

---

# PROSPECTIVA DECENAL DEL COMERCIO DE LOS CHECHERECHEROS DE MEDELLÍN, SECTOR LA CANDELARIA

---

## Ten-year forecast of the trade of the checherecheros of Medellín, La Candelaria sector

Guillermo Giraldo Vargas<sup>42</sup> y Nelson Augusto Serna Porras<sup>43</sup>

**Cómo citar este capítulo:** Giraldo-Vargas, G. y Serna-Porras, N. (2024). Prospectiva decenal del comercio de los checherecheros de Medellín, sector La Candelaria. En: Avendaño M. y Mondragón S., (Comp.). *Interacciones entre el mundo físico y virtual en el desarrollo socioeconómico*. (345-369). Sello Editorial Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. <https://doi.org/10.22490/UNAD.9786287786202>

---

42. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia — UNAD. Miembro del semillero de investigación SIDESGOP.  
ORCID: 0000-0003-2695-4745  
Correo electrónico: guillermo.giraldo@unad.edu.co

43. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia — UNAD. Líder Semillero de Investigación SIDESGOP.  
ORCID: 0000-0002-4575-4645  
Correo electrónico: nelson.serna@unad.edu.co



## Resumen

Para muchas personas, los vendedores informales son un factor determinante en su vida diaria porque, en muchos casos, determinan la posibilidad de acceder a los recursos básicos de subsistencia. El presente artículo presenta un análisis a futuro de las estrategias de comercialización de los *checherecheros* de la comuna 10 de Medellín. El estudio inició con la consulta de información en fuentes bibliográficas y continuó con la construcción de una encuesta sobre las estrategias de comercialización que utilizan estos vendedores informales en la actualidad. A esto le siguió un estudio prospectivo sobre los retos que se deben enfrentar en los próximos 10 años para mejorar la actividad comercial. Los resultados dan cuenta de una comunidad que negocia principalmente bajo las características del mercadeo tradicional. No se evidencia en esta comunidad suficientes competencias para desarrollar un sistema de *e-commerce*. La normatividad existente es abundante pero dispersa y las condiciones de desigualdad en las que viven estos comerciantes perpetúan su existencia en altos niveles de precariedad que les impide progresar. Se concluyó que para mejorar los resultados de ventas los integrantes de este colectivo deben mejorar sus conocimientos, apostar al mercadeo digital y asociarse para tener una representación formal que haga valer sus derechos.

**Palabras clave:** comercio, prospectiva, sector informal, *checherecheros*, Medellín.

## Abstract

For many people, informal vendors are a determining factor in their daily lives because, in many cases, they determine the possibility of accessing basic subsistence resources. This article presents a future analysis of the marketing strategies of the *checherecheros* of the commune 10 of Medellín. The study began with the consultation of information in bibliographic sources and continued with the construction of a survey on the marketing strategies used by these informal vendors today. This was followed by a prospective study on what they must face in the next 10 years to improve business activity. The results show a community that negotiates mainly under the characteristics of traditional marketing, there is no evidence in this community of competence deficiencies to develop an electronic commerce system. The existing regulations are abundant but dispersed and the conditions of inequality in which they live, merchants perpetuate their existence in high levels of precariousness that prevents them from progressing. It was concluded that to improve sales results, the members of this group must improve their knowledge, bet on digital marketing and join forces to have a formal representation that asserts their rights.

**Keywords:** trade, future studies, informal sector, *checherecheros*, Medellín.

## Introducción

La comercialización de productos y servicios en medio de la economía informal es una actividad que genera ingresos para muchas personas que no tienen acceso a empleos formales y que con su trabajo diario movilizan la economía de Colombia. A pesar de que en el país existe variada normatividad creada para la adecuada gestión de los vendedores informales con el fin de mejorar sus condiciones de trabajo, se requiere de la generación de estrategias que contribuyan a mejorar los resultados en las ventas de los comerciantes informales quienes, dadas sus condiciones de desigualdad, requieren de mayores ingresos para el sustento diario.

En la ciudad de Medellín, específicamente en la comuna 10, sector La Candelaria, se aloja un colectivo de vendedores informales denominados checherecheros, que venden todo tipo de artículos de segunda mano. Estos los recolectan durante actividades de reciclaje o consiguen mediante transacciones informales con otros comerciantes. Estos mercaderes que, por lo general, viven en elevadas condiciones de pobreza tienen el deber de ajustarse a las nuevas demandas de un mercado cada vez más exigente y complejo, en el cual es requisito tener competencias suficientes para llegar a los clientes.

El presente estudio es mixto por cuanto recaba información de tipo cuantitativa y cualitativa en fuentes de información de orden primario y secundario. Se desarrolla mediante la consulta de fuentes bibliográficas, la aplicación de una encuesta sobre las actuales formas de comercialización de los checherecheros y culmina con un análisis prospectivo basado en la aplicación de un método Delphi, un análisis de variables, un estudio de actores y un análisis morfológico que dio paso a los varios escenarios posibles para las formas de mercadear de esta comunidad.

### ***Prospectiva decenal del comercio de los Checherecheros de Medellín, Sector La Candelaria***

La comercialización de productos y servicios es una actividad dinámica y compleja. Su crecimiento y desarrollo en el último siglo no tiene precedentes y, al parecer, no existe evidencia de que este comportamiento cambie en el futuro próximo, en el cual, el uso eficiente de las nuevas tecnologías representa uno de sus pilares fundamentales (Kotler y Keller, 2006). Una de las facetas más complicadas que presenta en la actualidad es la falta de formalización (Fernández *et al.*, 2018) que se da en medio de la economía informal, entendida como aquella en la que los actores involucrados “no están reconocidos ni protegidos por los marcos legales y regulatorios existentes” (ILO, 2022). Dicha informalidad es realizada por los vendedores mismos, quienes al no poder ingresar al mercado laboral formal o al no estar satisfechos con sus empleos (Nasiff, 2020), optan

por desarrollar actividades económicas que no cumplen con las regulaciones establecidas con el fin de evadir las cargas impositivas (OPPCM, 2018, p.8; De Soto *et al.*, 1987, p.3) y de esta manera garantizar mayores ingresos para su subsistencia. Estos recursos, por lo general, no están garantizados por el estado colombiano. Tal como se puede apreciar en las cifras de desocupación laboral, aún no logra garantizar el pleno empleo, posiblemente por su débil infraestructura (Uribe, 2006; Portes y Haller, 2004), la cual, en algunas oportunidades, deja la impresión de ser un obstáculo (Uribe, 2006).

Como es de esperarse, la situación descrita anteriormente disminuye la calidad de vida de los ciudadanos quienes se ven sometidos a una existencia basada en la supervivencia. Para ellos, el comercio informal representa una forma de trabajo y, por consiguiente, de sustento diario. Realizado con bajos niveles de especialización, esto incide también en la disminución de la productividad del país. Asimismo, va en contravía de un buen proceso de investigación, desarrollo e innovación y, desde luego, perpetúa a “los informales” en estas actividades que, por lo general, permiten un bajo ingreso económico, lo cual se convierte en un impedimento para su progreso y el de sus familias.

La solución a una problemática tan compleja requiere de estrategias que den paso a formas de comercialización cada vez más eficaces para hacer frente a las demandas del mercado actual y que contemplen las tendencias futuras en las formas de vender. La prospectiva (Godet, 2007), como forma de aproximarse a los acontecimientos futuros sobre la base de tendencias actuales, representa una alternativa para lograr un acercamiento a los posibles escenarios futuros que se avecinan en lo relacionado con el comercio informal.

El comercio informal representa un 63% en Colombia (DNP, 2019). En la ciudad de Medellín, específicamente la Comuna 10 del sector La Candelaria, emplea a los cheche-recheros (vendedores de todo tipo de artículos usados), objeto del presente estudio, muchos de los cuales viven en condiciones de precariedad a pesar de la existencia de variada y abundante normatividad tal como se puede apreciar en la Constitución Política de Colombia (Congreso de la República de Colombia, 1991), la ley 1780 de 2016 (Congreso de la República de Colombia, 2016), la ley 1988 de 2019 (Congreso de la República de Colombia, 2019), el decreto 567 de 2014 (Presidencia de la República de Colombia, 2014), el decreto 117 de 2020 (Presidencia de la República de Colombia, 2020) o la resolución 1213 de 2020 (Ministerio del Trabajo, 2020). Dicha normatividad hasta el día de hoy parece ser ineficiente, posiblemente por la falta de seguimiento y control de los mecanismos que el estado ha creado (en el papel) para controlar y, en lo posible, contrarrestar el crecimiento de este fenómeno que también está presente en el resto del mundo y continúa avanzando.

Para contribuir a la solución de las dificultades que experimentan los checherecheros, se ha realizado un estudio prospectivo basado en la caja de herramientas de Godet (2007), cuyo resultado brinda una perspectiva del futuro que se avecina en relación con sus formas de mercadear productos y servicios en medio de la economía informal.

## Metodología

Dada la complejidad que subyace en los diferentes contextos de la economía informal, fue necesario iniciar la investigación con una revisión exhaustiva de fuentes bibliográficas relacionadas con los métodos de la prospectiva (Godet, 2007). También, a partir de los datos obtenidos en etapas anteriores de la investigación que arrojaron datos importantes obtenidos tras la aplicación de una encuesta aplicada a 228 checherecheros del sector la Candelaria. Este instrumento fue sometido previamente a revisiones de validez mediante rúbrica de evaluación de pares y confiabilidad calculada con el Alpha de Cronbach en el *software* PSPP.

La información obtenida permitió la contextualización necesaria frente a la problemática y de esta manera aportó en el proceso de elaboración de una matriz DOFA para el análisis de la situación interna y externa en relación con los aspectos que inciden en la actividad comercial de esta subpoblación de los vendedores informales; para complementar los datos, se construyó una matriz PESTEL de factores del entorno. Ambas matrices, otros datos obtenidos de diferentes fuentes de información procedente de instituciones de orden nacional y supranacional, así como la realización de varios talleres de prospectiva en colaboración con expertos seleccionados incluyendo dos rondas del método Delphi (Godet, 2007), fueron necesarios para descubrir diferentes variables presentes en el fenómeno de la economía informal las cuales se consignaron en una matriz de influencia – dependencia y posteriormente fueron llevadas al *software* MICMAC (Godet, 2007) como forma de sistematización. Para obtener una perspectiva más confiable, se estudiaron los actores mediante el *software* MACTOR (Godet, 2007) y se elaboró un análisis morfológico con el programa MORPHOL (Godet, 2007). La información obtenida mediante la aplicación de los métodos y herramientas anteriores son la garantía de un proceso adecuado proceso de investigación.

## Resultados

A pesar de que la economía informal ha sido sujeto de múltiples estudios a nivel mundial, la información recabada durante la consulta bibliográfica arrojó pocos resultados en relación con la actividad de los checherecheros de la Comuna 10 de Medellín. A juicio de los investigadores, son varias las razones por las cuales la información dis-

ponible es escasa: la falta de interés en el fenómeno, la poca aplicación de la normatividad existente en relación con el tema, la realización de estudios más generales (no específicos) por parte de entidades de orden nacional e internacional que se enfocan más en el comportamiento a nivel de países (estudios macroeconómicos), entre otros aspectos que pueden ser objeto de estudio en nuevas investigaciones. Otro factor para resaltar es que buena parte de la bibliografía localizada no es muy reciente, sin embargo, suministró información valiosa para la construcción de la Matriz DOFA, la Matriz PESTEL y para el desarrollo del método Delphi, herramientas que arrojaron datos valiosos, tal como se puede apreciar a continuación:

### **Matriz DOFA**

- **Debilidades:** bajos niveles de educación, falta de unión entre los mismos comerciantes para consolidarse como una asociación fortalecida y auto representada; temas de seguridad el entorno en el cual desarrollan su actividad comercial; las difíciles condiciones en las que trabajan; la reputación que tienen frente a la comunidad; la falta de estrategias de comercialización para potenciar sus negocios y las precarias condiciones económicas y de salud.
- **Oportunidades:** las iniciativas planteadas por las Naciones Unidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible; la posibilidad de participar en iniciativas públicas o privadas relacionadas con el desarrollo de la economía circular; los bajos precios de los productos y servicios que ofertan; las políticas públicas existentes; las posibilidades de alianzas interinstitucionales; la democratización de internet.
- **Fortalezas:** la experiencia en el oficio; el conocimiento de las dinámicas que ocurren en el entorno; la flexibilidad para comerciar que ofrece la informalidad; la variedad de productos y servicios que ofertan.
- **Amenazas:** la delincuencia presente en la comuna; la falta de integración con actores claves; el incremento de la competencia con la llegada de migrantes y desplazados; la brecha digital, la falta de educación; el decrecimiento de la economía y la falta de un sistema normativo estructurado asociado a esta problemática.

### **Matriz PESTEL**

Este instrumento permitió la construcción de las preguntas para la primera y segunda ronda para el método Delphi, los aspectos considerados fueron los siguientes:

- **Político:** políticas que se podrían implementar para gestionar el comercio informal en Medellín durante los próximos 10 años.

- Económico: probabilidad de que el gobierno colombiano comience a cobrar impuestos sobre las ventas informales durante los próximos 10 años.
- Social: probabilidad de que se incremente la población de vendedores informales como consecuencia de situaciones de desigualdad en el acceso a programas de educación de calidad.
- Tecnológico: posibilidades de acceso a nuevas tecnologías por parte de los vendedores informales durante los próximos 10 años.
- Ecológico: posibilidad de que los checherecheros se comprometan en mayor medida con la conservación del medio ambiente.
- Legal: probabilidad de que se asocien los vendedores informales como estrategia de cumplimiento de requisitos normativos que les permitan mejorar sus actividades comerciales.

### **Método Delphi**

- Los expertos no llegaron a un consenso en lo relacionado con la posibilidad de que el gobierno aplique impuestos a sus actividades comerciales durante los años 2023 -2033.
- Para los consultados es posible que en los próximos 10 años los checherecheros adquieran una fuerte conciencia de que con sus actividades contribuyen con el cuidado del medio ambiente.
- Un 90% de los participantes considera alta la probabilidad de que aumente el número de vendedores informales debido a las dificultades de acceso a programas de educación de calidad.
- No hubo consenso frente a la posibilidad de que en el siguiente decenio los vendedores informales adopten tecnologías de vanguardia para ser más competitivos.
- Para los expertos existe una posibilidad media-alta de que los vendedores informales busquen asociarse para acogerse a la normatividad existente como estrategia de mejoramiento de sus resultados comerciales.
- Existe una tendencia alta-muy alta de llegada de nuevos desplazados a Medellín que engrosarán las filas de vendedores informales y de esta manera incrementarán la competencia.

## Análisis MICMAC

Los resultados anteriores sumados a la revisión de los objetivos de desarrollo sostenible de la Naciones Unidas en su agenda para el año 2030 (ONU, 2020), información de tendencias disponible en The Millennium Project (2020), en el Banco Interamericano de Desarrollo (2022), entre otros, permitieron construir la siguiente lista de variables (tabla 1) que de manera directa o indirecta inciden en las estrategias de comercialización de estos vendedores informales.

**Tabla 1.** Lista de variables

No.	Descripción de la variable	Abreviatura
1	Promover el desarrollo sostenible	ProDeSos)
2	Equilibrar el crecimiento demográfico y los recursos	EquiCreDem)
3	Economía de mercado y brecha	EcoMeBre)
4	Desarrollo de valores compartidos	DeVaCom)
5	Cambios tecnológicos	CamTec)
6	Envejecimiento poblacional	EnvePo)
7	Economía Gig	EcoGig)
8	Transformación en ocupaciones y habilidades emergentes	TransOcuHa)
9	Pérdida de empleo de las mujeres	PerEmMu)
10	Nuevos esquemas de seguridad social.	NuEsSeSo)
11	Acceso a TIC y desigualdades	AcTicDe)
12	Teletrabajo contra el coronavirus	TelConCor)
13	Retroceso en condiciones de vida de los trabajadores	ReConViTra)
14	Aumento en desigualdad y pobreza	AuDesPo)
15	Interacción con la tecnología y habilidades blandas	InTecHaBla)
16	Derechos laborales para todos	DerLabTo)
17	Protección universal para los trabajadores	ProUnTra)
18	Legislación pertinente	LegPer)
19	Garantizar el acceso a la tecnología.	GaRaTec)
20	Equidad entre hombres y mujeres	EquiHoMu)
21	Recuperación de las metas de los ODS	ReMeODS)
22	Tendencias demográficas.	TenDemo)
23	Aparición de las tecnologías digitales.	ApaTecDigi)
24	Existencia de desigualdades.	ExiDesi)
25	Informalidad y bajos niveles de educación	InBaNiEd)

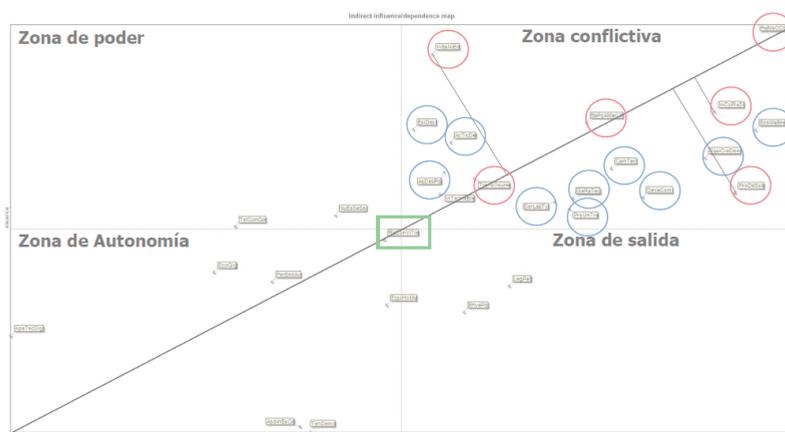
No.	Descripción de la variable	Abreviatura
26	Bajas posibilidades de acceso al mercado laboral	BaPoAMerLa)
27	Incremento del comercio a través plataformas digitales	InCoPlaDi)
28	Asociatividad en la informalidad como estrategia de competitividad	AsolnEsCo)

**Fuente:** elaboración propia.

La importancia y gobernabilidad de estas variables se asignaron en una matriz de factores de cambio y luego se valoraron en una matriz de influencia–dependencia para una posterior sistematización en el *software* MICMAC (Godet, 2007) cuyos resultados se pueden apreciar en un mapa de influencia–dependencia directa (Figura 1). En esta, los ítems encerrados en círculo rojo corresponden a las 6 variables seleccionadas para un análisis morfológico, las cuales, al contrario de las demás, permiten algún grado de gobernabilidad por parte de los checherecheros de la comuna 10 de Medellín. Además, se pudieron establecer las influencias indirectas (Figura 2) y las influencias potenciales directas.

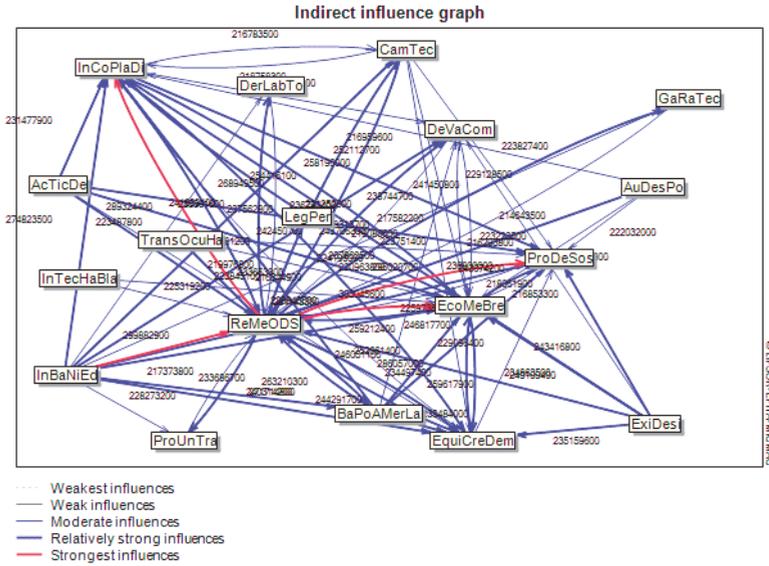
Las variables seleccionadas fueron en el siguiente orden: la recuperación de las metas de los ODS (ReMeODS), el incremento del comercio a través plataformas digitales (InCoPlaDi), promover el desarrollo sostenible (ProDeSos), las bajas posibilidades de acceso al mercado laboral (BaPoAMerLA), la informalidad y bajos niveles de educación (InBANIEd) y la transformación en ocupaciones y habilidades emergentes (TransOcuHa).

**Figura 1.** Mapa de influencia–dependencia directa



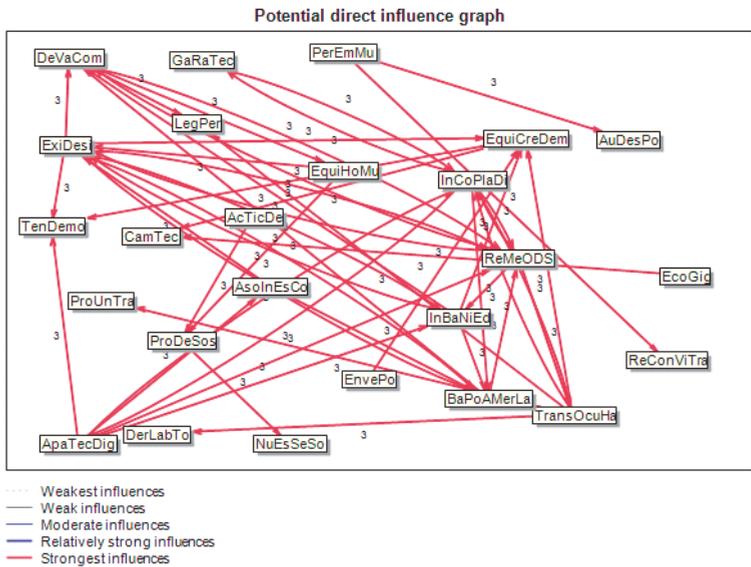
**Fuente:** elaboración propia.

Figura 2. Influencias indirectas



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Influencias potenciales directas



Fuente: elaboración propia.

## Juego de actores

El taller de prospectiva para la identificación de actores arrojó un total de 13, los cuales se clasificaron en cuatro categorías (tabla 2); estos fueron investigados desde sus aspectos misionales y según las motivaciones que determinan su actuar.

**Tabla 2.** *Categorías de los actores*

Juego de actores: Caso Venteros informales de la Comuna 10 de Medellín.		
Categoría	Tipo de actor	Razón de su elección
Estado	1. Ministerio del Trabajo	1. Por tratarse del empleo informal
	2. Secretaría de Seguridad y Convivencia de Medellín	2. Abarca la Subsecretaría de Espacio Público y la seguridad
	3. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales	3. Por aspectos de recaudación que son afectados por la economía informal
	4. Ministerio de Industria y Comercio.	4. Porque se comercializan bienes y servicios
	5. Área Metropolitana del Valle de Aburra	5. Por aspectos ambientales y la ubicación de los venteros informales
	6. Secretaría de Desarrollo Económico	6. Porque busca el desarrollo económico de la ciudad
Medios de Producción	7. Los vendedores informales	7. Son la población objeto de estudio que desarrolla la economía informal
	8. La empresa formal	8. Por las implicaciones directas e indirectas que tiene sobre el fenómeno de la economía informal
	9. Transeúntes	9. Pueden ser beneficiados o afectados por las ventas informales
	10. Fenalco	10. Es la agremiación más relacionada con la economía formal
Sociedad civil	11. Habitantes de la comuna 10	11. Son sujetos de la acción constante de la economía informal que ocurre en el sector
	12. Junta de acción comunal	12. Es la organización civil que vela por el bienestar de los habitantes de la comuna 10
Academia	13. Instituciones de educación superior	13. Pueden contribuir a la resolución de problemas presente en la economía informal del sector

**Fuente:** elaboración propia.

A partir de este punto, se establecieron desafíos asociados a las seis (6) variables seleccionadas (tabla 3). Dichos objetivos retadores, buscan superar o contribuir al logro frente a las variables estratégicas. Por lo tanto, se determinó la posición de cada uno de los actores frente a cada objetivo, de acuerdo con la siguiente valoración: totalmente a favor 4, a favor 3, medianamente a favor 2, ni a favor ni en contra 0, débilmente en contra -1, moderadamente en contra -2, en contra -3, Totalmente en contra -4.

**Tabla 3.** *Desafíos asociados a las variables*

Retos asociados a las variables seleccionadas	
VARIABLES CONVERTIDAS EN RETOS	OBJETIVOS RETADORES ASOCIADOS
Recuperación de las metas de los ODS	Conformar un colectivo que integre los diferentes actores involucrados en el cumplimiento de las metas de los objetivos de desarrollo sostenible planteadas en la agenda 2030 en Medellín
Incremento del comercio a través de plataformas digitales	Implementar un sistema de <i>e-commerce</i> para los vendedores informales de la ciudad de Medellín que dinamice su actividad comercial
Promover el desarrollo sostenible	Crear una asociación de promoción y defensa de los derechos de los vendedores informales de la ciudad de Medellín que facilite su resiliencia
Bajas posibilidades de acceso al mercado laboral	Construir una red de apoyo que facilite el acceso a programas de educación mediante convenios interinstitucionales con entidades del sector público y privado
Informalidad y bajos niveles de educación	Firmar convenios con instituciones de educación formal que brinden la continuación de los estudios de los vendedores informales en los distintos niveles educativos
Transformación en ocupaciones y habilidades emergentes	Crear alianzas con entidades especializadas en habilidades emergentes para desarrollar habilidades emergentes en los vendedores informales de la ciudad de Medellín

**Fuente:** elaboración propia.

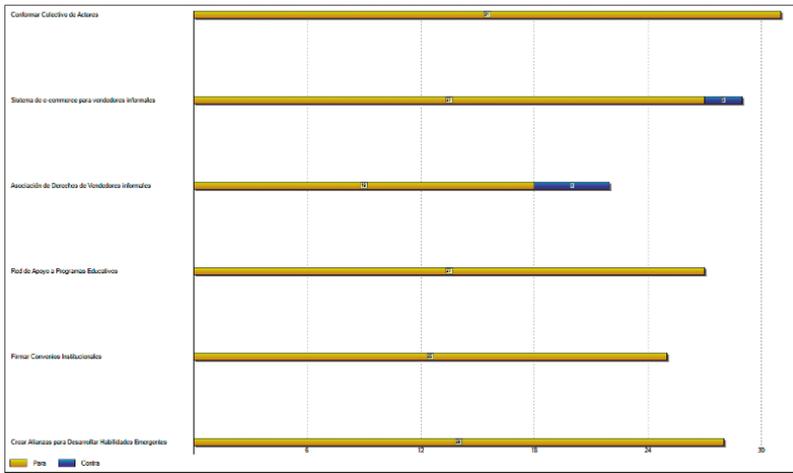
Los resultados del *software* MACTOR utilizado para tal fin, determinaron los siguientes actores como los que mayor posición toman con respecto a los retos planteados y cuya participación en la búsqueda de soluciones se estima necesaria para afrontar la problemática:

- Secretaría de Seguridad y Convivencia
- Secretaría de Desarrollo Económico
- Junta de acción comunal de la comuna 10, La Candelaria

Al mismo tiempo, se estableció que solo entre los retos de denominados sistema de *e-commerce* para vendedores informales y la creación de una asociación para la defensa de sus derechos, se presentó conflicto; en los demás retos los actores se encontraron a favor.

Al mismo tiempo, se estableció que solo entre los retos de denominados sistema de *e-commerce* para vendedores informales y la creación de una asociación para la defensa de sus derechos...

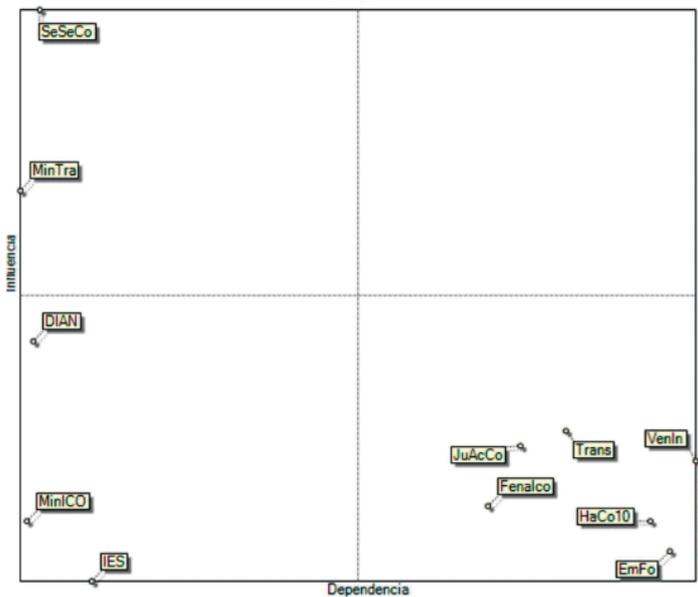
Figura 4. Conflicto de los actores



Fuente: elaboración propia.

Uno de los resultados sobresalientes obtenidos en el análisis se aprecia en el cuadrante mediano poder, donde no se ubicó ningún actor que pueda ejercer el rol de enlace entre los actores de alto poder y de moderado poder.

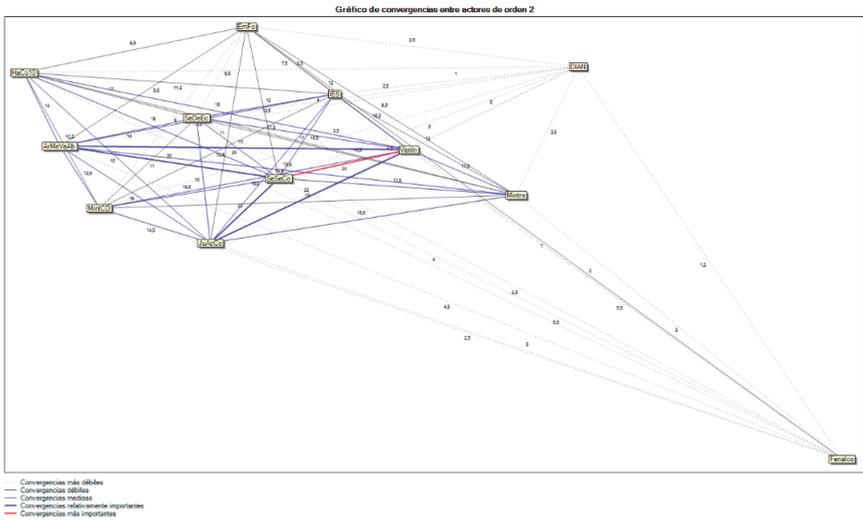
Figura 5. Plano de influencias y dependencias entre los actores



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, el análisis de convergencia entre los actores permitió evidenciar cómo entre la Secretaría de Seguridad y Convivencia y los vendedores informales existen objetivos en común con una convergencia muy fuerte representada con la línea de color rojo. Además, entre el Área Metropolitana del Valle de Aburra, la junta de acción comunal, el Ministerio de Trabajo (2022), la Secretarías de Desarrollo Económico, la Secretaría de Seguridad, los vendedores informales y las Instituciones de Educación Superior (IES), se presenta una convergencia en cuanto a los retos, relativamente importantes y de nivel medio (líneas de color azul grueso y delgado). Este aspecto que no puede ser diferente, debido a que son los actores llamados a afrontar el mejoramiento de la problemática abordada. Con los actores DIAN y FENALCO se observan convergencias débiles o más débiles; y es normal, debido a que la DIAN puede intervenir poco en asuntos que no sean de su razón de ser, y FENALCO no representa a los vendedores informales.

**Figura 6.** Convergencia entre los actores



**Fuente:** elaboración propia.

Con los actores DIAN y FENALCO se observan convergencias débiles o más débiles; y es normal, debido a que la DIAN puede intervenir poco en asuntos que no sean de su razón de ser, y FENALCO no representa a los vendedores informales.



## Análisis morfológico

Trata sobre la configuración de escenarios, que permite una aproximación al futuro que se avecina para los vendedores informales en la comuna 10 La Candelaria de la ciudad de Medellín. Para ello se establecieron tres estados deseables para cada una de las 6 variables estratégicas: el corto plazo (3 años), mediano plazo (5 años) y largo plazo (10 años). Como se puede apreciar en la tabla 4, cada variable tiene una probabilidad de éxito asociado. En ninguna de las hipótesis planteadas se estimó la posibilidad de lograr un porcentaje de cumplimiento del 100%, debido a las diferentes interacciones que ocurren entre las características de la población, la ubicación de los actores y la falta de convergencia identificada en el gráfico de divergencias.

Para la determinación de los escenarios se utilizó el *software* MORPHOL, para obtener las combinaciones más precisas, a través de la probabilidad de logro y el porcentaje de alcance establecido. Se obtuvo un total de 4.096 escenarios posibles, de los cuales se seleccionaron 3, considerando lo planteado por Gómez (2018):

En ninguna de las hipótesis planteadas se estimó la posibilidad de lograr un porcentaje de cumplimiento del 100%, debido a las diferentes interacciones que ocurren entre las características de la población, la ubicación de los actores y la falta de convergencia identificada en el gráfico de divergencias.

Tabla 4. Análisis morfológico

Dominio	Variable	Nombre corto	Descripción	Retos Mactor	Estado deseable de la variable		
					Dificultad baja (Corto plazo)	Dificultad media (Mediano plazo)	Ruptura (Largo plazo)
Economía	Recuperación de las metas de los ODS	ReMeODS	<p>Generar empleos de calidad, invertir en la formalización de la PYMES, y en particular de las mujeres, políticas industriales, inversión en innovación y tecnología, articulación con el sector privado académico y la sociedad civil; acceso universal a las tecnologías digitales, digitalización del sector productivo, infraestructura habilitante, sistemas de salud, educación y protección social universal, fiscalidad progresiva y sostenible</p> <p>Para expertos sobre la informalidad en la ciudad de Medellín, existe un 90.9% de probabilidad media alta de que durante los próximos 10 años los vendedores informales adopten las tecnologías digitales como plataformas para la comercialización</p>	<p>Conformar un colectivo que integre los diferentes actores involucrados en el cumplimiento de las metas de los objetivos de desarrollo sostenible planteadas en la agenda 2030 en Medellín.</p>	<p>Las tendencias de cumplimiento de las ODS en Medellín para los vendedores informales son positivas y sus beneficios llegan a un 10% de los integrantes de esta comunidad (30%).</p>	<p>Los beneficios del logro de los ODS están llegando al 50% de las personas dedicadas a las ventas informales en la ciudad de Medellín (30%).</p>	<p>El 80% de las personas dedicadas a las ventas informales de la ciudad de Medellín, disfrutan en gran medida de los beneficios del logro de los objetivos de desarrollo sostenible, que les permiten el acceso a empleos de calidad, acceso a tecnologías, mejor sistema de salud, educación y protección social universal (20%).</p>
					<p>El 1% de las personas dedicadas a las ventas informales en la ciudad de Medellín, realizan sus ventas a través del e-commerce (20%).</p>	<p>El 7% de las personas dedicadas a las ventas informales en la ciudad de Medellín, realizan sus ventas a través del e-commerce (20%).</p>	<p>El 20% de las personas dedicadas a las ventas informales en la ciudad de Medellín, realizan sus ventas a través del e-commerce (20%).</p>
Tecnología	Incremento del comercio a través de plataformas digitales	InCoPlaDi	<p>Ampliar los sistemas de tope y comercio, formar equipos comunitarios de resiliencia, desarrollar economía digital y verde (pago móvil y realidad virtual).</p>	<p>Implementar un sistema de e-commerce para los vendedores informales de la ciudad de Medellín que dinamice su actividad comercial.</p>	<p>El 1% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, aprovechan sus derechos y se adaptan a las nuevas realidades como la economía digital y verde bajo una asociación que los respalde (30%).</p>	<p>El 10% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, aprovechan sus derechos y se adaptan a las nuevas realidades como la economía digital y verde bajo una asociación que los respalde (30%).</p>	<p>El 20% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, aprovechan sus derechos y se adaptan a las nuevas realidades como la economía digital y verde bajo una asociación que los respalde (20%).</p>
Sostenibilidad	Promover el desarrollo sostenible	ProDeSos	<p>Crear una asociación de promoción y defensa de los derechos de los vendedores informales de la ciudad Medellín que facilite su resiliencia</p>	<p>El 1% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, aprovechan sus derechos y se adaptan a las nuevas realidades como la economía digital y verde bajo una asociación que los respalde (30%).</p>	<p>El 10% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, aprovechan sus derechos y se adaptan a las nuevas realidades como la economía digital y verde bajo una asociación que los respalde (30%).</p>	<p>El 20% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, aprovechan sus derechos y se adaptan a las nuevas realidades como la economía digital y verde bajo una asociación que los respalde (20%).</p>	

Dominio	Variable	Nombre corto	Descripción	Retos Actor	Estado deseable de la variable		
					Dificultad baja (Corto plazo)	Dificultad media (Mediano plazo)	Ruptura (Largo plazo)
Empleo	Bajas posibilidades de acceso al mercado laboral	BaPoAMerla	El 64% de los encuestados manifestó no tener otra alternativa para generar ingresos	<p>Construir una red de apoyo que facilite el acceso al mercado laboral formal de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, mediante convenios interinstitucionales con entidades del sector público y privado</p>	El 5% de las personas dedicadas a las ventas informales de la ciudad de Medellín, cuentan con competencias pertinentes para obtener un empleo diferente a las ventas informales (25%).	El 10% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, aprovechan sus derechos y se adaptan a las nuevas realidades como la economía digital y verde bajo una asociación que los respalde (80%).	El 15% de las personas dedicadas a las ventas informales de la ciudad de Medellín, cuentan con competencias pertinentes para obtener un empleo diferente a las ventas informales (43%).
					<p>El 5% de los vendedores informales que no han terminado la primaria están matriculados en una institución de educación formal lo cual les permite mejorar las posibilidades laborales (40%).</p>	<p>El 5% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (30%).</p>	<p>El 5% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (30%).</p>
Educación	Informalidad y bajos niveles de educación	InBaNEd	La encuesta aplicada a los vendedores informales arrojó que el 95% de quienes respondieron, no supera el nivel de bachillerato.	<p>Firmar convenios con instituciones de educación formal que brinden la continuación de los estudios de los vendedores informales en los distintos niveles educativos.</p>	<p>El 5% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (30%).</p>	<p>Ha incrementado en un 8% la cantidad de vendedores informales matriculados en una institución de educación formal, para terminar el bachillerato (20%).</p>	<p>El 5% de los vendedores informales están matriculados en programas técnicos, tecnológicos y de grado (40%).</p>
					<p>El 5% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (30%).</p>	<p>El 10% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (40%).</p>	<p>El 25% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (30%).</p>
Competitividad	Transformación en ocupaciones y habilidades emergentes	TransOcuHa	<p>Las tareas que realizan las personas en las ocupaciones actuales cambiarán mucho en los próximos años y, con ellas las habilidades que se requieren para llevarlas a cabo: <i>blockchain</i>, inteligencia artificial, <i>IDT</i>, <i>Machine learning</i>, <i>Impresión3D</i>. En el caso de las empresas, una buena parte del talento que requieren hoy no se encuentra disponible en el mercado.</p>	<p>Crear alianzas con entidades especializadas en habilidades emergentes para desarrollar habilidades emergentes en los vendedores informales de la ciudad de Medellín.</p>	<p>El 5% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (30%).</p>	<p>El 10% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (40%).</p>	<p>El 25% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (30%).</p>
					<p>El 5% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (30%).</p>	<p>El 10% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (40%).</p>	<p>El 25% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, esta inscrito en entidades que les permite desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro, mediante alianzas con diferentes instituciones (30%).</p>

Escenario optimista  
Escenario optimista  
Escenario optimista

Fuente: elaboración propia.

- **Escenario 1.** Probable (optimista - dificultad baja - corto plazo - 111111). Este escenario se construye con las hipótesis (estados deseados) que tienen el porcentaje más bajo de cubrimiento, pero con la probabilidad más alta de cumplimiento en 4 de las 6 hipótesis, lo anterior se debe a que son de alcance a corto plazo. Este escenario es optimista y presenta dificultades bajas en su consecución, además puede aprovechar los avances hasta la fecha que se han obtenido en los ODS.
- **Escenario 2.** Posible (apuesta - dificultad media - mediano plazo - 212312). Se configura con las hipótesis de acuerdo con las múltiples combinaciones generadas por el *software* y los análisis de los investigadores, teniendo en cuenta: el tiempo en el cual se pueden cumplir, la probabilidad de logro y otros factores como las características de una población heterogénea, como lo es la de los vendedores informales. Su análisis puede generar incertidumbre respecto al logro de algunas de las hipótesis y, por otro lado, generar optimismo en el logro de otras, es así como este escenario tiene en cuenta, de manera moderada, las hipótesis que van a permitir plantear las estrategias que puede utilizar la población de vendedores informales en el futuro para el logro de sus objetivos como colectivo, esas hipótesis pueden materializarse mediante la utilización de herramientas como el *e-commerce*, economía digital y desarrollo de habilidades emergentes, dentro de las cuales se encuentran competencias digitales. Las demás hipótesis de este escenario no son menos importantes, lo que ocurre es que son transversales a las anteriormente señaladas, como es el caso de la educación que siempre va a ser necesaria.
- **Escenario 3.** Deseable (retador - ruptura - largo plazo - 212332). Es el más disruptivo, el retador, el deseable, no fue diseñado con todas las hipótesis de largo plazo como lo debería de ser, debido a que la probabilidad de logro es baja en 3 de sus hipótesis, y además depende mucho del avance de otras variables clave en este tipo de población en estudio, pero si es retador debido a que en cubrimiento de 5 de las variables la apuesta es más alta. En este los investigadores desean ver al colectivo de vendedores informales, pero en estos estudios se debe combinar el deseo con la realidad.

La tabla 5 muestra los 3 escenarios combinados en una forma denominada “escenarios flechados” (Godet, 2007).

Tabla 5. Escenarios flechados

Escenarios flechados					
Dominios	Variables	Hipótesis			
		H1	H2	H3	H4
Economía	Recuperación de las metas de los ODS	Las tendencias de los ODS es positiva, y sus beneficios llegan a un 10% de las personas dedicadas a las ventas informales en la ciudad de Medellín 50%	Los beneficios del logro de los ODS están llegando al 50% de las personas dedicadas a las ventas informales en la ciudad de Medellín 30%	El 80% de las personas dedicadas a las ventas informales de la ciudad de Medellín, disfrutan en gran medida de los beneficios del logro de los objetivos de desarrollo sostenible, que les permiten el acceso a tecnologías, mejor sistema de salud, educación y protección social universal 20%	Otros (Recuperación de las metas de los ODS) 0%
Tecnología	Incremento del comercio a través de plataformas digitales	El 1% de las personas dedicadas a las ventas informales en la ciudad de Medellín, realizan sus ventas a través del e-commerce 70%	Tan solo el 7% de las personas dedicadas a las ventas informales en la ciudad de Medellín, realizan sus ventas a través del e-commerce 20%	El 20% de las personas dedicadas a las ventas informales en la ciudad de Medellín, realizan sus ventas a través del e-commerce 10%	Otros (Incremento del comercio a través de plataformas digitales) 0%
Sostenibilidad	Promover el desarrollo sostenible	La puesta en marcha de la asociación de promoción ha permitido que el 1% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín aprovechen sus derechos y se adapten a las nuevas realidades como la economía digital y verde 50%	El 10% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín aprovechen sus derechos y se adapten a las nuevas realidades como la economía digital y verde 30%	El 20% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín aprovechen sus derechos y se adapten a las nuevas realidades como la economía digital y verde 20%	Otros (Promover el desarrollo sostenible) 0%

Escenarios flechados					
Dominios	Variables	Hipótesis			
		H1	H2	H3	H4
Empleo	Bajas posibilidades de acceso al mercado laboral	El 5% de las personas dedicadas a las ventas informales de la ciudad de Medellín, con competencias pertinentes para obtener un empleo diferente a las ventas informales 25%	El 8% de las personas dedicadas a las ventas informales de la ciudad de Medellín, con competencias pertinentes para obtener un empleo diferente a las ventas informales 30%	El 15% de las personas dedicadas a las ventas informales de la ciudad de Medellín, con competencias pertinentes para obtener un empleo diferente a las ventas informales 45%	Otros (Bajas posibilidades de acceso al mercado laboral) 0%
Educación	Informalidad y bajo niveles de educación	Matricular en una institución de educación formal, el 5% de los vendedores informales que no han terminado la primaria y les permita mejorar las posibilidades laborales 40%	Aumentar en 8% la cantidad de vendedores informales, en una institución de educación formal, para terminar el bachillerato 20%	Matricular el 1% de los vendedores informales en programas técnicos, tecnológicos y de grado 40%	Otros (Informalidad y bajos niveles de educación) 0%
Competitividad	Transformación en ocupaciones y habilidades emergentes	Inscribir el 5% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín, en entidades que les permitan desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos de futuro 30%	Aumentar en un 10% la inscripción de vendedores informales de Medellín en entidades que les permitan desarrollar habilidades emergentes y las competencias para aplicar a los empleos del futuro 40%	Un 25% de los vendedores informales de la ciudad de Medellín competentes en habilidades emergentes y desempeñando empleos formales 30%	Otros (Transformación en ocupaciones y habilidades emergentes) 0%

-  111111
-  212332
-  212312 Pr

Fuente: elaboración propia

## Discusión

A pesar de que la economía informal viene siendo estudiada desde mediados del siglo XX en el mundo entero, tanto a nivel empresarial como laboral, los resultados de la búsqueda de información alcanzados por los realizadores del presente estudio permiten observar que la situación de los vendedores no formales de la comuna 10 de Medellín ha sido poco documentada. Además, la normatividad existente es muy dispersa lo cual puede ser un factor generador de trabas en la aplicación de soluciones para los integrantes de esta comunidad vulnerable.

Los checherecheros, que fueron la población estudiada, dieron cuenta de 16 estrategias. Sin embargo, casi ninguna de estas se orienta al marketing digital, que es el dominante hoy en día. Los avances tecnológicos y el uso masivo de las redes sociales permiten impactar en menor tiempo a un mayor número de personas, posibilitando además la personalización tanto en mensajes como contenido, productos y estrategias. Esto permite establecer relaciones más profundas con los usuarios, pues este modelo de marketing está regido por conversaciones con los mismos y un gran flujo de información en la red (Gómez, *et al.*, 2018).

Los resultados del método Delphi permitieron encontrar aspectos en los cuales los expertos no se pusieron de acuerdo, específicamente en la posibilidad de que en el futuro se graven las actividades informales por parte del gobierno. También en lo concerniente a la posibilidad de que en los próximos 10 años las plataformas digitales se conviertan en una herramienta fundamental para la comercialización de sus productos y servicios. Sin embargo, una buena parte de los consultados están de acuerdo en que la comunidad de checherecheros incrementará por causa de las migraciones y desplazamientos; en que serán más conscientes de que su actividad ayuda a la conservación del medio ambiente; por último, en que es alta la posibilidad de que esta comunidad busque asociarse como forma para hacer valer sus derechos.

El análisis de tendencias permitió observar que, de las variables encontradas, son pocas en las que los checherecheros pueden intervenir para mejorar sus precarias condiciones. De estas, la más sobresaliente es la necesidad de recuperar las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible; dentro de la cual, se contemplan aspectos relacionados con erradicación del hambre, de la pobreza, trabajo digno, entre otras dificultades que claramente experimentan estos trabajadores no formales.

A lo anterior, se suma el hecho de que, en el análisis de los actores, no se encontraron entidades que se orienten a mejorar la problemática (Figura 5), lo cual puede ser un agravante. Para lograr soluciones, es necesario contar con entidades que ejerzan el rol de enlace y así integrar a los diferentes actores en busca de soluciones a futuro.

Un punto a favor lo marcó el hecho de que es poca la resistencia de los actores frente a los objetivos retadores planteados. Prácticamente todos los actores se encuentran a favor de los retos planteados para atender las necesidades planteadas.

Por su parte, el análisis morfológico permitió encontrar una ruta de trabajo para el logro de los desafíos planteados mediante dos escenarios: uno de apuesta y otro optimista. Los resultados dependerán en gran medida del trabajo conjunto con los actores.

## Conclusiones

Se encuentra que las estrategias de comercialización que deben utilizar los vendedores informales en el futuro deben ir acompañadas de estrategias que formen a las personas dedicadas a este oficio en el ser; debido a que no solo el saber y el saber hacer son importantes para enfrentar el futuro que les espera.

Durante la consulta documental, se han encontrado diferentes teorías relacionadas con el tema del empleo y se han identificado algunas vertientes que abordan el fenómeno de la informalidad. Sin embargo, esta problemática social no ha sido tratada con la debida responsabilidad para permitir que se constituya como una forma de dignificar la que realizan las personas que se desempeñan dentro de la actividad económica no regulada, tal como la hace la Organización Internacional del Trabajo. Dicha entidad, dentro de sus políticas descarta el trabajo informal, explicando que su objetivo último es brindar garantías para el empleo formal. Esta situación que excluye a los trabajadores informales, de alguna manera los deja “huérfanos” en su lucha por alcanzar mejores condiciones de vida.

La aplicación de la encuesta posibilitó la identificación de las estrategias de comercialización más exitosas que aplican los venteros del sector en estudio. Estas se basan en la experiencia empírica adquirida por muchos años de trabajo en la venta informal y aunque son muy rudimentarias, involucran los conceptos básicos del *marketing* tradicional. Tienen la noción de principios fundamentales como: necesidades, productos, intercambio y valor; todos ellos ligados a las estrategias basadas en el producto, la plaza, el precio y la promoción. Sin embargo, son casi nulas las estrategias utilizadas por los venteros informales en relación con las 4 P del *marketing* digital (personalización, participación, comunidades pares a par y modelo predictivo), las cuales hoy en día son las más utilizadas por las empresas o industrias establecidas legalmente, porque les ayuda a ser más eficientes en su gestión comercial, a incrementar clientela y por consiguiente sus ventas. Uno de los factores que impactan el poco uso de este *marketing* es el difícil acceso a la educación, capacitación y adquisición de habilidades tecnológicas, además de la falta de apoyo económico del estado y su reconocimiento como actores activos en la sociedad.

Es importante comentar que son muchas las variables que intervienen de manera directa o indirecta en la actividad comercial de los comerciantes. Estos comerciantes tienen poca gobernabilidad sobre ellas y requieren de la intervención de otras entidades que les permitan generar mejores estrategias de comercialización.

Aunque se encontraron seis desafíos que pueden mejorar la actividad comercial de este colectivo, solo la adopción de nuevas tecnologías apunta directamente como estrategia de comercialización. Los restantes tienen un enfoque indirecto que permite el desarrollo de competencias y condiciones de vida para estos comerciantes, sin los cuales no podrán mejorar sus capacidades de trabajo.

## Referencias

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). *Publicaciones*. <https://www.iadb.org/es>.
- Congreso de la República de Colombia (1991). *Constitución Política de la República de Colombia*. [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html).
- Congreso de la República de Colombia. (2016). *Ley 1780*. [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1780\\_2016.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1780_2016.html).
- Congreso de la República de Colombia. (2019). *Ley 1988*. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30037751>.
- De Soto, H., Ghersi, E. y Ghibellini, M. (1987). *El otro sendero*. <https://search-ebSCOhost-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/login.aspx?direct=true&db=edshlc&AN=edshlc.000621386.3&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- Departamento Nacional de Planeación. (2012). *CONPES 3718: Política Nacional de Espacio Público*. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=46095>
- Fernández, G., MUÑOZ, M., NINA, D., VILLA, M., LOMBEIDA, M. y Lema, M. (2018). Causas del comercio informal y la evasión tributaria en ciudades intermedias. *Revista espacios*, 39(41), 4-20.
- Godet, M. y Durance, P. (2007). Prospectiva Estratégica: problemas y métodos. *Cuadernos de LIPSOR*, 104, 20. <https://acortar.link/8u8R6V>
- Gómez, S., Torres, M. y Tovar, A. (2018). La mezcla de mercadotecnia y su evolución a través del tiempo. *Excelencia Administrativa*, 15 (44), pp. 25-40 [http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:4ikw9mqSadkJ:scholar.google.com/+idris+mootee+4+p%27s+marketing+digital&hl=es&as\\_sdt=0,5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:4ikw9mqSadkJ:scholar.google.com/+idris+mootee+4+p%27s+marketing+digital&hl=es&as_sdt=0,5)
- ILO. (2022). *Informal economy*. <https://metadata.ilo.org/thesaurus/62055282.html>

- Kotler, P. y Keller, K. (2006). *Dirección de marketing*. Pearson educación.
- Nassif, E. N. (2020). Empleabilidad y aprendizaje permanente en la economía formal e informal: Un análisis del trabajo del futuro en el hipercapitalismo. *E-Revista Internacional de la Protección Social*, 5(2), 314-329. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7719107>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>.
- Observatorio de Políticas Públicas del Concejo de Medellín [OPPCM] (2018). *Superación de las condiciones de informalidad laboral de hombres y mujeres en la ciudad de Medellín: Informe sobre la informalidad en Medellín*. <http://oppcm.concejodemedellin.gov.co/sites/oppcm/files/2019-08/informalidad-laboral-2018.pdf>.
- Portes y Haller. (2004). *La economía Informal*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/6091>.
- Presidencia de la República de Colombia. (2014). *Decreto 567*. <https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1855031>
- Presidencia de la República de Colombia. (2020). *Decreto 117*. [https://www.mintrabajo.gov.co/normatividad/decretos-no-compilados-y-otros-decretos/-/document\\_library/9gX59PkUWi1Z/view\\_file/61245214](https://www.mintrabajo.gov.co/normatividad/decretos-no-compilados-y-otros-decretos/-/document_library/9gX59PkUWi1Z/view_file/61245214)
- The Millennium Project. (2022). *Global futures studies & research*. <https://www.millennium-project.org/>
- Uribe, J. (2006). *Informalidad laboral en Colombia, 1988-2000: Evolución, teorías y modelos*. Universidad del Valle.

