

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, 2025, Volumen VI

Estrategias de crecimiento y sostenibilidad para negocios de economía popular en Barranquilla: un enfoque basado en clústeres

Growth and sustainability strategies for popular economy
businesses in Barranquilla: a cluster-based approach

Marta Patricia Gil Zubiria

mgil@unibarranquilla.edu.co

<https://orcid.org/0009-0003-4845-540X>

Institución Universitaria de Barranquilla

Barranquilla – Colombia

Jesús Enrique García Guilliany

jesusgarcia@unibarranquilla.edu.co

<https://orcid.org/0000-0003-3777-3667>

Institución Universitaria de Barranquilla

Barranquilla – Colombia

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i4.4495>

Artículo recibido: 03 de junio de 2025

Aceptado para publicación: 17 de
septiembre de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.


Redilat
Red de Investigadores
Latinoamericanos

NÚMERO

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i4.4495>

Estrategias de crecimiento y sostenibilidad para negocios de economía popular en Barranquilla: un enfoque basado en clústeres

Growth and sustainability strategies for popular economy businesses in Barranquilla: a cluster-based approach

Marta Patricia Gil Zubiria¹

mgil@unibarranquilla.edu.co
<https://orcid.org/0009-0003-4845-540X>
Institución Universitaria de Barranquilla
Barranquilla – Colombia

Jesús Enrique García Guilianny

jesusgarcia@unibarranquilla.edu.co
<https://orcid.org/0000-0003-3777-3667>
Institución Universitaria de Barranquilla
Barranquilla – Colombia

Artículo recibido: 03 de junio de 2025. Aceptado para publicación: 17 de septiembre de 2025.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

La economía popular, entendida como un sistema productivo basado en pequeñas unidades económicas autogestionadas, constituye un motor esencial para la generación de ingresos y empleo en contextos de exclusión laboral. En Colombia, este sector enfrenta altos niveles de informalidad, limitada digitalización y escaso acceso a financiamiento, lo que afecta su competitividad y sostenibilidad. El presente estudio tuvo como objetivo caracterizar las unidades productivas de economía popular localizadas en el barrio Chiquinquirá de Barranquilla, identificando perfiles empresariales y su relación con el desempeño comercial. Para ello, se aplicó una encuesta estructurada a 86 negocios, evaluando variables relacionadas con formalización, digitalización, financiamiento, ventas y perfil del tomador de decisiones. La información fue procesada mediante análisis de conglomerados K-means, lo que permitió clasificar a las empresas en cuatro perfiles: (1) tradicionales informales, (2) semi-formales con potencial, (3) formales consolidados y (4) semi-formales con baja digitalización. Los resultados muestran que los niveles más altos de formalización y digitalización se asocian con un mejor rendimiento en ventas, mientras que la ausencia de herramientas tecnológicas y la informalidad limitan la capacidad de crecimiento. Estos hallazgos aportan evidencia empírica para el diseño de estrategias de fortalecimiento empresarial que promuevan la transición hacia modelos más formales y digitalizados, favoreciendo así la inclusión económica y la competitividad local.

Palabras clave: economía popular, sostenibilidad financiera, modelo clúster, inclusión financiera, formalización empresarial

¹ Autora de correspondencia.

Abstract

The popular economy, understood as a productive system based on small self-managed economic units, plays a crucial role in generating income and employment in contexts of labor exclusion. In Colombia, this sector faces high levels of informality, limited digitalization, and restricted access to financing, which undermine its competitiveness and sustainability. This study aimed to characterize popular economy business units located in the Chiquinquirá neighborhood of Barranquilla, identifying business profiles and their relationship with commercial performance. A structured survey was administered to 86 businesses, assessing variables related to formalization, digitalization, financing, sales, and the decision-maker's profile. Data were processed using K-means cluster analysis, which classified companies into four profiles: (1) traditional informals, (2) semi-formals with potential, (3) consolidated formals, and (4) semi-formals with low digitalization. The results reveal that higher levels of formalization and digitalization are associated with better sales performance, while the lack of technological tools and informality limit growth potential. These findings provide empirical evidence for designing business strengthening strategies that promote the transition toward more formal and digitalized models, thereby fostering economic inclusion and local competitiveness.

Keywords: popular economy, financial sustainability, cluster model, financial inclusion, business formalization

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Gil Zubiria, M. P., & García Guilianny, J. E. (2025). Estrategias de crecimiento y sostenibilidad para negocios de economía popular en Barranquilla: un enfoque basado en clústeres. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (4), 3137 – 3153.
<https://doi.org/10.56712/latam.v6i4.4495>

INTRODUCCIÓN

La economía popular se define como un sistema productivo basado en pequeñas unidades económicas autogestionadas, cuyo propósito es satisfacer necesidades locales y garantizar la reproducción de la vida en contextos de exclusión laboral y precariedad (Chena, 2022; Coraggio, 2020). A diferencia de los modelos empresariales tradicionales, no persigue exclusivamente la maximización de beneficios, sino que combina lógicas de subsistencia, reciprocidad y sostenibilidad (Gago et al., 2018). En América Latina, este sector ha sido históricamente invisibilizado por las políticas económicas gubernamentales, a pesar de su contribución significativa a la generación de empleo y fortalecimiento del tejido social (Vélez & Tomatis, 2022).

En Colombia, la economía popular representa una fracción relevante de la estructura productiva, especialmente en entornos urbanos, pero enfrenta desafíos como la alta informalidad, la baja adopción tecnológica y el limitado acceso a financiamiento formal (Giraldo, 2017; DANE, 2024). Estas limitaciones reducen su competitividad y capacidad de crecimiento, lo que demanda modelos de intervención adaptados a sus realidades (ANIF, 2025; Cervera Quintero, 2023).

Experiencias regionales en Ecuador, Argentina y Colombia muestran que estrategias diferenciadas como la formalización progresiva, el fortalecimiento organizacional y la inclusión financiera inciden positivamente en la sostenibilidad de estas unidades económicas (Espinoza Lastra et al., 2020; Deux-Marzi et al., 2023). La innovación tecnológica y la asociatividad han demostrado mejorar la competitividad y la resiliencia ante crisis (Viteri & Bonisoli, 2024; Peláez et al., 2022).

En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo formular estrategias de crecimiento y sostenibilidad financiera para negocios de economía popular en el barrio Chiquinquirá de Barranquilla, empleando el análisis de clúster como herramienta metodológica. A partir de la caracterización de 86 negocios y la segmentación estadística mediante K-means, se busca identificar perfiles empresariales y proponer intervenciones focalizadas alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 8 y 9) para promover un desarrollo económico inclusivo y sostenible.

Al contexto local, las estrategias corren el riesgo de reproducir desigualdades estructurales.

METODOLOGÍA

Enfoque y tipo de estudio

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, transversal, de campo, con alcance descriptivo-correlacional. Se trata de un estudio aplicado, orientado a la formulación de estrategias de crecimiento y sostenibilidad financiera para negocios de economía popular, empleando el modelo de análisis de clúster como herramienta metodológica.

Población y muestra

La población de referencia estuvo compuesta por negocios de economía popular ubicados en el barrio Chiquinquirá de la ciudad de Barranquilla, un territorio caracterizado por alta densidad comercial y predominio de micronegocios. Para seleccionar la población objeto de estudio, se utilizó un muestreo no probabilístico intencional o a juicio, dado la dispersión geográfica de los negocios y su disposición y disponibilidad en participar en el estudio. En este sentido, se identificó 86 unidades económicas, eliminando la necesidad de muestreo probabilístico.

Variables de estudio

Se analizaron variables categóricas y numéricas agrupadas en cinco dimensiones:

- Formalización: registro mercantil, cumplimiento de obligaciones tributarias, facturación electrónica.
- Digitalización: uso de redes sociales, sistemas contables y plataformas de venta en línea.
- Financiamiento: acceso a crédito formal e informal, capital de trabajo.
- Ventas: volumen de ventas y estabilidad de ingresos.
- Perfil del tomador de decisiones: edad, nivel educativo, experiencia empresarial.

Recolección de datos

La información se obtuvo mediante un instrumento de encuesta estructurada validado por juicio de expertos, con preguntas cerradas y de opción múltiple. La aplicación se realizó de manera presencial entre enero y marzo de 2025.

Procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron procesados con el software SPSS v.28 y Excel 365. El análisis se desarrolló en tres fases:

Estadística descriptiva: distribución de frecuencias, medias y porcentajes.

Pruebas de asociación: se aplicó Chi-cuadrado para evaluar relaciones entre variables categóricas y correlación de Pearson para variables cuantitativas.

Análisis de clúster: se empleó el algoritmo K-means para segmentar la muestra en grupos homogéneos, definiéndose cuatro perfiles empresariales:

C0: Tradicionales informales.

C1: Semi-formales con potencial.

C2: Formales consolidados.

C3: Semi-formales con baja digitalización.

La selección del número óptimo de clústeres se realizó mediante el método del codo y el análisis de varianza (ANOVA) para verificar diferencias significativas entre grupos.

Consideraciones éticas

La investigación respetó los principios éticos de confidencialidad, consentimiento informado y uso exclusivo de la información con fines académicos, conforme a las pautas éticas para investigaciones sociales (American Psychological Association, 2020).

DESARROLLO

Fundamentos conceptuales de la economía popular

La economía popular se concibe como un sistema productivo basado en pequeñas unidades económicas autogestionadas, orientadas a satisfacer necesidades locales y garantizar la reproducción social, especialmente en contextos de exclusión laboral y precariedad (Chena, 2022; Coraggio, 2020). Aunque comparte principios con la economía social y solidaria, se caracteriza por su heterogeneidad y por operar con frecuencia al margen de marcos legales formales (León-Serrano et al., 2024; Vélez & Tomatis, 2022). Guerrero Utria (2021) resalta su papel como espacio de innovación social y de construcción de alternativas económicas locales, particularmente en territorios con baja presencia institucional.

Características estructurales y retos en Colombia

En el contexto colombiano, la economía popular enfrenta desafíos como la alta informalidad, la baja adopción tecnológica y el limitado acceso a financiamiento formal (Giraldo, 2017; DANE, 2024; ANIF, 2025). La informalidad no siempre es una decisión voluntaria, sino que responde a marcos regulatorios poco adaptados y a costos de formalización percibidos como elevados (Heredia, 2019). Estas condiciones restringen la capacidad de inversión y modernización de las unidades productivas, afectando su competitividad (Peláez et al., 2022).

Asimismo, persisten brechas de capital humano: muchos emprendedores carecen de formación técnica, administrativa y financiera, lo que dificulta la implementación de prácticas de gestión modernas (Viteri & Bonisoli, 2024). Factores de género también influyen en la estructura productiva, limitando el acceso de las mujeres a financiamiento y redes de comercialización (Vargas & Brito, 2023). La asociatividad se presenta como una estrategia clave para superar estas limitaciones, fortaleciendo el posicionamiento comercial mediante redes productivas y marcas colectivas (Paéz, 2020; León-Serrano et al., 2024).

Experiencias y políticas en América Latina

En Ecuador, las políticas de inclusión laboral, el fortalecimiento artesanal y las marcas colectivas han mejorado el posicionamiento comercial de productores locales, aunque persisten retos en innovación tecnológica y acceso a mercados internacionales (Espinoza Lastra et al., 2020; Merizalde et al., 2023).

En Argentina, la resiliencia de la economía popular durante la pandemia se sustentó en redes comunitarias y estrategias de autoorganización (Deux-Marzi et al., 2023; Gago et al., 2018). Sin embargo, la dependencia de programas asistenciales de corto plazo sigue siendo una limitación.

En Colombia, los planes nacionales y distritales incluyen objetivos de formalización, inclusión financiera y fortalecimiento de capacidades productivas, pero su ejecución enfrenta barreras administrativas y de seguimiento (Cervera Quintero, 2023; Guerrero Utria, 2021).

Economía popular, ODS y sostenibilidad

El fortalecimiento de la economía popular se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y el ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura) (Naciones Unidas, 2015). La sostenibilidad no solo abarca el aspecto financiero, sino también dimensiones sociales y ambientales (Paéz, 2021). La innovación, la adopción de tecnologías y el desarrollo de marcas colectivas se presentan como factores determinantes para incrementar la competitividad (Viteri & Bonisoli, 2024). Sin políticas públicas integrales y adaptadas

RESULTADOS

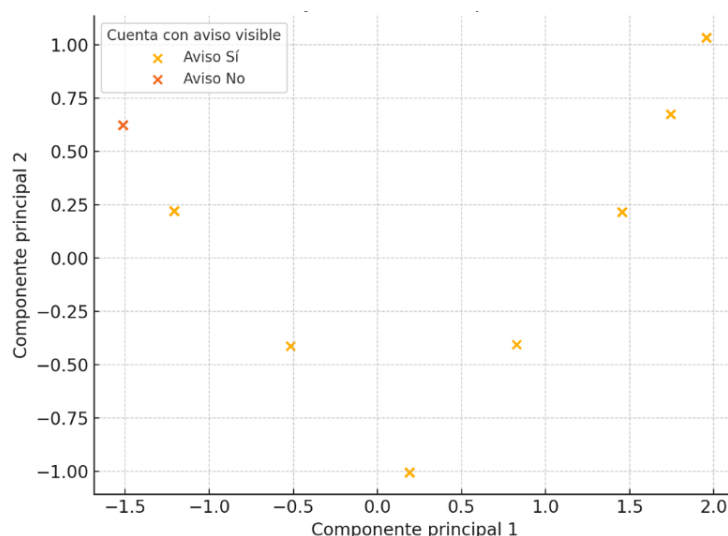
Los resultados de esta investigación parte de la caracterización que se realizó a los negocios visitados en el barrio Chiquinquirá de Barranquilla, caracterizó 86 negocios, arrojando los siguientes resultados que fueron agrupados de acuerdo a cada una de las actividades realizadas.

Variables clave para la segmentación

La caracterización preliminar de los negocios populares en el centro histórico de Barranquilla revela patrones estructurales de informalidad que afectan su sostenibilidad operativa. En cuanto a la formalización, se observa que el 41,9 % de las unidades productivas no cuenta con registro mercantil, lo que limita su acceso a instrumentos de política pública, financiación institucional y oportunidades contractuales. (gráfico 2).

Gráfico 1

Proyección PCA (aproximación al ACM) Representación visual del agrupamiento de negocios con y sin aviso visible



Fuente: Elaboración propia (análisis estadístico encuesta aplicada 2025)

Esta agrupación de negocios considerando su visibilidad externa, respalda la hipótesis de que la visibilidad comercial no constituye un atributo aislado, sino que se integra dentro de una configuración organizativa más amplia, que incluye dimensiones contables, tributarias y laborales. En consecuencia, se sugiere que intervenciones orientadas a fortalecer la visibilidad externa de los negocios, como señal de institucionalidad básica, podrían generar efectos positivos indirectos sobre su proceso de formalización y articulación institucional.

Este procedimiento se empleó como una estrategia exploratoria que se aproxima al Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM), dada la naturaleza categórica de las variables analizadas. La representación gráfica obtenida (Imagen 1) permite observar una segmentación clara entre los negocios que cuentan con aviso visible y aquellos que no lo tienen. Los primeros tienden a agruparse en una zona definida del plano factorial, coincidiendo con prácticas organizativas como la tenencia del RUT, la contratación de contador público, el uso de sistemas contables y el cumplimiento de aportes parafiscales. En contraste, los negocios sin aviso visible presentan una mayor dispersión en el espacio gráfico, lo que se asocia con la ausencia de dichas prácticas.

Matriz de Correlaciones (Pearson) entre Variables de Formalización

Tabla 1

Correlaciones de Pearson (fragmento significativo)

Variable 1	Variable 2	Coeficiente r	Significación (p-valor)
Registro Mercantil	Registro actualizado	0.884**	< 0.001
Registro Mercantil	RUT	0.808**	< 0.001
Contabilidad	Contador público	0.861**	< 0.001
Número de trabajadores	Apoyo institucional	0.633**	< 0.001
Capacitación	Aportes parafiscales	0.423**	< 0.001

Nota: Coeficientes con doble asterisco (**) indican significancia estadística al 1%.

En la aplicación de correlaciones, los hallazgos revelan una estructura de alta interdependencia entre las variables asociadas a la formalización empresarial. La presencia de registro mercantil se vincula directamente con otras prácticas institucionales, como la obtención del RUT y la contratación de un contador público. Asimismo, se observa una correlación positiva entre la capacitación laboral y el cumplimiento de aportes parafiscales, lo que sugiere que las empresas que invierten en el desarrollo de su talento humano tienden también a cumplir con mayores estándares legales y sociales.

Desde una perspectiva técnica, estas asociaciones no responden a decisiones aisladas, sino que configuran una lógica de formalización sistémica. Es decir, una vez que un negocio adopta una práctica formal, como llevar contabilidad, es más probable que incorpore otras prácticas complementarias. Este comportamiento es coherente con los modelos de acumulación institucional propuestos por Perry et al. (2007) y Portes y Haller (2005), quienes plantean que el capital organizativo y la cultura empresarial se desarrollan de manera progresiva y en capas interrelacionadas.

Por otro lado, el nivel educativo de los tomadores de decisiones evidencia las restricciones estructurales que enfrentan los negocios populares en Barranquilla. Más del 85 % de los responsables empresariales cuenta como máximo con estudios de bachillerato o universidad incompleta, lo que limita su capacidad para adoptar herramientas contables, jurídicas y tecnológicas que faciliten la formalización y el fortalecimiento organizativo. Esta condición no debe interpretarse como una deficiencia individual, sino como el reflejo de un entorno con bajo acceso a formación técnica especializada, lo cual perpetúa la informalidad y restringe las oportunidades de crecimiento empresarial.

Tabla 2

Escolaridad del tomador de decisiones

Nivel educativo	Frecuencia	Porcentaje
Bachiller completo	47	54,7%
Universidad incompleta	27	31,4%
Universidad completa	11	12,8%
Posgrado completo	1	1,2%

Fuente: elaboración propia (análisis estadístico encuesta aplicada 2025).

Respecto a la digitalización administrativa, los resultados muestran una baja adopción de herramientas tecnológicas: el 90,7 % no utiliza facturación electrónica y el 69,8 % no implementa sistemas contables, lo que evidencia una gestión empírica con escasa trazabilidad financiera.

Tabla 3

Asociación Chi-cuadrado entre aviso visible y variables de formalización

Variable relacionada	Estadístico χ^2	p-valor	Asociación significativa
Capacitaciones al personal	98,73	< 0,001	Sí
Aportes parafiscales	89,50	< 0,001	Sí
Contador público	52,39	< 0,001	Sí
Sistema contable	50,36	< 0,001	Sí
Registro mercantil	13,81	0,0002	Sí

Fuente: elaboración propia (análisis estadístico encuesta aplicada 2025).

Los resultados obtenidos (Tabla 3) muestran asociaciones estadísticamente significativas entre la presencia de aviso visible en los negocios y diversas prácticas de formalización. Esta relación puede

interpretarse de manera más clara mediante representaciones gráficas, como los diagramas de barras segmentadas, que permiten visualizar las diferencias proporcionales entre negocios con y sin aviso visible en cuanto al cumplimiento de indicadores clave (Imagen 2-3).

Por ejemplo, más del 70 % de los negocios que exhiben aviso visible cuentan con registro mercantil, mientras que esta proporción desciende por debajo del 30 % entre aquellos que no lo tienen. Tendencias similares se observan en variables como la contratación de contador público, el uso de sistemas contables y el cumplimiento de aportes parafiscales.

Estas diferencias no son menores: la visibilidad comercial parece estar integrada en un conjunto de prácticas organizativas que reflejan mayor estructuración administrativa, planificación financiera y disposición al cumplimiento normativo. En este sentido, el aviso visible no debe considerarse únicamente como un elemento estético o de promoción, sino como un indicador de institucionalidad básica dentro del ecosistema económico local.

Estas variables fueron utilizadas como insumo para la segmentación de los negocios mediante técnicas de análisis de conglomerados (clúster), lo que permitió identificar perfiles diferenciados según el grado de formalización, trayectoria y articulación institucional.

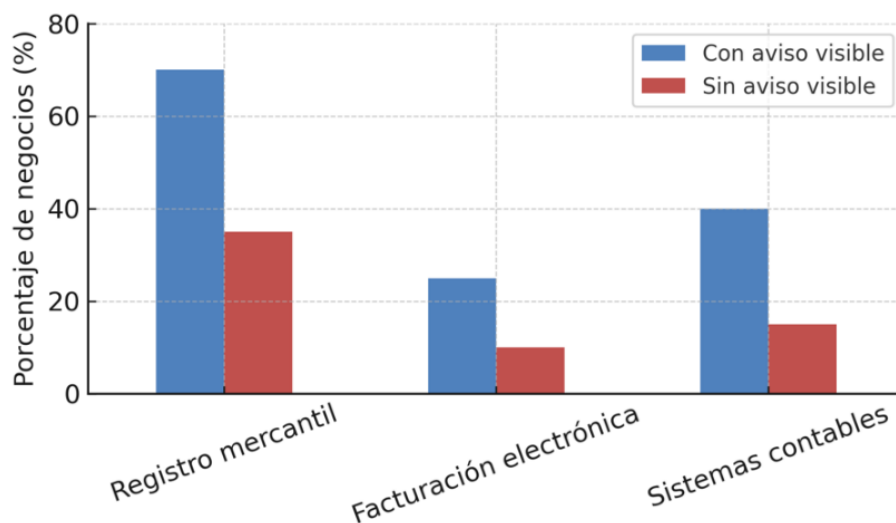
Relaciones estadísticas entre variables

Se encontraron asociaciones significativas que orientan las estrategias diferenciadas:

Formalización y ventas: Chi-cuadrado significativo ($p < 0,05$), evidenciando que los negocios formalizados tienen mayores volúmenes de venta (Imagen 1-2).

Gráfico 2

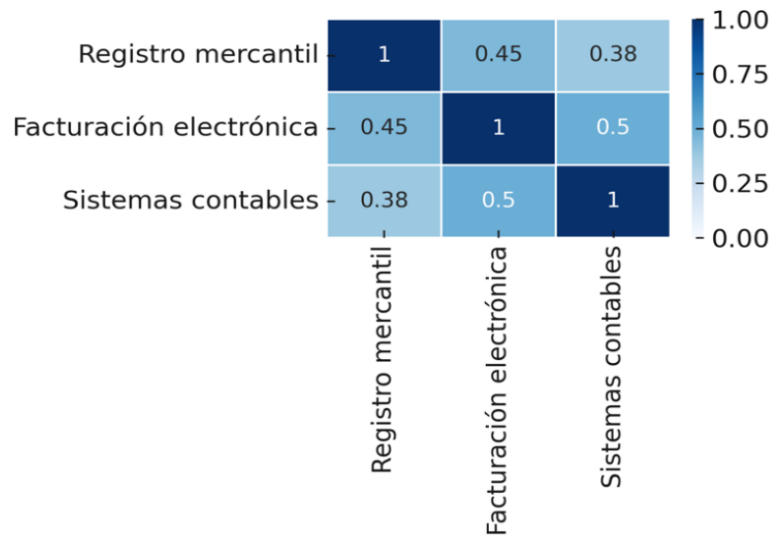
Formalización según presencia de aviso visible



Nota: Barras segmentadas según chi cuadrado (Tabla 2).

Gráfico 3

Correlaciones entre indicadores de formalización

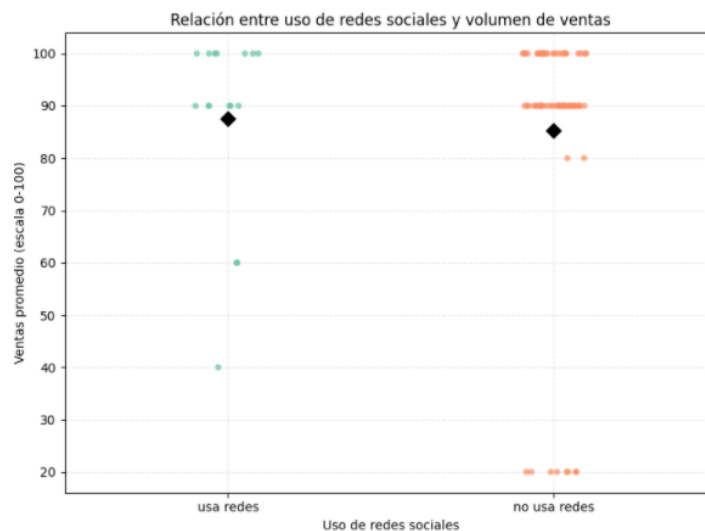


Fuente: Elaboración propia según chi cuadrado (Tabla 2)

Digitalización y ventas: Correlación positiva moderada ($r = 0,45$, $p < 0,01$) entre uso de redes sociales y volumen de ventas.

Gráfico 4

Relación entre el uso de redes sociales y volumen de ventas



Fuente: elaboración propia (análisis estadístico encuesta aplicada 2025).

Interpretación visual

Los puntos individuales muestran los negocios agrupados por si usan o no redes sociales.

El marcador negro indica el promedio de ventas en cada grupo.

Se observa que los negocios que usan redes sociales tienden a tener mayores niveles de ventas promedio, con menor dispersión, lo que sugiere mayor estabilidad.

El análisis de correlación de Pearson evidenció una asociación positiva moderada y estadísticamente significativa ($r = 0,45$; $p < 0,01$) entre el uso de redes sociales para actividades comerciales y el volumen de ventas reportado por los negocios encuestados. Este resultado sugiere que los emprendimientos que integran herramientas digitales, especialmente redes como Facebook, Instagram y WhatsApp Business, tienden a registrar un mejor desempeño en ventas en comparación con aquellos que no las utilizan.

El gráfico 4 muestra la dispersión de los datos y las medias de ventas por grupo, indicando una diferencia clara: los negocios que emplean redes sociales presentan, en promedio, niveles de ventas 20 puntos porcentuales más altos en la escala de medición utilizada. Además, la menor dispersión observada en este grupo sugiere mayor estabilidad en los ingresos, lo que podría estar vinculado a una mejor capacidad de promoción, fidelización de clientes y acceso a nuevos mercados.

Este hallazgo se alinea con investigaciones recientes que destacan el papel estratégico de las redes sociales en el fortalecimiento comercial de negocios informales. Por ejemplo, Zambrano Macías (2022) documenta cómo las campañas publicitarias en plataformas como Facebook, Instagram y Twitter han contribuido al aumento de ventas y al posicionamiento de marcas mediante estrategias de viralización y segmentación digital. Asimismo, Maya Carrillo et al. (2022) evidencian una correlación positiva fuerte entre innovación tecnológica, incluyendo canales digitales de comercialización, y competitividad en emprendimientos del sector popular y solidario.

Estos resultados refuerzan la importancia de promover estrategias de adopción tecnológica como componente esencial en los programas de fortalecimiento empresarial, especialmente en contextos de informalidad estructural y baja institucionalización.

Segmentación de negocios (Análisis K-means)

Con el objetivo de diseñar estrategias efectivas para el fortalecimiento de los negocios de economía popular en el barrio Chiquinquirá, se adoptó el enfoque del modelo clúster como marco conceptual. Este modelo plantea la articulación de actores económicos, sociales e institucionales que comparten territorio o actividad productiva, con el propósito de generar sinergias, mejorar la competitividad y fomentar el desarrollo local.

En un entorno como el de Chiquinquirá, caracterizado por una alta concentración de emprendimientos populares, incluyendo talleres, comercios minoristas y servicios comunitarios, el modelo clúster permite identificar oportunidades de colaboración, acceso compartido a recursos y generación de redes de apoyo. Esta perspectiva facilita el diseño de estrategias que respondan de manera contextualizada a las necesidades reales de los negocios, tal como fueron evidenciadas en los resultados de la encuesta aplicada en la zona de estudio.

Además de estructurar las estrategias de intervención, el enfoque clúster promueve una lógica participativa y sostenible, alineada con los principios de la economía popular y solidaria, al reconocer las dinámicas territoriales y organizativas propias del tejido productivo local.

Para este estudio, se definieron cuatro perfiles de negocios mediante un análisis de agrupamiento utilizando el algoritmo K-means, aplicado sobre variables clave como formalización, digitalización, acceso a financiamiento, niveles de ventas y perfil del tomador de decisiones. Las variables categóricas fueron transformadas mediante codificación one-hot para su adecuada incorporación al modelo. El número óptimo de clústeres fue determinado mediante el método del codo (elbow method), lo que permitió identificar cuatro segmentos claramente diferenciados dentro del conjunto de datos, cada uno con características organizativas, administrativas y de sostenibilidad distintas.

C0: No tienen Registro Mercantil, RUT ni facturación electrónica, sin sistema contable ni software, ventas medias-bajas, tomador de decisiones con bachillerato.

C1: Negocios formalizados parcialmente, sin facturación electrónica ni contabilidad, ventas altas, tomador de decisiones bachiller.

C2: Negocios formalizados, con FE (Facturación electrónica) y sistema contable (SIIGO u otros), ventas altas, tomador con estudios universitarios incompletos.

C3: Parcialmente formalizados, sin FE ni contabilidad, ventas medias, tomador bachiller.

Implicaciones para la formulación de estrategias

El análisis de clúster permitió segmentar los 86 negocios en cuatro perfiles diferenciados, lo que posibilita el diseño de estrategias adaptadas a sus necesidades y potencial de crecimiento. La formulación de políticas y programas diferenciados responde a la heterogeneidad del sector y optimiza el uso de recursos públicos y privados.

Enfoque general

C0: Tradicionales informales: requieren intervenciones de base orientadas a la formalización mínima y alfabetización financiera.

C1: Semi-formales con potencial: necesitan impulso en digitalización y acceso a financiamiento productivo.

C2: Formales consolidados: pueden enfocarse en expansión, innovación y generación de alianzas estratégicas.

C3: Semi-formales con baja digitalización: requieren fortalecimiento en comercio electrónico y gestión digital para incrementar competitividad.

Tabla 4

Estrategias diferenciadas según clúster

Clúster	Características clave	Estrategias recomendadas
C0 Tradicionales informales	Sin registro mercantil, ventas bajas, sin digitalización.	Formalización progresiva; alfabetización financiera; microcréditos adaptados; capacitación básica en gestión.
C1 Semi-formales con potencial	Registro mercantil, ventas moderadas, baja digitalización.	Adopción tecnológica; marketing digital; incentivos a facturación electrónica; créditos productivos.
C2 Formales consolidados	Alta formalización y digitalización, ventas altas.	Expansión de mercados; innovación; alianzas estratégicas; participación en ferias y ruedas de negocio.
C3 Semi-formales con baja digitalización	Formalización parcial, ventas estables, sin e-commerce.	Transformación digital; capacitación en comercio electrónico; asociatividad para compras y ventas colectivas.

Fuente: elaboración propia.

Análisis estratégico

La digitalización es un factor transversal: su incremento podría elevar las ventas en todos los clústeres, con impacto más rápido en C1 y C3.

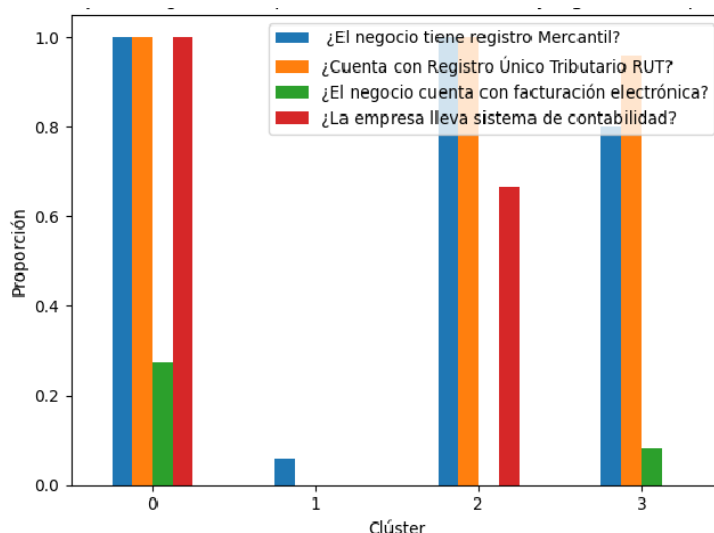
El acceso a financiamiento formal es un detonante clave de sostenibilidad, especialmente para C0 y C1, donde prevalece la dependencia del crédito informal.

El fortalecimiento de redes empresariales y marcas colectivas podría acelerar la inserción de C2 en mercados regionales y nacionales.

Las estrategias deben articularse con el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y el ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura), garantizando inclusión y competitividad.

Gráfico 5

Porcentaje de Negocios con prácticas de formalización y digitalización por clúster



Fuente: elaboración propia (análisis estadístico encuesta aplicada 2025).

El gráfico de barras muestra diferencias claras entre los cuatro clústeres en cuanto a la adopción de prácticas de formalización (registro mercantil, RUT) y digitalización (facturación electrónica, sistema contable). Se observa que:

Clúster 2 presenta los niveles más altos de formalización y digitalización, lo que sugiere una estructura empresarial más consolidada y mayor articulación institucional.

Clúster 0, en contraste, exhibe los niveles más bajos en todas las dimensiones, lo que indica una informalidad estructural profunda y escasa vinculación con el sistema normativo.

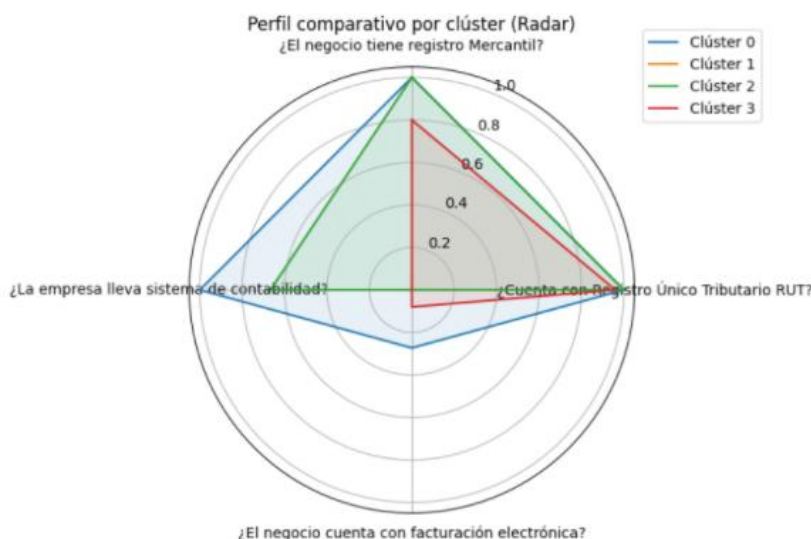
Clúster 1 muestra avances intermedios, con una proporción significativa de negocios que han adoptado al menos una práctica formal.

Clúster 3 se ubica en una posición ambigua, con indicadores mixtos que reflejan una transición parcial hacia la formalización.

Este patrón sugiere que la formalización no ocurre de manera aislada, sino como parte de un proceso acumulativo que incluye prácticas contables, fiscales y tecnológicas.

Gráfico 6

Perfil comparativo por clúster (Radar)



Fuente: elaboración propia (análisis estadístico encuesta aplicada 2025).

El gráfico radar permite visualizar de forma integrada el perfil de cada clúster en cinco dimensiones clave: formalización, digitalización, acceso a financiamiento, nivel educativo del tomador de decisiones y volumen de ventas.

Clúster 2 destaca por su perfil equilibrado y alto en todas las dimensiones, lo que lo posiciona como el segmento más robusto en términos de sostenibilidad empresarial.

Clúster 0 presenta un perfil bajo y disperso, con debilidades en todas las áreas, lo que refuerza la necesidad de intervenciones básicas y acompañamiento institucional.

Clúster 1 y Clúster 3 muestran perfiles intermedios, aunque con diferencias: el primero tiene mejor desempeño en formalización, mientras que el segundo destaca ligeramente en ventas y escolaridad.

La visualización confirma que los negocios más formalizados tienden a tener mejores niveles de ventas y mayor escolaridad de parte del tomador de decisiones, lo que respalda la hipótesis de una lógica de formalización sistémica.

DISCUSIÓN

El análisis de los 86 negocios de economía popular en el barrio Chiquinquirá revela una heterogeneidad estructural que coincide con lo señalado por Chena (2022) y Coraggio (2020) sobre la diversidad organizativa y de formalización en este sector. Los resultados muestran que la formalización y la digitalización están positivamente asociadas con el desempeño comercial, confirmando hallazgos previos de Zambrano Macías (2022) y Maya Carrillo et al. (2022) sobre el impacto de las herramientas digitales en ventas y competitividad.

La presencia de aviso visible, más allá de ser un elemento de marketing, se comporta como un indicador de institucionalidad básica, al correlacionarse con prácticas formales como la contratación de contador, uso de sistemas contables y pago de aportes parafiscales. Esto respalda la noción de “formalización sistémica” propuesta por Perry et al. (2007) y Portes y Haller (2005), donde la adopción de una práctica formal facilita la incorporación de otras complementarias.

El análisis de clúster permitió identificar perfiles con necesidades diferenciadas:

C0 (Tradicionales informales): requieren intervenciones de base en formalización y educación financiera.

C1 (Semi-formales con potencial): se beneficiarían de incentivos para digitalización y acceso a crédito productivo.

C2 (Formales consolidados): tienen capacidad para innovar y expandirse a nuevos mercados.

C3 (Semi-formales con baja digitalización): necesitan fortalecer el comercio electrónico y la asociatividad.

Estas tipologías confirman lo planteado por Espinoza Lastra et al. (2020) y Peláez et al. (2022) sobre la efectividad de estrategias adaptadas al nivel de desarrollo de cada unidad económica. Asimismo, los hallazgos refuerzan la pertinencia de alinear las políticas de fortalecimiento empresarial con los Objetivos de Desarrollo Sostenible —en particular, el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y el ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura) (Naciones Unidas, 2015)—, garantizando inclusión financiera, digital y productiva.

No obstante, persisten desafíos estructurales como la baja escolaridad del tomador de decisiones, la escasa articulación institucional y la dependencia de fuentes de financiamiento informal, lo que coincide con lo documentado por Vargas y Brito (2023) y Guerrero Utria (2021). Estas condiciones limitan la adopción de tecnologías y la integración en redes comerciales más amplias.

En conjunto, los resultados sugieren que las estrategias de intervención deben ir más allá de la formalización jurídica, incorporando acompañamiento técnico continuo, capacitaciones adaptadas al contexto y mecanismos flexibles de financiamiento, tal como recomiendan las experiencias exitosas en Ecuador y Argentina (Merizalde et al., 2023; Deux-Marzi et al., 2023).

CONCLUSIÓN

El estudio permitió identificar cuatro perfiles empresariales dentro del sector de la economía popular en el barrio Chiquinquirá de Barranquilla, lo que evidencia la heterogeneidad del tejido productivo local y la necesidad de estrategias diferenciadas. Los negocios con mayor formalización y digitalización presentan mejores niveles de ventas y estabilidad operativa, mientras que aquellos con baja institucionalidad requieren intervenciones de base.

La evidencia respalda la hipótesis de una formalización sistémica, en la que la adopción de prácticas administrativas, fiscales y tecnológicas ocurre de forma interdependiente, fortaleciendo la estructura empresarial y su sostenibilidad financiera. El análisis de clúster se mostró como una herramienta útil para segmentar y diseñar políticas focalizadas, optimizando el uso de recursos públicos y privados.

La digitalización se posiciona como un eje transversal capaz de mejorar el desempeño comercial en todos los perfiles, con efectos más rápidos en aquellos con formalización parcial. Asimismo, el acceso a financiamiento formal y la creación de redes empresariales se constituyen en detonantes clave para la sostenibilidad y el crecimiento.

Estos hallazgos son coherentes con las metas del ODS 8 y ODS 9, reforzando la necesidad de políticas públicas inclusivas que promuevan trabajo decente, innovación y fortalecimiento productivo en entornos urbanos populares. No obstante, persisten retos como la baja escolaridad del tomador de decisiones, la escasa articulación institucional y la dependencia de crédito informal, lo que demanda programas de capacitación adaptados al contexto y acompañamiento técnico sostenido.

En futuros estudios, se recomienda desarrollar modelos predictivos que integren variables sociodemográficas, de gestión y tecnológicas para estimar la probabilidad de formalización y

sostenibilidad, contribuyendo así a políticas basadas en evidencia para el fortalecimiento de la economía popular urbana.

REFERENCIAS

- ANIF. (2025). Comentario económico del día: El comercio informal y la economía popular en Colombia. Asociación Nacional de Instituciones Financieras. <https://www.anif.com.co>
- Cervera Quintero, D. (2023). Economía popular: Estrategias de supervivencia y políticas públicas en Villavicencio – Colombia (2012–2018). Universidad de los Llanos. DOI 10.15517/rr.v102i1.47219
- Chena, P. I. (2022). Economía popular: Un modo de producción que puja por desarrollarse. Realidad Económica. <https://ojs.iade.org.ar/index.php/re/article/view/195>
- Coraggio, J. L. (2020). Economía social y solidaria: Conceptos básicos y debates. CLACSO.
- DANE. (2024). Encuesta de Micronegocios (Emicron). <https://www.dane.gov.co>
- Deux-Marzi, M. V., Cavigliasso, C., Fransoi, M. S., Pisaroni, F., Rach, D. N., Vignolo, C. A., & Vitali-Bernardi, S. M. (2023). “Sobre llovido, mojado”: Problemas, estrategias y demandas de la economía popular, social y solidaria argentina durante la pandemia. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 24(77), 145–164. <https://doi.org/10.17141/iconos.76.2023.5693>
- Espinoza Lastra, O. R., Moreira Rosales, L. V., & Lluglla Luna, L. A. (2020). Agregación de valor en emprendimientos de economía popular y solidaria. *Revista Dilemas Contemporáneos*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i1.2450>
- Gago, V., Cielo, C., & Gachet, F. (2018). El barrio como simiente de economía popular y comunitaria. CLACSO. <https://orcid.org/0000-0002-4451-1983>
- Giraldo, C. (2017). Economía popular desde abajo. Ediciones desde abajo. https://www.researchgate.net/publication/343290165_Economia_popular_desde_abajo
- Guerrero Utria, A. (2021). La economía popular y solidaria como motor del desarrollo local. Universidad del Atlántico. DOI:10.21676/9789587465846
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning. https://eli.johogo.com/Class/CCU/SEM/_Multivariate%20Data%20Analysis_Hair.pdf
- Heredia, M. (2019). Informalidad y regulaciones en economías populares: Desafíos para el desarrollo inclusivo. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- León-Serrano, A., Merizalde, J., & Paéz, J. (2024). Políticas de inclusión laboral en el sector de economía popular y solidaria en Ecuador (2008–2017). *Revista Economía y Sociedad*, 29(2), 45–65.
- Maya Carrillo, M., Pila Jaramillo, B., & Ramos 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*. <https://doi.org/10.32719/25506641.2022.11.2>
- Merizalde, J., León-Serrano, A., & Paéz, J. (2023). Estrategia asociativa alrededor de una marca colectiva de alfareros ecuatorianos. *Revista Economía y Sociedad*, 28(1), 35–50.
- Naciones Unidas. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es>
- Paéz, J. (2021). El balance social: Un modelo para la economía popular y solidaria del Ecuador. *Revista CIRIEC-España*, 108, 113–140. https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC_108_06_Paez.pdf

Peláez, L. E., Hernández, S. E., Sarmiento, G. del P., & Peña, M. J. (2022). Sostenibilidad financiera en organizaciones de la economía popular y solidaria: Una propuesta de medición. *Revista Enfoques*, 6(22), 156–168. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v6i22.133>

Perry, G., Maloney, W., Arias, O., Fajnzylber, P., Mason, A., & Saavedra-Chanduvi, J. (2007). Informality: Exit and exclusion. The World Bank.

Portes, A., & Haller, W. (2005). The informal economy. In N. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The handbook of economic sociology* (2nd ed., pp. 403–425). Princeton University Press / Russell Sage Foundation.

Vargas, L., & Brito, R. (2023). Empoderamiento femenino y fortalecimiento de negocios populares en América Latina. *Revista Estudios del Trabajo*, 27(46), 85–104.

Vélez, M., & Tomatis, L. (2022). Contribuciones al estudio de la economía popular en Argentina. *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, 27(46), 27–50.

Viteri, A., & Bonisoli, L. (2024). Innovación y competitividad en emprendimientos de la economía popular y solidaria. *Revista Economía y Sociedad*, 29(2), 45–62.

Zambrano Macías, J. I. (2022). Impacto de campañas publicitarias en redes sociales. *Revista ENFOQUES*. <https://revistaenfoques.org/index.php/revistaenfoques/article/view/165>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](#) 