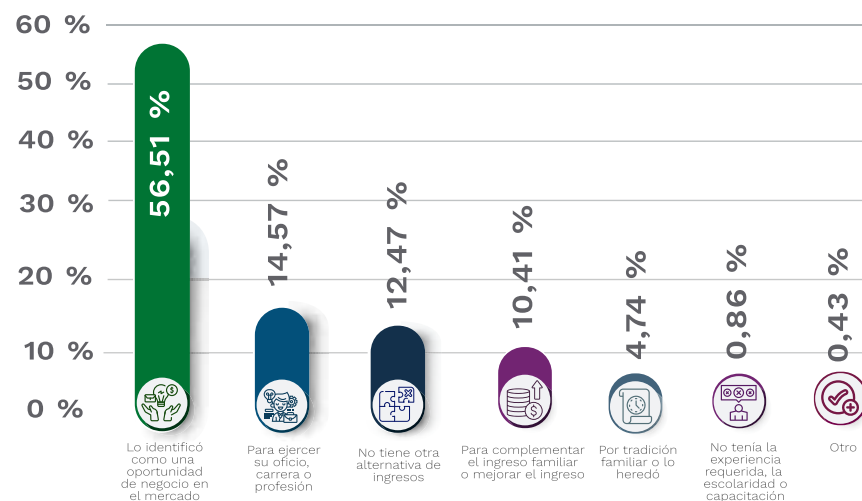
Los trabajadores de las economías populares se desempeñan en unidades productivas de menor escala, primordialmente de manera autónoma, en función de satisfacer las necesidades básicas (Coraggio, 2011).

La población de las economías populares ejercen su actividad de manera unipersonal, en familia, en micronegocios o microempresas. Es común encontrar, en la práctica, a hombres y mujeres que, dependiendo de los contextos locales y regionales, desempeñan simultáneamente dos o más ocupaciones. Esto se ve influenciado, entre otros aspectos, por la informalidad, las fuentes de financiación no convencionales y las carencias de formación (DNP, 2023; Razeto, 1999).

La EMICRON presenta los siguientes resultados con relación a la intencionalidad de un micronegocio en Quindío (DANE, 2024).

Gráfica 6.

Motivo Creación de Micronegocio en Quindío



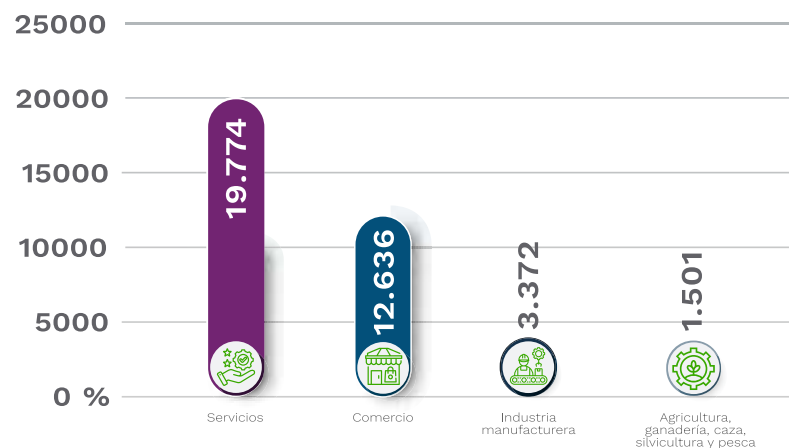
Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE, 2024)

Según EMICRON (DANE, 2024) en el departamento del Quindío, el 56,51 % de la población reporta que la principal intencionalidad para la creación de un micronegocio, es aprovechar una oportunidad de negocio. Esta información coincide con lo observado en el municipio de Salento, donde la oferta del SENA puede desempeñar un papel clave para promoción y expansión de los micronegocios, facilitando nuevas formas de ingresos y puestos de trabajo.

Además, según la EMICRON, en este departamento la distribución de micronegocios por sector se encontró una predominancia en los que surgen del sector servicios, con casi 20.000 propietarios, seguido del sector comercio, y con una gran diferencia, el tercer lugar es el de manufactura (DANE, 2024).

Gráfica 7.

Número de Micronegocio en Quindío por actividad económica



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

Sector servicios

De acuerdo con el DANE (2024), hacen parte del sector servicios, aquellos micronegocios encaminados a generar o a poner a disposición de personas, hogares o empresas una amplia gama de productos intangibles, que cambian las condiciones de las unidades que los adquieren.

Poseen una diversidad de características de acuerdo con las necesidades de quienes los solicitan. Estos micronegocios representan el 53 % del total de los micronegocios del departamento, que son en total 19.774 unidades productivas.

Propietarios de micronegocios en el sector Servicios

Tipos de propietarios

En este aspecto, se observa que el **92 %** de los propietarios de micronegocios del sector servicios en el Quindío son **trabajador por cuenta propia** (DANE, 2024). Esto significa que de ellos depende la realización de todos los trabajos derivados de su actividad productiva, y más aún, que sus ingresos diarios son fundamentales para la subsistencia de sus familias.

Este es un aspecto relevante para el SENA, teniendo en cuenta que, los horarios de participación en los servicios de formación deben ser lo suficientemente flexibles para que la población pueda seguir desarrollando sus actividades económicas.



Subsectores del sector servicios en la regional

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

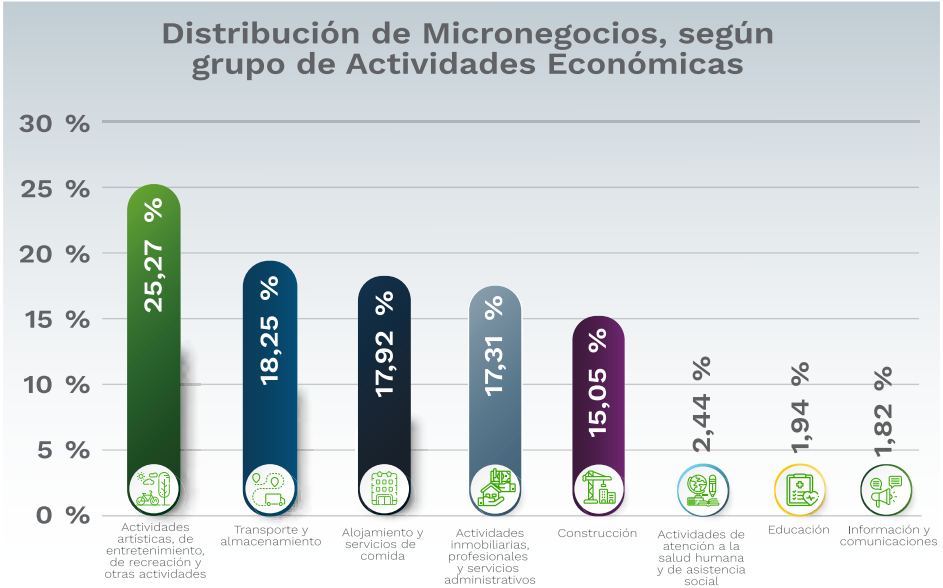
Tabla 3.

Subsectores del sector servicios en la regional	
Sector	Subsector
Servicios	Alojamiento y servicios de comida
	Actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación, entre otras.
	Educación
	Actividades de atención a la salud humana y de asistencia social
	Construcción
	Actividades inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos
	Transporte y almacenamiento
	Información y comunicaciones

Fuente: Elaboración propia a partir de DANE (2024)

Con respecto a esta clasificación de los subsectores, de acuerdo con el siguiente gráfico, las actividades económicas de servicios que tienen mayor relevancia en el departamento son: **actividades artísticas y de entretenimiento** con un 25,27 % de participación, **transporte y almacenamiento** con el 18,25 % **Alojamiento y servicios de comida** con el 17,92 % (DANE, 2024).

Gráfica 8.



Fuente: Elaboración propia en base EMICRON (DANE, 2024)

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

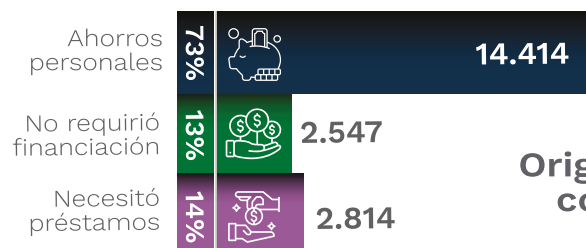


Tiempo de funcionamiento del micronegocio en el departamento

De acuerdo con los resultados de EMICRON, en esta variable determina que, en el Quindío, el 46 % de los micronegocios del sector servicios tiene diez o más años de funcionamiento. El 19 % tiene entre cinco y diez años, y el 35 % restante menos de cinco años de funcionamiento (DANE, 2024).

Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

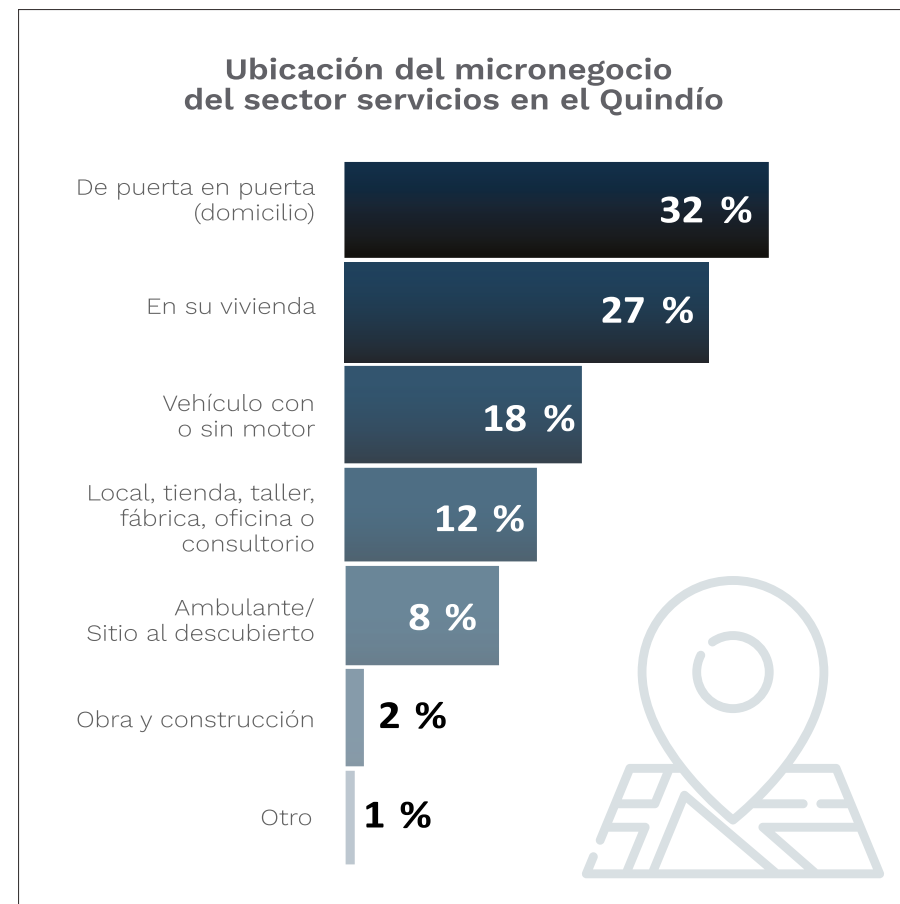
Gráfica 9.



Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio



Gráfica 10.



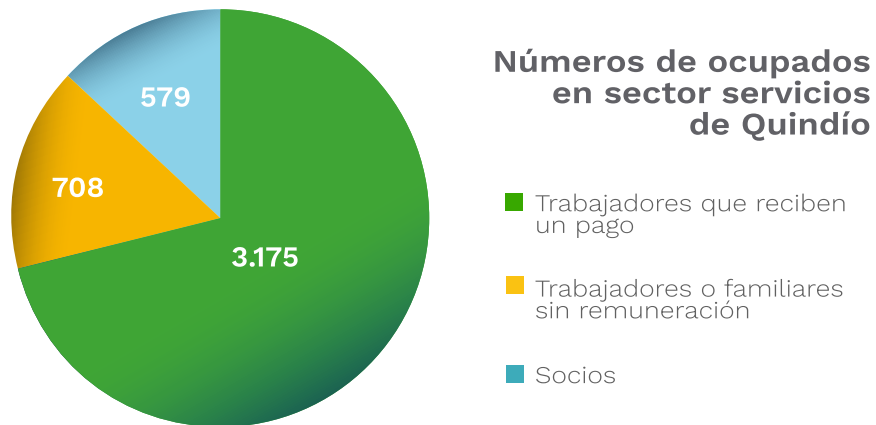
Fuente: Elaboración propia a partir de DANE (2024)

Personas ocupadas en los micronegocios del sector servicios en el departamento

Aunque la mayoría de micronegocios del sector servicios en el Quindío, tienen una estructura unipersonal, es decir solo trabaja el propietario, existe un porcentaje de micronegocios que ocupan a la población popular con o sin remuneración.

Basados en los datos de EMICRON (DANE, 2024) se encontró lo siguiente:

Gráfica 11.



De estos resultados se puede deducir que, los propietarios de micronegocios, a pesar de poseer unidades productivas pequeñas, con limitados recursos económicos y con diferentes condiciones, tienen dinámicas que les permiten ocupar a otra parte de la población, en este caso a un total de 4.661 personas (DANE, 2024).

Sector comercio

De acuerdo con la EMICRON (DANE, 2024), hacen parte del sector comercio, aquellos micronegocios que realicen reventa sin transformación. Los micronegocios enfocados en este sector representan el 34 % del total de los micronegocios del departamento, con un total de 12.636 unidades productivas.



Propietarios de micronegocios en el sector comercio

Tipos de propietarios

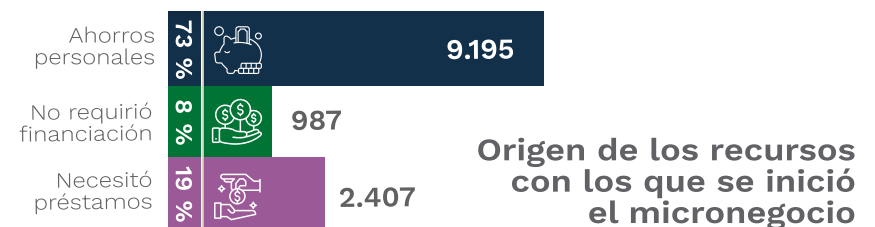
La mayoría de propietarios de micronegocios del sector comercio en el departamento son reconocidos como trabajador por cuenta propia, llegando a un total de 11.609 personas que representan el 92 % de propietarios de micronegocios (DANE, 2024). Esto significa que ellos son los responsables de la compra y venta de los productos que comercializan y de las demás dinámicas realizadas como la contabilidad, el flujo de caja, entre otras.

Tiempo de funcionamiento del micronegocio en el departamento

En esta variable se encontró que en el departamento el 42 % de los micronegocios del sector comercio tiene diez o más años de funcionamiento, el 20 % tiene entre cinco y diez años y el 38 % restante cuenta con menos de cinco años de existencia (DANE, 2024).

Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

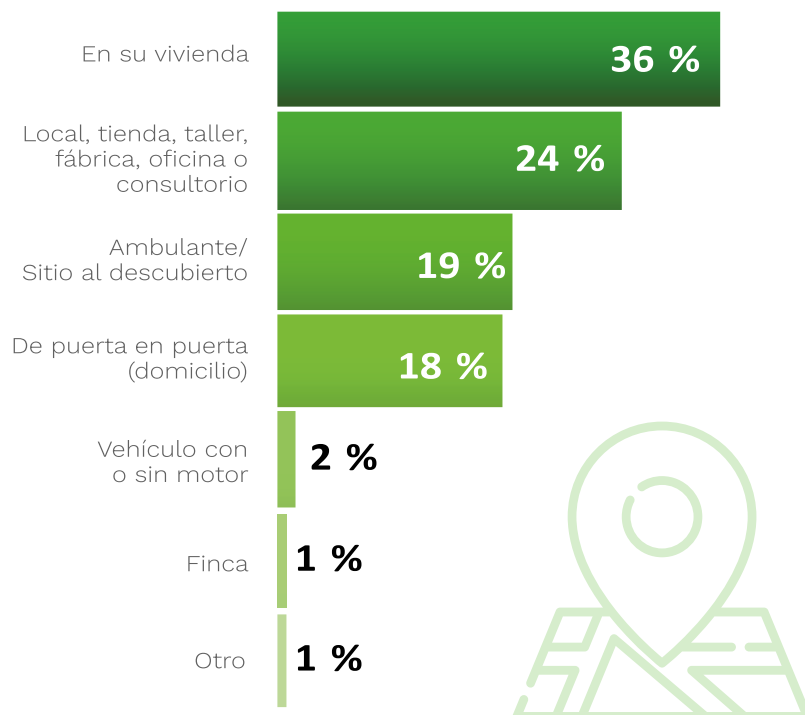
Gráfica 12.



Ubicación del micronegocio del sector comercio en el departamento

Gráfica 13.

Ubicación del micronegocio del sector comercio en el Quindío

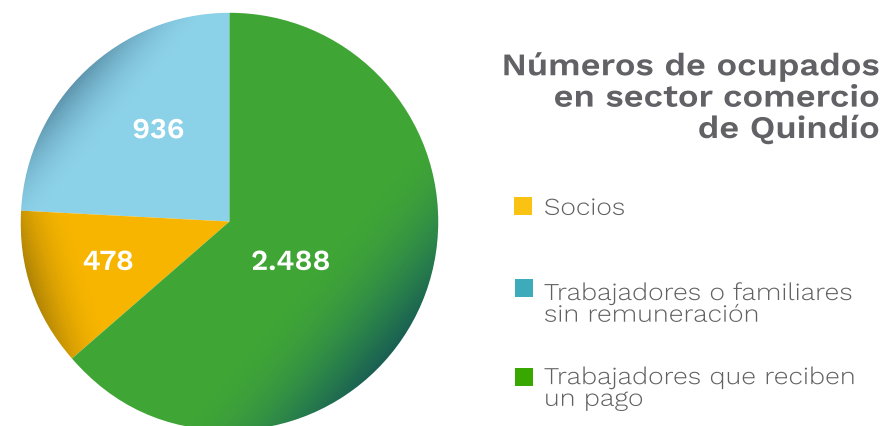


Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE, 2024)

Personas ocupadas en los micronegocios del sector comercio en el departamento

Basados en los datos de EMICRON (DANE, 2024), se encontró lo siguiente con respecto al número de ocupados del sector servicios en el Quindío:

Gráfica 14.



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

De estos resultados se destacan que los propietarios de micronegocios, a pesar de tener unidades productivas pequeñas, ocupan a 3.902 personas (DANE, 2024).

Sector manufactura

De acuerdo la EMICRON (DANE, 2024), hacen parte de la industria manufacturera, aquellos micronegocios con actividad económica dedicada a la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos.

Las materias primas provienen de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras.

Propietarios

Tipos de propietarios

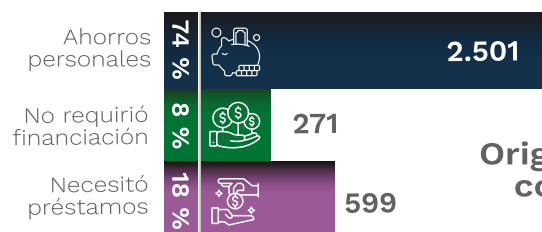
De acuerdo con la EMICRON, los resultados de esta sección son similares al sector comercio y servicios, encontrando que el 86 % se reconocen como trabajador por cuenta propia, lo que representa unas 2.895 personas. El otro 14 % se reconocen como patrón o empleador, unas 476 personas (DANE, 2024).

Tiempo de funcionamiento de los micronegocios del sector manufacturero

EMICRON, además reporta que el 54 % de los micronegocios tienen diez o más años de funcionamiento, el 18 % es de cinco a menos de diez años, y el 28 % restante tiene menos de cinco años de funcionamiento (DANE, 2024). En este sector es importante el número de micronegocios con un tiempo de funcionamiento mayor a los cinco años, tiempo que es sinónimo de experiencia y solidez.

Origen de los Recursos con los que se inició el Micronegocio

Gráfica 15.



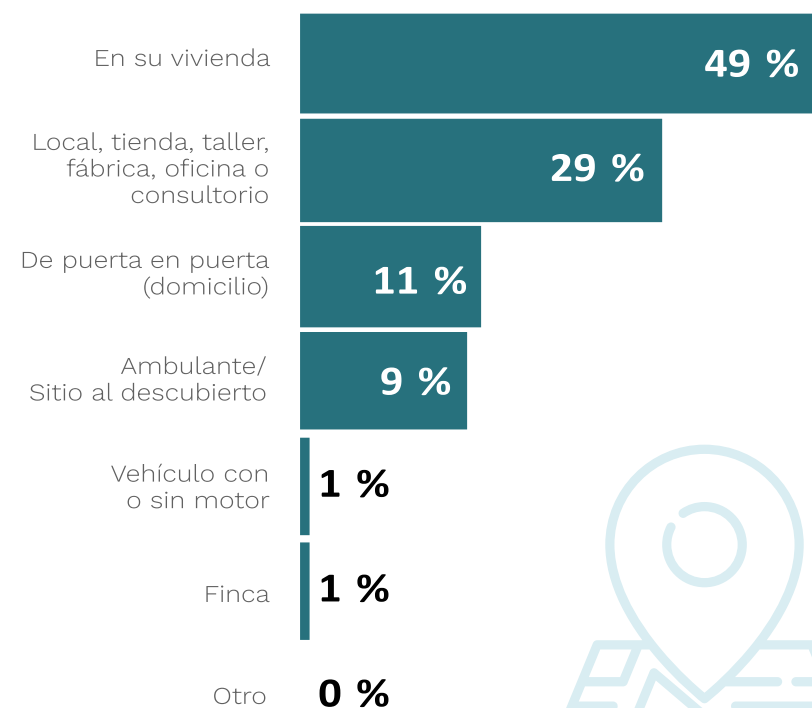
Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

En este aspecto, es necesario resaltar que solo 7 propietarios de micronegocios recibieron capital semilla (DANE, 2024), lo que indica que es una población potencial de poder beneficiarse de los programas de apoyo al emprendimiento.

Ubicación del micronegocio del sector manufactura en el departamento

Gráfica 16.

Ubicación del micronegocio del sector manufactura en el Quindío



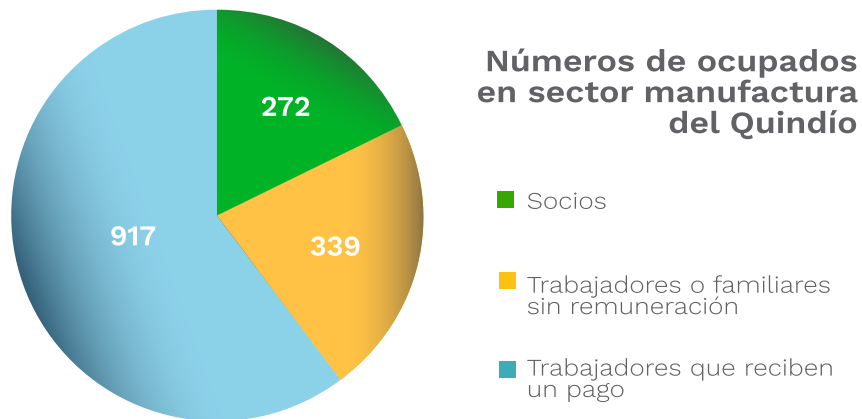
Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE, 2024)



Personas ocupadas en los micronegocios del sector manufactura en el Quindío

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

Gráfica 17.



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

En la anterior gráfica, se puede observar que el sector manufacturero reporta alrededor de 1.528 personas ocupadas, de las cuales la mayoría recibe un pago por su trabajo.

Se puede concluir que los sectores de comercio, manufactura y servicios son claves en las dinámicas de la población que pertenece a las economías populares, especialmente al sector servicios, el cual presenta el mayor número de propietarios y de ocupados en el departamento.

Las estrategias de apoyo al emprendimiento podrían convertirse en un eje para mejorar la calidad de vida de esta población, permitiéndole desarrollar sus actividades productivas en lugares diferentes a sus propias viviendas, además de crear espacios que les permitan especializar el trabajo y compartir con sus seres más cercanos.

Dimensión organizativa

La población de la economía popular 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 premisas de la autogestión y el favorecimiento de intereses comunes, en algunos casos surge la necesidad de organizarse para garantizar la sostenibilidad de los ejercicios productivos.

Autores como José Luis Coraggio (2004; 2011) sostienen que el desarrollo de redes y la cooperación permiten a la economía popular resistir y sostenerse en el tiempo, ofreciendo alternativas frente a la precariedad.



Se debe considerar la importancia y relación entre la autonomía y la solidaridad en las unidades productivas de menor escala, para Luis Razeto (1999) a quién se le atribuye acuñar el término de “economía popular y solidaria”, la necesidad y la adversidad propician la asociación.

Bajo el concepto del factor C, para Razeto, la solidaridad se materializa mediante los ejercicios de compañerismo, cooperación, comunidad, compartir, comunión, colectividad, carisma y colaboración.

Organización comunitaria en Salento y Montenegro: un ejemplo del trabajo cooperativo en la economía popular

Las comunidades de Salento y Montenegro se han organizado para ofrecer servicios a los turistas, de forma que, a través de la gastronomía, el hospedaje, las artesanías y las travesías, generan ingresos que les permite sostener a sus familias.

Lo anterior es una conclusión derivada de los ejercicios de caracterización realizados con la población, teniendo en cuenta que los participantes explicaron cómo han aprovechado las oportunidades que tienen al ser municipios con un alto flujo de visitantes.

Uno de los participantes en Salento, expuso cómo se organizaron para ofrecer travesías a caballo o en bicimontañismo, de forma que los operadores ofrecen distintos servicios a los visitantes.

“ En porcentajes, básicamente un 30 % lo manejan los servicios de cabalgatas. Otro porcentaje lo está manejando en el tema de bicicletas, que ahora es un fuerte, para el volcán Machín, la carbonera y otros están manejando el tema de baja y alta montaña en el Parque Nacional Natural Los Nevados

(Testimonio personal, Salento, 2024).



Otro relato, explica cómo aprovecharon la tradición y trabajo cafetero para ofrecer transporte a los turistas en los carros tradicionalmente utilizados para el transporte de carga de cosechas campesinas.

“ Lo otro lo han formado directamente en el tema de transportes especiales. También ellos tienen transportes especiales. Aquí hay 40 transportadores unidos a una asociación que trabajan con los tradicionales Jeep Willis, que también tienen ya una operadora para poder también trabajar desde ahí. Entonces digamos que todo está muy organizado

(Testimonio personal, Salento, 2024).

Es importante reconocer que la organización y el trabajo cooperativo permiten a la población de las economías populares ofrecer servicios especializados para mejorar sus condiciones de vida, además reduce la competencia, y establece mejores precios a los servicios ofrecidos. El ideal es que sean parte de una economía solidaria, teniendo en cuenta que son una misma comunidad, que se conocen, que comparten y tienen lazos que permiten dinámicas más sostenibles. Aunque llegar a las economías solidarias implica un proceso que va desde el conocimiento de las personas y el reconocimiento de las ventajas del trabajo colaborativo.

En Montenegro la comunidad explica cómo crean engranajes para poder recomendar los servicios de su misma comunidad. En ese sentido, tienen una estructura para recomendar los hospedajes, la guianza, etc. Al respecto un participante mencionó:

“ Hay actividades en los hospedajes, entonces a veces necesitan, en el caso mío necesitan un guía, entonces llaman y uno ya les presta el servicio o en el otro caso las agencias lo llaman a uno, les recomiendan un hotel, le recomiendan una actividad, entonces eso es... Y uno puede buscar cómo llegar a todas esas personas y a nosotros como finca nos ha pasado mucho eso que no solo en las redes sociales porque se dan un poco importante, pero también el turista que llega y se hospeda en un hotel. Hay 2 o 3 hoteles muy cerca y se hospedan y nos mandan las personas llegan allá, nos recomendaron el Tour de ese hotel ”

(Testimonio personal, julio 2024).

Con este engranaje colaborativo, pueden llegar a un mayor número de turistas ofreciendo un paquete de servicios que no se concentra en una sola persona, sino que es propiedad de la comunidad, estos ejemplos son el camino referido hacia la economía popular solidaria (Coraggio, 2011).

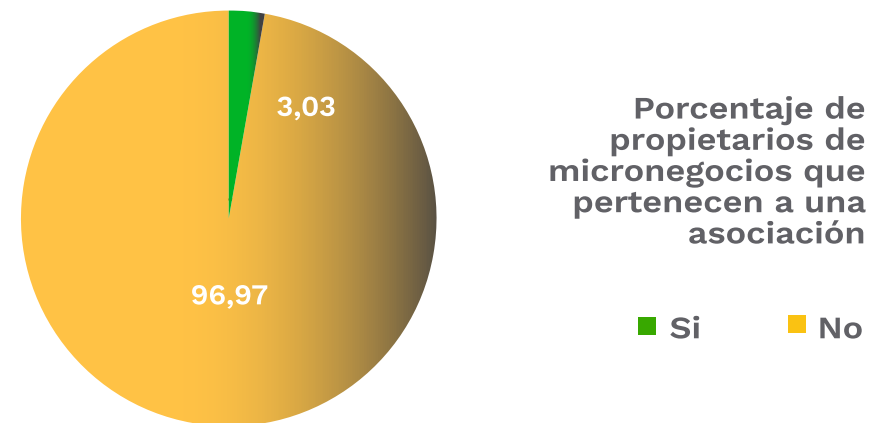
En estos municipios se encuentran diferentes casos de trabajo cooperativo y asociativo en la población que pertenece a la economía popular. Con respecto a los datos reportados en EMICRON para el departamento, se encontró que no es un interés común en la población, en ese sentido se observa en la siguiente gráfica que solo 3,03 % indicaron pertenecer a una asociación (DANE, 2024).



En estos municipios se encuentran diferentes casos de trabajo cooperativo y asociativo en la población que pertenece a la economía popular.

Con respecto a los datos reportados en EMICRON para el departamento, se encontró que no es un interés común en la población, en ese sentido se observa en la siguiente gráfica que solo 3,03 % indicaron pertenecer a una asociación (DANE, 2024).

Gráfica 18.



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

Estos datos, junto con las ventajas que la población expresa con respecto a las oportunidades del trabajo colaborativo, permiten entender que el fomento de un trabajo articulado en la comunidad contribuye directamente a mejorar las condiciones de calidad de vida.

Por ello, la oferta de servicios de la Entidad debe operar en articulación con el propósito de fomentar el trabajo cooperativo y asociativo, buscando que la población de la economía popular sea también parte de una economía solidaria.

Además, la formación debe ser el eje estratégico que facilite el acceso a los servicios de apoyo al emprendimiento.

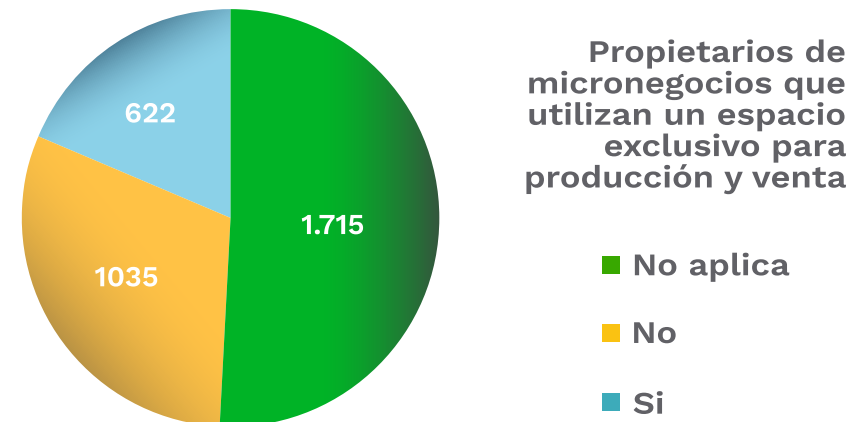
Lugar de producción y venta del producto que se comercializa

Con respecto a la producción de las artesanías, las participantes de los grupos focales mencionaron que las elaboran en un lugar específico que destinan en su propio hogar para luego comercializar sus productos, la mayoría por pedido o en los días de más afluencia turística.

Por otro lado, con respecto a los servicios de hospedaje, los participantes dijeron que sus posadas u hoteles son el resultado de la adaptación de casas tradicionales cafeteras, de esta forma, incorporan suficientes habitaciones para poder alcanzar un punto de equilibrio en su emprendimiento.

En relación con la información reportada en el departamento a través de los resultados de EMICRON (DANE, 2024), se describe cómo los propietarios de micronegocios "No utiliza un espacio exclusivo" para la producción y comercialización.

Gráfica 19.



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

El fenómeno observado en las comunidades de Salento y Montenegro resalta la importancia de la dimensión asociativa dentro de la economía popular. La iniciativa de estas comunidades para ofrecer servicios turísticos a través de la gastronomía, el hospedaje y actividades recreativas, no solo evidencian un aprovechamiento efectivo de los recursos locales, sino que también reflejan un proceso de autoorganización y cooperación.

El relato de los participantes reveló cómo han logrado estructurar un sistema colaborativo que permite diversificar la oferta turística. La referencia a los servicios de cabalgatas y bicicletas como actividades organizadas y coordinadas por los habitantes ilustra la creación de redes locales que fomentan el trabajo conjunto.



Además, el enfoque en las tradiciones locales, como el uso de carros de carga para el transporte de turistas, demuestra que el patrimonio cultural puede integrarse en un modelo económico viable, respetando las dimensiones territoriales y culturales de la comunidad.

Dimensión ambiental

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

La relación entre el medioambiente y la economía popular y solidaria es de suma cercanía, ya que esta no exige la sobredemanda de recursos naturales y sus fines son producir lo necesario para la solución de necesidades básicas de su población y no la sobreproducción ni la acumulación sin límite

(Coraggio, 2004).

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

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

Dentro de los aspectos que contribuyen a garantizar la sostenibilidad de los micronegocios y actividades de 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).

En los espacios de diálogo que se tuvo con la población, algunos propietarios de micronegocios dijeron que se esfuerzan por respetar las relaciones con su entorno, por ejemplo, las maestras artesanas mencionan que, para sus creaciones, trabajan con maderas recicladas para disminuir la tala de plantas.



Yo no compro madera que no sea 100 % talada de acá y yo reciclo todo lo del palo. A mí me sirve desde la raicita, desde el palito chiquito, hasta la troza grande si me entiendes con los palitos pequeños

(Testimonio personal, Montenegro, 2024)

La población menciona que también se organizó para proteger sus áreas naturales, de tal manera que puedan crear cerramientos que limitan el acceso de turistas.



Se les ha tratado de concientizar sobre el problema que tenemos cuando no hay encerramiento de bosque, encerramiento de humedades, porque la mayoría tenemos para el momento el cerramiento de bosque, de humedal, estamos en áreas protegidas. Se ha trabajado muy bien, tenemos un grupo que ha trabajado mucho acá en Génova, hace más de 23 años que ha trabajado acá sobre el medio ambiente y ellos han trabajado en la parte alta y sí nos han dado muchos recursos, ellos nos han hecho encerramientos de potreros, encerramiento de bosques, encerramiento de humedales

(Testimonio personal, Génova, 2024)

Es importante destacar que el turismo en esta región aumenta con el paso del tiempo, generando un impacto ambiental negativo. Además, en los tres municipios se desarrollan actividades de economía popular relacionados con guianza hacia zonas de reserva, lo que produce un deterioro de los ecosistemas que albergan un importante número de especies propias y afectan los servicios ambientales que proveen a otra parte de la población.

Por ello, la oferta de servicios del SENA debe fortalecer la certificar competencias en prácticas de desarrollo sostenible, las cuales permitan el bienestar económico de las poblaciones a la vez que protegen la vida ecosistémica.

Adicionalmente, en los grupos focales se identificó la necesidad de formación y certificación en guianza y turismo ecológico, por lo cual se entiende que aún existe desconocimiento hacia estos ecosistemas.





En conclusión, se encontró que existe el interés, por parte de la comunidad, para proteger las zonas de reserva y la naturaleza en general, pero también que no cuentan con formación y certificación que les permita aplicar estrategias y conocimientos para cumplir con la normativa ambiental.

Las comunidades de Génova, Salento y Montenegro están en un proceso de construcción de una economía popular que busca equilibrar el desarrollo económico con sostenibilidad ambiental. A través de la organización comunitaria y el respeto por los recursos naturales, estas poblaciones trazan un camino hacia un futuro más resiliente y consciente de su entorno.

Conclusiones

Dimensión Social

- Alrededor del 35 % de propietarios de micronegocios en el departamento solo estudiaron algún grado de la básica primaria lo que indica que no han podido acceder a formación complementaria que les ayude a mejorar las condiciones de vida.
- Aunque el nivel educativo de los propietarios de micronegocios varía, la mayoría tiene educación básica primaria o secundaria.
- La necesidad de formación en áreas como marketing y ventas es evidente, ya que muchos de los propietarios de micronegocios carecen de herramientas para la sostenibilidad de sus emprendimientos.

Dimensión Cultural

- Las maestras artesanas del municipio de Génova perciben un bajo reconocimiento en su labor, lo cual ha generado una desmotivación por parte de la población juvenil para aprender estos oficios.
- La pérdida progresiva de la actividad artesanal de este oficio debido a la falta de reconocimiento y a los bajos ingresos percibidos por los artesanos pone en riesgo estas prácticas ancestrales.

Dimensión Productiva

- La mayoría de la población de la economía popular en el departamento centra sus actividades productivas en el sector de servicios, lo cual representa aproximadamente 20.000 personas propietarias de micronegocios.
- El 56.51 % de los propietarios de micronegocios en el departamento han creado sus unidades productivas aprovechando oportunidades de negocio. Esto es especialmente evidente en los municipios priorizados, donde muchos micronegocios se desarrollan en torno al turismo generado por atractivos locales como el Parque del Café y los parques naturales. Este dato resalta la importancia de apoyar iniciativas locales vinculadas al turismo sostenible, para fortalecer el impacto económico en estas comunidades.



- Más de 55 % de propietarios de micronegocios en el departamento manifiestan que desarrollan sus actividades productivas y de comercialización en su propia vivienda.
- La importancia de aunar esfuerzos entre las diferentes entidades y fomentar la participación activa en mesas de trabajo interinstitucionales es crucial para el éxito de los proyectos que benefician a la población.

Trabajando de manera articulada, se pueden diseñar y ejecutar iniciativas que trasciendan más allá de los periodos de gobierno local, asegurando la continuidad y la sostenibilidad de las acciones en beneficio de la comunidad.

Esta colaboración no solo mejora la eficiencia y el impacto de las políticas públicas, sino que también refuerza el compromiso y la responsabilidad compartida de todos los actores involucrados.

- El sector servicios, al ser el más representativo en términos de unidades productivas y generación de empleo, destaca por su potencial para impulsar el desarrollo económico local. Sin embargo, la mayoría de los micronegocios enfrentan limitaciones estructurales, como la dependencia de ingresos diarios y la falta de acceso a recursos financieros.

Dimensión Organizativa

- En los municipios priorizados se evidenciaron casos en los cuales el trabajo colaborativo es un aliado de la población de la economía popular, pero esto parece no ser común en el departamento debido a que los resultados evidencian una baja participación de los propietarios de micronegocios en cooperativas o asociaciones a través de la EMICRON.

- El autoaprendizaje es una forma en la cual propietarios de micronegocios aprendieron a desarrollar sus actividades productivas en el departamento, por lo cual son conocimientos que no se han certificado.
- La implementación de programas de formación y estrategias de articulación que promuevan el trabajo asociativo puede convertirse en un pilar para impulsar la transición hacia una economía popular solidaria, mejorando las condiciones de vida y ampliando las oportunidades de desarrollo local.
- La organización comunitaria y el trabajo cooperativo son fundamentales para fortalecer la dimensión organizativa de las economías populares. Estas dinámicas permiten que la población aproveche las oportunidades económicas de manera sostenible, creando redes solidarias que benefician tanto a los individuos como a la comunidad en general.

Dimensión Ambiental

- A pesar de los beneficios económicos que el turismo aporta a la región, existe preocupación entre algunos productores locales sobre la posibilidad de una afluencia masiva de visitantes que pueda desplazar la producción agropecuaria tradicional.

Recomendaciones

para el impulso de la economía popular desde la oferta de servicios SENA

- **Ampliar la oferta de cursos relacionados con la asociatividad, el cooperativismo y el marketing digital**, con enfoque especial en los sectores de comercio y servicios.
- **Crear programas cortos y modulares** diseñados específicamente para poblaciones campesinas, mujeres emprendedoras y jóvenes rurales que puedan ser accesibles debido a las dificultades de desplazamiento.
- **Ofrecer programas virtuales y semipresenciales** para facilitar el acceso a la formación en zonas rurales.
- **Crear jornadas de certificación en las zonas rurales** para facilitar el acceso a estos programas sin necesidad de desplazarse a las cabeceras municipales.
- **Implementar estrategias que promuevan la formación y certificación de saberes** y generen espacios de comercialización y visibilización de sus productos.
- **El SENA, puede desempeñar un papel clave en la consolidación de una economía solidaria** para los artesanos y artesanas, promoviendo su integración en mercados más amplios y fomentando el reconocimiento de su invaluable aporte cultural.
- **Promover alianzas con asociaciones locales** para identificar a los trabajadores que pueden beneficiarse de la certificación de saberes.



- **Promover la creación de empresas turísticas locales** a través de formación en emprendimiento en este sector.
- **Ofrecer programas dirigidos a emprendedores y emprendedoras rurales que les enseñen la utilización de plataformas de venta en línea**, redes sociales y diferentes medios digitales para la comercialización de sus productos.
- **Buscar estrategias de divulgación e inscripción alternativas** que diversifiquen las formas de acceso a los servicios para la población que no maneja medios tecnológicos.
- **Fomentar el desarrollo de ferias comerciales con el trabajo interinstitucional** para que la población del departamento pueda mejorar su productividad.
- **Ser un eje de relacionamiento con diferentes entes gubernamentales** para brindar atención integral a la población de la economía popular y mejorar su calidad de vida.

Índice de siglas

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

Glosario

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

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

Caracterización: Es un ejercicio investigativo con el 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 tanto bienes como servicios, a través de proyectos en apuestas estratégicas intersectoriales y la consolidación de encadenamientos productivos entre regiones y con el mundo, para contribuir con el desarrollo territorial y al cierre de brechas en la economía

Sector manufactura: la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos. Los materiales, sustancias o componentes transformados son materias primas procedentes de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la

explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras. La alteración, la renovación o la reconstrucción de productos se consideran por lo general actividades manufactureras.

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

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

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

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

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

Referencias

- Artesanías de Colombia (2011). La ruta de los artesanos del Quindío. Laboratorio de Artesanía de Colombia. Armenia, Quindío. <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/5073/1/INST-D %202011. %201.pdf>
- Artesanías de Colombia (2020). Características sociodemográficas de la población artesanal de Quindío [Infografía]. Armenia, Quindío. <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/5068/1/INST-D %202020. %2073.pdf>
- Acuerdo 890 de 2023 [Consejo de Bogotá]. Por medio del cual se reconocen las ocupaciones y los actores de la economía popular, se crea la alianza público popular como instrumento de reactivación económica, se articulan los sistemas de información, y se dictan otras disposiciones. 27 de marzo de 2023. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=139501>
- Conesa, V. (2003). Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental (2.a ed). Ediciones Mundi-Prensa.
- Coraggio, J. L. (2004). La gente o el capital: desarrollo local y economía del trabajo. Ediciones Abya Yala. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/ciudad/20180103040333/gente.pdf>
- Coraggio, J. L. (2011). Economía social y solidaria: trabajo antes que capital. Ediciones Abya-Yala. <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos %20para %20descargar/economiasocial.pdf>
- Coraggio, J. L. (2016). La economía social y solidaria (ESS): niveles y alcances de acción de sus actores. El papel de las universidades. En J. L. Coraggio, J. L. Laville, I. Hillenkamp, I. Farah, J. Jiménez, S. Vega, L. Guridi y J. C. Pérez (Eds.). Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. (pp. 15-38). Ediciones Hegoa https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos %20para %20descargar/Libro_ESS.pdf
- Coraggio, J. L. (2020). Economía social y economía popular: conceptos básicos. Contribuciones de concejeres. Universidad Nacional General Sarmiento. Buenos Aires, Argentina. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/coraggio.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2022). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 4 adaptada para Colombia. https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev_4_AC2022.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (31 de mayo 2024). Boletín Técnico Encuesta de Micronegocios – EMICRON Año 2023. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/bol-EMICRON-2023.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Presentación Encuesta de Micronegocios, Resultados Generales Año 2023. <https://www.dane.gov.co/filCkes/operaciones/EMICRON/pres-EMICRON-2023.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Anexo Total Nacional – EMICRON año 2023. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/anex-EMICRON-2023.xlsx>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Censo Económico Nacional Urbano – CENU 2024. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/censo-economico-de-colombia>

- Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (mayo de 2023). Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026, Colombia: Potencia Mundial de la Vida. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida.pdf>
- Gobernación de Quindío. (2024). Departamento del Quindío. <https://quindio.gov.co/inicio-turismo/inicio-turismo-quindio>
- Hillenkamp, I. (2016). ¿Innovar para sostenerse? Representaciones y prácticas de Economía Popular Solidaria en América Latina. En J. L. Coraggio, J. L. Laville, I. Hillenkamp, I. Farah, J. Jiménez, S. Vega, L. Guridi y J. C. Pérez (Eds.). Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. (pp. 65-82). Ediciones Hegoa https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos %20para %20descargar/Libro_ESS.pdf
- Ley 99 de 1993. (1993, 22 de diciembre). Congreso de la República. Ley General Ambiental de Colombia. Diario oficial No 45.196. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=297>
- Ley 119 de 1994. (1994, 9 de febrero). Congreso de la Republica. Ley Reestructuración del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA. Diario oficial No. 41.216. Ley-119-de-1994-Gestor-Normativo
- Molano, O. L. (2007a). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Opera, (7), 69-84. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126>
- Parque del café (2023). Informe de gestión del año 2023. <https://parquedelcafe.co/wp-content/uploads/2024/04/3.-Informe-de-gestion-2023.pdf>
- Razeto, L. (1999). La economía de solidaridad: concepto, realidad y proyecto. https://base.socioeco.org/docs/razeto_la_economia_de_solidaridad_06.pdf
- Roig, A. (2017). La economía popular como fuente de derechos sobre lo público. En Giraldo, C. Economía popular desde abajo (pp- 23-44). Ediciones desde abajo.
- Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA]. (2023, 29 de agosto). Lanzamiento de la estrategia nacional 'Full Popular' 2023 [Video] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=e96LjBOjjUE&t=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 Relacionamento con la Ciudadanía

Equipo de investigación

Carlos Arturo Riaño Puentes
Investigador – Dinamizador

Érika Tibavija Alfonso
Comunicadora Social

María Paula Vargas Parra
Magda Azohitza Hernández Acuña
Investigadoras Temáticas

Valeria Moreno Ochoa
Mónica del Pilar Medina Vargas
Investigadoras Junior

Nicolás Enrique Pote Cristancho
Dexy Viviana Molina Gallardo
Apoyos de Investigación

Oficina de Comunicaciones

4E SAS

Alejandro Eusse Mejía
Diseño y diagramación

Valeria Quintero Cuervo
Ilustración

Luz Elena Cuervo
Dirección creativa



@SENAcomunica
www.sena.edu.co

Canales telefónicos:

Líneas de atención a la ciudadanía, empresas y PQRS.

Bogotá: +(57) 601 736 60 60

Línea gratuita y resto del país: 018000 910270