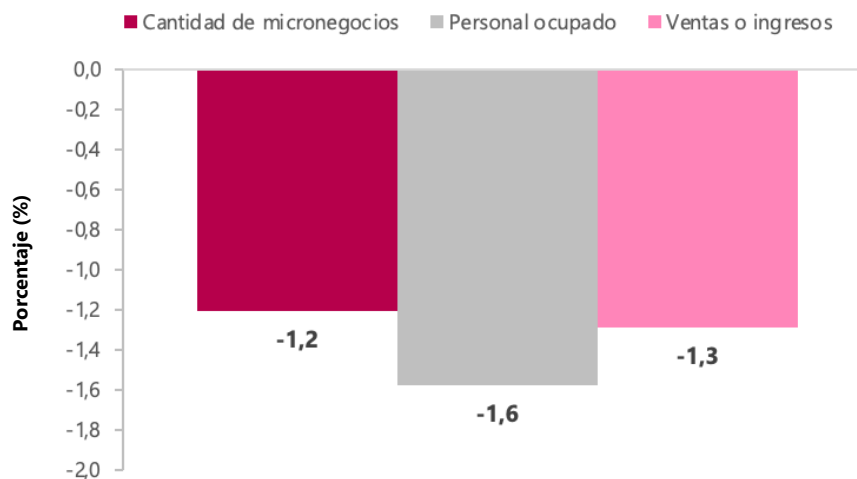




Encuesta de Micronegocios (EMICRON) Panaderías y tiendas de barrio 2020-2024

Gráfico 1. Variación anual del número de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio, personal ocupado y valor nominal de las ventas (porcentaje)

**Total Nacional
2024/2023**



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Contenido

- Introducción
- Resultados 2020 - 2024 Total Nacional
- Ficha Metodológica
- Glosario
- Anexos

Introducción

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en cumplimiento de su misión institucional de generar y difundir información estadística de calidad para la toma de decisiones y la investigación en Colombia, presenta en esta publicación los resultados de la Encuesta de Micronegocios, con un enfoque especial en panaderías y tiendas de barrio, e incluyendo datos desde 2020 hasta 2024.

La técnica utilizada para la identificación de los micronegocios es la encuesta mixta modular en dos etapas. En la primera etapa, a partir de la Gran Encuesta Integrada de Hogares – GEIH, se identifican los(as) empleadores(as) y trabajadores(as) por cuenta propia que satisfacen los criterios para ser propietarios(as) potenciales de micronegocios. En la segunda etapa se visita a las personas identificadas previamente y se aplica un cuestionario económico a profundidad (Encuesta de Micronegocios – EMICRON), bajo el supuesto de relación entre los individuos, su empleo y las unidades económicas.

El objetivo principal de la Encuesta de Micronegocios es proporcionar información estadística sobre la estructura y evolución de las principales variables económicas de los micronegocios en los sectores de agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, minería, industria manufacturera, comercio, construcción, transporte y demás servicios.

Así mismo, la investigación provee estadísticas e indicadores que permiten conocer las formas de operación de las unidades económicas a pequeña escala: su actividad económica, emprendimiento, sitio o ubicación, características del personal ocupado, uso de las TIC, costos, gastos y activos, ventas o ingresos.

Otro objetivo de la encuesta es complementar la información de las encuestas estructurales, (Encuesta Anual Manufacturera – EAM, Encuesta Anual de Comercio – EAC, Encuesta Anual de Servicios – EAS) las cuales, por sus parámetros de inclusión, no estudian las unidades de menor tamaño. Adicionalmente, la Encuesta de Micronegocios genera información básica para orientar la toma de decisiones para la promoción y el desarrollo de los micronegocios en el país.

Respecto a la cobertura, la encuesta se aplica en 24 departamentos del país, por lo que los resultados obtenidos se presentan a nivel nacional, cabecera municipal, centros poblados y rural disperso.

¿Qué es un micronegocio?

Unidad económica con máximo 9 personas ocupadas que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción.

Características de las personas dueñas de micronegocios:

- Son propietarias o poseedoras de los medios de producción con los cuales desarrollan su actividad económica. En consecuencia, son propietarias o poseedoras de:
 - La materia prima con la que fabrican los bienes
 - Las herramientas, los equipos, la maquinaria o las instalaciones con las cuales desarrollan su negocio
 - El (los) vehículo(s) con el (los) cual(es) ejercen su actividad
 - Los productos fabricados o comercializados
- Prestan servicios técnicos o profesionales siempre y cuando no sean subordinados.
- Son responsables de la deuda u obligación contraída en el proceso de producción, comercialización o prestación del servicio que genera los ingresos.
- Buscan su clientela o son responsables de ello.
- Pueden ser operados por una sola persona.

Las actividades económicas que realizan los micronegocios comprenden desde la pequeña miscelánea de barrio hasta los servicios de consultoría especializada, incluye las profesiones liberales, las ventas ambulantes y las confecciones al interior de la vivienda. Es un grupo muy heterogéneo y puede desarrollar la actividad en cualquier emplazamiento (vivienda, local, puerta a puerta, etc.).

Metodología para el cálculo de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio

La identificación del número, estructura y evolución de las panaderías y tiendas de barrio es relevante para establecer lineamientos de política pública para el fortalecimiento, formalización y generación de empleo de estos micronegocios barriales y vecinales del país, y que son parte de la economía popular. Adicionalmente, la Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020 establece que el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) deberá diseñar, implementar y administrar el Sistema de Información de Actividades Económicas Informales (SIECI) para identificar y caracterizar las unidades económicas informales, y brindar información para el diseño e implementación de políticas públicas orientadas a la formalidad empresarial. En consecuencia, el boletín de panaderías y tiendas de barrio complementará a las operaciones estadísticas del DANE y los registros administrativos de otras entidades en su rol de proveer de información sobre este sector económico.

Marco conceptual

El concepto de "tienda de barrio" carece de una definición homogénea debido a los distintos enfoques que existen para entender este fenómeno, los cuales dependen del contexto cultural, social y económico de cada región. En algunos lugares, se asocia a un pequeño comercio de proximidad que ofrece productos básicos, mientras que en otros puede representar un espacio de interacción social, un punto de referencia comunitario o incluso un negocio familiar con una oferta especializada. Las variaciones en tamaño, tipo de productos, estructura empresarial y relaciones con los clientes hacen que cada tienda de barrio sea única, lo que dificulta la creación de una definición universal. Asimismo, factores como la urbanización, los cambios en los hábitos de consumo y la expansión de las grandes cadenas comerciales contribuyen a que el concepto de tienda de barrio sea flexible y evolutivo.

Algunas de las características de tiendas de barrio son las siguientes:

1. Proximidad y Accesibilidad: Según la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI¹), las tiendas de barrio son esenciales debido a su proximidad a los consumidores. Están localizadas en vecindarios o comunidades, lo que facilita que los residentes puedan acceder a productos básicos sin necesidad de desplazarse grandes distancias. La cercanía a los consumidores es uno de los factores clave que hace que estas tiendas sean atractivas.
2. Relación Personalizada con los Clientes: Según la Organización Mundial del Comercio (OMC)², las tiendas de barrio ofrecen una atención personalizada que las diferencia de las grandes superficies. Los dueños y empleados suelen conocer a sus clientes, sus preferencias y sus necesidades, lo que crea un ambiente de confianza y cercanía. Esto fomenta la fidelización del cliente y una relación más directa con la comunidad.
3. Sostenibilidad y Apoyo a los Productos Locales: La FAO³ resalta que las tiendas de barrio son importantes para la venta de productos locales, especialmente en comunidades rurales o urbanas de acceso limitado a cadenas comerciales más grandes. Estas tiendas ayudan a los productores locales a acceder al mercado, promoviendo un modelo comercial más sostenible. Además, su cercanía a la producción local puede reducir el impacto ambiental de los transportes largos.

¹ ONUDI - "The role of micro and small enterprises in development" [ONUDI](#).

² OMC - "Trade and development" OMC.

³ FAO - "Food systems and nutrition" FAO

4. Acceso a Productos Básicos: Las tiendas de barrio también cumplen un papel crucial en el acceso a productos esenciales en áreas donde no hay grandes comercios. Según informes de la Organización Mundial de la Salud⁴ (OMS), estas tiendas pueden ofrecer productos frescos y básicos, mejorando el acceso a alimentos en comunidades urbanas y rurales que carecen de otros puntos de venta.

Definición del universo de estudio

La tienda es un establecimiento comercial de venta al por menor de toda clase de artículos de diversas marcas, precios y estilos para consumo de los hogares y donde el cliente no tiene al alcance los productos, DANE (2024)⁵.

Para la identificación de las panaderías y tiendas de barrio, se parte del universo total de los micronegocios y se aplican los filtros de actividad económica y sitio o ubicación. Respecto a las panaderías, se definen como unidades económicas de máximo 9 personas ubicadas en locales o en la vivienda y que se dedican a la elaboración de productos de panadería frescos, congelados o secos y comprende el código 1081 de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme CIIU Rev.4.

Con relación a las tiendas de barrio, se definen como unidades económicas de máximo 9 personas ocupadas ubicadas en locales o en la vivienda y que se dedican al comercio al por menor y comprende reventa (venta sin transformación) al público en general de productos nuevos para su consumo y uso personal o doméstico. Incluye las tiendas tradicionales, licorerías y cigarrerías, supermercados independientes, superetes, minimercados, heladerías, misceláneas, ferreterías, droguerías, salsamentarías y fruterías.

Los siguientes son los códigos seleccionados para la identificación de las panaderías y tiendas de barrio:

CIU	Descriptiva
1081	Elaboración de productos de panadería
4711	Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco
4719	Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco
4721	Comercio al por menor de productos agrícolas para el consumo en establecimientos especializados
4722	Comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados
4723	Comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y productos de mar, en establecimientos especializados

⁴ OMS - "Access to healthy foods" OMS.

⁵ En este caso, el término "al alcance" hace referencia a que el cliente depende del tendero para acceder a los productos, es decir, no tiene la libertad de tomar los productos por su propia cuenta, como sí sucede en las grandes superficies.

CIU	Descriptiva
4724	Comercio al por menor de bebidas y productos del tabaco, en establecimientos especializados
4729	Comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p., en establecimientos especializados
4752	Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados
4755	Comercio al por menor de artículos y utensilios de uso doméstico en establecimientos especializados
4759	Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados
4761	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados
4773	Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados
4774	Comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados
5630	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento

¿Por qué es importante el estudio de los micronegocios?

En el año 2015, el DANE presentó los resultados de la actualización del año base de las Cuentas Nacionales. En dichos resultados se implementó un proceso de medición que permitió la identificación de los criterios de exhaustividad estadística, de manera que se establecieron las fuentes para el cálculo de la Economía No Observada – ENO. Por primera vez el país conoció el tamaño de este sector que incluye operaciones económicas realizadas por unidades informales, subterráneas, ilegales o que forman parte de la producción de los hogares para su consumo final propio. Como resultado de este ejercicio, se estableció que la ENO representa el 24,4% del total de la producción y el 29,9% del valor agregado. Una fuente para el cálculo de la ENO fue el módulo de micronegocios en la GEIH.

En el mismo sentido, la información de la Encuesta de Micronegocios es relevante para el diseño de políticas públicas dirigidas a unidades económicas de menor tamaño, sean estas empresas, negocios o personas. En efecto, en el marco del documento CONPES 3956⁶ sobre política de formalización empresarial se confiere al Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, la responsabilidad de profundizar la información recolectada en el módulo de micronegocios, con el propósito de fortalecer la información actual sobre el universo económico de Colombia y así desarrollar políticas para promover mayores niveles de formalidad empresarial.

Las políticas de formalización y desarrollo empresarial contenidas en el documento CONPES 3956 no están dirigidas a unidades productivas de subsistencia, las cuales se componen, en su mayoría, por trabajadores(as) por cuenta propia que no tienen un emplazamiento fijo, varían su negocio periódicamente y no crean oportunidades de empleo para otros trabajadores(as) (Schoar, 2010, Citado en CONPES 3956). Para esta población, se desarrollará una política complementaria de inclusión productiva. Esto es relevante, ya que, como veremos más adelante, una proporción

⁶ DNP. Documento CONPES 3956. *Política de Formalización Empresarial*. Bogotá, D.C., 08 de enero de 2019

significativa de los micronegocios puede interpretarse como unidades de subsistencia del sector informal de la economía.

¿Cuál es la metodología utilizada para identificar a los micronegocios?

El marco conceptual para el estudio de los micronegocios es el Manual *Measuring informality: A statistical manual on the informal sector and informal employment* (OIT, 2012). Este documento es una guía práctica sobre las cuestiones técnicas relacionadas con el desarrollo de encuestas dirigidas al sector informal de la economía, así como el diseño, compilación, tabulación, análisis y difusión de las estadísticas resultantes. Asimismo, se tuvo como punto de referencia la Encuesta Nacional de Micronegocios – ENAMIN de México.

Los micronegocios dentro del esquema de la fuerza de trabajo: Módulo de micronegocios en la GEIH y Encuesta de Micronegocios (EMICRON)

Como se señaló, la encuesta base seleccionada para obtener la muestra de los micronegocios es la Gran Encuesta Integrada de Hogares – GEIH. La clasificación de la situación en la ocupación tiene como criterio principal el riesgo económico y las relaciones de autoridad entre el trabajador y la unidad económica en la que trabaja; por tanto, los(as) trabajadores(as) independientes (empleadores(as) y trabajadores(as) por cuenta propia) son propietarios(as) y controlan las actividades de la unidad económica para la que trabajan.

Adicional a la selección de la categoría ocupacional, los(as) trabajadores(as) independientes identificados(as) en el capítulo de ocupados de la GEIH, y que trabajan en empresas de máximo 10 personas⁷, entran al módulo de micronegocios y se les aplica una batería de preguntas⁸ pertinentes destinadas a identificar a los empresarios potenciales.

⁷ En el capítulo de ocupados de la GEIH se utilizan 9 rangos para estimar el tamaño de las empresas. Los primeros cuatro son: a. Trabaja solo, b. 2 a 3 personas, c. 4 a 5 personas y d. 6 a 10 personas.

⁸ Ver anexo 1

Diagrama 1. Selección de la muestra de la EMICRON a partir del módulo de la GEIH⁹



Fuente: DANE, EMICRON

Las preguntas contenidas en el módulo de micronegocios permiten establecer la relación de los trabajadores(as) independientes con los medios de producción para la generación de bienes y servicios. Asimismo, se puede establecer la presencia de socios(as) del mismo negocio en el hogar y seleccionar un(a) solo(a) informante.

Una vez se obtiene la muestra de empresarios potenciales, se aplica un último protocolo¹⁰ de selección en el cual se excluyen las actividades fuera del alcance temático, como son las actividades de suministro de electricidad, gas, vapor, distribución de agua, transporte por vía aérea, actividades financieras y de seguros, administración pública y defensa en razón a que estas actividades se realizan en empresas con más de 9 personas ocupadas.

⁹ Para la identificación de trabajadores independientes en el módulo de micronegocios de la GEIH se pregunta por el tamaño de la empresa, el rango superior es de 10 personas ocupadas. Sin embargo, para el procesamiento y análisis de la información de la EMICRON se establece un máximo de 9 personas ocupadas.

¹⁰ Ver Anexo 2

1. Micronegocios de panaderías y tiendas de barrio¹¹ Resultados 2020-2024. Total Nacional

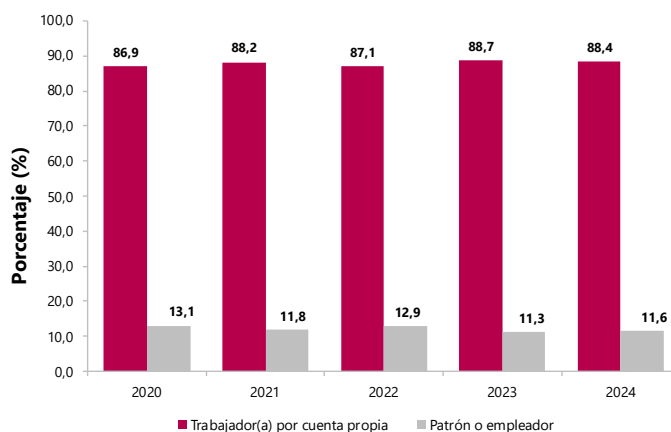
1.1 Micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según situación en el empleo

En 2024, la Encuesta de Micronegocios estimó la existencia de 540.233 micronegocios de panaderías y tiendas de barrio. La encuesta distingue dos tipos de unidades económicas, derivadas de la situación en el empleo del propietario: los micronegocios de patronos(as) o empleadores(as) y los micronegocios de personas trabajadoras por cuenta propia. Los resultados obtenidos en 2024 indican que el 88,4% de los propietarios(as) de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio eran trabajadores(as) por cuenta propia y el 11,6% fueron patronos(as) o empleadores(as) (Cuadro A.1 - Anexo Total nacional).

Gráfico 2. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según situación en el empleo del propietario (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

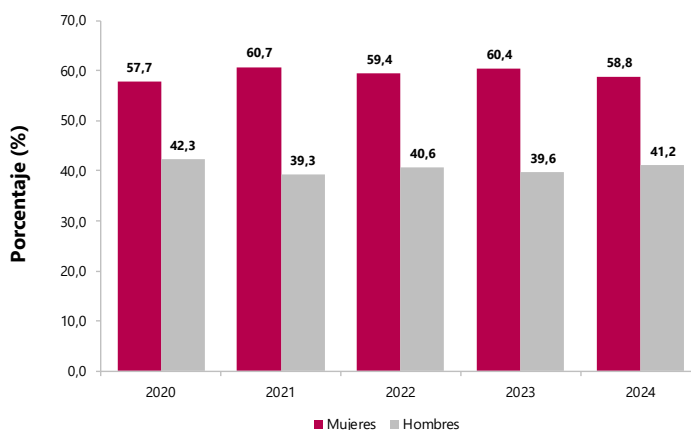
¹¹ Para identificar la subpoblación micronegocios de tiendas de barrio se debe seleccionar en el módulo D. Sitio o ubicación, pregunta 1. El negocio o actividad se encuentra principalmente en: Opciones: 1. En la vivienda, 2. Local, tienda, taller, fábrica, oficina, consultorio 5. Vehículo 7. Finca 8. Otros. Las actividades económicas incluidas tienen los códigos CIU 1081; 4711; 4719; 4721; 4722; 4723; 4724; 4729; 4752; 4755; 4759; 4761; 4773; 4774; 5630.

1.2 Propietarios de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según sexo

En 2024, la Encuesta de Micronegocios estimó la existencia de 540.233 propietarios(as) de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio, de los cuales el 58,8% eran mujeres y 41,2% hombres. En el año 2024, se registró la participación más baja de las mujeres como propietarias desde el año 2021. (Cuadro A.2 - Anexo Total nacional).

Gráfico 3. Distribución de propietarios según sexo (porcentaje)

Total Nacional
2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

1.3 Cantidad de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según actividad económica

En 2024, la Encuesta de Micronegocios estimó la existencia de 540.233 micronegocios de panaderías y tiendas de barrio distribuidos así: 89,5% Comercio al por menor; 7,0% Industria manufacturera; y 3,5% Servicios. (Cuadro B.1 - Anexo Total nacional).

Con relación a la actividad económica desagregada el 43,7% corresponde al Comercio al por menor en establecimientos no especializados; el 22,0% a Comercio al por menor de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco, en establecimientos especializados; el 7,0% a Elaboración de productos de panadería; el 6,0% Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados; 5,3% Comercio al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados; 4,8% Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados; 4,7% Comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y

productos de vidrio en establecimientos especializados; 3,5% Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento y el 2,9% comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados. (Cuadro B.2 - Anexo Total nacional).

Gráfico 4. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según actividad económica (porcentaje)

**Total Nacional
2024**



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018. Por efecto de redondeo y la no inclusión de la categoría "No informa", la suma de las participaciones puede diferir del total.

1.4 Emprendimiento

El objetivo del módulo de emprendimiento es indagar por el motivo principal de creación o constitución del micronegocio, quién lo creó o constituyó, tiempo de funcionamiento y mayor fuente de recursos para su creación o constitución.

En 2024, la Encuesta de Micronegocios estimó que el 76,2% de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio a nivel nacional fue creado o constituido solamente por su propietario(a); el 19,5% lo creó en compañía de otro(s) familiar(es); el 1,9% por un familiar; el 1,7% junto a otra(s) persona(s) no familiar(es); el 0,6% fue constituido por otras personas; y el 0,1% por otro. (Cuadro C.1 - Anexo Total nacional).

Gráfico 5. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según quién creó o constituyó el negocio (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024

¿Quién creó o constituyó el negocio?	2020	2021	2022	2023	2024
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Usted solo	71,5	72,6	74,5	77,0	76,2
Usted y otro(s) familiar(es)	22,1	21,2	19,5	18,4	19,5
Un familiar	2,9	3,1	2,7	1,5	1,9
Usted y otra(s) persona(s) no familiar(es)	2,2	1,7	1,9	1,9	1,7
Otras personas	1,2	1,3	1,4	1,3	0,6
Otro (1)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

(1) Incluye personas no conocidas.

En 2024 y a nivel nacional, el 48,6% de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio fueron creados porque su propietario(a) lo identificó como una oportunidad de negocio en el mercado; el 30,6% porque no tenía otra alternativa de ingresos; el 2,4% lo hizo para complementar el ingreso familiar o mejorar el ingreso; el 4,5% por tradición familiar o lo heredó; el 2,0% para ejercer su oficio, carrera o profesión; el 1,1% por otro motivo; y el 0,8% no tenía la experiencia requerida, la escolaridad o capacitación para un empleo o por otro motivo. (Cuadro C.2 - Anexo Total nacional).

Gráfico 6. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según motivo principal para la creación o constitución del negocio (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024

Motivo principal para la constitución o creación del negocio	2020	2021	2022	2023	2024
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Lo identificó como una oportunidad de negocio en el mercado	51,9	45,4	47,2	48,8	48,6
No tiene otra alternativa de ingresos	26,3	33,5	32,1	28,7	30,6
Para complementar el ingreso familiar o mejorar el ingreso	11,9	12,9	13,2	13,8	12,4
Por tradición familiar o lo heredó	5,0	5,0	4,1	4,3	4,5
Para ejercer su oficio, carrera o profesión	2,6	1,6	1,8	2,2	2,0
Otro (1)	1,3	0,6	0,9	1,1	1,1
No tenía la experiencia requerida, la escolaridad o capacitación para un empleo	0,9	1,0	0,6	1,1	0,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

(1) Incluye administrar horarios, ejercer actividades del hogar, desplazamiento, búsqueda de independencia.

En 2024, el 35,2% de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio a nivel nacional tenían 10 años o más de funcionamiento; el 19,8% tienen de 1 a menos de 3 años de funcionamiento; el 18,0% tienen entre 5 a menos de 10 años de funcionamiento; el 15,5% tienen de 3 a menos de 5 años de funcionamiento; y el 11,5% tienen menos de un año de funcionamiento. (Cuadro C.3 - Anexo Total nacional).

Gráfico 7. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según tiempo de funcionamiento (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024

Tiempo de funcionamiento	2020	2021	2022	2023	2024
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
10 años y más	35,5	32,4	32,8	33,9	35,2
De 1 a menos de 3 años	19,0	22,8	20,0	19,3	19,8
De 5 a menos de 10 años	17,4	16,0	18,6	19,6	18,0
De 3 a menos de 5 años	13,2	13,6	15,0	15,7	15,5
Menos de un año	14,9	15,2	13,6	11,6	11,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

En 2024, los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio investigados aseguraron que su fuente principal de recursos para la creación o constitución de este en un 60,0% fueron ahorros personales; el 17,7% accedió a préstamos bancarios; el 15,1% solicitó préstamos a familiares; el 2,9% recurrió a prestamistas; el 2,5% no requirió financiación; el 0,6% recibió financiación a partir de capital semilla; y el 1,3% no sabe o usó otra fuente de financiamiento. (Cuadro C.4 - Anexo Total nacional).

Gráfico 8. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según mayor fuente de recursos para la creación o constitución del negocio (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024

Fuente de recursos para la creación o constitución del negocio	2020	2021	2022	2023	2024
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Ahorros personales	60,3	59,3	58,2	59,7	60,0
Préstamos bancarios	16,9	16,7	17,4	15,7	17,7
Préstamos familiares	14,6	14,3	16,5	16,5	15,1
Prestamistas	3,8	4,0	3,6	2,9	2,9
No requirió financiación	2,5	3,4	2,2	2,8	2,5
Otro	1,1	1,9	1,6	1,8	1,1
Capital semilla	0,8	0,3	0,4	0,5	0,6
No sabe	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: DANE, EMICRON.

(Otro) Incluye: donación, préstamo amigo, herencia, ahorro familiar, crédito de proveedores, indemnización.

Nota: solo responden quienes constituyeron el negocio personalmente: usted solo(a), usted y otro(s) familiar(es), usted y otra(s) persona(s) no familiar(es).

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

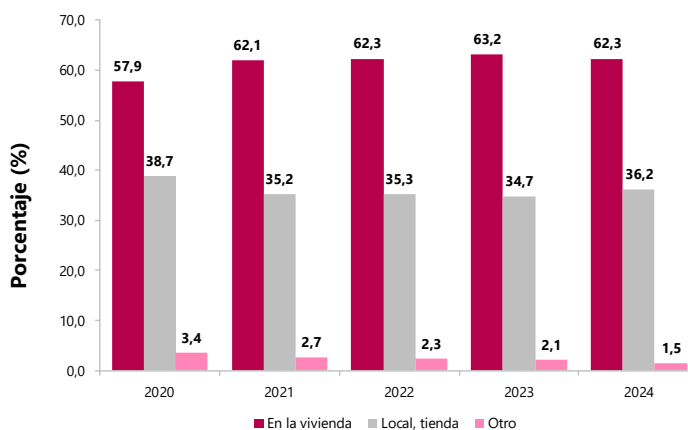
1.5 Sitio o ubicación de los Micronegocios de panaderías y tiendas de barrio

El objetivo del módulo de sitio o ubicación es indagar por los lugares donde se encuentran ubicados los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio, así como la propiedad de este.

En el 2024 el 62,3% de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio están ubicados en la vivienda; el 36,2% en un local o establecimiento, mientras que el 1,5% en otros lugares como una finca o vehículo. (Cuadro D.1 - Anexo Total nacional).

Gráfico 9. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según sitio o ubicación (porcentaje)

Total Nacional
2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

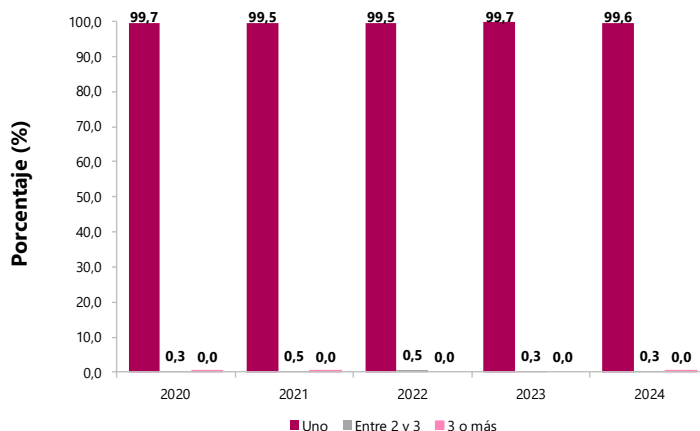
Otro incluye: finca, vehículo, etc.

En el 2024, el 99,6% de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio tenían un único establecimiento; mientras que el 0,4% informaron tener 2 o más establecimientos. (Cuadro D.2 - Anexo Total nacional).

Gráfico 10. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según número de puestos o establecimientos (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Según la propiedad del sitio o ubicación del micronegocio de panadería o tienda de barrio investigados aseguraron que en 2024 el 59,9% fue propio, totalmente pagado; el 20,7% en arriendo o subarriendo; el 13,8% en usufructo; el 2,6% es propio, lo está pagando; y el 2,1% en posesión sin título o propiedad colectiva. (Cuadro D.3 - Anexo Total nacional).

Gráfico 11. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según propiedad del establecimiento (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024

Propiedad del lugar donde desarrolla la actividad	2020	2021	2022	2023	2024
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Propio, totalmente pagado	59,8	54,9	51,7	52,9	59,9
En arriendo o subarriendo	21,3	19,8	21,2	19,1	20,7
En usufructo	14,3	19,5	21,0	22,9	13,8
Propio, lo está pagando	1,9	2,0	2,7	2,5	2,6
Posesión sin título (ocupante de hecho) o propiedad colectiva	2,6	3,7	3,2	1,7	2,1
Otro	0,1	0,2	0,1	0,9	0,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

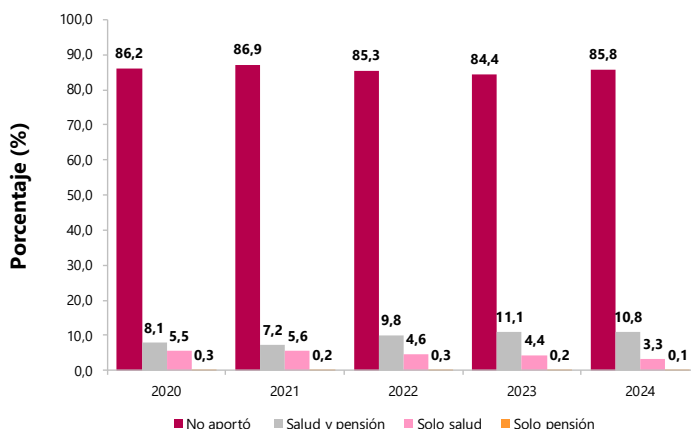
Otro incluye: comodato, sucesión, casa familiar.

1.6 Micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según formalidad de insumos y características del personal ocupado

En 2024, el 85,8% de los propietarios(as) de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio no hizo aporte mensual al Régimen Contributivo en salud, ni cotizó en un fondo de pensiones; el 10,8% realizó pago de salud y pensión; el 3,3% pagó solo salud; y el 0,1% realizó pago de solo pensión. (Cuadro E.1.1 - Anexo Total nacional).

Gráfico 12. Distribución de propietarios(as) de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según aportes a salud y pensión (porcentaje)

Total Nacional
2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

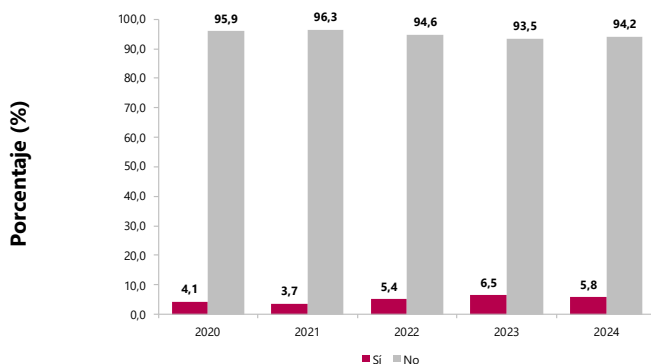
El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Durante el 2024, el 94,2% de propietarios(as) de micronegocios no realizó los aportes obligatorios a las administradoras de riesgos laborales (ARL), mientras que el 5,8% sí lo hizo. (Cuadro E.1.2 - Anexo Total nacional).

Gráfico 13. Distribución de propietarios(as) de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según aportes al ARL (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

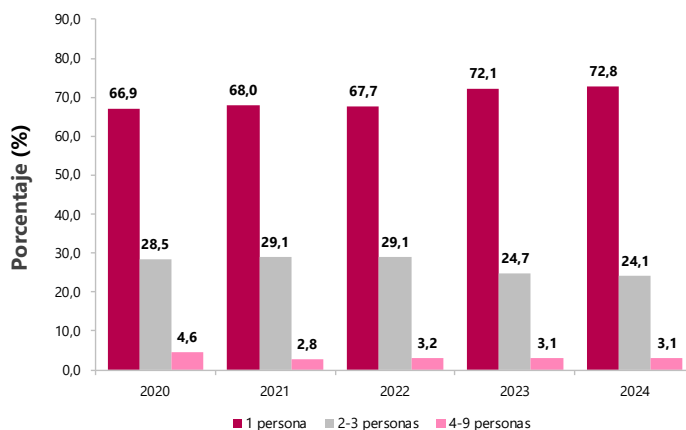
El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

En el 2024, el 72,8% de los micronegocios ocupó solamente a una persona; el 24,1% empleó entre 2 a 3 personas; y el 3,1% tenía entre 4 a 9 personas ocupadas. (Cuadro E.2 - Anexo Total nacional).

Gráfico 14. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según rango de personal ocupado (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

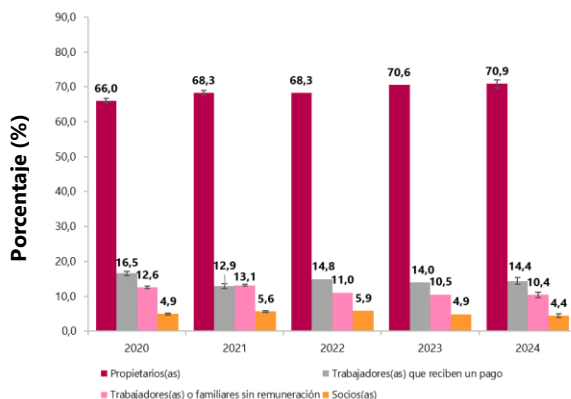
El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Frente al tipo de vinculación en los micronegocios para el año 2024 ocuparon 762.481 personas, de las cuales el 70,9% eran los(as) propietarios(as); el 14,4% trabajadores(as) remunerados(as); el 10,4% trabajadores(as) o familiares sin remuneración; y el 4,4% eran socios(as) (Cuadro E.3 - Anexo Total nacional).

Gráfico 15. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según tipo de vínculo (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

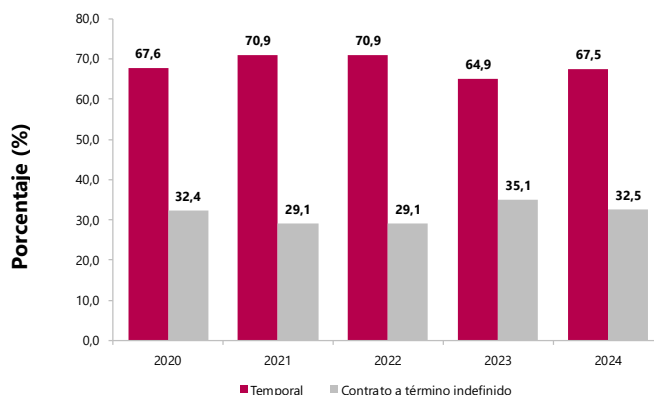
El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

En el 2024, del total del personal remunerado en los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio el 67,5% tuvo un contrato temporal de trabajo; y el 32,5% tuvo un contrato a término indefinido. (Cuadro E.3.1.1 - Anexo Total nacional).

Gráfico 16. Distribución de trabajadores remunerados de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según tipo de vínculo laboral (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024



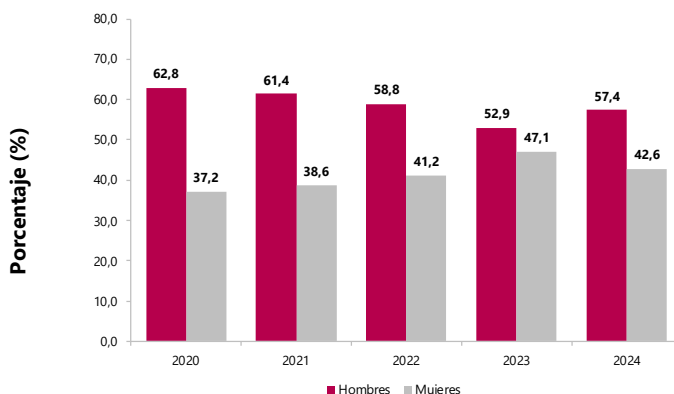
Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

En el 2024, del total del personal remunerado en los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio el 57,4% fueron hombres; y el restante 42,6% fueron mujeres. (Cuadro E.3.1.2 - Anexo Total nacional).

Gráfico 17. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según sexo del propietario (porcentaje)

Total Nacional
2020 – 2024



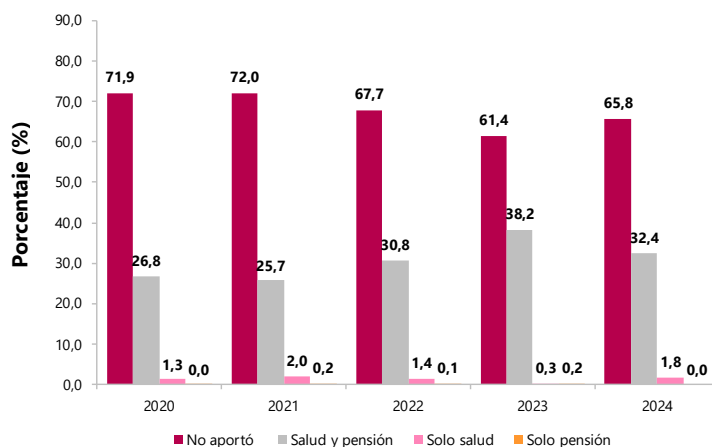
Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

En el 2024, del total del personal remunerado en los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio el 65,8% no recibieron aporte de salud y pensión por parte de la unidad económica; mientras que el 32,4% si recibieron aporte de salud y pensión. (Cuadro E.3.1.3 - Anexo Total nacional).

Gráfico 18. Distribución de trabajadores remunerados por los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según aporte a salud y pensión (porcentaje)

Total Nacional
2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

1.7 La formalidad empresarial en los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio

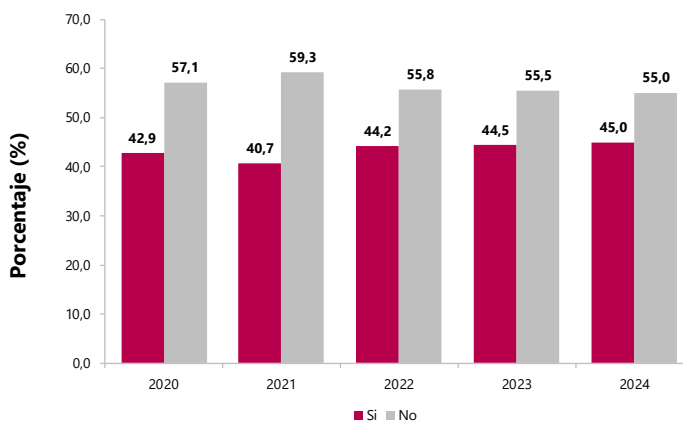
La formalidad es un proceso multidimensional asociado a las diferentes etapas del proceso de generación de valor de las unidades económicas, sean estas empresas, pequeños negocios o personas. En este sentido, el CONPES 3956, sobre formalización empresarial, define las siguientes cuatro dimensiones de la formalidad: en primer lugar, la formalidad de entrada está relacionada con la existencia de la empresa, incluye los requisitos de registro empresarial. En segundo lugar, la formalidad de insumos o factores de producción incluye entre otros, el cumplimiento de los requisitos para el uso de la mano de obra (salud, pensión y ARL). En tercer lugar, la formalidad de producto asociada a los procesos de producción y comercialización de bienes y servicios. Y, por último, la formalidad tributaria relacionada con la responsabilidad de declarar y pagar impuestos.

1.7.1 Formalidad de entrada

La Encuesta de Micronegocios genera insumos asociados a las diferentes dimensiones de formalidad empresarial. En consecuencia, incluye preguntas sobre aporte a salud, pensión y ARL, tanto del propietario(a) del micronegocio como de las otras personas ocupadas, tenencia del Registro Único Tributario (RUT), inscripción en Cámara de Comercio, tipo de persona, tipo de contabilidad.

En 2024, el 55,0% de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio del país no tenía Registro Único Tributario (RUT). (Cuadro F.4 - Anexo Total nacional).

Gráfico 19. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según tenencia de Registro Único Tributario (RUT) (porcentaje)
Total Nacional
2020 – 2024



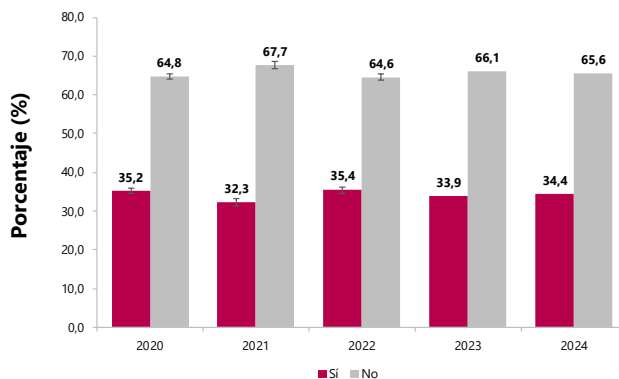
Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Por otro lado, el 65,6% de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio afirmaron no estar registrados en Cámara de Comercio durante el año 2024. (Cuadro F.3 - Anexo Total nacional).

Gráfico 20. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según tenencia de registro en Cámara de Comercio (porcentaje)

Total Nacional
2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

1.7.2 Formalidad tributaria

Desde el punto de vista de la formalidad tributaria, el 43,4% de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio no contaban con ningún registro para llevar sus cuentas durante el 2024; el 46,1% llevo sus cuentas a través de otro tipo de cuentas (no formales), en un cuaderno, hoja de Excel o máquina registradora; y el 10,5% llevó algún método formal (Balance General o Estado de Pérdidas y Ganancias, Libro de Registro Diario de Operaciones). (Cuadro F.1 - Anexo Total nacional).

Gráfico 21. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según tipo de registro contable (porcentaje)

Total Nacional
2020 – 2024

Registro contable	2020	2021	2022	2023	2024
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Otro tipo de cuentas	46,4	41,9	45,4	46,0	46,1
No lleva registro	43,4	43,7	41,3	41,5	43,4
Libro de registro diario de operaciones	6,0	10,6	8,4	8,4	7,5
Balance general o P y G	3,8	3,5	4,6	3,7	2,6
Informes financieros	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Al indagar sobre las razones por las cuales los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio no llevan contabilidad formal para llevar sus cuentas durante el 2024, el 80,9% afirma no necesitarlo; el 14,2% no sabe cómo llevar registros; y un 4,9% afirma que para su actividad no aplica. (Cuadro F.2- Anexo Total nacional).

Gráfico 22. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según motivos para no llevar registros contables (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024

Motivo para no llevar registro contable	2020	2021	2022	2023	2024
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
No se necesita	33,7	34,8	36,7	33,0	30,9
No sabe cómo llevar registros	10,3	10,8	9,6	12,8	14,2
No aplica	5,9	4,3	3,7	4,2	4,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

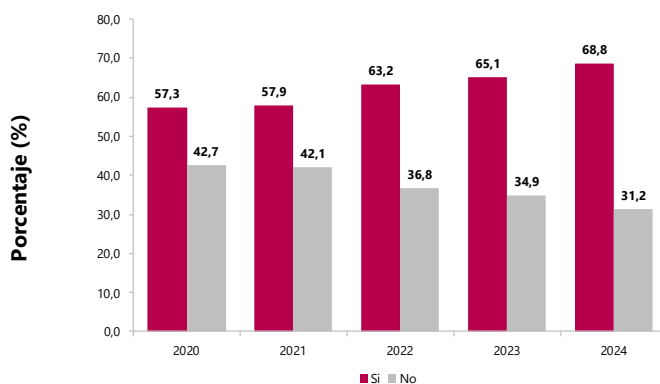
1.8 Tecnologías de la Información y la Comunicación - TIC en los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio

El objetivo del módulo TIC es indagar sobre el tipo de tecnologías de la información y las comunicaciones utilizadas o implementadas en los micronegocios. A escala nacional, y para el año 2024, el uso del teléfono celular con fines de negocio se ubicó en el 68,8% siendo esta la participación más alta en la serie analizada (2020-2024). (Cuadro G.2 - Anexo Total nacional).

Gráfico 23. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según uso del teléfono celular (porcentaje)

Total Nacional

2020 – 2024



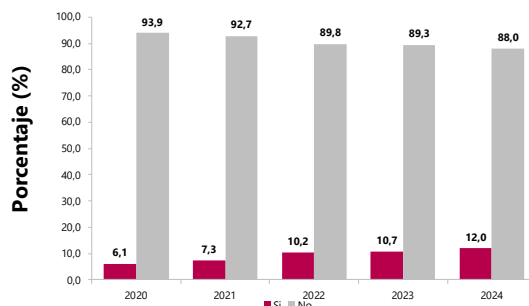
Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Para el año 2024, la presencia en redes sociales por parte de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio se ubicó en un 12,0%. (Cuadro G.4 - Anexo Total nacional).

Gráfico 24. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según presencia en redes sociales (porcentaje)

Total Nacional
2020 – 2024



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

1.9 Inclusión Financiera de los Micronegocios de panaderías y tiendas de barrio

El objetivo del módulo de inclusión financiera es conocer el acceso y uso de los servicios financieros por parte de los micronegocios. El periodo de referencia del módulo es el año inmediatamente anterior. A escala nacional el 99,4% de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio, reciben efectivo como forma de pago; el 41,3% aceptan transferencias bancarias o pagos por internet; el 3,1% tarjeta débito; el 2,6% tarjeta crédito; y el 2,5 otros medios de pago. (Cuadro H.1 - Anexo Total nacional).

Gráfico 25. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según formas de pago aceptadas en su negocio (porcentaje)

Total Nacional
2022 – 2024*

Formas de pago aceptadas	2022	2023	2024
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Efectivo	99,6	99,3	99,4
Transferencia bancaria, pagos por internet	21,6	29,1	41,3
Tarjeta débito	2,2	2,9	3,1
Tarjeta de crédito	2,1	2,3	2,6
Facturas, para ser pagadas por sus clientes a los 15, 30 o más días	2,4	2,9	2,1
Cheque	0,3	0,3	0,4
Otro	0,0	0,7	0,0

Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

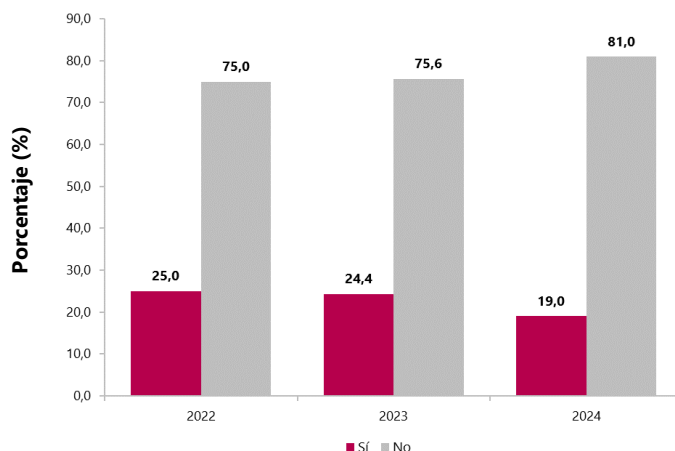
Otro incluye otros productos y servicios (trueque), criptomonedas.

* El módulo de inclusión financiera se suspendió en el periodo de pandemia Covid-19.

A nivel nacional, el 19,0% de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio realizaron alguna gestión para solicitar un crédito o préstamo financiero, sin importar si fue concedido. (Cuadro H.2 - Anexo Total nacional).

Gráfico 26. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según solicitud de crédito en el año anterior (porcentaje)

Total Nacional
2022 – 2024*



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Nota: La pregunta va dirigida a los micronegocios que funcionaron al menos un mes del año anterior.

*El módulo de inclusión financiera se suspendió en el periodo de pandemia Covid-19.

A nivel nacional, el 81,0% de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio no solicitaron ningún tipo de crédito. Al ser indagados por las razones, el 45,7% afirman tener miedo a las deudas o no les gusta endeudarse; el 29,5% indican que no lo necesitan; mientras que el 10,4% no cumple los requisitos (garantías, codeudores, avales, fiadores); el 8,6% afirman que los intereses y comisiones son muy altos; el 3,3% está reportado negativamente en centrales de riesgos; y el 2,5% indica otras razones. (Cuadro H.3 - Anexo Total nacional).

Gráfico 27. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según razones para no solicitar crédito (porcentaje)

Total Nacional

2022 – 2024*

Razones para no solicitar crédito	2022	2023	2024
	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Miedo a las deudas - No le gusta endeudarse	46,8	46,7	45,7
No lo necesita	22,0	24,9	29,5
No cumple los requisitos (garantías, codeudores, avales, fiadores)	14,4	11,8	10,4
Los intereses y comisiones son muy altos	8,3	10,5	8,6
Está reportado negativamente en Centrales de riesgo	4,2	3,2	3,3
Otro	4,4	3,0	2,5

Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población con base en los resultados del CNPV 2018.

Otro incluye tiene un crédito anterior, no sabe cómo solicitarlo.

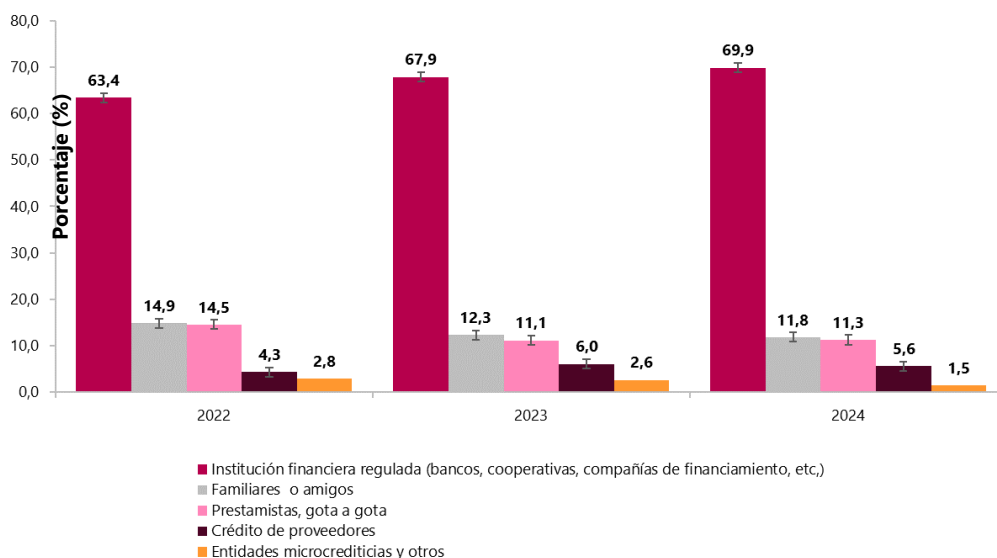
* El módulo de inclusión financiera se suspendió en el periodo de pandemia Covid-19.

Del total de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio que solicitaron un crédito, el 69,9% a instituciones financieras reguladas (banco, cooperativas y otros); 11,8% lo hicieron a familiares o amigos; 11,3% a prestamistas gota a gota; 5,6% crédito a proveedores; 1,5% entidades micro crediticias y otros. (Cuadro H.4 - Anexo Total nacional).

Gráfico 28. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según tipo de entidad a la que le solicitó crédito (porcentaje)

Total Nacional

2022 – 2024*



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

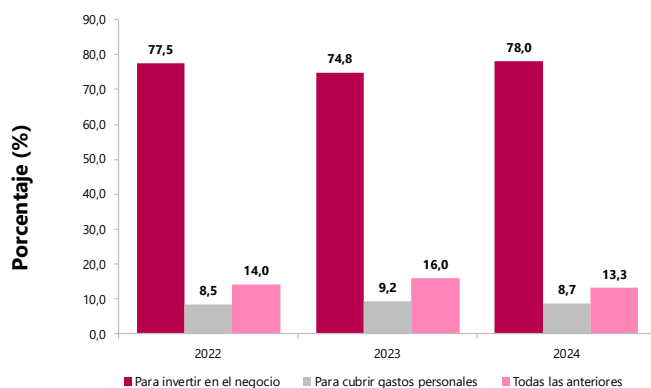
Otro incluye casa de empeño, asociaciones, cabildo, gobierno, empresa privada.

*Crédito a proveedores se refiere a los plazos concedidos para realizar los pagos por parte de los proveedores. Permite a la persona deudora disponer dinero de las ventas durante un período de tiempo adicional.

En el año 2024, los propietarios (as) de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio utilizaron el crédito solicitado el año anterior de la siguiente manera: 78,0% para invertir en el negocio; 8,7% para cubrir gastos personales; y 13,3% tanto para invertir en el negocio como para cubrir gastos personales. (Cuadro H.7 - Anexo Total nacional).

Gráfico 29. Distribución micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según el uso del crédito obtenido (porcentaje)

Total Nacional
2022 – 2024*



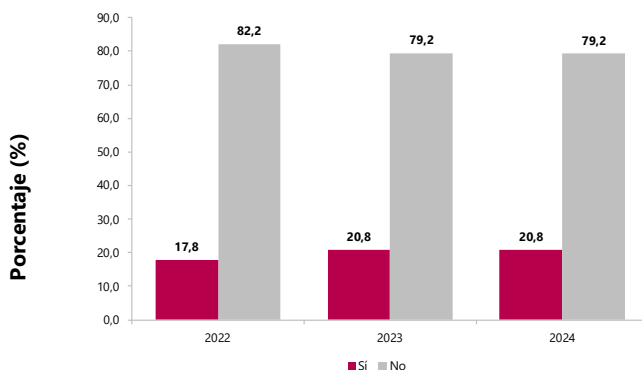
Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Del total de Micronegocios de panaderías y tiendas de barrio investigados en el año 2024, únicamente el 20,8% tuvo capacidad de ahorro. (Cuadro H.8 - Anexo Total nacional).

Gráfico 30. Distribución de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio según ahorro en el año anterior (porcentaje)

Total Nacional
2022 – 2024*



Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Nota: La pregunta va dirigida a los micronegocios que funcionaron al menos un mes del año anterior.

1.10 Variación de los principales indicadores Micronegocios de panaderías y tiendas de barrio

Para 2024, la cantidad de micronegocios de panaderías y tiendas de barrio disminuyó en -1,2% en comparación con el año 2023. Así mismo, el personal ocupado por estas unidades económicas disminuyó en -1,6% en este intervalo de tiempo. Las ventas o ingresos disminuyeron en 1,3%. (Cuadro J.1 - Anexo Total nacional).

Tabla 1. Variación de los principales indicadores de los micronegocios de panaderías y tiendas de barrio (totales)

Total Nacional

2020 – 2024

Indicadores	2020	2021	2022	2023	2024	
					Absolutos	variación 2024/2023
Número de micronegocios	505.251	563.276	567.382	546.817	540.233	-1,2%
Personal ocupado	765.202	824.575	831.068	774.692	762.481	-1,6%
Ventas o ingresos (miles de pesos)	26.439.512.968	28.131.059.550	34.632.400.223	35.248.794.826	34.795.362.198	-1,3%
Consumo intermedio (miles de pesos)	20.638.255.277	20.813.974.066	27.162.564.462	25.900.089.702	24.722.096.284	-4,5%
Valor agregado (miles de pesos)	5.801.257.691	7.317.085.484	7.469.835.761	9.348.705.124	10.073.265.915	7,8%
Ingreso mixto(miles de pesos)	4.192.920.535	5.909.299.123	5.610.318.232	7.335.856.360	7.683.320.742	4,7%

Fuente: DANE, EMICRON.

El dominio total nacional no incluye la población de los departamentos de Amazonas, Arauca, Casanare, Guainía, Guaviare, Putumayo, Vaupés y Vichada. Datos expandidos con proyecciones de población elaboradas con base en los resultados del CNPV 2018.

Ficha Metodológica

Tipo de operación estadística: encuesta por muestreo probabilístico.

Objetivo general: proporcionar información estadística sobre la evolución de las principales variables económicas de los micronegocios en los sectores de la agricultura, industria manufacturera, comercio, construcción, transporte y servicios.

Objetivos específicos: complementar la información de las encuestas estructurales mensuales: Encuesta Mensual Manufacturera con Enfoque Territorial (EMMET), Encuesta Mensual de Comercio (EMC) y Encuesta Mensual de Servicios (EMS). Generar información básica para el cálculo del PIB trimestral. Generar información básica para el cálculo de Cuentas Anuales, matriz de empleo y Economía No Observada. Proveer estadísticas e indicadores que permitan conocer el comportamiento de los micronegocios en el periodo postpandemia.

Alcance temático: la Encuesta de Micronegocios proporciona información estadística de los propietarios(as) de micronegocios (trabajadores(as) por cuenta propia o patrones (as) empleadores(as)) con 9 o menos personas ocupadas dedicados a: la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; explotación de minas y canteras; industrias manufactureras; construcción; comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida; actividades inmobiliarias y demás servicios. Los propietarios(as) son identificados previamente en los capítulos de ocupados y micronegocios de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).

La EMICRON excluye a las unidades económicas que desarrollan las actividades de suministro de electricidad, gas, vapor, distribución de agua; transporte por vía aérea; actividades financieras y de seguros; administración pública y defensa, y actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores.

Actualmente, la Encuesta de Micronegocios se recolecta en 24 departamentos del país y Bogotá D.C. La información no se captura en los departamentos de Arauca, Casanare, Vichada, Guainía, Guaviare, Vaupés, Putumayo y Amazonas.

VARIABLES e indicadores: actividad económica, ventas o ingresos, tiempo de funcionamiento, situación en el empleo del propietario del micronegocio, personal ocupado, costos de la actividad, gastos de la actividad, indicadores de emprendimiento, indicador de formalidad laboral, indicadores de formalidad empresarial, uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, fuentes de financiación y capital social.

Estándares estadísticos empleados:

- Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Todas las Actividades Económicas, revisión 4 adaptada para Colombia (CIIU Rev. 4 A.C.).
- Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo (CISE – 1993).
- Codificación de la División Político-Administrativa de Colombia (DIVIPOLA).

Unidades estadísticas:

- **Unidad de muestreo:** el(la) trabajador(a) independiente (trabajador(a) por cuenta propia o empleador(a)) que desarrolla su actividad económica en empresas de máximo 10 personas ocupadas y que son identificadas en los capítulos de ocupados y micronegocios de la GEIH.
- **Unidad de observación:** la unidad básica de observación es el propietario del micronegocio.
- **Unidad de análisis:** micronegocio de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; explotación de minas y canteras; industrias manufactureras; construcción; comercio; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida; actividades inmobiliarias y demás servicios.

Universo de estudio: propietarios(as) de micronegocios dedicados a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; explotación de minas y canteras; industrias manufactureras; construcción; comercio; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida; actividades inmobiliarias y demás servicios. Adicionalmente, los propietarios de micronegocios desarrollan su actividad económica en el territorio nacional, sin incluir a los departamentos de Arauca, Casanare, Vichada, Guainía, Guaviare, Vaupés, Putumayo y Amazonas, durante al menos un mes del año de referencia.

Población objetivo: empleadores(as) y trabajadores(as) por cuenta propia, propietarios(as) de micronegocios en el territorio nacional, sin incluir a los departamentos de Arauca, Casanare, Vichada, Guainía, Guaviare, Vaupés, Putumayo y Amazonas. Los propietarios(as) son identificados en la Gran Encuesta Integrada de Hogares en al menos un mes del año de referencia.

Tamaño de la muestra: 78.501 micronegocios aproximadamente al año.

Periodo de referencia: la información hace referencia al año 2024.

Periodo y periodicidad de recolección: la recolección de información se realiza de manera continua los 365 días del año.

Método de recolección o acopio: entrevista directa al propietario(a) del micronegocio. En las cabeceras municipales, la encuesta se realiza telefónicamente y, en los centros poblados y rural disperso es presencial.

Indicadores de calidad

- **Cobertura:** el porcentaje de cobertura es un instrumento que permite hacer seguimiento al desarrollo de la recolección de información de los micronegocios. Mide la relación entre la cantidad de personas encuestadas sobre el total de personas que componen la muestra de la operación estadística. Entre más alta sea la cobertura, mayor es la calidad de los resultados publicados.

En 2024 la cobertura de la Encuesta de Micronegocios fue de 98,5%.

- **Tasa de no respuesta:** mide el porcentaje de personas de la muestra que no pudieron ser contactadas o que no respondieron la encuesta de micronegocios. Los motivos por los cuales no fue posible realizar la encuesta son: vivienda vacante o desocupada; personas ausentes; ausente temporal; ya no hace parte del hogar; rechazo; persona(s) ocupada(s); el hogar ya no vive en la vivienda; falleció; y número de teléfono inválido. Entre menor sea la tasa de no respuesta, mayor es la calidad de los resultados publicados.

En 2024, la tasa de no respuesta de la Encuesta de Micronegocios fue de 1,5%.

- **Tasa de imputación:** la tasa de imputación mide el porcentaje de micronegocios imputados sobre el total de unidades económicas. Se imputan datos cuando las personas no conocen la información, o en caso de que esta sea inconsistente. A menor resultado mayor la calidad de los datos publicados.

En 2024 la tasa de imputación de la variable "Ventas_mes_anterior" de la Encuesta de Micronegocios fue de 4,8%.

Glosario

Actividad económica: es la creación de valor agregado mediante la producción de bienes y servicios en la que intervienen la tierra, el capital, el trabajo y los insumos intermedios. Proceso o grupo de operaciones que combinan recursos tales como equipo, mano de obra, técnicas de fabricación e insumos, para la producción de bienes o servicios; que pueden ser transferidos o vendidos a otras unidades, almacenados como inventario o utilizados por las unidades productoras para su uso final. (Concepto estandarizado DANE).

Anexo estadístico: información complementaria que se incluye al final de un producto de difusión estadístico y que aporta datos que sirven para ampliar lo que se ha puesto de manifiesto durante el mismo. (Concepto estandarizado DANE).

Área metropolitana: entidad administrativa formada por un conjunto de dos o más municipios integrados alrededor de un municipio núcleo o metrópoli. Estos están vinculados por relaciones de orden físico, económico y social, y requieren una administración coordinada para la programación, la coordinación de su desarrollo y la prestación de sus servicios públicos. (Concepto estandarizado DANE).

Boletín técnico estadístico: documento de carácter técnico que presenta la descripción y la actualización de los resultados de una operación estadística. (Concepto estandarizado DANE).

Cabecera municipal: delimitación geográfica definida por el DANE para fines estadísticos, alusiva al área geográfica delimitada por el perímetro censal. A su interior se localiza la sede administrativa del municipio, es decir la alcaldía. (Concepto estandarizado DANE).

Calidad estadística: es el cumplimiento de las propiedades que debe tener el proceso y el producto estadístico, para satisfacer las necesidades de información de los usuarios. (Concepto estandarizado DANE).

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU): clasificación de las actividades productivas. Su objetivo principal es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que puedan utilizarse para la recopilación y presentación de informes estadísticos de acuerdo con esas actividades y comparabilidad internacional. (Concepto estandarizado DANE).

Comercio: reventa sin transformación. (Concepto estandarizado DANE).

Construcción: actividad económica dirigida a crear, renovar, reparar o ampliar activos fijos consistentes en edificios, realizar obras de ingeniería como carreteras, puentes, presas, etc. (Concepto estandarizado DANE).

Economía no observada: se refiere a las actividades subterráneas, ilegales, informales o de producción de los hogares para su consumo final propio y que no son capturadas por ninguna operación estadística ni existe fuente de información directa. (Concepto estandarizado DANE).

Imputación de datos: sustitución de elementos de datos faltantes o inconsistentes (campos) por valores estimados. Los valores sustituidos están destinados a crear un registro de datos válidos y consistentes, para conformar un archivo de datos depurados. (Concepto estandarizado DANE).

Indicador: expresión cuantitativa observable y verificable, que permite describir características, comportamiento o fenómenos de la realidad, a través de la medición de una variable o relación entre variables. (Concepto estandarizado DANE).

Industria: son actividades de las unidades estadísticas que se dedican a la transformación física o química de materiales, sustancias y componentes, en productos nuevos; el trabajo se puede realizar con máquinas o a mano, y en una fábrica o a domicilio. (Concepto estandarizado DANE).

Industria manufacturera: actividad económica dedicada a la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos, las materias primas provienen de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras. La alteración, la renovación o la reconstrucción de productos se consideran por lo general, actividades manufactureras. (Concepto estandarizado DANE).

Información estadística: conjunto de resultados que se obtienen de las operaciones estadísticas y que describen o expresan características sobre un elemento, fenómeno u objeto de estudio; incluye su documentación. (Concepto estandarizado DANE).

Ingreso: valor monetario o en especie recibido por la unidad económica a cambio de la prestación de un servicio, la venta de bienes a otras unidades económicas o por otras fuentes asociadas directa o indirectamente con su actividad económica. (Concepto estandarizado DANE).

Patrón o empleador(a): son las personas que dirigen su propia empresa económica o ejercen por su cuenta una profesión u oficio, utilizando uno(a) o más trabajadores(as) remunerados(as), empleados(as) y/u obreros(as). (Concepto estandarizado DANE).

Personal ocupado: corresponde al personal que labora en la empresa o establecimiento, contratado de forma directa (trabajadores que reciben un pago) por esta o a través de empresas especializadas, y a los propietarios, los socios y los familiares sin remuneración fija. (Tomado del concepto estandarizado DANE, Personal ocupado en el establecimiento que presta el servicio de alojamiento).

Propietarios o socios: personas que no perciben remuneración regular alguna (es decir, sin que exista una cuantía acordada de remuneración del trabajo realizado). El propietario es la persona que toma las decisiones de la empresa, los socios trabajan con ellos de forma asociativa. (Concepto estandarizado DANE).

Servicios: son el resultado de las actividades desarrolladas por unidades económicas, encaminadas a generar o a poner a disposición de personas, hogares o empresas una amplia gama de productos intangibles, que cambian las condiciones de las unidades que los adquieren. Poseen una diversidad de características de acuerdo con las necesidades de quienes los solicitan. Los servicios no son entidades independientes sobre las que se puedan establecer derechos de propiedad. (Concepto estandarizado DANE).

Trabajador familiar no remunerado: todas aquellas personas que viven en el hogar del titular (o titulares) de la empresa propietaria y que trabajan en o para el establecimiento. Laboran por un tiempo no inferior a la tercera parte de la jornada normal (quince horas semanales), no participan en su dirección, y no perciben remuneración regular alguna (es decir, sin que exista una cuantía acordada de remuneración del trabajo realizado). (Concepto estandarizado DANE).

Trabajador(a) por cuenta propia: son las personas que explotan su propia empresa económica o que ejercen por su cuenta una profesión u oficio con ayuda o no de familiares, pero sin utilizar ningún(a) trabajador(a) empleado(a) u obrero(a) remunerado(a). Estas personas pueden trabajar solos o asociados con otras de igual condición. (Concepto estandarizado DANE).

Trabajadores que reciben un pago: son todas aquellas personas trabajadoras que son contratadas a cambio de un pago, en dinero o en especie, como retribución por las labores realizadas. (Manual de Recolección y Conceptos Básicos Gran Encuesta Integrada de Hogares DANE, 2022).

Transporte: es el traslado de personas, animales o cosas de un punto a otro a través de un medio físico. (Concepto estandarizado DANE).

Variable: característica de las unidades estadísticas que puede asumir un conjunto de valores los cuales pueden ser cuantitativos o cualitativos. (Concepto estandarizado DANE).

Anexo 1

Módulo de Micronegocios - Gran Encuesta Integrada de Hogares.

Descripción de variable	Valores
...¿en su trabajo o actividad usted tiene un jefe o superior inmediato?	1. Sí 2. No
Entonces, ¿... se dedica a un negocio o actividad por su cuenta?	1. Sí 2. No
Además de su fuerza de trabajo, ¿usted es el propietario o toma en alquiler algún medio (por ejemplo: maquinaria, equipo, materiales, muebles, vehículos, herramientas, mercancía, etc.) para el desarrollo de su actividad?	1. Sí 2. No
¿Usted es el propietario de los productos fabricados o comercializados, o de los servicios que suministra?	1. Sí 2. No
La actividad económica, negocio o empresa donde trabaja es propiedad de:	1.... es el único dueño 2. Dos (2) o más personas de este hogar 3. Una sola persona de este hogar y personas de otros hogares 4. Varias personas de este hogar y personas de otros hogares
¿La información de esta actividad económica, negocio o actividad ya fue registrada?	1. Sí 2. No
¿Cuál fue el valor de las ventas o ingresos totales de su actividad, negocio, profesión o finca, el mes pasado?	Valor

Anexo 2

Filtros para la selección de la muestra

El módulo de micronegocios en GEIH se habilita para las personas independientes (cuenta propia) y empleadores(as) de primer y segundo empleo que trabajan en empresas con máximo 10 personas ocupadas. Para identificar los(as) propietarios(as) o dueños(as), se establecen dos criterios de selección: Criterio de inclusión fuerte y Criterio de inclusión flexible.

Criterio de inclusión fuerte	Criterio de inclusión flexible
Empleadores(as) o patronos(as) de primer empleo que por definición explotan una unidad económica, además su negocio tiene máximo 10 personas	Trabajadores(as) por cuenta propia del primer empleo que trabajan en empresas con máximo 10 personas ocupadas y que afirman tener un jefe y ser propietario de los medios de producción para el desarrollo de su actividad
Empleadores(as) o patronos(as) en el segundo empleo que por definición explotan una unidad económica, además sus negocios tienen máximo 10 personas ocupadas	Trabajadores(as) por cuenta propia del primer empleo que trabajan en empresas con máximo 10 personas ocupadas y que afirman tener un negocio en el capítulo de Ocupados de la GEIH
Trabajadores(as) por cuenta propia del primer y segundo empleo que afirman no tener un jefe, tener un negocio y ser propietario de los medios de producción para el desarrollo de su actividad.	



WWW.DANE.GOV.CO

Si requiere información adicional, contáctenos a través del correo

contacto@dane.gov.co

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)
Bogotá D.C., Colombia

www.dane.gov.co