



# Adopción de *Tecnologías* en la **Economía Popular**

## **Componente No. 2.**

Adopción Tecnológica del Comercio Electrónico en la Economía  
Popular

### **Entregable 1.**

Caracterización de la EP e identificación de la adopción e  
incorporación de tecnologías teniendo en cuenta su cadena de  
suministro y canales de distribución

**Contrato de Consultoría No. 1062 de 2023**

**Entidad contratante: Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones /  
Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones**

**Contratista: Unión Temporal CNC - CCCE - FACEIT**



## Contenido

Lista de siglas y abreviaciones.....	12
Glosario .....	13
<b>1 Introducción .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Objetivos del Estudio .....</b>	<b>16</b>
1.1.1 Objetivo General.....	16
1.1.2 Objetivos específicos.....	16
<b>1.2 Conceptualización de la Economía Popular y la adopción tecnológica .....</b>	<b>17</b>
1.2.1 La EP, definición, importancia y barreras.....	17
1.2.2 La adopción tecnológica.....	28
<b>2 El contexto de la Economía Popular en Colombia .....</b>	<b>31</b>
<b>2.1 Perspectiva nacional y por áreas .....</b>	<b>34</b>
2.1.1 Perfil Sociodemográfico.....	34
2.1.2 Tecnologías digitales en la economía popular .....	59
<b>2.2 Contexto de la economía popular análisis por regiones .....</b>	<b>71</b>
2.2.1 Perfil sociodemográfico.....	72
2.2.2 Tecnologías digitales en la economía popular .....	89
2.2.3 El comercio electrónico en la EP .....	103
<b>2.3 Identificación de las tecnologías digitales con mayor impacto para la EP.....</b>	<b>110</b>
<b>2.4 Barreras de la adopción de las tecnologías digitales por parte de la EP .....</b>	<b>115</b>

<b>2.5</b>	<b>Categorización de los bienes y servicios comercializados en la economía popular .....</b>	<b>120</b>
2.5.1	Antecedentes .....	120
2.5.2	Alcance.....	122
2.5.3	Categorías de los bienes y servicios ofrecidos por la EP .....	123
<b>3</b>	<b>Mejora continua en materia de regulación y normativa.....</b>	<b>126</b>
3.1	Caracterización de la normatividad .....	126
3.2	Riesgos en la aplicación de tecnología en la economía popular .....	131
3.2.1	Riesgo inherente a la delimitación, significado y alcance de la economía popular en la Ley 2294 de 2023 .....	131
3.2.2	Riesgo de falta de correlación entre economía popular y tecnología en la Ley 2294 de 2023 .....	133
3.2.3	Riesgo con la adecuada protección que hay ofrecerse a los consumidores .....	135
3.2.4	Riesgo de la tecnología como promotor de informalidad .....	137
3.3	Fortalezas relacionadas con la innovación crediticia.....	139
3.4	Ventajas ligadas a la economía popular en la digital.....	141
3.5	Modelo cualitativo y cuantitativo del impacto de las nuevas herramientas regulatorias y normativas .....	142
3.5.1	Modelo cualitativo .....	142
3.5.2	Primera fase: relación interinstitucional.....	144
3.5.3	Segunda fase: objetivo de la EP .....	147
3.5.4	Tercera fase: financiamiento.....	150
3.5.5	Modelo cuantitativo.....	152
3.6	Recomendaciones.....	160

<b>4 Conclusiones .....</b>	<b>163</b>
<b>5 Bibliografía .....</b>	<b>166</b>
<b>6 Anexos .....</b>	<b>174</b>

## Tabla de Figuras

Figura 1. Características de la economía popular .....	21
Figura 2. Importancia de la economía popular .....	24
Figura 3. Barreras de la economía popular .....	28
Figura 4. Distribución de propietarios de micronegocios por sexo y área .....	35
Figura 5. Distribución de propietarios por edades y área .....	37
Figura 6. Distribución de nivel educativo de los propietarios de micronegocios por área .....	38
Figura 7. Porcentaje de propietarios de micronegocios en situación de pobreza monetaria y pobreza extrema por área 2019 y 2020 .....	39
Figura 8. Distribución de propietarios(as) de micronegocios según clase social .....	40
Figura 9. Distribución de participación micronegocios según actividad por área 2022 .....	43
Figura 10. Cantidad de micronegocios EMICRON 2023-III .....	45
Figura 11. Actividades de la Cuenta Satélite de la Economía del cuidado .....	46
Figura 12. Distribución de horas en labores de cuidado no remuneradas por sexo y año .....	47
Figura 13. Distribución de micronegocios según aporte a ARL del propietario .....	49
Figura 14. Distribución del personal ocupado por los micronegocios según tipo de vínculo .	50
Figura 15. Distribución de los micronegocios por tipo de contrato.....	51
Figura 16. Asociatividad de los micronegocios por área .....	52
Figura 17. Distribución de micronegocios por tipo de organización a la que pertenecen.....	52
Figura 18. Distribución del nivel de formalización de los microempresarios a nivel nacional	55
Figura 19. Distribución del nivel de formalización de los microempresarios en los centros poblados y rural disperso. ....	56

Figura 20. Resultados de Índice de robustez de micronegocios por dimensión .....	61
Figura 21. Número de micronegocios según área que usan o no internet 2019-2022 .....	64
Figura 22. Distribución de micronegocios según conexión a internet.....	64
Figura 23. Distribución de micronegocios según razón para no usar el servicio de internet .	66
Figura 24. Número y distribución de dispositivos electrónicos usados por los micronegocios .....	67
Figura 25. Número de micronegocios que realizaron actividades en internet .....	69
Figura 26. Numero de micronegocios que tiene o no sitio web y redes sociales los micronegocios .....	70
Figura 27. Caracterización micronegocios según: distribución geográfica, por sectores, por antigüedad a nivel nacional y por lugar donde realiza sus actividades a nivel nacional .....	74
Figura 28 Caracterización sector laboral micronegocios, número de trabajadores promedio. ....	77
Figura 29 Pago seguridad social y obligaciones parafiscales de los micronegocios por región y sector .....	78
Figura 30 Distribución de micronegocios que cuentan con NIT y RUT por región .....	79
Figura 31 Distribución de micronegocios que cuentan con NIT y RUT por sector .....	81
Figura 32 Distribución de micronegocios que cuentan con registro en Cámara de Comercio actualizado hace 3 años por región. ....	82
Figura 33 Motivos de los micronegocios para no tener registro en le Cámara de Comercio por región .....	83

Figura 34 Distribución micronegocios según si es responsable de IVA y tienen facturación electrónica por región.....	84
Figura 35. Porcentaje de micronegocios que aceptan los distintos medios de pago en el total nacional y por regiones.....	85
Figura 36. Distribución de los instrumentos de pago más usados por los clientes de los micronegocios por regiones.....	86
Figura 37. Porcentaje de micronegocios que aceptan los distintos medios de pago por sector .....	87
Figura 38 Medios de pago más utilizados para las transacciones de venta en los micronegocios desagregado por sectores económicos .....	88
Figura 39 Distribución de micronegocios con acceso a internet desagregado por región .....	90
Figura 40 Distribución de micronegocios con acceso a internet desagregado por sector .....	91
Figura 41 Distribución de micronegocios con acceso a un dispositivo electrónico desagregado por región.....	92
Figura 42 Distribución de micronegocios con acceso a un dispositivo electrónico desagregado por sector .....	92
Figura 43 Distribución de micronegocios con acceso a medios electrónicos de pago desagregado por región .....	93
Figura 44 Distribución de micronegocios con acceso a medios electrónicos de pago desagregado por sector .....	94
Figura 45 Distribución de micronegocios con tenencia de una página web desagregado por región .....	95

Figura 46 Distribución de micronegocios con tenencia de una página web desagregado por sector .....	96
Figura 47 Distribución de micronegocios con tenencia de redes sociales desagregado por región .....	97
Figura 48 Distribución de micronegocios con tenencia de redes sociales desagregado por sector .....	98
Figura 49 Distribución de micronegocios con tenencia de correo electrónico desagregado por región .....	99
Figura 50 Distribución de micronegocios con tenencia de correo electrónico desagregado por sector .....	100
Figura 51 Distribución de micronegocios con tenencia de herramientas de gestión de recursos desagregado por región .....	101
Figura 52 Distribución de micronegocios con tenencia de herramientas de gestión de recursos desagregado por sector .....	102
Figura 53 Distribución de la tenencia de plataformas E-Commerce (venta) desagregado por regiones.....	104
Figura 54 Distribución de la tenencia de plataformas E-Commerce (venta) desagregado por sector .....	105
Figura 55 Distribución de la tenencia de plataformas E-Commerce (Compra y pagos) desagregado por regiones.....	107
Figura 56 Distribución de la tenencia de plataformas E-Commerce (Compra y pagos) desagregado por sector .....	108

Figura 57 Tenencia de las tecnologías básicas sobre el total nacional. ....	112
Figura 58 Tenencia de las tecnologías básicas sobre los centros poblados y rural disperso. ....	113
Figura 59 Tenencia de las tecnologías maduras sobre el total nacional. ....	114
Figura 60. Tenencia de tecnologías maduras sobre los centros poblados y rural disperso ..	115
Figura 61. Distribución de micronegocios según razón para no usar dispositivos electrónicos y teléfonos móviles celulares en porcentaje .....	116
Figura 62. Distribución de micronegocios según razones para no solicitar crédito en porcentaje .....	118
Figura 63. Porcentaje de micronegocios según tipo de gasto de los recursos de crédito ....	119
Figura 64 Categorización de las fuentes de información recopiladas.....	129
Figura 65. Relación interinstitucional de la EP en el contexto normativo colombiano .....	144
Figura 66. Población objetivo de la EP .....	147
Figura 67. Asignación de recursos para la EP .....	150
Figura 68. Percepción de la demanda de microcréditos (Porcentaje) .....	154
Figura 69. Correlación de la normatividad y préstamos para la EP .....	155
Figura 70. Normatividad sobre la EP Y el Comercio Electrónico y la conectividad a internet	157

## Lista de Tablas

Tabla 1 Actividades de los micronegocios consideradas dentro de la EP y ejemplos.....	42
Tabla 2. Distribución de trabajadores remunerados de micronegocios según aporte a salud y pensión.....	48
Tabla 3. Categorías de los bienes y servicios de la EP .....	124
Tabla 4 Selección y clasificación de fuentes de información .....	128

## Lista de siglas y abreviaciones

**DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística

**DNP:** Departamento Nacional de Planeación

**EMICRON:** Encuesta de Micronegocios

**EP:** economía popular y comunitaria

**ITU:** International Telecommunication Union

**OCDE:** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

**OIT:** Organización Internacional del Trabajo

**OMPI:** Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

**ONU:** Organización de las Naciones Unidas.

**PNUD:** Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

**PP:** Puntos Porcentuales

**SDG:** Sustainable Development Goals (Objetivos de Desarrollo Sostenible)

**UNCTAD:** United Nations Conference on Trade And Development (Conferencia de las Naciones Unidas Sobre el Comercio y el Desarrollo)

**RENATEP:** Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (Argentina)

**RUEPS:** Registro Único de la Economía Popular y Solidaria (Ecuador)

**IPES:** Instituto para la Economía Social (Bogotá)

**RIVI:** Registro Individual del Vendedor Informal (Bogotá)

**CSEC:** Cuenta Satélite de la Economía del Cuidado

**TDCNR:** Trabajo Doméstico de Cuidado No Remunerado

**TIC:** Tecnologías de la información y las comunicaciones

## Glosario

**Tecnologías digitales:** herramientas, software, dispositivos, y recursos digitales que crean, almacenan y usan de datos

**Economía Popular:** oficios y ocupaciones mercantiles y no mercantiles desarrolladas por unidades económicas de baja escala en cualquier sector económico

**Comercio electrónico:** venta o compra de bienes o servicios realizadas mediante redes informáticas con el propósito de recibir y procesar pedidos, independientemente si el pago se realiza en línea.

**Marketplace:** Plataforma en línea que alberga distintos vendedores que ofrecen producto y servicios.

**Tecnologías digitales maduras:** Tecnologías que ya están acunadas y cuya etapa de desarrollo ya fue terminada y están en constante mejoramiento, sin embargo, ya están consolidadas en el mercado.

**Tecnologías avanzadas o emergentes:** Tecnologías que usan un grado mayor de codificación y de bases de datos y que se utilizan para labores más específicas como el Big Data, Blockchain, entre otras.

## 1 Introducción

En la era actual, caracterizada por la rápida evolución tecnológica y la creciente digitalización, el comercio electrónico ha emergido como un componente crucial de la economía moderna y para todos los grupos poblacionales. Con esto en mente, el presente documento se centra en la adopción tecnológica y del comercio electrónico dentro de la economía popular, un conjunto de personas que ejercen actividades y oficios mercantiles y no mercantiles a baja escala que a menudo enfrenta desafíos únicos en términos de acceso y aprovechamiento de tecnologías avanzadas.

La economía popular, compuesta principalmente por actividades por cuenta propia, pequeñas empresas y emprendimientos, desempeña un papel vital en el sustento y el desarrollo económico de comunidades en toda Colombia. En este sentido resulta importante analizar los aspectos fundamentales de la economía popular que se abordan en este documento de la siguiente manera: primero, se plantean asuntos esenciales como sus características distintivas, las barreras que enfrenta, las oportunidades que ofrece, así como los retos y desafíos que la atraviesan de manera general, segundo, se abordarán qué son las tecnologías digitales y sus clasificación y tercero, se hará un análisis de las tecnologías digitales incluyendo el comercio electrónico en la economía popular, incluyendo sus barreras, limitaciones y oportunidades. Se hará énfasis en el comercio electrónico como herramienta para las unidades económicas de los micronegocios para abrirse a nuevos mercados, generar valor e innovación y finalmente se realizará un análisis normativo que identifica limitaciones y recomendaciones para mejorar las condiciones de vida de los miembros de la EP.

Para esto se llevó a cabo un análisis exhaustivo de las cifras que involucran a los actores de la economía popular, específicamente a los micronegocios, a través de la Encuesta de Micronegocios de 2019 y 2020 para caracterizar la situación de pobreza, las condiciones socioeconómicas y demográficas de estos actores. Asimismo, se incluyó la versión de la encuesta correspondiente al año 2022 para proporcionar una caracterización más actualizada y relevante acerca de las condiciones laboral, perfil de formalidad y uso de las tecnologías.

Con el objetivo de realizar un análisis a nivel regional, se examinaron los resultados derivados de la encuesta aplicada a micronegocios por parte de la Unión Temporal (UT) en la sección 2.2. Este enfoque permitió profundizar en la comprensión de las distintas ramas de actividades en las que participan estos actores, así como en el uso de tecnologías que han sido adoptadas en sus operaciones. Puntualmente, esta encuesta fue aplicada a 1616 microempresarios en cuatro sectores: (i) Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, (ii) Industrias manufactureras, (iii) Alojamiento y servicios de comida y (iv) Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios. Que se sitúan en seis regiones: (i) Centro oriente, (ii) Caribe, (iii) Centro Sur Amazonía, (iv) Del Llano, (v) Eje Cafetero y (vi) Pacífico<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Para ampliar sobre municipios que corresponden a las regiones analizadas, ver los anexo 6.1.

## 1.1 Objetivos del Estudio

### 1.1.1 Objetivo General

El objetivo principal de este estudio es analizar y comprender la adopción y la integración de tecnologías de comercio electrónico dentro de la economía popular en Colombia. Se busca identificar los factores que facilitan o impiden esta adopción, con el fin de proponer estrategias que permitan una integración tecnológica más efectiva, contribuyendo así a la implementación de acciones que contribuyan al crecimiento económico y a mejorar las condiciones de vida de los actores involucrados en este sector.

### 1.1.2 Objetivos específicos

1. **Caracterizar las actividades económicas asociadas a la EP en Colombia**, con el fin de cuantificar su contribución al panorama económico del país, entender la naturaleza y alcance de estas actividades.
2. Identificar los niveles actuales de adopción tecnológica del comercio electrónico en la economía popular, así como **analizar qué tecnologías están siendo utilizadas** y cómo están impactando las operaciones comerciales de las unidades productivas de la EP.
3. Determinar las **barreras y los desafíos a la adopción tecnológica** que enfrentan las empresas y emprendimientos de la economía popular en la adopción del comercio electrónico.
4. Explorar las **oportunidades para la mejora de la adopción tecnológica** e identificar oportunidades para una mayor integración de tecnologías de comercio electrónico en la economía popular.

5. Desarrollar **recomendaciones basadas en la investigación** para mejorar la adopción y el uso efectivo de tecnologías digitales en la economía popular.

## 1.2 Conceptualización de la Economía Popular y la adopción tecnológica

### 1.2.1 La EP, definición, importancia y barreras

El concepto de la economía popular, aunque no es nuevo, ha emergido de diversas regiones del mundo, destacándose principalmente en América Latina en especial en Argentina y Ecuador<sup>2</sup> y más recientemente en Colombia se ha sumado a este contexto. No obstante, a pesar de su presencia, la definición de la economía popular aún carece de un consenso claro tanto en la academia como en el ámbito político y las estadísticas nacionales. Como resultado, su significado sigue en proceso de construcción y desarrollo.

A grandes rasgos, la **economía popular** es un sector económico que está formado por empresas y emprendimientos de pequeña escala, propiedad de personas y comunidades. Este sector es importante para el desarrollo económico y social porque genera empleo, ingresos y oportunidades para las personas de bajos ingresos (DNP, 2023).

---

<sup>2</sup> Estos países han registrado, realizado programas y tienen un avance en términos institucionales en el reconocimiento de la economía popular a través de la secretaría de Economía Social en el caso de Argentina, y del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria de Ecuador.

Gómez et al. (2018) define la economía popular como *“una agrupación todas las actividades económicas no capitalistas, no estatales, presentes en la producción material e inmaterial y en la circulación, ubicadas en el área urbana o rural”* (p. 4), en donde las personas involucradas en dichas actividades se enfrentan a deficiencias en la producción y comercialización de bienes y servicios, esto como consecuencia de carecer de infraestructura y acervos de capital suficientes para competir en mercados altamente desiguales.

Por su parte, las cualidades que identificaron Gómez et al. (2018) de la economía popular se resumen en dos características principales: la producción por supervivencia (escapándose de las lógicas de la producción a escala) y de la destinación de las posibles ganancias obtenidas en consumo presente (generalmente supliendo necesidades básicas) lo que imposibilita la disposición de capital para inversión, clave para el desarrollo empresarial y la adquisición de insumos tecnológicos, físicos y/o humanos. (pág. 4).

Las personas, familias, microempresas o micronegocios que se desempeñan en alguna actividad económica con las características previamente mencionadas hacen parte de la economía popular, que además surge como una consecuencia de los altos niveles de informalidad, desempleo y de pobreza en el país: para el mes de septiembre de 2023 la tasa de desocupación nacional es de 9,3 %, mientras que la informalidad llegó al 56,1% del total nacional según los últimos datos arrojados por el DANE (2023a, 2023b).

Otros autores plantean el surgimiento de la economía popular, la economía social o solidaria con procesos que manan a la par de la aparición de las políticas neoliberales alrededor del mundo: para Coraggio (2020a) la economía social es *“el sistema plural de*

*instituciones, normas, valores morales y relaciones de producción (...) para generar las bases materiales para vivir con dignidad, con libertad, en democracia y en equilibrio con la naturaleza”* (p. 10), entendiendo estas definiciones como nuevas relaciones de producción en donde no se contemplan únicamente los fines capitalistas: la acumulación de capital no es el principal interés de las unidades productivas que realizan dichas actividades, ocasionando que la búsqueda de ganancias sobre las mismas pase a un segundo plano. En la economía popular y en la economía social o solidaria las relaciones se rigen por motivaciones distintas (ya sea la supervivencia propia, o la producción como una función social).

De acuerdo a lo citado en las Bases del Plan Nacional de Desarrollo (2023), lo que caracteriza a las unidades productivas de la economía popular son: el tamaño, su propiedad y funcionamiento, el sector al que pertenecen y su objetivo.

En primer lugar, las actividades u oficios de la economía popular se caracterizan por tener un tamaño de pequeña escala. En esta escala pequeña se incluyen unidades económicas personales, familiares, micronegocios o microempresas (máximo 9 personas ocupadas).

Además, estas unidades económicas de baja escala pueden realizar sus actividades de forma individual, en grupos de unidades productivas o de manera asociativa, y sus propietarios son, por tanto, personas o comunidades. La economía popular no se añade a un sector en particular sino está transversalmente en ellos. Por ejemplo. Se manifiesta en la producción, como la de un pequeño zapatero o un agricultor; en el comercio, por ejemplo, en los pequeños tenderos; en los servicios, como el que prestan los fontaneros individuales; y en actividades de cuidado, como las mujeres que cuidan niños de personas de su comunidad

(DNP (2023) y Coraggio et al., 2010, p. 9). Además, son actividades que han sido excluidas de la dinámica formal del empleo, del capital y o de tierras (Acuerdo 890 de 2023, Consejo de Bogotá).

De acuerdo con la naturaleza de la EP, se puede identificar que la EP no se ubica geográficamente en una zona en particular (rural o urbana), sin embargo, dependiendo del país se pueden encontrar más unidades productivas de la EP en zonas rurales que en zonas urbanas como se muestra en la sección 2.1.1.1.

Finalmente, las unidades productivas de la economía popular se caracterizan por tener el objetivo de generar ingresos con el fin de cubrir necesidades básicas del trabajador y de su hogar (Razeto (1991) y DNP (2023)). En consecuencia, quienes se ocupan en la EP son personas de bajos ingresos generalmente. Por esta razón, autores como Coraggio et al. (2010) señalan a la unidad doméstica como la célula fundamental de la EP ya que las unidades productivas se originan a partir de ella y se desarrollan en función de sus necesidades. Estas características de la economía popular se resumen en la Figura 1.

Figura 1. Características de la Economía popular



Fuente: Elaboración propia

En síntesis, la EP se refiere a cualquier unidad económica de pequeña escala en los distintos sectores de la economía y de la economía del cuidado que tiene como objetivo generar dinero para satisfacer las necesidades básicas de quien participa en ella, en lugar de regirse bajo los criterios de la empresa capitalista tradicional (la maximización de los beneficios) como lo mencionan Coraggio et al. (2010). Así, para fines de este documento se tomará la definición del DNP (2023) que establece que:

La economía popular se refiere a los oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticas o comunitarias) desarrolladas por unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico (p. 112).

Luego de este análisis sobre las definiciones de la EP, en este documento nos referiremos a la EP como el conjunto de oficios y ocupaciones mercantiles y no mercantiles

desarrollada en los diferentes sectores de la economía, tomando el concepto de las Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026.

Dado el carácter de satisfacer las necesidades básicas de su trabajadores, la EP es importante para el desarrollo económico y social de los países porque genera empleo y con ello ingresos, tanto en la formalidad como en la informalidad, que aportan a la solvencia de las necesidades básicas de los trabajadores y sus hogares, además, también funciona como un catalizador para para mejorar las condiciones de vida de las personas de bajos ingresos (PND, 2023) y con ello contribuye a la reducción de la pobreza y la desigualdad<sup>3</sup>.

Al recaer sobre la EP la responsabilidad de solventar las necesidades básicas de los individuos y hogares que cumplen con las condiciones descritas antes, resulta importante visibilizar la necesidad de que la EP mantenga una relación fluida tanto con la economía pública (empresas y entes del Estado) como con la economía empresarial de mercado para tener así un desenvolvimiento óptimo que ofrezca beneficios a todas las aristas de la sociedad (Coraggio, 2020b, p. 8).

Entonces, la EP ocupa a población que el mercado laboral no llegó a absorber por alguna razón, como la falta de cualificación, falta de experiencia, demanda deficiente de trabajo, entre otros motivos. Por consiguiente, la generación de empleo es uno de los principales resultados de la EP. Sin embargo, es relevante recalcar que este empleo es

---

<sup>3</sup> Según Inclusión Productiva en Colombia de Inclusión Y ONU Colombia (2022), la inclusión productiva y la situación precaria de la Economía Popular impide que sean vehículos de superación de pobreza

mayoritariamente informal y por tanto carece de beneficios como el aporte a seguridad social, como pensión y salud.

Derivado de la generación de empleos, la economía popular genera ingresos tanto en la economía informal como en una parte de la formal. De un lado, la relación entre la economía popular y los ingresos es positiva y directa pues quienes se dedican a ella ven retribuido su trabajo, tanto en el sector mercantil como en el no mercantil, lo que les significa un ingreso para sí mismos y para su hogar. Por otro lado, la EP también genera ingresos en la economía formal dado que requiere de insumos y otros servicios disponibles en esta parte de la economía, esto genera intercambios entre ambas partes de la economía y flujos de dinero y recursos que benefician tanto a la economía formal como a la informal.

En consecuencia, la economía popular tiene el potencial de aumentar la producción de bienes y servicios, generando ingresos y mejorando las condiciones de vida de quienes se dedican a ella, además contribuye en la economía privada y capitalista y en la pública al permitir a estas personas y unidades productivas interactuar con ellas (Coraggio et al., 2010a), lo que contribuye con la disminución de la pobreza y la desigualdad al ser una oportunidad tangible de obtención de ingresos para quienes el mercado laboral formal no ha logrado absorber, como lo ilustra la Figura 2.

Figura 2. Importancia de la economía popular



Fuente: Elaboración propia

Aunque la economía popular tiene el potencial de mejorar las condiciones de vida y contribuir al crecimiento económico, es una realidad que, al operar en una escala reducida y con recursos limitados, las personas que forman parte de este segmento enfrentan desafíos. Estos incluyen la falta de acceso a financiamiento, la escasez en la generación de valor agregado, niveles más bajos de formalización y restricciones para ingresar a nuevos mercados. Además, se presentan problemas transversales como la inequidad de género y las disparidades entre el mundo rural y urbano.

De acuerdo con la OECD y European Commission (2021) una de las barreras más fuertes a las que se enfrentan las personas que buscan crear un negocio nuevo es la falta de capital y relacionado con este, la dificultad para acceder a financiamiento. En el ámbito de la Economía Popular (EP), el acceso a financiamiento es particularmente desafiante. Esta dificultad se ve agravada porque, como se mencionó anteriormente, los participantes de la EP suelen ser personas de bajos recursos. En un mercado financiero marcado por la información

imperfecta, esta incertidumbre representa un riesgo significativo para las entidades financieras. Como resultado, estas entidades a menudo requieren garantías excesivamente altas o inalcanzables, o de lo contrario son reticentes a otorgar créditos sin estas condiciones.

Para mitigar este problema y mejorar el acceso al financiamiento, diversos gobiernos han implementado proyectos y programas que facilitan la obtención de créditos o proporcionan capital inicial. Estas iniciativas gubernamentales están diseñadas para apoyar a los emprendedores de bajos recursos, reconociendo las barreras que enfrentan para acceder a los recursos financieros tradicionales.

Un ejemplo notable es el enfoque de Colombia presenta iniciativas desde el sector público como el Fondo Emprender y el crédito con Bancóldex, que proporcionan apoyo financiero a emprendedores emergentes. De manera similar, en Ecuador existen programas y servicios que buscan fomentar la innovación, capacitación, acompañamientos orientados al crecimiento económico al ofrecer a los empresarios de la EP mejores oportunidades para acceder a financiamiento a través del Centro de Atención al Emprendedor (CAE) el cual está suscrito al Gobierno Nacional. Estas estrategias reflejan un esfuerzo creciente para integrar a los emprendedores de la EP en el sistema financiero de manera más amplia.

Además de los desafíos financieros, los actores de la economía popular enfrentan significativas barreras en términos de capacitación y cualificación. Una limitación crítica es la falta de habilidades técnicas y de gestión empresarial. Esta situación es especialmente evidente en la asistencia técnica, donde se observa que los participantes de la EP, en general, poseen un nivel de educación y formación menor en comparación con otros sectores. Esta

deficiencia en habilidades y conocimientos impide que puedan añadir valor significativo a sus productos y servicios.

Este déficit de habilidades y conocimientos tiene un impacto directo en la rentabilidad de sus emprendimientos. La incapacidad de los participantes de la EP para mejorar y diferenciar sus productos y servicios limita su potencial de ingresos, lo cual es un factor determinante en sus ganancias.

Una característica distintiva de las unidades productivas dentro de la Economía Popular (EP) es su naturaleza informal, el 89 % de los micronegocios no tenía registro de Cámara de Comercio y el 88% no aportaba a salud y pensión según la EMICRON 2022<sup>4</sup>. Esta informalidad trae consigo vulnerabilidades significativas para los trabajadores. Según el Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo (2011), en estas condiciones laborales, no se garantizan derechos fundamentales de los trabajadores como la seguridad social, incluyendo pensiones y cobertura de salud, así como el derecho a vacaciones. Esta falta de protecciones laborales básicas expone a los trabajadores a riesgos y desventajas considerables.

Además, la informalidad de estas unidades productivas crea barreras institucionales significativas. Una de las más notorias es la dificultad para establecer relaciones contractuales con entidades estatales o con empresas del sector formal. Esta limitación representa un costo de oportunidad considerable, ya que restringe el acceso a nuevos mercados, tanto dentro

---

<sup>4</sup> Se profundiza sobre este aspecto en la sección 2.1.1.3

como fuera del país. Este aislamiento de los canales comerciales formales no solo limita su potencial de crecimiento, sino que también perpetúa su estado de marginalidad en la economía más amplia.

En resumen, la EP se enfrenta a múltiples y significativas barreras que se resumen en la Figura 3 que necesitan ser abordadas con mayor profundidad. Esta parte de la economía es crucial para una gran proporción de la población ocupando cerca de 22 millones de personas según la EMICRON de 2023 del DANE (2023c)<sup>5</sup>, ya que representa el medio principal para satisfacer sus necesidades básicas. Por lo tanto, identificar y superar estos obstáculos es fundamental para mejorar las condiciones de vida de quienes dependen de la EP y para impulsar un desarrollo económico más inclusivo y equitativo.

---

<sup>5</sup> Sin contar con las personas que se dedican a actividades no mercantiles como son las de cuidado.

Figura 3. Barreras de la Economía Popular



Fuente: Elaboración propia

### 1.2.2 La adopción tecnológica

*La adopción tecnológica se refiere al proceso de aceptación, integración y uso de nuevas tecnologías en diferentes entornos. A través de la incorporación de sistemas informáticos, software y conectividad, se busca mejorar la calidad de vida, la productividad y los procesos que construyen mejores condiciones entre cada actor de la sociedad (Banco Mundial, 2022b).*

La adopción tecnológica es esencial para el desarrollo económico y social. Facilita la eficiencia, el ahorro, el cumplimiento de metas y la productividad, además de ser un elemento crucial para alcanzar la transformación digital, lo que garantiza la competitividad en el mercado (Banco Mundial, 2018, 2022b).

Sin embargo, existen varias barreras que pueden dificultar la adopción tecnológica en las empresas. Estas incluyen el grado de complejidad de la tecnología, el desconocimiento de los empleados y empresarios sobre la tecnología, la ausencia de una infraestructura tecnológica dentro de la empresa, la falta de apoyos e incentivos por parte del gobierno, el temor por la seguridad y privacidad de los datos y la escasez de recursos para financiar la inversión tecnológica (Naciones Unidas México, 2023; UNESCO, 2023).

En Colombia, en los años recientes se ha avanzado de manera decidida en la transformación digital. Como ejemplo de este esfuerzo, se creó la Consejería para la Transformación Digital y Gestión del cumplimiento en la Presidencia de la República (creada mediante el Decreto 1185 del 2 de agosto de 2021), dentro de sus funciones se destacan asesorar en la formulación e implementación de la política para la innovación, transformación digital, cuarta revolución industrial, comercio electrónico, seguridad digital y ciberseguridad y coordinar a actores gubernamentales relacionados con la apropiación tecnológica, el comercio electrónico y la transformación digital. Esto elevó las discusiones sobre esta materia a instancias como el Consejo de ministros y es un esfuerzo que refleja el compromiso con la integración de la tecnología en diferentes sectores del gobierno y la sociedad.

Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, persiste un desafío significativo: la población colombiana no está utilizando las herramientas tecnológicas e internet de manera efectiva. Según un informe de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo del Comercio y el Desarrollo UNCTAD (UNCTAD, por su sigla en inglés) de 2021, existe una **brecha considerable** en el aprovechamiento tecnológico en el país. Este desfase entre la infraestructura digital y su uso efectivo por parte de los ciudadanos resalta la necesidad de

estrategias más integradas y accesibles para fomentar la alfabetización digital y el aprovechamiento de estas tecnologías en la vida cotidiana.

A nivel internacional, instituciones como el Banco Mundial están realizando diagnósticos sobre la adopción de tecnologías en las empresas, con el fin de comprender su situación actual e identificar las barreras y desafíos que hay que enfrentar para acceder a ellas. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) también destaca la importancia de un ecosistema de innovación eficaz para posibilitar la transferencia de tecnología.

En resumen, la adopción tecnológica emerge como un proceso crucial para impulsar el desarrollo económico y mejorar la competitividad a nivel global. No obstante, esta transición hacia nuevas tecnologías no está exenta de desafíos significativos que requieren abordarse de manera estratégica y focalizada. Entre estos desafíos se incluyen la brecha digital, la resistencia al cambio, la necesidad de infraestructura adecuada y la capacitación de la fuerza laboral. Es fundamental reconocer que el impacto positivo de la adopción tecnológica en la EP se maximiza cuando se abordan y superan estos desafíos. Por lo tanto, resulta imperativo que tanto las instituciones nacionales a través del sector público como desde el gobierno nacionales, departamentales y locales, ministerios, así como del sector privado a través de las asociaciones, cooperativas, federaciones, cámaras entre otras como las internacionales como USAID, ONU y bancos de desarrollo colaboren de manera estrecha y coordinada a través de la financiación (sector público, organizaciones internacionales y bancos de desarrollo), formulación e implementación de los programas (Sector público, privado y organismos internacionales). Este enfoque colaborativo permitirá la implementación de políticas y estrategias que faciliten la adopción efectiva de nuevas tecnologías en la economía

popular, promoviendo así un entorno propicio para el crecimiento sostenible, la innovación y la mejora continua en diversos sectores económicos.

## 2 El contexto de la Economía Popular en Colombia

Como se presentó al inicio de documento, el concepto de la EP aunque no es nuevo, sin embargo el presidente Gustavo Petro introdujo en su discurso como candidato y luego como presidente la importancia y la EP.

En este sentido, en las bases PND 2022-2026 (DNP, 2023) define a la EP como:

...los oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticas o comunitarias) desarrolladas 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. (p. 117)

En este sentido incluye tanto oficios personales mediante el autoempleo, como negocios familiares, micronegocios y/o microempresas. Y dada la situación actual de las estadísticas oficiales, no se dispone información concreta como estadísticas de población, sectores económicos, entre otros, de este conjunto de ocupaciones y oficios, no obstante mediante la Ley 2294 de 2023 Plan Nacional de Desarrollo aprobó la creación del Sistema de Información Estadística para la Economía popular (SIEP), de una cuenta satélite y de un Censo económico con el fin de tener información de la EP.

A pesar de esta falta de información, La Economía Popular ha sido una constante en Colombia, reflejando las características estructurales del país en términos de informalidad y

desigualdad económica. Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en agosto de 2023, el 56% de la población ocupada participaba en el sector informal. Además, desde la perspectiva empresarial, el 59% de las firmas operaban de manera informal, según un estudio de Fernández (2020). Paralelamente, Colombia ha enfrentado desafíos significativos en cuanto a pobreza y desigualdad de ingresos, con un coeficiente de Gini<sup>6</sup> de 55,6 en 2022, dentro del contexto de la Economía Popular (EP), este índice es particularmente relevante, ya que la desigualdad de ingresos puede influir directamente en la capacidad de las comunidades y pequeños emprendimientos, que forman la base de la EP, para acceder a recursos, oportunidades de mercado y servicios financieros.

A pesar de su larga presencia, el reconocimiento formal de la EP es un fenómeno más reciente, vinculado especialmente con la administración del presidente Gustavo Petro. Este gobierno ha posicionado a la EP como un elemento central en su agenda, enfocándose en su potencial para impulsar el desarrollo individual y comunitario. Tal enfoque se refleja en las Bases para el Plan Nacional de Desarrollo (DNP, 2023), donde se destaca a la EP como un catalizador clave para el progreso social y económico del país.

La priorización de la Economía Popular se ha visto reflejada en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) *“Colombia, potencia mundial de la vida”* (Ley 2294 de 2023), ordenando la creación de un Consejo Nacional de la Economía Popular que se encargue de formular políticas públicas y coordine acciones interinstitucionales para su reconocimiento y

---

<sup>6</sup> Coeficiente de Gini: Medida de desigualdad de ingresos en donde 100 representa el mayor grado de desigualdad y 0 la igualdad máxima.

fortalecimiento. El PND 2022-2026 también anuncia medidas para mejorar la inclusión financiera y crediticia de la EP mediante garantías de portafolio a deudores, líneas de crédito y tasas preferenciales por buen pago, además de reglamentar formas de financiación grupal o asociativo, que es una de las características base de la EP. En la Ley 2294 de 2023 también se establece que el Departamento administrativo Nacional de Estadística (DANE) se compromete a crear un sistema de información sobre la EP.

Además, se incluye a las MiPymes y proveedores de la EP en el sistema de Compras Públicas mediante el Decreto 142 de 2023, que modifica el Decreto 1082 de 2015, y busca, junto con las iniciativas previamente mencionadas y en línea con Coraggio et al. (2010), reducir las barreras que enfrenta la EP. El objetivo es impulsar estas unidades productivas, mejorando sus condiciones de vida y, simultáneamente, favoreciendo el crecimiento de la economía colombiana en su conjunto. Al facilitar el acceso a mercados más amplios y proporcionar un marco de apoyo más robusto, se espera que estas medidas no solo mejoren la situación de las MiPymes y los actores de la EP, sino que también contribuyan significativamente al desarrollo económico general del país.

Al reducir las barreras de acceso a mercados a las que se enfrenta la EP, se busca impulsar estas unidades productivas mejorando las condiciones de vida de sus integrantes y a la vez favoreciendo a la economía colombiana en su conjunto.

A continuación, se caracteriza a las unidades económicas de los micronegocios que pertenecen a la economía popular desde una perspectiva nacional a través del análisis de datos de la Encuesta de Micronegocios (EMICRON).

## 2.1 Perspectiva nacional y por áreas

Con el objetivo de caracterizar a las unidades económicas de la economía popular relacionada con micronegocios se hizo una revisión de la Encuesta de Micronegocios (EMICRON) que desarrollan actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, minería, industria manufacturera, comercio, construcción, transporte y demás servicios.

### 2.1.1 Perfil Sociodemográfico

Uno de los actores principales de la economía popular son los micronegocios. Los micronegocios son “unidades económicas de hasta nueve (9) personas ocupadas y que desarrollan actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, minería, industria manufacturera, comercio, construcción, transporte y demás servicios” (DANE, 2019).

De acuerdo con la Encuesta de Micronegocios (EMICRON) de 2022, se registraron 5,2 millones de micronegocios de los cuales 4,6 millones se refieren a micronegocios por cuenta propia y 554.993 corresponden a micronegocios de empleadores en a nivel nacional y de 24 departamentos del país en donde la encuesta tiene aplicación.

#### 2.1.1.1 Perfil socioeconómico y geográfico

Para esta sección se tomarán datos de fuentes oficiales, con referencia al Anexo de condiciones de vida de los propietarios de micronegocios que proviene de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) y EMICRON 2019-2020<sup>7</sup>, la EMICRON 2022 para otras variables

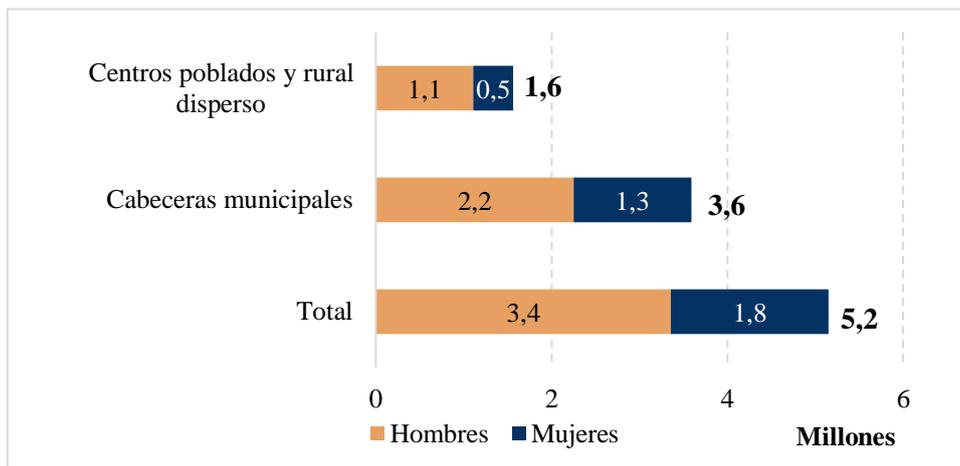
---

<sup>7</sup>Último dato disponible sobre perfil sociodemográfico

sociodemográficas como área de ubicación, y sexo del propietario, y la encuesta realizada por la UT para contrastar a nivel regional las variables analizadas.

En primer lugar, se identifica que las personas propietarias de micronegocios se ubican principalmente en Cabeceras municipales alcanzando los 3,6 millones, de los cuales el 62,7 % corresponde a hombres mientras que el 37,3 % a mujeres. Los centros poblados y rurales dispersos tuvieron 1,6 millones de propietarios de micronegocios de los cuales el 71 % correspondió a hombres mientras que el 29 % restante fueron mujeres (Figura 4).

**Figura 4. Distribución de propietarios de micronegocios por sexo y área**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2022

Se pueden extraer diversas conclusiones a partir de lo expuesto anteriormente. En primer lugar, a pesar de que un mayor número de microempresarios se concentra en áreas urbanas, es importante considerar que la distribución de la población suele concentrarse de

mayor manera en estas zonas<sup>8</sup>. En este contexto, aunque en apariencia, las áreas rurales albergan un menor número de micronegocios, en realidad representan una proporción significativa de la población total de esa área. En concreto, el 12,6% de la población en zonas rurales corresponde con microempresarios, mientras que, en las cabeceras, esta cifra es del 9,1%.

En segundo lugar, es importante destacar de acuerdo con la EMICRON 2022, en todas las áreas analizadas, la mayoría de los microempresarios son hombres, representando aproximadamente el 65,2 % de los propietarios. Sin embargo, en las áreas rurales, esta proporción se incrementa significativamente a un 71 %. Esto revela la existencia de una brecha de género entre los microempresarios en todas las áreas, siendo esta brecha aún más severa en las zonas rurales (Figura 4).

En lo que respecta a la distribución por edades, se observa que, en todas las áreas, excepto en otras cabeceras, la mayoría de los propietarios de micronegocios se sitúan en el rango de edades de 46 a 55 años, representando aproximadamente el 24% en promedio del total de propietarios de micronegocios según la EMICRON de 2020<sup>9</sup>. Les siguen de cerca aquellos con edades comprendidas entre los 36 y 45 años, con un porcentaje que oscila entre el 21,5 % y el 23,5 %. Las edades inferiores a 25 años y superiores a 65 años son minoritarias

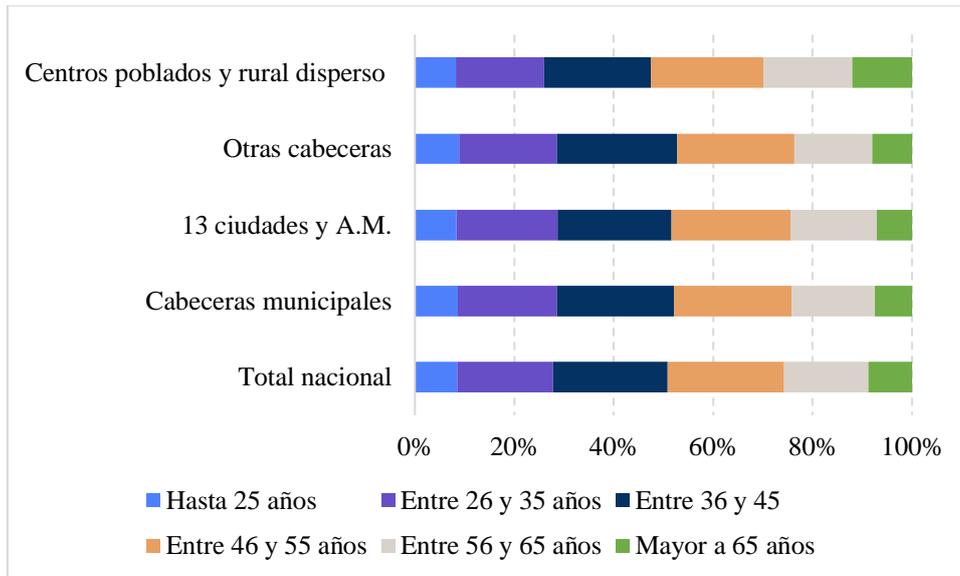
---

<sup>8</sup> Para 2022 el 76,1 % de las personas se ubicaron en zonas urbanas (Cabeceras) mientras que el 23,9 % restante en los Centros poblados y rural disperso de acuerdo con las proyecciones poblacionales del DANE.

<sup>9</sup> Última Encuesta de Micronegocios con datos de pobreza y condiciones de vida disponible, Encuesta de Micronegocios según clases sociales 2019-2020.

en todas las áreas del país, aunque es relevante mencionar que en los Centros poblados y rural disperso es donde se registra el mayor porcentaje de propietarios con más de 65 años, alcanzando un 12% (Figura 5).

**Figura 5. Distribución de propietarios por edades y área**

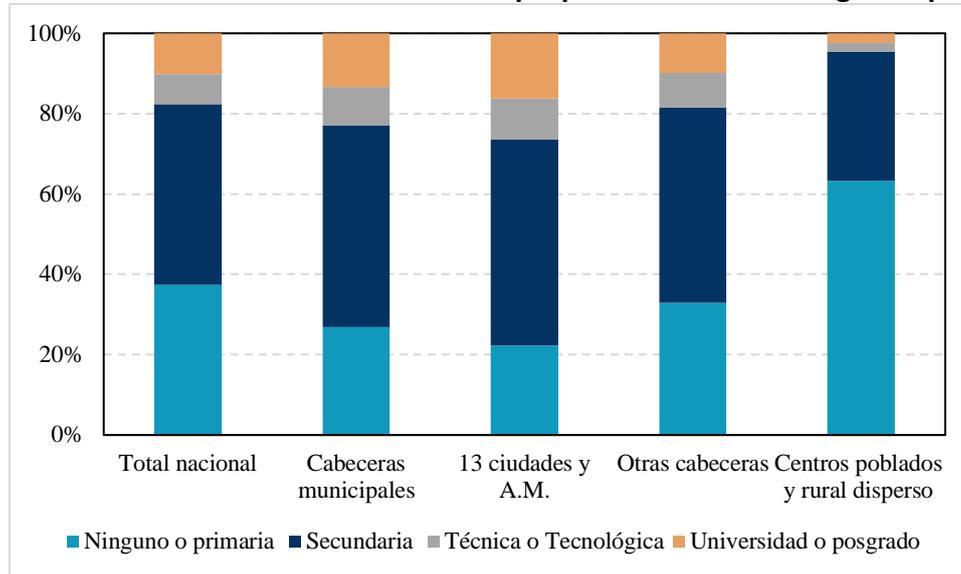


Fuente: Elaboración propia con dato del DANE-EMICRON 2020

Por otro lado, la mayoría de los propietarios de micronegocios posee niveles educativos bajos como lo ilustra la

Figura 6. Concretamente, el 82,4 % de los propietarios de micronegocios informaron no tener educación alguna o haber terminado primaria o secundaria. A pesar de que este patrón se repite en todas las áreas, se pronuncia más en las zonas rurales, ya que en los Centros poblados y rurales dispersas esta cifra alcanzó un 95,3 %, en comparación con el 77,2 % registrado en las Cabeceras. Esto pone de manifiesto una significativa brecha de cualificación entre las áreas rurales y urbanas.

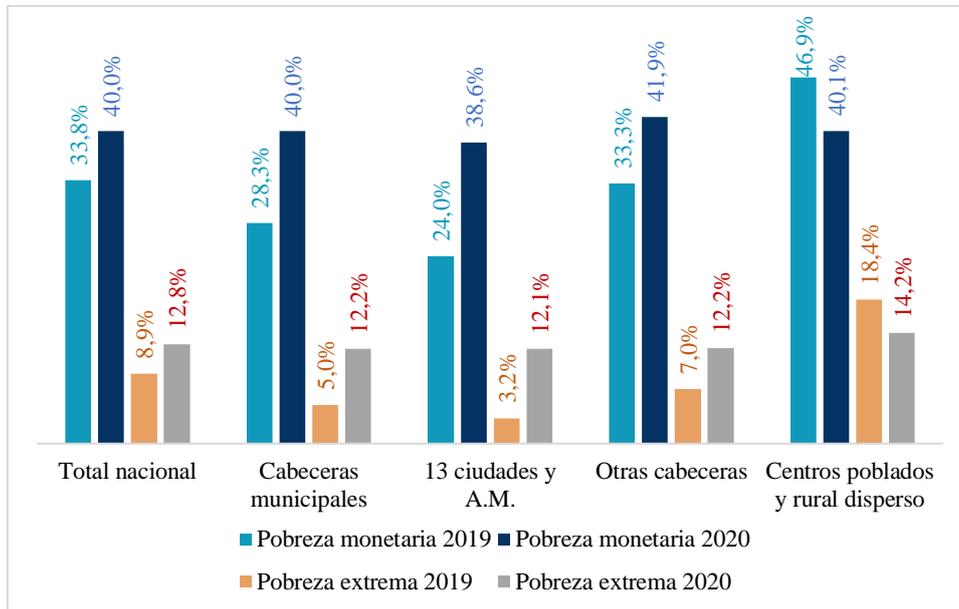
**Figura 6. Distribución de nivel educativo de los propietarios de micronegocios por área**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2020

Por otra parte, el análisis de la situación de pobreza monetaria requiere considerar los datos tanto del año 2019 como del 2020, debido a que se observa un impacto negativo a causa de la pandemia que vale la pena considerar, especialmente en los propietarios de micronegocios en las cabeceras municipales. La proporción de propietarios en situación de pobreza aumentó del 28,3 % en 2019 al 40,4 % en 2020. Por otro lado, se registró un comportamiento contrario en los Centros poblados rural disperso, donde la proporción de propietarios de micronegocios en situación de pobreza disminuyó del 46,9 % en 2019 al 40,1 % en 2020. A pesar de esta reducción, es importante destacar que este indicador sigue siendo notablemente elevado para los micronegocios rurales (ver Figura 7).

**Figura 7. Porcentaje de propietarios de micronegocios en situación de pobreza monetaria y pobreza extrema por área 2019 y 2020**



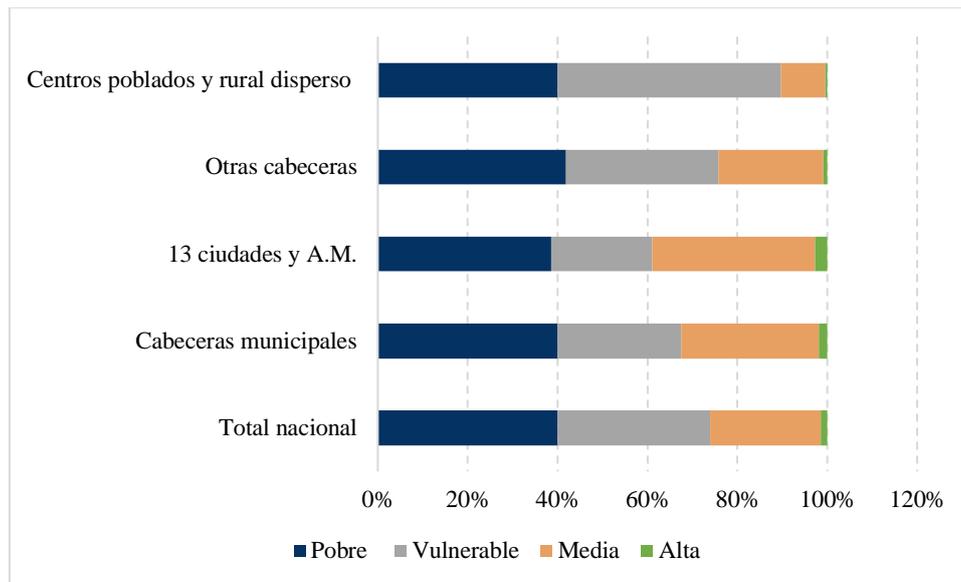
**Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2020**

Este mismo comportamiento negativo de la pobreza extrema se reflejó en las cabeceras municipales, mientras que se observó un comportamiento relativamente "positivo" en los Centros poblados y áreas rurales dispersas. En las cabeceras municipales, el porcentaje de propietarios de micronegocios que vivían en pobreza extrema aumentó del 8,9 % en 2019 al 12,8 % en 2020. Por otro lado, en los Centros poblados y áreas rurales dispersas, este porcentaje disminuyó del 18,4 % al 14,2 %. A pesar de la reducción en las áreas rurales, es importante señalar que el porcentaje de propietarios en pobreza extrema sigue siendo más alto en estas zonas en comparación con las zonas urbanas.

Continuando con el análisis de condición de los propietarios, se encontró que la mayoría de los propietarios de los micronegocios pertenecía entre clase pobre y vulnerable ocupando entre las dos el 73,9 % del total nacional, mientras que en las zonas rurales esta

cifra asciende a un 89,8 %. Concretamente en el total nacional, el 40 % es pobre, y el 33,9 % es vulnerable; solo el 1,5 % es de clase social alta y el 24,6 % restante es de clase media como lo resume la Figura 8.

**Figura 8. Distribución de propietarios(as) de micronegocios según clase social**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2020

Para 2020, en las Cabeceras, el 40 % de los propietarios de micronegocios se encontraban en condición de pobreza, cifra parecida a 40,1 % en los Centros poblados y rural disperso. En lo que respecta la clase vulnerable, en las Cabeceras ocupa el 27,5 %, mientras que en los Centros poblados y rural disperso asciende a 49,7 %, es decir que casi de la mitad de los propietarios de los micronegocios tiene situación de vulnerabilidad.

En resumen, los propietarios de los micronegocios se caracterizan por tener entre 46 y 65 años, aunque en las zonas rurales el rango de edad sube. Así mismo, la gran mayoría de propietarios cuenta con bajos niveles educativos, siendo primaria y secundaria el máximo

nivel de formación. Cabe resaltar que en las zonas rurales el porcentaje de propietarios con este nivel de escolaridad se acentúa aún más, con un 95,3 % con este nivel de formación.

En lo que respecta a la situación socioeconómica, la mayoría de los propietarios se halla en condiciones de pobreza o vulnerabilidad, mientras que una minoría reducida forma parte de la población con ingresos más elevados (Alta). Una vez más, se observa que, en las áreas rurales, el porcentaje de personas en situación de pobreza o vulnerabilidad es mayor que en las cabeceras municipales. Esto subraya la necesidad de implementar políticas públicas específicas destinadas a mejorar las condiciones de vida y la formación y cualificación, a través de programas de capacitación enfocados en las labores y oficios específicos de la EP<sup>10</sup>, con el objetivo de permitir a estos emprendedores agregar valor a los productos y servicios que ofrecen. De esta manera, se puede mejorar la posibilidad de elevar las condiciones de vida de los actores de este segmento de la economía, en última instancia, contribuir a la superación de la pobreza.

#### **2.1.1.2 Actividades de la economía: mercantiles y no mercantiles**

Como se explicó en la sección 1.2.1, la economía popular se refiere a oficios y ocupaciones mercantiles y no mercantiles. Las ocupaciones mercantiles son aquellas que se realizan y son remuneradas, como la producción, distribución y comercialización de bienes o servicios: agricultura, venta de víveres, producción de zapatos, entre otros. Mientras que los oficios y ocupaciones no mercantiles no involucran remuneración y son actividades que

---

<sup>10</sup> En la sección 2.1.2 se muestran cuáles son las actividades.

generalmente se relacionan con el cuidado y las actividades comunitarias, por ejemplo, las labores de cuidado de un menor por parte de una vecina o de una madre comunitaria que no recibe pago directamente por este trabajo.

Como se mencionó antes, los micronegocios son un actor importante de la EP y de acuerdo con el DANE (2023), en la siguiente tabla se establecen las actividades en las que operan los micronegocios y ejemplos a manera ilustrativa:

**Tabla 1 Actividades de los micronegocios consideradas dentro de la EP y ejemplos**

Actividad	Ejemplos
Agricultura	Cultivo de cualquier tipo como por ejemplo mandarinas
Industria Manufacturera	Elaboración de productos de panadería Elaboración de zapatos
Comercio al por menor	Tiendas (de víveres, papelerías, etc)
Transporte	Mototaxis, Uber, taxis
Actividades profesionales, científicas y técnicas	Asesorías jurídicas, contable
Salud	Médicos independientes
Minería	Explotación de minas de oro, “bateo” de oro
Construcción	Remodelación de casa
Alojamiento y servicios de comida	Restaurantes, Expendio de bebidas alcohólicas
Información y comunicaciones	Venta de minutos de celular, Café internet
Educación	Jardines infantiles, Profesores independientes de refuerzo
Otras actividades de servicios	Peluquerías

Fuente: Elaboración propia con base en DANE (2023)

En el análisis por áreas se toman los datos de la EMICRON 2022 debido a que contiene información más específica y desagregada por área. Del total de 5.150.956 micronegocios en 2022, el 67,7 % se situaba en Cabeceras municipales, es decir, zonas urbanas (3.588.272 micronegocios), y el 30,3 % restante en Centros poblados y rural disperso (1.532.681 micronegocios).

En cuanto a la distribución por actividades en el total nacional, el Comercio y reparación de vehículos y motocicletas ocupa el 25,6 % de los micronegocios, seguido de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con 21,1 % y Transporte y almacenamiento con 11 %. Las actividades con menos micronegocios son: Minería (1 %) Educación 0,7 %, Alojamiento y servicios de comida 0,6 % (Figura 9).

**Figura 9. Distribución de participación micronegocios según actividad por área 2022**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2022

(1) Incluye: recolección, tratamiento y disposición de desechos, recuperación de materiales

En los Centros poblados y rural disperso, la distribución cambia con una marcada mayoría de 58,7 % en las actividades de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, seguido Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 12,6 % e Industria manufacturera con 9,6 %. Las actividades con menor participación en la ruralidad son: Información y comunicaciones, Educación y Actividades de atención a la salud humana y asistencia social, con 0,1% cada una.

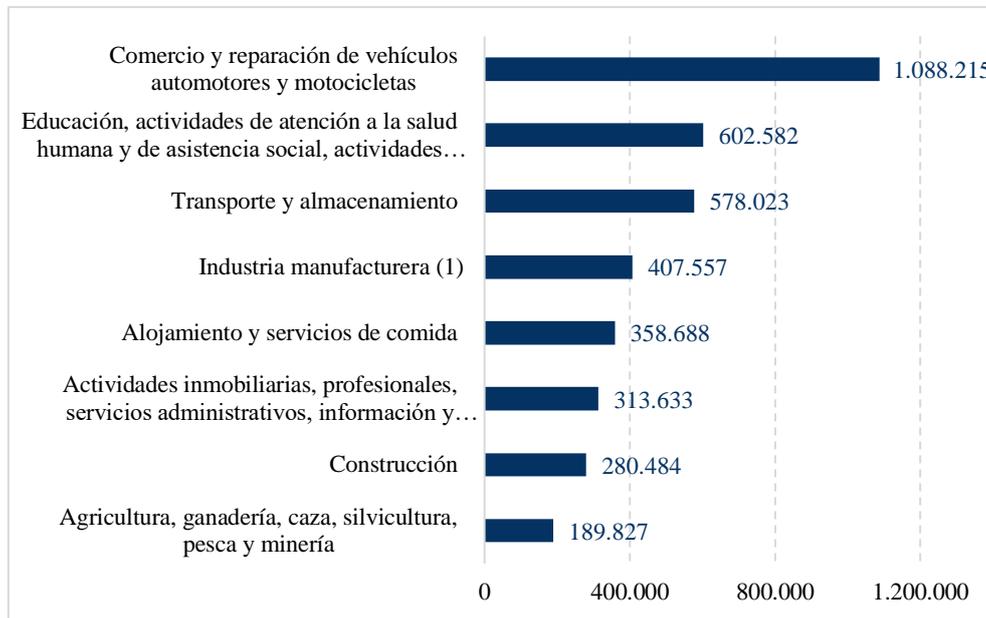
En las Cabeceras municipales las tres actividades con mayor participación son: Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas (31,1 %), Transporte y almacenamiento (13,8 %) y Actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación y otras actividades de servicios (11,4 %). Mientras que las actividades con menor participación son: Minería (0,4 %), Información y comunicaciones (0,9 %) y Educación (1 %).

De acuerdo con datos más recientes de la EMICRON (tercer semestre de 2023<sup>11</sup>), en las cabeceras municipales, cuya población objetivo, la mayoría de los micronegocios se relaciona con Comercio reparación de vehículos automotores y motocicletas, con 1.088.215 micronegocios aproximadamente, seguido de Educación, actividades de atención a salud y asistencia social con 602.582 micronegocios y Transporte y almacenamiento con 578.023 (Figura 10).

---

<sup>11</sup> Los resultados de la EMICRON 2023-II solo contiene datos de cabeceras y de actividades, y sexo de los propietarios motivo por el cual solo se hace mención en esta sección.

**Figura 10. Cantidad de micronegocios EMICRON 2023-III**



**Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2023 III**

**(1) Incluye recolección, tratamiento y disposición de desechos, recuperación de materiales**

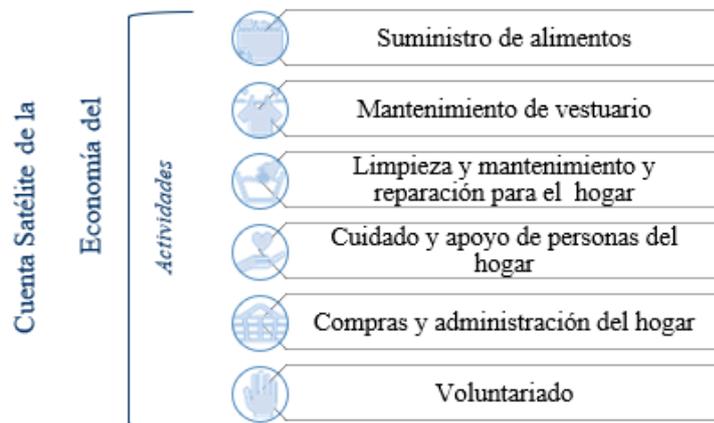
En cuanto a las actividades no mercantiles, se resaltan las labores de cuidado y las labores asociativas. Las actividades de cuidado son vitales para el mantenimiento de la fuerza laboral y así para el desarrollo económico y social de las sociedades, sin embargo, al no ser remuneradas y al ser realizadas generalmente al interior de los hogares, no siempre han recibido el reconocimiento que merecen. Para hacer frente a esto, se promulgó la Ley 1413 de 2010 en Colombia, que regula la economía del cuidado en el Sistema de Cuentas Nacionales.

Con este objetivo, la Cuenta Satélite de la Economía del Cuidado CSEC es una herramienta que organiza y registra la información económica del trabajo de cuidado no remunerado (TDCNR) en Colombia a partir del análisis de la distribución de tiempo recogida en la Encuesta Nacional del Uso del Tiempo (ENUT) con la que se obtiene el valor económico

del TDCNR con el cálculo del costo de reemplazar dichas horas al ingreso promedio por hora en el mercado laboral (DANE, 2022).

La CSEC distingue seis tipos de actividades: voluntariado, compras y administración del hogar, mantenimiento de vestuario, cuidado y apoyo de personas del hogar, limpieza, mantenimiento y reparación para el hogar, y suministro de alimentos como se muestra en la Figura 11.

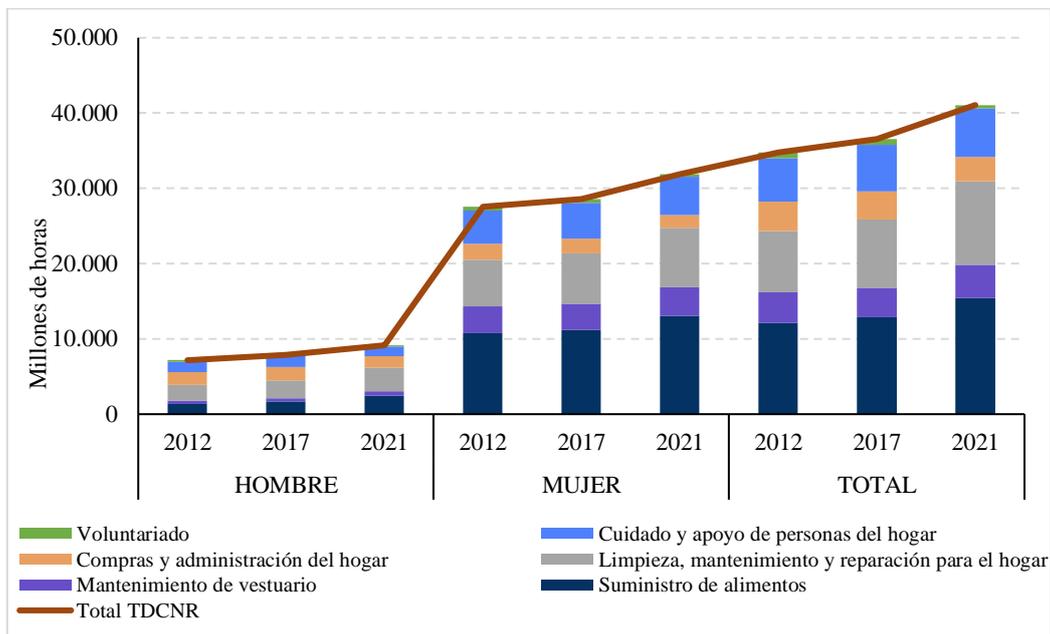
**Figura 11. Actividades de la Cuenta Satélite de la Economía del cuidado**



Fuente: Elaboración propia con base en DANE (2022)

En el total en 2021, el suministro de alimentos ocupaba el mayor número de horas con aproximadamente 15 mil millones de horas, seguido de Limpieza y mantenimiento del hogar, con 11 mil millones de horas, y Cuidado y apoyo a personas con 6 mil millones de horas dedicadas a esta actividad. Desagregando por sexos, los hombres ocupan mayor tiempo en labores como Compra y administración del hogar y Limpieza, mientras que las mujeres lo hacen en Suministro de alimentos, Limpieza y cuidado y apoyo a personas como lo indica la Figura 12.

**Figura 12. Distribución de horas en labores de cuidado no remuneradas por sexo y año**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE CSEC 2021

De acuerdo con la Figura 12, se observa un incremento sistemático en el número total de horas dedicadas a estas actividades a lo largo del período estudiado. Además, la distribución por género revela una carga desproporcionada sobre el femenino, siendo consistentemente mayor su contribución en comparación con el género masculino en todas las categorías y años analizados. Es importante destacar que la categoría de cuidado y apoyo de personas del hogar concentra el mayor número de horas, lo que sugiere una intensa demanda de tiempo en esta esfera del cuidado no remunerado.

Adicionalmente, la tendencia general muestra un aumento pronunciado en el total de horas, reflejando posiblemente una mayor visibilidad y valoración de estas labores en el contexto socioeconómico del país. Esta dinámica podría indicar una ampliación en la percepción y valoración del trabajo de cuidado no remunerado, fundamental para la estructura social y económica.

### 2.1.1.3 Condiciones laborales

En esta subsección, se emplearon datos oficiales provenientes de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) y de la encuesta EMICRON del año 2022. Esta última fuente se utilizó debido a su capacidad para proporcionar información más detallada sobre las condiciones laborales de los micronegocios. A nivel nacional, tan solo el 18,7 % de la población realizó contribuciones tanto para el sistema de salud como para el sistema de pensiones, mientras que el 0,8 % únicamente aportó para el sistema de salud, y un reducido 0,04 % realizó contribuciones exclusivamente al sistema de pensiones.

La preocupante tendencia de una baja tasa de contribución se acentúa en los Centros poblados y rural disperso, donde el 96,2,9 % de los micronegocios no efectuó contribuciones ni al sistema de salud ni al sistema de pensiones, en contraste con un modesto 1,2 % que sí aportó para ambos sistemas.

**Tabla 2. Distribución de trabajadores remunerados de micronegocios según aporte a salud y pensión**

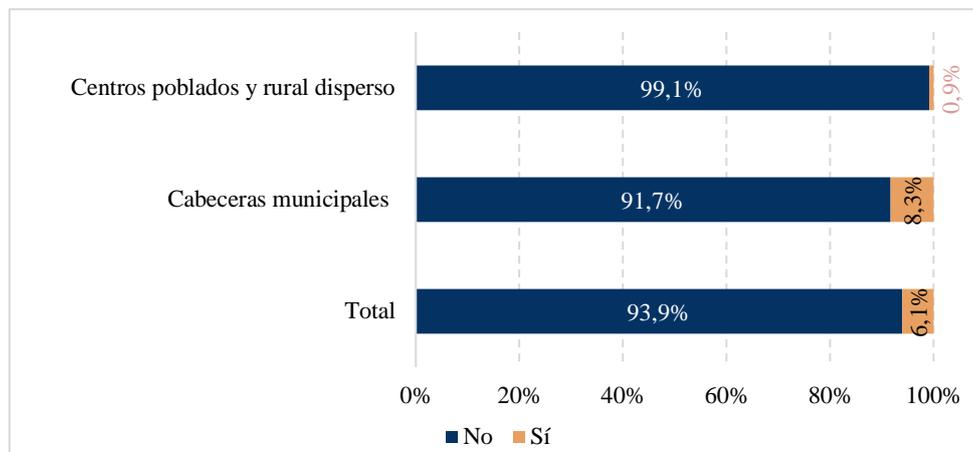
Aporte	Total	Cabeceras municipales	Centros poblados y rural disperso
Salud y pensión	18,7	24,9	3,5
No aportó	80,4	73,9	96,2
Solo salud	0,8	1,1	0,3
Solo pensión	0,0	0,1	0,0

Fuente: Elaboración propia con datos de EMICRON 2022 DANE (2023c)

En cuanto a la contribución a las Administradoras de Riesgos Laborales (ARL) por parte de los propietarios, se observa que la mayoría de ellos no efectúa este tipo de aportes. A nivel nacional, este porcentaje asciende al 93,9 %. Sin embargo, en las cabeceras municipales, esta

cifra disminuye ligeramente a un 91,7%. En contraste, en los Centros poblados y rural disperso, el porcentaje de micronegocios que no realizan aportes a las ARL alcanza un alto 99,1% (ver Figura 13). Estas cifras evidencian la vulnerable situación en la que están los trabajadores de los micronegocios ante un eventual riesgo laboral.

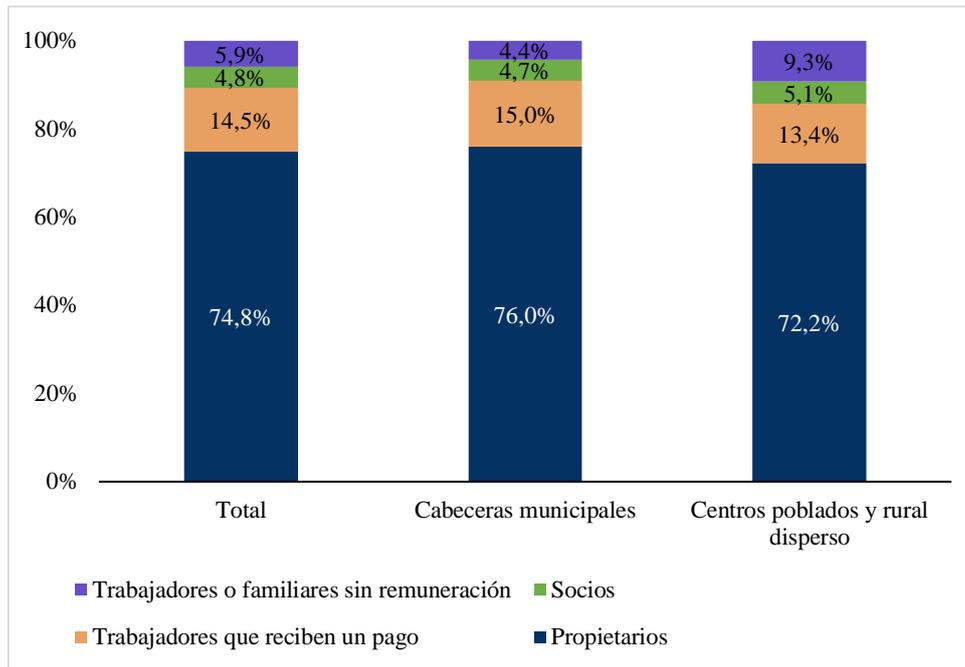
**Figura 13. Distribución de micronegocios según aporte a ARL del propietario**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2022

Continuando con el análisis de las condiciones laborales en los micronegocios, se identifica que la mayoría de las personas que se emplean en estas unidades económicas son sus propietarias, ocupando el 74,8 % en el total nacional, el 76% en las cabeceras y en los centros poblados y rural disperso un 72 %. Seguido a estos se ubican los trabajadores que reciben pago ocupando el 14,5 %, 15% y 13,4 % en el total nacional, cabeceras municipales y centros poblados y rurales, respectivamente. El porcentaje de trabajadores o familiares que no reciben un pago son mayores en la ruralidad con un 9,3 % mientras que en las cabeceras representan un 4,4 % como se evidencia en la Figura 14.

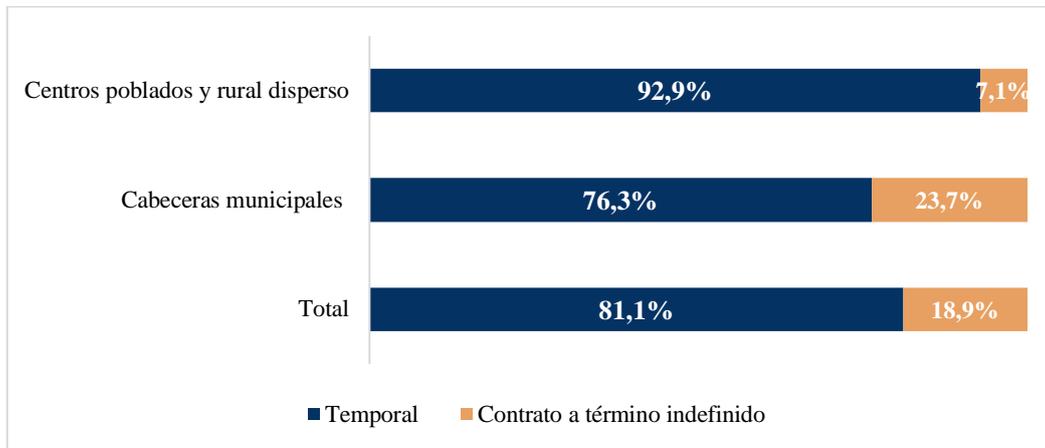
Figura 14. Distribución del personal ocupado por los micronegocios según tipo de vínculo



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2022

En cuanto al tipo de contratación, en los micronegocios predomina el contrato temporal en todas las áreas, sobre todo, este tipo de contratos tiene mayor presencia en la ruralidad, ocupando un 92,9 %, mientras que en las cabeceras este indicador se sitúa en un 76,3 % y el total nacional en 81,1 %. El restante 7,1 %, 23,7 y 18,9 % en los Centros poblados y rural disperso, Cabeceras y Total nacional respectivamente corresponde a contratos indefinidos (ver Figura 15).

Figura 15. Distribución de los micronegocios por tipo de contrato

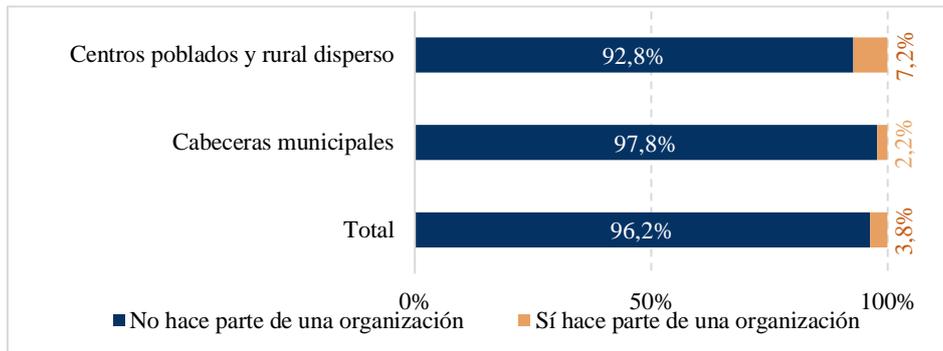


Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2022

Por otra parte, la economía popular reconoce las **actividades asociativas** como grandes oportunidades para desarrollar a las unidades económicas de la EP. Sobre este aspecto, en la EMICRON 2022 se evidencia que la gran mayoría de los micronegocios, en concreto un 96,2 %, no forma parte de ninguna organización (ver Figura 16).

Al analizar por áreas, se observa que, en las cabeceras municipales, el 97,8 % de los micronegocios no está afiliado a ninguna organización, mientras que en los Centros poblados y rural disperso este porcentaje disminuye al 92.8%. Resulta interesante señalar que, aunque aún es una cifra significativamente alta, en las zonas rurales existe una mayor afiliación a organizaciones. Esto se relaciona con la naturaleza de las actividades económicas en estas áreas, donde predominan actividades como la agricultura, pesca, selvicultura, caza y ganadería, sectores que suelen estar representados por asociaciones, federaciones y otras organizaciones similares.

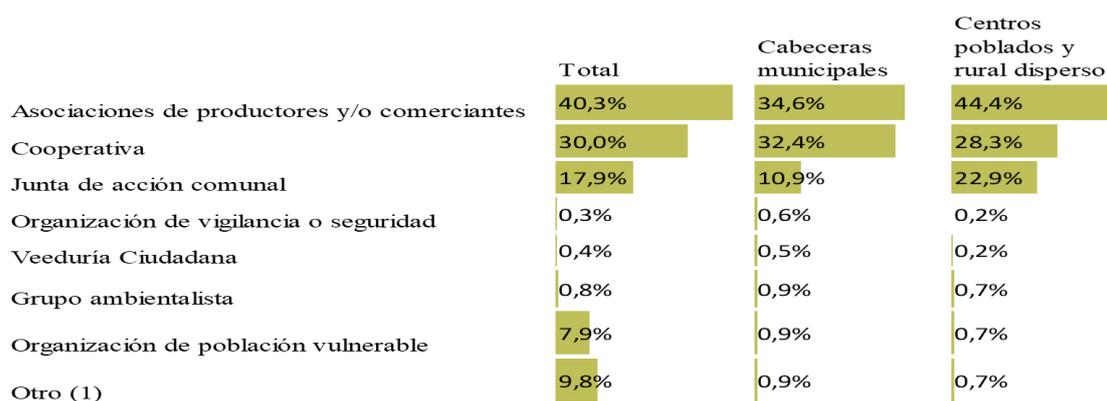
**Figura 16. Asociatividad de los micronegocios por área**



Fuente: Elaboración propia con datos de EMICRON 2022

En concreto, de los micronegocios que pertenecen a alguna organización, se concentran en mayor medida en todas las áreas a las Asociaciones de productores y/o comerciantes (40,3 % en el total nacional), sobre todo en la ruralidad (44,4 %), seguido por las Cooperativas con el 30 %, las Juntas de acción comunal (17,9 %) y las Organizaciones de población vulnerable (7,9 %) (ver Figura 17).

**Figura 17. Distribución de micronegocios por tipo de organización a la que pertenecen**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2022

(1). Incluye: Club deportivo, organización indígena, comité de cafeteros, Junta nacional de contadores

Esta evidente falta de asociatividad y cooperación en la economía popular presenta una oportunidad significativa para fortalecer estas formas de organización y convertirlas en un catalizador que facilite una mayor interacción y colaboración entre los actores de la economía popular y el resto de la economía.

En síntesis, desde el punto de vista de las estadísticas nacionales sobre la economía popular, los micronegocios se caracterizan por ocupar mayoritariamente a sus propietarios y a trabajadores no remunerados, los cuales no realizan aportes a ARL ni salud ni pensión. En cuanto a la forma de contratación, priman los contratos temporales a términos definidos. Esta precaria situación laboral se asevera en las zonas rurales, por lo cual se requieren políticas públicas focalizadas con el objetivo de mejorar la situación de estos trabajadores. Además, tienen poca afiliación a organizaciones como asociaciones y cooperativas lo que representa una oportunidad de fortalecimiento en la política pública

#### **2.1.1.4 Perfil de formalidad**

La formalización de las empresas en el país involucra su afiliación a diferentes sistemas legales requeridas bajo un marco regulatorio y normativo vigente impuesto por el Estado. Por su parte, una definición más precisa aportada por Schneider (2006) es que la informalidad se entiende como “all currently unregistered economic activities that contribute to the officially calculated (or observed) Gross National Product” [todas las actividades económicas no registradas que contribuyen al cálculo oficial del producto interno bruto] (p. 4)

Sin embargo, y como es mencionado en el Consejo Nacional de Política Económica y Social ( CONPES 3956 de 2019), no es adecuado contemplar la formalización como un proceso

binario del cumplimiento de la normatividad vigente, aunque existan limitaciones en la medición de la formalidad (lo que le ha dado una característica binaria en términos de medición) esta requiere de ser comprendida como un proceso multidimensional en donde es crucial tener en cuenta los niveles de formalización de las organizaciones y el cumplimiento real de dichos procesos, ya que puede presentarse el caso en el que existan empresas o trabajadores inmersos en una semi-informalidad en donde se cumplen parcialmente las normas o vigencias preestablecidas.

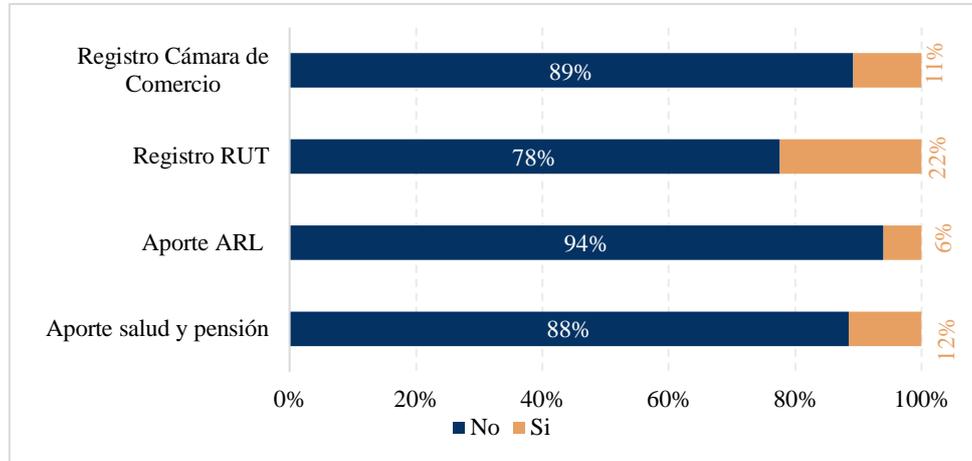
Con base en la información proporcionada por la EMICRON 2022 (ver

Figura 18), se evidencia el proceso de formalización de los micronegocios en el país. La posesión del Registro Único Tributario (RUT) destaca la mayor prevalencia a nivel general, con un cumplimiento de 1.157.556 micronegocios en el país, representando aproximadamente el 22% del total nacional. Por otro lado, se observa que los indicadores de menor cumplimiento se refieren a los aportes a la Administradora de Riesgos Laborales (ARL) con un 6% y los aportes de salud y pensión con un 12%<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Cálculo realizado a partir de la agregación del cumplimiento parcial de alguna de las prestaciones sociales (los micronegocios que solo aportan a salud representan el 3,2%, a su vez los negocios que solo aportan pensión se ubican en el 0.1% del total nacional)

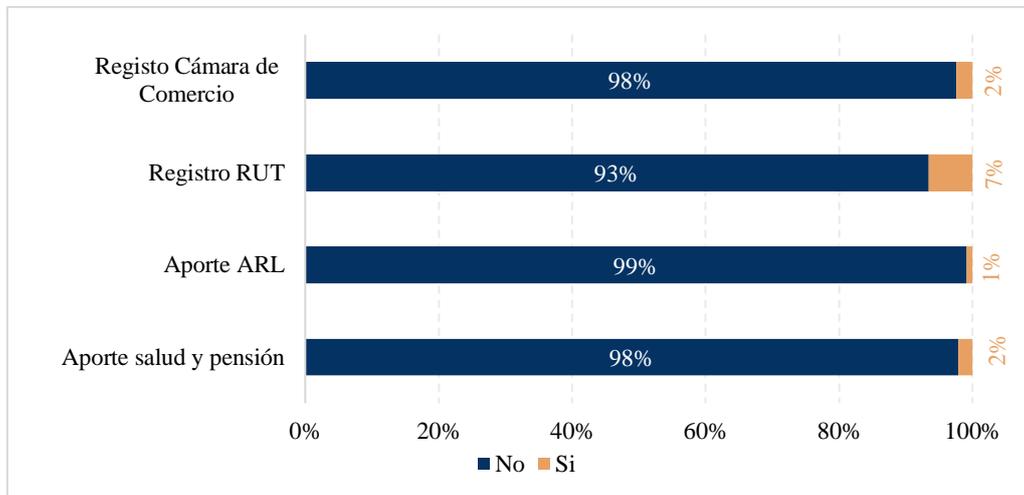
**Figura 18. Distribución del nivel de formalización de los microempresarios a nivel nacional**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2022

Partiendo de las disparidades existentes en los procesos y actividades económicas presentes en la ruralidad, se constata que los procesos de formalización son prácticamente inexistentes. Como se ilustra en la Figura 19, la mayoría de los micronegocios en áreas rurales carecen de cualquier grado de formalización. El indicador que muestra un mejor cumplimiento es la posesión del Registro Único Tributario (RUT), con un cumplimiento general de apenas el 7% del total, equivalente a 103.267 micronegocios en el ámbito rural. Los demás indicadores muestran un cumplimiento cercano al 2%, representando aproximadamente 30.000 micronegocios para los centros poblados y las zonas rurales dispersas.

**Figura 19. Distribución del nivel de formalización de los microempresarios en los centros poblados y rural disperso.**



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2022

El análisis integral del proceso de formalización resalta las características específicas de su estructura en cada una de sus etapas. En este contexto, el CONPES (3956 de 2019) ha categorizado la formalización en tres dimensiones distintas: la formalidad de entrada, que abarca la existencia legal de la empresa y los requisitos de registro empresarial; la formalidad de insumos o factores de producción, que incluye los requisitos relacionados con la mano de obra, como la afiliación a prestaciones sociales de los empleados o, en su caso, los permisos de uso de tierra; y la formalidad vinculada a los procesos de producción y comercialización de bienes y servicios, que implica cumplir con normas sanitarias, reglamentos técnicos, regulaciones ambientales, entre otros (p. 23-24)

Sin embargo, es mencionado en la literatura, por Tovar (2018) y en el CONPES (3956 de 2019), que el principal obstáculo para la dinamización de dichos procesos de formalización son los costos asociados a la carga regulatoria de las empresas formales en el país y la relación costo-beneficio de la formalidad es poco atractivo para las empresas, en especial porque la

decisión de aumentar la formalidad depende de que los beneficios percibidos por las organizaciones superen los costos asociados, en donde no se incluyen simultáneamente tanto los costos de entrada como los costos de mantenimiento en la formalidad (CONPES 3956 de 2019).

Se identifica otro inconveniente significativo: las unidades productivas dedicadas a la economía informal desconocen los beneficios asociados a la formalidad. Parra (2013) aborda las dificultades enfrentadas por empresarios, tanto formales como informales, y contribuye con dos percepciones adicionales sobre los posibles desafíos que podrían obstaculizar la promoción de la formalidad. En particular, señala que la escasa supervisión estatal facilita *"la interrelación entre los agentes que participan en la cadena productiva sin excluirlos por su estado de formalización"* (p. 18).

Adicionalmente, resalta la sobrecarga de trámites necesarios para llevar a cabo la formalización y la carencia de información sobre los procedimientos requeridos. Se evidencia una participación insuficiente o nula por parte del Estado en los procesos de capacitación y divulgación de los pasos que se requieren seguir al dar inicio al proceso de vinculación formal de los empresarios. También se subraya la capacidad de interacción entre la formalidad y la informalidad en el mercado, tal como lo señala el CONPES (3956 de 2019) indicando que *"la formalidad y la informalidad interactúan de manera constante. Esto no se limita a la competencia entre empresas formales e informales en un mismo mercado, sino también a la proliferación de transacciones entre el sector formal y el semiformal"* (p. 23).

No obstante, la formalidad conlleva efectos positivos en su implementación en las empresas, según lo sintetizado por Cárdenas & Rozo (2009) en tres aspectos clave: i) reducción de la incertidumbre frente a posibles sanciones y/o controles por parte del Gobierno Nacional, ii) un acceso ampliado a los mercados financieros, alianzas comerciales y procesos de exportación, y iii) generación de garantía como un valor agregado (al inspirar confianza en los consumidores, dado que los procesos de formalización requieren estándares mínimos en cuanto a calidad y desarrollo tecnológico, fomentando así la excelencia en los productos o servicios ofrecidos).

En conclusión, la formalización empresarial 51 ser concebida como un proceso multidimensional que se desenvuelve de manera no lineal, presentando considerables desafíos para los micronegocios en el país, especialmente en las zonas rurales, donde las tasas de informalidad alcanzan el 84%, según los últimos informes del DANE (2023a). Más allá de los costos inherentes a la formalidad, la escasa divulgación de estos procesos y sus beneficios, la falta de presencia estatal, y la facilidad de interacción entre la formalidad e informalidad son factores que contribuyen a la complejidad del tránsito hacia la formalidad para una gran proporción de los micronegocios.

Estos desafíos no solo limitan el acceso de los micronegocios al mercado financiero, sino que también restringen sus oportunidades para la exportación y otros beneficios asociados a la formalidad. Abordar integralmente estos problemas es esencial para fomentar la formalización y proporcionar a los micronegocios las herramientas necesarias para participar plenamente en la economía formal.

### 2.1.2 Tecnologías digitales en la economía popular

Los conceptos alrededor de la tecnología se han transformado conforme a la evolución y surgimiento de nuevas herramientas. En una primera instancia, se hablaba de las tecnologías de la información se relacionaba con el internet y aplicaciones básicas en la comunicación como páginas web, correo electrónico

Las tecnologías digitales ofrecen múltiples beneficios tanto para las personas como para los emprendedores y micronegocios. Según el Banco Mundial (2022), las tecnologías digitales pueden desempeñar un papel central en las sociedades modernas, salvando vidas a través de la salud digital, ayudando a las escuelas a brindar continuidad en el aprendizaje, a los comercios a través de la expansión de su negocio y apertura a nuevos mercados y a los gobiernos a comunicarse de manera efectiva y eficiente con los diferentes actores de la sociedad.

Además, las tecnologías digitales contribuyen a la consecución de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) como indica el PNUD y el Instituto Internacional de Telecomunicaciones (ITU por su sigla en inglés) en la SDG Digital Acceleration Agenda (2023), pues contribuyen a la inclusión financiera, a mejorar la eficiencia de los gobiernos y ofrecen plataformas y canales para que las personas tengan una voz (p.5).

En los países en desarrollo, la transformación digital emerge como un potente catalizador para elevar las condiciones de vida y fortalecer la competitividad de microempresarios, pequeños negocios y empresas en general. Esta tendencia cobra aún más relevancia en el contexto de la EP, donde se identifican mayores oportunidades de

intervención. Sin embargo, es imperativo establecer las condiciones propicias que posibiliten la adopción generalizada de la tecnología digital.

Estas condiciones incluyen la infraestructura adecuada, la fluidez del ecosistema digital y la promoción activa de su utilización por parte de la población. En concreto las tecnologías pueden apoyar a estos actores económicos al facilitar la comunicación con los clientes, pueden estimular la innovación de bienes y servicios ofrecidos, crear nuevos modelos de negocios, reducir precios de soporte y permiten el acceso a nuevos mercados (CEPAL, 2020, p. 7).

ITU y PNUD (2023) destacan que el epicentro de la transformación digital radica en las personas, quienes actúan como impulsores clave para que esta transición genere beneficios tangibles. En ese sentido, se convierte en esencial que las personas se apropien de esta tecnología para que sus impactos sean positivos y transformadores.

Así mismo, es crucial tener en cuenta que la transformación digital no es un fenómeno que afecta a todas las personas de la misma manera. Determinados grupos, como las comunidades rurales y las mujeres, han experimentado discriminación en el ámbito económico y también tecnológico. Por lo tanto, se hace necesario implementar políticas focalizadas en estos grupos con el fin de facilitar la inclusión digital de estas poblaciones, asegurando que todos los sectores de la sociedad puedan beneficiarse equitativamente de las oportunidades y superando desigualdades que la transformación digital ofrece.

En relación con las tecnologías digitales aplicadas a los micronegocios, actores esenciales en el panorama de la EP, el informe sobre Inclusión Productiva en Colombia (2023)

resalta que estos exhiben marcadas carencias en la dimensión de Tecnología, Informática y Comunicaciones (TIC), alcanzando una carencia de 63,9 % en el total de micronegocios.

Específicamente, aquellos clasificados como débiles o excluidos de la productividad presentan una carencia significativa, especialmente en lo que concierne a la característica de digitalización, pues el indicador de carencia se magnifica, registrando un preocupante 85,5 %. En contraste, los micronegocios robustos informan una carencia sustancialmente menor, apenas del 20,9 %. Estos datos revelan una brecha considerable de 64,6 puntos porcentuales entre los micronegocios débiles y los robustos (ver Figura 20).

**Figura 20. Resultados de Índice de robustez de micronegocios por dimensión**

Dimensión	Carencia de:	Total	Débiles (D)	Robustos (R)	Brecha pp (D-R)
Condabilidad y finanzas	Contabilidad	63,9%	83,4%	23,3%	60,1
	Liquidez	73,3%	77,0%	65,7%	11,3
	Uso de canales de pago	86,0%	99,3%	62,8%	36,5
TIC	Conectividad	63,9%	85,5%	20,9%	64,6
	Digitalización	96,7%	99,5%	88,0%	11,5
	Equipos	94,2%	99,4%	83,8%	15,6
Formalización	RUT y CC	77,2%	92,9%	45,5%	47,4
	Remuneración a empleados	13,1%	14,2%	11,1%	3,1
	Formalización del propietario	92,5%	98,6%	80,0%	18,6

Fuente: Elaboración propia datos de Inclusión y ONU Colombia (2022)

Estas tecnologías digitales que surgen como oportunidades para las unidades económicas de la EP pero también como un reto como se mostró antes y se puede clasificar su estado de apropiación, desarrollo y madurez. De acuerdo con fuentes como CEPAL (2020), Colombia Productiva (s. f.) y Dini et al.(2021), las tecnologías digitales maduras son aquellas que ya están acuñadas y cuya etapa de desarrollo ya fue terminada y están en constante mejoramiento, sin embargo, ya están consolidadas en el mercado. Dentro de estas se incluyen

el internet y las aplicaciones para la gestión documental, contable, administrativas y servicios en la nube.

Por otro lado, las tecnologías avanzadas o emergentes son aquellas que usan un grado mayor de codificación, de bases de datos y que se utilizan para labores más específicas como el Big Data, Blockchain, entre otras (Colombia Productiva, s. f.). Así, las tecnologías digitales constituyen una amplia gama de entornos, aplicativos y servicios que se conjugan para facilitar procesos, dar soluciones, automatizar y crear dentro de los negocios, incluyendo la economía popular.

#### **2.1.2.1 Tecnologías digitales básicas**

Como se mencionó, existen diversas formas de clasificar las tecnologías digitales y en este documento se hará referencia a las tecnologías básicas como aquellas que sirven de base para otras más avanzadas o maduras puedan desarrollarse o aplicarse como lo son la conectividad a través de internet y el uso de dispositivos.

Con respecto al uso de internet en los actores de los micronegocios de la EP los datos de la EMICRON señalan que ha habido un crecimiento en el número y proporción de micronegocios que utilizan el servicio de internet a nivel nacional, en las cabeceras y en los centros poblados y rural disperso como se puede identificar donde el color durazno en la Figura 21. Específicamente a nivel nacional, la cantidad de micronegocios que utilizaban internet ha experimentado un incremento, pasando de 1,404,659 en 2019, lo que representa el 23.3% del total de micronegocios, a 2,072,873 en 2022, constituyendo el 42.2% del total.

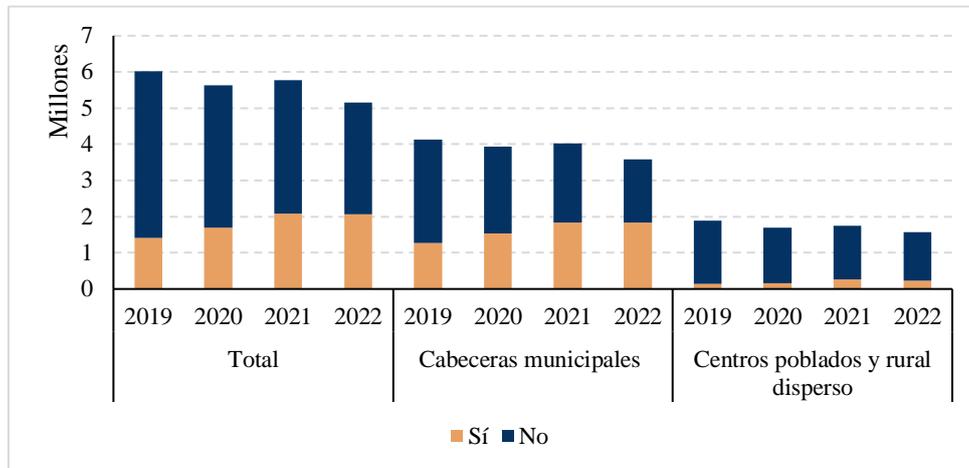
No obstante, el aumento en el uso de internet por parte de los micronegocios a nivel nacional ha sido impulsado principalmente por las cabeceras urbanas. En estas áreas, se ha observado un incremento del 30,8 % al 51,3 % de micronegocios que utilizan internet entre 2019 y 2022, lo que representa un aumento significativo de 20,6 pp. En contraste, en las áreas rurales, se ha evidenciado un incremento más modesto, pasando del 9,9% en 2019 al 14,8% en 2022, indicando un aumento de apenas 7,6 pp.

Lo anterior deja en evidencia la brecha de conectividad por parte de los micronegocios lo que a su vez se relaciona con la brecha de conectividad<sup>13</sup> que se presenta a nivel nacional entre las áreas rurales y urbanas que se ubicó en 2022 de acuerdo con la Encuesta de Calidad de Vida (ECV) en 35,2 pp pues mientras en las cabeceras el 67,5 % de los hogares tenía internet, en los centros poblados y rural disperso esta proporción apenas fue de 32,2 %.

---

<sup>13</sup> Brecha de conectividad calculada como la diferencia entre la proporción de hogares con internet (fijo, móvil o ambos) en cabeceras y centros poblados y rural disperso.

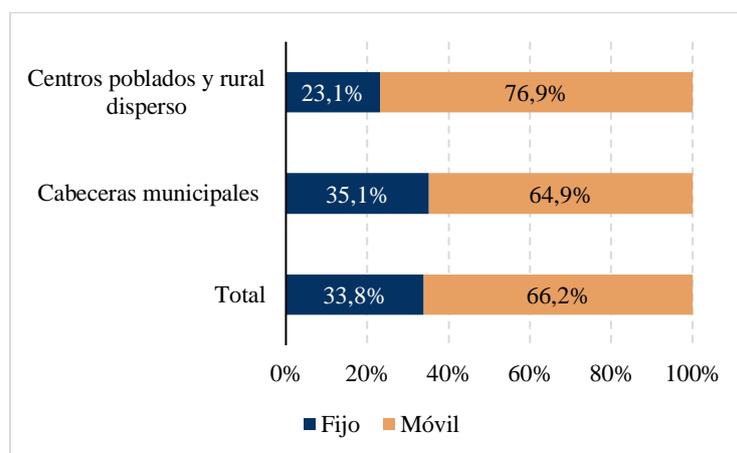
**Figura 21. Número de micronegocios según área que usan o no internet 2019-2022**



Fuente: Elaboración propia con datos DANE-EMICRON 2019-2022

En cuanto al tipo de conexión utilizada por los micronegocios en 2022, se observa que la conexión móvil prevalece a nivel nacional, tanto en áreas urbanas como rurales. Destaca especialmente su predominio en estos últimos, los centros poblados y rural disperso, alcanzando el 76,9 %, mientras que en las cabeceras urbanas fue del 64,9 % como lo muestra la Figura 22.

**Figura 22. Distribución de micronegocios según conexión a internet**



Fuente: Elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022

Por otro lado, de los más de tres millones de micronegocios que no utilizaron internet, el 82,2 % señaló que la razón principal para abstenerse de este servicio es simplemente que no lo requieren, una situación que se repite tanto en las cabeceras urbanas (87,5 %) como en los centros poblados y rural disperso (75,3 %). La segunda razón con mayor frecuencia es la que el personal no sabe usar el servicio, representando el 5,6 % a nivel nacional, el 4,3 % en las cabeceras urbanas y aumentando a hasta 7,4 % en las zonas rurales. La tercera razón para no usar internet en las cabeceras y en el total nacional como computadores, tabletas para conectarse con un 4,1 % en las áreas urbanas, mientras que para las zonas pobladas y rurales dispersas el 6,3 % de los micronegocios indicó la falta de cobertura en la zona como se evidencia en la

Figura 23.

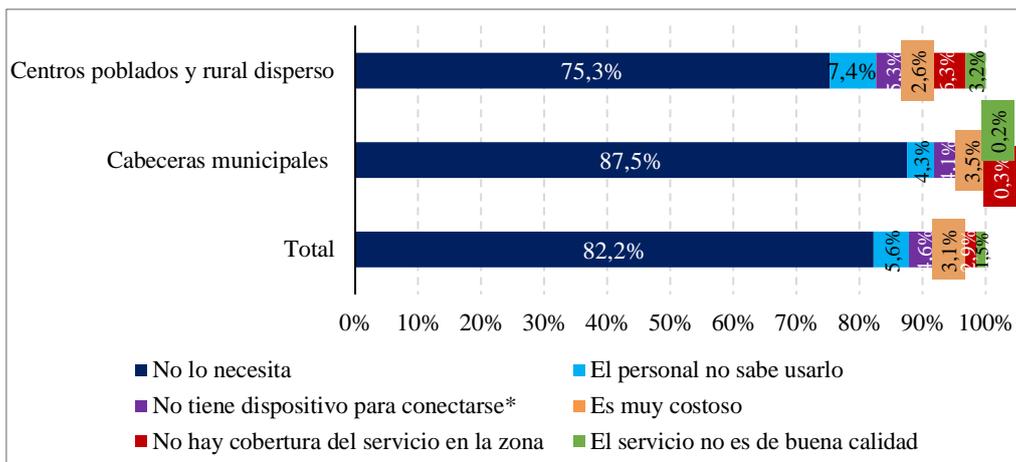
Esto demuestra que las **barreras** percibidas por los micronegocios son distintas dependiendo del área que se analice, por esto es necesario realizar políticas encaminadas a: primero, reforzar a nivel nacional el conocimiento sobre las ventajas del internet para sus negocios<sup>14</sup> ; segundo, capacitar a las personas en el uso de este servicio y tercero, se requiere

---

<sup>14</sup> Como se mencionó anteriormente: acceso a nuevos mercados, mejoramiento de proceso, acceso a cursos en línea para mejorar habilidades específicas de cada actividad que desempeñe el micronegocio lo que permite

continuar llevando el servicio de internet a las zonas más apartadas y por parte de las cabeceras haciendo más accesible los dispositivos para conectarse.

**Figura 23. Distribución de micronegocios según razón para no usar el servicio de internet**



Fuente: Elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022

\*Incluye (computador, tableta, entre otros)

En relación con la posesión de dispositivos electrónicos, un total de 3.366.364 micronegocios, equivalente al 65,4%, contaba con teléfono móvil celular inteligente y/o convencional, consolidándolo como el dispositivo más empleado por estos negocios. Se destaca que el teléfono inteligente es la preferencia tanto en áreas urbanas como rurales, si bien en estas últimas su uso es menor (el 71,5 % de los celulares en centros poblados y áreas rurales es un smartphone, en contraste con el 91,9 % en las cabeceras urbanas). En segundo

aumentar el valor agregado de los bienes y servicios, facilitar la relación con el Estado y sus trámites y con otras instituciones privadas como bancos, y asociaciones

lugar, se ubica el computador portátil, con una tenencia del 6 %, siendo más prevalente en las cabeceras urbanas que en las áreas rurales. Por último, las tabletas son el dispositivo menos utilizado, presente en solo el 0,6 % de los micronegocios. Respecto a la frecuencia de dispositivos, se observa que, en la mayoría de los casos, se cuenta con un máximo de un dispositivo. Estos hallazgos se sintetizan en la Figura 24.

**Figura 24. Número y distribución de dispositivos electrónicos usados por los micronegocios**

Dispositivo electrónico	Total	Cabeceras municipales	Centros poblados y rural disperso
<b>Computadores de escritorio</b>	<b>304.587</b>	<b>293.403</b>	<b>11.183</b>
Ninguno	44,8%	44,4%	52,5%
Uno	50,7%	51,1%	42,2%
Dos o más	4,6%	4,5%	5,3%
<b>Computadores portátiles</b>	<b>310.837</b>	<b>295.610</b>	<b>15.228</b>
Ninguno	43,6%	44,0%	35,3%
Uno	53,2%	52,8%	62,3%
Dos o más	3,2%	3,2%	2,4%
<b>Tabletas</b>	<b>29.213</b>	<b>26.986</b>	<b>2.226</b>
Ninguno	94,7%	94,9%	90,5%
Uno	4,9%	4,7%	9,5%
Dos o más	0,4%	0,4%	0,0%
<b>Teléfono celular inteligente (Smartphone)</b>	<b>2.972.656</b>	<b>2.469.959</b>	<b>502.697</b>
Ninguno	11,7%	7,4%	28,0%
Uno	85,9%	89,8%	70,9%
Dos o más	2,5%	2,8%	1,1%
<b>Teléfono celular convencional</b>	<b>419.104</b>	<b>218.268</b>	<b>200.836</b>
Ninguno	87,6%	91,8%	71,2%
Uno	12,4%	8,1%	28,7%
Dos o más	0,0%	0,0%	0,0%
<b>TOTAL DE MICRONEGOCIOS</b>			<b>5.150.956</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022

En síntesis, las tecnologías básicas en los micronegocios se distribuyen de manera desigual entre las cabeceras y los centros poblados y rural disperso, siendo los micronegocios

en las cabeceras los que utilizan mayormente el servicio de internet y disponen de más variedad y número de dispositivos electrónicos en sus negocios.

### **2.1.2.2 Tecnologías digitales maduras, emergentes y comercio electrónico**

Las tecnologías maduras se refieren a aquellos aplicativos o software, que ya han sido desarrollados y se están afianzados y consolidados en el mercado, estando constante mejoramiento marginal<sup>15</sup>. Estas tecnologías digitales incluyen los sitios web, presencia en redes sociales, y otras actividades de servicio al cliente, capacitaciones, entre otras.

Por otro lado, las tecnologías emergentes son aquellas que son más complejas de quien ejecuta el programa como lo es el blockchain, el Big Data y el comercio electrónico pues requiere de tecnologías básicas y maduras como lo son: la conectividad a internet, integraciones de medios de pago, carritos de compras, servicio al cliente entre otras.

Con respecto a estas tecnologías no se dispone información disponible para la economía popular, sin embargo, un acercamiento son las actividades que realizaron los micronegocios en internet. Según datos de la EMICRON de 2022 dentro de los negocios que usan internet (2.072.873), las actividades de Mensajería instantánea, Aplicaciones y Servicio al cliente fueron las actividades que más micronegocios realizaron. La Banca electrónica y otros servicios financieros fue la cuarta actividad con más micronegocios en el total nacional (46,9 %) y en las cabeceras 50,2 %, mientras que en los centros poblados y rural disperso esta actividad ocupó el quinto, siendo realizada con solo el 20,3 % de micronegocios rurales.

---

<sup>15</sup> Mejoramientos no sustanciales o complementarios.

Figura 25. Número de micronegocios que realizaron actividades en internet

Actividad	Total	Cabeceras municipales	Centros poblados y rural disperso
Mensajería instantánea o chat (WhatsApp, Messenger, Line, etc)	2.035.317	1.806.315	229.002
Uso de aplicaciones	1.322.374	1.205.569	116.805
Servicio al cliente	980.675	889.092	91.583
Banca electrónica y otros servicios financieros	971.856	924.826	47.030
Búsqueda de información sobre bienes y servicios	524.584	459.995	64.589
Enviar o recibir correo electrónico	431.334	404.050	27.284
Llamadas telefónicas por internet / VoIp o uso de videoconferencias	337.046	312.450	24.596
Búsqueda de información de dependencias oficiales y autoridades	246.431	226.221	20.209
Capacitación de personal	202.232	174.516	27.716
Comprar a proveedores por internet mediante una plataforma electrónica (comercio electrónico)	152.552	140.513	12.039
Transacciones con organismos internacionales	113.011	107.052	5.959
Entrega de productos en forma digitalizada a través de internet	100.788	96.407	4.381
Vender productos a a clientes por internet mediante una plataforma electrónica (comercio electrónico)	96.738	90.932	5.806
<b>TOTAL MICRONEGOCIOS</b>	<b>2.072.873</b>	<b>1.840.959</b>	<b>231.913</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022

Por otro lado, las actividades de tecnologías emergentes y comercio electrónico con menor participación fueron: las transacciones con entidades internacionales (5,5 % de micronegocios nivel nacional, 5,8 % en las cabeceras y 2,6 % en las zonas rurales), seguido de Entrega de productos en forma digital (4,9 % total nacional, 5,2 % cabeceras y 1,9 % en centros poblados y rural disperso) y la Venta de productos por internet a través de comercio electrónica se posicionó como la actividad que menos micronegocios realizó con el 4,7 % a nivel nacional, 4,9 % en las cabeceras y solo el 2,5 % en las zonas rurales (ver Figura 25) .

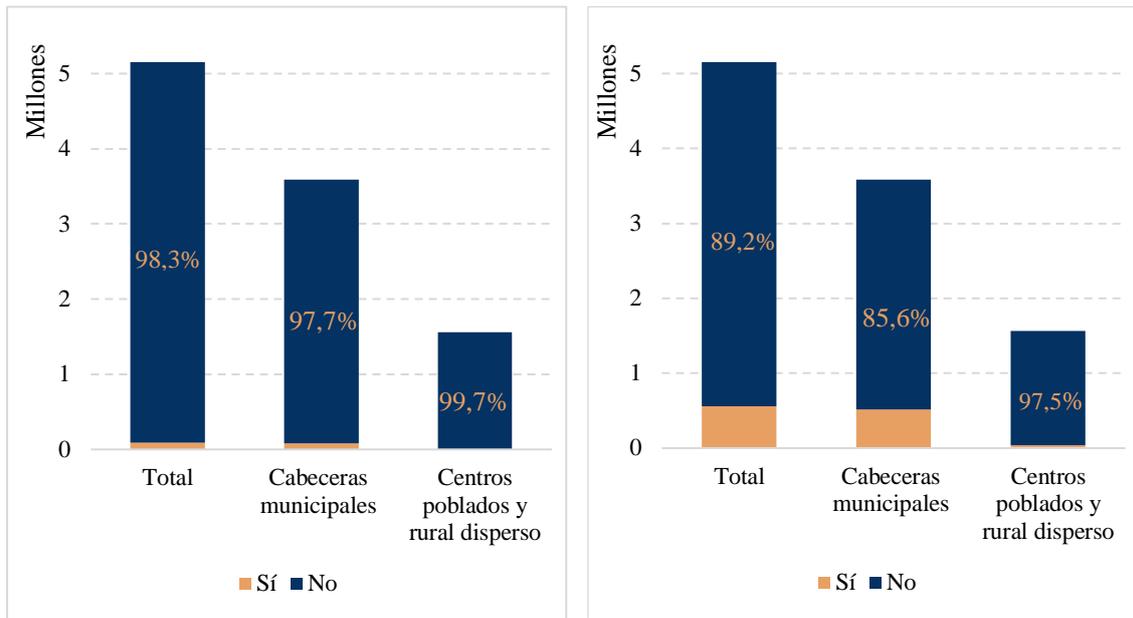
Específicamente en la presencia de los micronegocios en sitios web, se destaca que solo una minoría de 87.554 micronegocios, es decir que el 1,7 %, lo llevó a cabo a nivel nacional. En las cabeceras urbanas, esta cifra se incrementó ligeramente al 2.3%, mientras que en los centros poblados y áreas rurales dispersas se redujo significativamente a un escaso

0.3%. Y en la presencia den redes sociales aumentan los micronegocios a 556.779 que lo tienen sin embargo siguen siendo minoría como se puede observar en la Figura 26.

**Figura 26. Numero de micronegocios que tiene o no sitio web y redes sociales los micronegocios**

A. Tenencia o presencia en sitio web

B. Presencia en redes sociales



Fuente: Elaboración propia con datos del DANE-EMICRON 2022

En resumen, el análisis detallado de la adopción y utilización de tecnologías digitales por parte de los micronegocios en el contexto de la economía popular revela tanto desafíos significativos como oportunidades prometedoras. Las tecnologías digitales básicas, como la conectividad a internet y el uso de dispositivos electrónicos, son fundamentales para el desarrollo y la aplicabilidad de tecnologías más avanzadas. Sin embargo, persisten brechas notables entre las áreas urbanas y rurales, lo que destaca la necesidad urgente de políticas enfocadas en reforzar el conocimiento, capacitar a la población y mejorar la accesibilidad a estas tecnologías fundamentales.

En cuanto a las tecnologías digitales maduras y emergentes, los micronegocios muestran una participación variable. Mientras que actividades como la mensajería instantánea, aplicaciones y servicio al cliente son frecuentes, la adopción de tecnologías emergentes como el comercio electrónico y las transacciones con entidades internacionales es más limitada. La presencia en sitios web y redes sociales, aunque en aumento, sigue siendo minoritaria. Estos hallazgos resaltan la importancia de fomentar la inclusión digital y ofrecer apoyo específico para mejorar la participación de los micronegocios en la economía digital, impulsando así su competitividad y contribución al desarrollo sostenible.

## 2.2 Contexto de la economía popular análisis por regiones

Con el objetivo de analizar el estado actual de la adopción de tecnologías digitales y comercio electrónico se llevó a cabo una encuesta a micronegocios pertenecientes a cuatro sectores de la economía popular: Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, Industrias manufactureras, Alojamiento y servicios de comida y Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios<sup>16</sup> para seis regiones que incluye: Centro Oriente, Caribe, Centro Sur Amazonía, Llano, Eje Cafetero y Pacífico<sup>17</sup>.

Estas encuestas se realizaron a propietarios, dueño o administrador de micronegocios, es decir establecimientos de 10 o menos empleados en 51 municipios de país agrupadas en las seis regiones mencionadas anteriormente. En total se realizaron 1.616 encuestas

---

<sup>16</sup> No se incluyen vendedores ambulantes.

<sup>17</sup> Ver anexo 6.1 para ampliar sobre los municipios analizados de cada región.

presenciales que son representativas para 505.024 unidades económicas ubicadas en centros poblados y 1121 en centros poblados en los 32 departamentos y Bogotá. Este marco permite identificar las unidades económicas de los sectores del comercio, industria, servicios, transporte y construcción. En cada manzana las unidades económicas se clasifican según las características del emplazamiento en donde se identifica la cantidad de establecimientos fijos, establecimientos semifijos, vivienda con actividad económica y puestos móviles

Para realizar este análisis primero se va a caracterizar a las microempresas encuestadas, seguido se va a realizar un diagnóstico de la tenencia y frecuencia de uso de activos tecnológicos como lo son el internet, página web entre otras, herramientas ofimáticas y de comercio electrónico de comercio electrónico entre otras.

### **2.2.1 Perfil sociodemográfico**

En primer lugar, la distribución de micronegocios a lo largo de las regiones mostró un patrón interesante, con una marcada concentración en Centro Oriente, que alcanzó el 36,3 % del total. Le seguía de cerca la región Eje Cafetero, con un 18,6 %, mientras que Caribe representaba el 16,7 % y Pacífico el 15,7 %. Las regiones con menor participación de micronegocios fueron Centro y Sur Amazonía con el 7,1 % y Del Llano con 5,6 %. Del total de micronegocios el 53,9 % se situó en capitales, además el 82,1% en zonas urbanas mientras que el 17,9 % restante en zonas rurales como se evidencia en la

Figura 27-panel A.

Cuando examinamos la distribución a nivel nacional por sector económico, los micronegocios vinculados al Alojamiento y servicios de comida lideraron con un 43%, seguidos por las Actividades artísticas y de entretenimiento con un 29%, luego las Industrias manufactureras representando el 15%, y la Agricultura y ganadería el 13%.

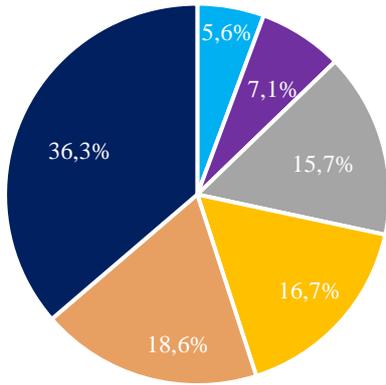
Al desglosar esta información a nivel regional, se mantiene el orden de participación en los sectores analizados, aunque las proporciones varían. En el Eje Cafetero, resultaba llamativo que el porcentaje de micronegocios dedicados a la Agricultura y actividades relacionadas que supera la media nacional (13%), al igual que en las regiones del Llano y Centro Oriente. Por otro lado, las Industrias manufactureras tenían una presencia más destacada en la región de Centro Oriente, obteniendo una participación de 27 %, es decir 12 pp más que el promedio nacional; por su parte, el Eje Cafetero y Pacífico tuvieron las participaciones más bajas en este sector con 7 % y 3% respectivamente lo que se relaciona con la tradición productiva de estas regiones. En particular, este bajo 3 % de micronegocios manufactureros del Pacífico da cuenta la concentración de la zona hacia la actividades extractivas y relacionadas con commodities como lo son la minería, agricultura y pesca y relacionadas con el turismo debido a su riqueza natural (Bonet et al., 2008; DNP, s. f.) (ver

Figura 27, panel B).

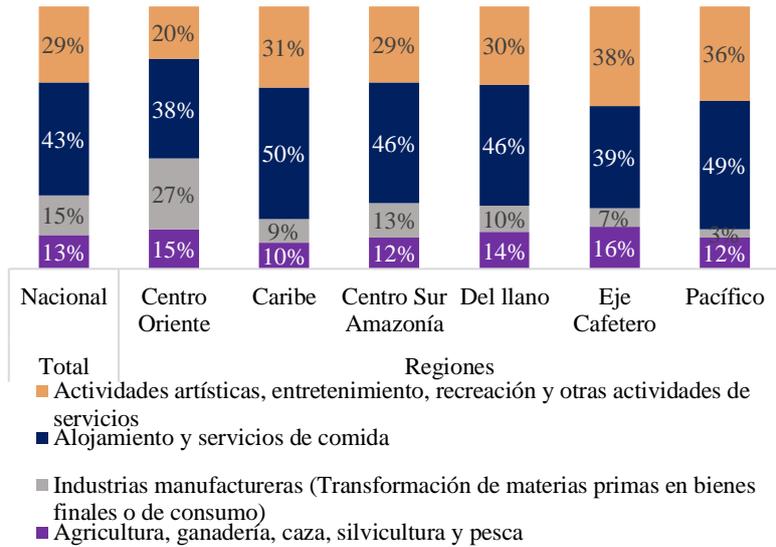
**Figura 27. Caracterización micronegocios según: distribución geográfica, por sectores, por antigüedad a nivel nacional y por lugar donde realiza sus actividades a nivel nacional**

A. Distribución geográfica

B. Distribución por actividades regiones y total nacional



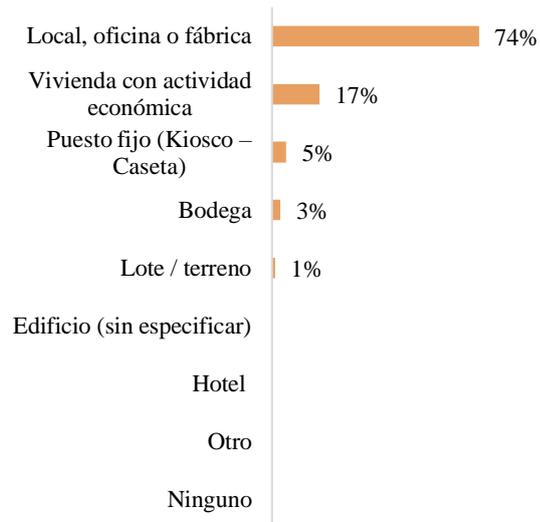
- Del llano
- Centro Sur Amazonía
- Pacífico
- Caribe
- Eje Cafetero
- Centro Oriente



C. Antigüedad a nivel nacional



D. Ubicación del establecimiento a nivel



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

Como se observa en la

Figura 27-panel C, en cuanto a la antigüedad de los micronegocios, es notable que la mayoría ha estado operando por más de 10 años, representando el 33%. Le sigue en proporción aquellos con una antigüedad de 2 a 4 años, así como los que llevan funcionando menos de un año, ambos con un 15%. El resto de la distribución de la antigüedad se repartió de manera bastante equilibrada, oscilando entre el 13% y el 11%. A nivel regional destaca que en el Caribe los micronegocios con antigüedad Menor a un año son el 24 % lo que lo posiciona como la segunda antigüedad con mayor participación seguida de más de 10 años, esta misma situación que se presentó en Del Llano donde el 17 % de los micronegocios respondió llevar menos de un año<sup>18</sup>.

En relación con la ubicación de los micronegocios encuestados, el 74% indicó llevar a cabo sus actividades en un local, oficina o fábrica. Por otro lado, el 17% mencionó hacerlo en una vivienda con actividad económica. Las opciones de Puesto Fijo, Bodega y Lote/Terreno representaron cada una menos del 5% del total.

---

<sup>18</sup> Para amplia sobre la distribución de micronegocios según antigüedad, revisar anexo 6.2

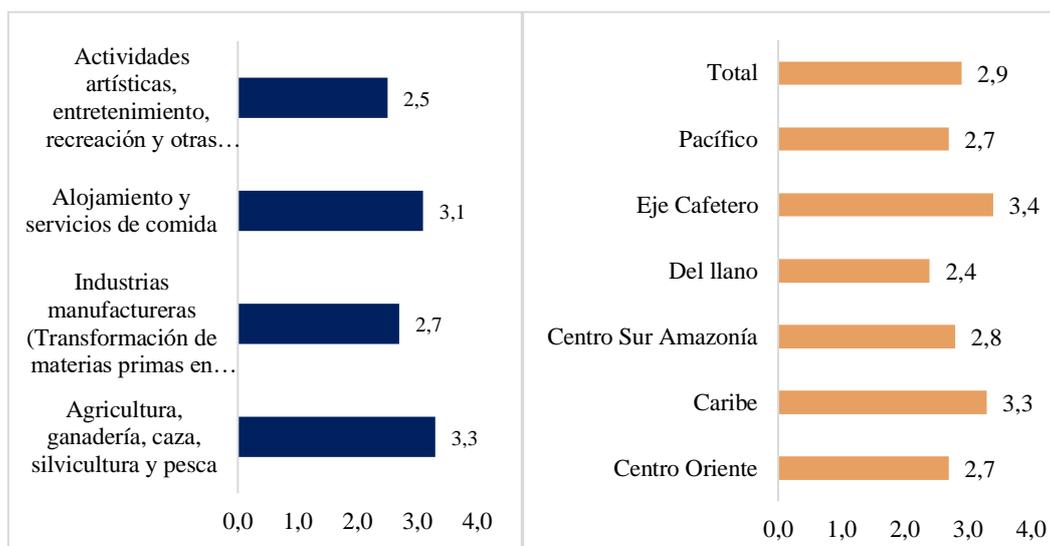
En resumen, al analizar retrospectivamente la distribución geográfica y sectorial de los micronegocios, se evidencian patrones distintivos que reflejan las dinámicas económicas regionales, destacando especializaciones y enfoques particulares en las regiones del país, por ejemplo, la tradición Agrícola del Eje Cafetero y la Manufacturera en Centro Oriente. Este panorama histórico sugiere que las oportunidades y desafíos para el desarrollo empresarial fueron específicos y variados a lo largo de las regiones. Asimismo, la notable durabilidad de muchos micronegocios, con una significativa proporción operando por más de una década, subraya la resiliencia y adaptabilidad de estos emprendimientos. La preferencia mayoritaria por realizar operaciones en espacios comerciales específicos como locales, oficinas o fábricas, aunque con una considerable participación en entornos residenciales, revela la diversidad en las estrategias de ubicación adoptadas por estos actores económicos a lo largo del tiempo como lo resume la

Figura 27.

De la misma forma la encuesta arroja resultados en materia de la estructura laboral los diferentes micronegocios tanto a nivel regional como sectorial, como se observa en la

Figura 28. En términos regionales el promedio nacional se ubica en 2,9 empleados por micronegocio, a la vez que el Eje Cafetero es la región que ocupa más personas en promedio con 3,4 empleados mientras la región Del Llano es la que menos ocupados tiene con 2,4 empleados promedio. En cuanto a los sectores la Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca es la más intensiva en mano de obra con 3,3 empleados en promedio mientras que las Actividades artísticas, entretenimiento, recreación y otras actividades de servicios tiene un promedio de 2,5 empleados. Finalmente, en materia rural y urbana, según la encuesta, los promedios son 2,6 y 3,0 respectivamente.

**Figura 28 Caracterización sector laboral micronegocios, número de trabajadores promedio.**



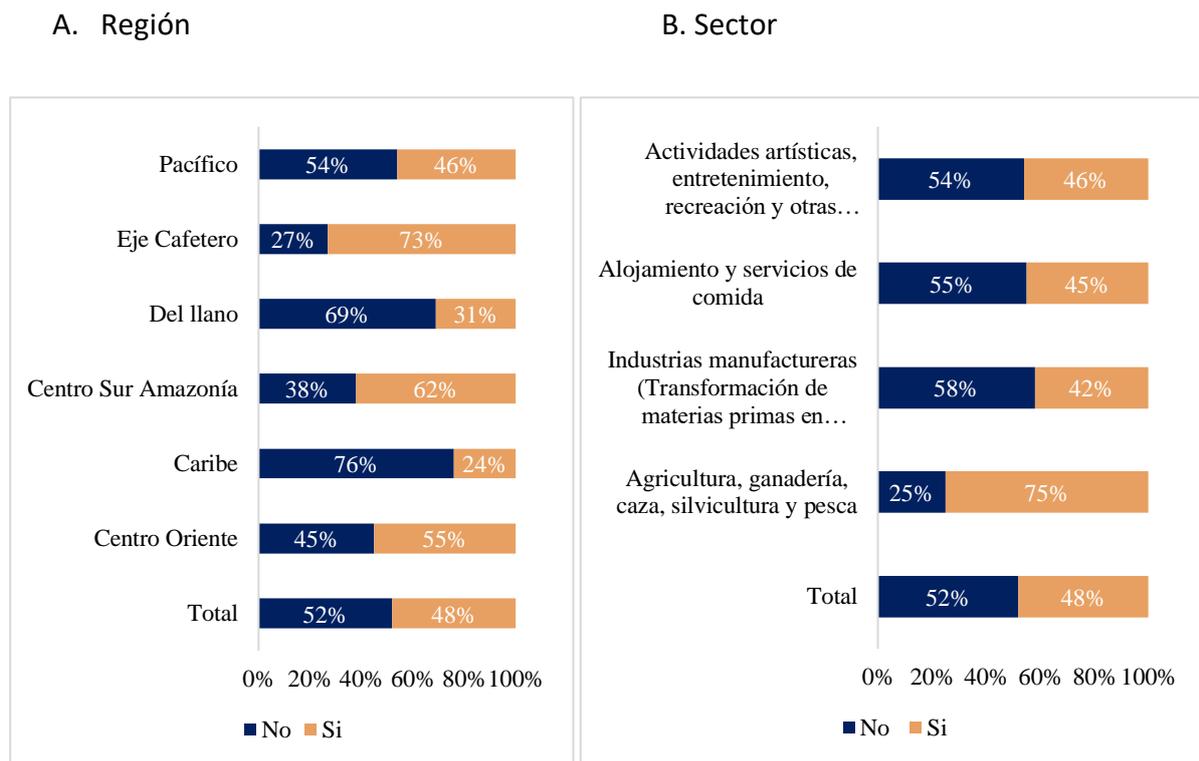
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

Cabe destacar en materia de formalidad laboral mediante el análisis del pago a seguridad social y aportes parafiscales que a nivel regional el Eje Cafetero destaca con un 73% de sus micronegocios cumpliendo dichas obligaciones, mientras que la región más rezagada

es la región Caribe con un 24%. Tal que a nivel nacional en promedio solo el 48% de los micronegocios hace pago de estas obligaciones. En cuanto el ámbito sectorial nuevamente quien destaca es el sector de Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con un 75% mientras que los otros sectores se ubican por debajo del 50%, cumpliendo con los mismos promedios que en ámbito regional de un 48% de pago a estas en promedio. Dichos procesos se ilustran en la Figura 29. Del mismo modo, en el ámbito rural esto es del 37% mientras que en el urbano es del 51%.

**Figura 29 Pago seguridad social y obligaciones parafiscales de los micronegocios por región y sector**



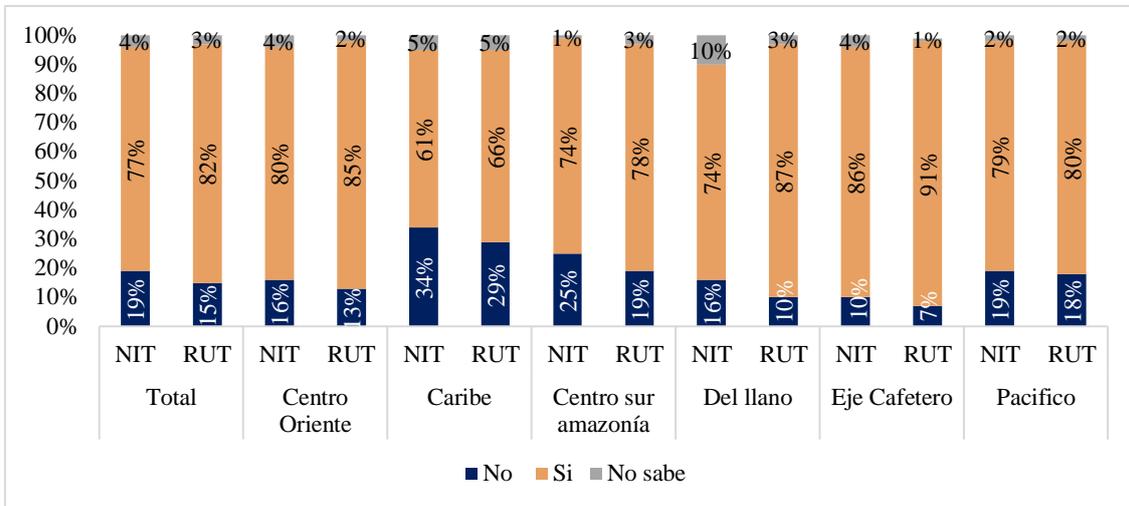
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

Concretizando, en el ámbito laboral los micronegocios presentan retos tanto a nivel regional como sectorial ya que presentan estructuras pequeñas y con niveles informales bastante altos aún más en regiones como la Caribe. Además, se puede observar que el Eje Cafetero destaca en el sentido de que la mayoría de los micronegocios dedicados a la Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca tienen una participación importante en la región, siendo el sector que mayor formalidad laboral ofrece en los micronegocios. Estos resultados subrayan la importancia de considerar tanto las diferencias regionales como sectoriales al abordar políticas y estrategias para mejorar la estructura y la formalidad laboral de los micronegocios.

Por su parte, la legalidad y formalización de los micronegocios también es clave, ya que aspectos que muestra la encuesta como: si el negocio posee NIT (Número de identificación tributaria), RUT (Registro Único Tributario), Registro de la Cámara de Comercio en los últimos 3 años, es responsable del IVA y cuenta con facturación electrónica permiten caracterizar aspectos asociados al grado de formalización y cumplimiento de normativas por parte de los micronegocios. A la vez esto proporciona información que puede beneficiarlos a ellos como al ámbito económico; pues identificar este tipo de carencia legales aporta la posibilidad de tener un mayor seguimiento en conjunto de la posibilidad de la creación de asesoramientos y capacitaciones para que los procesos administrativos y responsabilidad fiscal de los mismos sean más fáciles.

**Figura 30 Distribución de micronegocios que cuentan con NIT y RUT por región**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

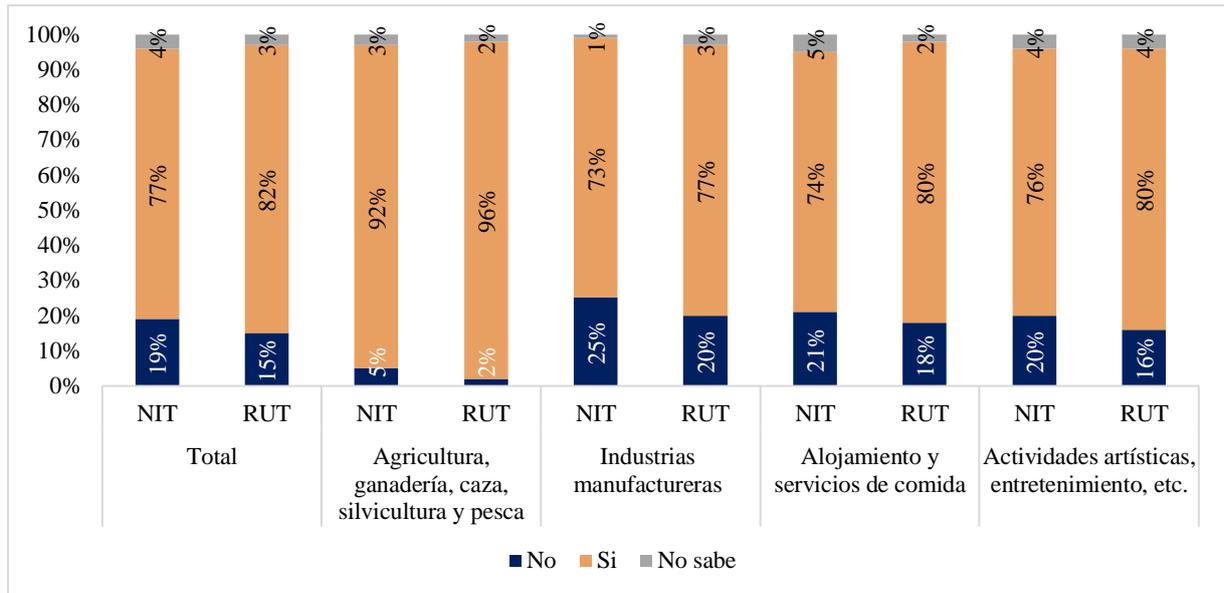
**Ecommerce (2023)**

La Figura 30 expone como en materia de legalidad y registro tributario se comportan los micronegocios en base a la distribución regional. Se pueden observar que tanto para el NIT como para el RUT a nivel nacional el 77% y 82% de los micronegocios tienen estos registros que permiten el cumplimiento de las obligaciones tributarias y son utilizadas en diversos procesos de la administración fiscal. La región que destaco en este aspecto es la Eje Cafetero con el 86% de cobertura para el NIT y 91% para el RUT, mientras que la región Caribe es la más rezagada, estando 16 pp por debajo del promedio nacional en ambos.

Con referencia a la tenencia de NIT y RUT por sectores y total nacional representado en la Figura 31, se observa que la tenencia de el promedio nacional se replican respecto al análisis regional; destaca el sector de Agricultura, ganadería, caza y selvicultura estando muy por encima de la media nacional; por otro lado, el sector más rezagado en materia de formalidad y registro tributario son las industrias manufactureras sobre todo en el RUT,

estando 4 pp y 5 pp debajo del promedio respectivamente. En materia rural y urbana 79% y 68% en cuanto al NIT y respecto al RUT es de 84% para el ámbito urbano y 74% para el ámbito rural.

**Figura 31 Distribución de micronegocios que cuentan con NIT y RUT por sector**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

**Ecommerce (2023)**

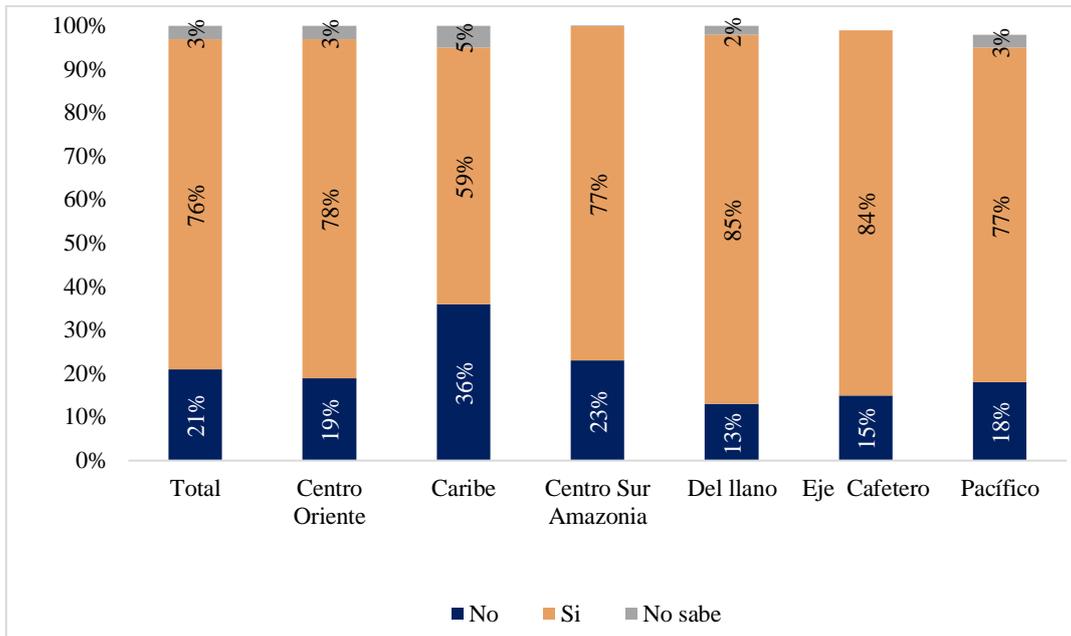
En segundo lugar, el contar con registro actualizado en cámara de comercio es clave para que un micronegocio pueda acceder a una identificación, servicios gubernamentales, confianza, seguridad y una constante actualización de la información. En materia regional sobresale la región Del Llano con un 85% de cobertura para los micronegocios, seguida del Eje Cafetero con un 84% y Centro Oriente con 78%. Nuevamente la región más rezagada es la región Caribe con 59%, 17 pp debajo del promedio total. (ver Figura 32)

Sumado a lo anterior, la encuesta también presenta las motivaciones que tienen los micronegocios para no tenerlo. A nivel nacional la mayor motivación es la disponibilidad de

tiempo con un 28%. En el caso de las regiones Del llano, Eje Cafetero, y Caribe con el 25%, 44% y 27% respectivamente, es el hecho de que los negocios son muy nuevos. Seguido de esto, la segunda motivación más significativa es la disponibilidad del tiempo sobre todo en la región del Eje Cafetero con un 44%. Dicha información está en la

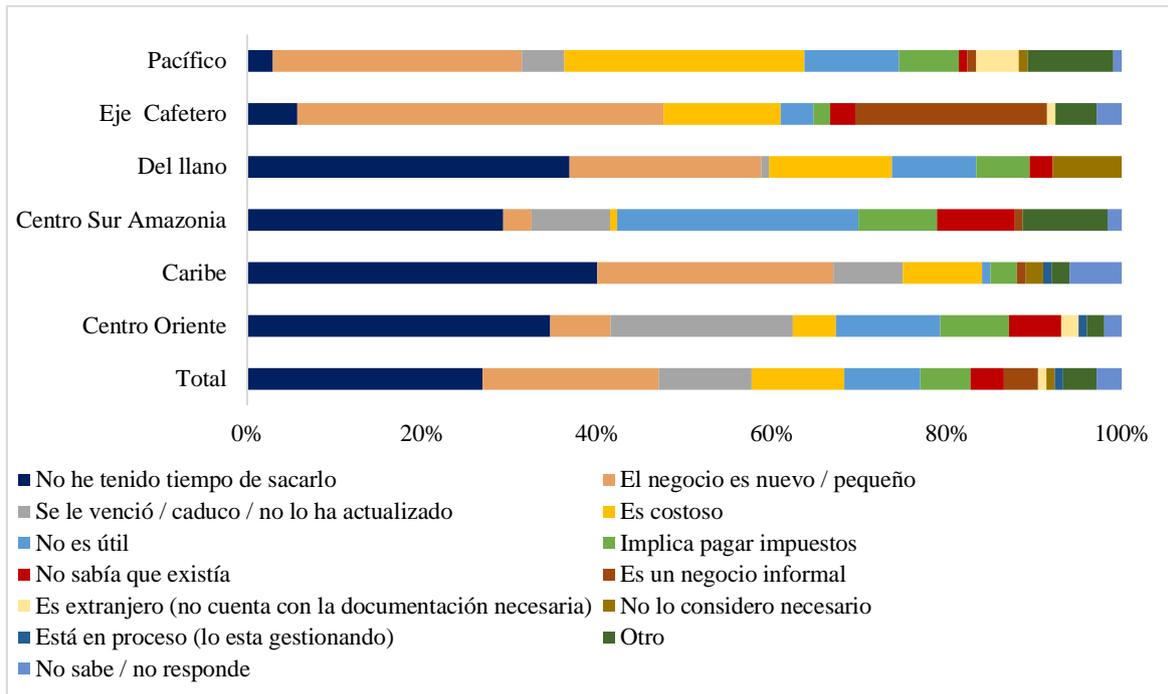
**Figura 33.**

**Figura 32 Distribución de micronegocios que cuentan con registro en Cámara de Comercio actualizado hace 3 años por región.**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio Ecommerce (2023)

Figura 33 Motivos de los micronegocios para no tener registro en la Cámara de Comercio por región



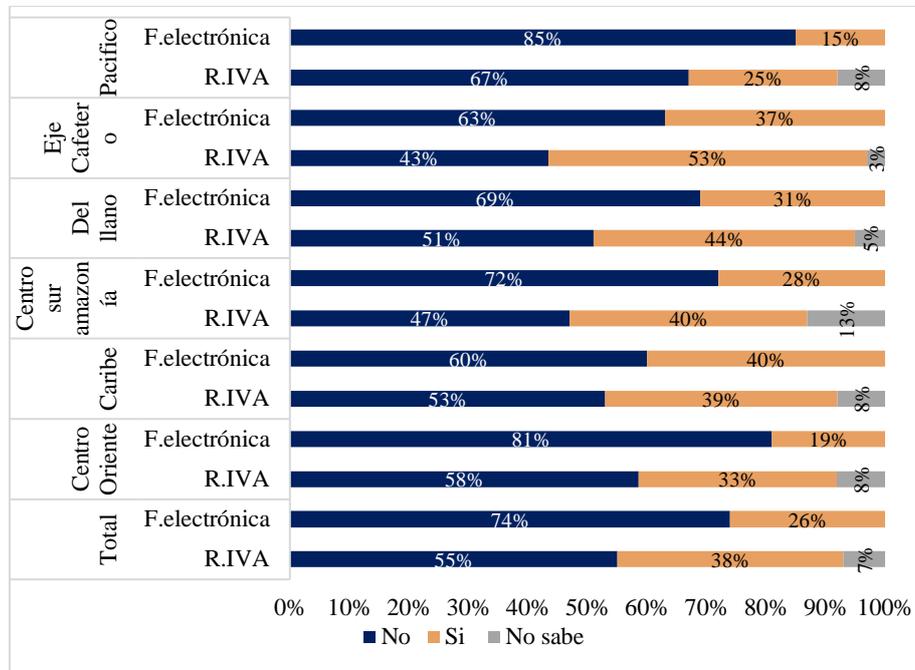
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

### Ecommerce (2023)

En relación con la distribución de los micronegocios que si son responsables del IVA y la disponibilidad de tener facturación electrónica. La responsabilidad del IVA solo recae en el 38% de los micronegocios a nivel total, donde mayor presencia de micronegocios con esta característica es en el Eje Cafetero con el 53%, en contraste, donde menos se localizan es la región Pacífica con el 25%.

En materia de facturación electrónica el promedio nacional es bajo con un 26% lo que presenta grandes retos en la digitalización e interoperabilidad financiera en los micronegocios. La región que más la presenta, nuevamente, es la Caribe con un 40% y la más baja la Pacífica con el 15% como se expone en la Figura 34.

**Figura 34 Distribución micronegocios según si es responsable de IVA y tienen facturación electrónica por región**



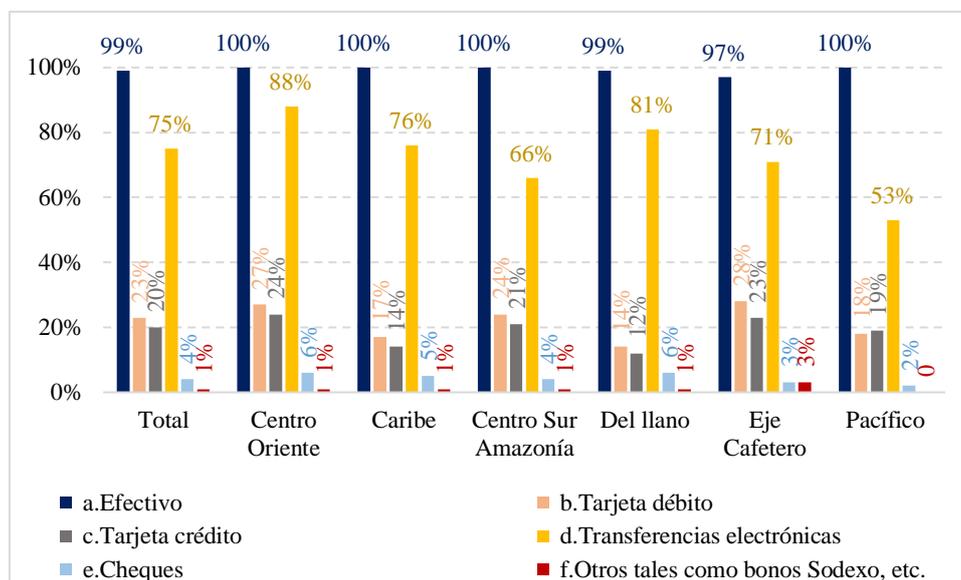
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

**Ecommerce (2023)**

Finalmente, respecto a los medios de pago de las transacciones de los miembros de la economía popular no es posible hacer un análisis de participación sin embargo si un análisis del comportamiento de aceptación de estos. Los micronegocios se caracterizan por hacer y recibir sus transacciones a través del dinero en efectivo. De acuerdo con los resultados de la encuesta, tanto a nivel nacional como por regiones el instrumento de pago más aceptado abarcando entre el 97 % y el 100 % de los micronegocios. Es importante notar que el segundo instrumento más aceptado son las Transferencias electrónicas, que incluyen: transferencias entre cuentas, pagos en línea PSE, y pagos con billeteras digitales, con un elevado 75 % a nivel nacional, 88 % en la región de Centro Oriente, 81 % en Llano, 76 % en el Caribe, 71 % en el Eje

Cafetero, 66 % en Centro Sur Amazonía y la región con menos micronegocios que aceptan este medio de pago es el Pacífico con 53%, lo que representa una brecha de 35 pp respecto a la Centro Oriente (ver Figura 35). Esto indica diferencias en la aceptación de pagos que se relacionan con la cobertura de infraestructura que se requiere para hacer estos pagos como lo es el internet, celulares inteligentes, y acceso a productos financieros.

**Figura 35. Porcentaje de micronegocios que aceptan los distintos medios de pago en el total nacional y por regiones**

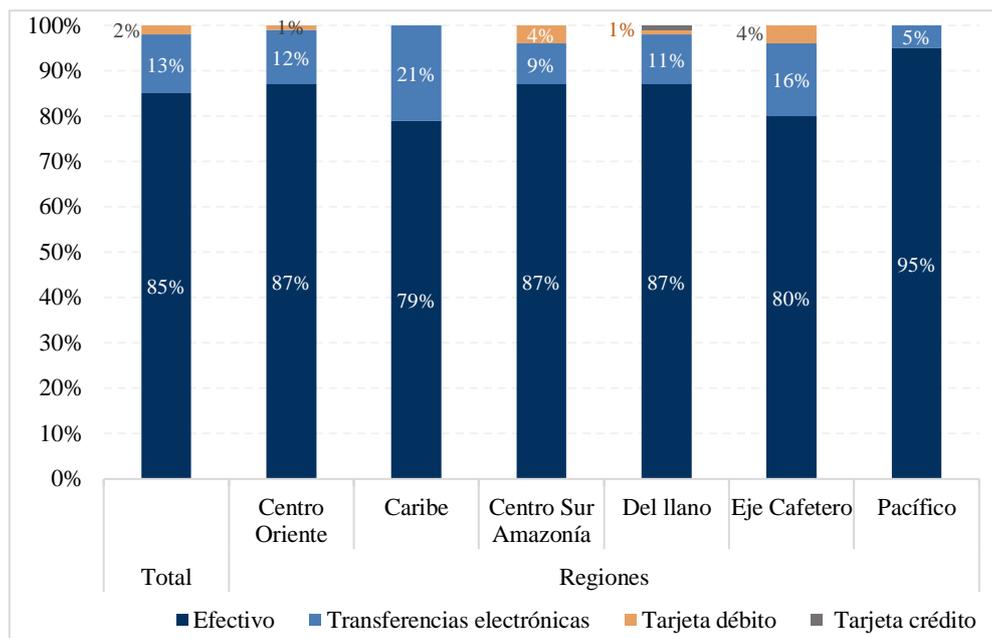


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio Ecommerce (2023)

Respecto a los medios de pago más utilizados por los clientes de los micronegocios por regiones (ver Figura 36), las regiones que exhiben menores niveles de participación del efectivo son el Eje Cafetero, con un 80%, y la región Caribe, con un 79%. Estos datos subrayan las variaciones regionales en la aceptación de pagos por parte de los micronegocios, evidenciando la predominancia del efectivo sobre todas las regiones sin mayor variación entre

los resultados desagregados y la tendencia nacional, a parte de una baja participación de otros tipos de instrumentos de pago. Sin embargo, después del efectivo, los instrumentos de pago de mayor uso a nivel nacional y regional, por parte de los clientes de los micronegocios de las regiones, son las transferencias electrónicas con una tendencia nacional del 13%, resaltando el comportamiento de la región Caribe en donde asciende al 21% de uso del total nacional. Las regiones con el peor comportamiento de dicho indicador son la región Centro Sur Amazonía con un 9% y el Pacífico con una participación del 5%.

**Figura 36. Distribución de los instrumentos de pago más usados por los clientes de los micronegocios por regiones**



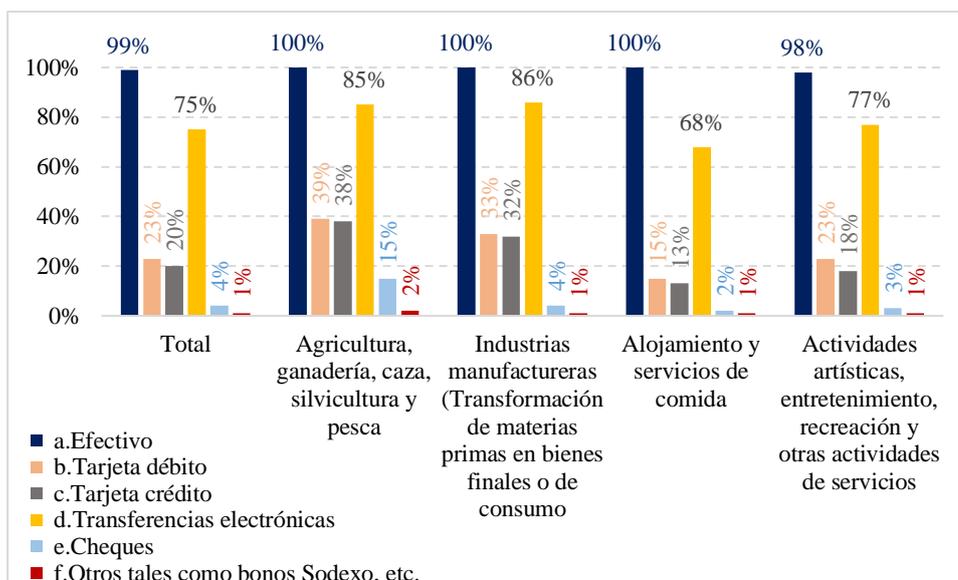
Fuente:

Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio Ecommerce (2023)

Así mismo, en cuanto al uso de los instrumentos SPBV en los sectores económicos, medido a través del porcentaje de micronegocios que aceptan este tipo de medios de pago, se evidencia que entre el 98 % y el 100 % de los negocios acepta el efectivo, mientras que las

Transferencias electrónicas fueron admitidas entre un 68 % y un 86 %. Respecto a este último, el sector con menor participación fue Alojamiento y servicios de comida, mientras que el de mayor fue Industrias Manufactureras. Cabe señalar que las tarjetas crédito y débito son especialmente aceptadas en la Agricultura, ganadería, caza y pesca y en Industrias Manufactureras, por el contrario, son significativamente más bajas en el sector de Alojamiento y servicios de comida (entre 25 pp y 15 pp) como lo muestra la siguiente figura.

**Figura 37. Porcentaje de micronegocios que aceptan los distintos medios de pago por sector**

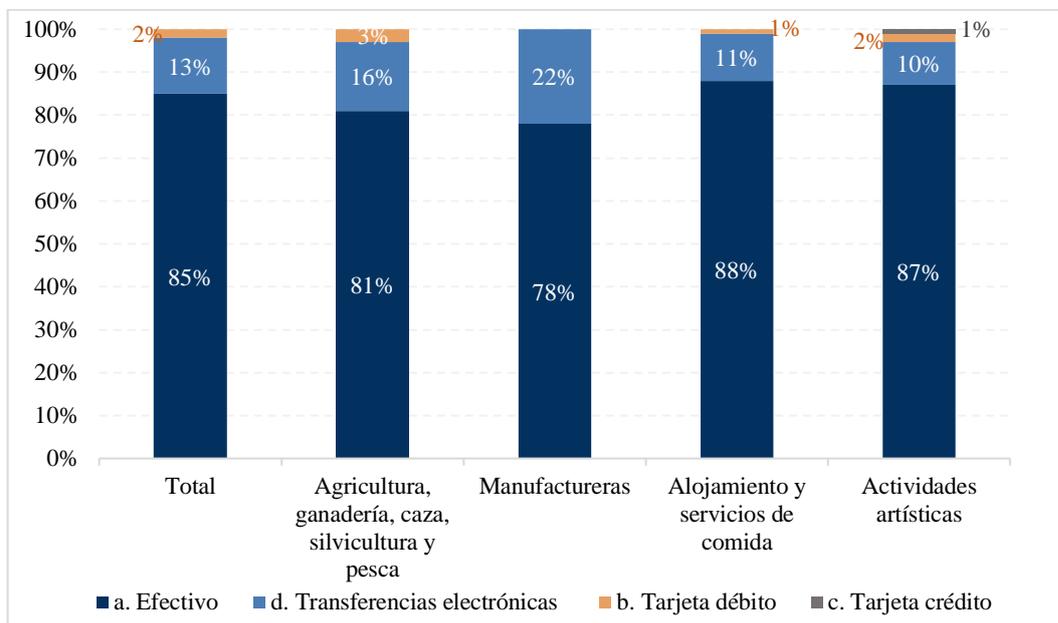


**Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio Ecommerce (2023)**

Al realizar un análisis sectorial sobre el instrumento de pago de mayor uso por parte de los clientes (ver Figura 38) se observan las mismas características previamente mencionadas al realizar el análisis por regiones: El dinero en efectivo, registrando un promedio nacional del 85%, y las transferencias electrónicas son los sistemas de pago electrónicos de

mayor uso dentro de las categorías sectoriales. Sin embargo, es pertinente resaltar la participación de las transferencias en el sector de la industria manufacturera con un 22% de participación y de la Agricultura, con un 16% de participación sobre el total de la variedad de sistemas de mayor uso.

**Figura 38 Medios de pago más utilizados para las transacciones de venta en los micronegocios desagregado por sectores económicos**



**Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio Ecommerce (2023)**

En síntesis, el dinero en efectivo sigue siendo el medio de pago predominante en los micronegocios a nivel nacional, con una participación que oscila entre el 98% y el 100%; a pesar de la creciente disponibilidad de opciones de pago electrónicas como las transferencias bancarias y los pagos por internet. Además, se observa una disparidad en la aceptación de medios de pago electrónicos entre zonas urbanas y rurales, con una menor propensión a aceptar métodos de pago digitales en las zonas rurales, posiblemente debido a limitaciones

en la cobertura de internet y acceso a productos financieros, temática a tratar a continuación.

Así mismo este comportamiento se replica de igual manera a nivel regional y sectorial.

Estas conclusiones también resaltan la importancia de considerar las variaciones regionales y la infraestructura disponible al promover la adopción de sistemas de pago electrónicos en los micronegocios, así como la necesidad de estrategias específicas para fomentar su uso en diferentes contextos geográficos y económicos.

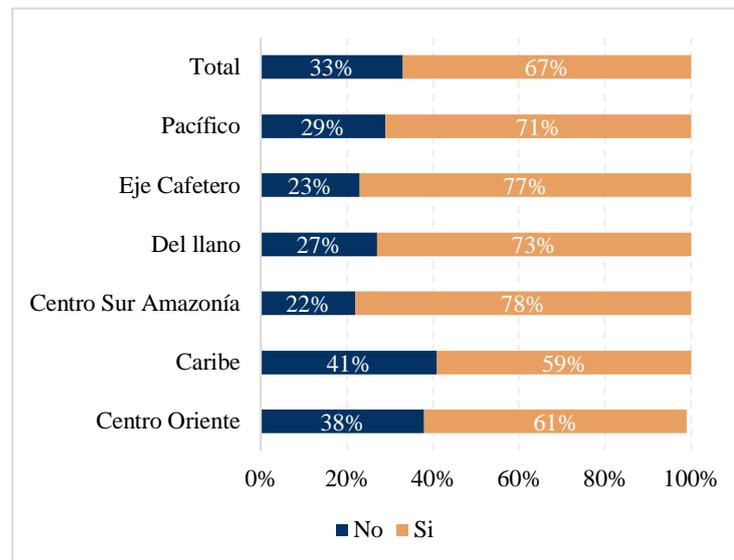
En resumen, los micronegocios presentan una alta cobertura en registro y legalidad tributaria; mientras que los registros en las cámaras de comercio tienen mayores retos en unas regiones como la Caribe, además cabe resaltar la naturaleza nueva de muchos de estos negocios lo que hace necesario estudiar las trabas que han tenido para realizar el proceso. Finalmente, la responsabilidad del IVA y la facturación electrónica son el mayor reto para los micronegocios en inclusión y registro de transacciones y aceptación de pagos diferentes al efectivo.

### **2.2.2 Tecnologías digitales en la economía popular**

A partir de los resultados de la encuesta implementada, se puede caracterizar el nivel de adopción de tecnologías básicas en los micronegocios. Estos resultados son relevantes al analizar la desagregación por regiones, tal como se evidencia en la Figura 39, los resultados obtenidos revelan que el 67% de los micronegocios en el país incorporan el uso de Internet en sus actividades económicas. Destacan los resultados de la región Centro Sur de la Amazonía y el Eje Cafetero, donde la adopción de Internet alcanza el 78% y 77% del total nacional. Por

otro lado, la región Caribe muestra el índice más bajo de adopción de esta tecnología, con un cumplimiento del 59%.

**Figura 39 Distribución de micronegocios con acceso a internet desagregado por región**

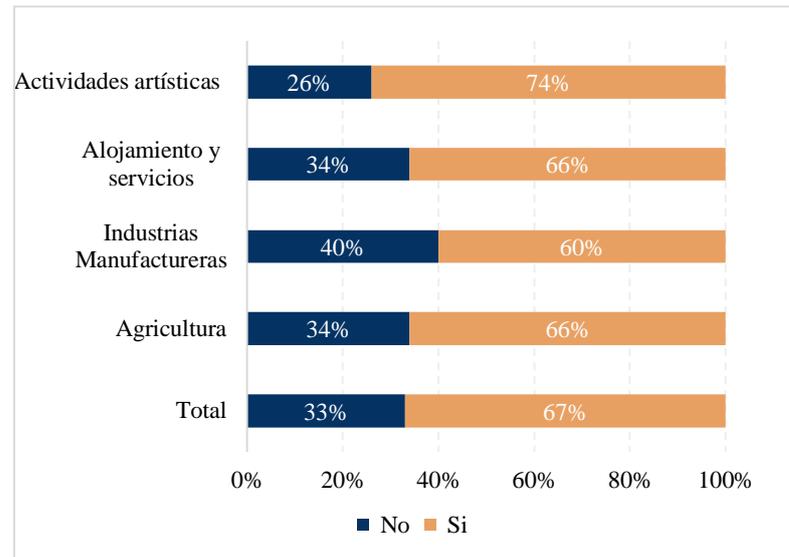


**Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio**

**Ecommerce (2023)**

Por otro lado, a nivel sectorial como ilustra la Figura 40 el sector económico que expresa un mayor acceso a internet son las actividades artísticas con un 74%, mientras que el que menos acceso tiene son las industrias manufactureras con 60%. El promedio nacional se sitúa en el 67% al igual que el promedio nacional a nivel regional.

**Figura 40 Distribución de micronegocios con acceso a internet desagregado por sector**

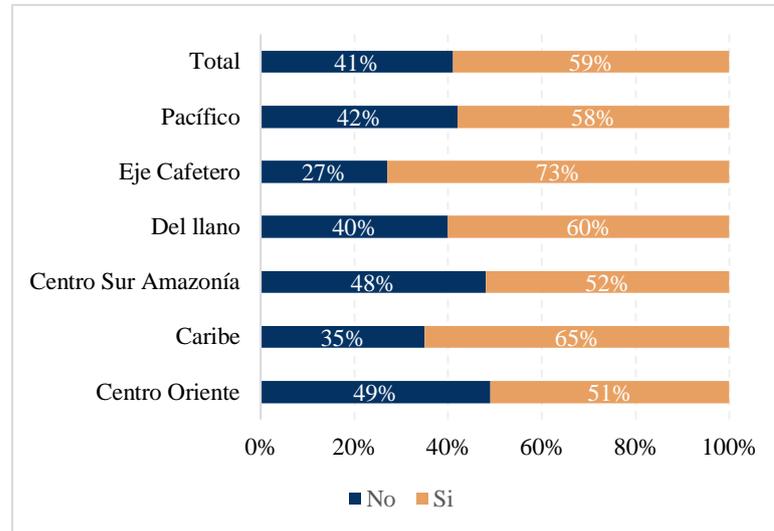


**Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio Ecommerce (2023)**

Además, en lo que respecta a la distribución de micronegocios con acceso a un dispositivo electrónico<sup>19</sup> (ver Figura 41 y Figura 43), se evidencia un destacado desempeño en el cumplimiento del Eje Cafetero, con un 73%, y el Caribe con un 65%. Por otro lado, las regiones con los indicadores más bajos de tenencia de esta tecnología son la región Centro Oriente, con un 51%, y el Centro Sur Amazonía, con un 52%. A nivel sectorial, destaca el sector de Actividades artísticas con un 72% seguido del sector agrícola con un 69%. El promedio nacional dentro de los sectores se ubica en 59%, igual que el promedio a nivel regional.

<sup>19</sup> Dentro del uso de un dispositivo electrónico se contemplan el uso de tabletas digitales, Smartphones o computadores.

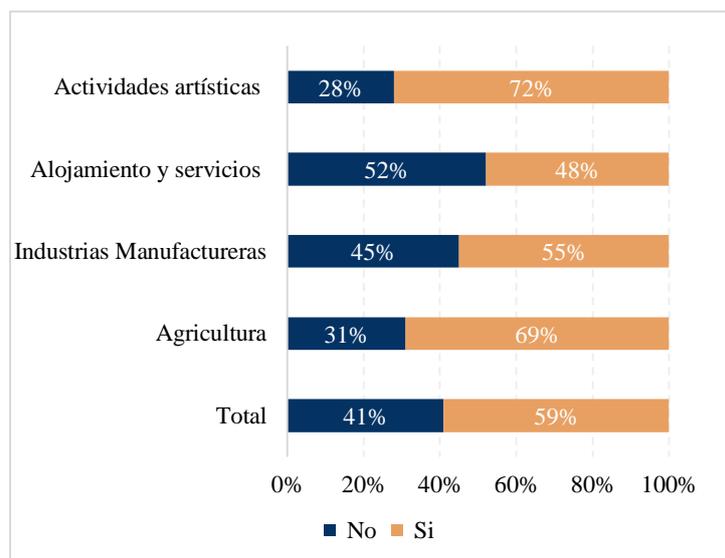
**Figura 41 Distribución de micronegocios con acceso a un dispositivo electrónico desagregado por región**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

**Figura 42 Distribución de micronegocios con acceso a un dispositivo electrónico desagregado por sector**

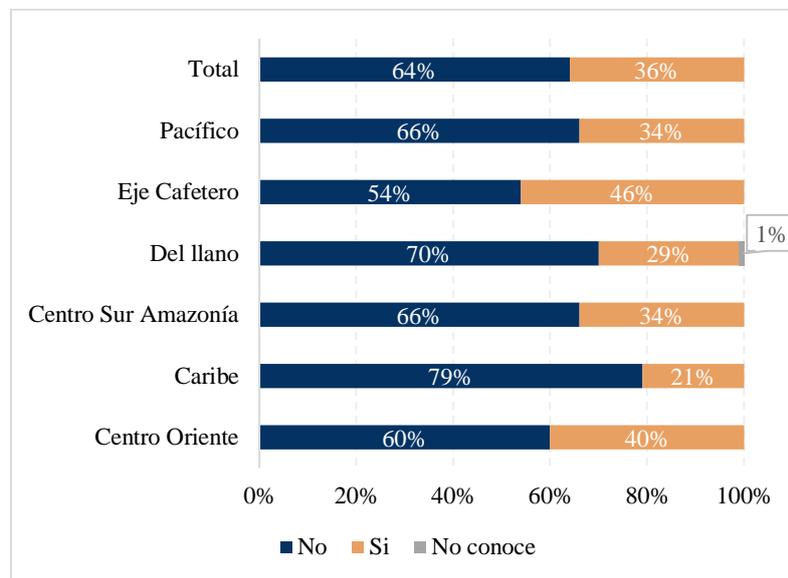


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

En relación con los resultados obtenidos en la adopción de medios electrónicos de pago (Ver Figura 43 y Figura 44), se observa un nivel de cumplimiento inferior respecto a la tenencia de otros tipos de tecnologías básicas. A nivel nacional, la tendencia en la tenencia de este tipo de tecnología básica apenas alcanza un 36% de cumplimiento a nivel regional y sectorial. Los sectores que destacan son la Agricultura, con un 52%, y Alojamiento y servicios, con un 37%, siendo el sector más rezagado el de Industrias manufactureras, con un 22%. A la vez que las regiones que destacan por su mayor cumplimiento en este indicador son el Eje Cafetero, con un 46%, y el Centro Oriente, con un 40%. En contraste, las regiones con menor cumplimiento son el Pacífico, con un 34%, y el Caribe, con un 21%.

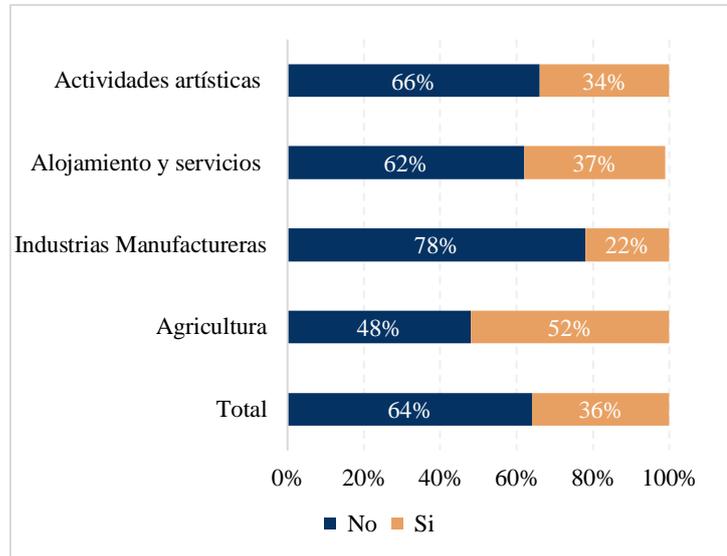
**Figura 43 Distribución de micronegocios con acceso a medios electrónicos de pago desagregado por región**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

**Figura 44 Distribución de micronegocios con acceso a medios electrónicos de pago desagregado por sector**



**Fuente:** Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

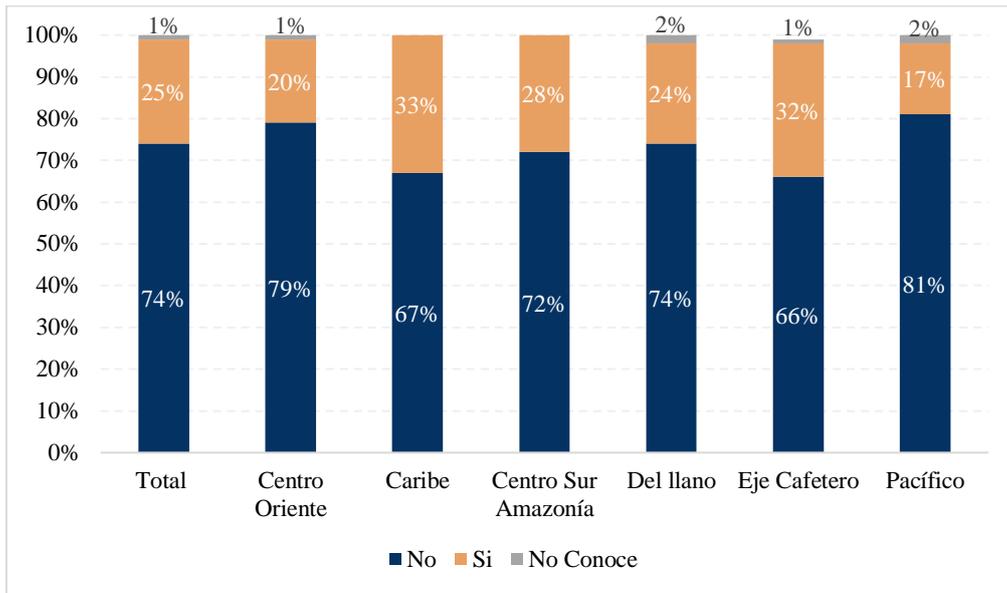
**Ecommerce (2023)**

En cuanto a las tecnologías de clasificación maduras, los resultados varían considerablemente, como se evidencia en la Figura 45. Esta figura ilustra el uso de una página web como parte integral de las tecnologías maduras en los micronegocios desglosado por regiones. Un rasgo general de este indicador es su bajo nivel de adopción a nivel nacional, con una tendencia que sugiere aproximadamente un 25% de micronegocios que poseen una página web.

Las regiones que destacan por su alto cumplimiento en este indicador son el Caribe, con un 33%, y el Eje Cafetero, con un 32%. En contraste, las zonas con un desempeño inferior son el Centro Oriente, con un 20%, y la Región Pacífico, con apenas un 17%. A nivel sectorial, como se evidencia en la Figura 46, destaca el sector agrícola y las actividades artísticas, con

un 37% y 27% respectivamente. En contraste, los sectores más rezagados son Alojamiento y servicios, con un 20%, e Industrias manufactureras con un 22%.

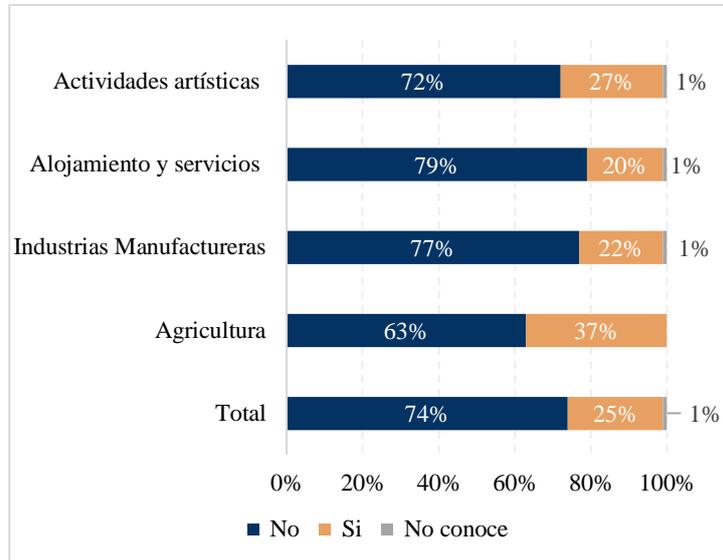
**Figura 45 Distribución de micronegocios con tenencia de una página web desagregado por región**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

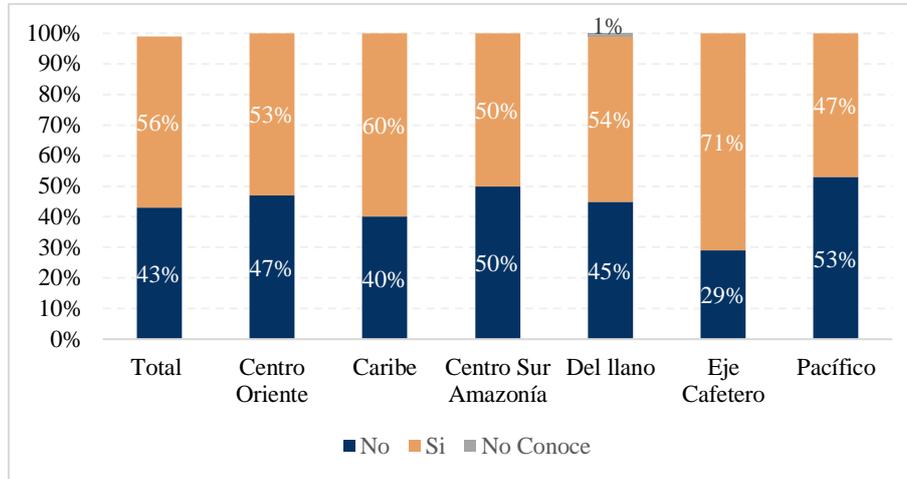
**Figura 46 Distribución de micronegocios con tenencia de una página web desagregado por sector**



**Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio Ecommerce (2023)**

Al explorar el análisis de diversas formas de tecnologías maduras, también se examina el uso de las redes sociales como parte integral de la actividad económica, como se muestra en la Figura 47. Según los resultados de la encuesta, se revela que la adopción de redes sociales es significativamente más extensa en comparación con tecnologías maduras similares, como las páginas web. La tenencia nacional promedio asciende al 56%, destacándose especialmente los resultados del Eje Cafetero, con un 71%, y el Caribe, con un 60%. En contraste, las regiones con menor cumplimiento son el Pacífico, con un 47%, y la región Centro Sur Amazonía, con un 50%.

**Figura 47 Distribución de micronegocios con tenencia de redes sociales desagregado por región**

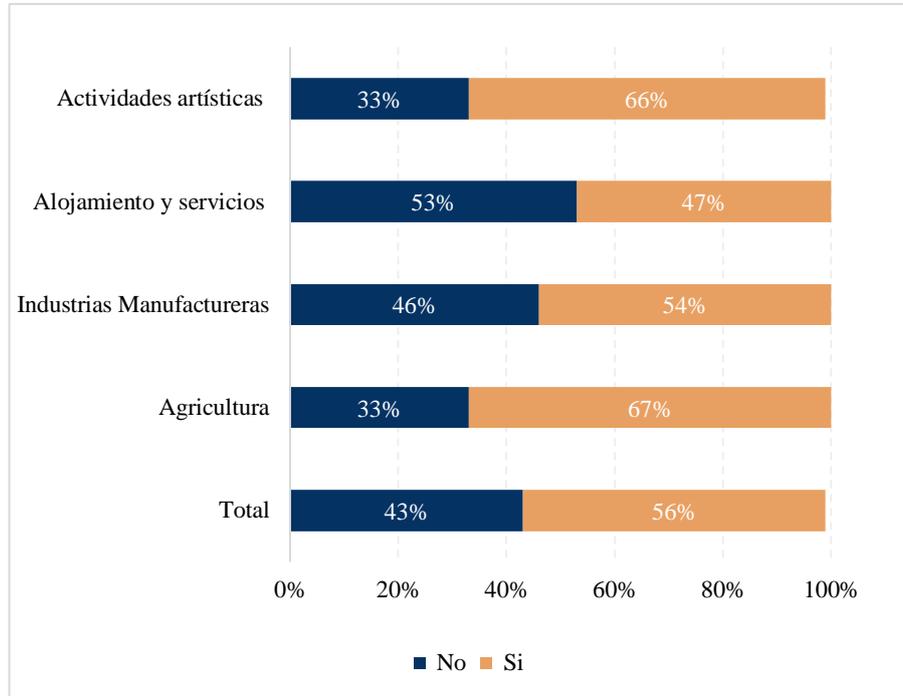


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

**Ecommerce (2023)**

Por otro lado, a nivel sectorial los que demuestran un mayor uso son el de agricultura con un 67% y el sector de actividades artísticas con un 66%. El más rezagado es el de Alojamiento y servicio con un 47%. Al igual que a nivel regional se muestra una mayor adopción en el uso de esta tecnología madura es mayor que el de páginas web.

**Figura 48 Distribución de micronegocios con tenencia de redes sociales desagregado por sector**



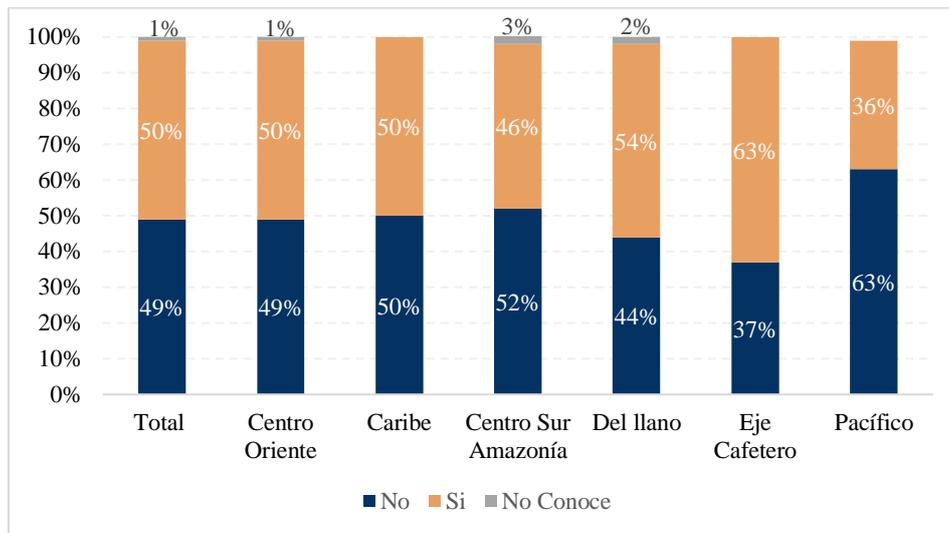
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

**Ecommerce (2023)**

Continuando con el análisis de las otras tecnologías maduras identificadas a partir de las encuestas, se examina la presencia de correos electrónicos en los negocios, como se muestra en la Figura 49. En ella, se observa una adopción generalizada de esta tecnología madura, con un cumplimiento del 49% entre el total de micronegocios a nivel nacional. Las regiones con un rendimiento destacado en esta métrica son el Eje Cafetero, con un cumplimiento del 63%, y la región del Llano, con un 54%. En contraste, las regiones que presentan oportunidades de mejora en la adopción de esta herramienta digital son las regiones Centro Oriente y Caribe, ambas con un cumplimiento del 50%, y la región Pacífico, con un cumplimiento del 36%. Mientras que, a nivel sectorial, como expone la Figura 50, también se expone una adopción

generalizada de esta tecnología madura. Los sectores con rendimiento destacado en la métrica son la agricultura, con un cumplimiento del 62%, y las actividades artísticas, con un 58%. En contraste, el sector más rezagado es alojamiento y servicios con un 40%.

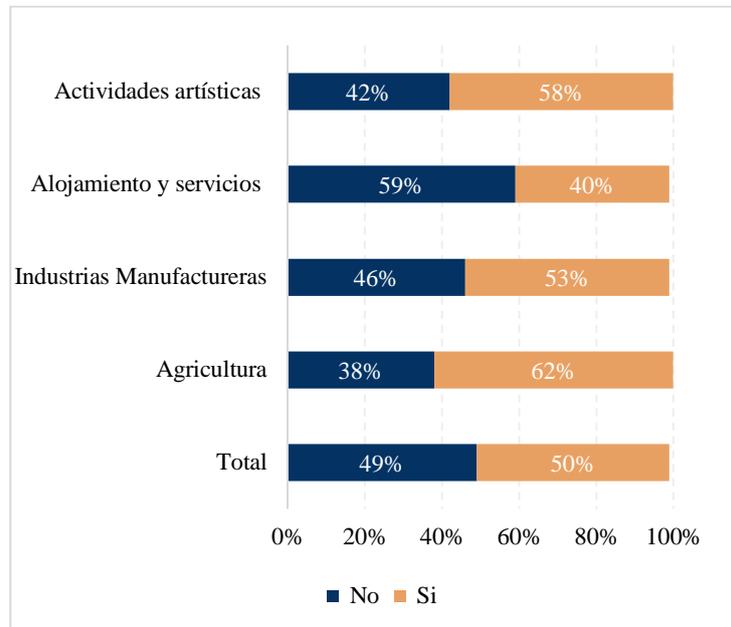
**Figura 49 Distribución de micronegocios con tenencia de correo electrónico desagregado por región**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

**Figura 50 Distribución de micronegocios con tenencia de correo electrónico desagregado por sector**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

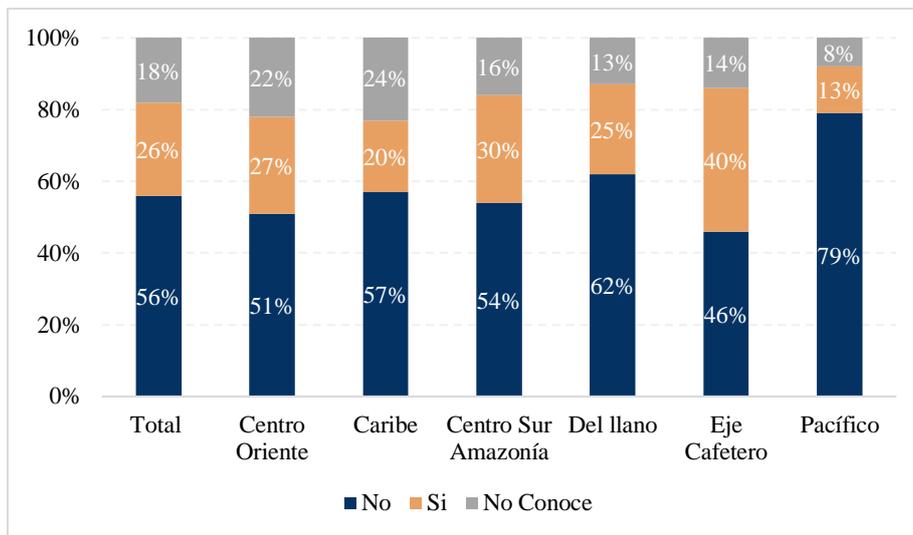
**Ecommerce (2023)**

Finalmente, al examinar la última de las tecnologías maduras objeto de análisis, se aborda la adopción de herramientas de gestión de recursos, como se evidencia en la Figura 51. Esta tecnología madura se distingue por tener la menor tasa de adopción y el mayor grado de desconocimiento por parte de la población en general.

En contraste con las tecnologías maduras previamente exploradas, se observa un porcentaje significativamente mayor de micronegocios que no están familiarizados con ninguna herramienta digital destinada a la gestión de recursos. La tenencia nacional promedio se sitúa en un 26%, siendo el Eje Cafetero la región con mayor adopción, alcanzando un total del 40%. En cuanto a las regiones con menor cumplimiento, destacan la región Caribe, con un 20%, y

la región Pacífico, con un 13%. Por otro lado, a nivel sectorial, el que más destaca es de las industrias manufactureras, con 44%, seguido de actividades artísticas con un 26%. El más rezagado es el sector de Alojamientos y servicios con 17%, muy por debajo de la media de 26%. Tal que, este panorama revela la necesidad de impulsar la conciencia y adopción de estas herramientas de gestión de recursos, especialmente en las regiones con índices más bajos de tenencia.

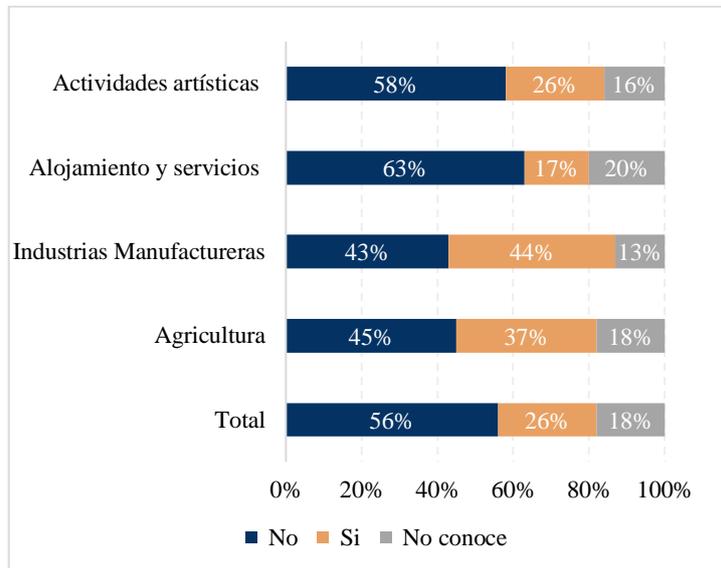
**Figura 51 Distribución de micronegocios con tenencia de herramientas de gestión de recursos desagregado por región**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

**Figura 52 Distribución de micronegocios con tenencia de herramientas de gestión de recursos desagregado por sector**



**Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio Ecommerce (2023)**

En resumen, se pueden identificar las tecnologías básicas y maduras con mayor adopción, así como las regiones y sectores que lideran en cada una de ellas. En cuanto a las tecnologías básicas, destacan la presencia de internet y de dispositivos electrónicos en los micronegocios, con cumplimientos generales del 66% y 60%, respectivamente. Es importante destacar el desempeño destacado de la Región del Eje Cafetero y del Centro Sur de la Amazonía en ambos indicadores. A la par en estos mismos a nivel sectorial destacan las actividades artísticas y la agricultura.

En el caso de las tecnologías maduras, sobresale la adopción de redes sociales y correo electrónico, con tasas de cumplimiento a nivel nacional del 58% y 49%,

respectivamente. Nuevamente, las regiones Centro Sur de la Amazonía y el Eje Cafetero se destacan en la tenencia general de ambos tipos de tecnologías, superando el rendimiento de otras regiones del país. Y a nivel sectorial se destacan como en el caso de las tecnologías básicas las actividades artísticas y la agricultura, exceptuando el último indicador, donde se destacan las industrias manufactureras.

### 2.2.3 El comercio electrónico en la EP

A partir de los resultados obtenidos de la encuesta realizada por la UT 2023, es posible determinar qué tipo de tecnología madura asociada con el comercio electrónico<sup>20</sup> es mayormente utilizada en la EP. Como puede observarse en la Figura 53, las tecnologías asociadas al comercio electrónico más utilizadas en la categoría de venta por los micronegocios son los Marketplace con un 7% sobre el total nacional, mientras que los demás tipos de plataformas oscilan en promedio en 4% correspondientes al cumplimiento de los Directorios virtuales y de los carritos propios de venta.

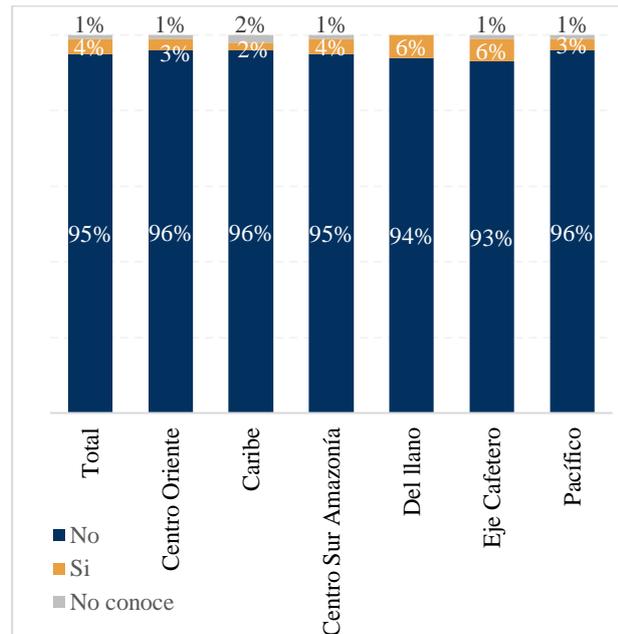
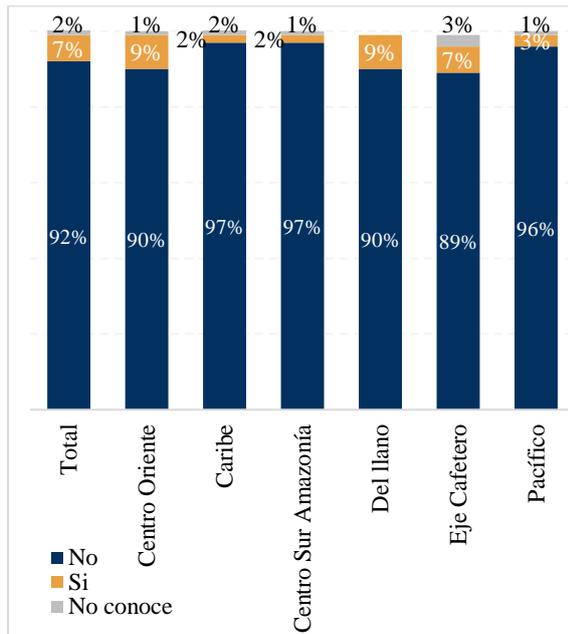
---

<sup>20</sup> Las tecnologías maduras asociadas al proceso de compra, venta, ofrecimiento y adquisición de productos y servicios por medio de plataformas virtuales habilitadas para dicho fin.

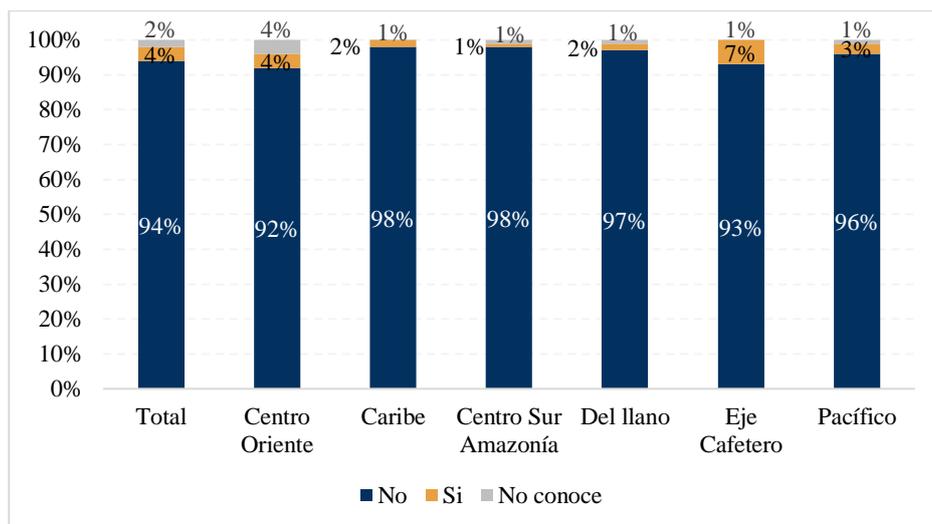
**Figura 53 Distribución de la tenencia de plataformas E-Commerce (venta) desagregado por regiones**

**A. Marketplace**

**B. Directorio virtual**



**C. Ventas virtuales- Carrito propio**

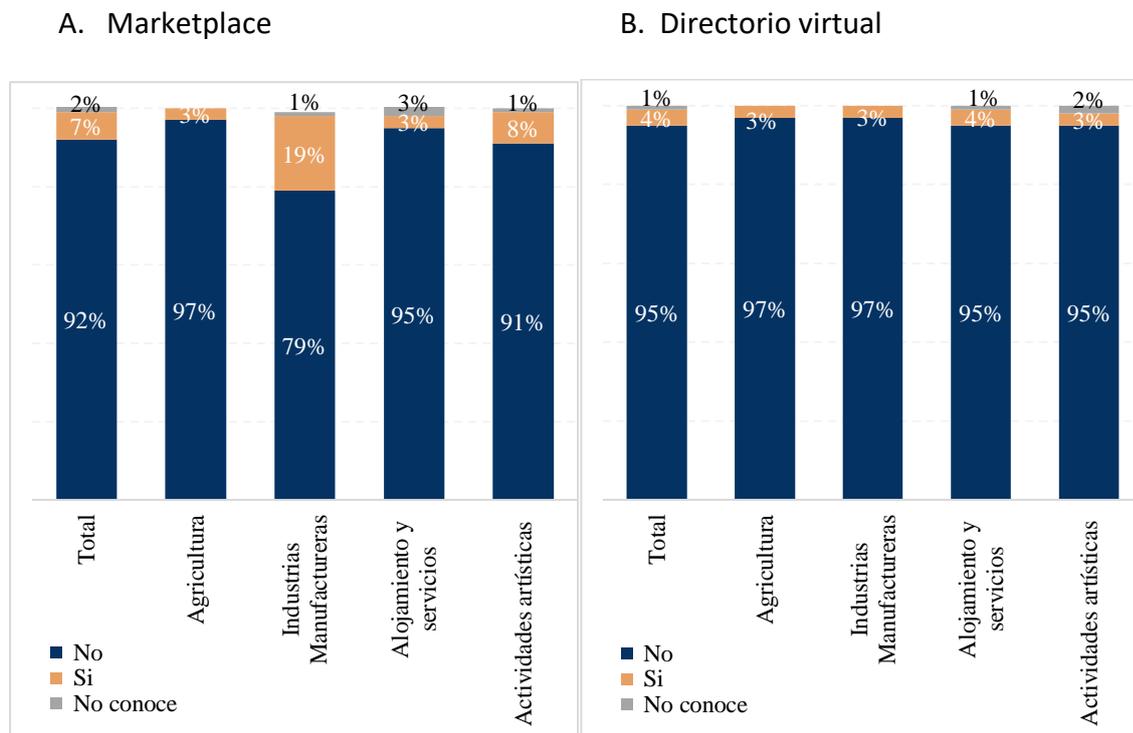


Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

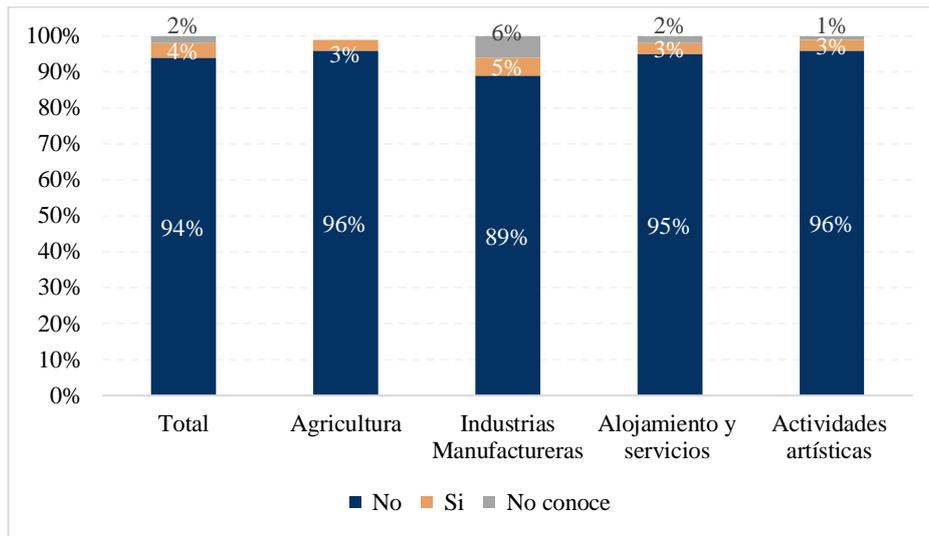
Ecommerce (2023)

A partir de las gráficas presentadas, es posible concluir que existe una baja implementación de las plataformas E-Commerce de venta en los micronegocios a nivel nacional y regional. Las regiones con mayor cumplimiento en promedio de los 3 indicadores son la región del Llano, el Eje Cafetero y la región Centro Oriente, aún con cumplimientos por debajo del 10%.

**Figura 54 Distribución de la tenencia de plataformas E-Commerce (venta) desagregado por sector**



### C. Ventas virtuales- Carrito propio



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

#### Ecommerce (2023)

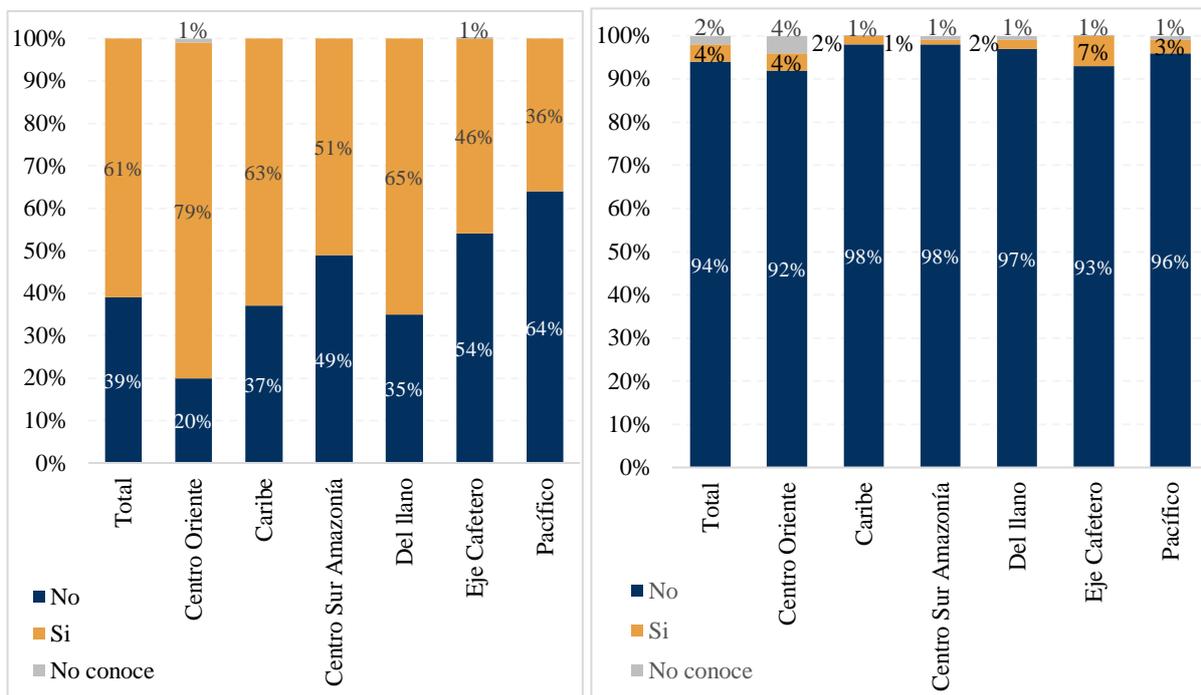
Al desglosar los resultados por sectores, se puede observar que la adopción de tecnologías maduras asociadas con la venta de productos en línea es prácticamente nula en todos los sectores, destacando la presencia de un Marketplace por parte de las unidades productivas dedicadas a la industria manufacturera, con un 19% sobre el total nacional. Le siguen los micronegocios que se especializan en actividades artísticas, con un 7%. Todas las demás industrias muestran un bajo nivel de implementación, oscilando entre el 3% y el 5%, utilizando distintos tipos de plataformas habilitadas para la oferta de productos en línea, tales como directorios virtuales y carritos de compra propios

En lo que respecta a las demás plataformas de E-Commerce de Compra y pago, se tiene un comportamiento similar, pero con un promedio mayor de cumplimiento en ambos indicadores (ver Figura 55), en donde destaca la implementación de las plataformas de pagos en todas las regiones del país.

**Figura 55 Distribución de la tenencia de plataformas E-Commerce (Compra y pagos) desagregado por regiones**

A. Plataforma de Pagos

B. Plataforma de compras



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

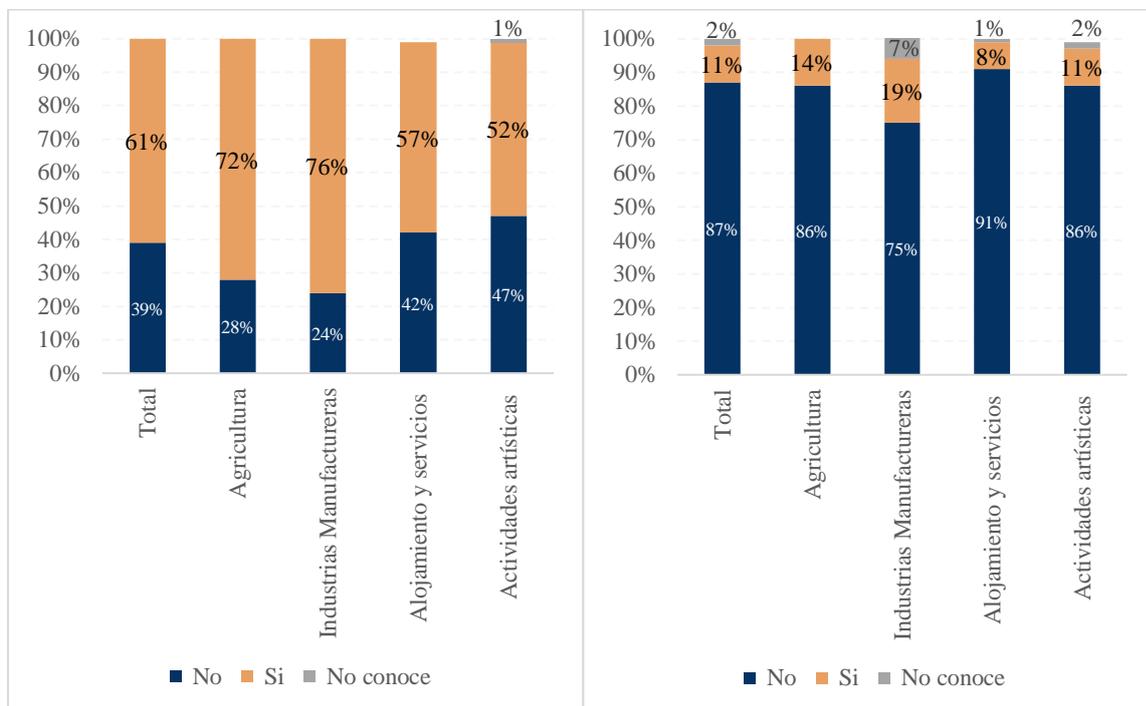
Ecommerce (2023)

A diferencia de las plataformas utilizadas para la venta de productos y servicios en línea, aquellas destinadas a la adquisición de insumos para micronegocios y las plataformas de pago electrónico muestran una mayor presencia tanto a nivel nacional como regional. Mientras que la plataforma de compras alcanza un promedio nacional del 11%, destacando la participación de las regiones Centro Oriente y Caribe, ambas con un 13% de adopción, las plataformas de pago son utilizadas por el 61% de los micronegocios a nivel nacional, resaltando la implementación del 79% en la región Centro Oriente.

**Figura 56 Distribución de la tenencia de plataformas E-Commerce (Compra y pagos) desagregado por sector**

**A. Plataforma de Pagos**

**B. Plataforma de compras**



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta de economía popular del Observatorio

Ecommerce (2023)

Para analizar el comportamiento de los indicadores según la actividad económica desempeñada, se lleva a cabo una desagregación a nivel nacional por sectores económicos, como se representa en la Figura 56. Se evidencia que los sectores económicos con un mayor uso de plataformas habilitadas para pagos son la manufactura y la agricultura, ambas con un índice de cumplimiento general del 76% y 72%, respectivamente. En contraste, los sectores con menor adopción de estas plataformas son el alojamiento y las actividades artísticas, con un 57% y 52% de cumplimiento a nivel general. Esta baja adopción, al compararse con la incorporación de otras tecnologías maduras asociadas al comercio electrónico, resulta significativa.

En cuanto a las plataformas de compras, los sectores de mayor adopción son la agricultura y la producción manufacturera, con índices de cumplimiento del 14% y 19%, respectivamente. Por otro lado, los demás sectores económicos presentan niveles de adopción considerablemente más bajos, oscilando entre el 11% y el 8%.

En conclusión, es posible identificar que las herramientas tecnológicas de mayor utilización en el entorno empresarial (EP) son las plataformas de pagos electrónicos en todas las regiones del país. Aunque las plataformas destinadas a la compra de insumos para empresas muestran una tendencia al alza en comparación con las de venta, siguen teniendo una baja implementación en todas las regiones. Resulta crucial comprender la incongruencia entre la tenencia de tecnologías básicas necesarias para la implementación del comercio electrónico (como se evidenció en los análisis realizados, es alta a nivel general en el país) y la adopción de diversos tipos de plataformas que permiten a los micronegocios ofrecer sus productos y servicios en línea, así como adquirir cualquier tipo de insumo necesario para la realización de su actividad económica.

En detalle, al desglosar los resultados por sectores económicos, se observa que la adopción de tecnologías maduras asociadas con la venta de productos en línea varía significativamente. Los sectores de manufactura y agricultura destacan con altos índices de cumplimiento tanto en plataformas de pagos como de compras, mientras que el alojamiento y las actividades artísticas muestran niveles más bajos de adopción. La baja implementación en estos sectores contrasta con la alta posesión de tecnologías básicas para el comercio electrónico a nivel nacional. Esta discrepancia sugiere la necesidad de explorar y abordar los desafíos específicos que obstaculizan la adopción efectiva de plataformas de comercio electrónico, especialmente en micronegocios, para lograr una integración más completa y beneficiosa en todas las áreas económicas del país.

### 2.3 Identificación de las tecnologías digitales con mayor impacto para la EP

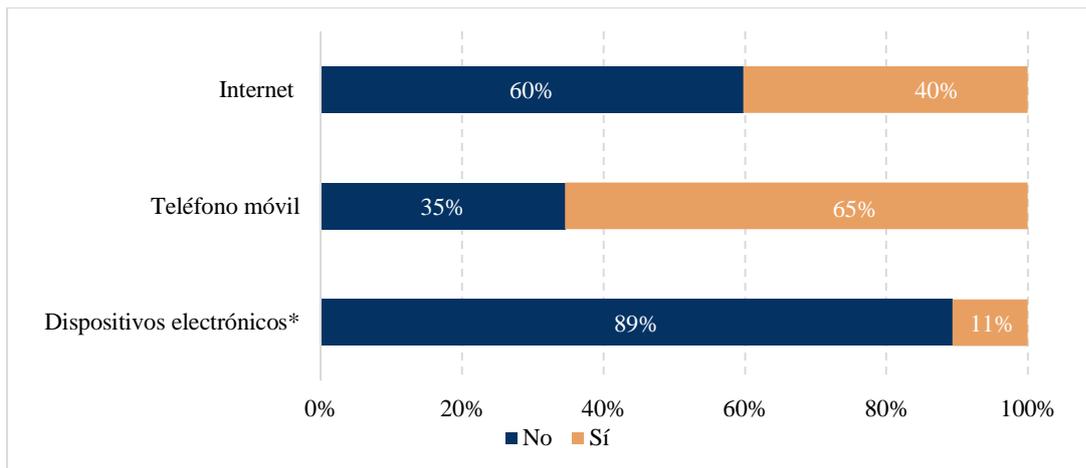
El avance tecnológico y la adopción de tecnologías en los negocios tienen impactos significativos en diversas dimensiones empresariales. Según Perozo y Nava (2005), se observa una influencia directa en la gestión del conocimiento al incorporar el desarrollo tecnológico. Además, se evidencia una expansión de los sistemas de información destinados a la toma de decisiones, así como el surgimiento de la innovación como resultado de una amplia gama de herramientas que influyen en los procesos de innovación de productos y servicios (Usai et al., 2021). La competitividad organizacional posterior a la apropiación de dichas tecnologías se han convertido en *“un factor determinante por parte de todos los sectores de la sociedad, esta ayuda entre otros, a hacerlas (a las empresas) más competitivas, a organizar de mejor manera las actividades, disminuir los tiempos de ejecución de labores o procesos”* (García et al., 2018, p. 146).

Es importante destacar que este proceso no es exclusivo de las empresas grandes y formalizadas en la economía, pues como lo sostienen diversos autores, las oportunidades de inserción de herramientas tecnológicas representan ventajas significativas en términos de rastreabilidad de actividades en la cadena de comercialización o producción de bienes y servicios en el ámbito de la EP, incluyendo la diversificación de los medios de pago y las estrategias que pueden implementar en la automatización de procesos (Maya et al., 2022; Ortega et al., 2023) sin desconocer las desventajas que tienen las unidades productivas en la provisión de los insumos requeridos, en donde la falta de conectividad se agrava en la ruralidad y los centros poblados más alejados de las cabeceras municipales y las ciudades principales (Figura 21).

Al comprender los desafíos fundamentales que enfrenta la Economía Popular (EP) en el país en relación con la adopción de tecnologías, ya sean estas básicas o avanzadas, podemos emplear los hallazgos de la EMICRON 2022 para identificar y describir las tecnologías digitales que tuvieron un impacto significativo en la economía popular, tal como se ilustra en la

Figura 57, en donde se analiza cuál es el tipo de tecnología básica más utilizada por los micronegocios en el total nacional.

**Figura 57 Tenencia de las tecnologías básicas sobre el total nacional.**



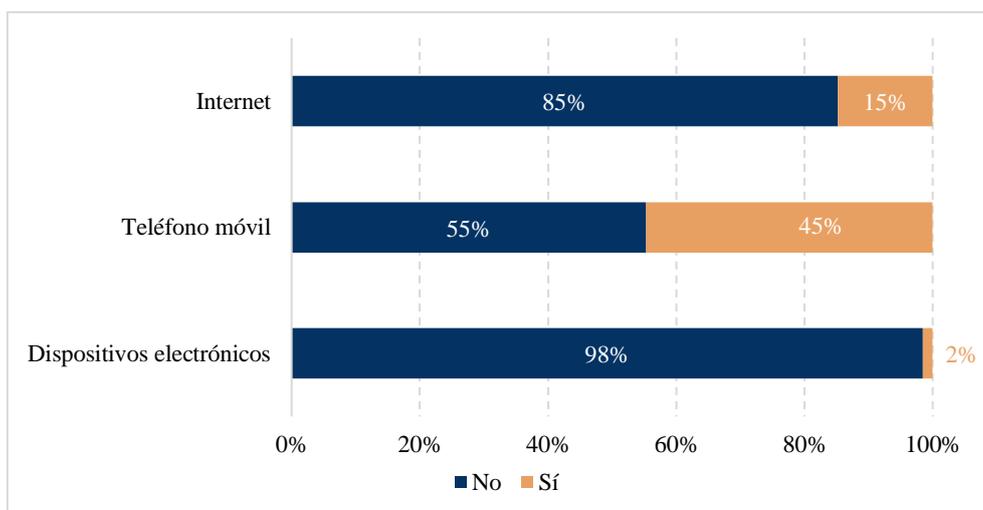
Fuente: Elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022

\*Incluye (computador, tableta, entre otros)

A partir del análisis de la

Figura 57, se puede concluir que la tecnología básica con el mayor impacto a nivel nacional es la posesión de un teléfono móvil, utilizado como herramienta tecnológica en las actividades económicas de los micronegocios. Con el objetivo de contrastar posibles disparidades entre la zona rural y los centros urbanos, se procede a examinar el comportamiento en los centros poblados y las áreas rurales dispersas según EMICRON 2022. Al observar la Figura 58, se evidencia una menor tasa de posesión de tecnologías básicas en comparación con la tendencia nacional. Como se clarifica en la gráfica, a pesar del incumplimiento general en las tres clasificaciones de tecnología básica, el índice de mejor cumplimiento sigue siendo el referente al uso de un teléfono móvil en las actividades económicas.

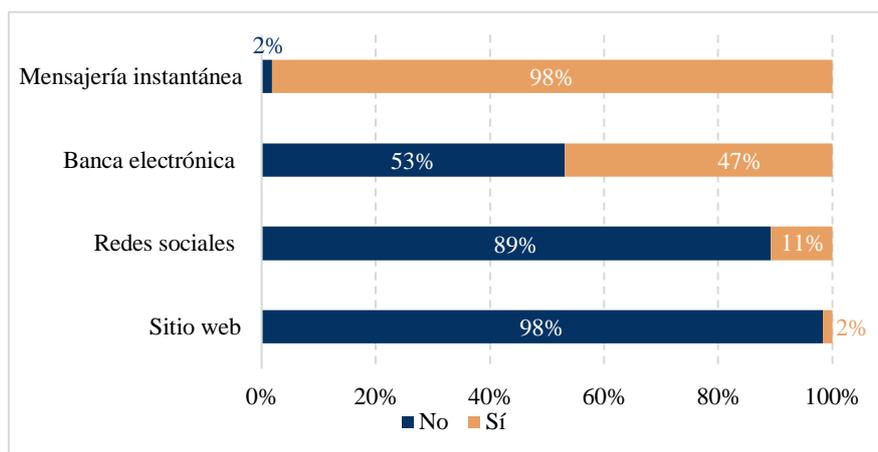
**Figura 58 Tenencia de las tecnologías básicas sobre los centros poblados y rural disperso.**



Fuente: Elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022

Al adentrarnos en el análisis del comportamiento en la adopción e implementación de tecnologías maduras en el país, es posible identificar un patrón específico que destaca cuál de ellas impacta de manera más significativa en la economía popular. Al observar la Figura 59, se evidencia que, entre todos los usos de la tecnología madura, la mensajería instantánea a través de aplicaciones digitales como WhatsApp, Line, Telegram, etc., es ampliamente empleada por los micronegocios en el país, alcanzando cifras cercanas al 98% de utilización. Además, resulta relevante mencionar el uso de la banca electrónica, la cual es adoptada por el 47% de los micronegocios a nivel nacional.

**Figura 59 Tenencia de las tecnologías maduras sobre el total nacional.**

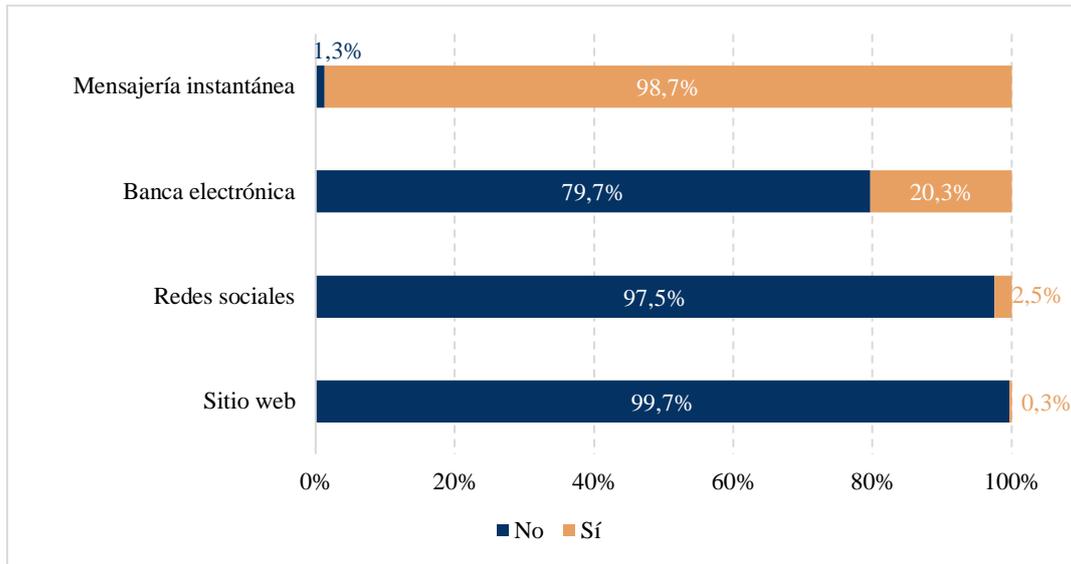


Fuente: elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022

De manera análoga al análisis de las tecnologías básicas en relación con la totalidad del país y las disparidades entre los centros poblados y las áreas rurales dispersas, la adopción general de tecnologías maduras en las comunidades rurales es inferior en todos los indicadores. No obstante, sigue la misma tendencia que el promedio nacional: el uso de aplicaciones de mensajería y la banca electrónica destacan como los indicadores con mayores

índices de adopción, alcanzando un 98,7% y un 20,2%, respectivamente, tal y como se muestra en la Figura 60.

**Figura 60. Tenencia de tecnologías maduras sobre los centros poblados y rural disperso**



Fuente: Elaboración propia con dato de DANE-EMICRON 2022

En conclusión, al clasificar los dos tipos de tecnologías existentes y contrastar las condiciones entre la ruralidad y la tendencia nacional, podemos identificar las tecnologías que más impacto tienen en la economía popular (EP). Destaca como la tecnología básica de mayor impacto en la EP la posesión de un teléfono móvil. De manera similar, tanto a nivel nacional como en entornos rurales, la tecnología madura que más incide en la EP es la mensajería instantánea.

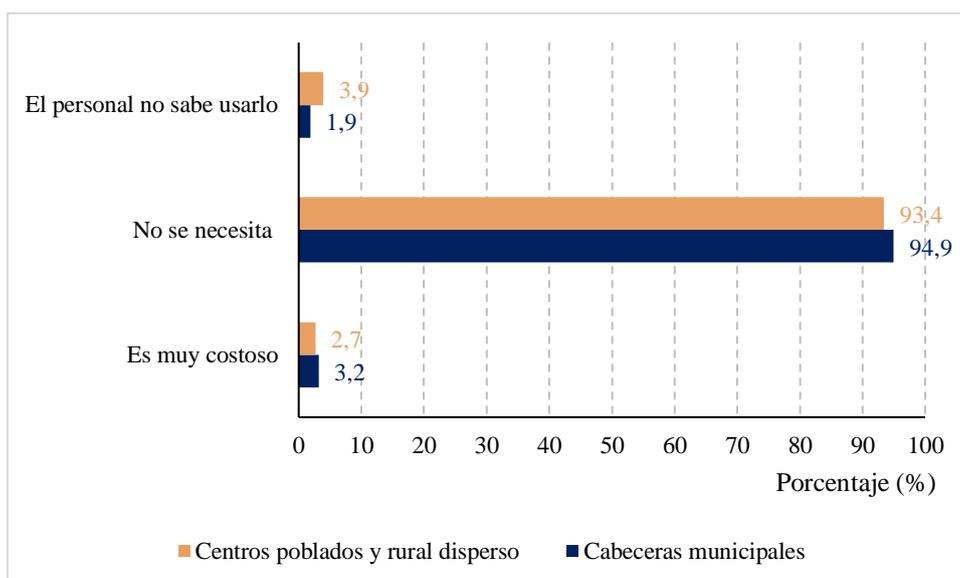
#### 2.4 Barreras de la adopción de las tecnologías digitales por parte de la EP

Las barreras que presenta la EP para adoptar las tecnologías digitales es un tema que no a presentando un estudio riguroso y carece de información. Sin embargo, Urrutia (2015) presenta los obstáculos a los cuales se enfrentaban las Mipymes, dentro de las cuales las

microempresas hacen parte. De antemano hay que desatacar que el reconocer las barreras es de suprema importancia en el sentido que el acceso a las tecnologías digitales permite adaptarse a los cambios del mercado, mejorando la competitividad y experiencia de los clientes.

Bajo lo anterior, dicho estudio identifica que la falta de conocimiento adecuado, capacitación y educación de los empleados de las pymes y microempresas son la principal barrera para la implementación de las TIC. Esto acompañado de que las Pymes no acceden a este tipo de tecnologías por desconocimiento. La anterior hipótesis parece consistente con la Figura 61., donde según los datos de la EMICRON (2022) la principal razón para no hacer uso de dispositivos electrónicos es la consideración de no necesitarlos, sin embargo, hay que ahondar más en las motivaciones bajo las que se construye esta concepción por parte de los micronegocios.

**Figura 61. Distribución de micronegocios según razón para no usar dispositivos electrónicos y teléfonos móviles celulares en porcentaje**



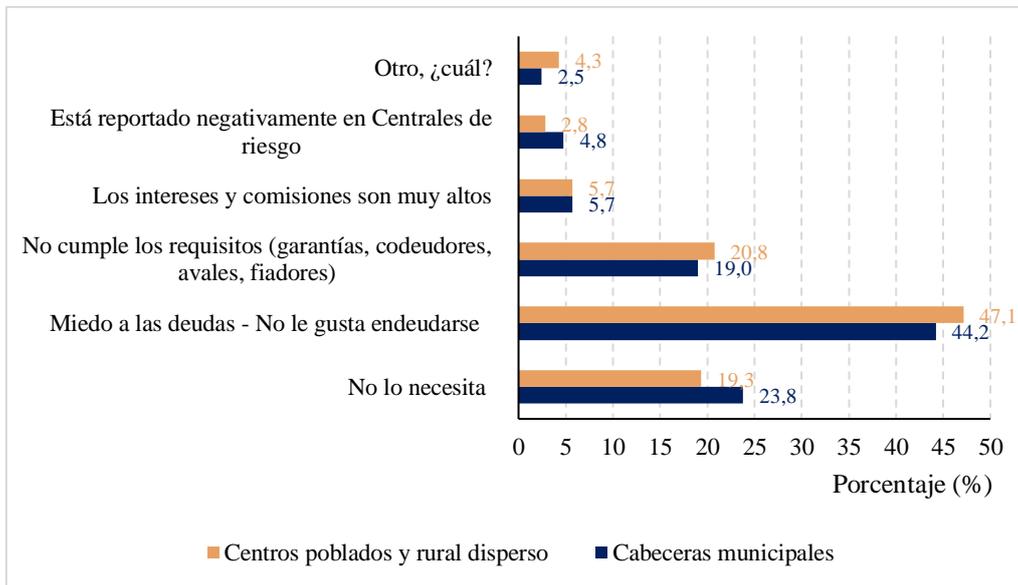
Fuente: Elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022

En ese sentido, Erazo (2020) desarrolló un estudio sectorial a las microempresas en la producción de alimentos de Bogotá. En la cual encontró como una de las principales barreras para sumar es la dificultad de ejecución de estrategias digitales, bajo el argumento de la falta de conocimiento en el tema. Sumado a esto, la segunda barrera identificada fue la falta de apoyo financiero; esto es consistente con la Encuesta De Desempeño Empresarial 2023-2, en la cual se encontró que posterior a la pandemia ha aumentado las condiciones desfavorables para el 31,3% de las empresas para acceder a líneas de financiamiento, a esto se le suma que el 63% de los microestablecimientos utilizaron únicamente sus ahorros como fuente de recursos para crear y establecer el negocio (ACOPI, 2023). Añadido a eso, Asobancaria (2023) presenta evidencia acerca de la fuerte desigualdad en materia de crédito a nivel nacional pues:

En 2022, el acceso al crédito de las grandes empresas era cinco veces mayor que el de las microempresas: mientras el 83,7% de las grandes tenían un crédito vigente, solo el 15,8% de las microempresas lo tenían. También enfrentan problemas de financiación las empresas nuevas o con menos trayectoria: en el caso de las empresas consolidadas, con más de 10 años, más de la mitad tienen al menos un crédito vigente. Por su parte, las nacientes, con uno o dos años, están prácticamente excluidas del crédito. Solo el 5% de estas tienen un crédito vigente. (p.21)

Como elemento adicional se muestra en la Figura 62. como la financiación por parte de estos establecimientos no es un elemento clave, debido al miedo o disgusto hacía las deudas tanto en los centros poblados y rural disperso como en las cabeceras municipales.

**Figura 62. Distribución de micronegocios según razones para no solicitar crédito en porcentaje**

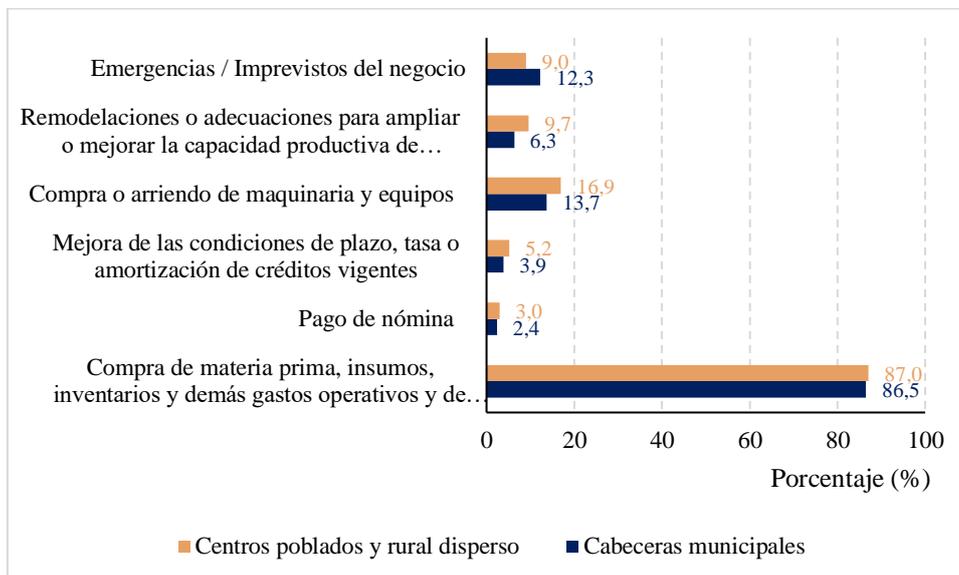


Fuente: Elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022

De igual forma, dentro de los rubros a los que se destinan los recursos de los micronegocios que, si hacen uso de fuentes de financiación, la inversión en tecnología no está incluida como se ilustra en la Figura 63.; además la mayoría usa estos para compra de materia prima, insumos, inventarios y demás gastos operativos y de funcionamiento.

Finalmente las practicas informales también pueden llegar a ser una barrera en el sentido que las lógicas contables de estas llevan a que no haya registros contables y mercantiles, lo que termina generando negligencia por parte del personal de este sector. Lo genera que muchas veces capacitaciones gratuitas y acompañamientos terminen desaprovechados (Urrutia, 2015). Esto hay que tenerlo en cuenta en la medida las recomendaciones y políticas a diseñar generen esta clase de diálogos y adaptaciones a la realidad de la EP.

**Figura 63. Porcentaje de micronegocios según tipo de gasto de los recursos de crédito**



**Fuente: Elaboración propia con datos de DANE-EMICRON 2022**

En conclusión, las barreras para la inclusión tecnológica en la EP tienen principalmente dos naturalezas: la desinformación y desconocimiento sobre el potencial de la implementación de las nuevas tecnologías y las dificultades en la inclusión financiera. Se evidencia una doble problemática pues si por un lado hay dificultades de entrada para estos negocios en estas nuevas dinámicas, también se evidencia una resistencia en el sector para la incorporación de estas por diversos motivos. Además, las dificultades en la inclusión financiera pueden estar dificultando la adopción tecnológica debido la falta de capacitación financiera, pues muchos creen no necesitarla, acompañada de limitaciones económicas. Ante lo anterior se presentan grandes retos en el diseño de una correcta incorporación de la EP en las tecnologías digitales que podrían serle de mucho provecho, tanto a los micronegocios como al articulado empresarial de los mismos.

## 2.5 Categorización de los bienes y servicios comercializados en la economía popular

En esta sección se realiza una clasificación de los bienes y servicios que constituyen la economía popular. Esta categorización es vital para comprender la amplitud y la diversidad de las actividades económicas en este sector, proporcionando una base sólida para la formulación de políticas y estrategias adecuadas para su fortalecimiento. Se abarcarán tanto los segmentos tradicionales como los emergentes, con el fin de ofrecer una visión integral de la estructura de la EP.

### 2.5.1 Antecedentes

Como se mencionó previamente, en Colombia se está dando inicio al reconocimiento de la economía popular, al tiempo que se valora su contribución a la economía del país a través de propuestas delineadas en el Plan Nacional de Desarrollo. En este contexto, se están llevando a cabo esfuerzos para lograr este reconocimiento y por lo tanto, en la actualidad, no contamos con datos precisos sobre esta significativa población.

No obstante, en países de la región como Argentina y Ecuador, se han implementado procesos de reconocimiento a través de registros, acompañados de programas y proyectos orientados a mejorar las condiciones laborales y sociales de la economía popular que valen la pena ser mencionados. En particular, Argentina creó un registro de personas pertenecientes

a la EP llamado ReNaTEP<sup>21</sup> (Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular) en 2020 como resultado del mandato la Ley de Emergencia Social de 2016, con el objetivo de identificar y caracterizar a las personas que participan directamente de la EP con el fin de otorgar programas focalizados.

Por su parte, Ecuador dispone del Registro Único de la Economía Popular y Solidaria (RUEPS) que fue ordena mediante el artículo 6 de Ley Orgánica de Economía popular (LOEPS) de 2011 pero no fue hasta la Resolución 39 IPEPS de 2019 que fue creado. A través de este se caracteriza tanto a las unidades productivas como a otros actores del sector cooperativo, asociativo, comunitario y al Sistema Financiero Popular y Solidario (SFPEs).

Colombia, ha tenido experiencias al registrar a una parte de población de la economía popular en Bogotá a través de Registro Individual de Vendedores Ambulantes (RIVI), el cual ha registrado el número de vendedores ambulantes desde 2013 aportando información acerca de condiciones socioeconómicas y de las actividades que realizan.

Estos tres registros dan información acerca de las actividades que los actores de la economía popular, específicamente en los casos de Ecuador y Argentina, así como para los vendedores ambulantes de Bogotá fueron un insumo para la clasificación de los bienes y servicios ofrecidos por estas unidades económicas en Colombia.

---

<sup>21</sup> El cual fue de gran utilidad para el hacer frente a la pandemia a través de ayudas focalizadas a miembros de la EP

### 2.5.2 Alcance

Tomando las experiencias de Bogotá, Ecuador y Argentina se clasificaron los bienes y servicios ofrecidos según la naturaleza de la actividad y se fundamenta en la diversidad de ocupaciones y operaciones económicas que caracterizan a este sector. La definición del alcance se realiza considerando la naturaleza específica de las actividades que los actores económicos llevan a cabo en la economía popular, destacando las siguientes categorías:

1. Servicios comunitarios y de cuidado: incluye actividades que generalmente no son remuneradas y que están centradas en satisfacer necesidades sociales y de bienestar, además de que se caracteriza por la prestación de servicios de nivel comunitario.
2. Comercio popular y venta ambulante: engloba las operaciones de comercio minorista, venta ambulante y actividades de intercambio de bienes y servicios realizadas por actores de la economía popular en mercados locales, calles y áreas públicas.
3. Servicios personales y otros: comprende una variedad de actividades de servicios personales, como peluquería, reparaciones domésticas, servicios de lavandería, entre otros.
4. Medioambiente: incorpora actividades relacionadas con la gestión ambiental, tales como reciclaje, servicios de limpieza y mantenimiento ecológico, que contribuyen al cuidado del entorno de manera sostenible.

5. Construcción: incluye las actividades de construcción y reparación de estructuras, obras pequeñas, y servicios de mantenimiento y mejora del entorno construido realizados por actores de la economía popular.
6. Manufactura: agrupa las actividades de producción de bienes manufacturados, como artesanías, minería, productos sanitarios, calzado, textiles, entre otros, que caracterizan la capacidad productiva de los participantes en la economía popular.
7. Agricultura familiar: incorpora las prácticas agrícolas de pequeña escala, incluyendo cultivos familiares, huertos urbanos, y actividades relacionadas con la producción agrícola en el ámbito comunitario.
8. Transporte: engloba servicios de transporte informal y local, como taxis no regulados, triciclos motorizados, y otros medios de transporte utilizados por actores de la economía popular para satisfacer necesidades de movilidad.

Esta categorización busca proporcionar una visión completa de los bienes y servicios que ofrecen las unidades económicas que conforman la economía popular, reconociendo la diversidad y la contribución significativa de estos sectores a la vida económica y social.

### **2.5.3 Categorías de los bienes y servicios ofrecidos por la EP**

Las categorías mencionadas anteriormente fueron seleccionadas con precisión, abarcan una amplia gama de actividades que ilustran la diversidad y complejidad inherentes a la EP. Desde los servicios comunitarios y del cuidado hasta el comercio popular y la venta ambulante, pasando por la manufactura, agricultura familiar y transporte, cada clasificación proporciona una visión profunda de las dinámicas económicas que sostienen la vida cotidiana

y contribuyen de manera sustancial al entramado social. A través de esta meticulosa exploración, aspiramos a comprender a fondo la multiplicidad de roles y funciones desempeñados por los participantes en la economía popular, reconociendo su importancia central en el contexto económico y social.

**Tabla 3. Categorías de los bienes y servicios de la EP**

Categoría	Bienes y servicios
Servicios comunitarios y del cuidado	Cuidados de niños, enfermos, adultos mayores, personas en condición de discapacidad
	Vocería en activismo de género, diversidad sexual, étnica, racial u otra bandera
	Servicios de salud
	Apoyo en comedores y otros centros comunitarios
	Organización de eventos culturales
Comercio popular y venta ambulante	Artesanías
	Arte callejero
	Limpiavidrios
	Venta ambulante
	Juguetes
	Artículos escolares
	Venta directa
	Alimentos crudos
	Alimentos preparados
	Prendas de vestir y accesorios incluidos relojes y bolsos
	Artículos de segunda mano
	Calzado
	Sobrillas y paraguas
	Artículos domésticos
	Libros
	Artículos deportivos
Flores, arreglos, etc.	
Juegos de azar/lotería (Chance)	
Otros	
Servicios personales y otros	Peluquería, estética, manicura, pedicura, masajes, etc.
	Servicios de limpieza
	Servicios de preparación de alimentos (cocina)
	Jardinería
	Reparación de vehículos y motos
	Reparación de electrodomésticos, u otros utensilios

Categoría	Bienes y servicios
	Servicios informáticos
	Servicios turísticos
	Actividades artísticas y de entretenimiento
	Vigilancia (Edificios, vehículos,, etc)
	Reparación de zapatos, lustrabotas, etc.
	Educativo (profesores de apoyo, etc.)
	Tapicero
Medio ambiente	Reciclaje
	Vocería ambiental
	Recolección de basuras
Construcción	Herrero
	Construcción
	Reparaciones de estructuras, locativas, etc.
	Servicio de pintura
	Plomería, instalaciones
	Soldador
	Vidrieros
Manufactura	Fabricación de textiles y accesorios
	Artesanías
	Carpintería
	Minería
	Fabricación de calzado
	Producción de alimentos
	Extracción de recursos naturales
	Elaboración de productos sanitarios
	Fabricación de materiales de construcción
Agricultura y otros	Agricultura
	Agroindustria
	Ganadería
	Pesca y acuicultura
	Turismo rural
	Viveros y huertas urbanas
Transporte	Carga de mercadería
	Acarreos
	Fletees
	Mensajería
	Transporte de pasajeros

Fuente: Elaboración propia

### 3 Mejora continua en materia de regulación y normativa

Esta sección se enfoca en la necesidad de una mejora continua en la regulación y normativa específica para la EP en Colombia, un campo que está siendo explorado recientemente en el país. Dada la novedad de este concepto en el contexto colombiano, se reconoce la falta de una normativa ampliamente establecida y de datos exhaustivos en este ámbito. Por tanto, esta sección tiene como objetivo analizar cualitativa y cuantitativamente el estado actual de la regulación y normativa que incide en la EP, identificando desafíos y oportunidades para el desarrollo de un marco normativo más robusto y adaptado a las peculiaridades de este sector.

También se realizará una identificación de vacíos en la normativa existente y se propondrán recomendaciones para una regulación que respalde de manera efectiva el crecimiento y la sostenibilidad de la Economía Popular en Colombia. Este análisis busca sentar las bases para la formulación de políticas y normativas que estén alineadas con las dinámicas y necesidades específicas del sector, promoviendo un entorno regulador que facilite su desarrollo equitativo y sostenible.

#### 3.1 Caracterización de la normatividad

En la primera fase de esta investigación normativa, se llevó a cabo un proceso exploratorio de recolección, clasificación, estandarización y visualización de información. Este

proceso exhaustivo implicó el análisis completo de diversas fuentes para determinar cuáles eran primarias, secundarias y cuáles debían ser excluidas del análisis. Las fuentes primarias incluyen normas, decretos, reglamentos, decisiones judiciales, guías y programas directamente relacionados con la implementación tecnológica en la Economía Popular (EP) y el Comercio Electrónico (CE). Las fuentes secundarias abarcan estudios, notas e informes que contribuyen al contexto de implementación, regulación y proyección de la EP y CE en Colombia y en la región. Aquellas fuentes que no proporcionaban información valiosa o eficiente fueron excluidas del análisis.

La recopilación de datos se centró en el uso de plataformas de información de entidades colombianas, especialmente aquellas involucradas en la ejecución de políticas públicas relacionadas con la tecnología y la Economía Popular. El análisis de la información recopilada, incluyendo normativas e instrumentos, tenía como objetivo identificar y presentar las ventajas, fortalezas y desventajas en el contexto de la investigación. Este proceso meticuloso de selección y análisis de fuentes garantiza una base sólida y relevante para el desarrollo de la investigación<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Ver anexo 6.3 para ampliar sobre el proceso de recolección de normativa sobre la EP

**Tabla 4 Selección y clasificación de fuentes de información**

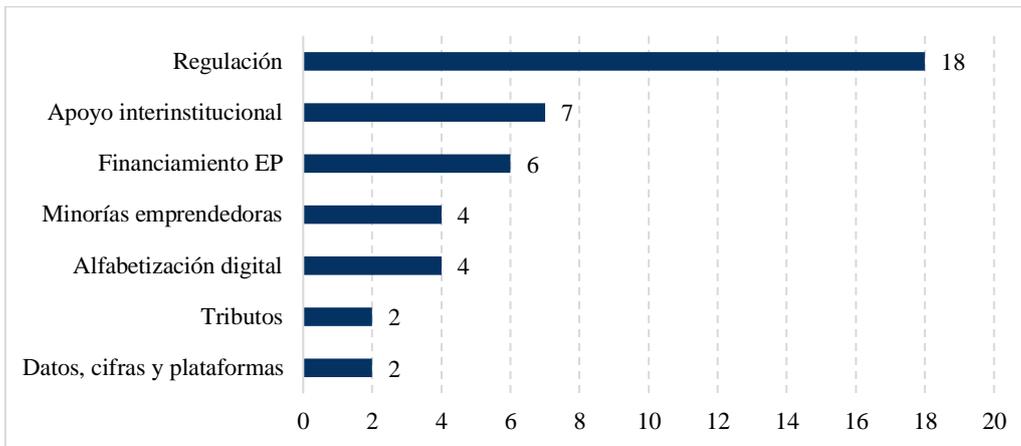
	Halladas	Analizadas	Desestimadas	Clasificadas fuentes primarias y secundarias
Normas, leyes o decretos	68	68	42	26
Proyectos o iniciativas	25	25	8	17
Estudios o investigaciones	18	8	-	8
Total	111	101	50	51

Fuente: Elaboración propia

En el análisis de la EP y el CE, ciertas categorías emergen con una mención significativa. Estas incluyen regulación, apoyo interinstitucional, financiamiento, fomento a minorías emprendedoras, alfabetización digital, tributación y acceso a datos y plataformas. Estas categorías reflejan los aspectos clave que están siendo abordados para impulsar tanto la EP como el CE en Colombia. La mayoría de los programas relacionados con la EP están planificados para desarrollarse a mediano y largo plazo, destacando la visión a futuro del país en estos sectores.

Para la recolección y clasificación de la información en esta investigación, se desarrolló una matriz diseñada específicamente para identificar las distintas categorías de los datos recopilados. Esta matriz será un insumo fundamental para el diseño y ejecución de la modelación que acompaña este análisis. Su estructura permite una organización clara y sistemática de la información, facilitando así su análisis y aplicación en las fases subsiguientes del proyecto. Las categorías resultado de este ejercicio se muestra en la Figura 64.

**Figura 64 Categorización de las fuentes de información recopiladas**



**Fuente: Elaboración propia**

La EP es un concepto relativamente nuevo en el contexto colombiano, que ha ganado prominencia principalmente a raíz del actual Plan Nacional de Desarrollo (PND). Este plan ha sido un catalizador para la creación de reglamentos, instituciones y estrategias específicas para la adopción y promoción de la EP en el país. Su introducción como política pública ha requerido un enfoque transversal, implicando la colaboración interadministrativa de diversas entidades gubernamentales, como ministerios y otras entidades responsables de gestionar unidades agrarias productivas. Además, se involucran sectores financiero y empresarial, como las cámaras de comercio a nivel nacional.

Por otro lado, el comercio electrónico en Colombia presenta un marco de desarrollo legislativo e institucional más amplio en comparación con la EP. Inicialmente, el comercio electrónico fue concebido principalmente para facilitar transacciones entre comerciantes internacionales y grandes empresas. Sin embargo, con el tiempo, se ha observado que los avances y desarrollos en el comercio electrónico, incluyendo aspectos normativos, infraestructura y resolución de conflictos, pueden ser adaptados para apoyar el desarrollo de

la EP. Esta adaptabilidad demuestra la flexibilidad y el potencial de crecimiento del comercio electrónico en el ámbito de la economía popular.

De acuerdo con el análisis de las fuentes de información, se observa que la integración de la economía popular (EP) y el fortalecimiento del comercio electrónico reflejan un enfoque integral por parte del Estado, que abarca desde aspectos regulatorios hasta políticas orientadas al análisis de datos. Esta visión transversal del gobierno subraya la importancia de adaptarse a las dinámicas económicas modernas, reconociendo el papel clave que desempeñan tanto la EP como el comercio electrónico en el panorama económico actual. La inclusión de estas categorías en la agenda estatal no solo evidencia un cambio en la dirección de la política económica, sino también un esfuerzo por alinear las prácticas comerciales con las necesidades y realidades emergentes.

Adicionalmente, estas categorías revelan un cambio en la orientación de los intereses estatales hacia sectores anteriormente menos atendidos, como las minorías. Este giro estratégico busca estimular áreas de la economía que tradicionalmente no han sido prioridad en las políticas gubernamentales. La movilización de recursos y atención hacia estos grupos no solo representa un acto de inclusión social y económica, sino también la apertura de oportunidades para diversificar y enriquecer el tejido económico nacional. Esta reorientación sugiere un reconocimiento de que el empoderamiento económico de las minorías puede ser un motor clave para el crecimiento sostenible y equitativo.

En este contexto, se han desarrollado y ejecutado estrategias específicas para fomentar emprendimientos económicos liderados por minorías, incluyendo mujeres,

campesinos y personas con discapacidad. Estos grupos representan un nicho potencial de usuarios para el CE, lo que subraya la necesidad de promover el uso de tecnologías en la EP. El reto reside en sensibilizar y capacitar a estos grupos en el uso efectivo de las herramientas digitales y de comercio electrónico, para que puedan aprovechar plenamente las oportunidades que brinda la economía digital. Este tipo de iniciativas no solo impulsan la inclusión económica, sino que también preparan el terreno para una integración más profunda de la EP en el ecosistema del CE y el resto de los sectores económicos en general.

### **3.2 Riesgos en la aplicación de tecnología en la economía popular**

#### **3.2.1 Riesgo inherente a la delimitación, significado y alcance de la economía popular en la Ley 2294 de 2023**

Una de las principales deficiencias, señalada por diversos expertos, radica en la ausencia de estudios previos relacionados con la economía popular y las dinámicas de los diversos sectores que la integran. En la versión final de la Ley 2294 de 2023, se observa la ausencia de una definición explícita de economía popular, lo cual contrasta con las propuestas discutidas anteriormente en el Congreso de la República, donde se ponía énfasis en la “producción a baja escala”. Al carecer de una definición, se hace difícil saber a quién se dirigen las medidas y cuáles son los problemas que requieren ser atendidos en los diferentes segmentos que componen la economía popular (Matamoros, 2023).

La carencia de una definición específica en la legislación final puede generar ambigüedades y dificultar la implementación efectiva de medidas. Sería útil, entonces,

retomar la conceptualización discutida durante los debates legislativos, la cual abordaba la noción de "producción a baja escala" como un componente fundamental de la economía popular. Lo que, sin embargo, no resultaría suficiente para diferenciar la economía popular de otras expresiones económicas -economías campesinas, economías comunitarias, economías de subsistencia o, incluso, las economías sumergidas o informales.

La falta de claridad en torno a la definición de la economía popular podría tener repercusiones en la formulación de políticas públicas y programas ambiguos o mal focalizados. En este sentido, un enfoque más detallado y preciso en la legislación estaría en capacidad de proporcionar una base sólida para abordar los desafíos específicos que enfrenta este sector económico, permitiendo así la formulación de estrategias más efectivas y focalizadas. Asimismo, sería recomendable realizar estudios exhaustivos sobre los diferentes segmentos económicos comprendidos dentro de la economía popular<sup>23</sup> como los señalados en la sección 2.5.3 relacionados con los Servicios comunitarios y de cuidado, Comercio popular y venta ambulante, Servicios personales y otros servicios, Medio ambiente, Construcción, Manufactura, Agricultura y otros y Transporte. Esto contribuiría a una comprensión más completa de sus características, necesidades y dinámicas, lo cual resulta esencial para diseñar políticas y regulaciones que promuevan su desarrollo sostenible.

---

<sup>23</sup> En la actualidad esta tarea se encuentra en manos del Servicio nacional de Aprendizaje, SENA, entidad que trabaja, desde su Observatorio Laboral y Ocupacional, en la creación de un catálogo que permita identificar las distintas actividades y ocupaciones que integran la economía popular.

A todo lo anterior se suman las dificultades relacionadas con la heterogeneidad de las diferentes actividades y prácticas que integran la economía popular, lo que vendrá a representar un reto bastante complejo para quienes se encarguen de medir y caracterizar el funcionamiento de los distintos subrenglones que la integran. Este punto exige considerar que la economía popular no puede ser reducida al universo de los micronegocios formalizados, sino que, adicionalmente, es necesario incluir una serie bastante heterogénea de actividades que, en la mayor parte de los casos, se corresponden con el funcionamiento de un sistema económico paralelo o sumergido que, a su vez, incluye actividades de simple subsistencia o, incluso, actividades no remuneradas (OIT, 2018).

### **3.2.2 Riesgo de falta de correlación entre economía popular y tecnología en la Ley 2294 de 2023**

La Ley 2294 de 2023, en su versión final, carece de una conexión explícita entre economía popular y tecnología. Esta omisión presenta un riesgo significativo, dado que la economía popular se distingue como se ha mencionado en apartados anteriores, entre otros aspectos, por su marcada informalidad, niveles salariales reducidos, bajo acceso a seguridad social, la escasez de capacitación y la marcada dificultad para acceder al sistema crediticio.

La inclusión de tecnologías adecuadas podría servir para mitigar algunos de los desafíos ya indicados, relacionados con la informalidad, los bajos salarios y la falta de acceso a la seguridad social que, se reitera, parecen ser características inherentes a la forma en que funciona actualmente la economía popular en el contexto colombiano. En este sentido, el uso de plataformas digitales puede facilitar la formalización de transacciones y el acceso a

servicios financieros, contribuyendo así a la mejora de las condiciones laborales y al aumento de la seguridad social para quienes hacen parte de la economía popular.

La falta de una vinculación directa entre economía popular y tecnología dentro del marco legal puede limitar las oportunidades de desarrollo y crecimiento. En la actualidad, la tecnología está llamada a desempeñar un papel crucial en la mejora de la eficiencia, la expansión de los mercados y la creación de soluciones innovadoras, aspectos que podrían beneficiar directamente a las personas que hacen parte de la economía popular (Organización de Naciones Unidas – CEPAL, 2013).

En resumen, la falta de una conexión explícita entre economía popular y tecnología en la Ley 2294 de 2023 representa un riesgo significativo en tanto impide establecer las bases para un desarrollo más inclusivo, sostenible y mediado por la tecnología. En este punto es esencial entonces considerar que casi todos los sectores de la economía popular pueden verse beneficiados por el uso de la tecnología y, en consecuencia, resulta factible, además de recomendable y necesario, empezar a hablar de “economía popular digital” o de “economía popular para la era digital”.

Queda entonces, la tarea a las distintas entidades del Gobierno, en su momento, trabajar en programas destinados a superar la brecha tecnológica y a promover el uso de nuevas tecnologías en el contexto de la economía popular. Esto se debe al rezago tecnológico que afecta al país, convirtiéndose en un desafío importante para los gobiernos recientes, ya que representa un obstáculo que dificulta el desarrollo económico adecuado. En este sentido, se insiste en la urgente necesidad de dejar atrás un modelo económico centrado en el

extractivismo para, en su lugar, dar paso al fortalecimiento de la industria, el sector servicios y la denominada economía del conocimiento -información e investigación aplicada de alto nivel-.

La brecha tecnológica ha demostrado ser un obstáculo considerable, ya que impacta directamente la productividad y competitividad en diversos sectores. La falta de adopción y aplicación de tecnologías modernas limita la eficiencia operativa de las empresas, dificultando su capacidad para competir a nivel nacional e internacional. Superar este rezago se presenta como una necesidad imperante para potenciar el crecimiento económico, siendo esencial invertir en la actualización tecnológica de las infraestructuras y fomentar la adopción de innovaciones que impulsen la productividad y la posición competitiva de Colombia en el escenario global

En consonancia con lo anterior, la Ley 2294 de 2023 establece una serie de medidas económicas –especialmente crediticias- por medio de las cuales se busca reindustrializar el país, promover la transición energética e impulsar los sectores empresariales e industriales que resultan estratégicos para la economía nacional (Ley 2294 de 2023, arts. 263 y 327), sin embargo, no ofrece los lineamientos ni las directrices que orienten la adecuada conjunción entre tecnología y economía popular, vacío que hay ser subsanado por las normas o programas que se expidan o realicen con posterioridad.

### **3.2.3 Riesgo con la adecuada protección que hay ofrecerse a los consumidores**

La convergencia que se da entre la economía popular y la tecnología plantea desafíos significativos en términos de la calidad de los productos y los servicios comercializados por

canales digitales. En este contexto es necesario entrar a considerar que el acceso a la tecnología ha permitido que diversos emprendimientos de economía popular puedan llegar a una audiencia más amplia a través de plataformas en línea. No obstante, esta expansión comercial también ha generado inquietudes sobre los estándares de calidad, la capacidad de cumplir con las expectativas de los consumidores o la satisfacción de la normatividad en materia ambiental, sanitaria o de seguridad.

La intersección entre economía popular y tecnología ha facilitado que pequeños negocios y emprendedores alcancen un mercado global, pero la falta de regulación y supervisión puede traducirse eventualmente en productos de calidad deficiente que pueden, incluso, afectar la salud de ellos consumidores. La ausencia de mecanismos efectivos para garantizar la calidad en el sector de la economía popular puede afectar la confianza del consumidor y plantear desafíos en términos de responsabilidad en casos en los cuales se presentes problemas relacionados con el uso de los productos.

Aun cuando la unión entre la economía popular y la tecnología ofrece oportunidades que permiten la dinamización de las actividades productivas, es esencial abordar las preocupaciones sobre la calidad de los productos, establecer garantías efectivas y garantizar prácticas de entrega que cumplan con los estándares aceptables. La tarea no será sencilla debido a que la mayor parte de las actividades que integran la economía popular se caracterizan por su pertenencia a la economía sumergida, lo que dificulta toda forma de control y regulación. En consecuencia, se requiere empezar a trabajar en diferentes herramientas que permitan aprovechar los beneficios de la tecnología con el objetivo de

garantizar la satisfacción y seguridad del consumidor en entornos en los cuales la economía popular no deja de evolucionar.

### 3.2.4 Riesgo de la tecnología como promotor de informalidad

Aunque la Ley 2294 de 2023 no proporciona una definición precisa de la economía popular, es innegable que esta se distingue por su marcado grado de informalidad, a tal punto que, en cierto sentido, se les puede y suele tomar sinónimos. Se trata de una particularidad que surge de su naturaleza como economía de baja escala, donde los ingresos generados no alcanzan para cubrir los costos asociados con la formalización de empresas o negocios.

La informalidad, característica inherente a la economía popular, se manifiesta como una consecuencia directa de las limitaciones económicas a las que se enfrentan quienes participan en este sector. Dada su escala reducida, las ganancias obtenidas suelen destinarse de manera prioritaria a la subsistencia y el funcionamiento básico de las actividades económicas, mientras no se consigue un margen de rentabilidad que permita abordar los trámites y requisitos que conlleva la formalización. Es esencial reconocer que la informalidad no surge por elección, sino como una respuesta directa frente a circunstancias económicas difíciles y adversas (Giraldo, 2022). La imposibilidad de cubrir los costos asociados con la formalización, como registros legales, impuestos y otros trámites administrativos, lleva a que los participantes opten por operar en un contexto informal, donde la carga financiera es menor.

Debido a que la lógica predominante se orienta hacia el mantenimiento de operaciones eficientes a costos reducidos con el único objetivo de maximizar los ingresos y

subsistir, la tecnología emerge como una oportunidad excepcional para aquellos que eligen comercializar sus productos o servicios en línea, eludiendo la necesidad de establecer y registrar un local comercial. Esta estrategia no solo posibilita la reducción de los costos operativos, sino que también simplifica la operación en el ámbito informal, ya que prescinde de la existencia de un local comercial formalmente establecido.

A lo anterior se suman la irrupción y generalización de nuevas modalidades, medios y formas de pago que funcionan gracias al uso de tecnologías centradas en la transferencia de dinero. Se trata de plataformas que promueven intercambios directos, adoptando la forma de transacciones "*peer to peer*", en las cuales no es necesario depender de intermediarios - bancos, por ejemplo- ni efectuar los pagos asociados a las transferencias financieras. Este cambio representa un avance significativo hacia sistemas más eficientes y descentralizados en el ámbito financiero, sin embargo, también posibilita un mayor crecimiento de la informalidad y las economías sumergidas.

En este sentido y para avanzar hacia una economía popular más inclusiva y sostenible, sería beneficioso considerar medidas que alivien los costos de formalización, como incentivos fiscales o programas de apoyo financiero específicamente diseñados para empresas de baja escala. De esta manera, se podría fomentar la transición hacia un entorno más formal, brindando a los participantes en la economía popular mayores oportunidades de crecimiento y desarrollo a largo plazo.

Por último, es importante señalar que, si bien, los negocios que realizan actividades relacionadas con el comercio electrónico se muestran como más proclives a la formalización

(Ramírez Cubillos & Corredor, 2023), idea que también es recogida por la Organización Internacional del Trabajo la hablar de la e-formalización (Organización Internacional del Trabajo OIT, 2022), lo cierto es que la disrupción tecnológica también se caracteriza por la aparición de nuevos modelos de negocio y nuevas formas de contratación laboral en las cuales una plataforma intermedia entre trabajadores y empleadores, dando lugar a una relación laboral no estándar o típica en la que se empiezan a desdibujar muchas garantías laborales. En consecuencia, se puede señalar que, la formalización o registro de las actividades comerciales no va necesariamente acompañada de la formalización en materia laboral.

### **3.3 Fortalezas relacionadas con la innovación crediticia**

La ausencia de acceso al crédito constituye una barrera importante para el crecimiento de los emprendimientos en la economía popular. La incorporación de tecnologías financieras y la promoción de modelos de evaluación crediticia más inclusivos podrían, por lo tanto, facilitar el acceso al financiamiento, estimulando así el desarrollo económico de los diferentes actores que integran este sector.

La Ley 2294 de 2023 dirige su enfoque hacia el ámbito crediticio, específicamente centrado en la inclusión financiera, conforme se detalla en el artículo 88. En este marco, la responsabilidad de otorgar microcréditos se traslada de manera colaborativa al sistema financiero público y a la banca cooperativa. Estas entidades asumen la tarea de sustituir prácticas perjudiciales, como los préstamos con tasas de interés exorbitantes que sobrepasan los límites de usura, conocidos como “gota a gota”. Asimismo, se les encomienda la tarea de

proporcionar opciones adicionales para aquellos que, por diversas razones, no pueden acceder a los servicios financieros ofrecidos por la banca privada tradicional.

En este sentido el Gobierno Nacional trabaja en el desarrollo e implementación de una Estrategia de Inclusión Crediticia para la Economía Popular, que se ha centrado en la concesión de créditos. La medida, hasta la fecha, se halla en lo que podría describirse como una "fase de prueba", siendo el principal desafío la carencia de una cultura de pago dentro de los sectores que componen la economía popular<sup>24</sup>.

Las diferentes tecnologías financieras (fintech) disponibles pueden desempeñar un papel crucial al momento de facilitar el acceso a servicios financieros y créditos para emprendedores y pequeños negocios en la economía popular. Además, pueden ser de gran utilidad en proyectos que tengan como objetivo establecer conexiones entre los micronegocios y posibles inversores interesados. La implementación de tecnologías puede contribuir a la reducción de costos operativos, permitiendo a los actores de la economía popular mejorar sus márgenes de ganancia y sostenibilidad financiera. En consecuencia, al incrementar los márgenes de rentabilidad, se podrían lograr unos mayores índices de formalización, tanto en lo empresarial como en lo laboral.

---

<sup>24</sup> Este proceso de testeo se ha iniciado con un proceso de cien mil incentivos que permitirán conocer, con mayor profundidad, el desempeño de estas operaciones y la cultura de pago en la economía popular. Cfr. Gobierno de Colombia (28 de marzo de 2023), Estrategia de inclusión crediticia para la economía popular, disponible en: [https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=/ConexionContent/WCC\\_CLUSTER-214669](https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=/ConexionContent/WCC_CLUSTER-214669)

### 3.4 Ventajas ligadas a la economía popular en la digital

La convergencia entre economía popular y tecnología en el contexto colombiano se encuentra en capacidad de generar una serie de ventajas notables que influyen de manera positiva en varios aspectos. Como ya destacó la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, (2013), la economía digital, particularmente en su faceta de economía popular digital, se erige como una de las herramientas más efectivas con que se cuenta en la actualidad para combatir la pobreza y la desigualdad.

En el contexto de la convergencia que se da entre economía popular y tecnología resulta necesario reconocer que la innovación se presenta como una de las principales ventajas. La innovación es un concepto amplio que puede abarcar tanto productos como servicios y procesos productivos. En este sentido, desempeña un papel fundamental en la mejora constante, la evolución del tejido y el progreso económicos sostenibles. Adicionalmente, la tecnología facilita la conexión con mercados globales, lo que les permite a quienes participan en la economía popular expandir sus alcances y comercializar sus productos y servicios en el ámbito internacional.

En la actualidad, Colombia posee una población mayoritariamente joven y receptiva a las transformaciones que se dan tanto en el ámbito laboral, como en el mercado y en el sector tecnológico. En este sentido, resulta recomendable hacer uso de las diferentes plataformas tecnológicas con el objetivo de proporcionar capacitación y desarrollo de habilidades laborales a quienes trabajan en la economía popular, lo que permitirá mejorar la competitividad.

Resulta necesario, entonces, considerar que la falta de habilidades técnicas y empresariales puede limitar, de forma significativa la capacidad de los actores en la economía popular para adaptarse a cambios tecnológicos. Resulta, por lo tanto, necesario integrar programas de capacitación que aborden y desarrollen estas carencias con el objetivo de fortalecer la pervivencia de la economía popular en el largo plazo.

### **3.5 Modelo cualitativo y cuantitativo del impacto de las nuevas herramientas regulatorias y normativas**

#### **3.5.1 Modelo cualitativo**

Para analizar el impacto de la implementación normativa sobre la EP se ha diseñado un modelo cualitativo relacional que tiene como objetivo establecer la forma o formas en las que la normatividad ha establecido la conexión entre los actores, sus funciones y participación.

Al momento de caracterizar la normatividad se encontró que existen tres categorías aglutinantes a partir de las cuales se ha legislado en materia de EP; a saber: creación institucional, identificación de minorías y asignación de recursos.

Estos tres ejes representan la primera fase de la implementación de la EP en Colombia y del análisis normativo se puede concluir que es una de las prioridades en la agenda del gobierno nacional cuyo objetivo es el de formalizar a los emprendedores que desarrollan sus actividades económicas, pero que perciben bajos ingresos.

Si bien se pueden reconocer antecedentes de la EP en políticas como la economía solidaria, estas difieren en su objeto y alcance. Razón por la cual, se puede afirmar que

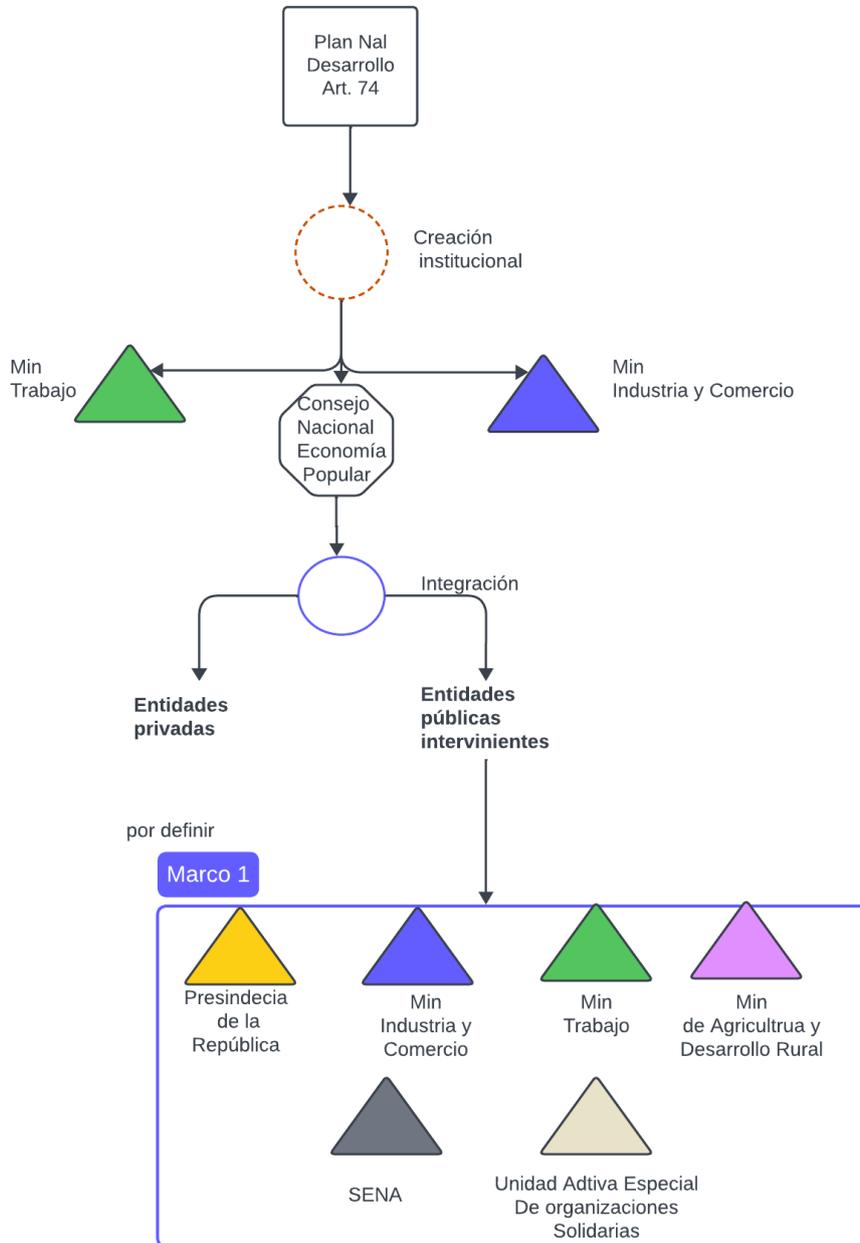
estamos frente a una política emergente y que, como tal, además de un proceso legislativo y de ejecución institucional, es necesario realizar trabajos de sensibilización, información y promoción de la política pública.

El análisis legislativo demuestra que, si bien existe una intención firme e inconfundible por en la agenda del gobierno nacional de promover la EP, las disposiciones proferidas son de tipo genérico y enunciativo, por tanto, hace falta avanzar en las fases de reglamentación, unificación de tareas y canales de destinación de recursos. Es decir, a la fecha la EP cuenta con un marco legal incompleto el que las instituciones delegadas requieren empezar a trabajar.

A continuación, se presenta la primera fase del modelo cualitativo que muestra las relaciones legales que se establecen entre los diferentes actores llamados a integrar la política pública sobre EP.

### 3.5.2 Primera fase: relación interinstitucional

Figura 65. Relación interinstitucional de la EP en el contexto normativo colombiano



Fuente: Elaboración propia

La primera fase del modelo relacional destinado a la creación del órgano encargado de liderar la planificación y ejecución de la política pública de Economía Popular (EP) está actualmente en desarrollo. Esta iniciativa, conforme a la norma matriz del Plan Nacional de

Desarrollo 2022-2026, establece que la responsabilidad de la creación del Consejo recae en los ministerios del Trabajo y de Industria y Comercio.

### Estructura y participación

De acuerdo con la normativa, la organización final del Consejo será de carácter mixto, incorporando tanto participación pública como privada. La participación pública está claramente definida, incluyendo representantes de la Presidencia de la República, el SENA, la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, así como los ministerios de Industria y Comercio, Trabajo y Agricultura.

Sin embargo, a pesar de reconocer la ventaja de la participación de diversas entidades estatales, se observa una falta de asignación de tareas específicas y una dispersión de información en cada entidad, lo que dificulta la efectividad de la política sobre Economía Popular. Se destaca la necesidad de implementar en el corto plazo el Consejo, como órgano centralizado que coordine a los actores y funciones para brindar claridad y cohesión a la política pública.

### Desafíos y falencias normativas

En cuanto a la participación de entidades privadas, hasta la fecha no existe un listado claro de quienes formarán parte del Consejo Nacional de Economía Popular. Esta falta de reglamentación representa una de las principales falencias normativas hay que abordarse para garantizar la eficacia y representatividad del Consejo.

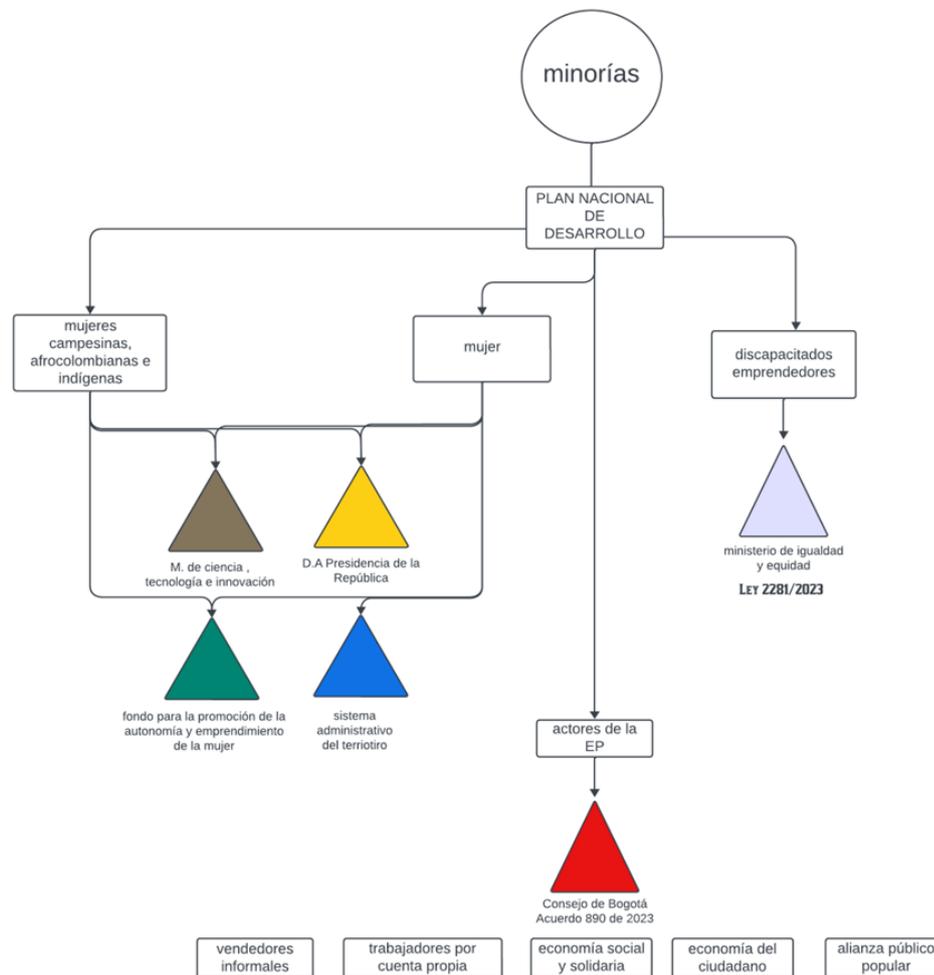
Para lograr un enfoque más integral y ajustado, se sugiere invitar a entidades de diversos sectores comerciales que puedan representar a gremios. Esto permitirá una

participación más diversificada y atractiva, sirviendo como ejemplo de formalidad para aquellos que aún no están vinculados a instituciones formales.

La creación del Consejo Nacional de Economía Popular es una iniciativa clave en la implementación de la política pública en este ámbito. Sin embargo, se subraya la importancia de abordar las deficiencias identificadas, especialmente la falta de asignación de tareas concretas y la ausencia de reglamentación para la participación de entidades privadas. Estas acciones son esenciales para garantizar el éxito y la eficiencia de la política, así como para fomentar la participación integral de actores tanto públicos como privados en la promoción de la Economía Popular en el país.

### 3.5.3 Segunda fase: objetivo de la EP

Figura 66. Población objetivo de la EP



Fuente: Elaboración propia

La segunda fase del modelo de la política pública de Economía Popular se centra en identificar los destinatarios específicos de dicha política. Basándonos en el Plan Nacional de Desarrollo como principal marco normativo, se observa un claro interés en incorporar a las minorías en las acciones de los programas destinados a impulsar la economía popular. Este informe examina las principales disposiciones normativas, entidades responsables y desafíos actuales relacionados con la orientación de la política hacia grupos específicos.

### Destinatarios y Entidades Responsables

La Figura 66 destaca las minorías prioritarias, que incluye a mujeres campesinas, mujeres afrocolombianas e indígenas. Además de señalar estos grupos poblacionales, se identifican las entidades encargadas de promover esta faceta de la política pública. La estructura organizativa sigue el modelo presentado en la fase anterior, fomentando la colaboración entre diversos entes estatales.

No obstante, es relevante señalar la **Ley 2281 de 2023**, que establece la integración de discapacitados emprendedores en los planes y proyectos de Economía Popular, bajo la responsabilidad del Ministerio de la Igualdad y la Equidad.

### Fuentes Normativas Adicionales

La tercera fuente normativa es el **Acuerdo 890 de 2023** del Consejo de Bogotá, que enumera a un grupo de actores considerados protagonistas de la economía popular. Estas tres disposiciones normativas delimitan los destinatarios de la política pública, pero se reconocen como enunciativas. Existe la necesidad de compilar información adicional de otras ciudades relevantes y sectores rurales para obtener un mapeo más concreto de los actores a los que está dirigida la política pública.

### Desafíos y Deficiencias

A pesar de la existencia de tres fuentes normativas, se observa que la normatividad actual es aún limitada. La multiplicidad de listas sobre actores de la economía popular y las diversas definiciones y programas disponibles contribuyen a una comprensión fragmentada.

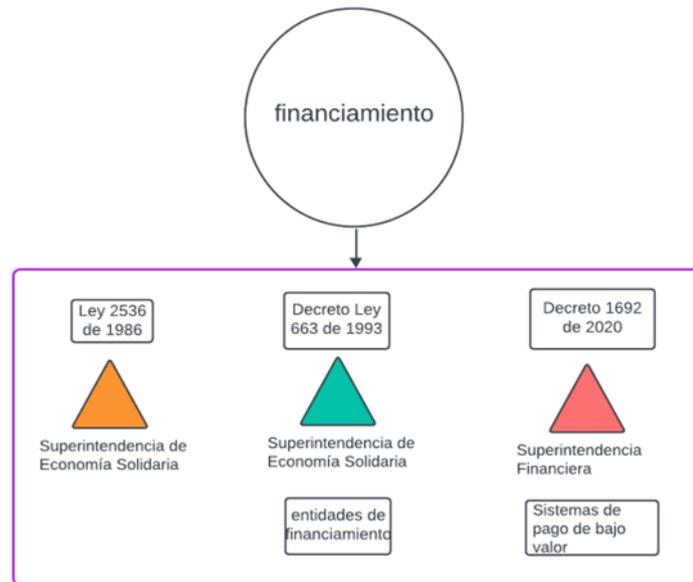
El impacto de esta normatividad es relativamente bajo debido a la falta de integración y promoción de información.

Para optimizar la efectividad de la política pública de Economía Popular, se recomienda una mayor integración y promoción de la información. La compilación de datos provenientes de otras ciudades y sectores rurales permitiría una visión más completa y precisa de los actores involucrados. Además, se sugiere la revisión y posible consolidación de las múltiples listas existentes para evitar redundancias y asegurar una aplicación más eficiente de la normativa.

La identificación de los destinatarios de la política pública de Economía Popular es esencial para su implementación exitosa. Aunque se han establecido pautas en el Plan Nacional de Desarrollo, la Ley 2281 y el Acuerdo 890, se reconoce la necesidad de ampliar y consolidar esta información para garantizar una orientación más clara y efectiva hacia los grupos específicos previstos. La integración de datos adicionales y la promoción de la información emergen como elementos cruciales para potenciar el impacto de la política y lograr una economía popular más inclusiva y sostenible.

### 3.5.4 Tercera fase: financiamiento

Figura 67. Asignación de recursos para la EP



Fuente: Elaboración propia

El tercer proceso del modelo relacional se enfoca en la identificación de la normatividad y las entidades encargadas de asignar recursos para las economías de bajo valor y la economía solidaria, utilizando un esquema similar al empleado en la implementación de políticas de Economía Popular. Aunque se dispone de herramientas financieras para la asignación de recursos y la ejecución de proyectos, surge una dificultad crucial en la medición real del retorno de pagos por parte de los nuevos usuarios, lo cual se presenta como un desafío significativo para evaluar la sostenibilidad del sistema.

#### Herramientas Financieras y Ejecución de Proyectos

El modelo relacional ha demostrado ser eficaz en la implementación de políticas de Economía Popular, utilizando herramientas financieras ya establecidas para asignar recursos y ejecutar proyectos. Este enfoque, basado en experiencias anteriores, ofrece una base sólida

para la continuidad y expansión de iniciativas relacionadas con economías de bajo valor y la economía solidaria.

### Desafío de la Medición del Retorno Financiero

A pesar de contar con herramientas financieras, la medición real del retorno de pagos por parte de los nuevos usuarios de estos sistemas presenta una dificultad considerable. Se carece de datos suficientes para evaluar la sostenibilidad del sistema, lo que plantea interrogantes cruciales sobre la eficacia a largo plazo de las políticas implementadas. Identificar los riesgos asociados a esta falta de información se convierte en una tarea prioritaria para mitigar posibles impactos negativos como la insostenibilidad financiera de los programas provistos.

El principal desafío radica en la falta de información sobre la sostenibilidad financiera de los nuevos usuarios. Es imperativo identificar los riesgos potenciales asociados a esta carencia de datos, ya que la ausencia de información precisa puede afectar la toma de decisiones y comprometer el éxito de las políticas de Economía Popular y otras iniciativas relacionadas.

Para superar este desafío, se recomienda llevar a cabo un análisis exhaustivo de los riesgos potenciales asociados a la falta de datos sobre el retorno financiero. Esto podría incluir la implementación de mecanismos de monitoreo más efectivos, encuestas a los usuarios, y la colaboración con entidades especializadas en evaluación financiera. Además, se sugiere la exploración de prácticas de otras regiones o sectores que hayan abordado con éxito este problema.

Aunque se cuenta con herramientas financieras establecidas para la asignación de recursos y ejecución de proyectos en el ámbito de la Economía Popular, la falta de datos sobre el retorno financiero de los nuevos usuarios representa un obstáculo crítico. La identificación y mitigación de los riesgos asociados a esta carencia se posicionan como pasos esenciales para garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de las políticas implementadas. La adopción de prácticas innovadoras y la colaboración con expertos en evaluación financiera pueden ser clave para superar este desafío y fortalecer la efectividad de las iniciativas relacionadas con economías de bajo valor y la economía solidaria.

### 3.5.5 Modelo cuantitativo

Para comprender desde una dimensión cuantitativa cuál ha sido el impacto de la normatividad en la promoción de la EP se parte de las siguientes premisas:

1. La Economía Popular (EP), siendo parte integral del presente gobierno, se inserta en un marco legislativo preexistente (ver gráfico) que facilita la planificación, desarrollo y ejecución de dicha política pública. Este universo normativo, identificado como base regulatoria, establece el contexto para la implementación de programas orientados hacia el fortalecimiento de la economía popular en el ámbito nacional.
2. No obstante, la novedad del programa ha presentado desafíos en la obtención de información sustantiva debido a la falta de reportes precisos provenientes de las entidades colaboradoras. La escasa disponibilidad de datos impacta directamente en la evaluación integral de los programas de Economía Popular y, por ende, en la posibilidad de cuantificar su efectividad.

3. La carencia de datos precisos y la necesidad de considerar el periodo temporal apropiado para evaluar su impacto plantean desafíos significativos en la formulación de estrategias basadas en evidencia. Es imperativo abordar estas limitaciones para fortalecer la efectividad y transparencia de las políticas públicas asociadas a la Economía Popular.

#### Variable de préstamos

Para hacer una medición sobre el impacto de la legislación en la implementación efectiva de la EP se recurrió a correlacionar la implementación normativa (desde 2022) con la variable de préstamos. Tal y como se indica en la fase cualitativa de este modelo, uno de los indicadores más relevantes de esta iniciativa es el acceso a préstamos de inversión de quienes esperan ser beneficiados de esta política.

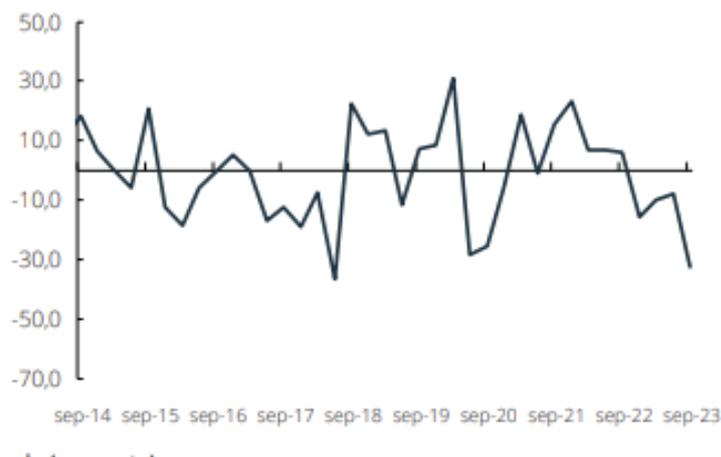
Según comunicados del Ministerio de Hacienda (2023) es el grupo Bicentenario la entidad encargada de administrar y distribuir los dineros destinados para incentivar la EP. El grupo Bicentenario está conformado por:

- Banco Agrario de Colombia
- Bancoldex
- Fondo Nacional de Garantía
- Financiera de Desarrollo Nacional
- Findeter
- Finagro
- Fiduagraria
- Fiducoldex

- Positiva

Según la más reciente evaluación realizada por el Banco de la República (2023), se evidencia una disminución sustancial en la solicitud de microcréditos a nivel nacional desde el año 2022. Aunque este informe abarca a todas las entidades de crédito y constituye una visión general, su análisis puede considerarse como un indicador amplio del comportamiento del acceso al crédito en el conjunto del país; dentro de las que, por supuesto se incluyen a las entidades que hacen parte del grupo Bicentenario (ver Figura 68.).

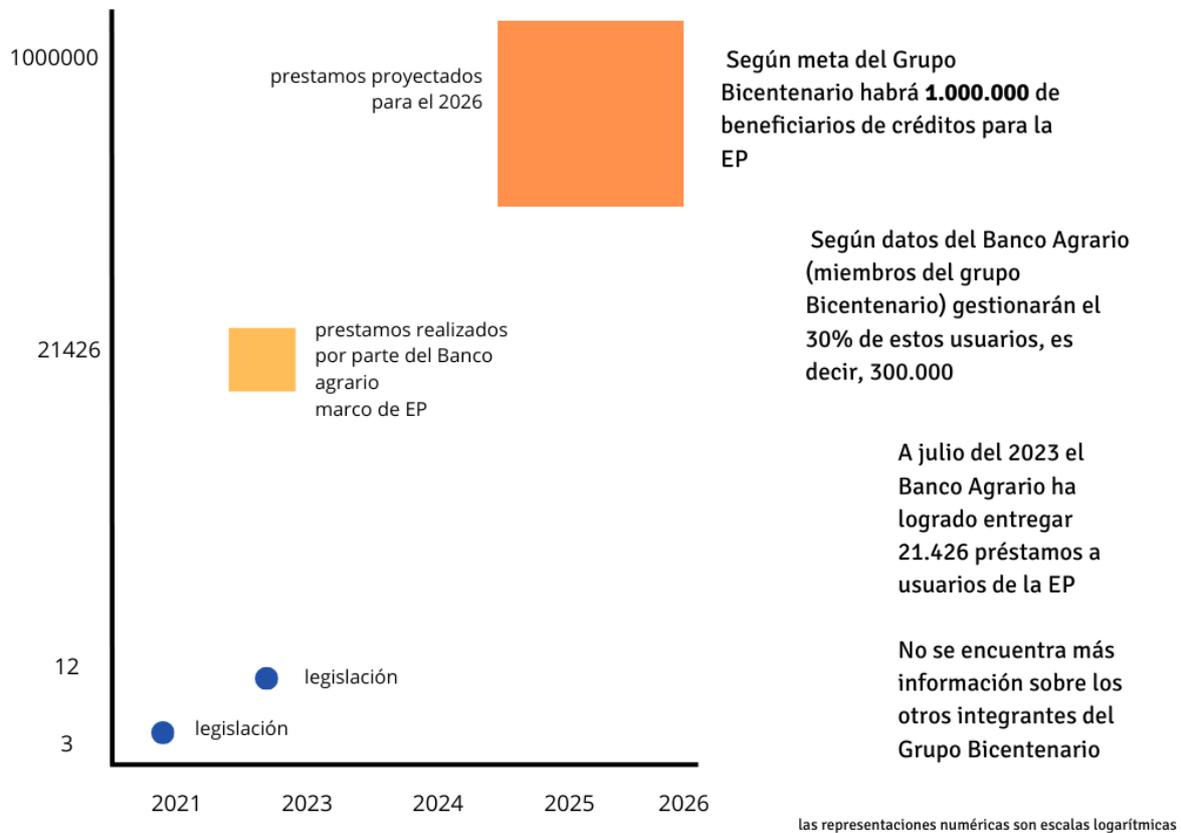
**Figura 68. Percepción de la demanda de microcréditos (Porcentaje)**



**Fuente: Banco de la República (2023)**

Se hizo una búsqueda exhaustiva por distintas fuentes para recopilar la información de asignación crediticia de cada una de las entidades que conforman el grupo Bicentenario. Se consultó cada una de las páginas de las entidades, reportes financieros a las juntas y datos abiertos. Lamentablemente no se encontraron datos, salvo en el caso del Banco Agrario que en una nota de prensa reportó lo siguiente:

Figura 69. Correlación de la normatividad y préstamos para la EP



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Portafolio (2023)

El análisis de los datos precedentes sugiere que, a pesar de la existente normativa, no se ha logrado estimular de manera efectiva el acceso a créditos o microcréditos para los beneficiarios de los programas de la Economía Popular (EP). La falta de acceso podría no ser atribuible exclusivamente a carencias normativas, sino más bien a la falta de claridad en los procesos de acceso o, posiblemente, a reglas restrictivas que podrían resultar excluyentes, como es el caso de requisitos que prohíben la solicitud previa de créditos bancarios, la

inclusión en el Sisbén, sin desconocer los precios de las tasas de interés que son similares a las de cualquier otro crédito<sup>25</sup>.

A pesar de contar con un marco normativo que regula la implementación de programas de Economía Popular, se observa una brecha sustancial en la efectividad de la estimulación del acceso a créditos para los beneficiarios de dichos programas.

#### *Falta de Claridad en el Acceso*

La insuficiencia en la estimulación del acceso podría derivar de la falta de claridad en los procedimientos para solicitar créditos o microcréditos. Es crucial examinar y mejorar la transparencia en los procesos de solicitud y aprobación.

#### *Reglas Excluyentes*

Se identifican reglas de acceso, como la prohibición de haber solicitado previamente un crédito bancario o la inclusión en el Sisbén, que podrían estar actuando como barreras excluyentes. Estos requisitos necesitan ser evaluados críticamente para determinar su impacto y validez en el contexto de la promoción de la Economía Popular.

Es necesario realizar una revisión exhaustiva de la normativa actual para identificar posibles vacíos o áreas de mejora que puedan facilitar el acceso a créditos en el marco de la EP. La falta de acceso a créditos para los beneficiarios de la Economía Popular requiere una

---

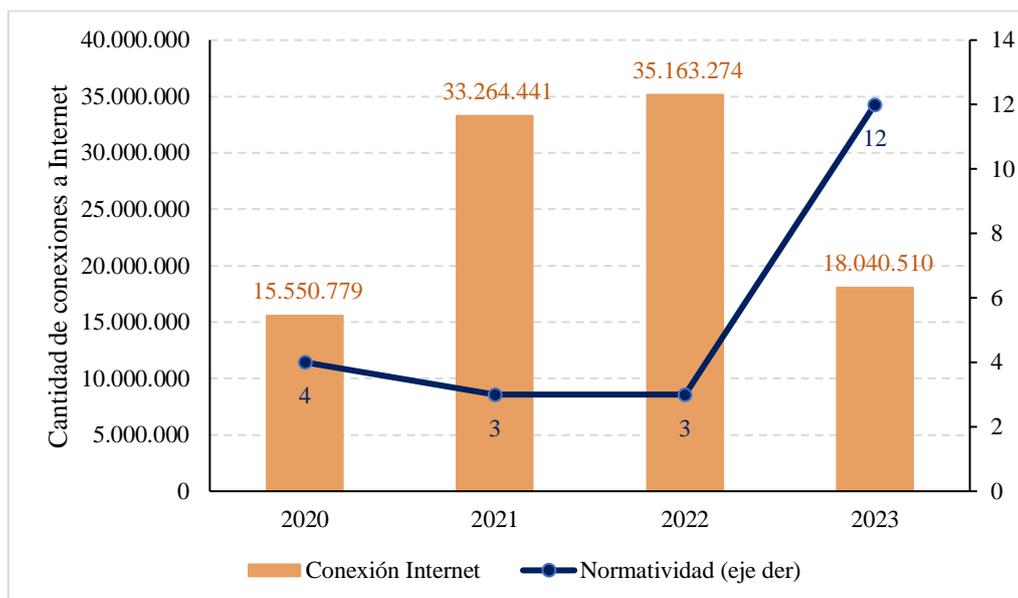
<sup>25</sup> Revisar, por ejemplo, los siguientes requisitos: <https://www.bancoagrario.gov.co/economia-popular-comunitaria>

revisión integral de la normativa, así como ajustes en los procesos y requisitos de acceso para garantizar la equidad y la efectividad de los programas asociados a la EP. La implementación de estas recomendaciones puede contribuir significativamente a mejorar el acceso a servicios financieros y, por ende, fortalecer el impacto de la Economía Popular en el ámbito socioeconómico.

### Variable de conectividad

Para propiciar la adopción generalizada del comercio electrónico como una práctica común en las transacciones comerciales, es imperativo contar con una infraestructura de conectividad a internet que abarque la totalidad del territorio nacional. Según el informe trimestral del Ministerio de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (MINTIC) de julio de 2023, se observó que el 17% de la población colombiana tiene acceso a una conexión fija a internet, mientras que el 86,5% cuenta con una conexión móvil.

**Figura 70. Normatividad sobre la EP y el Comercio Electrónico y conexión a internet**



Fuente: Elaboración propia

Aunque los progresos en la conectividad móvil son notables, no se puede asumir que esta plataforma sea la preferida para las transacciones electrónicas. Los usuarios muestran una preferencia por realizar compras a través de pantallas que les permitan visualizar detalladamente las características del producto, y suelen hacerlo desde la comodidad de sus hogares, donde se favorece el uso de conexiones fijas. Por consiguiente, se deduce que, para fomentar el comercio electrónico, resulta imperativo continuar fortaleciendo las conexiones fijas en todo el país, con especial énfasis en las áreas rurales y remotas.

#### *Preferencia del Usuario y Conectividad Móvil vs. Fija*

Los resultados indican que, a pesar de la accesibilidad a la conectividad móvil, los usuarios optan por conexiones fijas para realizar transacciones electrónicas, buscando comodidad y la posibilidad de visualizar detalladamente los productos.

#### *Impacto de las Condiciones Materiales*

La preferencia del usuario por conexiones fijas resalta la importancia de mejorar las condiciones materiales para estimular efectivamente el CE. La comodidad del entorno doméstico favorece el uso de conexiones fijas, sugiriendo la necesidad de reforzar esta infraestructura.

#### *Entorno Legislativo y Conectividad*

Similar a la variable "préstamos", se identifica un entorno legislativo propicio para implementar el CE. Sin embargo, se destaca que la normatividad por sí sola no es suficiente

para mejorar las condiciones materiales. Se requiere una implementación efectiva de los planes establecidos por las entidades encargadas de la conectividad en Colombia.

#### *Correlación entre Legislación y Conectividad*

La gráfica revela una falta de correlación entre la promulgación de leyes sobre Economía Popular y la conectividad. Desde el 2022, se observa una disminución en el número de conexiones a internet, sugiriendo que las políticas relacionadas con la economía popular o el comercio electrónico no han estimulado la conectividad en el país.

#### *Focalización en Conexiones Fijas*

Priorizar inversiones y proyectos para fortalecer las conexiones fijas, especialmente en áreas rurales y remotas, considerando la clara preferencia de los usuarios por esta modalidad.

#### *Implementación Efectiva de Normativas*

Garantizar la implementación efectiva de las normativas existentes mediante la ejecución de los planes previstos por las entidades responsables de la conectividad en Colombia.

#### *Revaluación de Políticas de Estímulo*

Dada la falta de correlación entre la legislación sobre economía popular y la conectividad, se sugiere una revaluación de las políticas de estímulo para garantizar una efectiva interacción entre ambos aspectos.

### 3.6 Recomendaciones

Con el propósito de robustecer la economía popular, es necesario que el Gobierno implemente políticas de microcrédito en las cuales se involucre activamente a la banca pública y al sector solidario de la economía. Los microcréditos no solo contribuirán a la sostenibilidad de diversos negocios que forman parte de la economía popular, sino que también desempeñarán un papel crucial en la lucha contra los grupos que ofrecen préstamos con elevadas tasas de interés. Este enfoque integral no solo permitirá impulsar el crecimiento económico de los negocios y actividades que funcionan a baja escala, sino que también permitirá abordar, de manera efectiva, las problemáticas sociales relacionadas con prácticas financieras predatorias que afectan a las comunidades más vulnerables. La participación activa de la banca pública y del sector solidario fortalecerá la accesibilidad a estos microcréditos, promoviendo así el desarrollo económico equitativo y sostenible.

La capacitación para fortalecer la economía popular resulta necesario centrarse especialmente en el desarrollo de habilidades tecnológicas, con el objetivo de superar tanto el analfabetismo digital como la brecha tecnológica. Esta iniciativa implica no solo la ampliación de la cobertura de internet en áreas rurales y remotas, sino también la implementación de medidas de promoción y discriminación positiva. Es esencial que estas acciones se diseñen de manera que la formación de habilidades abarque a los grupos más vulnerables, como las mujeres emprendedoras, las personas con discapacidad y aquellos pertenecientes a grupos étnicos minoritarios. La expansión de la conectividad en zonas rurales y apartadas no solo facilitará el acceso a recursos y oportunidades en línea, sino que también contribuirá a reducir las disparidades económicas y educativas. La discriminación positiva, por

su parte, garantizará que los beneficios de la capacitación en habilidades tecnológicas se distribuyan equitativamente, abordando desigualdades arraigadas. Al enfocarse en estos grupos vulnerables, se busca no solo cerrar la brecha digital, sino también fomentar la inclusión social y económica, impulsando la diversidad y la igualdad de oportunidades en el contexto de la economía popular.

El crecimiento de la economía popular, en conjunción con la tecnología, abre una notable oportunidad para el desarrollo del país. No obstante, es esencial reconocer que esta convergencia también conlleva un riesgo potencial para los consumidores, dado que la falta de un control de calidad en los productos y servicios ofrecido puede generar impactos negativos. En este contexto, se vuelve necesario fortalecer las buenas prácticas de manipulación, fabricación y distribución. Esto implica establecer normativas y mecanismos de control que aseguren la calidad y la seguridad de los productos y servicios disponibles.

Además del fortalecimiento de las prácticas empresariales, es igualmente crucial abordar la otra cara de la moneda: la formación de los consumidores. Es fundamental implementar estrategias educativas que empoderen a los consumidores para que tomen decisiones informadas en relación con la calidad y los riesgos asociados a los productos y servicios de la economía popular. La educación del consumidor no solo promoverá la transparencia en el mercado, sino que también contribuirá a un desarrollo económico más sostenible y responsable. En última instancia, la combinación de regulaciones efectivas y una ciudadanía bien informada puede garantizar que el crecimiento de la economía popular beneficie tanto a los emprendedores como a los consumidores.

La efectiva formalización de los sectores pertenecientes a la economía popular dependerá, en gran medida, de la capacidad para persuadir a los participantes sobre la existencia de ventajas competitivas concretas y tangibles; por ejemplo, ingresos más sustanciales que les permitan acceder a los beneficios del sistema seguridad social. A manera de ejemplo se pueden señalar las oportunidades para participar en eventos comerciales y ruedas de negocios que facilite la captación de nuevos clientes y la expansión de los mercados.

La formulación de programas dirigidos a abordar los desafíos de la economía popular ha estado centralizada en el sector gubernamental, sin una adecuada reflexión sobre las variadas perspectivas y necesidades inherentes a los diversos sectores económicos que componen esta compleja realidad. Este enfoque limitado y centralizado pasa por alto las particularidades y dinámicas específicas de cada sector, lo que potencialmente disminuye la efectividad de las medidas implementadas. En este contexto, es imperativo destacar la relevancia de incorporar el conocimiento directo y la retroalimentación de los diferentes actores económicos que participan en la economía popular. Al integrar sus experiencias y percepciones, se puede enriquecer significativamente la formulación de políticas y programas.

Hasta ahora, el Gobierno ha asignado los diferentes planes y programas destinados a impulsar la economía popular a diversas entidades, sin contar con un organismo central responsable de establecer directrices políticas, fijar objetivos o brindar orientaciones. Esta ausencia conlleva un riesgo, dado que podría resultar en una ejecución desarticulada que no logre producir resultados efectivos y tangibles.

## 4 Conclusiones

La economía popular se refiere a las actividades económicas de pequeña escala, tanto mercantiles como no mercantiles, que buscan generar ingresos para satisfacer necesidades básicas. Esta parte de la economía es importante porque crea empleos y oportunidades, especialmente para poblaciones vulnerables, contribuyendo a la reducción de pobreza y desigualdad. No obstante, la economía popular enfrenta barreras significativas como acceso limitado a financiamiento y capacitación, informalidad y dificultades para acceder a nuevos mercados. Superar estas limitaciones a través de estrategias coordinadas entre actores públicos, privados e internacionales, incluyendo la adopción tecnológica, es clave para potenciar el impacto positivo de la economía popular en términos de desarrollo económico inclusivo.

En Colombia la EP fue comenzó a ser un tema de relevancia con el presidente Gustavo Petro quien la cataloga como un catalizador para mejorar las condiciones de vida y lo plasmó así en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026. Estas unidades económicas se caracterizan por ser un componente fundamental del entramado económico del país, conformado en su mayoría por pequeñas empresas y emprendimientos que desempeñan un papel crucial en el desarrollo y sustento de las comunidades a nivel nacional. La EP es diversa y heterogénea, que abarca desde la producción agrícola hasta la prestación de servicios. A pesar de su importancia, este sector enfrenta barreras significativas en términos de acceso a recursos financieros, capacitación y tecnologías avanzadas, lo que limita su capacidad para competir en un entorno cada vez más digitalizado y globalizado. La convergencia entre economía

popular y tecnología se vislumbra como una oportunidad para potenciar el crecimiento económico y la competitividad, especialmente a través de la adopción de herramientas como el comercio electrónico, que pueden abrir nuevas oportunidades de mercado y fomentar la innovación.

En el contexto colombiano, se evidencia un estado incipiente de adopción tecnológica en la economía popular, con barreras significativas que incluyen la falta de acceso al crédito, la limitada infraestructura tecnológica y la escasa cultura de pago al interior de los sectores que la integran y que difieren por regiones. La falta de adopción y aplicación de tecnologías modernas limita la eficiencia operativa de las empresas, dificultando su capacidad para competir a nivel nacional e internacional. A pesar de estas barreras, se vislumbran oportunidades notables para la mejora de la adopción tecnológica, especialmente en lo que respecta al comercio electrónico como herramienta para abrirse a nuevos mercados, generar valor e innovación.

Es importante destacar que existen diferencias regionales en la adopción tecnológica en la economía popular en Colombia. En la región Caribe, por ejemplo, se evidencia un mayor rezago en la adopción de tecnologías avanzadas, lo que limita la eficiencia operativa de las empresas y dificulta su capacidad para competir a nivel nacional e internacional. Por otro lado, en la región del Eje Cafetero se observa una mayor adopción de tecnologías digitales, especialmente en el sector turístico, lo que ha permitido a las empresas mejorar su posicionamiento en el mercado y expandir su alcance.

En este sentido, es necesario desarrollar estrategias específicas para fomentar la adopción tecnológica en las regiones que presentan mayores barreras, brindando acceso a recursos financieros y programas de capacitación que aborden las carencias en habilidades técnicas y empresariales. Asimismo, es importante promover la colaboración entre empresas y emprendimientos de diferentes regiones, lo que podría fomentar la transferencia de conocimientos y buenas prácticas en la adopción de tecnologías avanzadas.

En cuanto a la normativa actual, la Ley 2294 de 2023 establece medidas económicas, especialmente crediticias, destinadas a reindustrializar el país, promover la transición energética e impulsar sectores estratégicos para la economía nacional. Esta normativa representa una oportunidad para fomentar la adopción tecnológica en la economía popular, brindando acceso a recursos financieros que impulsen la incorporación de tecnologías modernas. Además, es crucial resaltar la necesidad de desarrollar recomendaciones basadas en la investigación para mejorar la adopción y el uso efectivo de tecnologías digitales en la economía popular. Estas recomendaciones requieren estar orientadas a superar las barreras identificadas, promover la integración de tecnologías de comercio electrónico, y fomentar la actualización tecnológica de las infraestructuras, con el fin de potenciar el crecimiento económico y la competitividad de Colombia en el escenario global.

## 5 Bibliografía

- ACOPI. (2023). *Encuesta de Desempeño Empresarial* (p. 60).  
<https://www.acopi.org.co/encuesta-de-desempeno-empresarial/>
- Asobancaria. (2023). *Inclusión financiera y economía popular*.  
<https://www.asobancaria.com/ws/biblioteca/Libro-Inclusion-Financiera-y-Economia-Popular-2023.pdf>
- Banco de la República. (2023). *Reporte de la situación del crédito en Colombia*.  
<https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10706/RSCC.pdf>
- Banco Mundial. (2018). *La adopción de tecnología es clave para los empleos del mañana en América Latina y el Caribe* [Text/HTML]. World Bank. <https://doi.org/10/embracing-technology-is-key-for-the-jobs-of-tomorrow-in-latin-america-and-the-caribbean>
- Banco Mundial. (2022a). *Desarrollo digital*. World Bank.  
<https://www.bancomundial.org/es/topic/digitaldevelopment/overview>
- Banco Mundial. (2022b). *Diagnóstico global sobre adopción de tecnologías en empresas*.  
<https://www.bancomundial.org/es/news/statement/2022/01/04/diagnostico-global-sobre-adopcion-de-tecnologias-en-empresas>
- Bonet, J., Pérez, G. J., Gamarra, J., & Vilorio de la Hoz, J. (2008). *Economías del Pacífico colombiano* (J. Vilorio de la Hoz, Ed.). Banco de la República.  
<https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-e-investigaciones/libros-capitulos/economias-pacifico-colombiano>
- Cárdenas, M., & Rozo, S. (2009). Informalidad empresarial en Colombia: Problemas y soluciones. *Desarrollo & Sociedad*, 211-243.

CEPAL. (2020). *Políticas de fomento para la incorporación de las tecnologías digitales en las micro, pequeñas y medianas empresas de América Latina: Revisión de experiencias y oportunidades.*

Colombia Productiva. (s. f.). *SofisTiCa*. Recuperado 19 de noviembre de 2023, de <https://www.colombiaproductiva.com/sofistica>

Acuerdo 890 de 2023. Recuperado 7 de noviembre de 2023, de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=139501&dt=S>

Coraggio, J. L. (2020a). *Economía social y economía popular: Conceptos básicos*. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/coraggio.pdf>

Coraggio, J. L. (2020b). *Economía social y economía popular: Conceptos básicos. 1.*

Coraggio, J. L., Arancibia, M. I., & Deux Marzi, M. V. (2010a). *Guía para el Mapeo y Relevamiento de la Economía Popular Solidaria en Latinoamérica y Caribe*. Grupo Red de Economía Solidaria del Perú.

Coraggio, J. L., Arancibia, M. I., & Deux Marzi, M. V. (2010b). *Guía para el Mapeo y Relevamiento de la Economía Popular Solidaria en Latinoamérica y Caribe*. Grupo Red de Economía Solidaria del Perú.

DANE. (2022). *Ficha metodológica Cuenta Satélite de Economía del Cuidado (CSEC)*.

DANE. (2023a). *Boletín Técnico Ocupación informal Trimestre julio—Septiembre 2023* (p. 16). <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHEISS-jul-sep2023.pdf>

DANE. (2023b). *Boletín Técnico Principales indicadores del mercado laboral- Septiembre 2023* (p. 19). <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIH-sep2023.pdf>

DANE. (2023c). *Encuesta de Micronegocios 2022 (Total Nacional)*.

Departamento Administrativo Nacional de Planeación (DANE). (2019). *Boletín Técnico Encuesta de Micronegocios-EMICRON. Enero-octubre 2019* (p. 35). Departamento Administrativo Nacional de Planeación (DANE). <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/bol-micronegocios-2019-ene-oct.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Planeación (DANE). (2023). *Boletín técnico encuesta de micronegocios EMICRON 2023-II*.

Departamento Nacional de Planeación. (2019). *Política de formalización Empresarial [Documentos CONPES 3956]* (pp. 1-93). <https://faolex.fao.org/docs/pdf/col191832.pdf>

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2023). *Bases Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026*. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portaIDNP/PND-2023/2023-03-17-bases-plan-nacional-desarrollo-web.pdf>

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2023). *Bases Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026*.

Dini, M., Gligo, N., & Patiño, A. (2021). Transformación digital de las mipymes: Elementos para el diseño de políticas. *Naciones Unidas*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cda41fa9-3b00-41e7-9457-20cbe18510fa/content>

DNP. (s. f.). *Pacífico: Desarrollo socioeconómico con equidad, integración y sostenibilidad ambiental*. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Territorial/D.%20Pac%C3%ADfic>

o\_Desarrollo%20socioecon%C3%B3mico%20con%20equidad,%20integraci%C3%B3n  
%20y%20sostenibilidad%20ambiental.pdf

Erazo, L. C. (2020). *Transformación digital para micro empresas en el sector de alimentos (tiendas y/o restaurantes) Bogotá, Colombia*. Universidad Santo Tomas.  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/27892/2020auraerazo.pdf?seq>

Fernández, C. (2020). *Informalidad empresarial en Colombia*. 50.

García, F., Pereira, Z., & Puello, J. (2018). Análisis del Impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las pequeñas y medianas empresas de Cartagena-Colombia. *Saber, Ciencia y Libertad*, 13(2), 145-160.

Giraldo, C. (2022). *Lo popular, dimensiones económicas sociales y políticas*. CLACSO, Argentina.

Gómez, A., Fajardo, C., & Cadena, O. (2018). Economías populares e inclusión productiva. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 11(21), 1-17.

Inclusión Consultoría para el Desarrollo, & Naciones Unidas Colombia. (2022). *Inclusión Productiva en Colombia. Mediciones y Marco de Política*.

International Telecommunication Union (ITU), & Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2023). *SDG Digital Acceleration Agenda*.  
[https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-09/SDG%20Digital%20Acceleration%20Agenda\\_2.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-09/SDG%20Digital%20Acceleration%20Agenda_2.pdf)

Ley 2294, (2023).

Matamoros, M. (2023). *Una interpretación sobre la economía popular*.  
<https://www.dejusticia.org/column/una-interpretacion-sobre-la-economia-popular/>

Maya, M., Pila, B., & Ramos, V. (2022). Relación entre innovación y competitividad de los emprendimientos del sector no financiero de la economía popular y solidaria. *Estudios de la Gestión*, 11, 92-115.

Ministerio de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (MINTIC). (2023, julio). *Boletín trimestral del sector TIC - Cifras primer trimestre de 2023*. <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-276966.html>

Naciones Unidas México. (2023). *Tecnologías verdes: Se necesitan políticas coherentes para que los países en desarrollo puedan aprovechar las oportunidades*. <https://mexico.un.org/es/223562-tecnolog%C3%ADas-verdes-se-necesitan-pol%C3%ADticas-coherentes-para-que-los-pa%C3%ADses-en-desarrollo>, <https://mexico.un.org/es/223562-tecnolog%C3%ADas-verdes-se-necesitan-pol%C3%ADticas-coherentes-para-que-los-pa%C3%ADses-en-desarrollo>

OECD & European Commission. (2021). *The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment*. OECD. <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>

Organización de Naciones Unidas – CEPAL. (2013). *Economía digital para el cambio estructural y la igualdad*.

Organización Internacional del trabajo OIT. (2018). *El trabajo de cuidados y los trabajadores del cuidado. Para un futuro con trabajo decente*.

Organización Internacional del Trabajo OIT. (2022). *E-formalización en América Latina: Acelerando en una región llena de brechas*. [https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS\\_854208/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_854208/lang--es/index.htm)

Ortega, J. C., Quevedo, A. S., Saltos, G. V., & Iliescas, J. F. (2023). Educación digital, blockchain y su influencia sobre la economía popular y solidaria. *Conrado*, 19, 252-259.

Parra Ordoñez, K. J. (2013). *UN ESTUDIO SOBRE LA INFORMALIDAD: FACTORES QUE OBSTACULIZAN EL EMPRENDIMIENTO Y LA FORMALIZACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DURANTE LA ÚLTIMA DÉCADA EN COLOMBIA* [Universidad Militar Nueva Granada].  
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11932/Un%20estudio%20sobre%20I;jsessionid=764FAB9F6BA79D11BD79B2F1B454F357?sequence=1>

Perozo, E., & Nava, Á. (2005). El impacto de la gestión tecnológica en el contexto empresarial. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, 9(2), 488-504.

Portafolio. (2023, agosto 15). *Lento despegue de créditos para la economía popular*. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/creditos-para-la-economia-popular-mantienen-lento-crecimiento-587383>

Ramirez-Cubillos, K., & Corredor, S. (2023). *Los micronegocios en Colombia 2021: Énfasis en el comercio electrónico y la economía popular*.

Razeto, L. (1991). Popular Organizations and the Economy of Solidarity. En *Popular Culture In Chile: Resistance and Survival* (1.ª ed.). Routledge.

Schneider, F. (2006). Shadow Economies and Corruption All Over the World: What Do We Really Know? *Discussion Paper No. 2315*, IZA. <https://docs.iza.org/dp2315.pdf>

Emergencia Social, Pub. L. No. 27345 (2016).  
<https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/265000-269999/269491/norma.htm>

- Tovar, L. F. (2018). Formalización de las organizaciones de recicladores de oficio en Bogotá: Reflexiones desde la economía popular. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*.  
<https://doi.org/10.17141/iconos.62.2018.3230>
- UNCTAD. (2021). *Informe sobre tecnología e información 2021. Subirse a la ola tecnológica Innovación con equidad*. [https://unctad.org/system/files/official-document/tir2020overview\\_es.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/tir2020overview_es.pdf)
- UNESCO. (2023). *Informe GEM 2023: Tecnología en la educación*.  
[https://www.unesco.org/gem-report/sites/default/files/medias/fichiers/2023/07/2023reportflyer\\_SP.pdf](https://www.unesco.org/gem-report/sites/default/files/medias/fichiers/2023/07/2023reportflyer_SP.pdf)
- Urrutia, M. A. (2015). *BARRERAS PARA EL USO DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) EN LAS MIPYMES COLOMBIANAS*.  
<https://bibliotecadigital.usb.edu.co/server/api/core/bitstreams/017b0ef6-b9af-4b84-8340-21605edd674c/content>
- Usai, A., Fiano, F., Messeni, A., Paoloni, P., Briamonte, F., & Orlando, B. (2021). Unveiling the impact of the adoption of digital technologies on firms' innovation performance. *Journal Of Business Research*, 133, 327-336.
- Congreso de la República de Colombia. Ley 2294 de 2023, Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 "Colombia Potencia Mundial de la Vida".
- Giraldo, C. (2022). *Lo popular, dimensiones económicas sociales y políticas*. CLACSO, Argentina.
- Organización Internacional del trabajo OIT. (2018). *El trabajo de cuidados y los trabajadores del cuidado. Para un futuro con trabajo decente*. Ginebra, Suiza.

Organización Internacional del Trabajo OIT. (2022). E-formalización en América Latina: acelerando en una región llena de brechas. Disponible en [https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS\\_854208/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_854208/lang--es/index.htm)

Matamoros, M. (2023). Una interpretación sobre la economía popular. Disponible en <https://www.dejusticia.org/column/una-interpretacion-sobre-la-economia-popular/>

Organización de Naciones Unidas – CEPAL. (2013). Economía digital para el cambio estructural y la igualdad. Impreso en Santiago de Chile.

Ramírez Cubillos, K. y Corredor, S. (2021). Los micronegocios en Colombia 2021: énfasis en el comercio electrónico y la economía popular. Disponible en <https://www.ccce.org.co/noticias/los-micronegocios-en-colombia-2021-enfasis-en-el-comercio-electronico-y-la-economia-popular/>

## 6 Anexos

### 6.1 Municipios analizados por región:

Región	Municipio
CENTRO ORIENTE	BUCARAMANGA
	TUNJA
	SAN JOSÉ DE CÚCUTA
	BOGOTÁ, D.C.
	CHOACHÍ
	CALDAS
	AGUA DE DIOS
	CAJICÁ
REGION CARIBE	SAN ANDRÉS
	SINCELEJO
	RIOHACHA
	MONTERÍA
	VALLEDUPAR
	BARRANQUILLA
	CARTAGENA DE INDIAS
	SANTA MARTA
	REPELÓN
	ARIGUANÍ
	SABANALARGA
REGION CENTRO SUR AMAZONIA	LETICIA
	IBAGUÉ
	NEIVA
	MOCOA
	FLORENCIA
	CASABIANCA
	SOLITA
	MELGAR
REGION DEL LLANO	INÍRIDA
	YOPAL
	PUERTO CARREÑO
	MITÚ
	VILLAVICENCIO
	SAN JOSÉ DEL GUAVIARE
	ARAUCA
	MONTERREY
	SARAVENA
	PUERTO LÓPEZ

REGION EJE CAFETERO	PEREIRA
	MEDELLÍN
	ARMENIA
	MANIZALES
	RIOSUCIO
	CAICEDO
	SANTA ROSA DE CABAL
REGION PACIFICO	POPAYÁN
	QUIBDÓ
	PASTO
	SANTIAGO DE CALI
	CONTADERO
	TOTORÓ
	PALMIRA

## 6.2 Distribución de micronegocios según antigüedad por regiones

Antigüedad/región	Centro Oriente	Caribe	Centro Sur Amazonía	Del llano	Eje Cafetero	Pacífico
Menos de 1 año	11%	24%	10%	17%	10%	14%
De 1 a 2 años	14%	7%	10%	9%	18%	11%
2 a 4 años	18%	16%	16%	11%	12%	13%
4 a 6 años	17%	12%	12%	12%	7%	5%
6 a 10 años	13%	15%	14%	15%	10%	9%
Más de 10 años	27%	25%	38%	34%	40%	47%
No sabe	-	1%	-	2%	3%	1%
No responde	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 6.3 Proceso de caracterización normatividad EP

La EP es un tema bastante reciente en Colombia, de hecho, es con ocasión al Plan Nacional de Desarrollo (PND) que se proponen reglamentación, instituciones y estrategias para adoptarla. La EP se ha planteado como una política pública transversal que requiere de la colaboración interadministrativa de entidades públicas como el Ministerio de Industria y Turismo, el MINTIC, las entidades encargadas de adscribir unidades agrarias productivas.

También están vinculadas entidades del sector financiero y empresarial como las cámaras de comercio del país.

La mayoría de los programas relacionados con EP están planeadas para desarrollarse en el mediano o largo plazo. Mientras que el comercio electrónico (CE) tiene una ventana mucho mayor de desarrollo legislativo e institucional con relación a la EP; sin embargo, en sus orígenes fue pensado para los comerciantes internacionales y grandes empresas. Pese a la naturaleza inicial del CE se encuentra que sus avances y desarrollos (normativos, de infraestructura y de resolución de conflictos) pueden adaptarse sin traumatismos al desarrollo de la política pública de EP.

Recatego..	Categoría	
Alfabetiza ción digital	alfabetización digital para emprendedores	
	Formación digital para emprendedores de economía popu..	
Apoyo inte rinstitucio nal	Creación de entidad para la economía popular	
	Economía sostenible y emprendimiento	
	Emprendedores y economía digital	
	Estrategia integral de transformación digital para las em..	
	Fortalecimiento actores economía popular	
	Innovación y transformación digital	
Datos, cifr as y plataf ormas	Acceso a información para identificar nuevos y potenciale..	
	Apoyo interinstitucional para la promoción digital de la ec..	
Financmie nto EP	Estatuto Orgánico del Sistema Financiero / Marco regula..	
	Financiamiento economía popular	
	Inclusión financiera para proyectos de economía popular	
	Préstamos y financiamiento para proyectos de economía ..	
	Sistemas de pago de bajo valor	



Las categorías en las que se encuentra un mayor número de menciones de EP y CE son:

- Regulación
- Apoyo interinstitucional
- Financiamiento
- Minorías emprendedoras
- Alfabetización digital
- Tributos
- Acceso a datos y plataformas

Estas categorías permiten avizorar que la introducción de la EP y el afianzamiento del CE hacen parte de un interés transversal en el Estado que va desde lo regulatorio hasta una política de análisis de datos.

Estas categorías, además, permiten entrever que, la movilización de intereses hacia otros sectores (como las minorías) pretende estimular otros sectores de la economía que, posiblemente, antes no hayan sido parte de los renglones principales de los intereses del Estado.

Se han diseñado y ejecutado estrategias para promover los emprendimientos económicos por parte de minorías como: mujeres, campesinos y discapacitados. Un posible nicho de potenciales usuarios del CE. Se percibe un reto claro en la sensibilización del uso de tecnologías para la promoción de la EP de la mano con el CE.

### Búsqueda de fuentes

Se acudió a una búsqueda a través de las plataformas de recopilación de información de las entidades colombianas, en especial, aquellas que se ocupan de ejecutar la política pública de los asuntos tecnológicos y de Economía Popular.

Dentro de las que se destacan:

- Gaceta del Congreso de la República <http://www.secretariassenado.gov.co/puertas-abiertas/2-uncategorised/7-gaceta-del-congreso>
- Relatoría de la Corte Constitucional [Buscador de Relatoría \(corteconstitucional.gov.co\)](http://www.corteconstitucional.gov.co)
- Función pública <https://www.funcionpublica.gov.co/>
- MinTic <https://observatorioecommerce.mintic.gov.co/797/w3-propertyvalue-377739.html>
- Cámara de Comercio de Bogotá <https://www.ccb.org.co/empresarial/apoyo-sostenibilidad-empresarial/innovaciones-y-soluciones-tecnologicas/fondo-emprender>
- Ministerio de Industria y Comercio <https://www.mincit.gov.co/>
- SENA <https://www.sena.edu.co/es-co/Paginas/default.aspx>

- Superintendencia de Industria y Comercio <https://www.sic.gov.co/>
- Superintendencia de Economía Solidaria  
<https://www.supersolidaria.gov.co/es/home-1>
- Google Académico <https://scholar.google.es/schhp?hl=es>
- DANE <https://www.dane.gov.co/>
- Banco Mundial [Banco Mundial – Desarrollo sostenible, resiliencia y crecimiento económico](#)
- Instituto Nacional de Estadística <https://www.ine.es/>
- Banco de la República <https://www.banrep.gov.co/es>

Selección y clasificación

	Halladas	Analizadas	Desestimadas	Clasificadas Fuentes primarias y secundarias
<i>Normas, leyes o decretos</i>	68	68	42	26
<i>Proyectos o iniciativas</i>	25	25	8	17
<i>Estudios o investigaciones</i>	18	8		8
<b><i>Total de fuentes válidas para la investigación</i></b>				<b>51</b>

### Diseño de matriz de análisis

Para la recolección y clasificación de la información se elaboró una matriz que identificara las categorías de la información recolectada, categorías que se utilizarán para el diseño y ejecución del modelo solicitado en la investigación.

La matriz elaborada cuenta con los siguientes campos:

- Suma: aporta la variable de frecuencia
- ID
- Tipo: clasifica la información en norma, ley, reglamento o instrumento (iniciativa)
- Institución: que expide la norma o ejecuta el proyecto
- Rec. Institución: para generar categorías más estandarizadas se generó una reclasificación de la información
- Fecha: de publicación de la norma o de ejecución del instrumento o iniciativa
- Nivel: de la institución
- Categoría: se generaron categorías de análisis para clasificación de la información
- Recategorización: para obtener un etiquetado más estandarizado se hizo una recategorización
- Artículo: en caso de que aplique, se identifica el artículo en el que se hace mención expresa de los hallado
- Texto: se extrajo el texto puntual en el que se describe la información. Esta casilla se usará para realizar un análisis de NLP en una fase posterior
- Enlace: se referencia el enlace indica la fuente

- Clase: se clasificó la información según referencia temática, es decir, según fuese de EP o CE

La matriz se presenta en la siguiente tabla:

## 6.2 Inventario de análisis normativo

ID	Tipo (regla, ley)	Institución	Rec. Institución	Fecha	Nivel	Categoría	Recategorización	Artículo	Texto	Enlace	Clase (EP - CE)
A1	Plan Nacional de desarrollo	Congreso de la república	Congreso	19/05/2023	Nacional	Considerar las necesidades y los intereses específicos de las mujeres campesinas, afrocolombianas e indígenas	Minorías emprendedoras	52/5	5. De investigación, asistencia técnica, capacitación, transferencia de tecnología y diversificación de cultivos coordinado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.	<a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510</a>	Economía popular
A2	Plan Nacional de desarrollo	Congreso de la república	Congreso	19/05/2023	Nacional	Considerar las necesidades y los intereses específicos de las mujeres campesinas, afrocolombianas e indígenas	Minorías emprendedoras	53	FORMALIZACIÓN DEL SAT. Créase el Sistema de Administración del Territorio -SAT-, como el conjunto de procesos, acuerdos interinstitucionales, marcos legales, estándares, infraestructuras de datos y tecnologías que se requieren para facilitar la colaboración armónica entre los distintos niveles de decisión pública, la participación de la ciudadanía, los campesinos, los pueblos indígenas, las comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras, y el uso de la información territorial en la toma de decisiones integrales y coordinadas y la adecuada prestación de servicios al ciudadano relacionados con derechos, restricciones y responsabilidades sobre la tenencia, uso, valor y desarrollo del territorio.	<a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510</a>	Economía popular
A3	Instrumento	Infraestructura Colombiana de Datos Espaciales	SAT		Nacional	Acceso a información para identificar nuevos y potenciales emprendedores	Datos, cifras y plataformas		El Sistema de Administración del Territorio (SAT) es una infraestructura para la implementación de políticas del territorio y estrategias de gestión del territorio, respaldada en información suficiente, confiable y actualizada de este.  Esta infraestructura incluye acuerdos institucionales, marcos legales y estándares para coordinar, complementar, crear sinergias y armonizar las diferentes acciones para el uso y mantenimiento de la información del territorio que llevan a cabo las diferentes partes interesadas: entidades del nivel nacional, entidades territoriales, autoridades ambientales, ciudadanía, entre otros.  La información de todas las características del territorio, motor del SAT, incluye lo que se puede hacer en un determinado espacio geográfico, quién tiene derechos y qué tipos de derechos (tenencia, explotación, etc), lo que no se puede hacer (restricciones de uso, por ejemplo, en área protegidas o restringidas por seguridad o riesgo) y las responsabilidades asociadas.	<a href="https://www.catastromultiproposito.gov.co/sistema-administracion-territorio/Paginas/Que-es-el-sat.aspx#:~:text=El%20Sistema%20de%20Administraci%C3%B3n%20del,c onfiable%20y%20actualizada%20de%20este.">https://www.catastromultiproposito.gov.co/sistema-administracion-territorio/Paginas/Que-es-el-sat.aspx#:~:text=El%20Sistema%20de%20Administraci%C3%B3n%20del,c onfiable%20y%20actualizada%20de%20este.</a>	Economía popular
A4	Plan Nacional de desarrollo	Congreso de la república	Congreso	20/05/2023	Nacional	PROMOCIÓN DE LA AUTONOMÍA Y EL EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER	Minorías emprendedoras	73	Tránsformese el Fondo Mujer Emprende, creado mediante el Decreto Legislativo 810 de 2020 y la Ley 2069 de 2020, en el Fondo para la Promoción de la Autonomía y el Emprendimiento de la Mujer, el cual se denominará Mujer Libre y Productiva, tendrá vocación de permanencia y la naturaleza jurídica de un patrimonio autónomo constituido mediante la celebración de un contrato de fiducia mercantil por parte del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República y una sociedad fiduciaria de carácter público seleccionada directamente por dicho Departamento Administrativo. El objeto del Fondo será diseñar e implementar acciones e instrumentos financieros y no financieros destinados a apoyar y financiar los proyectos e iniciativas que promuevan la autonomía, el empoderamiento económico y la dignificación del trabajo de las mujeres en Colombia, a través del emprendimiento, la formalización y el fortalecimiento empresarial en condiciones de sostenibilidad ambiental, adaptación al cambio climático y considerando las dinámicas económicas y sociales de las regiones, con el propósito de contribuir al cierre de las brechas de género. La financiación que otorgue el Fondo podrá efectuarse mediante el aporte de recursos reembolsables o no reembolsables.	<a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510</a>	Economía popular

A5	Instrumento	Fondo Nacional Mujer Emprende	Fondo Nacional Mujer Emprende	14/07/2021	Nacional	alfabetización digital para emprendedores	Alfabetización digital		El Fondo Mujer Emprende busca aportar al cierre de brechas que enfrentan las mujeres a la hora de emprender. 1. Acceso a Financiación. 2. Estructuración de proyectos productivos rentables, sostenibles, escalables y fuente de empleo de calidad 3. Baja apropiación TIC 4. Barreras para inserción en cadenas globales de valor 5. Débiles redes de contacto para la comercialización	<a href="https://www.apccolombia.gov.co/proyectos/fondo-mujer-emprende">https://www.apccolombia.gov.co/proyectos/fondo-mujer-emprende</a>	Economía popular
A6	Instrumento	Sena/ Fondo Emprender	Sena	Permanente	Nacional	alfabetización digital para emprendedores	Alfabetización digital		El programa Fortalecimiento Empresarial te brinda asesoría y herramientas para hacer crecer tu emprendimiento. Si tienes una empresa pequeña o mediana con más de un año de funcionamiento, este programa es ideal para ti. Puedes participar si creaste tu empresa a través de nuestros programas o si lo hiciste por medio de otros actores del ecosistema emprendedor.	<a href="https://www.fondoemprender.com/SitePages/FortalecimientoEmpresarial.aspx">https://www.fondoemprender.com/SitePages/FortalecimientoEmpresarial.aspx</a>	Economía popular
A7	Ley 2281/2023	Ministerio de igualdad y equidad	Ministerio de igualdad y equidad	4/01/2023	Nacional	Creación y promoción de espacios y plataformas digitales para discapacitados emprendedores y consumidores	Minorías emprendedoras	5	ARTÍCULO 5. ÁMBITO DE COMPETENCIAS. Para desarrollar su objeto, el Ministerio de Igualdad y Equidad, en todo el país con énfasis en los territorios excluidos y marginados, protegerá los derechos, con enfoque de género, transversal, focalizado y de empoderamiento de las mujeres y las niñas, diferencial e interseccional, de los sujetos de especial protección constitucional, entre otros: En el Plan de desarrollo Art 77 e. Acceso a la tecnología que permita la autonomía tanto en la educación, el trabajo, la información, el desplazamiento, el transporte y la vida cotidiana.	<a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=200325">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=200325</a>	Comercio electrónico
A8	Ley 2536/86	Superintendencia de Economía Solidaria	Superintendencia de Economía Solidaria		Nacional	Préstamos y financiamiento para proyectos de economía popular	Financiamiento EP		Inspeccionar, vigilar y controlar la actividad financiera del cooperativismo y los servicios de ahorro y crédito de los fondos de empleados y asociaciones mutuales. En general, ejercer la supervisión de las organizaciones de economía solidaria que determine mediante acto general el Presidente de la República y que no se encuentren sometidas a la supervisión especializada del Estado.	<a href="https://www.supersolidaria.gov.co/es/content/encuentro-solidario-para-la-inclusion-financiera-del-sector-solidario-y-la-economia-popular">https://www.supersolidaria.gov.co/es/content/encuentro-solidario-para-la-inclusion-financiera-del-sector-solidario-y-la-economia-popular</a>	Economía popular
A9	Instrumento	MInTic/directiva del ministerio	MinTic	12/09/2023		Apoyo interinstitucional para la promoción digital de la economía popular	Datos, cifras y plataformas		El ministro TIC, Mauricio Lizcano, en compañía de Santiago Pinzón, vicepresidente de Transformación Digital de la Andi, y José Carlos García, editor multimedia de El Tiempo Casa Editorial, participaron en el conversatorio 'Estrategias comerciales y competitividad en el canal tradicional'. El espacio se centró en discutir cómo la conectividad y la transformación digital fortalecen la economía popular y el aumento del consumo, para así impulsar el crecimiento de la economía.	<a href="https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/278781:MinTic-resalta-la-importancia-de-fortalecer-la-economia-popular-para-el-crecimiento-economico">https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/278781:MinTic-resalta-la-importancia-de-fortalecer-la-economia-popular-para-el-crecimiento-economico</a>	Economía popular
A10	Instrumento	MInTic/Apps.com	MinTic	2023		Formación digital para emprendedores de economía popular	Alfabetización digital		Es un programa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en alianza con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e iNNpulsa Colombia, que tiene el objetivo de transformar y sofisticar el tejido empresarial a través del fortalecimiento de emprendimientos y empresas digitales, con el fin de contribuir a la transformación productiva del país.	<a href="https://apps.co/portal/">https://apps.co/portal/</a>	Economía popular
A11	Instrumento	MinTic/ Tu Negocio en línea	MinTic	2023		Formación digital para emprendedores de economía popular	Alfabetización digital		Como parte de la estrategia del Gobierno Nacional para promover la transformación digital en los modelos de negocio y apoyar la reactivación de la economía, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en alianza con Findeter, implementa el programa Tu Negocio en Línea, que busca mejorar las habilidades digitales de los comerciantes, mipymes y empresarios que conforman la economía popular de Colombia que aún no ha apropiado el uso de las TIC para aumentar ventas, acceder a más clientes y a nuevos mercados a través de canales digitales y tiendas virtuales.	<a href="https://tunegocioenlinea.mintic.gov.co/834/w3-channel.html">https://tunegocioenlinea.mintic.gov.co/834/w3-channel.html</a>	Economía popular
A12		Findeter	Findeter	2023		Inclusión financiera para proyectos de economía popular	Financiamiento EP		Medellín, junio 22 de 2023. La presidenta de la Banca de Desarrollo Territorial, Findeter, Liliana María Zapata Bustamante, anunció que las cooperativas de crédito del país podrán realizar operaciones de redescuento con Findeter para apalancar créditos para vivienda VIS, infraestructura y proyectos de la economía popular en los 12 sectores que atiende la entidad.  La funcionaria se reunió con representantes de varias cooperativas y del gremio que las agrupa para contarles cómo vincularse con Findeter y el proceso para acceder a recursos de redescuento.  "Findeter, como banca de desarrollo de los territorios, juega un papel fundamental para impulsar el crecimiento de la economía popular en las regiones y las cooperativas financieras también cumplen un papel muy importante en esta tarea por su rol como canalizadores de recursos que permitan el acceso a las poblaciones marginadas a crédito para distintas iniciativas", dijo Zapata.	<a href="https://www.findeter.gov.co/noticias/comunicados/cooperativas-financieras-podran-redescontar-creditos-con-findeter-para-proyectos-productivos-de-economia-popular#:~:text=%E2%80%9CFindeter%2C%20como%20banca%20de%20desarrollo,el%20acceso%20a%20las%20poblaciones">https://www.findeter.gov.co/noticias/comunicados/cooperativas-financieras-podran-redescontar-creditos-con-findeter-para-proyectos-productivos-de-economia-popular#:~:text=%E2%80%9CFindeter%2C%20como%20banca%20de%20desarrollo,el%20acceso%20a%20las%20poblaciones</a>	Economía popular

A13	Ley	Constitución política	Congreso	1991	15	Recolección y tratamiento de datos/ marco regulatorio comercio electrónico	Regulación	<p>Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.</p> <p>En la recolección, tratamiento y circulación de datos se respetarán la libertad y demás garantías consagradas en la Constitución.</p> <p>La correspondencia y demás formas de comunicación privada son inviolables. Sólo pueden ser interceptadas o registradas mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezca la ley.</p> <p>Para efectos tributarios o judiciales y para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado podrá exigirse la presentación de libros de contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la ley.</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica">http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica</a>	Comercio electrónico
A14	Ley	Constitución política	Congreso	1991	20	Recolección y tratamiento de datos/ marco regulatorio comercio electrónico	Regulación	<p>Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.</p> <p>Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica">http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica</a>	Comercio electrónico
A15	Ley	Constitución política	Congreso	1991	61	Recolección y tratamiento de datos/ marco regulatorio comercio electrónico	Regulación	<p>El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica">http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica</a>	Comercio electrónico
A16	Ley	Constitución política	Congreso	1991	78	Recolección y tratamiento de datos/ marco regulatorio comercio electrónico	Regulación	<p>La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.</p> <p>Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.</p> <p>El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica">http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica</a>	Comercio electrónico
A17	Ley	Constitución política	Congreso	1991	189	Recolección y tratamiento de datos/ marco regulatorio comercio electrónico	Regulación	<p>Corresponde al Presidente de la República como Jefe de Estado, Jefe del Gobierno y Suprema Autoridad Administrativa:</p> <p>(...)</p> <p>25. Organizar el Crédito Público; reconocer la deuda nacional y arreglar su servicio; modificar los aranceles, tarifas y demás disposiciones concernientes al régimen de aduanas; regular el comercio exterior; y ejercer la intervención en las actividades financiera, bursátil, aseguradora y cualquier otra relacionada con el manejo, aprovechamiento e inversión de recursos provenientes del ahorro de terceros de acuerdo con la ley</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica">http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica</a>	Comercio electrónico
A18	Ley	Constitución política	Congreso	1991	333	Recolección y tratamiento de datos/ marco regulatorio comercio electrónico	Regulación	<p>La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.</p> <p>La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa,</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica">http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica</a>	Comercio electrónico

						regulatorio comercio electrónico			<p>como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.</p> <p>La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.</p> <p>El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.</p> <p>La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.</p>		
A19	Ley	Constitución política	Congreso	1991		Recolección y tratamiento de datos/ marco regulatorio comercio electrónico	Regulación		<p>La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir en el plano nacional y territorial, en un marco de sostenibilidad fiscal, el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano. Dicho marco de sostenibilidad fiscal deberá fungir como instrumento para alcanzar de manera progresiva los objetivos del Estado Social de Derecho. En cualquier caso, el gasto público social será prioritario.</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica">http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica</a>	Comercio electrónico
A20	Ley	Ley 73 de 1981	Congreso	1981		Recolección y tratamiento de datos/ marco regulatorio comercio electrónico	Regulación		<p>Concederle facultades excepcionales al Presidente de la Republica dirigidas al control de la distribución o venta de bienes y servicios y al establecimiento de las sanciones y procedimientos para imponerlas a quienes violen sus disposiciones; establecer la necesidad de fijar la calidad en los bienes de venta, idoneidad en los servicios ofertados, condiciones de compra y venta de bienes y servicios haciendo uso del sistema financiero y vigilancia y control a la actividad comercial.</p>	<a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=75614">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=75614</a>	Comercio electrónico
A21	Ley	Ley 1231 de 2008	Congreso	2008		Implementación de factura electrónica/ Comercio electrónico	Tributos		<p>Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones / Esta ley tiene por objeto implementar la factura como título valor de acuerdo a lo descrito en el Código de Comercio, así mismo esta norma busca implementar la factura electrónica, la cual entra a ser reconocida como un título valor, fortaleciendo de esa manera las diferentes formas de comercio electrónico implementadas en el país.</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1231_2008.html">http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1231_2008.html</a>	Comercio electrónico
A22	Ley	Ley 1480 del 2011	Congreso	2011		Estatuto del consumidor/ Marco regulatorio comercio electrónico	Regulación		<p>Reglamentar los derechos, deberes generados entre productores, proveedores y consumidores de bienes y servicios. Se incentiva el comercio electrónico al formular normatividad que aporta garantías al pacto comercial.</p> <p>La ley incluye un capítulo especial de los derechos de los consumidores del comercio electrónico.</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html">http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html</a>	Comercio electrónico
A23	Ley	Ley 1607 del 2012	Congreso	2012		Masificación de factura electrónica/ Marco regulatorio comercio electrónico	Tributos		<p>Faculta al Ejecutivo para que este reglamente la aplicación de tecnologías para el control fiscal con el fin de combatir el fraude, la evasión y el contrabando, dentro de las que se encuentra la tarjeta fiscal, para lo cual podrá determinar sus controles, condiciones y características. Su no adopción dará lugar a la aplicación de la sanción</p>	<a href="http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1607_2012.html">http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1607_2012.html</a>	Comercio electrónico
A24	Decreto / Ley	Decreto Ley 663 de 1993	Congreso	1993		Estatuto Orgánico del Sistema Financiero / Marco regulatorio Comercio electrónico	Financiamiento EP				Comercio electrónico
A25	Conpes	Conpes 4012	Gobierno Nal	2020		Política nacional de comercio electrónico	Regulación	4,1	<p>Impulsar el comercio electrónico en Colombia en las empresas y la ciudadanía para aumentar la generación de valor social y económico en el país. Para el cumplimiento del objetivo general de la presente política, se establecen cuatro objetivos específicos desarrollados a través de cuatro ejes estratégicos conformados por líneas de acción que implican la implementación de acciones de política</p>	<a href="https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4012.pdf">https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4012.pdf</a>	Comercio electrónico

								por parte de diferentes entidades involucradas en el presente documento. El detalle de las acciones propuestas se describe en el Plan de Acción y Seguimiento (PAS) (Anexo A), el cual señala las entidades responsables, los períodos de ejecución, las metas, así como los recursos necesarios y disponibles para su implementación.		
A26	Instrumento	MinTic/Ruta de la transformación empresarial	MinTic	2024		Estrategia integral de transformación digital para las empresas	Apoyo interinstitucional	A través del programa 'Tu Negocio en Línea', el Ministerio TIC brindará a los comerciantes, los trabajadores de MIPymes y de la economía popular, una solución de comercio electrónico que impulsará su transformación digital. "En este proceso es clave el desarrollo de habilidades tecnológicas en los comerciantes, a fin de acelerar y potenciar sus negocios", recalzó la Viceministra.	<a href="https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/280935:Comercio-electronico-una-herramienta-para-fortalecer-la-economia-popular">https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/280935:Comercio-electronico-una-herramienta-para-fortalecer-la-economia-popular</a>	Comercio electrónico
A27	Instrumento	Superintendencia de Industria y Comercio	Superintendencia de Industria y Comercio	2021		Protección del consumidor en el comercio electrónico	Regulación	En ese orden, la presente guía tiene como propósito atender algunos de los retos que han sido identificados a nivel nacional e internacional, de manera que se oriente a la industria y a los consumidores sobre la normatividad vigente y aplicable en Colombia respecto de la protección del consumidor en el comercio electrónico. Adicionalmente, se brindarán herramientas para facilitar la identificación de los actores involucrados, y se hará referencia a recomendaciones y mecanismos que propenden por la adecuada protección de los derechos de los consumidores en el comercio electrónico.	<a href="https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/2021/Gu%C3%ADa%20de%20comercio%20electr%C3%B3nico%2006-12-2021.pdf">https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/2021/Gu%C3%ADa%20de%20comercio%20electr%C3%B3nico%2006-12-2021.pdf</a>	Comercio electrónico
A28	Instrumento	Ministerio de Comercio Industria y Turismo	Ministerio de Comercio Industria y Turismo	2021		Negocios y transformación digital	Apoyo interinstitucional	<p>Plataforma para promover la generación de negocios y la transformación digital. Compra Lo Nuestro es la estrategia del Gobierno Nacional, liderada por Colombia Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que tiene como propósito aumentar el consumo interno de productos colombianos y facilitar la conexión entre proveedores y compradores que dinamice la industria nacional.</p> <p>Esta estrategia responde a la importancia de reducir las barreras de información y coordinación que causan dificultades a la hora de promover los encadenamientos productivos en la economía colombiana, como son la falta de información de oferta y demanda, falta de conocimiento del consumidor colombiano para identificar el producto nacional y falta de escenarios para visibilización de productos y servicios de la industria colombiana. (Política de Desarrollo Productivo, Agosto de 2016).</p> <p>Esta estrategia busca la inserción de proveedores colombianos en cadenas globales, regionales y locales de valor, a través de cuatro componentes que son:</p> <p>Plataforma <a href="http://www.compralonuestro.co">www.compralonuestro.co</a>  Ruedas de Negocio y ferias empresariales  Alianzas con entidades territoriales, gremios y empresas ancla  Programas de encadenamiento de Colombia Productiva</p> <p>En la plataforma <a href="http://www.compralonuestro.co">www.compralonuestro.co</a>, las empresas encontrarán clientes, proveedores, inversores y oportunidades de inversión en la región y el mundo, información sobre servicios de apoyo empresarial disponibles en sus países, cursos online gratuitos, contenidos educativos prácticos y sencillos orientados a ayudar a mejorar los niveles de productividad y competitividad de las empresas. También ofrece información sobre oportunidades de financiamiento disponibles en Colombia y otros países que hacen parte de ConnectAmericas.</p>	<a href="https://compralonuestro.co/">https://compralonuestro.co/</a>	Comercio electrónico
A29	Instrumento	DNP (Departamento Nacional de Planeación)	DNP	2020		Innovación y transformación digital	Apoyo interinstitucional	<p>ArCo' es la metodología que busca mejorar el alcance e impacto de los instrumentos de intervención en materia de competitividad e innovación. Esta compuesta por tres componentes principales:</p> <p>Marco Conceptual que desarrolla cinco etapas incrementales para mejorar la articulación entre instrumentos y entidades.</p>	<a href="https://www.dnp.gov.co/LaEntidad/subdireccion-general-prospectiva-desarrollo-nacional/direccion-innovacion-desarrollo-">https://www.dnp.gov.co/LaEntidad/subdireccion-general-prospectiva-desarrollo-nacional/direccion-innovacion-desarrollo-</a>	Comercio electrónico

								<p>Mecanismos de Articulación Estándar que contempla: I) formulario de mapeo de instrumentos, y II) herramienta de valoración del funcionamiento de los instrumentos.</p> <p>Flujograma presupuestal que contiene el detalle de actividades y tiempos para usar el "marco conceptual" y los "mecanismos de articulación" en el ciclo de programación presupuestal del Presupuesto General de la Nación (PGN).</p>	<p>empresarial/Paginas/metodologia-de-articulacion-arco.aspx</p>	
A30	Instrumento	DNP (Departamento Nacional de Planeación) /Manual de buenas prácticas CE operadores postales y logísticos	DNP	2023	Buenas prácticas comercio electrónico	Regulación		<p>El Manual de Buenas Prácticas para los Operadores Postales y Logísticos en el Marco del Comercio Electrónico es un documento guía elaborado por el Departamento Nacional de Planeación, en cumplimiento del Documento CONPES 4012 de 2020 - Política Nacional del Comercio Electrónico, cuyo propósito es presentar el marco normativo asociado a estos operadores y al comercio electrónico, así como las buenas prácticas y recomendaciones identificadas para la adopción de tecnologías digitales básicas y avanzadas por parte de los operadores postales y logísticos, que les permita ser parte activa de la cadena de valor del comercio electrónico</p>	<p><a href="https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Digital/Publicaciones/2023-08-23-Manual-ABC-DNP.pdf">https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Digital/Publicaciones/2023-08-23-Manual-ABC-DNP.pdf</a></p>	Comercio electrónico
A31	Ley	Ley 527 de 1999	Congreso	1999	Ley de Comercio electrónico	Regulación		<p>Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.</p>	<p><a href="http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0527_1999.html">http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0527_1999.html</a></p>	Comercio electrónico
A32	Ley	ley 1341 de 2009	Congreso	2009	Ley de TIC	Regulación		<p>Se determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información.</p> <p>Se asignan las funciones al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Comisión de Regulación de Comunicaciones y la Agencia Nacional del Espectro, entre otras.</p>	<p><a href="http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1341_2009.html">http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1341_2009.html</a></p>	Comercio electrónico
A33	Ley	Ley 2069 de 2020	Congreso	2020	Ley de promoción del emprendimiento	Regulación		<p>La presente Ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco delinear un enfoque regionalizado de acuerdo a las realidades socioeconómicas de cada región, señalando la creación de Sandbox regulatorios para todas las industrias soportadas en innovación y tecnología, así:</p> <p>El gobierno nacional en un plazo no mayor de un (1) año posterior a la promulgación de esta ley, deberá establecer una regulación complementaria que permita, en cada uno de los Ministerios y Sectores Administrativos, crear un ambiente especial de vigilancia y control, que facilite el desarrollo de modelos de negocio que apalquen e impulsen la economía de alto valor agregado y sostenible en distintos ámbitos, a partir de la promoción de actividades intensivas en tecnología, innovación, uso sostenible del capital natural y/o tendientes a la mitigación de la acción climática. Estos ambientes de prueba evaluarán el funcionamiento y los efectos de nuevas tecnologías o innovaciones en la regulación vigente, para determinar la viabilidad de su implementación y/o la necesidad de establecer una flexibilización del marco regulatorio existente o la simplificación de los trámites.</p>	<p><a href="https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/26164">https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/26164</a></p>	Economía popular

A34	Instrumento	Sena y CCB Fondo Emprender	Sena	2023	Emprendedores y economía digital	Apoyo interinstitucional	<p>La Cámara de Comercio de Bogotá y el SENA lanzan una convocatoria de Fondo Emprender, la cual busca apoyar Emprendedores de Bogotá y su región, que incorporen tecnología digital en sus modelos de negocio y que planteen soluciones a retos sociales que desarrollen la economía popular y solidaria.</p> <p>Fecha segundo cierre de convocatoria: Fecha publicación adenda: 23 de junio de 2023</p> <p>Fecha de cierre de convocatoria: 31 de julio de 2023</p> <p>La convocatoria cuenta con \$ 9.000 millones para la creación de nuevas empresas en la capital del país y los 59 municipios de la jurisdicción de la CCB.</p> <p>De los \$9.000 millones, se asignarán hasta \$93 millones por cada plan de negocios que surta todo el proceso de acreditación de las condiciones y la evaluación. Estos recursos son no reembolsables, si los emprendedores cumplen con los indicadores correspondientes en el plan de negocio planteado para acceder al capital.</p> <p>Se financia las iniciativas empresariales que resuelvan en sus modelos de negocio retos sociales en especial de la economía popular y solidaria, involucrando tecnologías digitales. Algunos ejemplos que solucionan retos sociales y de la economía popular son, FinTech que impulsen la inclusión financiera; AgroTech que fortalezcan la cadena de valor del sector agropecuario y agroindustrial; EdTech que faciliten el acceso a educación de calidad, para el desarrollo de competencias; HealthTech que permitan democratizar el acceso a servicios de salud y prevención de enfermedades; LogiTech que facilitan la integración de cadenas de abastecimiento; desarrollo artefactos que involucren tecnologías como AI, analítica de datos, Blockchain, IOT, AR, VR, plataformas de ecommerce, desarrollo aplicaciones, entre otras.</p>	<p><a href="https://www.ccb.org.co/empresarial/apoyo-sostenibilidad-empresarial/innovaciones-y-soluciones-tecnologicas/fondo-emprender">https://www.ccb.org.co/empresarial/apoyo-sostenibilidad-empresarial/innovaciones-y-soluciones-tecnologicas/fondo-emprender</a></p>	Economía popular
A35	Instrumento	Min Industria y Comercio/ Reindustrialización	Ministerio de Comercio Industria y Turismo	2023	Economía sostenible y emprendimiento	Apoyo interinstitucional	<p>La Política de Reindustrialización es un conjunto de medidas que busca cerrar brechas de productividad, fortalecer los encadenamientos productivos y la inversión; diversificar y sofisticar la oferta interna y exportable, y profundizar la integración con América Latina y el Caribe para transitar de una economía extractivista a una economía del conocimiento, productiva y sostenible.</p> <p>Se trata de una política pública ambiciosa y sin precedentes, que necesitará de la coordinación entre el Gobierno nacional y el sector privado para su ejecución. Territorios y su tejido empresarial: la Política de Reindustrialización reconoce los territorios y sus necesidades. Por esa razón se apoyará la implementación de sus propuestas y las del tejido empresarial de las regiones</p> <p>Se diseñarán estrategias para aumentar la participación de las empresas y unidades productivas regionales de todos los segmentos en los proyectos de infraestructura funcional, de conectividad y socioeconómica.</p>	<p><a href="https://www.colombiaproductiva.com/PTP/media/documentos/convocatorias/Solicitud%20de%20Informaci%C3%B3n%20ACDI/Anexo-2-ABCPolitica.pdf">https://www.colombiaproductiva.com/PTP/media/documentos/convocatorias/Solicitud%20de%20Informaci%C3%B3n%20ACDI/Anexo-2-ABCPolitica.pdf</a></p>	Economía popular
A36	Acuerdo	Consejo de Bogotá	Consejo de Bogotá	2023	Reconocimiento de actores economía popular	Regulación	<p>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</p>	<p><a href="https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=139501">https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=139501</a></p>	Economía popular
A37	Decreto	Consejo Nacional de Economía Popular	Consejo Nacional de Economía Popular	2023* debate	Creación de entidad para la economía popular	Apoyo interinstitucional	<p>El Gobierno Nacional establecerá el Consejo de la Economía Popular como una instancia de coordinación y formulación de una política pública para el fortalecimiento de la economía popular bajo los siguientes pilares: (i) marco institucional para su inclusión socioeconómica y sociocultural que fortalezca su capacidad de generación de ingresos; (ii) reconocimiento, caracterización y visibilización de su magnitud y aporte a la sociedad</p>	<p><a href="https://www.mincit.gov.co/normatividad/proyectos-de-normatividad/proyectos-de-decreto-2023/25-08-2023-pd-">https://www.mincit.gov.co/normatividad/proyectos-de-normatividad/proyectos-de-decreto-2023/25-08-2023-pd-</a></p>	Economía popular

								tanto en las actividades económicas de mercado como no mercantiles o comunitarias; (iii) diseño de alianzas público – populares con el fin de constituir instancias de representación colectiva para la interlocución con el Estado y otros actores; y (iv) procesos de participación vinculantes con actores de la EP, que reconozca sus realidades, y a partir de allí se formulen las políticas públicas que les beneficie	<a href="http://funcionamiento-del-consejo-nacional.aspx">funcionamiento-del-consejo-nacional.aspx</a>	
A38	Instrumento	Fondo Nacional de Garantías	Fondo Nacional de Garantías	2023	Financiamiento economía popular	Financiamiento EP		Puntos claves de la circular: Conoce el nuevo programa especial denominado “Garantía para la Economía Popular y Comunitaria” dirigido a las personas naturales que ejerzan una actividad económica.  Este programa es diseñado con el propósito de promover el acceso a la financiación formal, combatir los esquemas de crédito ilegales y facilitar su inclusión crediticia.	<a href="https://www.fng.gov.co/soy/intermediario-financiero/circulares/proyecto-de-circular-0">https://www.fng.gov.co/soy/intermediario-financiero/circulares/proyecto-de-circular-0</a>	Economía popular
A39	Instrumento	Bancolodex	Bancolodex	2023	Financiamiento economía popular	Financiamiento EP		SOMOS EL BANCO DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE COLOMBIA Apoyamos la actividad productiva de las mipymes, la internacionalización de las empresas colombianas y promovemos el desarrollo sostenible para impulsar el crecimiento económico del país	<a href="https://www.bancoldex.com/sites/default/files/plan_de_accion_2023_v2.pdf">https://www.bancoldex.com/sites/default/files/plan_de_accion_2023_v2.pdf</a>	Economía popular
A40	Decreto	Decreto 587 de 2016	Congreso	2016	Adquisición de bienes y servicios a través de comercio electrónico	Regulación		Tiene como objeto reglamentar las condiciones y el procedimiento para la reversión de los pagos solicitada por los consumidores según lo previsto en el artículo 51 de la Ley 1480 de 2011, cuando la adquisición de los bienes o servicios se hubiere realizado a través de mecanismos de comercio electrónico y, para tal efecto, se hubiere utilizado tarjetas de crédito, débito o cualquier otro instrumento de pago electrónico.	<a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69037">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69037</a>	Comercio electrónico
A41	Decreto	Decreto 1692 de 2020	Congreso	2020	Sistemas de pago de bajo valor	Financiamiento EP		El sistema de pago de bajo valor, el cual reúne las transacciones y pagos entre personas naturales o jurídicas, comercios, entidades estatales, patrimonios autónomos y otros agentes de la economía, es esencial para el adecuado funcionamiento del sector financiero y para aumentar la eficiencia y formalidad de la economía, contribuye además a la transformación digital del Estado y de la sociedad.	<a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=153787">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=153787</a>	Comercio electrónico
A42	Sentencia	C-1147 de 2001	Corte Constitucional	2001	Deberes de los titulares de páginas web y sitios de Internet en materia tributaria.	Regulación		Es claro que la inscripción en el registro mercantil es un acto que informa acerca de la existencia de páginas web o sitios de Internet mediante los que se prestan servicios y se realizan actividades, comerciales o financieras. Esto facilita la identificación de los agentes económicos que operan en un nuevo escenario tecnológico. La información que se recopila por esta vía puede contribuir a múltiples finalidades, sin duda, también relevantes en materia tributaria, pues de esta forma “se facilita a la administración el ejercicio de labores de control, acordes con el movimiento de la economía nacional y con las exigencias por sectores económicos”.	<a href="https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2001/C-1147-01.htm">https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2001/C-1147-01.htm</a>	Economía popular
A43	Instrumento	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo/ Centro de Reindustrialización ZASCA	Ministerio de Comercio Industria y Turismo	2023	Fortalecimiento actores economía popular	Apoyo interinstitucional		A través de estos centros, se busca fortalecer el desarrollo productivo de unidades productivas, micronegocios y mipymes situadas en regiones y/o municipios en todo el territorio nacional, atendiendo sectores como la agroindustria, manufactura, tecnologías, artesanías, entre otro	<a href="https://www.inpulsacolombia.com/wp-content/uploads/2023/07/ABC_Zasca-Renacer-VF.pdf">https://www.inpulsacolombia.com/wp-content/uploads/2023/07/ABC_Zasca-Renacer-VF.pdf</a>	Economía popular



# TIC

## 2024

Ministerio de Tecnologías de la Información y las  
Comunicaciones

Tel: +57(601) 344 34 60

Edif. Murillo Toro Cra. 8a entre calles 12 y 13, Bogotá,  
Colombia - Código Postal 111711 [www.mintic.gov.co](http://www.mintic.gov.co)