

Análisis de resultados del programa

Alístate y Transforma-T para crecer

Desarrollando capacidades para la economía popular



Análisis de resultados del programa

Alístate y Transforma-T para crecer

Desarrollando capacidades para la economía popular



Julián Domínguez Rivera
Presidente

Yeinni Andrea Patiño Moya
**Vicepresidenta de Competitividad y
Cooperación**

Fayber Acosta Pardo
Jefe de investigaciones económicas

Maria Fernanda Bolívar Bernal
Investigadora económica

**Transforma-T
para crecer**
Programa para el fortalecimiento de los micronegocios

Alístate
Programa de alistamiento financiero

Contenido

05 Presentación

**Resumen
ejecutivo** **07**

09 1. Introducción

**2. Alístate y Transforma-T
para crecer** **13**

17 3. Caracterización
de las unidades productivas
de la economía popular

**4. Análisis de resultados de
las unidades productivas que
participaron en el programa** **23**

4.1 Resultados en capacidades financieras 23
4.2 Resultados en capacidades organizativas 27
4.3 Resultados en capacidades comerciales y digitales 30

33 5. Evaluación de resultados
de Alístate y Transforma-T para Crecer

**6. Consideraciones
finales** **37**

39 7. Referencias

Presentación



Es un honor presentarles la evaluación de resultados de nuestro programa “Alístate y Transforma-T para Crecer”, una iniciativa clave para el fortalecimiento de la economía popular en Colombia. Según los datos del Registro Único Empresarial y Social (RUES), el 92% de las empresas en nuestro país son microempresas, y un 6% son pequeñas empresas. Sin embargo, existe un número significativo de unidades productivas de baja escala que, registradas o no, constituyen una parte esencial de lo que el Plan Nacional de Desarrollo define como la economía popular.

Estas unidades productivas son el sustento de innumerables familias colombianas y desempeñan un papel crucial en la economía local. No obstante, enfrentan desafíos significativos que amenazan su sostenibilidad a largo plazo, debido a la falta de herramientas y recursos adecuados.

En respuesta a estos retos, Confecámaras, en colaboración con las cámaras de comercio, ha desarrollado el programa “Alístate y Transforma-T para Crecer”. Este programa está diseñado para fortalecer las capacidades técnicas, organizativas y de gestión financiera de estas unidades productivas. A través de un enfoque integral que incluye formación, acompañamiento y acceso a servicios, buscamos fomentar su perdurabilidad en el tiempo y su crecimiento sostenible.

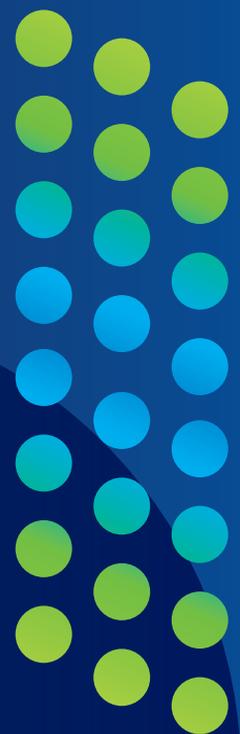
El presente documento analiza los resultados del programa, basado en el estudio de más de 3.657 unidades productivas de baja escala que han participado y culminado exitosamente el programa. Los hallazgos son alentadores: hemos logrado un fortalecimiento significativo de las capacidades técnicas, digitales y organizativas de estas unidades, además de mejorar su acceso a financiamiento.

La Red Cameral, compuesta por 58 cámaras de comercio, ha hecho del desarrollo del tejido empresarial su objetivo principal. A lo largo de los años, ha crecido y se ha expandido, llegando a las regiones más remotas de Colombia con soluciones inclusivas, innovadoras y adaptadas a las necesidades del sector productivo. Hoy, este rol se refuerza y amplía, trabajando en conjunto con el Gobierno nacional, el sector privado y la academia en iniciativas que promuevan una Colombia más justa, sostenible y con mayores oportunidades para todos.

Agradecemos a todos los que han contribuido a este esfuerzo y esperamos seguir avanzando juntos hacia un futuro más próspero para nuestras comunidades.

Julián Domínguez Rivera
Presidente de Confecámaras

Resumen ejecutivo



En Colombia, las unidades productivas de la economía popular enfrentan desafíos significativos que limitan su potencial de crecimiento. Estas unidades, a menudo gestionadas por trabajadores independientes, se caracterizan por tener acceso limitado a financiamiento, operar a pequeña escala y carecer de protección laboral. A pesar de estos retos, son un componente esencial de nuestra economía, contribuyendo significativamente al sustento de muchas familias y al tejido económico del país.

Para abordar estas necesidades, las cámaras de comercio, en coordinación con Confecámaras, implementaron el programa “Alístate y Transforma-T para Crecer”. Este programa tiene como objetivo principal potenciar las capacidades organizativas, comerciales, digitales y financieras de los negocios de baja escala, con miras a promover su crecimiento sostenible y su perdurabilidad en el tiempo.

El programa se basa en dos pilares fundamentales que brindan un apoyo crucial a los micronegocios: el alistamiento financiero y la asistencia técnica integral. A través de formación y acompañamiento, el programa busca fortalecer la competitividad y resiliencia de estas unidades económicas, promoviendo su formalización y contribuyendo al desarrollo económico tanto a nivel local como nacional. Esta iniciativa representa un esfuerzo conjunto de las cámaras de comercio para impulsar y consolidar la economía popular en Colombia.

El presente estudio analiza las características de 3.657 unidades productivas que completaron el programa, cubriendo 42 de las 58 cámaras de comercio del país. Esta extensa recopilación de datos nos proporciona una visión integral de las características y necesidades de estas unidades en diversas regiones.

Los datos recopilados mediante formularios de diagnóstico revelan un desarrollo significativo en las capacidades empresariales, clasificadas en tres dimensiones: capacidades financieras, organizativas y comerciales, y capacidades digitales. Un análisis comparativo de los indicadores clave en cada dimensión evaluó el efecto del programa en el desempeño de los empresarios.

Los resultados son alentadores: se registró un incremento del 32% en el uso de métodos de pago digitales, con un 43% de los micronegocios reportando un aumento en las ventas a través de estos medios. Además, el 32% de los micronegocios comenzó a llevar contabilidad de manera formal, y el 71% ahora conoce con precisión el valor exacto de sus ganancias.

Un 21% de los micronegocios ha adoptado herramientas digitales, como páginas web y redes sociales, para potenciar sus ventas, mientras que un 9% ha comenzado a utilizar plataformas de comercialización. Tras ajustar los resultados por características constantes y errores estándar, se evidenció un aumento significativo de 18 puntos porcentuales en el puntaje general de

capacidades de las unidades productivas tras participar en el programa.

En términos de capacidades financieras, se registró un incremento de 12 puntos porcentuales, reflejando una mejora en el conocimiento sobre conceptos clave como ventas, utilidad y rentabilidad. Las capacidades organizativas mostraron un crecimiento de 28 puntos porcentuales, indicando avances en las prácticas administrativas. Por su parte, las capacidades comerciales y digitales aumentaron en 14 puntos porcentuales, lo

que sugiere una mayor adaptabilidad a las tendencias del comercio digital.

En conjunto, estos resultados subrayan el efecto positivo y significativo del programa “Alístate y Transforma-T para Crecer” en el desarrollo de capacidades clave para los micronegocios. No solo se han facilitado mejoras en áreas específicas, sino que también se ha contribuido al fortalecimiento integral de las unidades productivas, posicionándolas mejor en el mercado y asegurando su sostenibilidad a largo plazo.

1. Introducción

El tejido empresarial de Colombia está compuesto predominantemente por micro y pequeñas empresas, que representan un pilar fundamental de la economía colombiana. Según datos del Registro Único Empresarial y Social (RUES) de las cámaras de comercio, aproximadamente el 92% de las empresas registradas son microempresas, mientras que un 6% corresponde a pequeñas empresas. Este grupo de empresas no solo contribuye con cerca del 40% del Producto Interno Bruto (PIB), sino que también genera el 65% del empleo total en el país, de acuerdo con datos del ITC y Fenalco en 2022. Esta estructura empresarial resalta la importancia crítica de estos negocios en la economía nacional y destaca la necesidad de implementar políticas públicas y estrategias de apoyo específicas para fortalecer su crecimiento y supervivencia.

Además de las unidades productivas registradas ante las cámaras de comercio, existen otras iniciativas económicas que, aunque más vulnerables, tienen un potencial significativo para crecer y perdurar en el tiempo, sirviendo como sustento para numerosas familias. Estas iniciativas, recientemente reconocidas bajo el término de “economía popular”, abarcan un conjunto de actividades económicas que suelen desarrollarse en condiciones de informalidad y son emprendidas, en su mayoría, de manera independiente, con el objetivo principal de asegurar el sustento propio y el de sus familias.

Es importante destacar que, aunque la definición de economía popular puede variar según el contexto, todas las aproximaciones coinciden en resaltar la importancia de comprender y abordar este segmento económico

aún más en contextos de economías en desarrollo (INIDA; Coraggio, 1995; Bergesio, 2004; Chena, 2018; DNP, 2023). En este sentido, las unidades productivas de la economía popular comparten características como acceso limitado a financiamiento, operaciones a pequeña escala y falta de protección laboral. Generalmente son emprendimientos autónomos que, a pesar de ser esenciales para la estructura económica del país, enfrentan numerosos desafíos. Según la Encuesta de Micronegocios (Emicron) del DANE, en 2023 se contabilizaron más de 5 millones de micronegocios en Colombia.

Este panorama pone de manifiesto que la producción a baja escala constituye un grupo numeroso dentro de la economía nacional. En Colombia, al igual que en muchos otros países, estas pequeñas unidades productivas son responsables de una parte significativa del empleo y de la actividad económica, especialmente en áreas rurales y comunidades de bajos ingresos. La dinámica económica de estas unidades productivas ha comenzado a recibir la atención que merece, siendo reconocidas como un componente esencial del tejido económico. Esto ha llevado a que se implementen políticas públicas y estrategias de inclusión y desarrollo que buscan fortalecer este sector.

Ejemplos de estas iniciativas se observan en países como Argentina, donde se creó el Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (ReNaTEP), permitiendo a los trabajadores acceder a programas de empleo y seguridad social. Ecuador, por su parte, cuenta con la Ley de Economía Popular y Solidaria, que busca reconocer y fortalecer las organizaciones del sector. En Brasil, se relacionan estas unidades con la “Economía Social y Solidaria”, promoviendo políticas que beneficien a estos sectores.

A pesar de su importancia, las unidades productivas de baja escala enfrentan desafíos significativos que limitan su crecimiento. Estos desafíos incluyen la falta de formalización, que impide el acceso a beneficios legales y económicos, así como a subsidios gubernamentales y programas de apoyo empresarial. También enfrentan dificultades para obtener financiamiento, debido a la falta de historial crediticio y garantías, lo que limita su capacidad de inversión y expansión. Además, suelen operar con herramientas de gestión rudimentarias, lo que restringe su eficiencia y competitividad en el mercado.

Ante este contexto, es fundamental implementar políticas y medidas específicas que fortalezcan la capacidad de adaptación y recuperación de estas unidades. Esto incluye facilitar el acceso a financiamiento, proporcionar capacitación y asistencia técnica, y promover la formalización para que puedan acceder a recursos esenciales. La creación de un entorno favorable para la innovación y el uso de tecnologías también es crucial para aumentar su competitividad. La implementación de estas políticas no solo beneficiará a los micronegocios, sino que también contribuirá al fortalecimiento de la economía en su conjunto.

En este sentido, las cámaras de comercio, en coordinación con la Red de Cámaras de Comercio Confecámaras, han lanzado el programa “Alístate y Transforma-T para Crecer”, diseñado para impulsar un fortalecimiento integral de la economía popular. Este programa tiene como objetivo mejorar las capacidades organizativas, comerciales, digitales y financieras de los negocios de baja escala, promoviendo su crecimiento sostenible y su perdurabilidad.

El programa está orientado a abordar las necesidades específicas de la producción a baja escala,

que representa una parte significativa del tejido empresarial del país. Al ofrecer capacitaciones y acompañamiento en áreas clave, “Alístate y Transforma-T para Crecer” equipa a los empresarios con las herramientas necesarias para mejorar su competitividad y adaptabilidad en un entorno económico en constante cambio. Además, enfatiza la importancia de la formalización, lo cual es crucial para acceder a financiamiento y otros recursos.

El presente estudio tiene como objetivo caracterizar el grupo de micronegocios que conforman la economía popular y evaluar los resultados del programa “Alístate y Transforma-T para Crecer” sobre estas unidades. Los datos recopilados durante las fases de caracterización y diagnóstico son fundamentales para la formulación de políticas y programas que fortalezcan integralmente estas unidades económicas.

Este documento busca ofrecer un entendimiento más profundo de la composición,

necesidades y desafíos de las unidades productivas de baja escala. Asimismo, pretende generar insumos para el diseño de una oferta institucional que contribuya a su crecimiento sostenible y facilite su transición al sector formal, como una ruta clave para aumentar el acceso a oportunidades.

El documento se estructura en seis secciones, incluyendo esta introducción. La segunda sección detalla los aspectos del programa “Alístate y Transforma-T para Crecer”. La tercera ofrece una caracterización de las unidades productivas objeto de análisis. La cuarta sección analiza los resultados sobre indicadores de capacidades financieras, organizativas, comerciales y digitales. La quinta sección evalúa los resultados del programa, utilizando los diagnósticos de entrada y salida de las unidades productivas que completaron el programa. Finalmente, la última sección concluye con una síntesis de los hallazgos obtenidos.

2. Alístate y Transforma-T para Crecer

“Alístate y Transforma-T para Crecer” está diseñado para brindar un apoyo integral a los micronegocios, abordando aspectos críticos para su desarrollo y sostenibilidad a través de dos frentes: alistamiento financiero y asistencia técnica integral. Este programa es fundamental para fortalecer las capacidades de los micronegocios, mejorando su competitividad y resiliencia, fomentando su formalización y contribuyendo al desarrollo económico local y nacional. Representa un esfuerzo conjunto de las cámaras de comercio para fortalecer la economía popular en Colombia.

La primera fase, “Alístate”, se centra en mejorar la capacidad de generación de ingresos de los micronegocios y microempresas de la economía popular, contribuyendo así a su sostenibilidad en el mercado. Su objetivo principal es facilitar el acceso a financiación

mediante educación y alistamiento financiero, permitiendo que estas unidades productivas no solo sobrevivan, sino que prosperen.

Este componente está dirigido a micronegocios de personas naturales que participan en actividades económicas en las áreas de jurisdicción de las cámaras de comercio. Los participantes reciben formación en negocios y salud financiera a través de módulos que abordan técnicas, herramientas y modelos de gestión necesarios para alcanzar objetivos de ventas, ahorro, utilidad y rentabilidad. Además, se ofrece capacitación en el manejo de productos financieros, como billeteras virtuales, proporcionando conocimientos sobre el acceso y uso de diversos productos financieros que pueden impulsar el crecimiento de los micronegocios. El programa también incluye asistencia técnica personalizada para

desarrollar planes de mejora financiera adaptados a las necesidades específicas de cada negocio.

La segunda fase, “Transforma-T para Crecer”, está diseñada para fortalecer las habilidades organizativas, comerciales y digitales de las unidades económicas de la economía popular mediante acompañamiento y asistencia técnica. Al participar en esta estrategia, los negocios no solo tienen la oportunidad de crecer, sino también de perdurar, asegurando su sostenibilidad y mejorando la calidad de vida de sus propietarios y familias.

“Transforma-T para Crecer” ofrece formación en capacidades organizativas, enseñando prácticas contables y financieras que permiten a los participantes identificar costos, ingresos y utilidades, así como establecer precios de venta óptimos. También se refuerzan las capacidades comerciales a través de asesorías en nuevas técnicas de ventas, buenas prácticas de servicio al cliente y estrategias de promoción.

En el ámbito digital, los participantes aprenden a utilizar herramientas que les permiten visibilizar sus negocios y acceder a nuevos canales de comercialización, como directorios comerciales, tiendas virtuales y marketplaces gestionados por las cámaras de comercio. Asimismo, se proporciona apoyo en el uso efectivo de redes sociales para impulsar la venta de sus productos y servicios.

El programa está dirigido a micronegocios de personas naturales, y los propietarios deben tener al menos un año de funcionamiento para participar. Este requisito asegura que las empresas cuenten con una base estable sobre la cual construir y mejorar.

Dentro del programa, se llevó a cabo una fase de caracterización de las unidades productivas mediante una estrategia de barrido. Esta consistió en la recopilación sistemática de datos a través de encuestas directas, con el objetivo de obtener un panorama detallado de las características y necesidades específicas de estas unidades. Este enfoque permitió identificar factores clave que afectan a estas unidades económicas, como su nivel de formalización, acceso a financiamiento, infraestructura disponible y capacidades de gestión. También se detectaron barreras específicas que limitan su crecimiento y desarrollo, lo que permitió a las cámaras ajustar sus intervenciones para hacerlas más efectivas.

Tras depurar la información recopilada, se registraron 3.657 unidades productivas pertenecientes a 42 cámaras de comercio en el país. Es importante destacar que estas unidades no son el resultado de un muestreo estadístico, sino de los esfuerzos realizados por las cámaras de comercio en sus respectivas jurisdicciones para recopilar información sobre las condiciones de los micronegocios en su territorio.

Los contenidos de la primera fase, “Alístate”, se centraron en crear una hoja de ruta para integrar y preparar a estas unidades en relación con la inclusión financiera y el acceso al crédito, formando a los propietarios en fundamentos de negocios, manejo de productos financieros y asistencia técnica para el desarrollo de un plan de mejora financiera. La segunda fase, “Transforma-T para Crecer”, se enfocó en el fortalecimiento de habilidades organizativas, comerciales y digitales. A continuación, la Tabla 1, indica los módulos y contenidos que corresponden a cada una de las fases.

Tabla 1. *Contenidos del programa*

Fase	Módulo	Contenido
Alístate	Formación en fundamentos de negocios y salud financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos básicos sobre los aspectos financieros. • Educación financiera: ventas, utilidad y rentabilidad.
	Formación en manejo de productos financieros	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso y uso de los diferentes productos financieros. • Preparación para acceder a productos financieros. • Formación de ahorro y reporte de estados financieros.
	Asistencia técnica para el desarrollo de un plan de mejoramiento financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de mejoramiento financiero. • Identificación de las entidades y servicios financieros regionales. • Billeteras virtuales como Daviplata o Nequi.
Transforma-T para Crecer	Capacidades organizativas	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas administrativas y financieras que les faciliten tener claridad de ingresos, costos y utilidades. • Fundamentos en asociatividad.
	Capacidades comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar canales de venta, nuevos mercados o nichos de clientes que posiblemente no han considerado, tales como: ventas a través de redes sociales, directorios comerciales, tiendas virtuales o marketplace, así como técnicas de ventas, buenas prácticas de servicio al cliente y promociones, entre otros.
	Habilidades digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Visibilizar su negocio e ingresar a nuevos canales de comercialización como: directorios comerciales, tiendas virtuales y marketplace de las cámaras de comercio, así como el uso de redes sociales (Facebook, Whatsapp Business, Instagram, entre otras) y de billeteras virtuales como Daviplata y Nequi.

Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de caracterización.

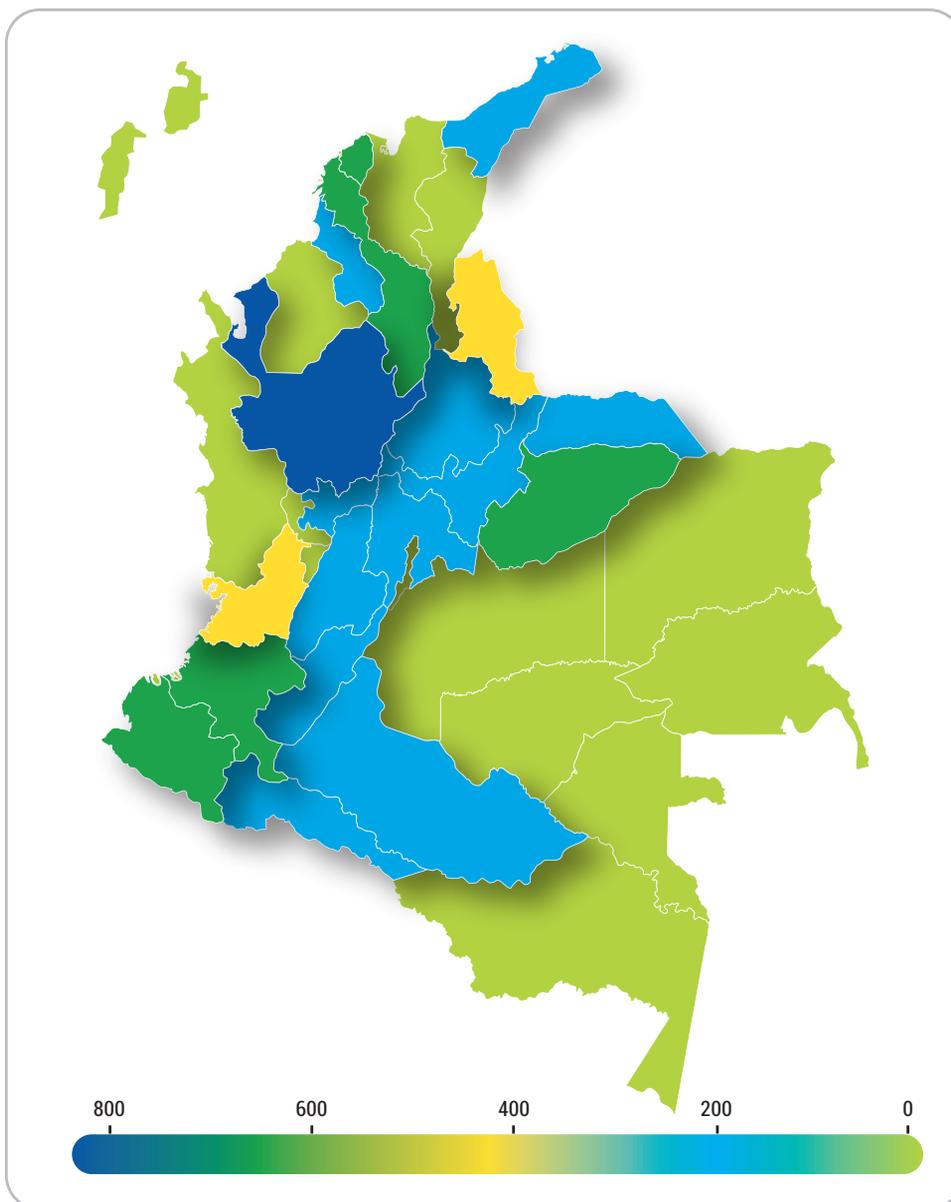
3. Caracterización de las unidades productivas de la economía popular

En esta sección se estudiarán las características de 3.657 registros que corresponden a unidades productivas que culminaron el programa “Alístate y Transforma-T para Crecer”, y que completaron tanto el cuestionario de entrada como el de salida. Estos registros abarcan las jurisdicciones de 42 de las 58 cámaras de comercio del país, reflejando un esfuerzo amplio y colaborativo para recopilar información

relevante sobre las unidades productivas en diversas regiones.

Es importante destacar que las cámaras de comercio de Medellín (483 unidades productivas), Pamplona (270), Cartagena (199), Barranquilla (182), Casanare (164), Cauca (157), Cali (151), Palmira (139) y Oriente Antioqueño (119) concentran el 50% de los registros analizados.

Figura 1. *Distribución geográfica de las unidades productivas*

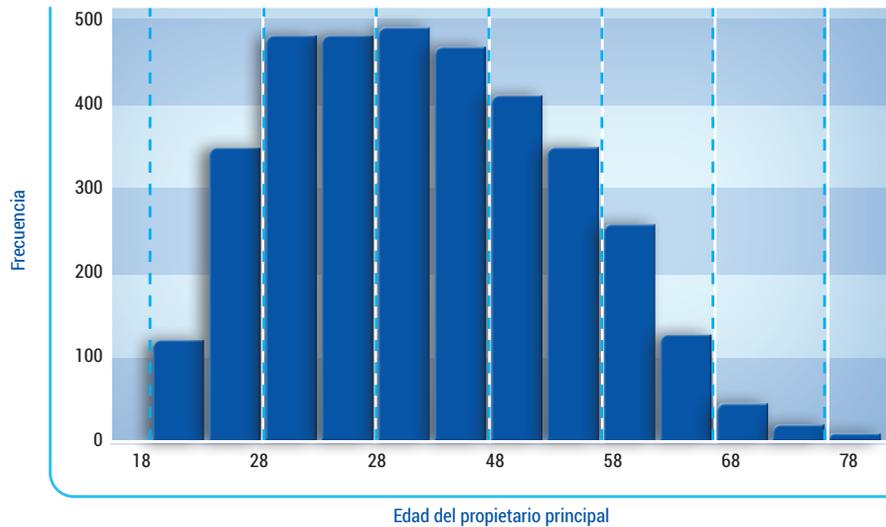


Fuente: *elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.*

En términos de caracterización de los propietarios de los negocios participantes en el programa, se observa una predominancia femenina, con mujeres siendo propietarias del 77% de los micronegocios. Tanto hombres como mujeres propietarias tienen en promedio 42 años, lo que sugiere una población de empresarios relativamente madura. Además, el nivel educativo

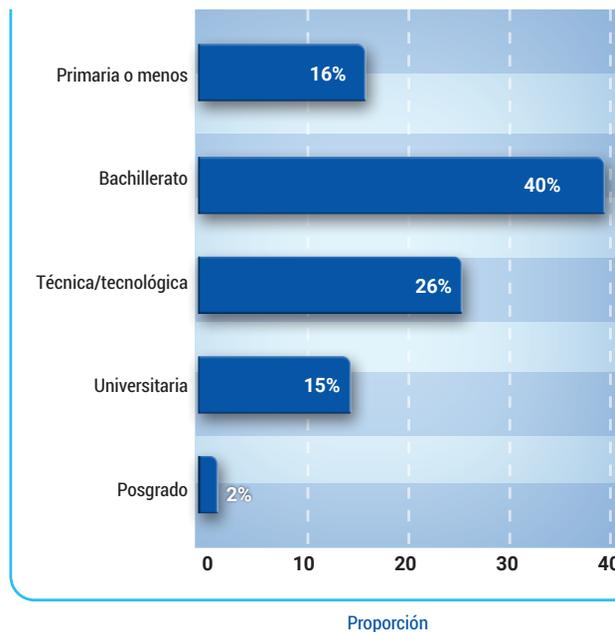
de más de la mitad de los propietarios (57%) es igual o menor al bachillerato, lo que indica un nivel educativo básico en la mayoría de los casos. En cuanto a la relevancia económica de los micronegocios, el 77% de los propietarios reportan que su negocio es su sustento principal, destacando la importancia de estos emprendimientos en la economía de los participantes.

Figura 2. Distribución de la edad de los participantes



Fuente: elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.

Figura 3. Educación de los participantes

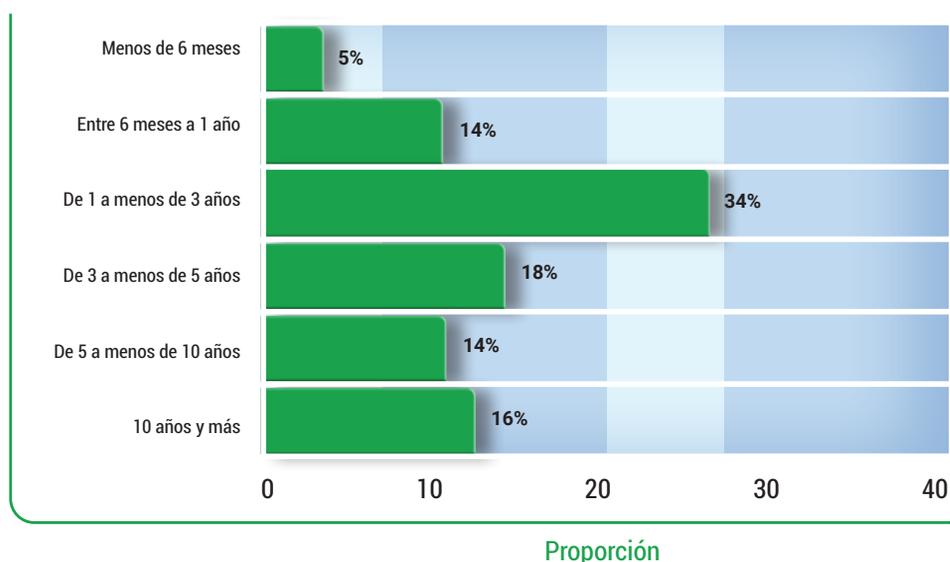


Fuente: elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.

Las unidades productivas se caracterizan porque el 30% de ellas tiene un tiempo de operación entre 1 y 3 años y el 21% tienen un tiempo de funcionamiento inferior a 1 año, lo cual indica que la mayoría de los participantes del

programa son negocios de pequeña escala en consolidación. Sin embargo, también es posible encontrar un porcentaje considerable de negocios con más de 10 años de operación, cercano al 20%.

Figura 4. Tiempo de operación de las unidades productivas



Fuente: elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.

En cuanto a la propiedad del espacio comercial, se observa una marcada tendencia hacia el arrendamiento, con una significativa proporción de negocios operando en locales alquilados, cercana al 50%. No obstante, cabe destacar la presencia de un porcentaje considerable de emprendedores que desarrollan sus actividades desde su propio hogar.

A partir de los datos recopilados en los formularios de diagnóstico de entrada y salida completados por los propietarios de las unidades productivas, es posible cuantificar las capacidades empresariales desarrolladas a través del programa “Alístate y Transforma-T para Crecer”. Estos resultados se han agrupado en tres dimensiones: capacidades financieras, organizativas y comerciales, y capacidades digitales.

Para cada dimensión se calculó un puntaje general, como un promedio simple del puntaje de los indicadores que se incluyen dentro de la dimensión, y que pueden tomar un valor de 0 a 100. Este

método de cálculo permite obtener una medida integral del desempeño en cada área, reflejando el nivel de desarrollo alcanzado en las capacidades empresariales específicas evaluadas.

Por una parte, las capacidades financieras engloban varios aspectos esenciales para la gestión efectiva de un negocio. Estos incluyen si el negocio ahorró durante el año anterior y en qué tipo de entidad realizó ese ahorro, siendo más valorado si fue en una institución financiera formal en comparación con fuentes más informales como grupos de ahorro o cadenas. Además, El puntaje mejora si el negocio no solicitó crédito debido a que no lo necesitaba o porque consideró que los intereses eran elevados, en lugar de evitarlo por temor a las deudas o por no cumplir con los requisitos. También se valora positivamente si el negocio ha solicitado crédito a entidades formales en lugar de informales. Otro factor importante es la aceptación de una variedad de formas de pago, lo cual indica una mayor integración de herramientas financieras modernas.

Las capacidades organizativas se refieren a las prácticas administrativas que los negocios implementan para lograr una mayor claridad y un manejo eficiente de sus ingresos, costos y utilidades. En esta dimensión, el puntaje se determina considerando varios aspectos clave que reflejan la eficiencia y la estructura interna del negocio. Se otorgan puntajes más altos a aquellos propietarios que demuestran un conocimiento preciso de sus ingresos, gastos, ganancias y activos, ya que esta comprensión es fundamental para la toma de decisiones informadas.

Además, el uso de herramientas avanzadas, como software financiero, para gestionar las cuentas del negocio contribuye positivamente al puntaje. La existencia de áreas o funciones específicas también se valora, ya que una asignación clara de roles puede mejorar la eficiencia operativa. Por último, la medición de resultados mediante indicadores específicos refleja

un nivel avanzado de gestión y seguimiento del desempeño, lo que a su vez eleva el puntaje en esta dimensión.

Por último, las capacidades comerciales y digitales se refieren a la habilidad de los negocios para identificar y utilizar diversos canales de venta, así como para acceder a nuevos mercados. En esta dimensión, se evalúa si los participantes cuentan con dispositivos electrónicos, como computadoras, tabletas o teléfonos móviles, dedicados a sus actividades comerciales, y si tienen acceso continuo a Internet, utilizándolo de manera activa para el desarrollo de su negocio.

También se considera si realizan transacciones a través de medios virtuales, como redes sociales, y si utilizan plataformas de comercialización como canales de venta adicionales. Además, se valora positivamente la diversificación del perfil de sus clientes, yendo más allá de familiares y amigos.

Figura 5. Composición de las capacidades empresariales



Fuente: elaboración propia.

4. Análisis de resultados de las unidades productivas que participaron en el programa

4.1 Resultados en capacidades financieras

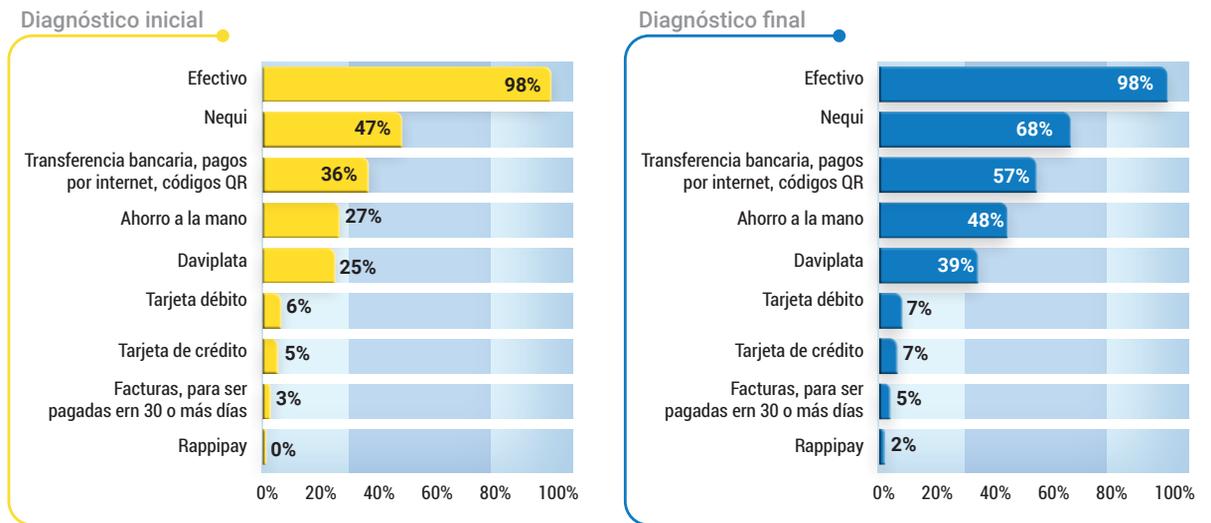
Los resultados en esta dimensión revelan que, entre los medios de pago más utilizados después del efectivo, destacan Nequi (68%), transferencias bancarias o pagos por Internet (57%), ahorro a la mano (48%) y Daviplata (39%). Estos datos indican una diversificación en las opciones de pago disponibles para los micronegocios, lo que podría contribuir a una mayor eficiencia en sus transacciones y a una mejor gestión de sus finanzas.

Es notable que el uso de tarjetas de débito y crédito sigue siendo relativamente bajo, representando solo el 7,4% y el 7,0%, respectivamente. Esta discrepancia podría atribuirse a

diversas razones, como limitaciones o costos de la infraestructura de pago, preferencia por métodos tradicionales o barreras de acceso a servicios financieros formales.

Sin embargo, al comparar los resultados tras la participación en el programa, se observa una tendencia significativa hacia la adopción de métodos de pago digitales. Se evidencia un aumento notable del 32% en el porcentaje de micronegocios que han implementado métodos de pago adicionales al efectivo, como aplicaciones digitales o transferencias bancarias, después de su participación en “Alístate y Transforma-T para Crecer”.

Figura 6. Métodos de pago disponibles en los micronegocios

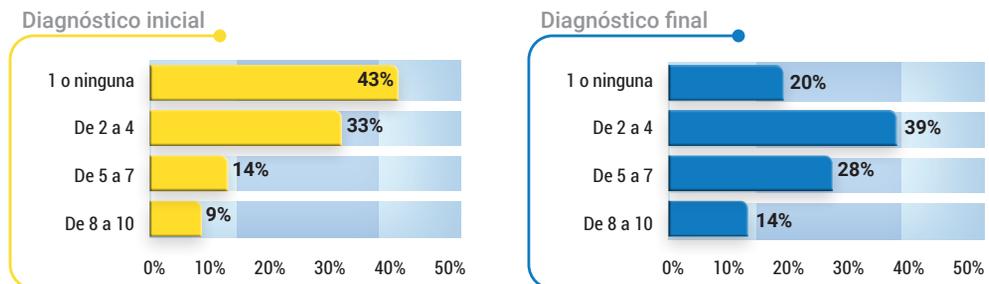


Fuente: elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.

Un hallazgo relevante es que el 43% de los micronegocios reportaron un aumento en el número de ventas realizadas a través de medios de pago digitales. Esta tendencia sugiere una correlación positiva entre la adopción de métodos de

pago alternativos y el volumen de ventas a través de estas aplicaciones, lo que podría indicar una mayor comodidad y confianza por parte de los microempresarios en realizar transacciones digitales.

Figura 7. Ventas realizadas a través de medios de pagos digitales.



Fuente: elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.

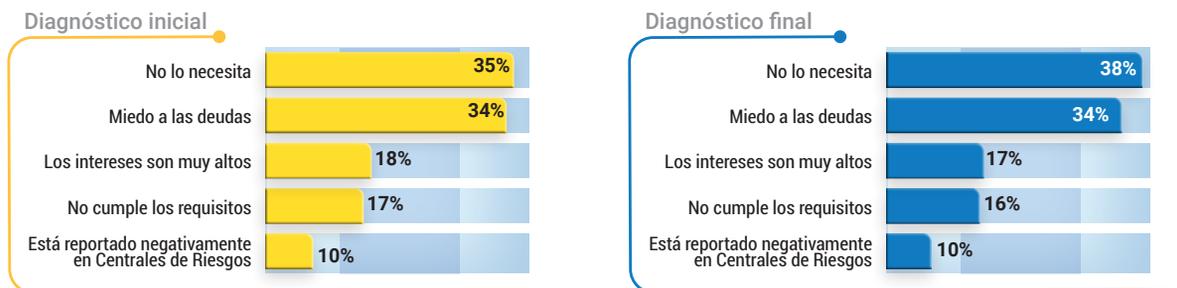
Por otro lado, se observa que un 38% de los negocios reportaron haber solicitado un crédito en algún momento. Además, es importante observar que el 90% de aquellos que solicitaron un crédito reportaron haberlo obtenido. En cuanto a las fuentes de financiamiento buscadas por

estos micronegocios, se observa que las entidades financieras formales son la opción más recurrente, seguidas por familiares o amigos, y entidades micro crediticias. Esto se ha mantenido desde la línea base (diagnóstico inicial), con un aumento de 2 puntos porcentuales.

Ahora bien, en el 62% de los micronegocios que no solicitaron un crédito, se identifican varias razones que, en comparación con la línea base, siguen siendo las más comunes. La más frecuente es la percepción de no necesitarlo (38%), seguida por el miedo a las deudas (34%) y la percepción de altos intere-

ses (17%) o de no cumplir con los requisitos para solicitarlo (16%). Estos datos resaltan la importancia de la educación financiera y el apoyo para mitigar el temor al endeudamiento y facilitar el acceso al crédito a aquellos micronegocios que lo necesiten, pero no lo solicitan por diversos motivos.

Figura 8. Principales razones por las que los negocios no solicitan créditos



Fuente: elaboración propia con datos de Alistate y Transforma-T para Crecer.

Asimismo, se llevó a cabo una prueba de medias para comparar la variación en los indicadores obtenidos por los participantes antes de iniciar el programa y después de completarlo. Para realizar un análisis comparativo entre los resultados de distintos grupos de interés, se calculó un puntaje general relacionado con las capacidades financieras. Este puntaje se determinó como el promedio simple de los resultados obtenidos en indicadores relacionados con temas como el ahorro, los métodos utilizados para hacerlo, las solicitudes de crédito en entidades formales, las formas de pago aceptadas y las ventas realizadas con pagos digitales.

El análisis comparativo de los resultados en cuanto a capacidades financieras entre distintas características de los beneficiados por el programa revela varios hallazgos importantes. En términos de género, no se observan diferencias significa-

tivas en los resultados obtenidos entre hombres y mujeres. Esto sugiere que el programa ha sido igualmente efectivo en mejorar las capacidades financieras de ambos géneros, promoviendo la igualdad de oportunidades en el acceso y manejo de herramientas financieras.

A nivel educativo, los resultados muestran diferencias significativas. Los participantes con un nivel educativo de bachillerato o inferior presentan una mayor variación positiva en los indicadores financieros, especialmente en la implementación de mecanismos de pago digital y en el número de ventas realizadas a través de estos medios. Este hallazgo sugiere que el programa ha tenido un efecto más notable en aquellos con niveles educativos más bajos, posiblemente debido a una mayor necesidad de capacitación y adaptación a las nuevas tecnologías financieras en este grupo.

Por otro lado, se observa una mayor variación positiva entre aquellos propietarios cuyo negocio es el sustento principal de su hogar, en comparación con los que no dependen únicamente de su negocio para subsistir. Esta diferencia sugiere que los propietarios más comprometidos, probablemente debido a su dependencia económica del negocio, han aprovechado más intensamente las oportunidades y recursos ofrecidos por el programa para mejorar sus capacidades financieras.

Por último, al analizar la antigüedad del negocio, no se encuentran diferencias significativas en los resultados. Esto indica que el efecto del programa en esta línea de capacidades financieras ha sido consistente independientemente del tiempo que el negocio lleva operando, sugiriendo que ambos tipos de negocios, tanto los jóvenes como los más antiguos, han podido beneficiarse de manera similar en términos de capacidades financieras. Los resultados mencionados se pueden observar en la Tabla 2.

Tabla 2. Diferencias en los resultados en capacidades financieras

Puntaje de capacidades financieras							
Hombres	0,125	Sin educación superior	0,140	No es sustento principal	0,100	Antiguos	0,123
Mujeres	0,115	Con educación superior	0,088	Sustento principal	0,124	Nuevos	0,114
Diferencia	0,010	Diferencia	0,052***	Diferencia	-0,024**	Diferencia	0,009

Nota: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01.

4.2 Resultados en capacidades organizativas

El análisis de los resultados en relación con las capacidades organizativas de los micronegocios muestra una serie de tendencias importantes. En primer lugar, se observa que el 32% de los micronegocios han comenzado a llevar contabilidad por primera vez. Este dato sugiere un reconocimiento por parte de los empresarios de la importancia de llevar registros financieros precisos para la toma de decisiones informadas y el seguimiento del desempeño de sus negocios. En cuanto a las herramientas utilizadas

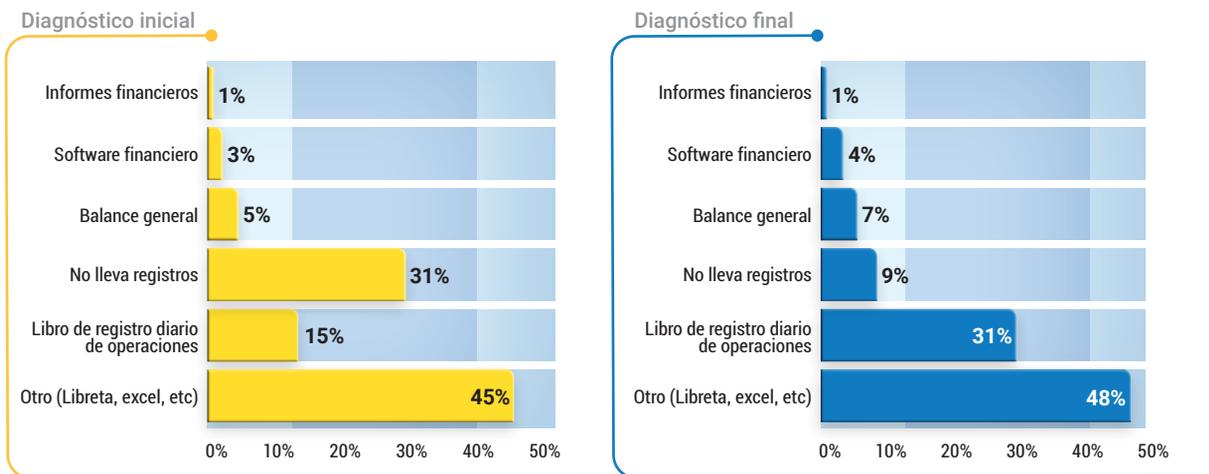
para llevar sus cuentas, se observa que el 47% de los micronegocios aún utilizan métodos manuales como cuadernos o Excel, mientras que solo el 31% utilizan libros de registro diario de operaciones.

Además, herramientas más sofisticadas como balance general, softwares o informes financieros son mucho menos frecuentes, con solo un pequeño porcentaje de micronegocios utilizando estas herramientas (6,7%, 4,1% y 1,2% res-

pectivamente). Esto indica una brecha en el uso de tecnologías financieras más avanzadas que podrían mejorar la eficiencia y precisión en la gestión financiera de los negocios. Por otro lado,

aunque un 9% de los micronegocios sigue sin llevar ningún tipo de registro, esta cifra es considerablemente menor al 31% que se tenía en la línea base.

Figura 9. Principales herramientas para llevar contabilidad

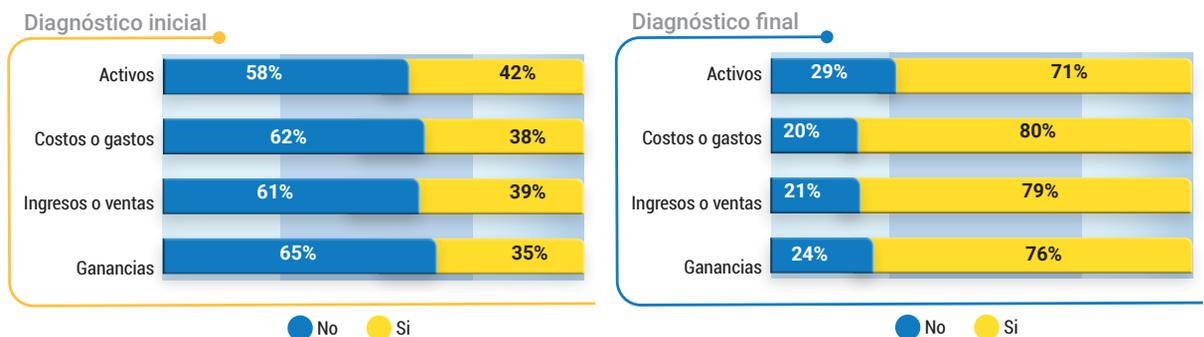


Fuente: elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.

También es importante observar que un porcentaje significativo de micronegocios que antes no conocían con exactitud sus cuentas, ahora reportan hacerlo. El 71% de los microempresarios que antes reportaban no conocer el valor exacto de sus ganancias, ahora reportan

hacerlo; el 74% ahora reporta conocer con exactitud sus gastos; y el 61% ahora reporta conocer el valor de sus activos. Esto sugiere un progreso en la alfabetización financiera y la conciencia sobre la importancia de comprender la situación financiera del negocio.

Figura 10. Participantes que conocen sus cuentas

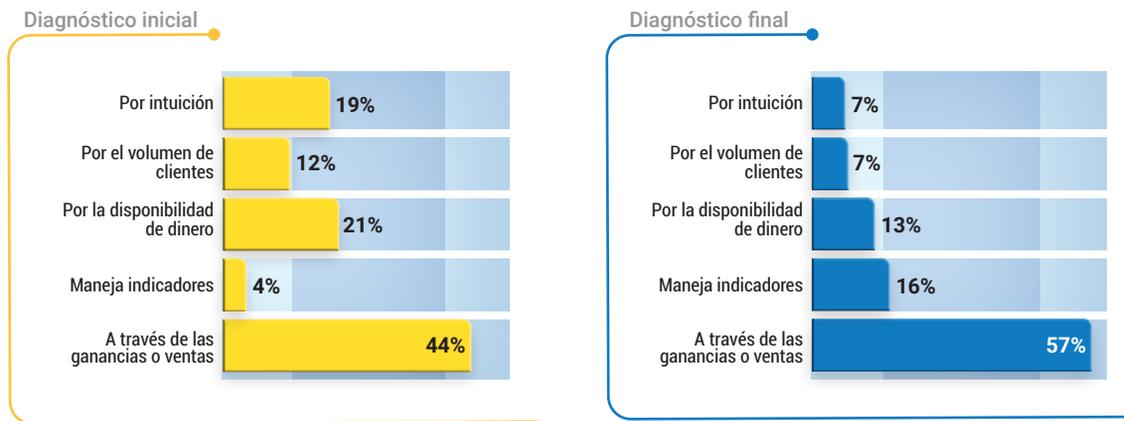


Fuente: elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.

Por otro lado, se identifican diversas formas en que los negocios miden sus resultados, siendo las más comunes a través de las ventas (57%), seguidas por el manejo de indicadores (16%) y la disponibilidad de dinero (13%). Esto refleja un desafío en la comprensión de indicadores clave y conceptos financieros más sofisticados, que son fundamentales para la gestión de las finanzas y las estrategias empresariales. Además, resalta la

necesidad de adaptar las estrategias de gestión a las necesidades específicas de cada negocio. Sin embargo, es notable que el porcentaje de negocios que miden sus resultados sólo por la intuición se redujo entre el diagnóstico inicial y el final, pasando de 19,11% a 6,60%. En cambio, aumentó el porcentaje que mide los resultados a través de indicadores, pasando de 4,14% a 15,65%.

Figura 11. Medición de resultados en los micronegocios



Fuente: elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.

Para el análisis comparativo de la dimensión de capacidades organizativas el puntaje general se basó en indicadores relacionados al conocimiento de sus cuentas (ingresos, activos, costos y ganancias), a las formas usadas para llevar la contabilidad, la distribución de funciones y la medición de resultados.

Al analizar los resultados de las pruebas de media en cuanto a capacidades organizativas de los beneficiados por el programa se encuentran varios puntos interesantes. En primer lugar, al evaluar las diferencias entre hombres y mujeres, se observa que, aunque no hay diferencias significativas en los resultados obtenidos, las mujeres muestran una variación positiva ligeramente

superior a la de los hombres, en contraste con la diferencia en los indicadores de capacidades financieras.

En términos de nivel educativo, se identifican diferencias significativas en el puntaje general de la dimensión. Los participantes con un nivel educativo de bachillerato o menor muestran mayores variaciones positivas en comparación con aquellos con un nivel educativo superior. Estos resultados son especialmente evidentes en cuanto al conocimiento de las cuentas y la asignación de funciones específicas dentro del negocios, aspectos sobre los que el programa ha tenido un efecto más profundo en aquellos con menor nivel educativo. Esto puede deberse, si-

milar a las capacidades financieras, a que estos participantes partían de una base más baja en términos de conocimientos y prácticas organizativas, por lo que el margen de mejora era mayor.

De la misma forma, la antigüedad del negocio también influye en la adopción de prácticas organizativas. Los negocios que llevan más de un año en funcionamiento muestran una mayor variación positiva en el puntaje general de la dimensión, en comparación con aquellos que llevan menos de un año. Esto indica que los negocios más establecidos pueden tener una mayor capacidad o necesidad

de implementar prácticas más sofisticadas debido a su experiencia y crecimiento acumulado.

Por último, al analizar la variable de sustento principal, no se encuentran diferencias significativas en los resultados. A pesar de esto, a nivel desagregado, se encuentra una mayor variación positiva en la medición de resultados para aquellos negocios que son el sustento principal de sus propietarios. Esto sugiere que los propietarios que dependen económicamente de sus negocios están más motivados para adoptar prácticas contables más eficientes y precisas.

Tabla 3. Diferencias en los resultados en capacidades organizativas

Puntaje organizativas							
Hombres	0,275	Sin educación superior	0,318	No es sustento principal	0,276	Antiguos	0,293
Mujeres	0,281	Con educación superior	0,230	Sustento principal	0,283	Nuevos	0,270
Diferencia	-0,007	Diferencia	0,088***	Diferencia	-0,007	Diferencia	0,022**

Nota: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01.

4.3. Resultados en capacidades comerciales y digitales

Los resultados en cuanto a las capacidades comerciales y digitales de los micronegocios muestran cambios importantes en la forma en que estos operan y se relacionan con el mercado. En primer lugar, se observa que un 21% de los micronegocios han empezado a utilizar herramientas digitales para hacer negocios, como páginas web, marketplaces o redes sociales. Esta adopción de herramientas digitales sugiere una

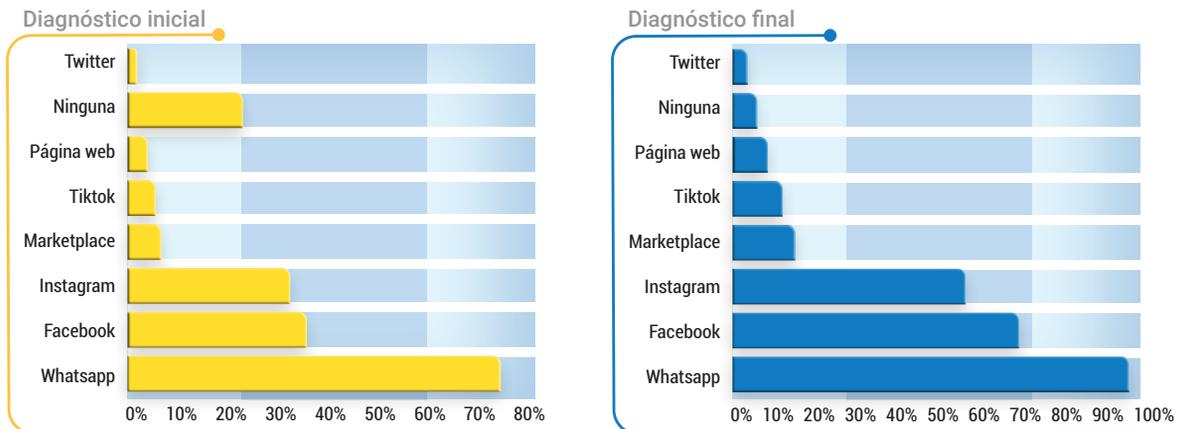
respuesta activa a las demandas del mercado y una adaptación a las tendencias tecnológicas.

Entre las herramientas digitales más utilizadas, WhatsApp destaca como la más popular, con el 92% de los micronegocios utilizando esta plataforma para comercializar sus productos y servicios, seguido de Facebook (58%) e Instagram (49%). Sin embargo, el uso de he-

herramientas como páginas web o Marketplaces aún es relativamente bajo, lo que sugiere un

potencial de crecimiento en la expansión de la presencia online de los micronegocios.

Figura 12. Herramientas digitales para hacer negocios



Fuente: elaboración propia con datos de Alístate y Transforma-T para Crecer.

En cuanto a la disponibilidad de dispositivos electrónicos, se observa que la gran mayoría de los microempresarios cuenta con un celular disponible para su negocio, pero solo el 45% reporta tener un computador para el mismo. Esta disparidad puede indicar una limitación en el acceso a herramientas tecnológicas más avanzadas, lo que podría afectar la capacidad de los micronegocios para aprovechar al máximo las oportunidades digitales.

En cuanto a los canales de venta, predomina la modalidad directa, es decir, ventas directas a los clientes de manera presencial, con una participación superior al 80%. Sin embargo, las ventas a través de redes sociales también presentan una presencia significativa, alcanzando una cuota cercana al 15%.

Es importante observar que un 9% de los micronegocios que previamente no lo hacían, han

empezado a implementar plataformas de comercialización y redes sociales como canales de venta adicionales. Esta iniciativa sugiere una apertura hacia nuevas estrategias de ventas y una respuesta positiva a los cambios en el comportamiento de los clientes.

Con relación al perfil de clientes, si bien la mayoría (93%) de los micronegocios venden al público general, es notable que un porcentaje importante (56%) también tiene como clientes a sus familiares o amigos, y un 5,7% les vende únicamente a estos. Con menor frecuencia se encuentran otro tipo de clientes como empresas (16%) o entidades del Estado (5,1%). Esto sugiere la importancia de fortalecer aún más las capacidades comerciales y digitales de estos micronegocios.

El análisis comparativo de esta dimensión se realiza mediante el cálculo del puntaje general a partir de indicadores como el uso de dispositivos electró-

nicos para el negocio, el acceso y uso del internet, los medios virtuales utilizados para hacer negocios, los canales de venta empleados, los principales clientes del negocio y las capacitaciones recibidas por el dueño o los trabajadores del negocio.

Después de analizar los resultados de las pruebas de medias en cuanto a la variación de las capacidades comerciales y digitales entre participantes con distintas características, se encuentran varios hallazgos relevantes. En primer lugar, se observa que la variación en el puntaje general es positiva para todos los participantes, sin diferencias significativas entre hombres y mujeres.

En términos de nivel educativo, los participantes con un nivel educativo de bachillerato o menor han mostrado una variación positiva y mayor que aquellos con mayor nivel educativo. Esto podría indicar que el programa ha sido particularmente efectivo en capacitar y apoyar a aquellos con menor nivel educativo, ayudándoles

a cerrar la brecha digital y mejorar sus capacidades comerciales.

De la misma forma, los resultados muestran que el puntaje general ha tenido una variación positiva mayor para aquellos propietarios cuyo negocio representa su sustento principal en comparación con los que no dependen exclusivamente de su negocio. Esta diferencia puede reflejar una mayor motivación y necesidad de estos propietarios para adoptar tecnologías digitales que mejoren sus operaciones y sus ventas.

La antigüedad del negocio también ha influido en la variación de estas capacidades. Los negocios con más de un año de funcionamiento han mostrado una mayor variación positiva en el puntaje general, principalmente en temas como el uso de medios virtuales para hacer negocios, lo que podría deberse a una mayor estabilidad y experiencia que les permite aprovechar mejor las oportunidades digitales.

Tabla 4. Diferencias en los resultados en capacidades digitales y comerciales

Puntaje comerciales y digitales							
Hombres	0.148	Sin educación superior	0.172	No es sustento principal	0.116	Antiguos	0.145
Mujeres	0.138	Con educación superior	0.098	Sustento principal	0.148	Nuevos	0.136
Diferencia	0.010	Diferencia	0.074***	Diferencia	-0.032***	Diferencia	0.009*

Nota: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01.

5. Evaluación de resultados de Alístate y Transforma-T para Crecer

Después de analizar las pruebas de medias y comparar las variaciones en el rendimiento de las unidades productivas, en esta sección se establece una relación estadística más robusta que vincula la participación en el programa con los cambios observados en el desempeño de las empresas. Para ello, se utilizó un modelo de datos en panel con dos periodos, controlando los efectos fijos de las unidades productivas. Esta metodología permite estimar de manera más precisa los efectos potenciales del programa. La regresión se realizó de la siguiente manera:

$$Capacidades_{it} = \beta_0 + \beta_1 Después_{it} + \alpha_i + \mu_{it}$$

En donde $Capacidades_{it}$ es el puntaje general obtenido por la unidad productiva i en el tiempo t , que en este caso corresponde al antes ($t=0$) o después ($t=1$) de haber participado en el

programa. β_0 es el intercepto o constante del modelo y β_1 es el coeficiente que mide el posible efecto asociado del programa en el puntaje del indicador. $Después_{it}$ es una variable binaria que corresponde al antes ($t=0$) o después ($t=1$) de haber participado en el programa. α_i son los efectos fijos de i , que capturan todas las características invariables en el tiempo de los propietarios y de sus unidades productivas y μ_{it} es el término de error que, en este caso, se considera puede estar correlacionado a nivel de cámara de comercio.

La regresión realizada presenta hallazgos clave detallados en los resultados de la tabla 5, que revelan un aumento significativo en el puntaje general obtenido por los participantes del programa en el diagnóstico de entrada. En concreto, la participación en el programa se correlaciona con un

incremento de 18 puntos porcentuales en el puntaje general. Este resultado sugiere una mejora considerable en las capacidades evaluadas de las unidades productivas que participaron, destacando la efectividad del programa en potenciar sus competencias.

Este incremento se calcula después de controlar las características individuales de las unidades productivas que permanecen invariables con el tiempo, lo que garantiza una mayor fiabilidad en los resultados del programa. Además, se ajustan los errores estándar a nivel de clúster, en este caso, las cámaras de comercio, lo que proporciona una estimación más precisa y robusta del efecto del programa. Este ajuste considera la posible correlación entre observaciones dentro del mismo clúster o grupo, reforzando la validez de los hallazgos.

Tabla 5. Diferencia en el resultado general después del programa

Variables	Puntaje general
Después	0.1798*** (0.022)
Constante	0.4336*** (0.011)
Observaciones	7,314
R-squared	0.488
Número de empresas	3,657

Errores estándar robustos en paréntesis.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Análisis de resultados para las capacidades financieras

En términos de capacidades financieras, los indicadores relacionados al método de ahorro, los pagos por medios digitales y las cantidades de ventas por estos medios, muestran una variación

positiva significativa. El puntaje general promedio de los participantes en esta dimensión con respecto al diagnóstico de entrada aumentó en 12 puntos porcentuales al finalizar el programa.

Este incremento de 12 puntos porcentuales indica una mejora global en la gestión y práctica financiera de los micronegocios. Este avance es un indicativo de que los participantes no solo han adoptado nuevas herramientas y métodos, sino que también han integrado estos cambios de manera efectiva en sus operaciones diarias, contribuyendo a un manejo financiero más sólido y sostenible.

La mayor variación se presentó en la cantidad de ventas en las que reciben pagos digitales y otra variación relevante se presentó en la implementación de métodos de pago digitales adicionales al efectivo. Al inicio del programa, el 52% de los negocios utilizaban pagos digitales, y esta cifra aumentó al 63% al finalizar el programa. Este incremento de 11 puntos porcentuales sugiere una adopción de tecnologías de pago modernas, facilitando transacciones más seguras y eficientes.

Tabla 6. Diferencias en las capacidades financieras después del programa

Variables	Capacidades financieras
Después	0.1179*** (0.022)
Constante	0.4072*** (0.011)
Observaciones	7,312
R-squared	0.200
Número de empresas	3,657

Errores estándar robustos en paréntesis.

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Análisis de resultados para las capacidades organizativas

En términos de capacidades organizativas, se han registrado mejoras significativas en la adopción de prácticas contables entre los participantes. El puntaje general en esta dimensión con respecto al diagnóstico de entrada experimentó un notable aumento promedio de 28 puntos porcentuales, lo que refleja un avance considerable en la gestión interna de las unidades productivas.

Este incremento se debe en gran medida a un aumento en el porcentaje de negocios que ahora reportan conocer sus cuentas de manera más precisa. En particular, el porcentaje de propietarios que informan tener un conocimiento exacto de sus ganancias y costos ha aumentado en 41 puntos porcentuales. Esta mejora indica una mayor capacidad de los empresarios para llevar un control detallado y exacto de sus finanzas, lo cual es fundamental para una gestión eficiente y la toma de decisiones informadas.

Además, este avance en la contabilidad no solo sugiere una mejor comprensión y seguimiento de las finanzas del negocio, sino también una adopción más amplia de prácticas organizativas que facilitan una gestión más efectiva. Estos resultados son indicativos de un progreso hacia una administración más estructurada y profesional, que puede contribuir a la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo de las unidades productivas.

Además, hubo un incremento de 21 puntos porcentuales en el indicador relacionado a la asignación de funciones específicas dentro de la microempresa, de 13 puntos porcentuales en cuanto a la medición de resultados, y de 9.6pp en el uso de herramientas menos manuales para

llevar la contabilidad, como softwares o informes financieros, sugiriendo mejoras en las prácticas de gestión contable.

Tabla 7. Diferencias en las capacidades organizativas después del programa

Variables	Capacidades organizativas
Después	0.2810*** (0.031)
Constante	0.3926*** (0.015)
Observaciones	7,314
R-squared	0.434
Número de empresas	3,657

Errores estándar robustos en paréntesis.

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Análisis de resultados para las capacidades comerciales y digitales

Las capacidades comerciales y digitales de los participantes también han mostrado una notable mejora, reflejada en un aumento promedio de 14 puntos porcentuales en el puntaje general de esta dimensión con respecto al diagnóstico de entrada. Este incremento indica un progreso significativo en la competencia digital y comercial de los negocios involucrados en el programa.

A pesar de que no se observó un cambio considerable en la proporción de negocios que han adoptado canales de venta diferentes a las ventas directas, se han registrado avances significativos en el uso de tecnologías digitales. El acceso y uso de internet aumentó en 18 y 10 puntos porcentuales, respectivamente, mientras que el uso

de dispositivos electrónicos creció en 12 puntos porcentuales y el empleo de medios digitales para realizar negocios subió en 10 puntos porcentuales.

Estos resultados sugieren que, aunque las ventas directas continúan siendo el método predominante para la mayoría de los negocios, ha habido una creciente integración de tecnologías digitales. Este avance en la adopción de herramientas digitales no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también amplía el alcance de los negocios en el mercado, facilitando una mayor interacción con los clientes y la optimización de procesos comerciales.

Tabla 8. Diferencias en las capacidades comerciales y digitales después del programa

Variables	Capacidades digitales
Después	0.1407*** (0.016)
Constante	0.5008*** (0.008)
Observaciones	7,314
R-squared	0.419
Número de empresas	3,657

Errores estándar robustos en paréntesis.

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

6. Consideraciones finales

El programa “Alístate y Transforma-T para Crecer”, busca mejorar las capacidades organizativas, comerciales, digitales y financieras de los negocios de pequeña escala. Este programa ha sido diseñado para abordar los desafíos específicos de estos negocios y promover su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo. Este documento examinó el desempeño de las unidades productivas antes y después de su participación en el programa, revelando resultados significativos que ofrecen valiosas perspectivas para el desarrollo de nuevos programas y el fortalecimiento de las unidades de la economía popular.

El análisis de los resultados demuestra que las unidades productivas que participaron en el programa han experimentado mejoras significativas. En el ámbito financiero, se ha observado un aumento del 32% en el uso

de métodos de pago digitales y un incremento del 43% en las ventas realizadas a través de estos medios. Estos avances reflejan una mejora notable en la capacidad de ahorro, métodos de pago y solicitudes de crédito. Aunque no se encontraron diferencias significativas por género, los participantes con menor nivel educativo mostraron una mayor mejora, lo que subraya la efectividad del programa en cerrar brechas educativas. Además, los propietarios cuyo negocio es su principal fuente de sustento también mostraron mejoras destacadas en sus capacidades financieras.

En cuanto a las capacidades organizativas, el 32% de los micronegocios ha comenzado a llevar contabilidad por primera vez, aunque la mayoría sigue utilizando métodos manuales. Sin embargo, un 9% aún no lleva ningún tipo de registro, lo que evidencia una

oportunidad para seguir trabajando en la alfabetización financiera. Es alentador ver que el 71% de los micronegocios ahora conoce sus ganancias y el 74% sus gastos, lo que indica un progreso significativo en su gestión financiera.

Los resultados en capacidades comerciales y digitales también son prometedores. Un 21% de los micronegocios ha comenzado a utilizar herramientas digitales, destacándose WhatsApp, Facebook e Instagram como las plataformas más populares. Aunque el uso de páginas web y marketplaces sigue siendo bajo, la incorporación de plataformas digitales para la venta por parte del 9% de los negocios refleja una adaptación positiva a las nuevas demandas del mercado.

El análisis comparativo revela mejoras en todos los participantes, sin diferencias significativas entre hombres y mujeres. Los participantes con menor nivel educativo y aquellos cuyo negocio es su principal fuente de sustento muestran una mayor mejora, lo que indica que el programa ha sido efectivo en cerrar brechas digitales y motivar a los propietarios a adoptar prácticas más eficientes.

Después de considerar las características no observables que permanecen constantes a lo largo del tiempo, se observa un aumento significativo de 18 puntos porcentuales en el puntaje general de las unidades productivas tras su participación en el programa. En particular, las capacidades

financieras incrementaron en 12 puntos porcentuales, las organizativas en 28 puntos, y las comerciales y digitales en 14 puntos. Estos avances subrayan el efecto positivo del programa en el desarrollo de capacidades clave para los micronegocios.

En este contexto, es crucial continuar con la implementación y expansión de programas como “Alístate y Transforma-T para Crecer”. Ampliar el alcance de estos programas permitirá incluir un mayor número de micronegocios, proporcionando una formación integral que aborde sus necesidades específicas y promueva su crecimiento sostenible.

Además, se deberían desarrollar estrategias adicionales que fomenten la formalización de las unidades productivas, lo cual es esencial para su estabilidad y acceso a nuevas oportunidades de financiamiento y apoyo institucional.

Finalmente, la colaboración entre el Gobierno, el sector privado y la academia es esencial para construir un ecosistema de apoyo sólido para la economía popular. Al unir esfuerzos, podemos crear redes de apoyo, ofrecer programas educativos y desarrollar iniciativas conjuntas que impulsen el desarrollo y la sostenibilidad de las unidades productivas en la economía popular. Estos esfuerzos conjuntos son fundamentales para fortalecer la competitividad y presencia en el mercado de nuestros micronegocios.

7. Referencias

- Aftab, K., & Rahim, E. (1989). 'Barriers' to the Growth of Informal Sector Firms: A Case Study. *The Journal of Development Studies*, 25(4), 490–507. <https://doi.org/10.1080/00220388908422125>
- Bergesio, L. (2004). *Lopopularylaeconomía en América Latina: Conceptos y políticas posibles*. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-81042004000200002&ln-
- Centro de Comercio Internacional (ITC) (2021b). *Perspectivas de competitividad de las PYME del 2021: Empoderamiento para una recuperación verde* (No. 2021; *Perspectivas de competitividad de las PYME*, p. 112). Centro de Comercio Internacional.
- Chena, P. I. (2018). *La economía popular y sus relaciones determinantes*. Cuadernos de La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy, 53, 205–228. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-81042018000100009&ln-
- CONPES. (2019). CONPES 3956. *Política de formalización empresarial*.
- Coraggio, J. L. (1995). *Del sector informal a la economía popular: un paso estratégico para el planteamiento de alternativas populares de desarrollo social*.

- Distinguin, I., Rugemintwari, C., & Tacneng, R. (2016). Can informal firms hurt registered SMEs' access to credit?. *World Development*, 84, 18-40.
- DNP. (2023). Plan Nacional de Desarrollo 2022-2023.
- Fernández, C. (2020). Informalidad empresarial en Colombia. *Coyuntura Económica*, 133-168.
- Gago, V., Cielo, C., & Gachet, F. (2018). Economía popular: entre la informalidad y la reproducción ampliada. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*, 11-20.
- ILO. (2017). Enterprise formalization.
- INIDA. (n.d.). Economía de subsistencia. Retrieved July 30, 2023, from <https://inida.org/derecho-alimentario-economia-subsistencia>
- McCall, Jamie R., Prochaska, Natalie, & James R. Onorevole. 2023. "Identifying Reasons for Small & Medium-Sized Firm Closures in North Carolina: An Exploratory Framework Leveraging Administrative Data." Raleigh, NC: Carolina Small Business Development Fund. doi: 10.46712/firm.closure.reasons.
- Organización Internacional de Trabajo (OIT) (2020). Impacto de la COVID-19 en las Mipymes colombianas. OIT Países Andinos COLOMBIA. https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/12/impacto_covid_web-1.pdf
- ReNaTEP. (2022). Características laborales y productivas en la economía popular.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (n.d.). Conoce qué es la Economía Popular y Solidaria (EPS). Retrieved July 31, 2023, from <https://www.seps.gob.ec/institucion/conoce-que-es-la-economia-popular-y-solidaria-eps/>

Análisis de resultados del programa

Alístate y Transforma-T para crecer

Desarrollando capacidades para la economía popular



Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio