

 ESTUDIOS
SOCIO
ECONÓMICOS



INSTITUTO PARA LA
ECONOMÍA
SOCIAL



**BOLETIN DE VENDEDORES INFORMALES CARACTERIZADOS EN BOGOTÁ A
CORTE DICIEMBRE 2024**

**SUBDIRECCIÓN DE DISEÑO Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO
ESTUDIOS SOCIOECONOMICOS**

Edwin Alejandro Ramírez Londoño

Jhon Erick Gómez Moreno

BOGOTÁ, OCTUBRE 2025

INTRODUCCION

El Instituto para la Economía Social- IPES, es una entidad adscrita al sector Desarrollo Económico, Industria y Turismo, de Bogotá, en cumplimiento del artículo 79 del Acuerdo 257 de 2006 “Por el cual se dictan normas básicas sobre la estructura, organización y funcionamiento de los organismos y de las entidades de Bogotá, Distrito Capital, y se expiden otras disposiciones”, y tiene como misión el *“ofertar alternativas de generación de ingresos a la población de la economía informal que ejerce sus actividades en el espacio público; así como administrar y desarrollar acciones de fortalecimiento del Sistema Distrital de Plazas de Mercado, para aportar al desarrollo económico de la ciudad”*

Cumpliendo con la misionalidad, se ha venido realizando la caracterización socioeconómica y demográfica de los vendedores informales que ocupan el espacio público en la ciudad de Bogotá, con el fin de conocer su situación, y tomar las mejores decisiones para la atención de los mismos.

Pero, ¿qué es una caracterización?:

En el marco de la Guía metodológica, la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés del Departamento Nacional de Planeación, en adelante DNP 2018, define lo siguiente:

“...caracterizar hace referencia a identificar las particularidades de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés con los cuales interactúa cada una de las entidades de la administración pública, con el fin de segmentarlos en grupos que compartan atributos similares y a partir de allí gestionar acciones para: (i) el diseño o adecuación de la oferta institucional, (ii) el establecimiento de una estrategia de implementación o mejora de canales de atención, (iii) el diseño de una estrategia de comunicaciones e información para la ciudadanía, (iv) el diseño de una estrategia de rendición de cuentas que incluya acciones pertinentes en materia de información, diálogo e incentivos, v) el diseño e implementación de mecanismos de participación ciudadana en la gestión y en general (vi) la adecuada implementación y evaluación de políticas públicas...” (Página 3) cita textual.

Para adelantar el proceso de caracterización, el Instituto para la Economía Social- IPES, elaboró una ficha técnica, con la cual se recolecta la información relevante de la población objeto de atención, que sirve para definir sistemáticamente de forma idónea, nuestra población objetivo.

El proceso de caracterización se lleva a cabo bajo la coordinación y liderazgo de la Subdirección de Diseño y Análisis Estratégico - de Estudios Socioeconómicos, con el apoyo de los profesionales del equipo de Sistemas, quienes suministraron la información para analizar y caracterizar. La Información recolectada es ingresada a la Herramienta Misional - HEMI que, con corte a 31 de diciembre de 2024, cuenta con 100.904 usuarios caracterizados.

El levantamiento de información in situ y el procesamiento de datos lo realiza la Subdirección de Gestión de Redes Sociales e Informalidad (SGRSI) y el análisis socioeconómico y demográfico, lo realiza la Subdirección de Diseño y Análisis Estratégico equipo de Estudios Socioeconómicos.

CONTEXTO

Según el libro “Las Ventas Informales En el espacio público en Bogotá Soluciones y desafíos”:

“Las ventas informales hacen parte importante de las múltiples actividades económicas que se desarrollan en el ámbito de la informalidad, asimismo son las de mayor visibilidad dado que se desarrollan en el espacio público de la ciudad.

Son múltiples las causas en Colombia por las que las personas salen a las calles a buscar su sustento, una de las razones principales es la imposibilidad del mercado laboral para absorber toda la mano de obra disponible, lo que trae consigo desempleo. Igualmente, otros factores que inciden en el incremento de las ventas informales en el espacio público son: las bajas tasas educativas de la población que dificultan la inserción laboral a empleos formales; los desplazamientos forzados; falta de incentivos para la formalización y las pocas o nulas barreras de entrada para vender en las calles, etc., todos estos factores hacen que el problema de las ventas informales sea cada vez más apremiante.

La cuantificación de estas actividades, dada la alta movilización de las personas que la ejercen, hace complicado su cálculo dentro de las estadísticas oficiales, por esta razón dentro de la categorización hecha por el DANE no se cuenta con cifras de vendedores ambulantes.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Los estudios de caracterización son una herramienta fundamental a través de la cual se definen, analizan y evalúan las variables socioeconómicas y demográficas de la población sujeto de atención, con el fin de diseñar o replantear programas que se ajusten a las necesidades de la población.

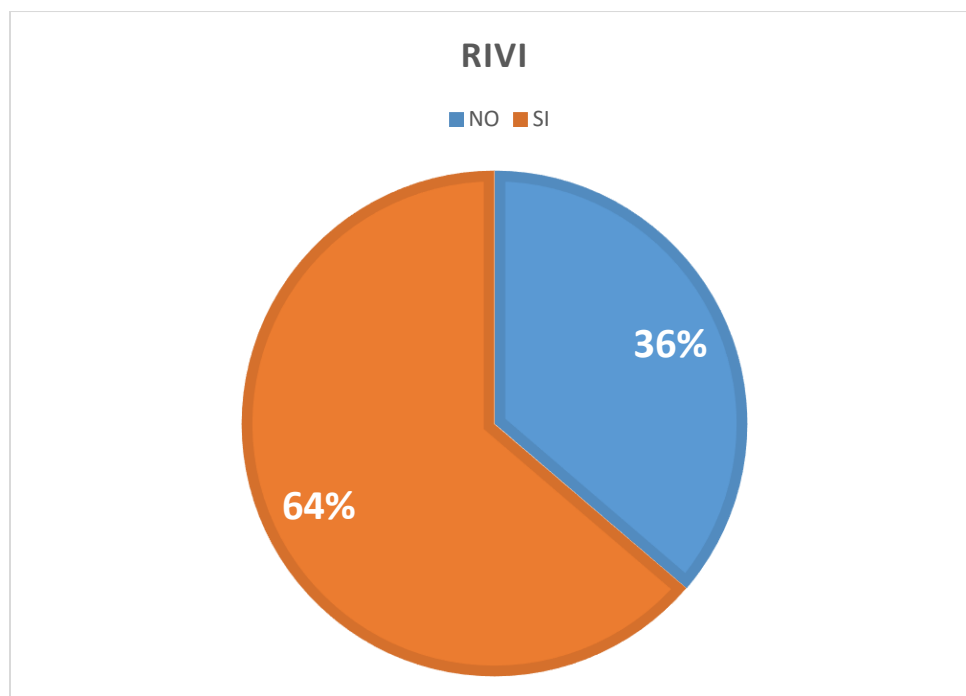
En el caso particular, la Institución cuenta con la herramienta informática misional denominada HEMI, en la que se registra o almacena toda la información que contiene la ficha técnica el formato institucional PE03-FO-001, registro de Identificación Básica, de los vendedores informales en el espacio público.

A continuación, presentamos los datos más relevantes, respecto de los 100.904 registros de vendedores informales caracterizados.

1. REGISTRO INDIVIDUAL DEL VENDEDOR INFORMAL RIVI

TIENE RIVI	PORCENTAJE
NO	36%
SI	64%
Total general	100%

Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025



Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

De los usuarios caracterizados, la gráfica muestra que el 36%, no cuenta con el registro individual del vendedor informal RIVI. Por lo tanto, es preciso aclarar que varias de las alternativas que son ofertadas por este Instituto, a los vendedores informales que desarrollan sus actividades en el Espacio público, exigen como requisito para acceder a las mismas estar registrado.

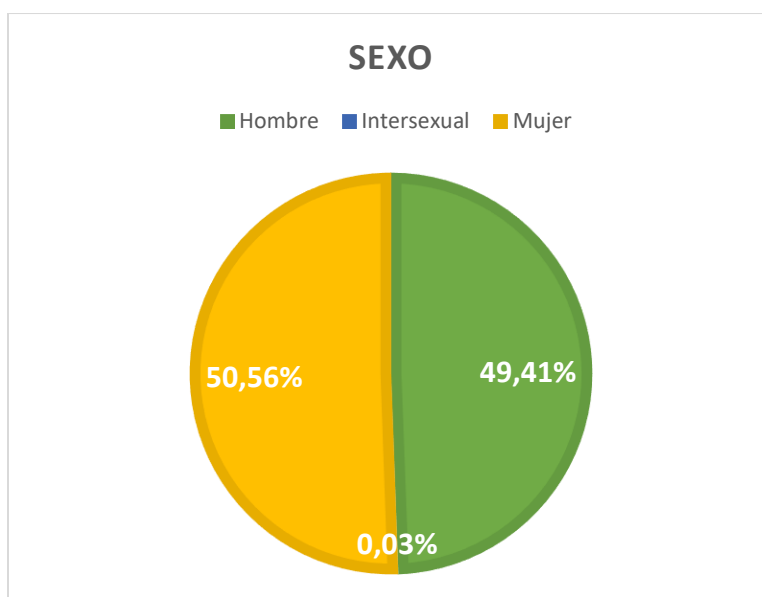
Para obtener el registro, los usuarios pueden tramitarlo en la sede administrativa ubicada en la carrera 9 No. 10 – 59, o en las alcaldías locales en campañas o actividades coordinadas con el Instituto para la Economía Social.

2. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

2.1. Sexo

SEXO	PORCENTAJE
Hombre	49,41%
Intersexual	0,03%
Mujer	50,56%
Total general	100%

Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025



Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

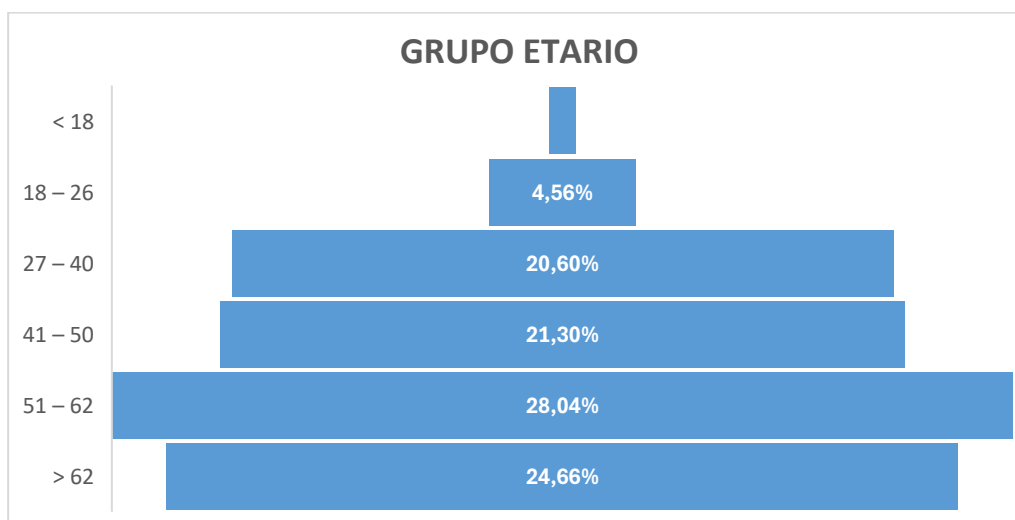
En cuanto al sexo al que pertenecen los vendedores informales caracterizados, tenemos un porcentaje que no marca significativamente la diferencia. observamos que las mujeres son las que mayor participación tienen con un 50,56%.

2.2. Grupo Etario

GRUPO ETARIO	PORCENTAJE
< 18	0,83%
18 – 26	4,56%
27 – 40	20,60%
41 – 50	21,30%
51 – 62	28,04%
> 62	24,66%
TOTAL	100%

Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

Respecto al grupo etario, el 52,70% de los vendedores informales caracterizados son mayores de 50 años, tampoco marcando una significativa diferencia entre el grupo que se ubica en el rango de los 18 a los 50, que es el 46,46%, solo con un rango porcentual de diferencia del 6,24%.



Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

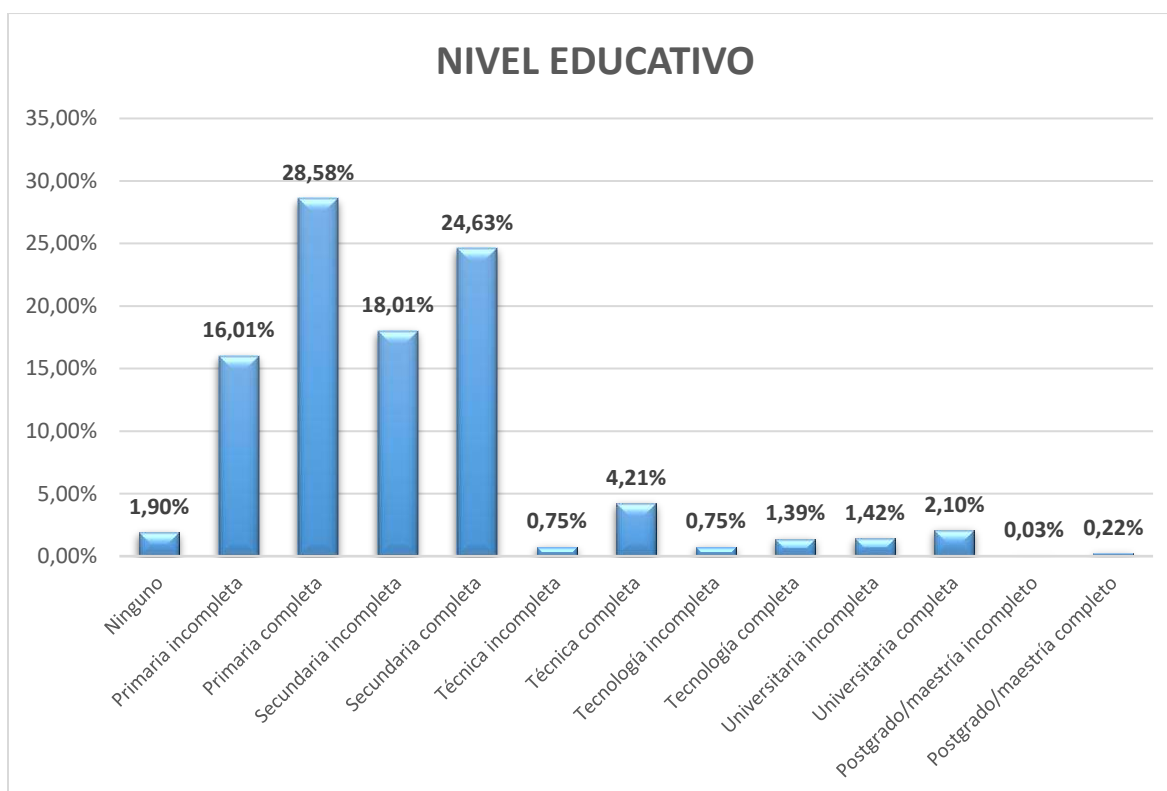
2.3. Nivel Educativo

La educación es un factor preponderante en la incidencia de la informalidad, un ejercicio econométrico del observatorio laboral de la Universidad del Rosario (Observatorio Laboral Labour, 2018) indica que alcanzar un nivel educativo más alto reduce la tasa de informalidad en más de 20 puntos porcentuales.

Es así que entre menor nivel educativo tengan los vendedores, más difícil se tornará salir de la informalidad; en el caso de la educación de la población identificada por el IPES encontramos:

NIVEL EDUCATIVO	PORCENTAJE
Ninguno	1,90%
Primaria incompleta	16,01%
Primaria completa	28,58%
Secundaria incompleta	18,01%
Secundaria completa	24,63%
Técnica incompleta	0,75%
Técnica completa	4,21%
Tecnología incompleta	0,75%
Tecnología completa	1,39%
Universitaria incompleta	1,42%
Universitaria completa	2,10%
Postgrado/ maestría incompleta	0,03%
Postgrado/maestría completa	0,22%
TOTAL	100%

Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025



Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

La grafica nos muestra que, de los beneficiarios caracterizados, el 1,90% no tiene ningún nivel educativo, el 16,01% tienen primaria incompleta, el 28,58% primaria completa, el 18,01% tienen secundaria incompleta, y tan solo el 24,63% poseen secundaria completa; es decir que el 89,13% a lo sumo ha terminado la secundaria.

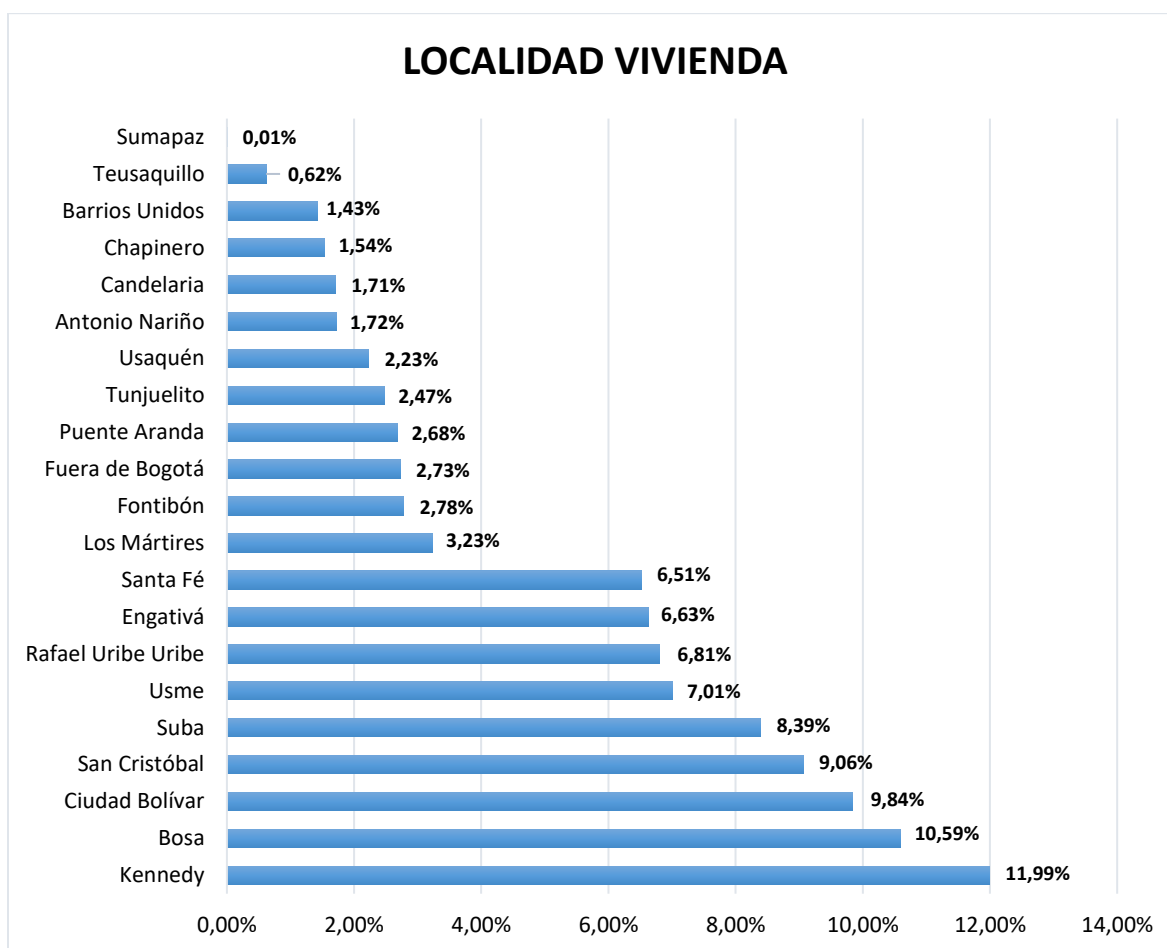
3. CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

3.1. Localidad de vivienda

LOCALIDAD VIVIENDA	PORCENTAJE
Kennedy	11,99%
Bosa	10,59%
Ciudad Bolívar	9,84%
San Cristóbal	9,06%
Suba	8,39%
Usme	7,01%
Rafael Uribe Uribe	6,81%
Engativá	6,63%
Santa Fé	6,51%

LOCALIDAD VIVIENDA	PORCENTAJE
Los Mártires	3,23%
Fontibón	2,78%
Fuera de Bogotá	2,73%
Puente Aranda	2,68%
Tunjuelito	2,47%
Usaquén	2,23%
Antonio Nariño	1,72%
Candelaria	1,71%
Chapinero	1,54%
Barrios Unidos	1,43%
Teusaquillo	0,62%
Sumapaz	0,01%
TOTAL	100%

Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025



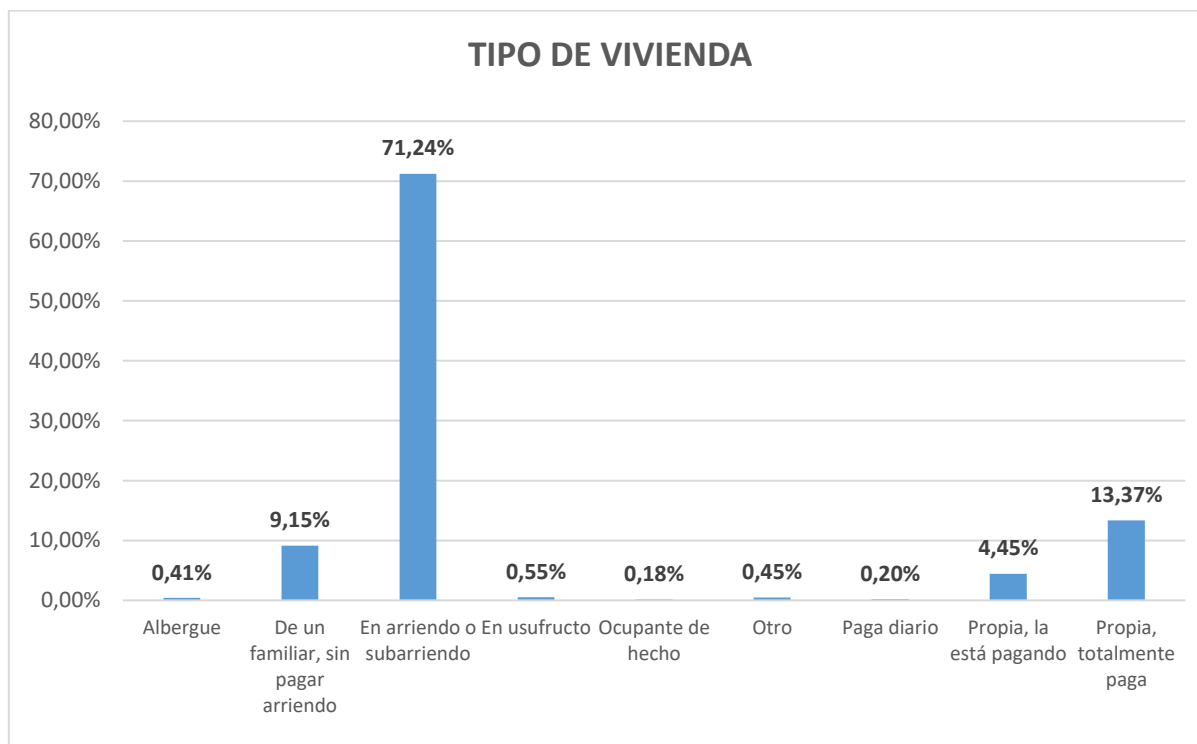
Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

Con respecto a la localidad de vivienda de los vendedores informales caracterizados por la Entidad se evidencia que el (56,9%), se concentran en 6 localidades, siendo Kennedy (11,99%) la localidad en donde reside la mayoría de la población en mención, seguida de Bosa (10,59%), Ciudad Bolívar (9,84%), San Cristóbal (9,06%), Suba (8,39%) y Usme (7,01%), respectivamente.

3.2. Tipo de Vivienda Actual

TIPO DE VIVIENDA	PORCENTAJE
Albergue	0,41%
De un familiar, sin pagar arriendo	9,15%
En arriendo o subarriendo	71,24%
En usufructo	0,55%
Ocupante de hecho	0,18%
Otro	0,45%
Paga diario	0,20%
Propia, la está pagando	4,45%
Propia, totalmente paga	13,37%
TOTAL	100%

Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025



Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

En cuanto al tipo de vivienda, se observa que la mayoría de nuestros beneficiarios se encuentran pagando arriendo por el lugar donde habitan (71,24%), y es para destacar que EL 17,82% de nuestros beneficiarios cuentan con casa propia bien sea totalmente pagada (13,37%), o la está pagando (4,45%).

4. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES

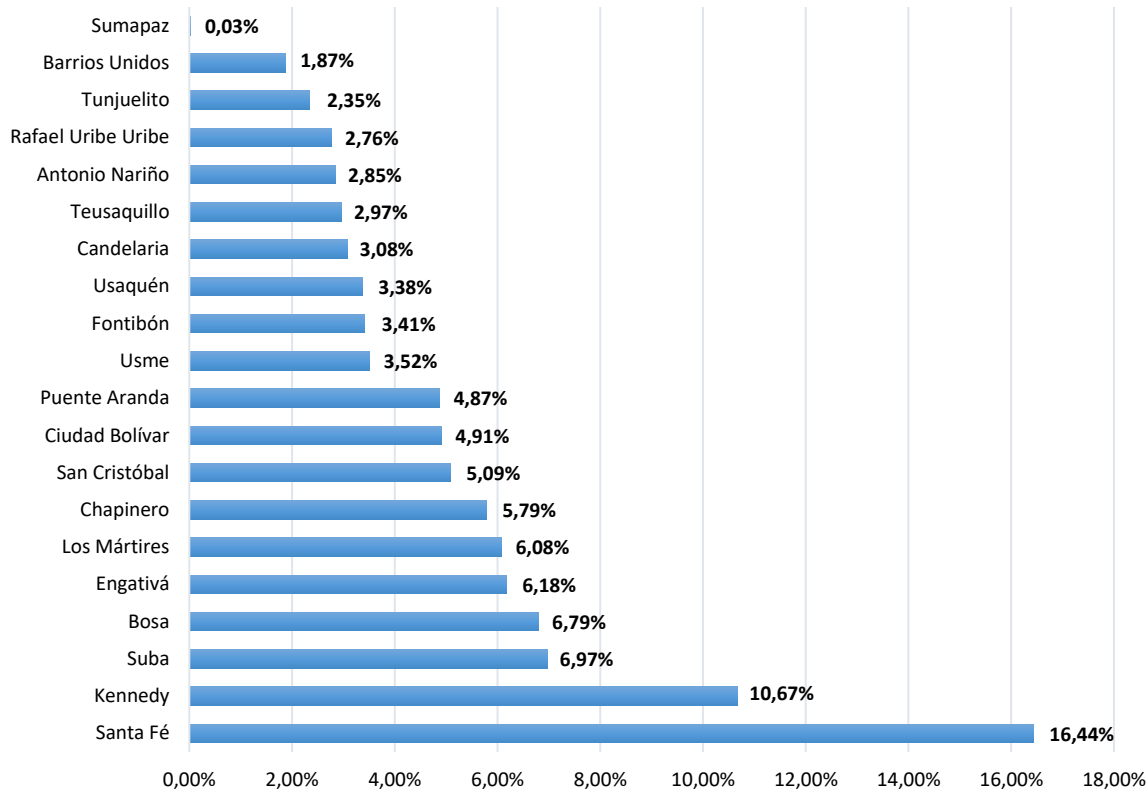
4.1. Localidad de ubicación de las ventas informales

LOCALIDAD DE TRABAJO	PORCENTAJE
Santa Fé	16,44%
Kennedy	10,67%
Suba	6,97%
Bosa	6,79%
Engativá	6,18%
Los Mártires	6,08%
Chapinero	5,79%
San Cristóbal	5,09%
Ciudad Bolívar	4,91%
Puente Aranda	4,87%
Usme	3,52%
Fontibón	3,41%
Usaquén	3,38%
Candelaria	3,08%
Teusaquillo	2,97%
Antonio Nariño	2,85%
Rafael Uribe Uribe	2,76%
Tunjuelito	2,35%
Barrios Unidos	1,87%
Sumapaz	0,03%
TOTAL	100%

Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

Con respecto a la localidad de trabajo informal de los beneficiarios caracterizados por la Entidad el 53,13% se concentran principalmente en 6 localidades, evidenciando a la localidad de Santa Fe con el (16.44%) en donde se concentra la mayoría de la población de las ventas informales, seguida de la localidad de Kennedy (10,67%), Suba (6,97%), Bosa (6,79%) Engativá (6,18%) y Mártires (6,08%) respectivamente.

LOCALIDAD DE TRABAJO

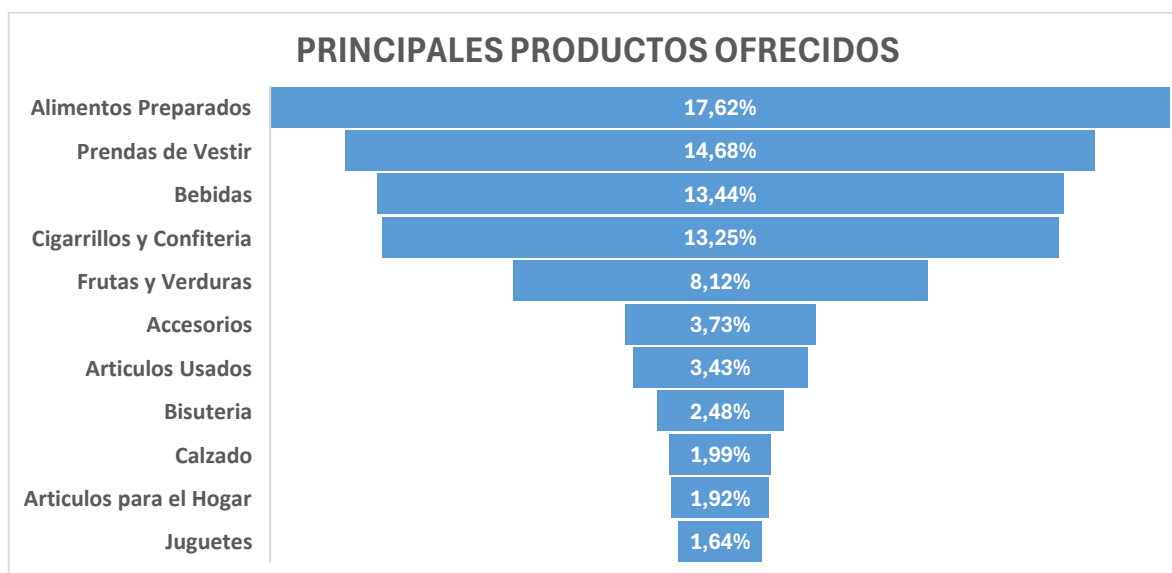


Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

4.2. Principales Productos Ofrecidos

PRODUCTOS OFRECIDOS	PORCENTAJE
Alimentos Preparados	17,62%
Prendas de Vestir	14,68%
Bebidas	13,44%
Cigarrillos y Confitería	13,25%
Frutas y Verduras	8,12%
Accesorios	3,73%
Artículos Usados	3,43%
Bisutería	2,48%
Calzado	1,99%
Artículos para el Hogar	1,92%
Juguetes	1,64%
TOTAL	82,29%

Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025



Fuente: HeMi, Cálculos propios. 2025

En cuanto a los productos ofrecidos por los vendedores informales caracterizados, se observa que se concentra principalmente en 4 grupos a saber: Alimentos (17,62%), prendas de vestir (14,68%), bebidas (13,44%), cigarrillos y confitería (13,25%); que representa más de la mitad de la oferta de los mismos (58,99%).

CONCLUSIONES

El 36% de la población caracterizada, no cuenta con el registro Individual del vendedor informal RIVI, importante diseñar una estrategia para que, de forma ágil, invitar a la población caracterizada realizar el registro, pues este es el primer requisito para acceder al portafolio de servicios de alternativas comerciales.

Otro punto importante a destacar dentro del análisis adelantado, es la edad, el 52.70% de la población de los vendedores informales caracterizados, son mayores de 50 años, esto debido a los límites de edad que hay en Colombia, para acceder acceso a un empleo formal, razón por la cual las personas se refugian en la informalidad, para obtener un ingreso.

Otra variable relevante del análisis, es el tema del nivel educativo de la población caracterizada, en razón a que el 64,5% a lo sumo cuenta con secundaria incompleta.

En cuanto el tipo de vivienda el 17,82% de nuestros vendedores caracterizados, tienen vivienda propia, de los cuales el 4.45% la está pagando.

Finalmente, se evidencia que los productos más ofrecidos en el espacio público son los alimentos preparados (17,62%) y las prendas de vestir (14,68%).