



Fortalecimiento de las capacidades en marketing digital y pasarela de pagos de los emprendedores de economía popular de barranquilla y su área metropolitana

Edwin Javier Arrieta Valderrama, Magíster en Gerencia del Talento Humano.

Dannys Patricia Mendoza Valencia, Magíster en Ingeniería Industrial.

Alba Luz Álvarez Barranco, Magíster en Educación.

Jorge Luis Turizo Correa, Magíster en Gestión de Organizaciones.

Marcos Cabarcas Velásquez, Magíster en Administración de Empresas.

Lisset Paola Arroyo Oviedo, Magíster en Administración de Empresas.

Erica Paola Tejedor Fuentes, Magíster en Intervención Psicológica en el Desarrollo y la Educación.

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Barranquilla, Colombia

ejarrietav@sena.edu.co;
dpmendozav@sena.edu.co;
aalvarezb@sena.edu.co;
jlturizoc@sena.edu.co;
macabarcas@sena.edu.co;
lparroyo@sena.edu.co;
eptejedor5@misena.edu.co

RESUMEN

El proyecto Fortalecimiento de las capacidades en marketing digital y pasarela de pago de los emprendedores de Economía Popular del Área Metropolitana de Barranquilla se presenta debido a la poca capacidad comercial en canales digitales de los micronegocios presentes en la Economía Popular del Área Metropolitana de Barranquilla. Esta iniciativa tiene como objetivo principal diseñar un modelo estratégico que permita fortalecer las habilidades comerciales y digitales de estos emprendedores a fin de que se evidencie en las prácticas empresariales que realizan diariamente en sus miscronegocios. No obstante, se ha de tener en cuenta un enfoque especial en aquellos que operan en la informalidad. Del mismo modo, al empoderar a los emprendedores de Economía Popular y brindarles herramientas para incursionar en el mundo digital, se ha de contribuir al fomento de la formalización, promoviendo un crecimiento económico sostenible en la región.

Palabras Clave:

Emprendedores; Economía Popular; Marketing Digital; Micronegocios; Pasarela de Pagos.

Edwin Javier Arrieta
Valderrama, Magíster
en Gerencia del Talento
Humano.

Dannys Patricia
Mendoza Valencia,
Magíster en Ingeniería
Industrial.

Alba Luz Álvarez Barranco,
Magíster en Educación.

Jorge Luis Turizo Correa,
Magíster en Gestión de
Organizaciones.

Marcos Cabarcas
Velásquez, Magíster en
Administración de Empresas.

Lisset Paola Arroyo
Oviedo, Magíster en
Administración de Empresas.

Erica Paola Tejedor Fuentes,
Magíster en Intervención Psicológica
en el Desarrollo y la Educación.

Servicio Nacional de
Aprendizaje SENA
Barranquilla, Colombia

ejarrietav@sena.edu.co;
dpmendozav@sena.edu.co;
aalvarezb@sena.edu.co;
jlturizoc@sena.edu.co;
macabarcas@sena.edu.co;
lparroyo@sena.edu.co;
eptejedor5@misena.edu.co

ABSTRACT

The project Strengthening the capabilities in digital marketing and payment gateway of the Popular Economy entrepreneurs of the Metropolitan Area of Barranquilla is presented due to the low commercial capacity in digital channels of the microbusinesses present in the Popular Economy of the Metropolitan Area of Barranquilla. The main objective of this initiative is to design a strategic model that allows strengthening the commercial and digital skills of these entrepreneurs so that it is evident in the business practices they carry out daily in their microbusinesses. However, a special focus must be taken on those who operate informally. Likewise, by empowering Popular Economy entrepreneurs and providing them with tools to enter the digital world, we must contribute to the promotion of formalization, promoting sustainable economic growth in the region.

KeyWords:

Entrepreneurs; Popular
Economy; Digital Marketing;
Microbusinesses; Payment
Gateway.

INTRODUCCIÓN

En Colombia, el sector informal de la economía sigue representando un desafío importante en busca de un desarrollo económico sostenible y equitativo. Según los últimos datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en el último trimestre de 2020, la tasa de informalidad laboral alcanzó un preocupante 47.4%. Esta realidad demuestra la necesidad de implementar estrategias que impulsen la formalización y productividad de los micronegocios, que constituyen una parte significativa de la economía informal. En este contexto, se presenta Fortalecimiento de las capacidades en marketing digital y pasarela de pagos de los emprendedores de Economía Popular de Barranquilla y su área Metropolitana. Esta iniciativa tiene como objetivo principal desarrollar una ruta de fortalecimiento comercial en canales digitales para los micronegocios presentes en la economía popular del Área Metropolitana de Barranquilla. Al empoderar a los emprendedores de Economía Popular y brindarles herramientas para incursionar en el mundo digital, este proyecto ha de fomentar la formalización y promover un crecimiento económico sostenible en la región.

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 [1].

El Plan Nacional de Desarrollo incluye como actores de la economía popular a las MiPymes y los micronegocios. Según el DANE las MiPymes se clasifican por el rango de las unidades de valor tributario (UVT) por sector

económico, en comparación con los micronegocios que son entes económicos de hasta nueve personas ocupadas [2].

Siguiendo con lo anterior, se resaltan los esfuerzos que el gobierno de Perú ha implementado a través de la plataforma “Proinnóvate”, que tienen como objetivo potencializar el desarrollo tecnológico y productivo del país, brindando financiamiento de proyectos de innovación y emprendimiento a empresas de todos los sectores. Además, genera asesorías sobre emprendimiento, asociatividad de productores y gremios empresariales del sector público y académico [3].

Por otro lado, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, ha lanzado una estrategia que busca impulsar el desarrollo de la Economía Popular en todo el territorio nacional, esta estrategia “Full Popular” que tiene como propósito robustecer a emprendedores, micronegocios, unidades productivas personales, familiares, domésticas y comunitarias de cualquier sector económico del país. A través de la creación de nuevas líneas de financiamiento del Fondo Emprender. Adicionalmente, esta estrategia busca fortalecer las habilidades de los emprendedores por medio de la implementación de capacitaciones y acompañamiento de personal especializado [4].

A su vez, la investigación se justifica de manera sólida y fundamentada, dada a la persistencia de la economía informal en Colombia, los objetivos planteados en el Plan Nacional de Desarrollo 2023-2026 y el enfoque de diversificación y fortalecimiento económico del Plan Departamental del Atlántico, los cuales respaldan la necesidad de impulsar la formalización y productividad de los micronegocios en la región.

De modo que, mediante la capacitación y fortalecimiento de habilidades en comercialización digital, busca generar un impacto

positivo en la economía local, mejorar la calidad de vida de los microempresarios y contribuir al desarrollo sostenible y equitativo de Barranquilla y su área metropolitana. Puesto que, la inclusión digital y el aprovechamiento de las tecnologías digitales son clave en el contexto actual, la formación de emprendedores y micronegocios en el uso efectivo de canales digitales de comercialización les permitirá abrir nuevas puertas, alcanzar nuevos mercados y fortalecer su capacidad empresarial en un entorno altamente competitivo; además, la formalización de los micronegocios les brindará acceso a beneficios asociados al empleo formal, como seguridad social y créditos, lo que contribuirá a mejorar su calidad de vida y su capacidad de crecimiento.

OBJETIVOS

Objetivo principal:

Desarrollar un modelo estratégico que permita fortalecer las habilidades comerciales y digitales de los emprendedores de Economía Popular de Barranquilla y su Área Metropolitana.

Objetivos específicos:

- Determinar las necesidades comerciales y digitales de los emprendedores de Economía Popular de Barranquilla y su Área Metropolitana mediante una caracterización integral.
- Analizar los datos obtenidos a través de la caracterización integral efectuada a los emprendedores de Economía Popular de Barranquilla y su Área Metropolitana.
- Estructurar un plan de capacitación basado en estrategias de mentoría para el mejoramiento de las habilidades comerciales y digitales de los emprendedores de Economía Popular de Barranquilla y su Área Metropolitana.

Planteamiento Del Problema

En Colombia, los desafíos que impiden el desarrollo de la economía popular están directamente relacionados con el alto nivel de informalidad en el que realizan su actividad económica [5]. También, los micronegocios tienen problemas socioeconómicos difíciles; el 69,7 % de los casi 5,7 millones de micronegocios que existían en el 2021, eran de personas en condición de vulnerabilidad. Además, casi la mitad de ellos tenía más de diez años funcionando [1]. A su vez, en 2021 estaban registrados un total de 5.780.622 micronegocios en Colombia, de estos solo 2.086.855 (36,10 %) contaban con acceso o utilizaron internet, en comparación con 3.693.766 (63,90 %) que no tenían acceso o definitivamente no utilizaron el servicio de internet [2]. Por tanto, se logra ver, que existe muy poca capacidad comercial en canales digitales de los emprendimientos de Economía Popular, los cuales se han de reconocer como micronegocios. Esta limitación se origina a partir de diversas causas, partiendo desde el desconocimiento de las capacidades de comercialización en canales digitales que ellos tienen, hasta la falta de acceso a programas de capacitación dirigidos a estos negocios. Existen deficiencias en la caracterización de las capacidades de estos emprendimientos, lo que impide una comprensión profunda de sus necesidades y desafíos en el ámbito digital. Los emprendedores de Economía Popular carecen de análisis detallados sobre las tendencias del mercado y las demandas de los consumidores locales. Además, la falta de conocimiento sobre temas clave de comercialización en línea y la limitada disponibilidad de programas de formación específicos para este sector de la economía, agravan la situación. Como resultado, estos micronegocios no solo pierden oportunidades de ventas y clientes, sino que también enfrentan limitaciones en su crecimiento empresarial y su capacidad para innovar.

METODOLOGÍA

El diseño de la investigación se fundamenta en la investigación cuantitativa, puesto que su fortaleza es establecer patrones claros y precisos que proyecten la medición de variables específicas [6]. Haciendo uso del método descriptivo, ya que, el principal objetivo de este consiste en conocer cabalmente las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. La escogencia de estos métodos y técnicas demuestra que en conjunto apuntan al mismo propósito, indagar profusamente sobre las necesidades de los participantes ante el tema que se acusa, permitiendo una comprensión holística de la Economía Popular [7]. Y de naturaleza propositiva, gracias a que, no solo busca describir cuál es el estado de la cuestión, sino que, además, pretende proponer soluciones que sean efectivas e innovadoras a fin de responder a las necesidades identificadas en el contexto del estudio [8].

De tal modo, para la recolección de los datos de caracterización de los emprendedores de Economía Popular de Barranquilla y su Área Metropolitana. Para ello se diseñó un cuestionario en Google Forms, basado en la Encuesta de Micronegocios EMICRON según el DANE a partir de los años 2022 – 2023, debido a que las dimensiones que en ella se presentan son acordes a las necesidades de información evidenciadas. Se vio pertinente sentar siete dimensiones en las que figuran preguntas de selección múltiple, dicotómicas, abiertas y de tipo Likert; 75 ítems en total. Entre los que se encuentran D1_Identificación sociodemográfica, D2_Identificación del micronegocio, D3_Emprendimiento – Inicio de operaciones, D4_Ubicación, D5_Personal ocupado, D6_Tecnologías de la información y las comunicaciones TIC, D7_Expectativas adaptativas, D8_Inclusión financiera y D9_Capital social.

Este fue sometido a un riguroso proceso de validación por medio de pares ciegos especializados, quienes emitieron revisión para comprobar la relevancia, claridad y pertinencia de cada ítem propuesto. Para lo que se efectuó una prueba piloto a diez participantes, partiendo del muestreo probabilístico de tipo intencional a fin de ajustar aquellas anfibologías que no garanticen la fiabilidad del mismo. Posteriormente se ha de aplicar a toda la muestra (30 emprendedores de Economía Popular) tomada de la población objetivo. Se suma una revisión de literatura en fuentes confiables como Google Scholar, Redalyc, Scielo y Dialnet. Posteriormente, los datos fueron analizados desde un cálculo de confiabilidad, haciendo uso del coeficiente Alfa de Conbrach, el cual arrojó como resultado ($P=799$) [8], [9].

A su vez, esta se estructura en tres fases. La primera ha de dar a conocer el objetivo del proyecto a los participantes, construcción y aplicación del instrumento de recolección de datos. Para la segunda fase se han de analizar los datos obtenidos gracias al instrumento de medición. Mientras que, en la fase tres, se ha de estructurar un plan de capacitación que incluya estrategias de mentoría para mejorar las prácticas empresariales y comercio digital de los emprendedores de Economía Popular que se busca impactar. Para ello, se ha de contar con un grupo de aprendices, que primeramente serán entrenados con el propósito de que adquieran competencias y desarrollen habilidades que les permita ofrecer soluciones eficientes y eficaces a cada uno de los emprendedores con los que se viene trabajando. Estos contarán con el acompañamiento de los profesionales que hacen parte del equipo investigador.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como resultados, en la D1_Identificación sociodemográfica se observó una amplia y detallada

descripción de cada uno de los emprendedores de Economía Popular, en donde se evidencia su distribución por edades, género, nivel académico y situación socioeconómica, lo que ha de permitir, no solo estructurar un modelo de capacitación que se adapte a sus necesidades reales, sino que, además, proyecta un perfil sociodemográfico claro y conciso. Puesto que, este dato es crucial, debido a que podría influir en la capacidad de los emprendedores para innovar, adaptarse a nuevas tecnologías o gestionar eficientemente.

En el caso de D2_Identificación del micronegocio, se identificaron varias de las principales barreras a las que se enfrentan los emprendedores de Economía Popular de Barranquilla y su Área Metropolitana. Dentro de ellas se encuentran las dificultades para formalizar sus micronegocios, las diferentes restricciones que existen al momento de acceder a créditos en entidades bancarias, el eminente desconocimiento de las herramientas digitales que posibilitan desarrollar el comercio electrónico, y diversidad de problemáticas dadas frente a la distribución de sus productos y/o servicios. Sin duda, la formalización es crucial para acceder a beneficios como créditos, programas de apoyo gubernamental, y mayor visibilidad en el mercado. Por lo tanto, es fundamental promover campañas de sensibilización sobre la importancia de la formalización y ofrecer incentivos para que más micronegocios den este paso.

Seguidamente, D3_Emprendimiento – Inicio de operaciones, se pudo segmentar a los emprendedores a partir de su nivel de desarrollo, es decir, fue posible clasificarlos de acuerdo al estatus empresarial en el que se encuentra, bien sea incipiente, intermedio o avanzado, lo que también se ha de ver desde el tipo de micronegocio que ha de manejar. Al tiempo, se concibe que este hallazgo ha de facilitar que el programa de apoyo que se espera estructurar sea personalizado y enfocado en las

disímiles etapas que se atribuyen al ciclo del ejercicio o actividad económica que se desarrolle.

Hablar de D4_Ubicación, sugiere determinar el impacto que se refleja a causa de una serie de factores, como la necesidad de reducir costos operativos, un ejemplo ha de ser los egresos que se dan mensualmente a raíz del alquiler de locales para el funcionamiento y operatividad del negocio, probablemente, debido a la falta de acceso a espacios comerciales de orden formal.

Contiguamente, D5_Personal ocupado, indica que casi la mitad de los micronegocios operan con tres colaboradores. Por lo que se observa que es más rentable desarrollar sus actividades económicas con equipos pequeños, lo cual se entiende como común en los micronegocios, dado que los recursos humanos tienden a ser limitados.

Así mismo, D6_Tecnologías de la información y las comunicaciones TIC, gracias a la caracterización, fue posible identificar cuál es el nivel de conocimiento que poseen los emprendedores de Economía Popular en cuanto a cómo gestar estrategias de ventas, hacer uso de las múltiples plataformas digitales, crear planes de marketing por medio de redes sociales e incursionar en el mundo del comercio electrónico. A razón, se destacaron cada una de las áreas en las que estos requieren formación o apoyo técnico para fortalecer las debilidades que presentan.

Entre tanto, en D7_Expectativas adaptativas, el análisis revela cuáles son las fuentes de financiación a las que recurren los emprendedores de Economía Popular de Barranquilla y su Área Metropolitana, la capacidad económica que tienen para acceder a tecnología de calidad y las redes de apoyo con las que cuentan los emprendedores. No obstante, se han identificado los vacíos existentes en infraestructura tecnológica, conectividad a internet y la escasez de alianzas estratégicas que contribuyan

al crecimiento del micronegocio.

Más aún, D8_Inclusión financiera, demuestra que el uso de servicios como Daviplata y Bancolombia, aunque minoritario, refleja que hay una alta variedad de soluciones disponibles y que algunos micronegocios están explorando diferentes plataformas para encontrar la que mejor se adapte a sus necesidades operativas.

D9_Capital social, enfatiza en que la gran mayoría de los micronegocios se financian con recursos propios. Esto indica que los emprendedores dependen principalmente de sus ahorros o ingresos personales para iniciar y mantener sus negocios.

Desde este punto, Cohen y la CEPAL enfatizan en que factores como el acceso a las TIC y redes de capital social son determinantes en la operatividad de los micronegocios de América Latina. El estudio que han realizado determina cómo la Economía Popular persevera en suplir la insuficiencia de empleos formales gracias a la diversidad de iniciativas autogestionadas y colectivas, en donde cada vez más, las áreas de inclusión financiera y estabilidad laboral en los sectores informales deben ser impactadas atendiendo las necesidades de mayor gravedad en el asunto [10].

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez conocidos los datos y efectuado el análisis y el cálculo de confiabilidad, se percibe que los resultados arrojados han de servir factiblemente en la formulación de un plan de capacitación mucho más preciso e idóneo [11], [12], debido a que ha de estar sujeto a un diagnóstico objetivo y ampliamente detallado frente a la realidad de los emprendedores de Economía Popular de Barranquilla y su Área Metropolitana. Pues, el identificar cada área crítica de después de llevada a cabo la caracterización, permitirá detectar aquellos aspectos

clave en los que los emprendedores y sus micronegocios muestren mayores debilidades, tanto en capacitación, gestión financiera, estrategias para aumentar sus ventas, marketing digital, incursión en las redes sociales, manejo de plataformas para el comercio electrónico, como sus prácticas gerenciales.

Para terminar, se recomienda explorar herramientas tecnológicas que sean efectivas y propicien la innovación y el desarrollo sostenible, a fin de diseñar un modelo estratégico en el que se ejecuten intervenciones que respondan eficiente y eficazmente a las necesidades específicas de los emprendedores y sus micronegocios. Además, se deben establecer indicadores que permitan medir el éxito del plan de capacitación. Ya que, los indicadores que se escojan serán esenciales para dar continuidad a la aplicación de las mejoras continuas del programa.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] DNP, «Plan Nacional de Desarrollo 2022 - 2026,» pp. pp. 1-345, 2023.
- [2] DANE, «Encuesta de Micronegocios (EMICRON) 2022,» 2023.
- [3] ProInnovate, «Concursos para emprendedores,» 2023.
- [4] SENA, «Full Popular”, la gran apuesta del SENA para impulsar la “Economía Popular” en los barrios de Colombia,» 2023. [En línea].
- [5] DANE, «DANE - ¿Cuántos somos? Censo Nacional de Población y Vivienda,» 2022.
- [6] J. W. Creswell, «Research deign: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4ht ed.),» SAGE, 2014.
- [7] G. V. A. y. C. N. Guevara, «Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas y de investigación-acción),» Recimundo, vol. 4, nº 3, pp. 136-173, 2020.
- [8] R. F. C. C. y. B. L. P. H. Sampieri, Metodología de la investigación (6ª ed.), McGraw-Hill, 20218.
- [9] H. C. O. y. A. C. Arias, «Aproximación al uso del coeficiente alfa de Conbrach,» Revista Colombiana de Psiquiatría , vol. 34, nº 4, pp. 572-580, 2005.
- [10] E. C. &. CEPAL, «Microempresas y economía popula,» 1989. [En línea]. Available: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/29712>.
- [11] Fundación Coppel, «Coppel Emprende,» [En línea]. Available: <https://www.fundacioncoppel.org/coppel-emprende/>. [Último acceso: 26 10 2024].
- [12] Walmart México, «Emprendamos juntos,» 2024. [En línea]. Available: <https://walmart.org.mx/emprendamos-juntos/>. [Último acceso: 26 10 2024].

BIBLIOGRAFIA

Araya, R., Córdoba R., & Jaén G. (2015). Tendencias internacionales en la formación archivística. Códices

Camacho de Samper, Marina (1990) El Centro Comercial Bogotá en la trayectoria de la formación profesional. SENA: Distrito Capital. Documento 30 años del Centro Comercial Bogotá
Banco terminológico de series documentales facilitativas de la administración pública colombiana

Canal. Contenido Archivístico. Formación Archivística SENA por las instructoras pensionadas Leyda Gómez, Piedad Pinto, Ana María Chávez. <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=JedF7TWnaww&sfnsn=scwspwa>

Congreso de Colombia. (7 de marzo de 1996). Ley estatutaria de la administración de justicia. [Ley 270 de 1996]. DO: 42745. Bogotá.10.
Congreso de Colombia. (14 de julio de 2000). Por medio de la cual se dicta la Ley General de Archivos y se dictan otras disposiciones. [Ley 594 de 2000]. ("LEY 594 DE 2000 | Normatividad AGN - Archivo General") DO: 44084 Bogotá

Congreso de Colombia. (30 de agosto de 2010). Por la cual se reglamenta el Ejercicio profesional de la Archivística, se dicta el Código de Ética y otras disposiciones. [Ley 1409 de 2010]. DO: 47817. Bogotá
Historia de la gestión documental en Colombia - La Era Digital. (n.d.). Retrieved from <https://laeradigital.blog/2024/02/05/historia-gestion-documental-colombia/>

Jaramillo, O., Betancur Roldán, M. C., & Marín Agudelo, S. A. (2017). La archivística como profesión: caracterización del proceso de formación de la Escuela Interamericana de Bibliotecología. *Revista Interamericana De Bibliotecología*, 40(3), 243–259. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v40n3a05>
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/11089/1/JaramilloOrlanda_2017_ArchivisticaProfesionCaracterizacion.pdf

Mauri, A. (2008). Ventajas y desventajas de las nuevas tendencias en la formación profesional del archivista. *Cuadernillos del Archivo Nacional*, 22.

Salazar Ramos, M. (2018). El archivo y su adaptación a los cambios sociales: sociedad de la información y revolución tecnológica. *ResearchGate*) INVESTICGA: Revista De Investigación En Gestión Administrativa Y Ciencias De La Información, 2. <https://doi.org/10.23850/25907662.1854>

(SENA. Programa Gestión de Documentos Electrónicos.P.1) Código 511312
SENA. CGA. Programa Gestión documental código 134401.,2022. p.1
SENA. Programa de formación Tecnólogo en Gestión Documental. Bogotá SENA, 2022

[www.sena.edu.co.](https://www.sena.edu.co/) (en..). Retrieved from https://www.sena.edu.co/es-co/comunidades/instructores/CONVENIOS_COOPERACION%20universidades_2021/CONVENIO%20MARCO%20ESPECIAL%20DE%20COOPERACION%20N%20074%20-17.pdf

Samper Gnecco, Germán Arquitecto moderno colombiano.. (n.d.). Retrieved from.Edificio SENA <https://www.germansamper.com/edificio-sena>