

Notas Fiscales

**Informalidad empresarial y laboral en
pequeños comerciantes: nueva evidencia
para Colombia**

Juana Paola Bustamante Izquierdo
María Piedad Bayter Horta

No. 21, Septiembre 2013



Ministerio de Hacienda y Crédito Público
Dirección General de Política Macroeconómica
Centro de Estudios Fiscales

Notas Fiscales, 2013
ISSN 2027-8365

Septiembre de 2013

2013, Ministerio de Hacienda y Crédito Público- Dirección General de Política Macroeconómica
Centro de Estudios Fiscales
Cra 8 no. 6-64
Bogotá, D.C., Colombia
Tel: 3811700 ext. 3361
indipolmacro@minhacienda.gov.co
<http://www.minhacienda.gov.co/MinHacienda/haciendapublica/CentroEstudios/publicaciones/notas>

Informalidad empresarial y laboral en pequeños comerciantes: nueva evidencia para Colombia

Juana Paola Bustamante Izquierdo
María Piedad Bayter Horta

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento tiene como objeto estudiar la característica multifacética de la informalidad en pequeños comerciantes (tiendas, panaderías y pequeños restaurantes) a través de la caracterización de la informalidad empresarial y laboral. El artículo hace un análisis microeconómico de la economía informal e identifica posibles estrategias y/o espacios para intervención en términos de política pública. Se encuentra que el nivel de formalidad empresarial está relacionado con la constitución de los negocios (persona natural o jurídica), al igual que se observa una falta de buenos registros contables y el no cumplimiento con el pago de obligaciones tributarias. Se observa que los propietarios financian su negocio a través de ahorros y no del sistema financiero. En relación con la informalidad laboral, se observa bajos niveles de aportes a seguridad social. Sin embargo, al estudiar disponibilidades a pagar por ahorro para la vejez y otros servicios del estado, se encuentra un espacio para implementación de política pública que incentive cotizaciones y se identifica una posible oferta de servicios para la población objetivo.

Boletín No. 21

Códigos JEL: E26 / E62 / H26

Palabras Claves: Informalidad, Pequeños comerciantes, Inclusión, Economía Formal.

ABSTRACT

This paper aims to study the multifaceted feature of informality in small businesses (shops, bakeries and small restaurants), through characterizing business and labor informality. The article makes a microeconomic analysis of the complexity of the informal economy and identifies possible strategies and / or areas for intervention in terms of public policy. It is found that the level of business formality is related to the business constitution (natural or legal person), as there is a lack of good accounting records and non-compliance with payment of tax obligations. It is found that the owners finance their business through savings and not by the financial system. In relation to labor informality, there are low levels of social security contributions. However, when study willingness to pay for savings to finance old age income and other government services, it is found possibilities to increase contributions and to target supply of services to the target population.

Bulletin No. 21

JEL codes: E26 / E62 / H26

Keywords: Informality, Small Businesses, Inclusion, Formal Economy

Introducción

La economía informal se puede entender como la ausencia total o parcial de requisitos legales establecidos por el Gobierno para el funcionamiento de una actividad económica y/o las condiciones laborales de los trabajadores. La primera¹, se refiere al sector informal e incluye las actividades económicas que presentan una o varias de las siguientes características: i) desarrollarse en pequeñas unidades de producción, ii) no llevar contabilidad, iii) no estar registradas ante la entidad correspondiente, iv) no cumplir con el pago de impuestos, v) falta de derechos de propiedad, y vi) bajos niveles de productividad como, por ejemplo, el manejo de efectivo. Por otro lado, la informalidad laboral se clasifica según los siguientes elementos: i) aportes a seguridad social, ii) categorías de trabajadores, y iii) garantías laborales. En la Tabla 1, que resume las características de la economía informal, se puede observar la característica multifacética de la informalidad. Lo anterior, se ve reflejado en las posibles combinaciones o superposiciones entre el sector informal y el empleo informal; es decir, la informalidad tiene diferentes grados y puede variar por sectores económicos.

Tabla 1. Característica multifacética de la informalidad

Sector informal Empleo informal	Pequeñas unidades de producción	No lleva contabilidad	No se encuentran registradas	Cumplimiento de impuestos	Manejo de efectivo
No hace pagos a seguridad social en salud					
No hace pagos a seguridad social en pensiones					
Sin contrato laboral					

Fuente: elaboración del autor.

La formalización de la economía se da como una condición necesaria para generar condiciones de crecimiento sostenible de las empresas y por ende en la economía, un crecimiento que estará acompañado de competitividad y productividad. Y esta formalización pasa primero por la empresa, que a su vez debe procurar por la formalización de todos sus empleados, porque “la informalidad en el ámbito de las empresas dificulta luego los procesos de formalización laboral (Organización Internacional del Trabajo, 2012). Sin embargo, alcanzar un bajo nivel de informalidad en la economía no es una tarea fácil, porque este problema tiene varias causas y por tanto no se puede remediar con un único tipo de política o programa.

La característica multifacética de la informalidad y sus causas hace difícil la aplicación de políticas públicas adecuadas. Diversos estudios sugieren un conjunto de políticas generales que pueden contribuir a la formalización de las actividades económicas y los trabajos. Es así que en la Conferencia Internacional del Trabajo (Organización Internacional del Trabajo, 2007) se resalta que “las reglamentaciones bien concebidas, transparentes, responsables y debidamente difundidas, comprendidas las que respaldan las normas laborales y medioambientales, son buenas para los mercados y la sociedad, facilitan la formalización e impulsan la competitividad

¹ Para una mayor discusión en la definición de informalidad ver (Oficina Internacional del Trabajo, 2003), (Oficina Internacional del Trabajo, 1993); (Bustamante Izquierdo, 2011).

sistémica”. Pero varios estudios también sugieren la necesidad de conocer mejor las características financieras y la forma de hacer negocios de los sectores informales de la economía. Lo anterior, contribuye a la comprensión de las causas de la informalidad diferenciada por sectores y los posibles incentivos a la formalidad.

Estudios anteriores (Bustamante, 2012) mostraron que parte de la población de pequeños comerciantes -particularmente los tenderos, panaderos y pequeños restaurantes- es informal porque los requisitos exigidos por la legislación actual para ingresar a la formalidad no corresponden con su flujo de caja e ingresos. Con el fin de investigar la anterior hipótesis y la característica multifacética de la informalidad en pequeños comerciantes, se toma información financiera del sector en cuestión y se estudian sus características formales e informales a través de una encuesta². Igualmente, se estima la disponibilidad a pagar de esta población por ahorros a la vejez. Teniendo en cuenta lo anterior, en las siguientes secciones se analizará la informalidad de los pequeños comerciantes con base a las características mencionadas en la Tabla 1.

El documento se divide en cuatro secciones: i) la primera presenta estadísticas descriptivas de la informalidad a nivel nacional y el detalle para el sector de pequeños comerciantes; ii) la segunda sección presenta análisis financiero y de seguridad social en detalle para los pequeños comerciantes; iii) la tercera parte se dedica a la estimación de la disponibilidad a pagar e incentivos a la formalidad; y iv) finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones.

1. Medición multifacética de la informalidad

En esta sección se presenta el panorama de la economía informal en Colombia desde el punto de vista de la informalidad de la actividad económica y de la laboral. En particular, se estudia el sector del pequeño comerciante (tendero, panadero y pequeño restaurante) con base en la encuesta contratada por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público (en adelante encuesta Minhacienda-HelpFile). La encuesta tuvo como objeto caracterizar empresarial, laboral y financieramente a pequeños establecimientos, específicamente tiendas, panaderías y pequeños restaurantes y medir la percepción de estos empresarios frente a propuestas que incentiven el paso a la economía formal. La encuesta se aplicó a 2,248 establecimientos de los estratos uno, dos y tres en las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. Los estratos objetivo de la encuesta fueron seleccionados con base en Santa María & Roza (2008) quienes muestran que la distribución de los establecimientos informales por estrato económico se concentra en los estratos tres (35,5%), dos (33,8%) y uno (15,8%); mientras que los demás solo representan el 15% de los informales³. Las ciudades en las que se realizó la encuesta fueron seleccionadas con base en los datos de informalidad de la Gran Encuesta Integrada de Hogares, donde se observa que las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga son las que presentan mayor proporción de informalidad laboral respecto de las demás ciudades del país. Ver Anexo 1 (formulario encuesta) y Anexo 2 (estadísticos descriptivos de las encuestas aplicadas).

1.1 La informalidad de las actividades económicas

El sector informal en Colombia se mide con base en la Encuesta de Microestablecimientos, específicamente, con las variables de ausencia del registro mercantil y falta de contabilidad. Con base en los últimos datos (cuarto trimestre 2010), en el país hay 1.253 mil

² (Ministerio de Hacienda y Crédito Público- HelpFile LTDA, 2012).

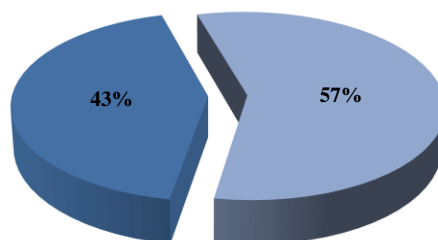
³ “Informalidad Empresarial en Colombia: Alternativas para Impulsar la Productividad, el Empleo y los Ingresos”.

microestablecimientos⁴, de los cuales, el 59% pertenecen al comercio, el 32% a servicios y el 9% a la industria.

Del total de establecimientos, el 43% no tiene registro mercantil y el 61% no lleva ningún tipo de contabilidad (Gráfico 1). Aunque el registro mercantil se percibe como un primer paso en el proceso de formalización empresarial (pues es el registro de la actividad económica), también ha demostrado no ser una herramienta efectiva para garantizar el cumplimiento con obligaciones legales de las empresas pues no representa un registro que contenga información veraz.

Gráfico 1. Caracterización del sector informal en Colombia, 2010

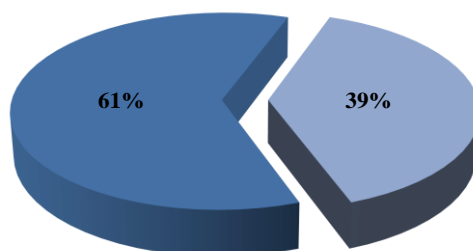
Establecimientos con registro mercantil



■ No tiene registro mercantil o no lo renovó

■ Tiene registro mercantil o lo renovó

Establecimientos con contabilidad



■ No lleva contabilidad ■ Lleva contabilidad

Fuente: Encuesta de Microestablecimientos - IV trimestre 2010, DANE. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Con base en la información de la encuesta Minhacienda-HelpFile es posible investigar con mayor detalle las características de la economía informal en los pequeños comercios tomando como guía la Tabla 1. Así, un primer aspecto es el estado de registro de la actividad económica, para lo cual se incluye el registro mercantil y el Registro Único Tributario (RUT)⁵. En Colombia, para obtener el registro mercantil es necesario tener RUT, por lo cual se podría suponer que solo se requiere saber si el establecimiento tiene o no registro mercantil para cumplir con el requisito de registro. No obstante, la información contenida en el RUT es importante para entender las obligaciones tributarias y la organización jurídica de la actividad económica, aspecto fundamental para estudiar la formalidad sectorial. El RUT sirve para ejercer una actividad económica ante terceros y para conocer las obligaciones ante el estado. Una de las

⁴ Se define a los microestablecimientos como unidades económicas con no más de 9 trabajadores y que no tengan más de tres sucursales, incluida la principal.

⁵ RUT: Mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la DIAN en materia tributaria, aduanera y cambiaria.

obligaciones que queda consignada en el RUT es el régimen de IVA, el cual puede clasificarse en régimen simplificado o régimen común⁶. El régimen común obliga al comercio en cuestión a facturar y cobrar el IVA (según el tipo de bien). Sin embargo, la reforma tributaria de 2012 - (Ley 1607 de 2012)- crea el impuesto al consumo, el cual sustituye el IVA en el caso de restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías para consumo en el lugar. Teniendo en cuenta que la encuesta Minhacienda-HelpFile se realizó antes de entrar en vigencia la Ley 1607 de 2012, el presente documento realiza el análisis teniendo en cuenta el régimen de IVA vigente para el año 2012 y no toma en consideración el nuevo impuesto nacional del consumo.

Así, en relación al RUT y con base a la encuesta Minhacienda-HelpFile, se observa (Gráfico 2) un alto cumplimiento de los empresarios: poco más del 87% de todos los establecimientos cuentan con RUT. En relación al régimen de IVA al que pertenecen, un 81% manifestaron pertenecer al régimen simplificado, lo cual, podría reflejar la característica de pequeño comercio u otras situaciones. Específicamente, lo anterior podría mostrar tres situaciones diferentes:

- i) Evasión: teniendo en cuenta que el régimen simplificado se caracteriza por la falta de requisitos y exigencias a los empresarios, una primera hipótesis podría ser que algunos (o muchos) de los establecimientos que manifestaron pertenecer al régimen simplificado, en realidad tienen ventas mayores a las declaradas y por lo tanto deberían pertenecer al régimen común, pues tienen capacidad de pago;
- ii) Informalidad: pueden tener ventas mayores a las declaradas, pero no pueden asumir los costos asociados al régimen común; y
- iii) Son comercios muy pequeños con bajos niveles de productividad que no les permiten crecer (asociado a la informalidad).

Por lo que se refiere al registro mercantil (requisito que hace pública la calidad de comerciante y se solicita frente a las cámaras de comercio), el 55% de los establecimientos manifiesta contar con este documento y, entre estos establecimientos, la mayoría (89,5%) lo tiene renovado de manera que se encuentran acatando lo estipulado en el Código de Comercio. Lo anterior es coherente con los datos de registro mercantil disponibles de la Encuesta de Microestablecimientos del DANE (cuarto trimestre del 2010, Gráfico 1), en donde un 43% de los establecimientos manifiesta tener dicho documento o haberlo renovado.

Como se puede apreciar en el Gráfico 2, es preocupante la diferencia del 32% entre los establecimientos que solamente tienen RUT (87%) frente a aquellos que tienen, además, cámara de comercio (55%). Lo anterior puede reflejar la falta de beneficios percibidos por los usuarios de las cámaras de comercio frente a la matrícula mercantil. De acuerdo con las ventajas que ofrecen las cámaras de comercio a las empresas registradas allí, se encuentran:

- i) Facilita la prueba de la propiedad de un establecimiento, de personas naturales y jurídicas, mediante el certificado que expide la cámara de comercio;

⁶ Obligaciones del Régimen Común: solicitar la Resolución de Autorización de Numeración de Facturación ante la Dirección Seccional de su jurisdicción; facturar con el lleno de los requisitos establecidos en el Artículo 617 del Estatuto Tributario; facturar el IVA por la venta de los bienes y servicios gravados con el Impuesto sobre las Ventas; practicar Retención de IVA cuando adquiera bienes corporales muebles o servicios gravados a personas que pertenecen al Régimen Simplificado, mediante documento equivalente a la factura, declararlo y pagarlo en la Declaración de Retención en la Fuente; presentar la Declaración del Impuesto sobre las Ventas de forma Bimestral, de acuerdo a los plazos establecidos por la DIAN y con el lleno de los requisitos que contempla el Artículo 602 del Estatuto Tributario, aun cuando no hubiere percibido ingresos gravados en el período y mientras no informe el cese de actividades; efectuar el pago del Impuesto a cargo determinado en la declaración bimestral; los comerciantes y demás obligados, deben llevar libros de contabilidad, registrados ante la Cámara de Comercio del domicilio principal; los del régimen común que no son comerciantes deben llevar un registro auxiliar de ventas y compras y una cuenta mayor y de balance, en la forma indicada en el Art. 509 del Estatuto Tributario; informar el cese de actividades, cuando a ello haya lugar, en los términos establecidos en el artículo 614 del Estatuto Tributario.

- ii) Imposibilita⁷ el registro de otros establecimientos con el mismo nombre;
- iii) Evita multas⁸ que impone la Superintendencia de Industria y Comercio o las autoridades locales;
- iv) Facilita la celebración de negocios con los sectores público y privado; entre otros.

En efecto, la obtención de dicho registro, se ve como la puerta de entrada a la formalización empresarial dado que las cámaras de comercio son una primera referencia para los empresarios en el momento de iniciar y/o formalizar sus negocios. Sin embargo, se sabe que este primer paso de formalización presenta algunas fallas: no siempre la información contenida en el formulario de registro es real. Dado que la liquidación del valor del registro está en función de los activos totales, y estos a su vez no necesitan soporte alguno, algunos empresarios subdeclaran esta cifra; por ejemplo, muchos de los valores de los activos totales suman un millón de pesos, cuando realmente es poco probable que esa cifra sea así de exacta.

Teniendo en cuenta que la información contenida en el registro mercantil puede no ser veraz, en algunos casos puede convertirse en una herramienta para la defraudación. Se podría pensar que el incentivo para declarar el valor real debería ser el acceso a cuentas de banco, y para hacer negocios con otras empresas, sin embargo, el banco requiere el registro mercantil para ver su constitución y, en algunos casos, los balances para ver el estado real de la empresa. Adicionalmente, el incentivo teórico- para un pequeño empresario- de obtener una cuenta bancaria es: la seguridad de no tener efectivo en el lugar donde se desarrolla la actividad y acceso a crédito. No obstante, el costo financiero en Colombia de manejar una cuenta es muy alto (cuota de manejo, cuatro por mil -4x1.000, reteIVA, retefuente, reteICA, costo de tarjetas) lo cual desincentiva el uso de un datáfono, y se ve reflejado en el bajo saldo en la cuenta, lo que a su vez limita el acceso al crédito. En relación a la realización de negocios, se observa que los informales también tienen redes informales en donde cuenta la confianza y el conocimiento que las personas tengan del negocio.

En conclusión y relacionado con el registro mercantil se observa que se excluyen temas como: la informalidad en la tenencia de la tierra y derechos de propiedad, variables que también influyen en la informalidad de la actividad económica e información sobre los empleados del negocio. Por otro lado, el formulario incluye casillas que no son usadas; por ejemplo, referencias de otros comerciantes inscritos o referencias entidades de crédito con la cual se han celebrado operaciones. Finalmente, si las cámaras de comercio pudieran validar mejor la

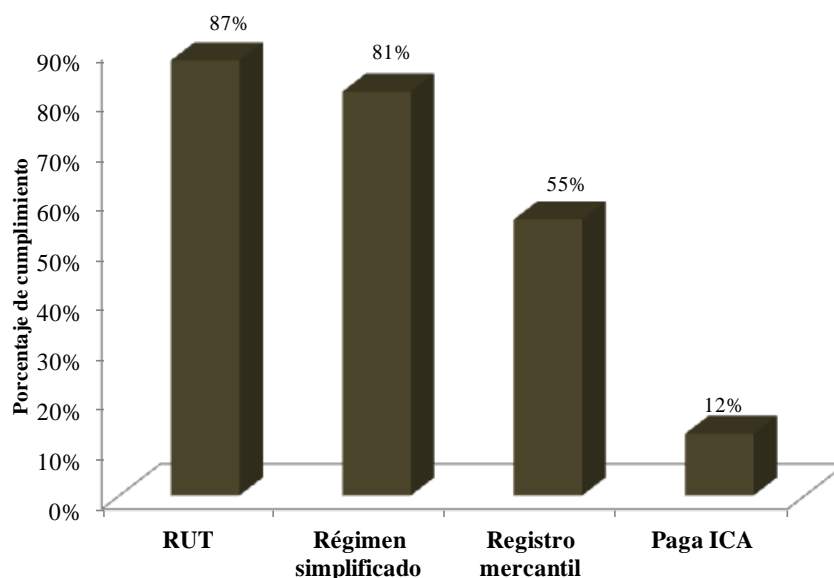
⁷ Artículo 35 del Código de Comercio: <ABSTENCIÓN DE MATRICULAR SOCIEDADES CON NOMBRES YA INSCRITOS>. Las cámaras de comercio se abstendrán de matricular a un comerciante o establecimiento de comercio con el mismo nombre de otro ya inscrito, mientras éste no sea cancelado por orden de autoridad competente o a solicitud de quién haya obtenido la matrícula. En los casos de homonimia de personas naturales podrá hacerse la inscripción siempre que con el nombre utilice algún distintivo para evitar la confusión.

Adicionalmente, la SIC emitió el concepto 26759 de abril 4 de 2010 (cuando emite conceptos es para aclararles algún tema a las cc) que dice: “La Cámara de Comercio tiene la función de verificar que el nombre del comerciante o del establecimiento de comercio que se va a matricular no sea el mismo de otro ya inscrito en el registro mercantil, entendiendo la palabra "mismo" como sinónimo de idéntico o igual, por tanto las cámaras de comercio deben abstenerse de matricular a un comerciante o establecimiento de comercio con el nombre de otro ya inscrito, siempre y cuando aquel sea exactamente igual a éste, de modo que si el nombre que se presenta difiere en algún aspecto del que se encuentra previamente inscrito, la cámara procede a inscribir el nombre.”

⁸ Según el artículo 37 del Código de Comercio: “<SANCIONES POR EJERCICIO DEL COMERCIO SIN REGISTRO MERCANTIL>. La persona que ejerza profesionalmente el comercio sin estar inscrita en el registro mercantil incurrirá en multa hasta de diez mil pesos, que impondrá la Superintendencia de Industria y Comercio, sin perjuicio de las demás sanciones legales. La misma sanción se aplicará cuando se omita la inscripción o matrícula de un establecimiento de comercio.” Sin embargo, el Decreto 2153 de 1992 que trata de la estructura y funciones de la Superintendencia de Industria y Comercio, modificó en su artículo 11, el monto de las multas que se deben imponer a quienes ejerzan profesionalmente el comercio sin estar inscritos en el registro mercantil: "ARTÍCULO 11. FUNCIONES ESPECIALES DEL SUPERINTENDENTE DELEGADO PARA LA PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA.[...] 5. Imponer a las personas que ejerzan profesionalmente el comercio, sin estar matriculadas en el registro mercantil, multas hasta el equivalente de diecisiete (17) salarios mínimos mensuales legales vigentes al momento de la imposición de la sanción.

información, esta podría ser utilizada para apoyar los procesos de formalización laboral, tributaria y mejoras en productividad.

Gráfico 2. Cumplimiento de las obligaciones de los establecimientos



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Las obligaciones tributarias a nivel nacional que se estudiaron con la encuesta incluyen IVA y renta. Respecto a la declaración de renta, el Estatuto Tributario (Decreto 624 de 1989) en su artículo 592 establece que “no están obligados a presentar declaración de renta y complementarios los contribuyentes personas naturales y sucesiones ilíquidas que no sean responsables del impuesto a las ventas, que en el respectivo año o período gravable hayan obtenido ingresos brutos inferiores a 1.400 UVT (\$36.468.600, UVT 2012 \$26.049) y que el patrimonio bruto en el último día del año o período gravable no exceda de 4.500 UVT”. En la Tabla 2 se observa que todos los empresarios que venden más de tres millones de pesos mensuales deberían declarar renta, y lo que se observa es que con ventas superiores a ese monto hay 80% empresarios que no lo hacen.

Tabla 2. Distribución de la declaración de renta por rangos de ventas mensuales (expresado en millones)

Rango de ventas	Declara renta							
	Si		No		(En blanco)		Total general	
De 0 a 3	14	4%	307	20%	10	5%	331	16%
De 3 a 6	42	13%	365	24%	33	18%	440	22%
De 6 a 9	44	14%	307	20%	32	17%	383	19%
De 9 a 12	47	15%	215	14%	55	29%	317	16%
De 12 a 15	57	18%	135	9%	25	13%	217	11%
Más de 15	116	36%	176	12%	32	17%	324	16%
Total general	320	100%	1505	100%	187	100%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile Ltda, 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Otro elemento de formalidad empresarial es el cumplimiento de impuestos municipales, elemento que se capturó en la encuesta a través de una pregunta en relación al Impuesto de

Industria, Comercio, y de Avisos y Tableros (ICA). El artículo 195 del Código de Régimen Municipal⁹ indica que el ICA “recaerá, en cuanto a materia imponible, sobre todas las actividades comerciales, industriales y de servicio que se ejerzan o realicen en las respectivas jurisdicciones municipales, directa o indirectamente, por personas naturales, jurídicas o por sociedad de hecho, ya sea que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos”.

En relación con el cumplimiento del impuesto en mención el panorama no es alentador: solo el 12% de los encuestados manifiestan cumplir sus compromisos con las autoridades tributarias locales, en donde los restaurantes muestran un comportamiento un poco más confortador que los demás tipos de establecimientos. Sin embargo, como lo refleja la Tabla 3Tabla , el cumplimiento en el pago del ICA difiere entre ciudades: los empresarios de Bogotá son los que tienen un ‘mejor’ comportamiento en términos de cumplimiento ya que el 18% afirma pagar este impuesto; le sigue Medellín y Barranquilla con el 11% y 10% respectivamente; y en Cali y Bucaramanga tan sólo el 6% y 2%, respectivamente, de empresarios manifiestan cumplir con esta obligación. (Ver en el Anexo 3 las tarifas de este impuesto por ciudad y su periodicidad de declaración y pago).

Tabla 3. Distribución del pago del ICA por ciudad

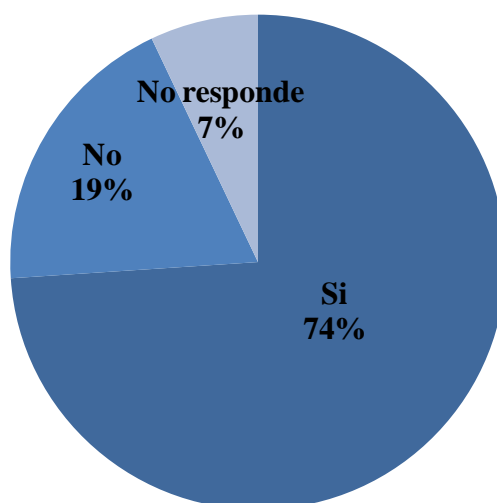
Ciudad	Si		No		En blanco		Total	
Bogotá	158	18%	584	67%	129	15%	871	100%
Barranquilla	19	10%	162	88%	3	2%	184	100%
Bucaramanga	4	2%	189	97%	1	1%	194	100%
Cali	21	6%	311	92%	6	2%	338	100%
Medellín	47	11%	333	78%	45	11%	425	100%
Total	249	12%	1.579	78%	184	9%	2.012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Otro aspecto que mide el grado de formalidad de un establecimiento es el manejo de contabilidad y el Código de Comercio así lo dispone en su artículo 19: “Es obligación de todo comerciante: (...) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales”. Adicional a lo que establece la norma, la contabilidad forma parte de un conjunto de herramientas que permiten al empresario o al cuenta propia hacer seguimiento a su actividad económica. Así, la contabilidad permite identificar potencialidades para aumentar la productividad, disminuir costos y crecer. Según el Gráfico 3, el 74% de los negocios manifestó llevar cuentas de su negocio, versus un 19% que no llevaba registro de ningún tipo.

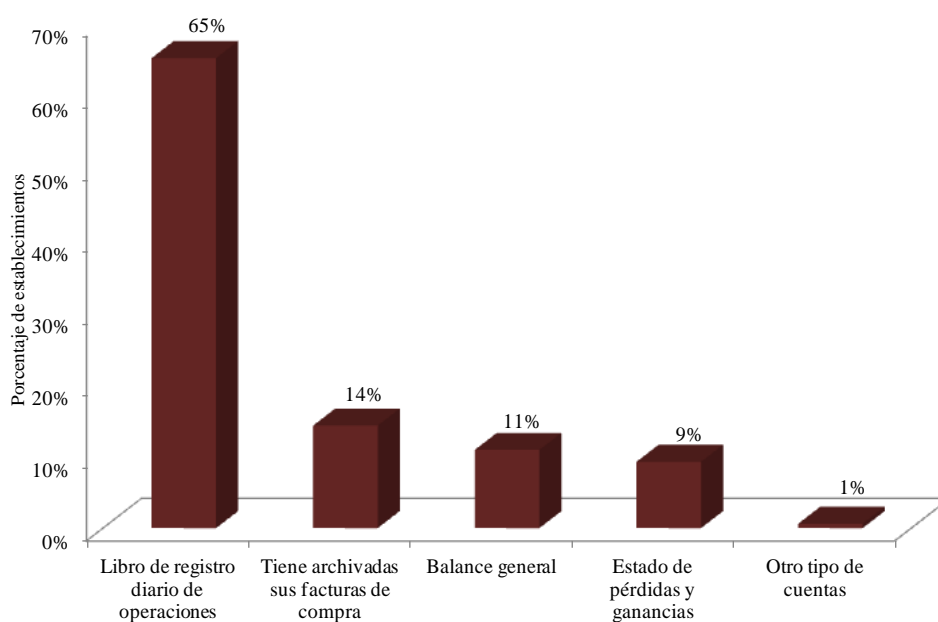
Al comparar estos valores con la Encuesta de Microestablecimientos, en el caso de contabilidad el porcentaje de microestablecimientos que reporta no llevarla es mucho mayor: el 61% no tiene ningún registro de cuentas (Gráfico 1). Desagregando las cifras de acuerdo con la naturaleza del establecimiento, el 84% de las panaderías lleva cuentas de las actividades, mientras que en los restaurantes esta cifra corresponde al 77% de los encuestados y en tiendas al 66%.

⁹ Decreto Ley 1333 de 1986.

Gráfico 3. ¿Lleva contabilidad en su negocio?

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Respecto al tipo de registro, se observa (Gráfico 4) que el libro de registro diario de operaciones es el más utilizado, el cual es una manera simple de manejar contabilidad en un esquema sencillo de entradas y salidas del negocio, pero que no tiene en cuenta elementos como inventario del establecimiento. Entre las demás opciones elegidas están: el archivo de facturas de compra y el balance general, las cuales, son formas más organizadas de contabilidad. Es decir, la encuesta refleja que un gran porcentaje de establecimientos lleva algún tipo de cuentas, sin embargo, la mayoría (65%) utiliza el libro de registro diario de operaciones. Es importante señalar que llevar registros de contabilidad, más que un requisito de ley, se convierte en una práctica necesaria para hacer seguimiento de la salud financiera del negocio. Lo anterior refleja una oportunidad para incrementar la productividad de las actividades económicas a través del uso de herramientas de educación financiera.

Gráfico 4. Distribución de los establecimientos que llevan contabilidad por tipo de registro de cuentas

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Adicionalmente, la encuesta Minhacienda-HelpFile indagó por la manera en que se llevaban las cuentas del negocio. Así, el 91% de los propietarios o administradores que declararon llevar cuentas, manifestaron registrar sus cuentas en un cuaderno y el porcentaje restante declaró que manejaba algún tipo *software*. El Anexo 4 muestra los resultados desagregados en cuaderno y *software*.

Para hacer un análisis más robusto respecto de la contabilidad, la Tabla 4 presenta la distribución de los establecimientos que llevan contabilidad de acuerdo con sus ventas. Las columnas muestran el número y porcentaje de establecimientos cuyos encuestados reportan llevar contabilidad, no llevarla o que no responden la pregunta según las ventas del establecimiento. Se observa que al aumentar las ventas aumenta el porcentaje de los establecimientos que sí llevan contabilidad. Así por ejemplo, de los establecimientos que venden hasta 5 millones al mes, el 54% lleva contabilidad; mientras que de los establecimientos que venden más de 21 millones al mes, el 91% lleva contabilidad. Al correlacionar las dos variables se observa que aquellos establecimientos que llevan contabilidad tienen ventas mensuales superiores en 4.045.133 pesos en promedio y como conclusión aquellos establecimientos que llevan contabilidad venden más en relación con los aquellos que no la llevan. Adicionalmente hay un análisis de relación con las variables empresariales y laborales en relación con las ventas que se encuentra desagregado en el Anexo 5.

Tabla 4. Distribución de establecimientos que llevan o no contabilidad según rango de ventas

Rangos de ventas (en millones)		Lleva contabilidad						
Anuales	Mensuales	Sí		No		En blanco		Total
De 0 a 60	De 0 a 5	334	54%	214	35%	66	11%	614
De 60 a 108	De 5 a 9	429	79%	77	14%	34	6%	540
De 108 a 180	De 9 a 15	450	84%	61	11%	23	4%	534
De 180 a 252	De 15 a 21	152	80%	25	13%	12	6%	189
Más de 252	Más de 21	123	91%	5	4%	7	5%	135
Todos		1.488	74%	382	19%	142	7%	2.012

Diferencia de media de ventas totales entre llevar y no contabilidad: \$ 4.045.133***

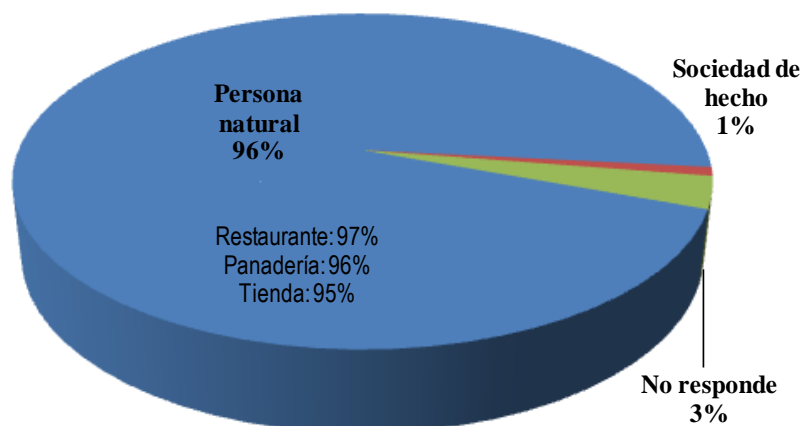
*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Características adicionales de la actividad económica que influyen en la formalidad: naturaleza jurídica y número de proveedores

Pasando a otra característica de la informalidad empresarial, como es la naturaleza de la constitución de las empresas, se observa que (Gráfico 5) la mayoría (96%) de los pequeños negocios se constituyen como personas naturales, característica común a todos los tipos de establecimientos analizados. Tan solo un 1% declara tener otra forma de constitución: sociedades de hecho¹⁰ y la mayoría son tiendas. La persona natural, en caso de ser una actividad económica pequeña, no tiene tantos requisitos frente a las personas jurídicas y presenta mayor facilidad para el empresario al momento de constitución de la empresa.

¹⁰ En el formulario se cometió un error con el tipo de constitución “sociedades de hecho” porque quedó entre las opciones de la pregunta de persona jurídica, y no en otros como debería ser. Por lo anterior, en el procesamiento de la base de datos se aisló esta caracterización de persona jurídica.

Gráfico 5. Forma de constitución de los negocios

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Ahora bien, al estudiar la formalidad empresarial de las personas jurídicas, se encuentra que el 100% tiene RUT, el 76,5% registro mercantil, y el 88,2% lleva contabilidad; mientras que en el caso de las personas naturales se observa que el 88,2% tiene RUT, el 56,4% registro mercantil y el 74,2% lleva contabilidad. Así, la constitución de la actividad económica como persona jurídica genera mayor formalidad que como persona natural. Lo anterior refleja la importancia en el tipo de constitución de la actividad económica en la formalidad debido, quizás, a la diferencia en exigencias por parte del Estado.

Por otro lado, hay actores importantes en la formalización como los proveedores¹¹, que intervienen en el proceso de comercialización y producción (por ejemplo restaurantes y panaderías compran verduras y harina para hacer ensaladas y pan respectivamente). Lo anterior forma parte de la cadena de proveedores puesto que una empresa grande genera procesos de inclusión con pequeñas empresas cuando las involucra como prestadoras de servicios o proveedoras de productos. Para revisar este aspecto, se le preguntó a los encuestados el tipo de productos que compraban, la frecuencia de compra, si lo hacían a crédito y si les daban factura por sus compras. La importancia de estudiar a los proveedores de los empresarios radica en que, como grandes empresas pueden establecer criterios mínimos de formalización para poder tener una relación comercial con las pequeñas empresas. En estos procesos de formalización es necesario identificar un número de grandes empresas con las cuales trabajar una estrategia integral para la disminución de la informalidad, es así que con los datos obtenidos en la encuesta se puede identificar un número promedio total de 19 proveedores por panadería, 18 por restaurante y 20 por tienda con los cuales se podría trabajar en formalización de la cadena.

La Tabla 5 muestra el número máximo y el promedio de proveedores que tiene cada tipo de establecimiento¹². De lo anterior, se resalta que en promedio: i) los dulces, paquetes, gaseosas y lácteos cuentan con un promedio alto de proveedores; ii) en la categoría otros productos, que tienen un número alto de proveedores, se resaltan principalmente granos, seguido por pollo y carne; iii) el azúcar es el producto con menos proveedores.

¹¹ La encuesta preguntó por algunos datos de proveedores. Se aclara que esta respuesta puede incluir al productor del bien que actúa como distribuidor directo o al comercializador del (de los) bien (es).

¹² No se incluyó el mínimo de proveedores porque para todos los productos mencionados el mínimo siempre fue uno, así como la moda que también fue uno.

Tabla 5. Número promedio y máximo de proveedores por tipo de producto y establecimiento

Tipo de establecimiento	Panadería		Restaurante		Tienda		Total	
Tipo de producto	Promedio	Máximo	Promedio	Máximo	Promedio	Máximo	Promedio	Máximo
Paquetes	1,67	8	1,71	8	2,05	20	1,89	20
Gaseosas	1,72	8	1,42	4	1,93	10	1,73	10
Lácteos	1,76	9	1,28	3	1,84	9	1,75	9
Bebidas alcohólicas	1,27	10	1,24	3	1,32	10	1,30	10
Dulces y otros	1,58	15	2,00	20	2,23	33	2,02	33
Huevos	1,29	6	1,11	4	1,25	12	1,24	12
Harina	1,27	6	1,11	3	1,18	4	1,22	6
Azúcar	1,15	5	1,00	1	1,16	5	1,14	5
Mercado de plaza	2,07	10	1,66	10	1,67	10	1,70	10
Cigarrillos	1,41	7	1,66	7	1,27	7	1,32	7
Artículos de aseo	1,25	3	1,07	2	1,55	8	1,47	8
Otros productos	2,40	4	2,52	10	2,39	7	2,48	10

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Como se observa en la Tabla 6, respecto de los gastos hechos a proveedores, las panaderías destinan el 18,3% para comprar harina, 16,6% para gaseosas y 14,4% lácteos. Por su parte, los restaurantes destinan 30,2% para comprar mercado de plaza, 26,1% para gaseosas y 21,5% para otros productos, entre los que se destacan los granos y los cárnicos. Finalmente, las tiendas reservan el 17,5% para gaseosas, seguido de un 13,1% para lácteos y 12,2% para mercado de plaza. En cuanto a los principales proveedores, de acuerdo con la encuesta realizada por FENALCO, estos varían entre productores, distribuidores mayoristas y minoristas (ver Tabla 7).

Tabla 6. Porcentaje de compras según producto por tipo de establecimiento

Panadería		Restaurante		Tienda		Todos	
Harina	18,3%	Mercado de plaza	30,2%	Gaseosas	17,5%	Gaseosas	19,3%
Gaseosas	16,6%	Gaseosas	26,1%	Lácteos	13,1%	Mercado de plaza	13,8%
Lácteos	14,5%	Otros	21,5%	Mercado de plaza	12,2%	Otros	11,9%
Otros	11,2%	Bebidas alcohólicas	4,4%	Bebidas alcohólicas	10,1%	Lácteos	11,2%
Huevos	10,9%	Huevos	4,0%	Paquetes	8,9%	Harina	8,5%
Azúcar	8,0%	Lácteos	3,4%	Huevos	7,7%	Huevos	7,9%
Paquetes	6,3%	Paquetes	3,1%	Dulces	7,0%	Paquetes	6,6%
Mercado de plaza	4,2%	Harina	2,8%	Otros	6,9%	Bebidas alcohólicas	6,5%
Dulces	3,9%	Azúcar	1,6%	Artículos de aseo	4,9%	Azúcar	4,9%
Bebidas alcohólicas	3,7%	Dulces	1,4%	Azúcar	4,2%	Dulces y otros	4,6%
Artículos de aseo	1,5%	Cigarrillos	0,9%	Harina	3,9%	Artículos de aseo	2,7%
Cigarrillos	0,9%	Artículos de aseo	0,7%	Cigarrillos	3,8%	Cigarrillos	2,1%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla 7. Lista de los principales proveedores

PRODUCTORES	DISTRIBUIDORES	DISTRIBUIDORES MINORISTAS
Alpina	Distribuidora El Sol	Abastos Donde Alberto
Alquería	Distribuidora La Economía	Abastos El Compadre
Arroz Diana	Distribuidora La Esperanza	Abastos Varios
Avícolas Unidas	Distribuidora La Sensación	Papelería Antioquia
Bat	Distribuidora La Sultana	Papelería El Gallo
Bavaria	Distribuidora Leo - Desechables	Surtimax
Colanta	Distribuidora Nacional	Surti Tiendas
Grasco	Distribuidora Pan	Surticaribe
Fruco	Distribuidora Precios Alimenticios	Surtifruver San Isidro
Frutiño	Distribuidora Super Ider	Surtimarcas

Fuente: Convenio entre el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y la Federación Nacional de Comerciantes.

1.2 La informalidad laboral

En cuanto a la formalización laboral, los requisitos de cumplimiento se enmarcan dentro de las siguientes características: i) productividad de los trabajadores (cuya proxy es la clasificación de los trabajadores informales por posición ocupacional), ii) aportes a seguridad social en salud, pensiones y demás, y iii) tipo de contrato; lo cual, influye en la diferencia de ingresos entre trabajadores formales e informales.

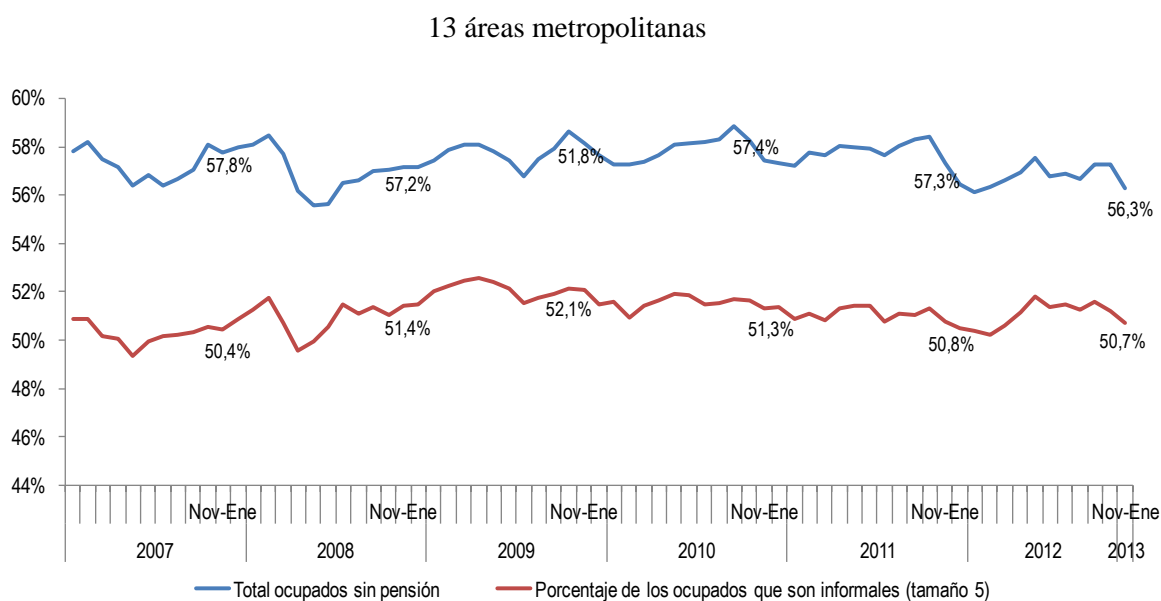
a. Composición de la fuerza laboral informal

En cuanto a la medición estadística, la informalidad laboral en Colombia se mide teniendo en cuenta las siguientes posiciones ocupacionales:

- Los empleados particulares y los obreros que laboran en establecimientos, negocios o empresas que ocupen hasta cinco personas en todas sus agencias y sucursales, incluyendo al patrono y/o socio;
- Los trabajadores familiares sin remuneración;
- Los trabajadores sin remuneración en empresas o negocios de otros hogares;
- Los empleados domésticos;
- Los jornaleros o peones;
- Los trabajadores por cuenta propia que laboran en establecimientos hasta cinco personas, excepto los independientes profesionales;
- Los patrones o empleadores en empresas de cinco trabajadores o menos;
- Se excluyen los obreros o empleados del Gobierno.

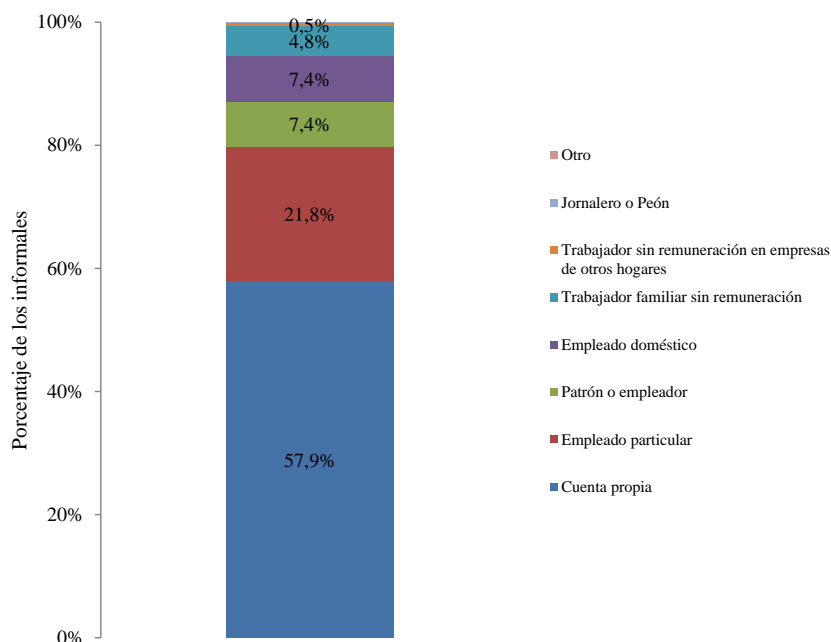
De acuerdo con esta definición, el Gráfico 6 muestra que en Colombia (trece áreas metropolitanas) la informalidad laboral se encontraba en 50,7% (trimestre móvil de noviembre 2012 – enero de 2013) como proporción de la población ocupada (10.065 mil personas). Este fenómeno también se manifiesta con mayor intensidad en cuatro¹³ sectores de la economía, en donde más de la mitad de sus ocupados son informales: el 69% en el sector comercio, hoteles y restaurantes son informales, seguido por un 63% en transporte, almacenamiento y comunicaciones, en construcción el 60% y en el sector agropecuario el 54%.

¹³ Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares, periodo móvil noviembre 2012 – enero 2013, DANE. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico 6. Evolución del empleo informal en Colombia (2007-2012)

Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares, periodo móvil, DANE.
Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Otra faceta de la informalidad laboral se manifiesta por la clasificación en posición ocupacional. En este escenario el 58% del empleo informal en el país son trabajadores por cuenta propia, seguido por el 21% de empleados particulares (Gráfico 7).

Gráfico 7. Distribución de los informales según posición ocupacional, 2012

Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares, periodo móvil noviembre 2012 - enero 2013, DANE.
Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Por otro lado, en la encuesta Minhacienda-HelpFile, se indagó sobre el número de personas que trabajan en el establecimiento, relación laboral, tipo de contrato y afiliación a seguridad social.

La encuesta, contiene información sobre afiliación a seguridad social para 5.265 individuos que trabajan en los establecimientos encuestados ya sea como dueño o propietario (encuestado), empleado o familiar con o sin remuneración.

La Tabla 8 reporta el número de personas, familiares y no familiares, que tiene en promedio cada establecimiento. Se observa que en las tiendas trabajan menos personas (2 trabajadores en promedio) que en los restaurantes y panaderías (en promedio 3 trabajadores). En promedio, los restaurantes y panaderías contratan un número similar de trabajadores, no obstante, cuando se observa en detalle el número máximo de trabajadores, uno de los restaurantes contó hasta con 16 trabajadores y tres panaderías tenían hasta 10 trabajadores.

En general, los establecimientos tienen más empleados que familiares, excepto las tiendas en donde se observa que: entre el total de sus trabajadores, la proporción de empleados que trabajan en el establecimiento es superior respecto de los familiares. En este caso, los trabajadores familiares representan apenas el 17% de la totalidad de los trabajadores.

Tabla 8. Número promedio y máximo de personas en cada establecimiento

Establecimiento	Familiares		Empleados		Total de personas	
	Media	Máximo	Media	Máximo	Media	Máximo
Panadería	1,93	5	2,26	9	3,27	10
Restaurante	1,82	6	2,20	15	3,16	16
Tienda	1,61	7	1,51	7	1,93	8
Todos	1,75	7	2,07	15	2,63	16

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

La Tabla 9 muestra la distribución de los trabajadores de estos establecimientos según su posición laboral (propietario, empleado o familiar). Se observa que la composición de la posición laboral varía según el establecimiento: panadería/restaurante y tienda. En este sentido, del total de trabajadores en tiendas: el 52% son propietarios; los trabajadores familiares representan el 17% y finalmente los empleados ascienden al 31%. En relación a las panaderías y los restaurantes, en promedio, el 23% de las personas vinculadas al establecimiento son empleados, seguidos por 32% clasificados como propietarios y el 44% de familiares. Esta composición es coherente con el tipo de actividad comercial que desarrollan estos establecimientos. Así, las tiendas son negocios familiares muchas veces atendidos por sus propios dueños. En cambio, las panaderías y restaurantes tienen una mayor infraestructura y demandan fuerza de trabajo adicional a los trabajadores familiares.

Tabla 9. Distribución de los trabajadores por tipo de establecimiento y posición laboral

Posición laboral	Tipo de establecimiento							
	Panadería		Restaurante		Tienda		Total	
Propietario/administrador	549	32%	547	33%	916	52%	2.012	39%
Empleado	402	23%	392	23%	539	31%	1.333	26%
Familiar	769	45%	734	44%	303	17%	1.806	35%
Total	1.720	100%	1.673	100%	1.758	100%	5.151	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

En la Tabla 10 se reporta el número promedio de trabajadores según su tipo¹⁴ de vinculación laboral por rango de ventas. Se observa que el número de trabajadores familiares no cambia con el aumento en las ventas. En general, todos los establecimientos tienen un número similar de familiares trabajando en ellos. Al contrario, el número de trabajadores contratados sí se ve afectado por las ventas. Específicamente, se observa que desde el rango de nueve millones en ventas mensuales en adelante, aumentan los trabajadores. En el Anexo 6 se encuentra la desagregación de los empleados por tipo de contrato.

Tabla 10. Número promedio de trabajadores por rango de ventas¹⁵

Ventas (en millones)		Promedio de personas vinculadas		
Anuales	Mensuales	Familiares	Empleados	Total
De 0 a 60	De 0 a 5	1,32	1,63	1,53
De 60 a 108	De 5 a 9	1,39	1,61	1,54
De 108 a 180	De 9 a 15	1,44	2,14	1,91
De 180 a 252	De 15 a 21	1,67	2,21	2,03
Más de 252	Más de 21	1,58	3,12	2,61
Total		1,42	2,20	2,22

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

b. Seguridad social

Otra medición de la informalidad laboral es la población ocupada que no tiene seguridad social, estrictamente medida como aquella población que no cotiza a pensión, en este caso se aprecia una tendencia con un nivel mayor: se observa, de acuerdo con la Gran Encuesta Integrada de Hogares 13 áreas, que el 56,3% de la población de las trece principales áreas metropolitanas de Colombia no cuenta cobertura en pensiones.

Al estudiar la población objetivo con base en la encuesta Minhacienda-HelpFile en el tema de seguridad social en salud, pensión y riesgos laborales, se encuentra que en salud el 84% de la población está cubierta por el sistema –inferior al porcentaje a nivel nacional del 90,1%. Lo anterior se refleja en el tipo de afiliación del trabajador, (Gráfico 8) ya sea al régimen contributivo como cotizante (29%), como beneficiario (16%), o en el régimen subsidiado (39%).

Según la legislación colombiana todo trabajador que gane un salario mínimo o más, debería ser cotizante al sistema de seguridad social en salud y a pensión¹⁶. No obstante, según el último dato de la GEIH (trimestre móvil noviembre 2012 – enero 2013 a nivel nacional) del total de ocupados solo el 50% cotiza al régimen contributivo y el 30% cotiza a pensiones. A su vez, los resultados de la encuesta Minhacienda-Helpfile demuestran que solo cerca del 30% cotiza al sistema de salud y apenas un 15% cotiza a pensiones. El sistema de salud tiene la característica especial de prestar servicios a individuos que no cotizan en él ya sea a través del régimen subsidiado o como beneficiarios de las cotizantes principales. Por esto, la cobertura del sistema de salud entre la población encuestada llega a un poco más del 84% entre los cotizantes, beneficiarios y afiliados al régimen subsidiado. La cobertura del sistema de pensiones, en

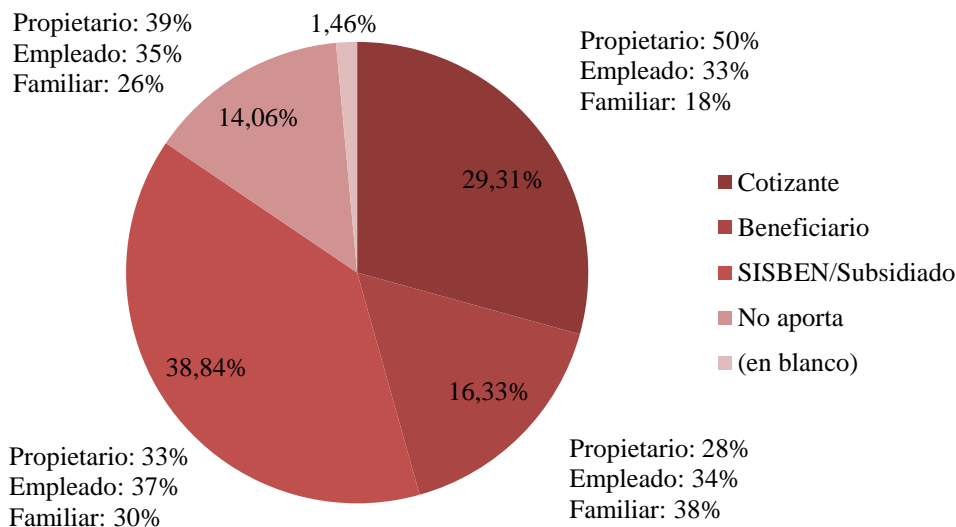
¹⁴ No se incluye en ninguna de estas tablas la categoría “otro” de vinculación laboral ya que esta solo existe para ocho establecimientos y al verificar a qué tipos de vinculación laboral hicieron alusión los encuestados se encuentran distintos parentescos como “esposa” o “hijos pequeños” que pertenecen a categorías ya incluidas.

¹⁵ Este número promedio de trabajadores no incluye al administrador o propietario del negocio.

¹⁶ Temporalmente, está permitido no cotizar a pensiones si se devenga exactamente un salario mínimo legal.

cambio, solo aplica a los que cotizan directamente y a los pensionados. Por ende, entre la población encuestada se tiene un porcentaje de cobertura en pensiones de apenas un poco más del 21% (incluyendo cotizantes y pensionados, ver Gráfico 9).

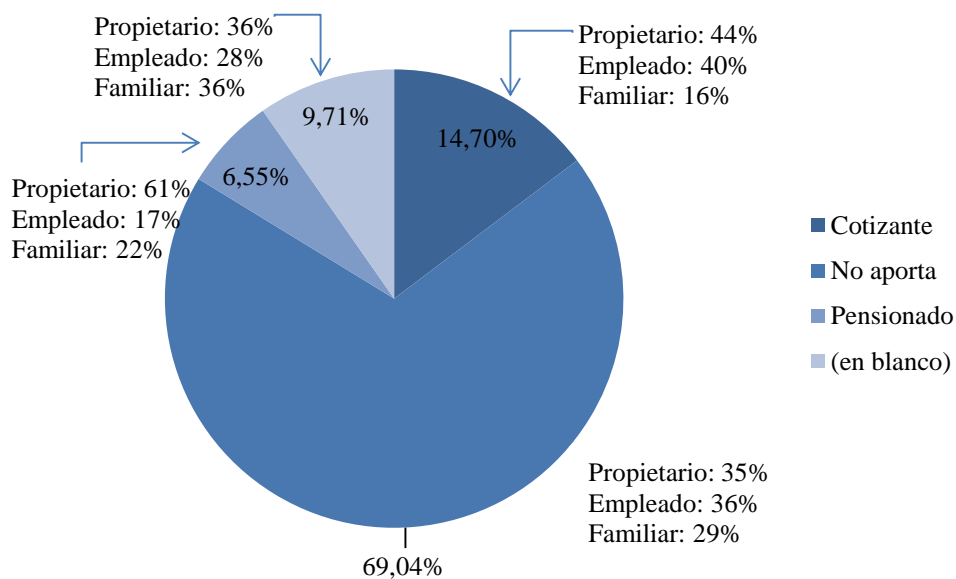
Gráfico 8. Porcentaje de los trabajadores en tiendas, restaurantes y panaderías según tipo de afiliación al sistema de salud



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Ahora bien, al indagar por los ingresos de los trabajadores, se observa que (a excepción de los trabajadores familiares) estos superan el salario mínimo, lo cual implica que deberían estar cotizando a salud y pensión. Así las cosas, comprender los incentivos de los trabajadores y empleadores para contribuir a seguridad social es uno de los objetivos del presente documento y se profundizará en el capítulo 2 (Ahorro y opciones de política).

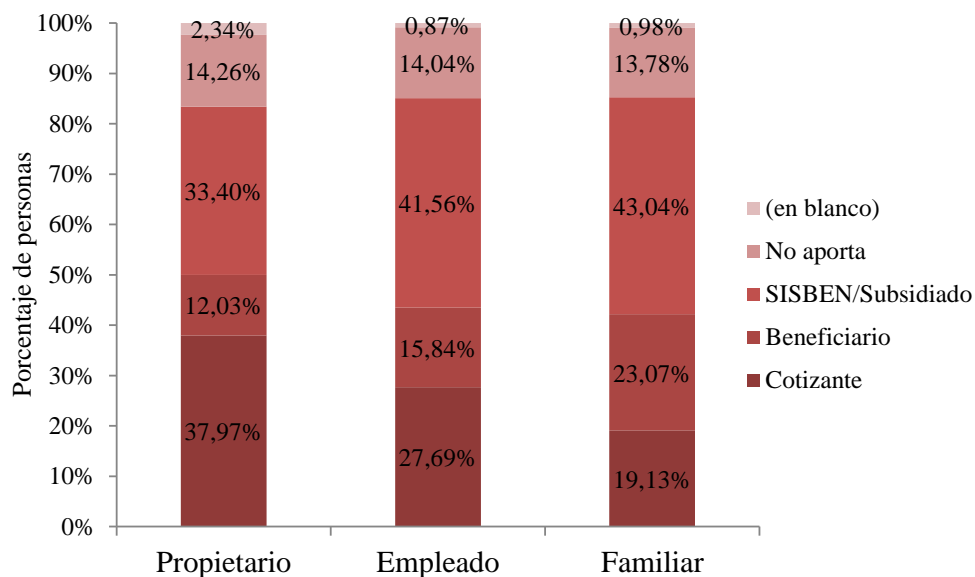
Gráfico 9. Porcentaje de los trabajadores en tiendas, restaurantes y panaderías según tipo de afiliación al sistema de pensiones



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

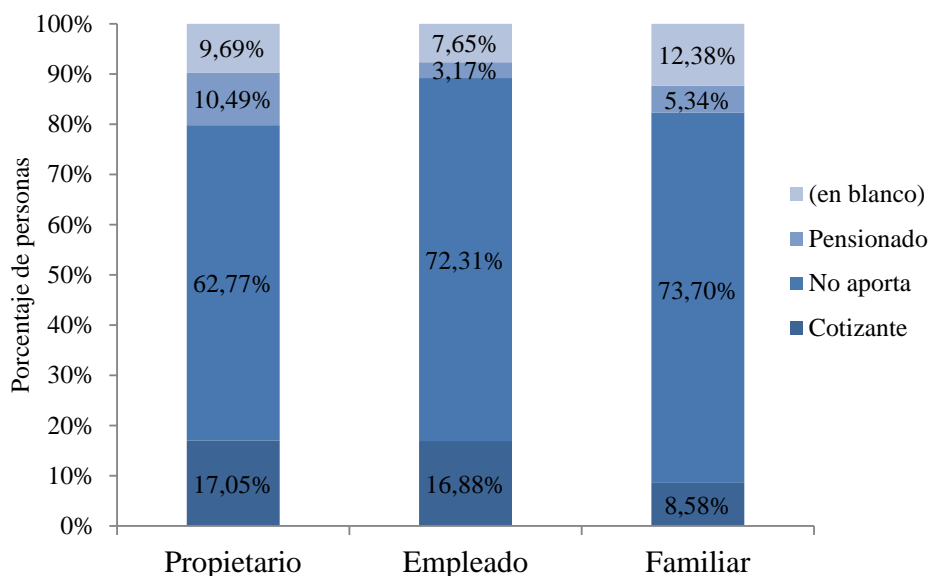
Por otro lado, parece haber una leve relación entre la posición laboral y ser cotizante al sistema de salud. Específicamente, el Gráfico 10 muestra que, el 40% de los propietarios cotiza al sistema de salud, mientras este porcentaje en el caso de los empleados y familiares representa el 28% y 19% respectivamente. En relación a la afiliación al régimen subsidiado, se observa un alto nivel de afiliación en todas las posiciones laborales.

Gráfico 10. Afiliación al sistema de salud según posición laboral



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico 11. Distribución de las respuestas sobre afiliación al sistema de pensiones según posición laboral



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito público

En cuanto al sistema pensional se observa en el Gráfico 11, que el porcentaje de los propietarios que se encuentran en la categoría de no aportantes es diez puntos porcentuales menos que los empleados y familiares; al igual que es mayor el porcentaje de propietarios que está pensionado frente a los demás trabajadores. Así, los propietarios de los establecimientos encuestados

tienden a estar más cubiertos por el sistema de seguridad social que los demás trabajadores en estos establecimientos. Este comportamiento en la distribución de trabajadores según el estado en el sistema de seguridad social es similar al observado en cada tipo de establecimiento comercial. La distribución de trabajadores por posición laboral y estado en los sistemas de salud y pensiones para cada tipo de establecimiento se presenta en el Anexo 7.

Por otro lado, se preguntó a los encuestados sobre su afiliación a las Administradoras de Riesgos Laborales (ARL). Cerca del 16% del total de los encuestados está afiliado al sistema de protección contra riesgos laborales, un mayor porcentaje de los trabajadores con la posición de empleados (24,36%) se encuentran afiliados, mientras que los familiares son los que presentan la menor afiliación con apenas un 8,51%. Este comportamiento es similar al observado en panaderías y restaurantes. Las tiendas, por otro lado, presentan porcentajes menores de afiliación a ARL. Solo un 9,52% de los trabajadores en tiendas está afiliado a riesgos laborales y en este segmento los porcentajes de afiliación de encuestados y empleados es similar aunque el de los familiares continúa siendo menor. La Tabla 11 muestra el porcentaje de afiliados a ARL por posición laboral y tipo de establecimiento.

Tabla 11. Porcentaje de afiliados a ARL por posición laboral y tipo de establecimiento

	Panadería	Restaurante	Tienda	Todos
Propietario	19,85%	20,11%	10,81%	15,81%
Empleado	28,57%	24,56%	12,87%	24,36%
Familiar	11,14%	9,58%	5,50%	8,51%
Total	21,52%	19,39%	9,52%	16,81%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

A continuación, se resumen los hallazgos generales:

- Se observan bajos niveles de aportes al sistema de seguridad social: los porcentajes de la encuesta Minhacienda-HelpFile 2012 se sitúan por debajo (30% en el régimen contributivo de salud y 15% en pensiones) del promedio nacional según el DANE (50% en salud y 30% en pensiones).
- La población encuestada cotiza más a salud que a pensión.
- En términos de tipo de trabajador, cotizan más los propietarios o administradores de los establecimientos que los empleados o familiares trabajando en los mismos; excepto en el caso de afiliación a protección contra riesgos laborales en el que los empleados están afiliados en mayor porcentaje.
- Los trabajadores familiares son, en general, los más excluidos del sistema como cotizantes.
- No se presentan grandes diferencias en afiliación entre establecimientos, excepto en la afiliación a riesgos laborales donde los trabajadores de las tiendas presentan porcentajes mucho menores de afiliación.
- Adicionalmente, hay muchos encuestados que no respondieron a la pregunta sobre seguridad social a pesar de que se daba la opción de responder que no se realizan aportes. Esto ocurre con mayor frecuencia para el sistema de pensiones y puede señalar desconocimiento de los trabajadores sobre el funcionamiento del sistema de seguridad social en general, y el pensional en particular.

c. Nivel educativo, ingresos y cotización al sistema de seguridad social

Los bajos niveles de aporte al sistema pueden darse por diversas razones: i) por falta de información en el sistema, lo cual se puede aproximar con el nivel educativo de la población analizada y/o ii) por el nivel de ingresos del establecimiento.

En la Tabla 12 se presenta la distribución de los propietarios de los establecimientos encuestados por nivel educativo y el porcentaje de los trabajadores en sus establecimientos que tienen condición de cotizantes en los sistemas de salud y pensiones. Es decir, se muestra el número de cotizantes a salud y pensión que hay en los establecimientos, clasificando a estos últimos por el nivel educativo de su propietario. Como se mostró en el Gráfico 7, de los 5.265 trabajadores (incluye empleados y propietarios) que hay en los establecimientos encuestados, 1.543 (el 29,31%) cotiza a salud. De las 2.291 personas que trabajan en establecimientos donde el propietario tiene secundaria completa, que representan la mayoría de establecimientos, 714 (el 31,17%) son cotizantes al sistema de salud. De manera similar, en el caso donde el propietario tiene universidad completa, del total de trabajadores (246) el 77,6% cotizan a salud.

Tabla 12. Nivel educativo del propietario del establecimiento y número de cotizantes a salud, y pensiones en el establecimiento

Nivel educativo propietario	Cotizantes a salud	% total empleados por nivel	Cotizantes a pensión	% total empleados por nivel	Total empleados por nivel
Sin información	30	17,1%	1	0,6%	175
Ninguno	18	19,8%	2	2,2%	91
Primaria	370	19,2%	139	7,2%	1.931
Secundaria completa	714	31,2%	349	15,2%	2.291
Técnica/Tecnológica	220	41,4%	151	28,4%	531
Universidad completa	191	77,6%	132	53,7%	246
Total	1.543	29,3%	774	14,7%	5.265

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Se observa en la tabla anterior que los establecimientos donde el propietario tiene educación secundaria completa o un nivel educativo superior tienen un porcentaje mayor de empleados que son cotizantes a salud y pensiones que el promedio. Así, parece que existe una correlación entre el nivel educativo y los aportes a seguridad social. Esto podría explicarse porque los encuestados más educados pueden contar con ventajas de información y de acceso a formas de pago para realizar estos aportes o porque entienden mejor el sistema y la importancia de aportar al mismo. Si esto es cierto, la educación, la capacitación y la información podrían ser mecanismos para lograr mayores niveles de aporte al sistema de seguridad social dentro de la población encuestada. Este tipo de relación se observa en otros estudios realizados para otras poblaciones. De hecho, en los resultados de métodos experimentales aplicados a otras muestras no representativas de pequeños comerciantes se ha observado el efecto positivo de la información acerca de los beneficios del sistema de seguridad social sobre el nivel de aportes realizados por estos en el marco experimental¹⁷.

Otra variable, que podría relacionarse con los bajos niveles de aportes tiene que ver con el nivel de ingresos del establecimiento. Aunque, como se vio antes (Tabla 2), los establecimientos

¹⁷ Esto fue resultado de un Convenio celebrado entre el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y la Federación Nacional de Comerciantes, el cual tenía como objetivo caracterizar la población informal de pequeños sectores de la economía. Dentro de este trabajo conjunto, se realizaron una serie de juegos económicos para conocer la disponibilidad de los comerciantes a aportar a seguridad social e impuestos. Los escenarios planteados fueron aumento del ingreso, mayor probabilidad de sanción por no aportar y divulgación de los beneficios de aportar a la seguridad social y al fisco. Como se mencionó el (único) incentivo para aportar más fue la divulgación de la información, los otros dos no presentaron cambios significativos.

descritos por la encuesta son variados en cuanto a su nivel de ingresos, muchos de ellos reportan ingresos que podrían no ser suficientes para cubrir requisitos legales de contribuciones a seguridad social y tributos. A continuación (Tabla 13) se muestra la relación entre las ventas del negocio y el porcentaje de trabajadores del mismo que son cotizantes a salud y pensiones. La tabla se lee de forma similar a la anterior. Se tiene, por ejemplo, que hay 1.379 personas trabajando en establecimientos que venden entre cinco y nueve millones mensualmente, de las cuales, 312 (22,63%) personas son cotizantes al sistema de salud. Se observa que el porcentaje de personas que cotizan al sistema aumenta de forma monótonica con las ventas del establecimiento y a partir de ventas superiores a los nueve millones de pesos mensuales, el porcentaje de trabajadores en el establecimiento que son cotizantes al sistema es mayor que el promedio.

Tabla 13. Nivel de ventas del establecimiento y número de cotizantes a salud y pensiones en el establecimiento

Ventas (en millones)		Cotización a seguridad social				Total
Anuales	Mensuales	Cotizantes a salud	% del total de empleados por rango de ventas	Cotizantes a pensión	% del total de empleados por rango de ventas	
De 0 a 60	De 0 a 5	201	17,08%	74	6,29%	1.177
De 60 a 108	De 5 a 9	312	22,63%	138	10,01%	1.379
De 108 a 180	De 9 a 15	486	31,17%	258	16,55%	1.559
De 180 a 252	De 15 a 21	246	44,01%	126	22,54%	559
Más de 252	Más de 21	298	50,42%	178	30,12%	591
Total		1.543	29,31%	774	14,70%	5.265

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Por ende, parece que la educación y los ingresos mejoran los niveles de cotización a la seguridad social. No obstante, estos no son las únicas variables que afectan la cotización, ya que aún con niveles altos de educación e ingresos los porcentajes de cotización al sistema de seguridad social no alcanzan el 100%.

Sin embargo, dar información sobre los beneficios del sistema y ofrecer formas de pago más flexibles pueden ser soluciones para una porción de la población encuestada y podrían quizás aumentar los niveles de cotización entre la misma. Por esto, a continuación se presenta información sobre la demanda que existiría por sistemas de ahorro flexibles para la vejez que son además más económicos que el sistema planteado actualmente para realizar aportes a pensiones.

2. Ahorro y opciones de política

El ahorro es importante en el crecimiento de las actividades económicas y en el comportamiento de los individuos en relación a previsiones de riesgos futuros como la vejez. La presente sección tiene como objeto estudiar el comportamiento de la población que declaró ahorrar una parte de las ganancias de su negocio.

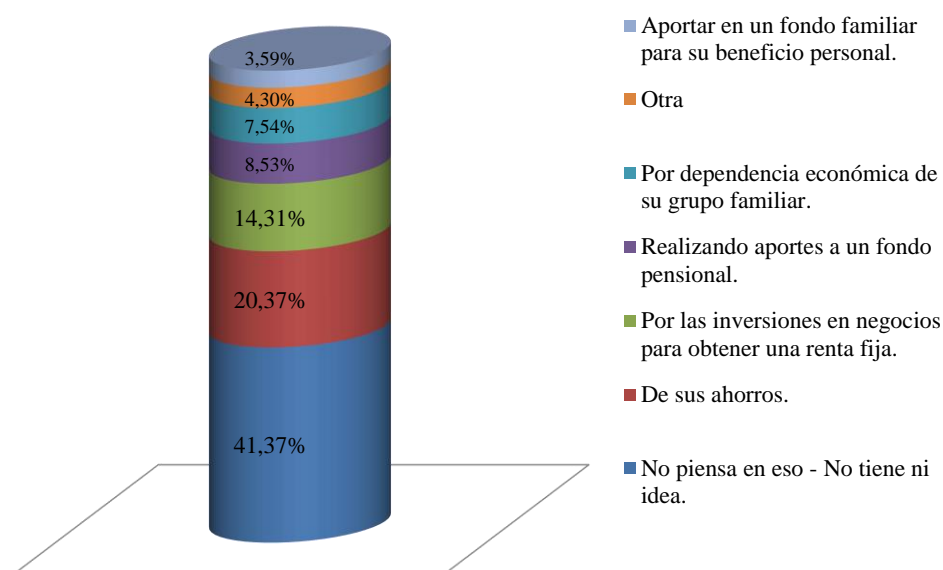
Con base en la encuesta Minhacienda-HelpFile, se encontró que el 50% de las personas ahorra para reinvertir en su negocio, 16% respondió que ahorra para su vejez y los demás lo hacen para invertir en salud, educación, vacaciones y en el hogar (Tabla 14). Lo anterior refleja la importancia que tiene el ahorro personal para invertir en el crecimiento de pequeños negocios. Esto va en línea con estudios internacionales (Aliber, 2002) que han encontrado una alta dependencia, para negocios informales, en los ahorros más que en préstamos.

Tabla 14. Destinación de los ahorros de aquellos encuestados que manifiestan ahorrar

Destinación de los ahorros	Número de respuestas	%
Reinvertir en el negocio	315	49,5%
Vejez	103	16,2%
Salud	75	11,8%
Educación	73	11,5%
Vacaciones	45	7,1%
Casa	16	2,5%
Seguir trabajando	2	0,31%
Todo en general	2	0,31%
Abrir otro negocio	1	0,16%
Comida	1	0,16%
Familia	1	0,16%
Invertir	1	0,16%
Varios	1	0,16%
Total respuestas	636	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Con el fin de profundizar en el tema del ahorro para la vejez, se preguntó a los encuestados cómo pensaban sostenerse económicamente en la vejez una vez se retiraran de sus trabajos si no contaban con una pensión obligatoria ni eran pensionados actualmente. El 71% de la población encuestada (1.419 personas) respondió a esta pregunta y la distribución de sus respuestas se muestra en el Gráfico 12.

Gráfico 12. Fuentes de sostenimiento económico personal en la vejez de aquellos que no cuentan con aportes a pensión ni son pensionados

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Resulta preocupante el alto porcentaje de encuestados que no tienen una estrategia financiera para afrontar su retiro: el 41% de los que contestaron afirma no pensar en el tema o no sabe cómo se mantendrá en la vejez. Solo un 20% manifestó tener ahorros, 14% declaró que se sostendrá en la vejez con el producto de inversiones realizadas en negocios y tan solo un 8% piensa que realizar aportes al sistema pensional es una opción.

La Tabla 15 muestra el porcentaje de personas sobre el total por rango de venta, que responden cada opción. Se observa que el 45% de los propietarios de negocios que venden hasta cinco millones no ha pensado en la forma de sostenerse en la vejez. La relación entre las ventas y las respuestas ofrecidas es débil, pero a partir de ventas superiores a los 15 millones mensuales aumenta el número de personas con alguna estrategia financiera propia (fondos, inversiones, ahorros) para sostenerse en la vejez.

Tabla 15. Porcentaje de los encuestados con ventas de sus establecimientos en el rango especificado que responden a cada fuente de sostenimiento en la vejez

Ventas (en millones)		Forma de mantenerse en la vejez							Total de respuestas
Anuales	Mensuales	No piensa en eso / No tiene ni idea	De sus ahorros	Inversiones con renta fija	Aportes a fondo pensional	Aportes a fondo familiar	Dependencia económica	Otra	
De 0 a 60	De 0 a 5	45%	12%	14%	9%	4%	12%	5%	100%
De 60 a 108	De 5 a 9	43%	24%	14%	6%	4%	4%	5%	100%
De 108 a 180	De 9 a 15	41%	27%	13%	7%	3%	6%	4%	100%
De 180 a 252	De 15 a 21	35%	35%	15%	11%	1%	1%	2%	100%
Más de 252	Más de 21	19%	18%	24%	21%	8%	11%	0%	100%
Total respuestas		41%	20%	14%	9%	4%	8%	4%	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

A continuación se estudia la disponibilidad a pagar (DAP) por un ahorro para la vejez. La Tabla 16 presenta la relación con las ventas del establecimiento, mientras que la Tabla 17 muestra la relación con los ingresos del propietario. Se observa una correlación positiva de 0,06 entre las ventas y la disponibilidad a pagar por un subsidio monetario para el sostenimiento durante la vejez. En el caso de los ingresos del propietario, se encontró una correlación positiva mayor, con un coeficiente de 0,12.

Tabla 16. Número de encuestados según su disponibilidad a pagar por un subsidio monetario de sostenimiento en la vejez clasificados por las ventas de su negocio

Ventas (en millones)		Dinero a Ahorrar para Vejez Diariamente									Total general
Anuales	Mensuales	Entre \$0 y \$500	Entre \$501 y \$1.000	Entre \$1.001 y \$1.500	Entre \$1.501 y \$2.000	Entre \$2.001 y \$2.500	Entre \$2.501 y \$3.000	Más de \$3.000	No me interesa	No responde	
De 0 a 60	De 0 a 5	194	126	67	54	21	24	27	96	5	614
De 60 a 108	De 5 a 9	104	99	68	41	31	36	41	118	2	540
De 108 a 180	De 9 a 15	88	115	95	37	29	28	32	105	5	534
De 180 a 252	De 15 a 21	27	50	39	18	7	6	7	35		189
Más de 252	Más de 21	16	28	19	18	15	6	18	15		135
Total		429	418	288	168	103	100	125	369	12	2.012

Correlación entre ventas y ahorro para la vejez: 0.0599***

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla 17. Número de encuestados según su disponibilidad a pagar por un subsidio monetario de sostenimiento en la vejez clasificados por sus propios ingresos mensuales

Ingresos del Propietario (en SMMLV)	Dinero a Ahorrar para Vejez Diariamente									Total
	Entre \$0 y \$500	Entre \$501 y \$1.000	Entre \$1.001 y \$1.500	Entre \$1.501 y \$2.000	Entre \$2.001 y \$2.500	Entre \$2.501 y \$3.000	Más de \$3.000	No me interesa	No responde	
Hasta un SMMLV	202	164	88	69	24	28	26	125	5	731
Más de un SMMLV y hasta dos	131	170	147	72	46	28	29	150	3	776
Más de dos SMMLV y hasta tres	8	17	16	5	4	2	3	6	0	61
Más de tres SMMLV y hasta cuatro	1	0	2	2	2	0	4	6	0	17
Más de cuatro SMMLV	1	0	0	0	0	1	2	2	0	6
No reporta	86	67	35	20	27	41	61	80	4	421
Total general	429	418	288	168	103	100	125	369	12	2012

Correlación entre ventas y ahorro para la vejez: 0.1216***

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Si desagregamos la información anterior de acuerdo con la actividad económica del establecimiento (ver Tabla 18) se observa que el 82% de los propietarios y/o administradores que respondieron (y que no están cotizando a pensiones) están dispuestos a realizar un aporte para la vejez. En general, el 21% estaría dispuesto a pagar hasta 15.000 pesos al mes; el 21% hasta 30.000 pesos al mes y el 14% hasta 45.000 pesos al mes. Al desagregar por actividad económica, se tiene que la disponibilidad a pagar por un ahorro para la vejez -manifestado por el 22% de los propietarios y/o administradores de las panaderías es de \$ 15.000 al mes, el 19% estaría dispuesto a pagar hasta el doble y otro 19% hasta tres veces más.

Tabla 18. Disponibilidad a pagar por un subsidio monetario de sostenimiento en la vejez clasificados de acuerdo con la actividad económica del establecimiento

Tipo de establecimiento	Dinero diario para ahorrar para la vejez								Total general
	Entre \$0 y \$500	Entre \$501 y \$1.000	Entre \$1.001 y \$1.500	Entre \$1.501 y \$2.000	Entre \$2.001 y \$2.500	Entre \$2.501 y \$3.000	Más de \$3.000	No me interesa	
Panadería	22,0%	18,6%	18,9%	8,4%	5,3%	5,5%	7,3%	13,7%	100%
Restaurante	18,3%	21,9%	14,4%	7,3%	6,4%	3,3%	4,8%	23,0%	100%
Tienda	22,7%	21,4%	11,5%	9,0%	4,3%	5,7%	6,4%	18,3%	100%
Total general	21,3%	20,8%	14,3%	8,3%	5,1%	5,0%	6,2%	18,3%	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Ahora, si se especifica un nivel de ventas por establecimiento por cada disponibilidad a pagar para recibir un subsidio monetario de sostenimiento en la vejez según la actividad económica que desarrolle el mismo, se tiene que a medida que aumentan las ventas de los negocios, sus dueños y/o administradores muestran un crecimiento en el valor del aporte a la vejez, excepto la panadería en el último rango de ventas (ver Tabla 19). Para todos los establecimientos en el primer rango de ventas que va hasta cinco millones de pesos mensuales, la disponibilidad a pagar es de máximo \$ 15.000 mensuales. Para el segundo rango de ventas, este valor es de \$ 30.000 máximo para las panaderías y las tiendas, los restaurantes en este mismo rango estarían dispuestos a pagar más (\$ 30.000). Sin embargo, el 18% de las personas encuestadas declararon no estar interesadas en destinar parte de sus ingresos para la vejez, lo que pone de manifiesto la necesidad de concientización de la población acerca de los beneficios de un ahorro para la vejez.

Tabla 19. Disponibilidad a pagar por un subsidio monetario de sostenimiento en la vejez clasificados de acuerdo con la actividad económica del establecimiento y rangos de ventas mensuales

Dinero diario para ahorrar para la vejez										
Tipo de negocio	Rango de ventas mensuales	Entre \$0 y \$500	Entre \$501 y \$1.000	Entre \$1.001 y \$1.500	Entre \$1.501 y \$2.000	Entre \$2.001 y \$2.500	Entre \$2.501 y \$3.000	Más de \$3.000	No me interesa	Total general
Panadería	De 0 a 5 millones	46%	15%	13%	12%	4%	0%	0%	11%	100%
	De 5 a 9 millones	25%	17%	10%	7%	7%	9%	12%	13%	100%
	De 9 a 15 millones	15%	19%	28%	6%	6%	6%	4%	15%	100%
	De 15 a 21 millones	15%	23%	33%	6%	4%	2%	2%	15%	100%
	Más de 21 millones	2%	22%	15%	17%	2%	4%	22%	17%	100%
	Total general		22%	19%	19%	8%	5%	5%	7%	14%
Restaurante	De 0 a 5 millones	28%	22%	12%	4%	3%	6%	9%	16%	100%
	De 5 a 9 millones	15%	21%	16%	5%	4%	4%	2%	32%	100%
	De 9 a 15 millones	20%	24%	11%	6%	7%	3%	4%	23%	100%
	De 15 a 21 millones	10%	26%	23%	13%	3%	0%	0%	26%	100%
	Más de 21 millones	12%	14%	14%	21%	28%	0%	9%	2%	100%
	Total general		18%	22%	14%	7%	6%	3%	5%	23%
Tienda	De 0 a 5 millones	29%	22%	10%	10%	3%	4%	4%	17%	100%
	De 5 a 9 millones	18%	17%	12%	10%	6%	7%	8%	20%	100%
	De 9 a 15 millones	16%	22%	13%	8%	4%	6%	9%	22%	100%
	De 15 a 21 millones	17%	29%	11%	9%	4%	7%	8%	15%	100%
	Más de 21 millones	26%	26%	13%	0%	5%	11%	5%	13%	100%
	Total general		23%	21%	11%	9%	4%	6%	6%	18%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Adicionalmente, y con el fin de investigar las posibilidades de incentivar el ahorro para la vejez en el marco de la política de Beneficios Económicos Periódicos (BEPS)¹⁸, se indagó por beneficios que a los propietarios/administradores les gustaría recibir por parte del Gobierno. Lo anterior, en el marco conceptual de los microseguros que acompañarían a los BEPS. Así, en materia de microseguros, se encontró que el 49% de la población se inclina por el seguro de vida, seguido por el de accidentes personales (18,6%) y el de inventarios de un negocio, con el 10,5% (estos resultados no muestran diferencias significativas por tipo de establecimiento).

Aparte de los microseguros, y con el fin de investigar incentivos a la formalidad a través de beneficios del estado se le preguntó a los entrevistados qué les gustaría recibir como beneficios adicionales, el beneficio de la vivienda (34%), seguido por el acceso a crédito (33,1%) y la capacitación (24,6%). Respecto de este último, los empresarios resaltaron la importancia de la asistencia técnica en contabilidad como herramienta para hacer crecer su negocio, seguido del mercadeo y ventas (ambas con el mismo propósito).

Una forma de iniciar la cultura del pago de impuestos en la población informal es a través de medidas donde el contribuyente vea los beneficios directos del pago. Así, y con base en las respuestas de los beneficios esperados por parte del gobierno, se buscó medir la disponibilidad a pagar por estos. Los resultados (Tabla 20) sugieren una alta disposición a pagar de hasta \$30.000 mensuales. Lo cual, representa entre un 0,14% y 0,6% de las ventas totales del establecimiento. Estos valores son menores al ICA, además se recuerda que el nivel de cumplimiento del mismo es muy bajo. Quizás el bajo recaudo sugiere que los informales no ven los beneficios asociados al pago de estos tributos, por lo que, un primer pago a la contribución por parte de los informales debería ser un aporte del cual se vea directamente los beneficios.

¹⁸ CONPES 156 de 2012: Servicios Sociales Complementarios del Sistema de Seguridad Social Integral en donde quien opta por participar a través de un esfuerzo de ahorro, lo verá incrementado con los subsidios solidarios del Estado obteniendo un beneficio superior al que lograría si solo tuviera acceso a programas asistenciales. Adicionalmente, el primero de abril de se expide el Decreto 604 de 2013 por el cual se reglamenta el acceso y operación del Servicio Social Complementario de Beneficios Económicos Periódicos –BEPS.

Tabla 20. Disponibilidad mensual a pagar por beneficios del Gobierno¹⁹

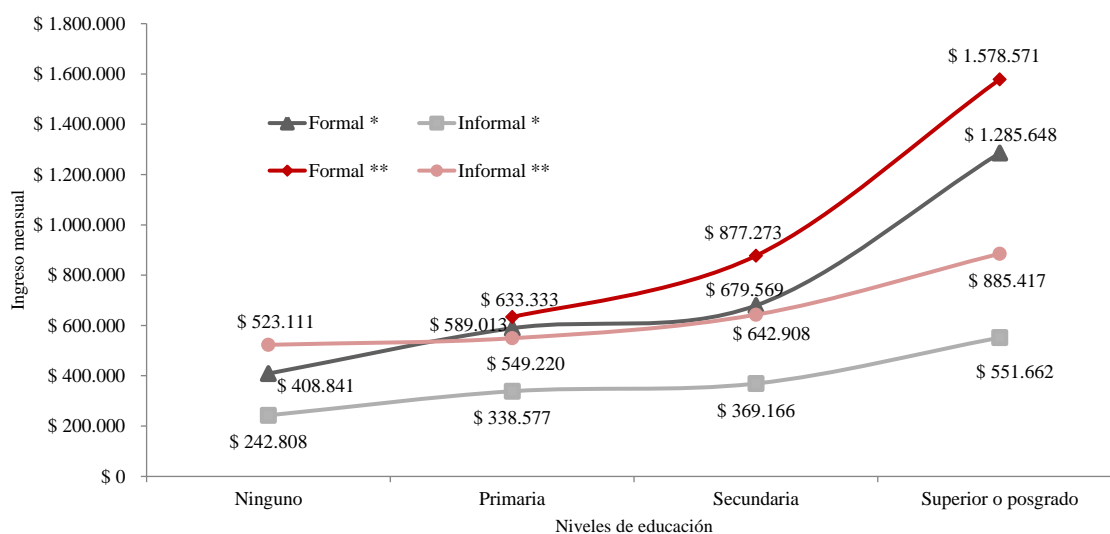
Ventas (en millones)		Dinero a aportar por beneficios del Gobierno							
Anuales	Mensuales	Entre \$0 y \$15.000	Entre \$15.001 y \$30.000	Entre \$30.001 y \$45.000	Entre \$45.001 y \$60.000	Entre \$60.001 y \$75.001	Más de \$75.000	(En blanco)	Total general
De 0 a 60	De 0 a 5	31,6%	47,7%	11,6%	2,8%	2,3%	0,8%	3,3%	100%
De 60 a 108	De 5 a 9	29,3%	31,3%	17,4%	5,2%	5,0%	3,0%	8,9%	100%
De 108 a 180	De 9 a 15	31,1%	30,7%	17,2%	6,2%	2,6%	3,6%	8,6%	100%
De 180 a 252	De 15 a 21	24,3%	41,3%	15,9%	7,4%	2,6%	2,1%	6,3%	100%
Más de 252	Más de 21	9,6%	37,0%	12,6%	18,5%	17,0%	2,2%	3,0%	100%
Total		28,7%	37,5%	15,1%	5,8%	4,1%	2,3%	6,5%	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

a. Brecha salarial

Existe una brecha salarial presente entre trabajadores formales e informales (Gráfico 13). La informalidad genera una brecha de ingresos que se acentúa con el bajo nivel educativo de las personas: tanto los resultados de la GEIH del DANE como los de la encuesta Minhacienda-HelpFile muestran que la población informal y con menores niveles de estudio tiene menores ingresos que la población formal y con mayores niveles de educación (con excepción de los trabajadores informales sin educación).

Gráfico 13. Ingreso mensual promedio de los trabajadores formales e informales según nivel educativo alcanzado

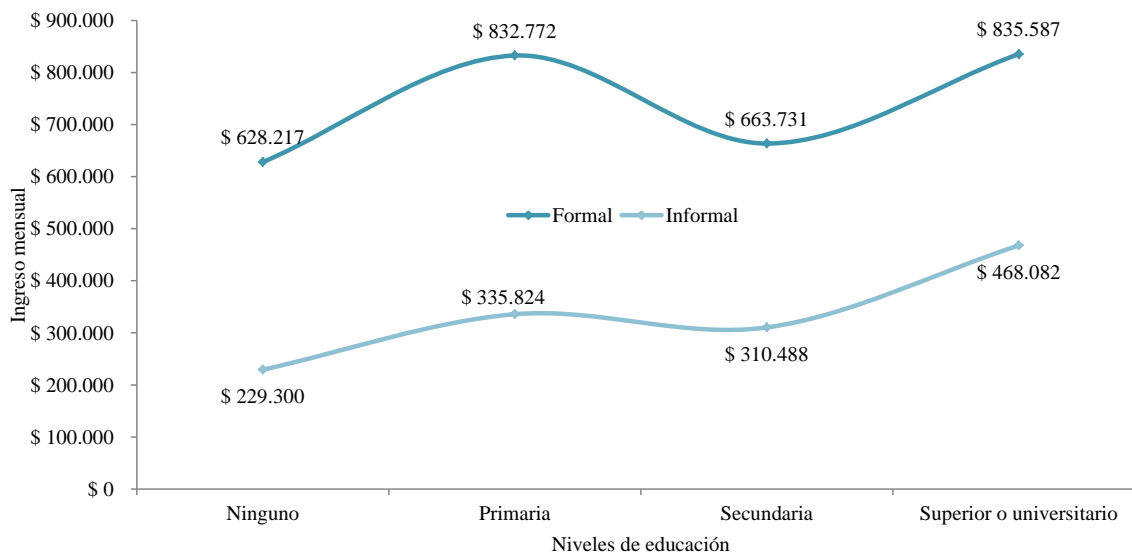


Fuente: * Gran Encuesta Integrada de Hogares 2010, DANE. ** Minhacienda-HelpFile 2012. Informalidad empresas con menos de cinco trabajadores. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Un análisis por nivel de ingresos y educación que se observa en el Gráfico 14 y Gráfico 15, evidencia que en los sectores más informales de la economía hay una amplia brecha entre los ingresos de los trabajadores formales e informales.

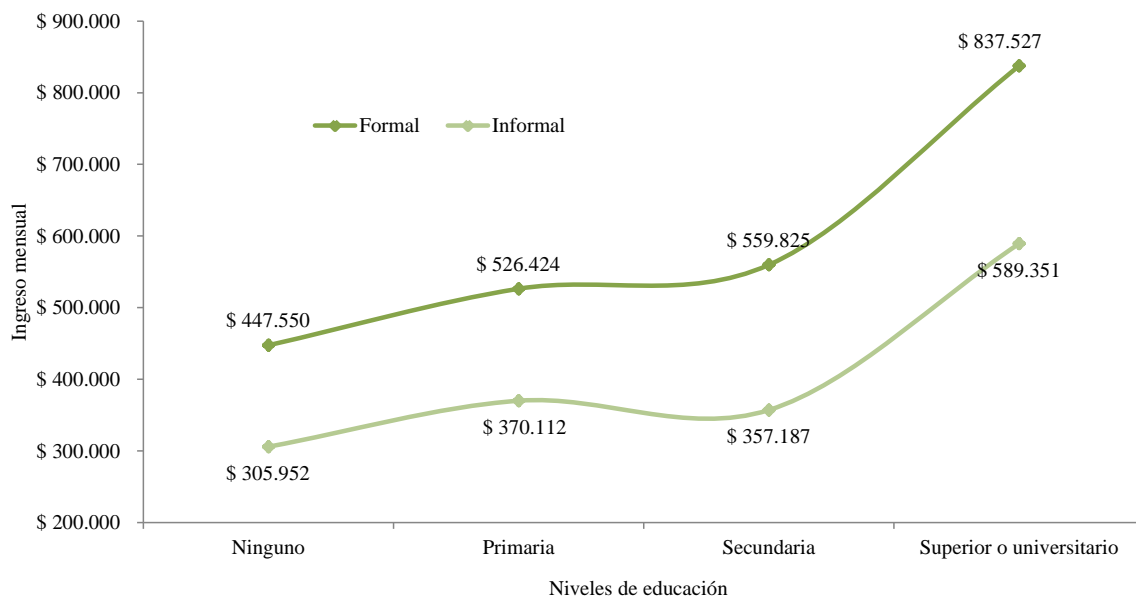
¹⁹ Los beneficios por los que se pregunto fue: capacitación, recreación, turismo, acceso al crédito y vivienda.

Gráfico 14. Ingreso mensual promedio de los trabajadores formales e informales en comercio al por menor según nivel educativo alcanzado, 2010



Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares 2010, DANE. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico 15. Ingreso mensual promedio de los trabajadores formales e informales en restaurantes y cafeterías según nivel educativo alcanzado, 2010



Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares 2010, DANE. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

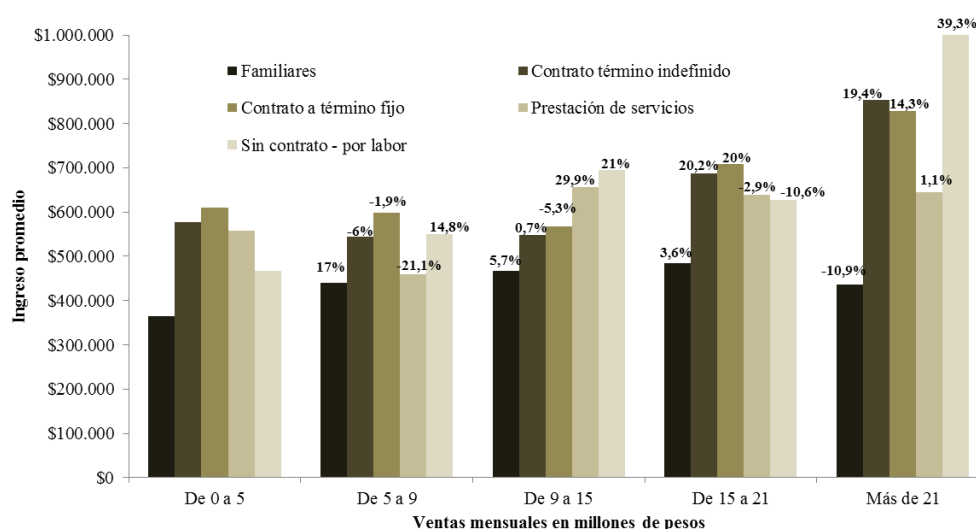
En cuanto a los ingresos por tipo de vinculación laboral según ventas (encuesta Minhacienda-HelpFile), se observa en el

Gráfico 16 en primer lugar una irregularidad en los datos y es que para los familiares sin remuneración sí reporta un ingreso mensual²⁰, que no varía en función de las ventas. Por otro lado, en relación a los trabajadores con remuneración, se observa que esta es mayor en los

²⁰ Una posible explicación es que las personas encuestadas no entendieron el concepto de remuneración, o que en efecto son familiares no remunerados, sin embargo no expresaron valor alguno por temor a no revelar la información en la encuesta.

establecimientos con más ventas. El aumento no es uniforme pero se da en todos los casos cuando se comparan las ventas más bajas con las más altas. Por ejemplo, el menor incremento de ingresos respecto de las ventas se presenta en contratos de prestación de servicios, y el de mayor aumento es el de los trabajadores sin contrato o por labor. Un par de explicaciones pueden ser que: i) en esta categoría están personas que trabajan de forma temporal para realizar labores muy específicas, razón por la cual la especificidad de la labor requiere mayores pagos; y ii) como no existe un contrato, no hay un control exhaustivo de los pagos hechos a los trabajadores y las cuentas que hacen los empleadores al respecto pueden sobredimensionar la realidad.

Gráfico 16. Ingreso promedio mensual según tipo de vinculación laboral por rango de ventas*



*Los porcentajes en el gráfico indican el crecimiento del ingreso en cada rango de venta.

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

En general, los ingresos de los trabajadores están relacionados con su nivel educativo. Al analizar los resultados de la encuesta, se encuentra, que el 47% de los trabajadores en los establecimientos tienen hasta secundaria completa (ver Tabla 21). Le siguen, con el 39%, los trabajadores que cuentan con primaria completa.

Tabla 21. Nivel educativo por tipo trabajador²¹

Nivel Educativo	Propietario	Familiar	Empleado	Todos
Ninguno	3%	2%	1%	2%
Primaria	41%	38%	36%	39%
Secundaria completa	43%	49%	49%	47%
Técnica/Tecnológica	10%	9%	13%	11%
Universidad completa	3%	1%	0%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

²¹ Por restricciones de espacio en el formulario, esta pregunta se respondió para siete trabajadores de cada negocio y no para todos los que trabajen en este.

Respecto de la ocupación principal, se intentará mostrar si los trabajadores se dedican exclusivamente a trabajar en el negocio o si en cambio realizan otras actividades. Según lo refleja la Tabla 22, los trabajadores de los establecimientos encuestados son, en su gran mayoría, trabajadores por cuenta propia. No obstante, se observa que los trabajadores familiares estudian y trabajan en el negocio con mayor frecuencia que otros tipos de trabajadores. Por otro lado, entre los empleados se da con mayor frecuencia la situación de estar buscando un empleo formal²².

Tabla 22. Ocupación principal por tipo trabajador

Ocupación principal	Propietario	Familiar	Empleado	Todos
Empleado de otra empresa	4%	3%	3%	3%
Solo trabajador independiente	89%	69%	70%	77%
Estudia y trabaja en el negocio	5%	14%	8%	9%
Pensionado / labora en el negocio	1%	2%	2%	2%
Desempleado (busca empleo formal)	1%	11%	14%	8%
Otra	1%	2%	2%	1%
Total con información	100%	100%	100%	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

3. Descripción de la información financiera

En esta sección, se estudia la información financiera de los establecimientos. Específicamente, se incluye: ventas, costos laborales, de funcionamiento, de insumos, costos totales y ganancias. El detalle del cálculo de estas variables se encuentra en el Anexo 8.

Con la información de la encuesta es posible caracterizar las ventas de la población. Por ejemplo, en la Tabla 23 se muestra el porcentaje de establecimientos según rangos de sus ventas mensuales. Estos rangos se determinan para mostrar cuándo los establecimientos están cerca al punto en que se pasa del régimen simplificado al común de IVA; este límite es de 4.000 UVT²³ en ventas que corresponde para el año 2012 a \$104.196.000 anuales u \$8.683.000 mensuales, cifra que por simplicidad se aproximó a nueve millones mensuales. Se observa que el 58% de los establecimientos tiene ventas inferiores a las 4.000 UVT, es decir que por ventas, pertenecerían al régimen simplificado de IVA, mientras que el porcentaje restante, 42%, pertenecería al régimen común. Al contrastar el 58% con la información contenida en el RUT en donde el 81% de los establecimientos declaraba pertenecer al régimen de ventas, se observa que 23% de los establecimientos deberían pertenecer al régimen común. Este porcentaje varía según el tipo de establecimiento: el 53% de las panaderías, 45% de restaurantes y 35% de las tiendas deberían pertenecer al régimen común. Sin embargo, no es claro si la razón para no declarar que son parte del régimen común se debe a evasión o costos de la formalidad.

²² En el formulario la opción es desempleado que busca empleo formal, si bien es una persona que está desarrollando una actividad en el establecimiento lo que la caracterizaría como empleado, como se identifica la persona es con la búsqueda de un empleo que sea formal.

²³ Artículo 499 del Estatuto Tributario.

Tabla 23. Porcentaje de los establecimientos por rango de ventas y tipo de establecimiento

Rangos de ventas		Tipo de establecimiento			
Anuales	Mensuales	Panadería	Restaurante	Tienda	Todos
De 0 a 60 millones	De 0 a 5 millones	17,3%	23,8%	42,5%	30,5%
De 60 a 108 millones	De 5 a 9 millones	29,7%	31,3%	22,5%	26,8%
De 108 a 180 millones	De 9 a 15 millones	33,7%	25,8%	22,7%	26,5%
De 180 a 252 millones	De 15 a 21 millones	9,5%	11,3%	8,2%	9,4%
Más de 252 millones	Más de 21 millones	9,8%	7,9%	4,1%	6,7%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

La Tabla 24 presenta el promedio de ventas por tipo de día (difícil, normal o muy bueno) para cada establecimiento y el promedio de la variable de ventas mensuales. Se observa que, entre los establecimientos seleccionados, los restaurantes son los que más venden (promedio mensual de \$11.300.000) seguidos muy de cerca por las panaderías, y finalmente las tiendas – cuyas ventas son un 30% menos que un restaurante.

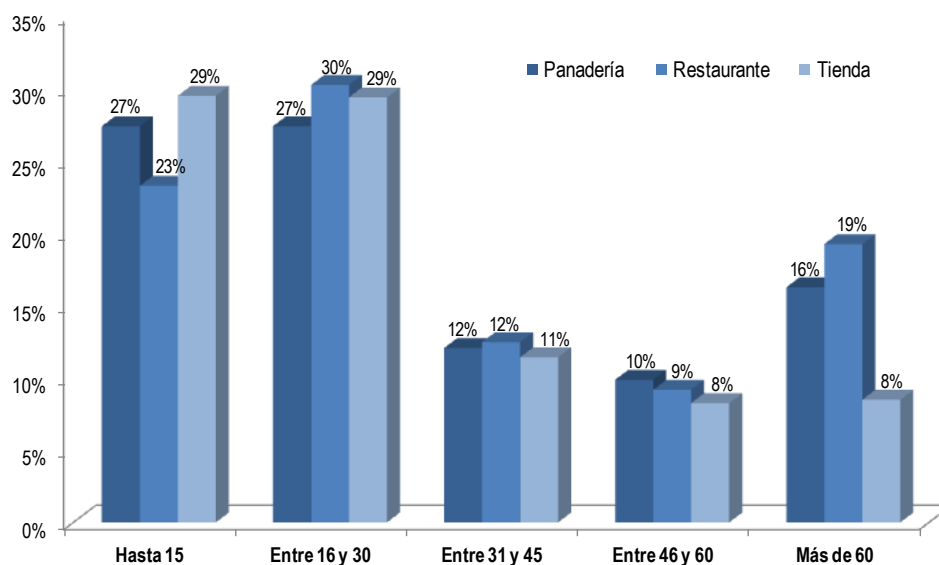
Tabla 24. Promedio de ventas diarias para cada tipo de día y promedio de ventas mensuales por establecimiento

Establecimiento	Promedio de ventas			
	Día difícil	Día normal	Día muy bueno	Mensuales
Panadería	\$ 265.028	\$ 381.195	\$ 616.847	\$ 11.200.000
Restaurante	\$ 268.687	\$ 394.912	\$ 621.810	\$ 11.300.000
Tienda	\$ 192.413	\$ 275.246	\$ 425.542	\$ 8.032.342
Todos	\$ 233.209	\$ 335.506	\$ 531.734	\$ 9.766.139

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

En general, la mayoría de los establecimientos miden hasta 30 metros cuadrados (Gráfico 17); las tiendas son las que menos área ocupan y, por razones inherentes a la actividad de los restaurantes, estos son los que tienen áreas más grandes para la prestación del servicio.

Gráfico 17. Distribución de los establecimientos según el área en metros cuadrados que ocupan



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Adicionalmente, podría haber una relación entre el área del establecimiento y las ventas. La Tabla 25 muestra el número de establecimientos en cada posible combinación de rango de ventas y de área. Se observa, por ejemplo, que el 42% de los establecimientos con menores ventas están en locales de hasta 15 m². Al calcular el coeficiente de correlación entre las ventas y el área se encuentra que es de 0,2301 mostrando que la relación entre las dos variables es definitivamente positiva pero débil.

Tabla 25. Distribución de los establecimientos según área para cada rango de ventas

Rangos de ventas (millones)		Área del establecimiento (en m ²)					Total
Anuales	Mensuales	Hasta 15	Entre 16 y 30	Entre 31 y 45	Entre 46 y 60	Más de 60	
De 0 a 60	De 0 a 5	42%	35%	6%	8%	10%	100%
De 60 a 108	De 5 a 9	35%	25%	12%	9%	19%	100%
De 108 a 180	De 9 a 15	16%	27%	15%	8%	33%	100%
De 180 a 252	De 15 a 21	11%	26%	16%	12%	34%	100%
Más de 252	Más de 21	12%	24%	17%	10%	38%	100%
Total		28%	29%	12%	9%	23%	100%

Correlación entre ventas y área del establecimiento: 0,2301***

*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,1

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Respecto a los costos de los establecimientos, en la Tabla 26 se presenta el promedio de cada uno de los costos reportados por el encuestado y los costos totales por tipo de negocio.

Tabla 26. Costos mensuales promedio por tipo para cada establecimiento

Establecimiento	Costos laborales*	Gastos de funcionamiento**	Costos de insumos***	Costos totales	
				Con ingreso encuestado	Sin ingreso encuestado
Panadería	\$ 1.865.022	\$ 1.008.922	\$ 3.124.985	\$ 5.998.929	\$ 5.466.876
Restaurante	\$ 1.725.204	\$ 917.668	\$ 2.294.441	\$ 4.937.314	\$ 4.375.294
Tienda	\$ 759.443	\$ 596.161	\$ 2.414.973	\$ 3.770.577	\$ 3.345.814

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

* Costos laborales: suma de los ingresos mensuales del número de empleados que el encuestado reporta tener en esta pregunta. Se incluye el beneficio mensual que el propietario o administrador reporta recibir porque se ha considerado que este es el salario que efectivamente recibe y por ende es un costo laboral. No obstante, puede ser que el encuestado haya reportado no su salario, sino la utilidad de su negocio, por esto se observa en la última columna los costos totales sin el ingreso o pago mensual del encuestado.

**Gastos de funcionamiento: pagos por concepto de arriendo, servicios públicos y otros adicionales reportados.

***Costos de insumos: suma de todos los pagos realizados a proveedores.

Al eliminar de los costos laborales el ingreso del encuestado, el promedio de costos totales para las panaderías y los restaurantes se reduce en aproximadamente \$ 600.000 al mes mientras que los de las tiendas se reduce en aproximadamente \$ 400.000. Esto hace pensar que, en promedio, los encuestados están reportando en esta parte de la encuesta, su salario mensual y no los beneficios del negocio. Sin embargo, a continuación se presenta en la Tabla 27 la distribución de la variable de ingreso del propietario o administrador y de la variable de ganancias mensuales reportadas para corroborar que estas, de hecho, son diferentes. Adicionalmente, esta tabla muestra el porcentaje de propietarios o administradores que se encuentra por debajo del valor promedio del ingreso, así como el porcentaje de establecimientos que está por debajo de las ganancias promedio. De manera que, si bien existe un promedio en ingresos y ganancias mensuales, estas no necesariamente reflejan que la mayoría -de personas y establecimientos- están cerca a esos valores. Un ejemplo claro es el la ganancia en las tiendas, donde casi tres cuartas partes de estas están por debajo del promedio.

Tabla 27. Estadísticos descriptivos de ingresos mensuales del propietario o administrador y ganancias mensuales reportadas por tipo de establecimiento

Establecimiento	Ingreso mensual del propietario		Ganancias mensuales reportadas	
	Promedio	% de bajo promedio	Promedio	% de bajo promedio
Panadería	\$712.432	60%	\$3.532.756	70%
Restaurante	\$659.710	56%	\$2.895.163	68%
Tienda	\$537.879	52%	\$2.563.672	74%
Todos	\$618.545	58%	\$2.918.917	73%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Las dos variables son distintas, aunque en promedio la de ingresos sí parece reportar un salario. La variable de ganancias mensuales probablemente está subdeclarada por la renuencia de los propietarios o administradores a suministrar información sobre sus ingresos. Igualmente, como se observó en la sección anterior, estos establecimientos no siempre llevan contabilidad por lo que pueden no tener clara la cifra exacta de sus ganancias. Sin embargo, de acuerdo a instituciones que trabajan con el sector de pequeños comerciantes como FENALCO, la información reportada como ganancia del negocio por el encuestado es la fuente más confiable para esta información, y será la variable utilizada en adelante como la de utilidad del negocio.

A continuación en la Tabla 28 se presenta la distribución de los establecimientos de acuerdo con unos rangos de ganancias reportadas y calculadas mensualmente como se explica en la última parte del Anexo 8, sección que también contiene la relación entre ganancias y ventas mensuales y se corrobora que las dos variables muestran información coherente. Adicionalmente, se estableció un establecimiento ‘tipo’ que reúne las características promedio de una tienda, una panadería y un restaurante (ver Anexo 9).

Tabla 28. Distribución de los establecimientos según rango de ganancias mensuales

Rango de ganancias mensuales (en millones)	Tipo de establecimiento							
	Panadería		Restaurante		Tienda		Total	
Hasta 3	302	55%	345	63%	599	65%	1.246	62%
Más de 3 y hasta 6	77	14%	97	18%	66	7%	240	12%
Más de 6 y hasta 9	32	6%	43	8%	25	3%	100	5%
Más de 9 y hasta 12	18	3%	14	3%	15	2%	47	2%
Más de 12	21	4%	3	1%	39	4%	63	3%
Sin información	99	18%	45	8%	172	19%	316	16%
Total	549	100%	547	100%	916	100%	2.012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

A partir de la Tabla 28 se observa que la mayoría de los establecimientos encuestados obtienen ganancias mensuales de hasta tres millones de pesos. Si bien es no es una cifra muy baja, se deben tener en cuenta dos cosas: el 63% de los establecimientos no llega a la mitad del rango, y la jornada de trabajo de estos negocios es muy larga; en la mayoría de los casos abren siete días a la semana con más de ocho horas diarias.

El siguiente grupo con más establecimientos corresponde a los que cuentan con ganancias mensuales de más de tres y hasta seis millones de pesos, y en general la relación es como se espera con el número de establecimientos disminuyendo a medida que aumentan las ganancias. Según estas cifras, las panaderías son el tipo de establecimiento más rentable al ubicar un mayor número de estas en los rangos de ganancias superiores a los tres millones de pesos mensuales.

Es así que de acuerdo con la información expuesta, se debe diferenciar entre tipo de establecimiento para enfocar el direccionamiento de la política. Aquellos establecimientos que son solamente de comercio y no se involucran en la elaboración de productos, presentan unos costos menores que las demás actividades económicas, pero las ventas asociadas a su negocio son menores y en muchos casos apenas logran cubrir los costos. Respecto de estas, la capacidad de cumplimiento se ve limitada, tanto en función de las ventas como del ingreso del propietario/administrador que en muchos casos devenga un ingreso de menos de un SMMLV.

En el caso de las panaderías y los restaurantes, la situación es un poco más alentadora. Los restaurantes son los establecimientos de este estudio, que generan mayores ganancias para el negocio a pesar de tener menores costos en promedio que las panaderías objeto de la presente investigación. Las ganancias y el ingreso del propietario/administrador de los restaurantes dejan vislumbrar una mayor capacidad de cumplimiento de las normas que no necesariamente se ve reflejada en una mayor disposición para acogerse a un programa de ahorro para la vejez. Una de las razones que se pueden atribuir a este fenómeno, es que los establecimientos de estas actividades económicas que se encuentran por debajo del promedio no cuentan con la capacidad monetaria para asumir obligaciones legales y formales.

4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

La economía informal incluye características informales tanto de las actividades económicas como de los trabajadores. En el presente documento se caracterizó la informalidad de los pequeños comerciantes, particularmente de las tiendas, las panaderías y pequeños restaurantes con el fin de estudiar los diferentes grados de formalidad laboral y empresarial (ver Tabla 1) y ver posibles relaciones con ventas e incentivos.

En el caso de la informalidad de la actividad económica, se encontró que el 87% de los establecimientos cuentan con RUT y el 55% tienen registro mercantil. De acuerdo con esto, se observa que el mecanismo más usado por los empresarios para formalizar su negocio es el RUT, y este se materializa, entonces, como el primer paso para la formalización empresarial. La proposición anterior, no desvirtúa el hecho de que el registro mercantil es un requisito de formalización, sino que lo releva a un paso posterior de formalización. En relación con los impuestos, los empresarios no cuentan con una cultura tributaria, ya sea para la declaración o el pago: tanto el ICA como el impuesto de renta exhiben bajos porcentajes de cumplimiento: el 80% de las empresas cuyas ventas exceden el umbral para la declaración de renta, no lo hacen.

Adicionalmente, los resultados muestran que el 96% de los negocios están constituidos como personas naturales. Lo cual es coherente con establecimientos pequeños por la facilidad de constituirlos bajo esta figura jurídica: al realizar una comparación del nivel de informalidad según persona natural o jurídica, se encontró que las personas jurídicas tienen mayor porcentaje de cumplimiento en términos de: RUT, matrícula mercantil y contabilidad.

En informalidad laboral, tanto los resultados de la GEIH del DANE como los de la encuesta Minhacienda-HelpFile 2012 muestran que la población informal y con menores niveles de estudio tiene menores ingresos que la población formal. Lo anterior puede estar relacionado con: i) las diferencias en tipo de contrato, y ii) diferencias en productividad.

La alta informalidad laboral tiene graves consecuencias como la desprotección presente y futura de los trabajadores, con un alto costo fiscal para el Gobierno. En salud, escasamente un 29,3% aporta al régimen contributivo. Y en pensiones el panorama no es más alentador; más del 75% de la población objeto de este estudio no cuenta con un sistema de protección para la vejez. Se observa una posible relación positiva entre el nivel educativo de los propietarios y los trabajadores que son cotizantes a salud y pensión. Esto podría explicarse porque los encuestados más educados pueden contar con ventajas de información y de acceso a formas de pago para realizar estos aportes o porque entienden mejor el sistema y la importancia de aportar al mismo. De hecho un estudio focal con tenderos mostró que mayor información sobre los beneficios ofrecidos por aportar se veía reflejada en un aumento del aporte por parte del cotizante. Lo anterior sugiere que la educación, la capacitación y la información podrían ser mecanismos para lograr mayores niveles de aporte al sistema de seguridad social dentro de la población encuestada.

Teniendo en cuenta que el ingreso mensual de los administradores/propietarios es de 618 mil pesos, valor ligeramente superior al salario mínimo, y observando las bajas tasas de cotización a pensión de los mismos, se observa que los BEPS funcionan como mecanismo de inclusión al sistema de protección social. En este sentido, se encontró que la disponibilidad a pagar promedio por BEPS es de \$ 30.000 mensuales para restaurantes y \$15.000 para panaderías y tiendas, valores que van aumentando a medida que las ventas de los establecimientos también aumentan. En relación a los microseguros, se encuentra que la población se interesa, en orden descendente, por: un seguro de vida, seguro de accidentes personales e inventario del negocio.

En relación con las ventas, se encontró que el 84% de los establecimientos venden menos de 180 millones de pesos anuales. Y en relación con el espacio destinado al negocio, el 51% de los establecimientos estudiados venden hasta 180 millones de pesos al año y miden hasta 30m². Respecto de las ganancias, en el 62% de los casos estas no superan los tres millones de pesos mensuales, y entre estas el 63% no alcanza el millón y medio en ganancias.

La informalidad, como se mencionó es multifacética y una empresa informal puede o no tener trabajadores informales, o viceversa pero en el último caso en menor proporción del total de empresas. Lo anterior se puede observar en la siguiente tabla resultado de la encuesta Minhacienda-HelpFile 2012 y en el Anexo 10:

Sector informal Empleo informal*	Pequeñas unidades de producción	No lleva contabilidad	No se encuentran registradas		Cumplimiento de impuestos		Manejo de efectivo
			RUT	Registro mercantil	Renta	ICA	
No hace pagos a seguridad social en salud**	47.7%	12.4%	9.1%	30.2%	41.2%	41.6%	38.7%
No hace pagos a seguridad social en pensiones	62.8%	14.8%	8.4%	33.0%	52.7%	53.8%	50.0%

* Datos para el dueño o administrador.

** En Sisbén o no aporta.

4.2 Recomendaciones

En relación al registro de las cámaras de comercio, y con el fin de que este genere mayores incentivos a la formalidad, se recomienda a las cámaras de comercio: i) establecer procedimientos expeditos para la revisión de la información contenida en los formularios del registro mercantil con el fin de que este represente información veraz²⁴; ii) ser agentes más activos en la formalización de las empresas y sus trabajadores: por ejemplo, al momento del registro, las cámaras de comercio deberían brindar toda la información y capacitación necesaria al empresario para guiarlo en el proceso de formalización (obligaciones y derechos según el régimen tributario y laboral escogido).

El bajísimo porcentaje de cumplimiento de los impuestos distritales, refleja la necesidad de mejorar la información que se brinda a los empresarios, puesto que el desconocimiento de las obligaciones empresariales y tributarias se ha manifestado como una barrera para el cumplimiento de las normas.

²⁴ De antemano se sabe que estas entidades no son entes de control.

Respecto de los proveedores, el mayor gasto de estos establecimientos es en gaseosas, de aquí que se plantee una articulación estratégica con el sector para desarrollar un trabajo conjunto en pro de la formalización desde la proveeduría.

La encuesta mostró la importancia que tiene el ahorro personal para invertir en el crecimiento de pequeños negocios en comparación con los préstamos. Esto va en línea con las barreras de entrada y costos que tienen las actividades para entrar al sistema bancario. Lo anterior está relacionado con la necesidad de una política real de inclusión y educación financiera, la cual disminuya costos y brinde herramientas financieras.

Las bajas tasas de aportes al sistema de seguridad social, especialmente en pensiones, sugieren un buen acogimiento de los BEPS en la población de estos pequeños empresarios, por lo tanto se sugiere su pronta puesta en marcha, teniendo en cuenta las apreciaciones recibidas en esta encuesta, como la preferencia por determinados microseguros, que pueden ser utilizados como incentivos para la afiliación al sistema.



Bibliografía

- Alcaldía de Bucaramanga. (2005). *Acuerdo Número 060*. Bucaramanga.
- Alcaldía de Medellín. (2009). *Régimen tarifario*. Medellín.
- Alcaldía Mayor de Bogotá y Camara de Comercio de Bogotá. (2008). *Responsabilidades frente a los impuestos distritales*. Bogotá D.C.
- Aliber, M. (2002). *Informal Finance in the Informal Economy: Promoting Decent Work among the Working Poor*. Employment Sector. Ginebra: ILO.
- Bustamante Izquierdo, J. P. (Agosto de 2011). Los retos de la economía informal en Colombia. *Notas Fiscales*, 9. Bogotá: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
- Bustamante, J. P. (2012). Red de Inclusión a la economía formal. *Notas Fiscales*, 14.
- Cárdenas, M., & Mejía, C. (2007). *Informalidad en Colombia: Nueva Evidencia*. Bogotá D.C.
- Cárdenas, M., & Rozo, S. (2009). *Informalidad empresarial en Colombia: problemas y soluciones*. Bogotá D.C.
- DANE. (2010, y trimestral 2012-2013). *Gran Encuesta Integrada de Hogares*. Bogotá D.C.
- Decreto 410 de 1971. *Por el cual se expide el Código de Comercio*. Bogotá D.C., Colombia.
- Decreto 624 de 1989. *Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales*. Bogotá D.C., Bogotá D.C., Colombia.
- Decreto Ley 1333 de 1986. (s.f.). *Por el cual se expide el Código de Régimen Municipal*. Bogotá D.C., Colombia.
- Ley 1607 de 2012. *Por la cual se expiden normas en materia tributaria y se dictan otras disposiciones*. Bogotá D.C., Bogotá D.C., Colombia.
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público- HelpFile LTDA. (2012).
- Oficina Internacional del Trabajo. (1993). Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal, adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo. Ginebra.
- Oficina Internacional del Trabajo. (2003). 17 Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo. Ginebra.
- Organización Internacional del Trabajo. (2007). *La promoción de empresas sostenibles*. Ginebra.

- Organización Internacional del Trabajo. (2012). *El desafío de la promoción de empresas sostenibles en América Latina y el Caribe: un análisis regional comparativo*.
- Parra, H. (2011). *Cartilla de Impuestos de Industria, Comercio y Avisos de Barranquilla*. Barranquilla.
- Peña, J. L. (2008). *Cartilla de la tributación local*. Cali.
- Santa María, M., & Rozo, S. (2008). *Informalidad Empresarial en Colombia: alternativas para impulsar la productividad, el empleo y los ingresos*. Bogotá.

Anexos

Anexo 1. Formulario

 <p>Ministerio de Hacienda y Crédito Público República de Colombia</p>	<p>ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE LA FORMALIZACIÓN E INCLUSIÓN ECONÓMICA - 2012 MINISTERIO DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO</p> <p>Muy buenos días, tardes o noches mi nombre es _____ y trabajo con la firma de consultoría HELP FILE LTDA contratada por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, actualmente estamos aplicando una encuesta que recoge la percepción que tienen los pequeños empresarios con respecto a la formalización de las tiendas, panaderías y pequeños restaurantes. Podría por favor colaborar conmigo contestando el formulario, sus respuestas serán usadas con fines estadísticos y no identifica ni compromete su opinión. Esta encuesta se acoge a las protecciones de información enunciadas en el segundo párrafo del Artículo 5 de la Ley 79 de 1993.</p>											
CONTROL DE CAMPO												
a. Código del Formulario:	Fecha de aplicación: Día Mes Año Hora	e. Nombre del Propietario:										
b. Ciudad de aplicación: Barrio	f. Dirección	g. Teléfonos Cel.:										
c. Actividad económica: Tienda Panadería Restaurant	Verificación Acept. Rech. Encuestador:											
d. Razón Social:	D8. ¿Qué tipo de uso y de propiedad tiene este establecimiento?											
I. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO												
D1. Sexo (por observación)												
<table border="1" style="width:100%; text-align: center;"> <tr> <td>F</td> <td>1</td> <td>M</td> <td>2</td> </tr> </table>			F	1	M	2						
F	1	M	2									
D2. ¿Cuál es el estrato de vivienda? (Según recibo de la luz).												
<table border="1" style="width:100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>Ns/Nr</td> </tr> </table>			1	2	3	4	5	6	Ns/Nr			
1	2	3	4	5	6	Ns/Nr						
D3. ¿Cuántas personas en total conforman el grupo de trabajo de este establecimiento?												
<table border="1" style="width:100%; text-align: center;"> <tr> <td> </td> <td>=</td> <td> </td> <td>+</td> <td> </td> </tr> <tr> <td>(Número total de personas)</td> <td></td> <td>(Número de familiares)</td> <td></td> <td>(Número de empleados)</td> </tr> </table>				=		+		(Número total de personas)		(Número de familiares)		(Número de empleados)
	=		+									
(Número total de personas)		(Número de familiares)		(Número de empleados)								
PARENTESCO FAMILIAR Y COBERTURA DE LA SEGURIDAD SOCIAL												
D4. Por favor, indíqueme el PARENTESCO, la EDAD en años cumplidos y la forma de afiliación respecto a la seguridad social, de usted y de las personas que trabajan en este establecimiento:												
(pregunta ¿Cuál es la Dificultad para afiliarse al sistema?)												
(AÑOS CUMPLIDOS) (Marque X si Tiene ARP)												
Parentesco	Edad	CONDICIÓN QUE PERTENECE A LA SEGURIDAD SOCIAL										
		SALUD Dific PENSIÓN Dific ARP Dific										
Encuestado		C B SB N-A P C N-A										
		C B SB N-A P C N-A										
		C B SB N-A P C N-A										
		C B SB N-A P C N-A										
		C B SB N-A P C N-A										
		C B SB N-A P C N-A										
		C B SB N-A P C N-A										
		C B SB N-A P C N-A										
Otro ¿cuál?		C B SB N-A P C N-A										
Escribir en el encabezado el código de parentesco y marque con una (x) cada opción elegida.												
1 Padre 4 Cónyuge	7 Abuelo (a)	10 Tío (a)										
2 Madre 5 Hermano (a)	8 Suegro(a)	11 Sobrino(a)										
3 Hijo (a) 6 Nieto (a)	9 Primo (a)	12 Cuñado (a)										
		13 Empleado (a)										
		14 Madrastra/Pad										
		15 Yerno/Nuera										
C: COTIZANTE B: BENEFICIARIO SB: SISBEN/REG SUBSIDIADO P: PENSIONADO N-A NO APORTA												
SI ES BENEFICIARIO, SISBEN O NO APORTA, CADA ÍTEM ¿Cuál es la dificultad para afiliarse al sistema?												
Dificultad Escribir el código de dificultad que tiene para afiliarse al régimen contributivo												
1. No le interesa	2. Prefiere el Sisben	3. Es Muy Costoso										
4. Muchos trámites	5. Hay Corrupción	6. No sirve										
D5. ¿Cuál es el nivel educativo más alto alcanzado por usted, cada miembro de su familia que trabaja en el establecimiento y/o empleados?												
Escribir en el encabezado el código de parentesco y marque con una equis (x) la opción elegida.												
	PARENTESCO FAMILIAR	EMPLEADO										
	Encuestado	1 2 3										
a. Ningún año de estudio												
b. Primaria												
c. Secundaria incompleta												
d. Secundaria completa												
e. Técnica/Tecnológica												
f. Universidad incompleta												
g. Universidad completa												
h. Posgrados.												
D6. ¿Cuál es la ocupación principal de cada una de las personas que trabajan con usted en este establecimiento?												
Escribir en el encabezado el código de parentesco y marque con una X la opción elegida.												
	Parentesco familiar	Empleado										
	Encuestado	1 2 3										
a. Empleado de otra empresa												
b. Solo trabajador Independiente												
c. Estudia y trabaja en el negocio												
d. Es Pensionado / labora en el Negocio.												
e. Desempleado(buscan empleo formal)												
f. Otra ¿Cuál?												
D7. ¿Cuántos años hace que funciona este negocio en este barrio o sector?												
a. Menos de un año	1											
b. Entre 1 y 3 años	2	(Marque solo una)										
c. Entre 3 y 5 años	3											
d. Mas de 5 años	4											
II. CARACTERIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO												
1. De acuerdo con el tipo de vinculación laboral, las personas de este establecimiento son: (indique cuantas son y el pago en pesos para cada uno de los casos)												
(Marque los que mencione según el ítem)												
a. Encuestado (Propietario)	1											
b. Familiares sin remuneración.												
c. Familiares con remuneración.												
d. Personal de contrato a termino indefinido.												
e. Personal de contrato a termino fijo.												
f. Personal por prestación de servicios.												
g. Personal sin contrato. Por labor.												
h. Otro ¿Cuál?												
2. Este establecimiento:												
a. ¿Tiene el RUT?	Si No	a.1. Régimen Simplificado a.2. Régimen Común										
b. ¿Tiene registro mercantil?	Si No	b1. ¿Está renovado? Si No										
c. ¿Pagan el ICA?	Si No											
d. ¿Declara renta?	Si No											
3. Este establecimiento desarrolla su actividad como:												
a. Persona natural	Sociedad de hecho	1										
b. Persona jurídica	Sociedad anónima	2										
c. Entidades sin ánimo de lucro	Sociedad acciones simplificada	3										
	Sociedad Responsabilidad limitada	4										
	Sociedad en comandita	5										
	Sociedad colectiva	6										
	Sociedad de economía mixta	7										
4. ¿Cuál es el área en metros cuadrados del establecimiento?												
5. ¿En este establecimiento se lleva algún tipo de registro de cuentas?												
NO ¿Por qué? Pasa Pg. 6												
SI												
5a. ¿Cuál y de qué forma llevan la contabilidad?												
a. Libro de registro diario de operaciones	Cuaderno	Software										
b. Pérdidas y ganancias												
c. Balance general												
d. Tiene archivadas sus facturas de compra												
e. Otro tipo de cuentas												
6. ¿Cuántos días a la semana está abierto el establecimiento?												
(número de días)												
7. ¿Cuántos clientes atiende y cuál el valor promedio de las ventas?												
a. En un día normal	Día	Cuantos Valor/TotalVentas										
b. En un día difícil												
c. En un día Muy bueno												

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

8. ¿Cuáles son las tres características principales del sector que favorece la actividad donde está ubicado el establecimiento:
(Marque las tres primeras que mencione el encuestado) h. Parques

a. Bares - Discotecas	<input type="checkbox"/>	i. Centros educativos	<input type="checkbox"/>
b. Cajeros automáticos - Bancos	<input type="checkbox"/>	j. Puente peatonal	<input type="checkbox"/>
c. Calles o avenidas principales	<input type="checkbox"/>	k. Transmilenio	<input type="checkbox"/>
d. Viviendas residenciales	<input type="checkbox"/>	l. Transporte público	<input type="checkbox"/>
e. Centro comercial	<input type="checkbox"/>	m. Quebrada - caños	<input type="checkbox"/>
f. Establecimientos comerciales	<input type="checkbox"/>	n. Semáforos	<input type="checkbox"/>
g. Paraderos de transporte público	<input type="checkbox"/>	o. Otro, ¿cuál?	<input type="checkbox"/>

9. Por favor indique en cada característica de sus proveedores: marque X si compra con factura o a crédito (Lea cada ítem)

Número del proveedor s por.	Frecuencia			Valor de compra. FREC (\$)	¿Compra con factura?	¿Compra a crédito?
	D	S	M			
(D. Diario S. semanal M. Mensual)						
a. Proveedores de paquetes						
b. Proveedores de gaseosas						
c. Proveedores de lácteos						
d. Proveedores bebidas alcohólicas						
e. Proveedores de dulces y otros						
f. Proveedores de huevos						
g. Proveedores de harina						
h. Proveedores de azúcar						
i. Proveedores de mercado de plaza						
j. Proveedores de cigarrillos						
k. Proveedores de Artículos de aseo						
l. Negociantes otros productos						
m. Otro ¿Cuál (es)?						

10. Por favor, indique las siguientes características para cada uno de los servicios:
(Diligencia cada ítem)

	Acometida es:		Valor Aprox. Promedio mensual (\$)
	Indep.	Comp.	
a. Servicio de energía eléctrica			
b. Servicio de acueducto, alcantarillado y aseo			
c. Servicio de gas natural			
d. Servicio de vigilancia y seguridad			
e. Servicio de administración			
f. Servicio de teléfono			
	Fijo	Móvil	

11. ¿De qué forma administra el dinero de su establecimiento comercial?

a. Cuenta Bancaria.	<input type="checkbox"/>	1
b. Cooperativa de ahorro y crédito.	<input type="checkbox"/>	2
c. Solo efectivo.	<input type="checkbox"/>	3
d. Otra, ¿cuál?	<input type="checkbox"/>	4

*** (Si marcó efectivo, pregunte por qué.)

11.a. ¿Cuál es la razón por qué la maneja solo efectivo?

12. ¿Con qué elemento(s) de seguridad cuenta el establecimiento?
(Marque con X las que dice que posee)

	SI	NO
a. Alarma de incendio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Alarma contra robo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Elementos como rejas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Seguros contra incendio, robo, terremoto o inundaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otro, ¿cuál?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Ns/Nr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. ¿Cuáles son sus gastos adicionales para el funcionamiento del establecimiento?

Tipo de gasto	Valor (en pesos)	Periodicidad
a. Acarreos		
b. Domicilios		
c.		
d.		

14. De acuerdo con el funcionamiento de su negocio, ¿cuáles son sus ganancias diarias? \$ _____

...Y lo que produce su negocio:

a. No alcanza a cubrir los gastos básicos.	<input type="checkbox"/>	1
b. Alcanza a cubrir los gastos básicos de su familia.	<input type="checkbox"/>	2
c. Alcanza a cubrir los gastos básicos de la familia y ahorra una parte.	<input type="checkbox"/>	3

Pasa. 14a

14.a. ¿Cuál es la destinación de sus ahorros?
(leer las opciones y marque las que diga el encuestado)

a. Reinvertir en el negocio	<input type="checkbox"/>
b. Educación	<input type="checkbox"/>
c. Vejez	<input type="checkbox"/>
d. Salud	<input type="checkbox"/>
e. Vacaciones	<input type="checkbox"/>
f. Otro	<input type="checkbox"/>

¿Cuál?

III. PERCEPCIÓN DEL EMPRESARIO

15. Si NO es pensionado y NO aporta a pensiones. ¿De qué forma considera que va a sobrevivir económicamente durante la tercera edad (cuando sea mayor de 62 años)?
(Espere la respuesta y marque las que diga el encuestado)

a. No piensa en eso - No tiene ni idea.	<input type="checkbox"/>	1
b. De sus ahorros.	<input type="checkbox"/>	2
c. Por las inversiones en negocios para obtener una renta fija.	<input type="checkbox"/>	3
c. Realizando aportes a un fondo pensional.	<input type="checkbox"/>	4
e. Aportar en un fondo familiar para su beneficio personal.	<input type="checkbox"/>	5
f. Por dependencia económica de su grupo familiar.	<input type="checkbox"/>	6
g. Otra ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>	7

IV. PROGRAMAS Y ACCIONES DEL GOBIERNO NACIONAL

16. Si el Gobierno realizara parte del aporte para que usted recibiera un subsidio durante su vejez. Diariamente, ¿usted qué tanto dinero estaría dispuesto a aportar?
(Diga el rango y espere la respuesta, marque con una X la que diga el encuestado)

a. Entre \$0 y \$500	<input type="checkbox"/>	1
b. Entre \$501 y \$1.000	<input type="checkbox"/>	2
c. Entre \$1.001 y \$1.500	<input type="checkbox"/>	3
d. Entre \$1.501 y \$2.000	<input type="checkbox"/>	4
e. Entre \$2.001 y \$2.500	<input type="checkbox"/>	5
f. Entre \$2.501 y \$3.000	<input type="checkbox"/>	6
g. Más de \$3.000	<input type="checkbox"/>	7
h. No le interesa	<input type="checkbox"/>	8

17. ¿Qué tipo de seguros considera que son importantes para su negocio?
(Lea las opciones y marque las dos más importantes que diga el encuestado)

a. Vida	<input type="checkbox"/>	1
b. Accidentes personales	<input type="checkbox"/>	2
c. Inventarios del negocio	<input type="checkbox"/>	3
d. Funerario	<input type="checkbox"/>	4
e. De salud	<input type="checkbox"/>	5
f. Educación	<input type="checkbox"/>	6
g. Otro ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>	7

18. ¿Cuales beneficios le gustaría recibir por parte del Gobierno nacional?
Columna 1. *(Lea las opciones y espere las respuestas, marque con X las que diga el encuestado)*

18a. Para usted ¿cuál es el orden de importancia que estos deben tener?
Columna 2. *(Lea las opciones que marcó, y numere con 1 y 2 según el orden de importancia para el encuestado).*

Beneficios	1	2
a. Capacitación		
b. Recreación		
c. Turismo		
d. Acceso al crédito		
e. Vivienda		

→ Aplicar la Preg 18.c

18.b. ¿Qué otro tipo de beneficio considera que es importante para el desarrollo de su negocio?

18.c. ¿Qué tipo de capacitación es la más importante?
Columna 1 *(Lea las opciones y marque con X las dos más importantes que diga el encuestado)*
Columna 2. *(Lea las opciones que marcó, y numere 1 y 2 con según el orden de importancia para el encuestado).*

Tipo de capacitación	1	2
a. Contabilidad		
b. Mercadeo		
c. Ventas		
d. Tecnologías de la información		
e. Impuestos		
f. Requisitos para formalizar mi negocio		
g. Otro ¿Cuál?		

19. Mensualmente, ¿qué tanto dinero estaría dispuesto a contribuir al Gobierno por los beneficios anteriormente mencionados?
(Lea las opciones y marque la que diga el encuestado)

a. No me interesa	<input type="checkbox"/>	1
b. Entre \$0 y \$15.000	<input type="checkbox"/>	2
c. Entre \$15.001 y \$30.000	<input type="checkbox"/>	3
d. Entre \$30.001 y \$45.000	<input type="checkbox"/>	4
e. Entre \$45.001 y \$60.000	<input type="checkbox"/>	5
f. Entre \$60.001 y \$75.001	<input type="checkbox"/>	6
g. Más de \$75.000	<input type="checkbox"/>	7

20. ¿Tiene algún comentario adicional?

Anexo 2. Metodología y desarrollo del documento

Con el propósito de recoger información para probar la hipótesis de este documento, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público diseñó en conjunto con la firma Help File Ltda. una encuesta que fue aplicada a tiendas, panaderías y pequeños restaurantes con el objeto de caracterizar empresarial, laboral y financieramente a pequeños establecimientos, específicamente tiendas, panaderías y pequeños restaurantes y medir la percepción de estos empresarios frente a propuestas que incentiven el paso a la economía formal. En total se aplicaron 2.248 encuestas en cinco ciudades del país: Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali y Medellín. El número de encuestas aplicadas se describe en la Tabla A2.1.

Tabla A2.1. Estadísticos descriptivos de las encuestas aplicadas

	Número	%
<i>Tipo de establecimiento</i>		
Panadería	608	27,1%
Restaurante	592	26,3%
Tienda	1.048	46,6%
<i>Ciudad</i>		
Bogotá	1.002	44,6%
Barranquilla	256	11,4%
Bucaramanga	194	8,6%
Cali	344	15,3%
Medellin	452	20,1%
<i>Estrato</i>		
Uno	620	27,6%
Dos	766	34,1%
Tres	862	38,4%
Total	2.248	

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

No obstante, no todas las encuestas aplicadas contaban con información financiera completa debido a la resistencia que hay entre las personas a revelar sus variables monetarias. Los propietarios o administradores de los establecimientos fueron encuestados sobre sus costos e ingresos por ventas. Las preguntas de costos se pueden desagregar en costos laborales, de insumos y de funcionamiento, ya que los encuestados respondieron cuánto gastaban mensualmente en servicios, arriendo y gastos adicionales de funcionamiento, así como en salarios para sus empleados, e insumos e inventario. Así mismo, se cuenta con información de las ventas de los establecimientos según lo reportado por el encuestado, pero estas variables pueden tener sesgos ya que las personas son renuentes a suministrar información exacta sobre su flujo de caja. No obstante, la información que contienen es básica para comprobar la hipótesis de este estudio. Por esto, solo se incluirán en el desarrollo del documento, las encuestas que contienen información completa en estas variables. La Tabla A2.2 describe el número de encuestas incluidas según las mismas variables mostradas antes. Es así que en el desarrollo del documento se trabajará y hará una descripción y análisis detallado con los establecimientos que tienen información financiera para responder a la pregunta de este estudio.

Tabla A2.2. Estadísticos descriptivos de las encuestas incluidas en el análisis

	Número	%
Tipo de establecimiento		
Panadería	549	27,3%
Restaurante	547	27,2%
Tienda	916	45,5%
Ciudad		
Bogotá	871	43,3%
Barranquilla	184	9,2%
Bucaramanga	194	9,6%
Cali	338	16,8%
Medellin	425	21,1%
Estrato		
Uno	582	28,9%
Dos	675	33,6%
Tres	755	37,5%
Total	2.012	100

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Las personas que respondieron a las encuestas realizadas fueron los propietarios o los administradores del negocio, quienes suministraron información sobre las ventas diarias, dato que fue utilizado para obtener una variable con información sobre ventas mensuales. Toda la información financiera de los negocios fue calculada igualmente con periodicidad mensual. Se incluyen como información financiera: los costos laborales, de funcionamiento y de insumos, y la suma de los tres anteriores que es la variable de costos totales. Asimismo, se calculan las ganancias del negocio de acuerdo con lo reportado por los encuestados.

Composición de la fuerza laboral por establecimiento

Los 2.012 establecimientos incluidos en este estudio tienen información sobre los trabajadores del mismo como respuesta a distintas preguntas de la encuesta. En primer lugar, se pregunta a los encuestados cuántos empleados y familiares trabajan en el establecimiento. Esta pregunta es abierta y permite que el encuestado suministre el número total. A continuación, se pregunta por el número de trabajadores de acuerdo con el tipo de vinculación laboral donde las opciones son: “familiares sin remuneración”, “familiares con remuneración”, “personal con contrato a término indefinido”, “personal con contrato a término fijo”, “personal por prestación de servicios”, “personal sin contrato - por labor” y “otro”. El propietario o administrador responde cuántos trabajadores hay bajo cada tipo y sus ingresos mensuales por tipo. Esta pregunta es la misma usada para obtener los costos laborales del establecimiento.

Por último, se le pregunta al encuestado cómo es el estado de afiliación a seguridad social de cada uno de los trabajadores del establecimiento. Se pregunta por tipo de afiliación al sistema de salud, al de pensiones y al de riesgos laborales. En salud existe la opción de estar afiliado como cotizante, beneficiario, subsidiado o no aportar al sistema; en pensiones como cotizante, pensionado o no aportante, y en riesgos laborales se está afiliado o no. Ocurre también el caso en que la respuesta se deja en blanco, lo cual puede reflejar desconocimiento del sistema. Esta pregunta se debe responder para todos los trabajadores del establecimiento y además se complementa con información sobre el parentesco con cada trabajador, donde “empleado” se usa para describir a aquellos trabajadores que no son familiares del propietario. Sin embargo,

por cuestiones de formato, por establecimiento solo hay espacio para que se responda por siete empleados además del encuestado. Por esto, no hay información para todas las personas que el propietario enumera en la primera pregunta, en particular, cuando el establecimiento tiene más de siete trabajadores.

Anexo 3. ICA

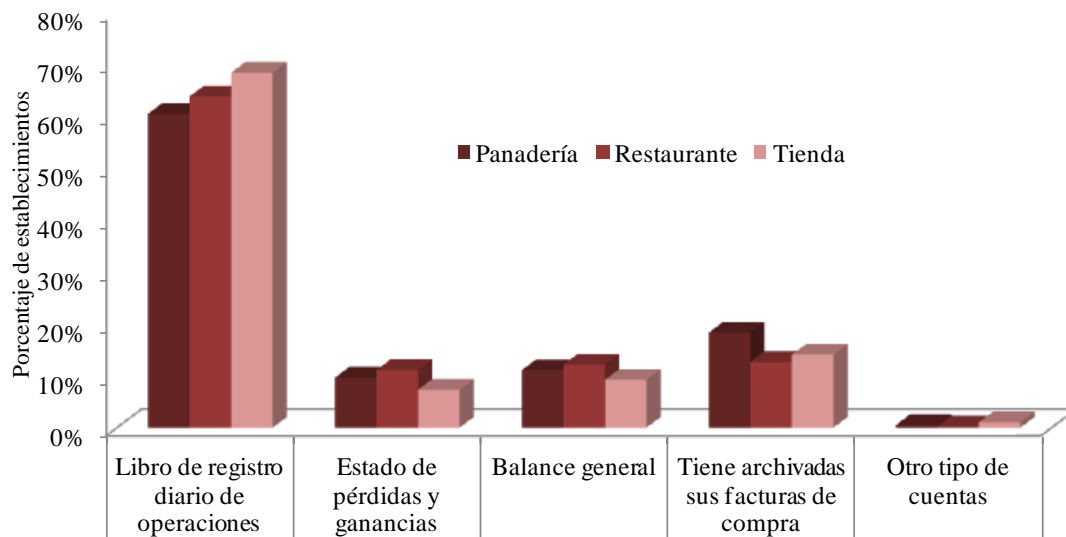
Tabla A3.1. Tarifas y periodicidad del ICA por ciudad

ICA	Tarifa por mil			Periodicidad
	Ciudad	Panaderías	Restaurante	
Bogotá	4,14	13,8	4,14	Anual para régimen simplificado y bimestral para el común.
Barranquilla	4,2	10	4,2	Anual.
Bucaramanga	3	10	5,4	Anual.
Cali	3,3	8,8	3,3	Anual, pero el Sistema de Pequeños Contribuyentes (menos de \$25.000.000 año 1999 y máximo un establecimiento de comercio) puede declarar bimestral o pago cuota fija anual de \$100.000 año 1999.
Medellín	4	10	4	Anual.

Fuente: Secretarías de Hacienda Municipales. Elaboración: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

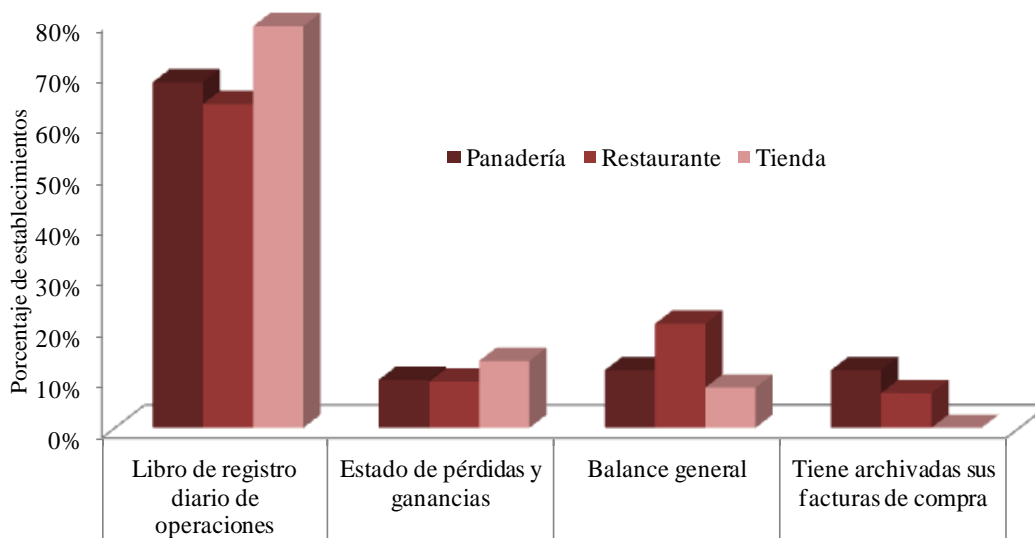
Anexo 4. Distribución de la manera en que los establecimientos llevan la contabilidad según tipo de registro

Gráfico A4.1. Distribución de los establecimientos que llevan contabilidad en cuaderno según tipo de registro



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico A4.2. Distribución de los establecimientos que llevan contabilidad en software según tipo de registro



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Anexo 5. Relación ventas y variables empresariales y laborales

Empresariales

Tabla A5.1. Relación entre ventas y RUT

Rango de ventas mensuales	Tiene RUT							
	Si		No		(En blanco)		Total general	
De 0 a 5 millones	478	78%	133	22%	3	0%	614	100%
De 5 a 9 millones	487	90%	52	10%	1	0%	540	100%
De 9 a 15 millones	479	90%	55	10%		0%	534	100%
De 15 a 21 millones	182	96%	7	4%		0%	189	100%
Más de 21 millones	130	96%	5	4%		0%	135	100%
Total general	1756	87%	252	13%	4	0%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A5.2. Relación entre ventas y régimen del negocio

Rango de ventas mensuales	Régimen del negocio							
	Simplificado		Común		(En blanco)		Total general	
De 0 a 5 millones	442	72%	36	6%	136	22%	614	100%
De 5 a 9 millones	450	83%	39	7%	51	9%	540	100%
De 9 a 15 millones	456	85%	25	5%	53	10%	534	100%
De 15 a 21 millones	164	87%	18	10%	7	4%	189	100%
Más de 21 millones	118	87%	12	9%	5	4%	135	100%
Total general	1630	81%	130	6%	252	13%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A5.3. Relación entre ventas y registro mercantil

Rango de ventas mensuales	Tiene registro mercantil							
	Si		No		(En blanco)		Total general	
De 0 a 5 millones	185	30%	421	69%	8	1%	614	100%
De 5 a 9 millones	327	61%	203	38%	10	2%	540	100%
De 9 a 15 millones	346	65%	184	34%	4	1%	534	100%
De 15 a 21 millones	142	75%	45	24%	2	1%	189	100%
Más de 21 millones	114	84%	19	14%	2	1%	135	100%
Total general	1114	55%	872	43%	26	1%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A5.4. Relación entre ventas e ICA

Rango de ventas mensuales	Paga ICA							
	Si		No		(En blanco)		Total general	
De 0 a 5 millones	33	5%	542	88%	39	6%	614	100%
De 5 a 9 millones	63	12%	442	82%	35	6%	540	100%
De 9 a 15 millones	67	13%	391	73%	76	14%	534	100%
De 15 a 21 millones	58	31%	113	60%	18	10%	189	100%
Más de 21 millones	28	21%	91	67%	16	12%	135	100%
Total general	249	12%	1579	78%	184	9%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A5.5. Relación entre ventas y declaración de renta

Rango de ventas mensuales	Declara Renta							
	Si		No		(En blanco)		Total general	
De 0 a 5 millones	36	6%	539	88%	39	6%	614	100%
De 5 a 9 millones	64	12%	440	81%	36	7%	540	100%
De 9 a 15 millones	104	19%	350	66%	80	15%	534	100%
De 15 a 21 millones	60	32%	110	58%	19	10%	189	100%
Más de 21 millones	56	41%	66	49%	13	10%	135	100%
Total general	320	16%	1505	75%	187	9%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A5.6. Relación entre ventas y tipo de constitución de la empresa

Rango de ventas mensuales	Tipo constitución									
	Persona natural		Persona jurídica		Otra		(En blanco)		Total general	
De 0 a 5 millones	586	95%	5	1%	1	0%	22	4%	614	100%
De 5 a 9 millones	516	96%	6	1%	1	0%	17	3%	540	100%
De 9 a 15 millones	513	96%	2	0%		0%	19	4%	534	100%
De 15 a 21 millones	184	97%	2	1%		0%	3	2%	189	100%
Más de 21 millones	132	98%	2	1%		0%	1	1%	135	100%
Total general	1931	96%	17	1%	2	0%	62	3%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Laboral

Tabla A5.7. Relación entre ventas y cotización en salud del encuestado

Rango de ventas mensuales	Salud encuestado											
	Cotizante		Beneficiario		Sisbén		No aporta		(En blanco)		Total general	
De 0 a 5 millones	133	22%	84	14%	286	47%	105	17%	6	1%	614	100%
De 5 a 9 millones	178	33%	94	17%	166	31%	84	16%	18	3%	540	100%
De 9 a 15 millones	262	49%	46	9%	152	28%	61	11%	13	2%	534	100%
De 15 a 21 millones	107	57%	15	8%	34	18%	28	15%	5	3%	189	100%
Más de 21 millones	84	62%	3	2%	34	25%	9	7%	5	4%	135	100%
Total general	764	38%	242	12%	672	33%	287	14%	47	2%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A5.8. Relación entre ventas y cotización en pensiones del encuestado

Rango de ventas mensuales	Pensión encuestado											
	Cotizante		Sisbén*		No aporta		Pensionado		(En blanco)		Total general	
De 0 a 5 millones	40	7%	14	2%	471	77%	51	8%	38	6%	614	100%
De 5 a 9 millones	70	13%	3	1%	353	65%	52	10%	62	11%	540	100%
De 9 a 15 millones	136	25%		0%	278	52%	65	12%	55	10%	534	100%
De 15 a 21 millones	57	30%		0%	88	47%	29	15%	15	8%	189	100%
Más de 21 millones	40	30%		0%	73	54%	14	10%	8	6%	135	100%
Total general	343	17%	17	1%	1263	63%	211	10%	178	9%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A5.9. Relación entre ventas y afiliación a ARL del encuestado

Rango de ventas mensuales	ARL encuestado					
	Afiliado		(En blanco)		Total general	
De 0 a 5 millones	37	6%	577	94%	614	100%
De 5 a 9 millones	70	13%	470	87%	540	100%
De 9 a 15 millones	104	19%	430	81%	534	100%
De 15 a 21 millones	60	32%	129	68%	189	100%
Más de 21 millones	47	35%	88	65%	135	100%
Total general	318	16%	1694	84%	2012	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Anexo 6. Número promedio de trabajadores según tipo de vinculación laboral y ventas

Tabla A6.1. Número promedio de trabajadores según su tipo de vinculación laboral por rango de ventas

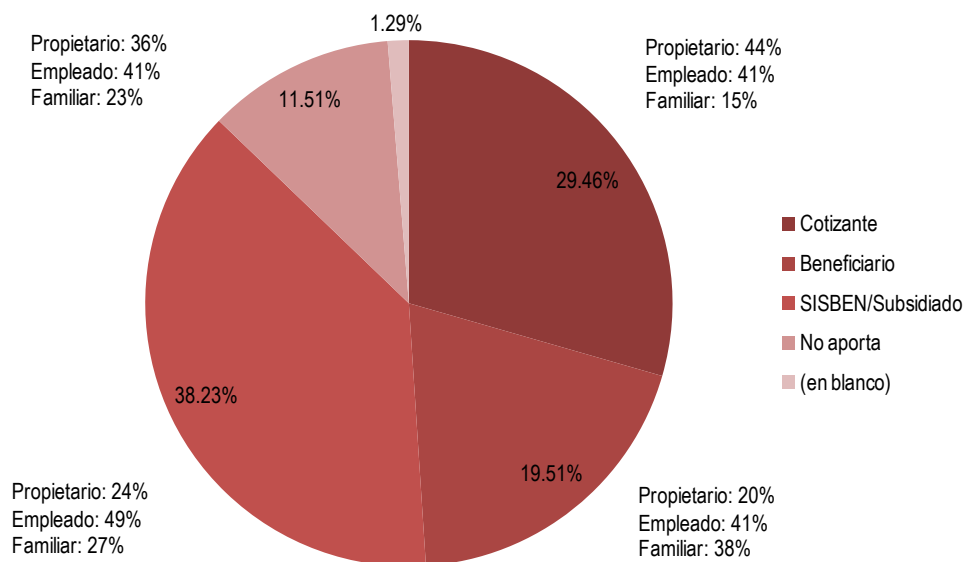
Ventas (en millones)		Promedio de personas vinculadas					
Anuales	Mensuales	Familiares	Contrato término indefinido	Contrato a término fijo	Prestación de servicios	Sin contrato por labor	Total
De 0 a 60	De 0 a 5	1,32	1,59	1,80	1,60	1,53	1,57
De 60 a 108	De 5 a 9	1,39	1,55	1,71	1,33	1,86	1,57
De 108 a 180	De 9 a 15	1,44	1,93	2,26	2,21	2,16	2,00
De 180 a 252	De 15 a 21	1,67	2,12	2,47	1,93	2,30	2,10
Más de 252	Más de 21	1,58	2,34	3,58	3,58	3,00	2,82
Total		1,42	1,85	2,50	2,45	2,01	2,05

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Anexo 7. Distribución de la afiliación en el sistema de seguridad social según posición laboral en cada tipo de establecimiento

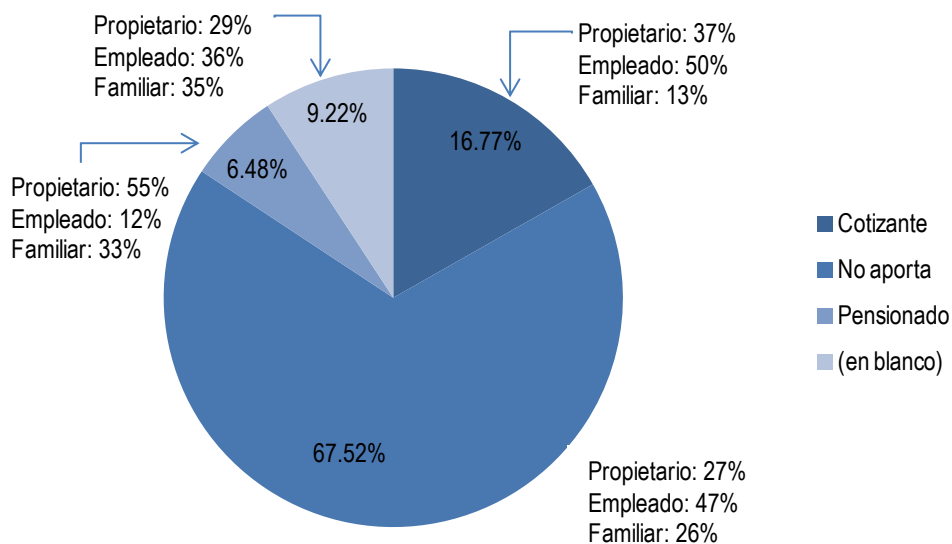
1. Distribución de la afiliación en el sistema de seguridad social según posición laboral en panaderías.

Gráfico A7.1. Porcentaje de los trabajadores en panaderías según tipo de afiliación al sistema de salud



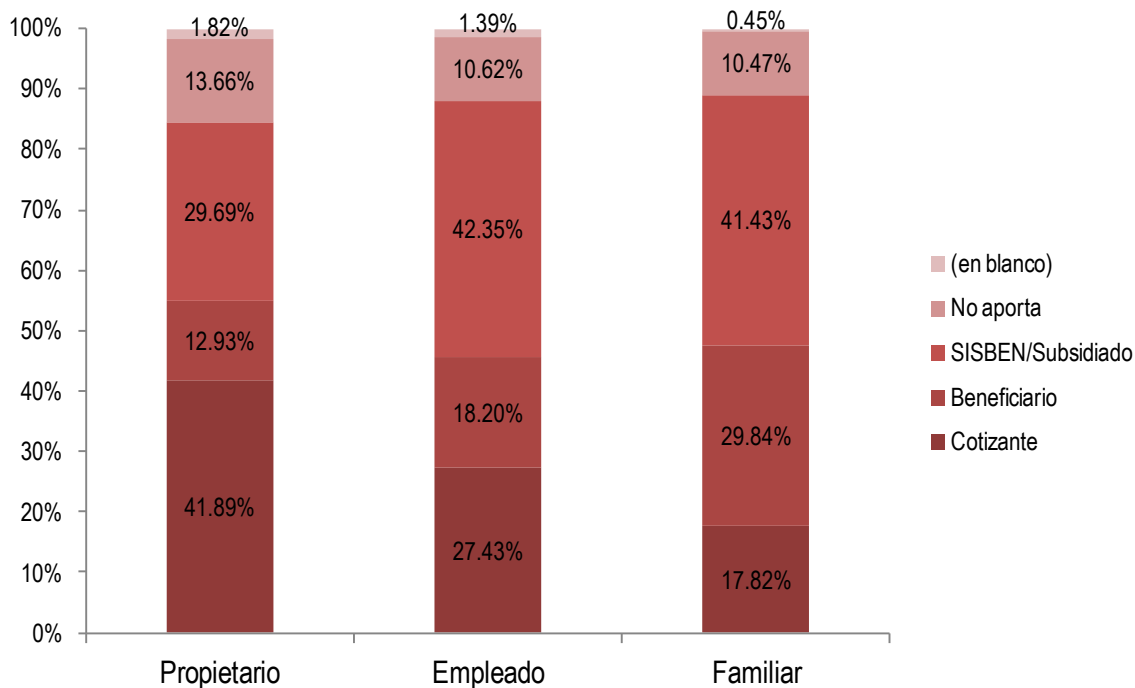
Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico A7.2 Porcentaje de los trabajadores en panaderías según tipo de afiliación al sistema de pensiones



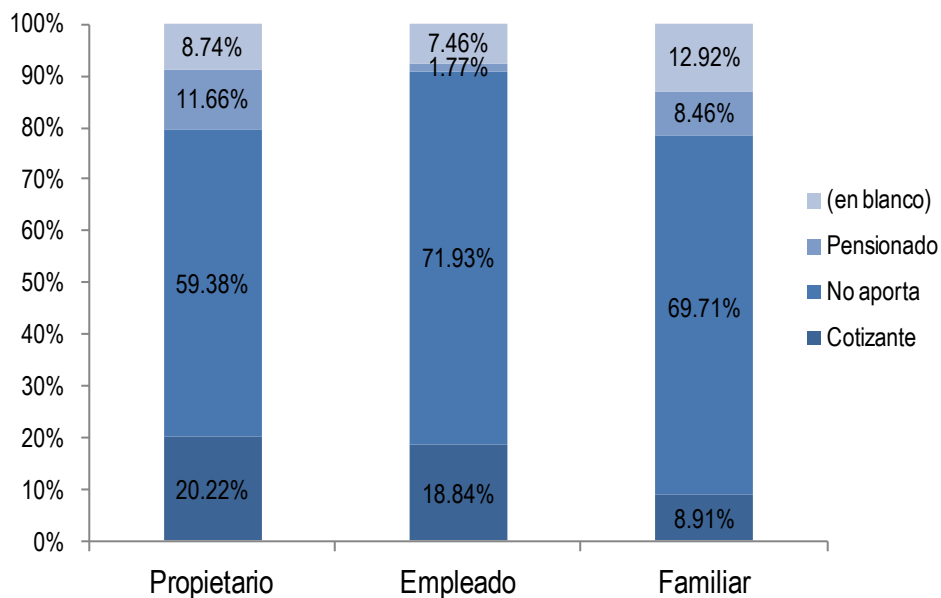
Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico A7.3. Distribución de las respuestas sobre afiliación al sistema de salud según posición laboral en panaderías



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

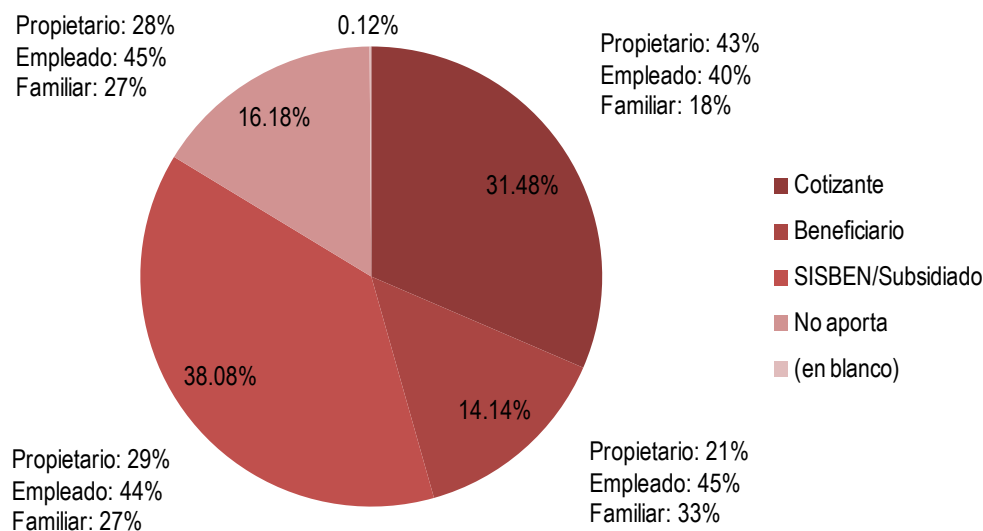
Gráfico A7.4. Distribución de las respuestas sobre afiliación al sistema de pensiones según posición laboral en panaderías



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

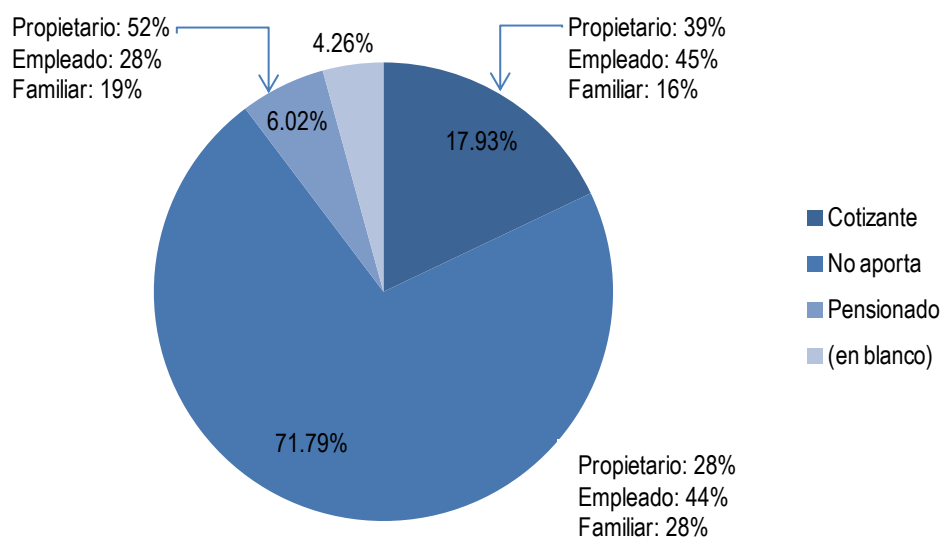
2. Distribución de la afiliación en el sistema de seguridad social según posición laboral en restaurantes

Gráfico A7.5. Porcentaje de los trabajadores en restaurantes según tipo de afiliación al sistema de salud



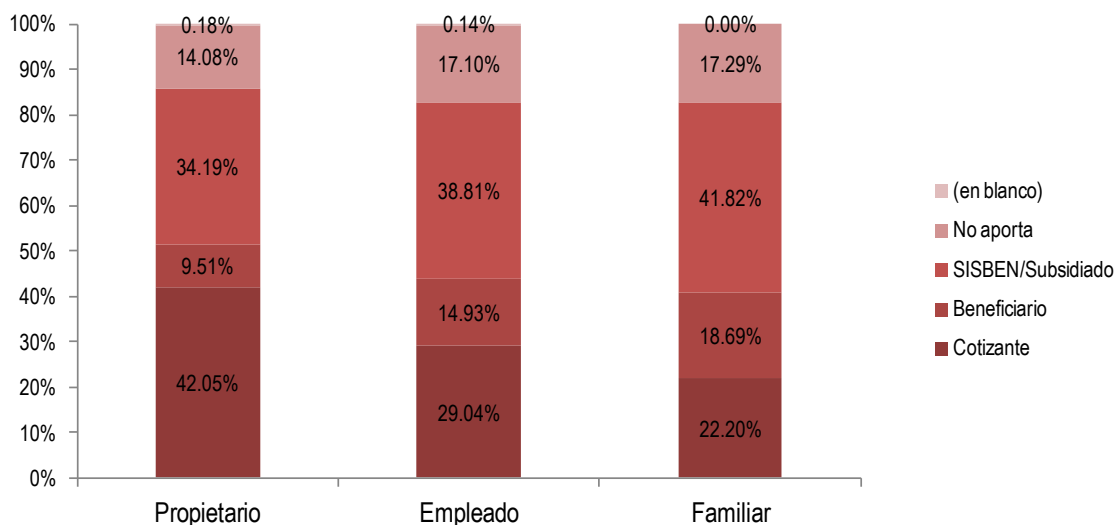
Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico A7.6. Porcentaje de los trabajadores en restaurantes según tipo de afiliación al sistema de pensiones



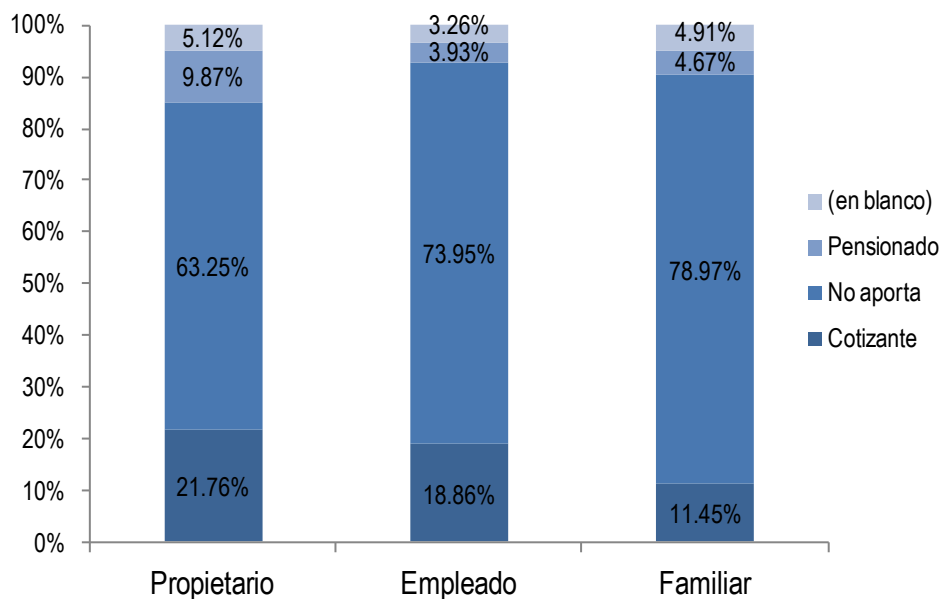
Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico A7.7. Distribución de las respuestas sobre afiliación al sistema de salud según posición laboral en restaurantes



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

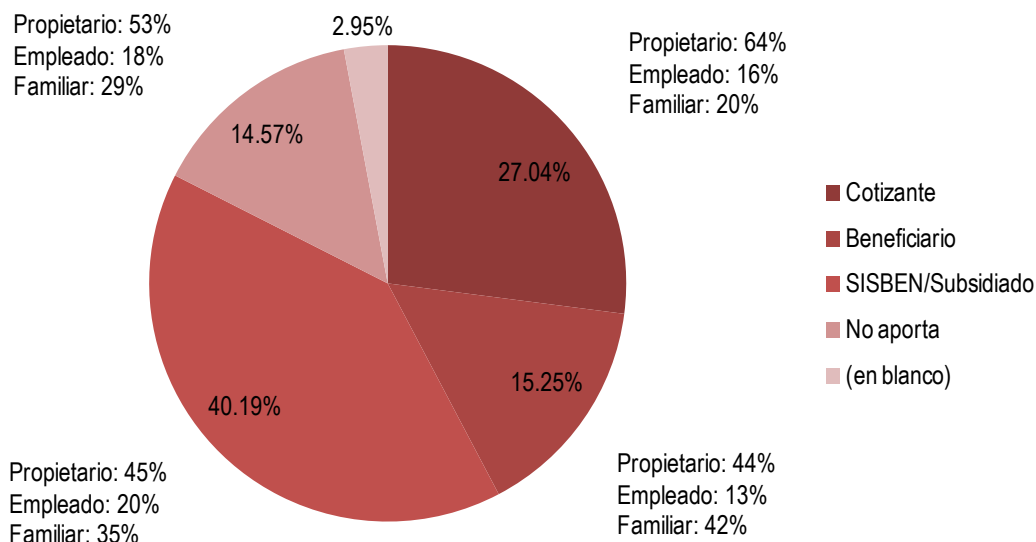
Gráfico A7.8. Distribución de las respuestas sobre afiliación al sistema de pensiones según posición laboral en restaurantes



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

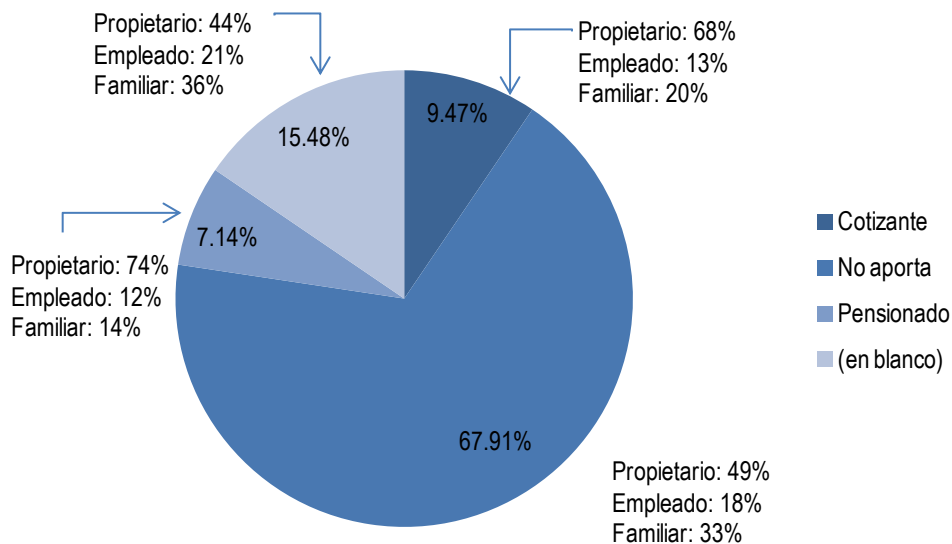
3. Distribución de la afiliación en el sistema de seguridad social según posición laboral en tiendas

Gráfico A7.9. Porcentaje de los trabajadores en tiendas según tipo de afiliación al sistema de salud



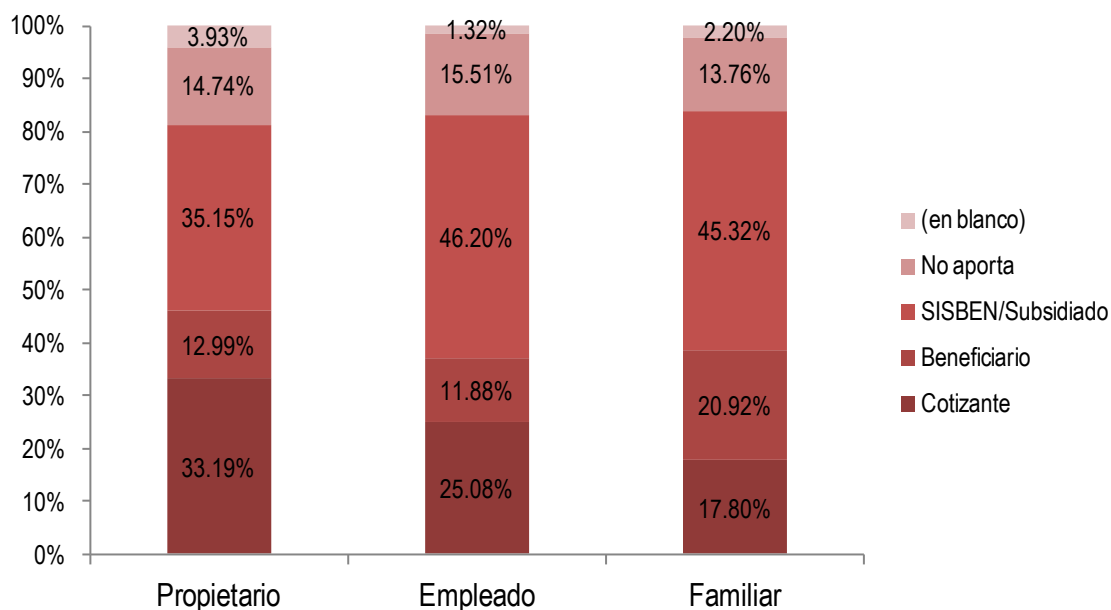
Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico A7.10. Porcentaje de los trabajadores en tiendas según tipo de afiliación al sistema de pensiones



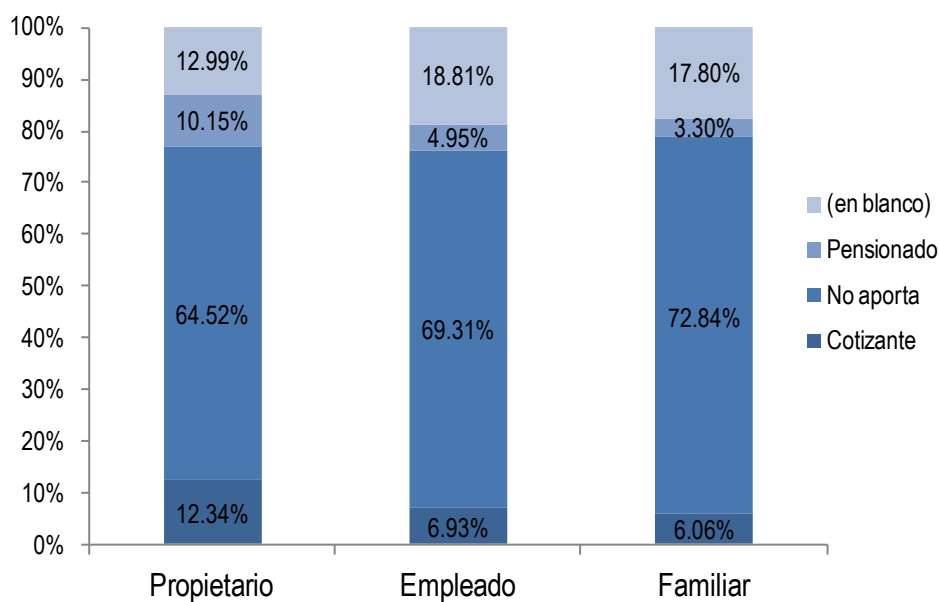
Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico A7.11. Distribución de las respuestas sobre afiliación al sistema de salud según posición laboral en tiendas



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Gráfico A7.12. Distribución de las respuestas sobre afiliación al sistema de pensiones según posición laboral en tiendas



Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Anexo 8. Variables financieras

Creación de la variable con información de ventas

La información sobre ventas mensuales se obtiene a partir de las respuestas proporcionadas a cuatro preguntas: valor de las ventas diarias en un día normal, en un día difícil, en un día muy bueno y número de días a la semana que abre el negocio. Para generar la variable es necesario contar con la información de número de días que el negocio abre y al menos la información sobre ventas en un día normal o la de ventas en un día difícil y un día bueno. A continuación se explica por qué.

Cuando se cuenta con respuestas a todas las preguntas se calculan primero las ventas semanales de la siguiente forma:

1. Como el encuestado reporta que tiene tanto un día difícil como un día muy bueno, se asume que los días con ventas promedio son el número de días que abre el negocio menos dos días.
2. Se multiplica el valor de las ventas en un día promedio por el número de días que se abre el negocio menos dos.
3. Se suma el valor de las ventas en un día difícil al anterior producto.
4. Se suma el valor de las ventas en un día muy bueno a la suma anterior.
5. La suma da como resultado las ventas semanales, se asume que el mes tiene 4 semanas y entonces se multiplica la suma por 4.

La operación es la siguiente:

$$\text{Ventas mensuales} = (((\text{Número de días que abre el negocio} - 2) * \text{Ventas en día promedio}) + \text{ventas en día difícil} + \text{ventas en día muy bueno}) * 4$$

Cuando no se cuenta con información sobre ventas en día bueno o en día difícil pero se tiene información para las otras variables se asume que el negocio solo tiene un día fuera de lo normal y las ventas mensuales se calculan como:

$$\text{Ventas mensuales} = (((\text{Número de días que abre el negocio} - 1) * \text{Ventas en día promedio}) + \text{ventas en día fuera de lo normal}) * 4$$

Cuando solo se cuenta con información de ventas el día promedio, se asume que todos los días son iguales y las ventas mensuales se calculan como:

$$\text{Ventas mensuales} = (\text{Número de días que abre el negocio} * \text{Ventas en día promedio}) * 4$$

Hay algunos establecimientos que no tienen información para las ventas en un día promedio, pero sí tienen información sobre ventas en los otros dos tipos de día. Se calculan las ventas en un día normal como el promedio de los otros dos valores y se obtiene el valor para las ventas mensuales con la misma operación usada en el caso en que hay información completa, a saber:

$$\text{Ventas mensuales} = (((\text{Número de días que abre el negocio} - 2) * \text{Ventas en día promedio}) + \text{ventas en día difícil} + \text{ventas en día muy bueno}) * 4$$

Así, la variable de ventas mensuales requiere necesariamente para su construcción de la variable “días en que abre el negocio” y de la variable de ventas promedio o en su defecto, de las dos variables de ventas en día difícil y muy bueno. No todos los encuestados proporcionaron información sobre estas variables y es por esto que se omiten 236 observaciones del análisis que

hace el presente documento. De estas, 36 se pierden por no tener información de días y 200 por no tener la mínima información necesaria en valor de ventas por día. El número de días que abre el negocio es en promedio 6,89 para todos los establecimientos, 6,92 para panaderías, 6,83 para restaurantes y 6,9 para tiendas. Así, la gran mayoría de establecimientos encuestados abre todos los días de la semana.

Creación de la variable con información de costos totales

Por otro lado, se generan también variables que dan cuenta de los costos mensuales de los establecimientos. Los costos calculados son de tres tipos: laborales, de funcionamiento y de insumos. Los costos laborales corresponden a las respuestas a las preguntas sobre número de trabajadores e ingresos mensuales pagados a estos según distintas posiciones ocupacionales o formas de contratación. Las posiciones ocupacionales y formas de contratación listadas en la encuesta son: “familiares sin remuneración”, “familiares con remuneración”, “personal con contrato a término indefinido”, “personal con contrato a término fijo”, “personal por prestación de servicios”, “personal sin contrato - por labor” y “otro”. También se le pregunta al propietario o administrador por su ingreso mensual. Para obtener la variable de costos laborales se multiplica el número de trabajadores en cada categoría listada por su ingreso mensual y se suman estos productos. Se calculan dos variables de costos laborales, una que incluye el ingreso mensual del propietario o administrador y otra que no lo incluye. Esto porque algunos encuestados pudieron interpretar su ingreso mensual como la utilidad de su negocio y se quiere mezclar los dos términos.

Adicionalmente, se genera una variable para los gastos de funcionamiento del establecimiento. Esta se obtiene de sumar todos los gastos mensuales por concepto de servicios públicos, arriendo y gastos adicionales. Entre estos últimos gastos se incluyen los acarreos, domicilios y otros que el encuestado manifiesta tener. La Tabla A6.1 muestra los gastos reportados como adicionales y el número de encuestados que manifestó tener este gasto. Para los gastos adicionales de funcionamiento la periodicidad de pago no siempre es mensual, sino que también puede ser diaria o semanal. Cuando la periodicidad es diaria, se genera el gasto mensual como el valor del pago por el número de días que el negocio abre a la semana por 4 semanas al mes. Cuando la periodicidad es semanal, se genera el gasto mensual como el valor del pago multiplicado por 4 semanas al mes. Los gastos de funcionamiento corresponden a la suma de todos los gastos mensuales en servicios, arriendo y adicionales.

Tabla A8.1. Desagregación de los gastos adicionales de funcionamiento

Gastos adicionales de funcionamiento	
Tipo de gasto	Número de encuestados
Acarreos	313
Domicilios	133
Arreglos	1
Arreglos electrodomésticos	2
Aseo	2
Mantenimiento	7
Refrigeradores	2
Cadena	2

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. *Cálculos:* Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

A continuación se generan los costos por concepto de insumos o inventario en el caso de las tiendas. Estos se obtienen de las respuestas a las preguntas por el valor y la frecuencia de las compras a proveedores de 12 productos diferentes incluidos en la encuesta. Se incluye también

la posibilidad de que los encuestados especifiquen otros productos no incluidos en el listado y reporten el valor y la frecuencia de las compras de estos. El costo de insumos totales se obtiene de multiplicar el valor de las compras por su frecuencia. De nuevo, la frecuencia puede ser diaria, semanal o mensual. Cuando la frecuencia es diaria el costo por producto al mes se obtiene de multiplicar el valor de la compra por el número de días a la semana que el negocio abre y por 4 semanas al mes. Cuando la frecuencia es semanal, el costo por producto al mes se obtiene de multiplicar el valor de la compra por 4 semanas al mes. Finalmente, los costos totales se generan a partir de la suma de la variable de costos laborales, costos de funcionamiento y costos de insumos.

Creación de la variable con información de ganancias

La variable fue creada a partir del reporte de ganancias diarias en la encuesta y este valor se multiplicó por el número de días que abre el establecimiento a la semana y por cuatro semanas. En la Tabla A6.2 se reporta la relación entre ganancias y ventas mensuales.

Tabla A8.2. Relación entre ganancias y ventas

Ventas (en millones)		Ganancias Mensuales (en millones)						
Anuales	Mensuales	Hasta 3	Más de 3 y hasta 6	Más de 6 y hasta 9	Más de 9 y hasta 12	Más de 12	Sin información	Total
De 0 a 60	De 0 a 5	497	25	18	5	2	67	614
De 108 a 180	De 5 a 9	326	71	14	5	8	116	540
De 180 a 252	De 9 a 15	295	65	26	28	32	88	534
De 60 a 108	De 15 a 21	79	46	19	3	20	22	189
Más de 252	Más de 21	49	33	23	6	1	23	135
Total		1.246	240	100	47	63	316	2.012

Correlación entre ventas y ganancias: 0.2726***

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A8.3. Relación entre ganancias y ventas (porcentaje)

Ventas (en millones)		Ganancias Mensuales (en millones)						
Anuales	Mensuales	Hasta 3	Más de 3 y hasta 6	Más de 6 y hasta 9	Más de 9 y hasta 12	Más de 12	Sin información	Total
De 0 a 60	De 0 a 5	80,9%	4,1%	2,9%	0,8%	0,3%	10,9%	100%
De 60 a 108	De 5 a 9	60,4%	13,1%	2,6%	0,9%	1,5%	21,5%	100%
De 108 a 180	De 9 a 15	55,2%	12,2%	4,9%	5,2%	6,0%	16,5%	100%
De 180 a 252	De 15 a 21	41,8%	24,3%	10,1%	1,6%	10,6%	11,6%	100%
Más de 252	Más de 21	36,3%	24,4%	17,0%	4,4%	0,7%	17,0%	100%
Total		36,3%	24,4%	17,0%	4,4%	0,7%	17,0%	100%

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Anexo 9. Creación del establecimiento tipo

El establecimiento típico se define como aquel con ventas como la mediana de ventas de todos los establecimientos de su tipo. Se encuentran de la siguiente manera:

1. Se genera la mediana de las ventas por tipo de establecimiento, es decir, panadería, restaurante o tienda.
2. Se encuentran los establecimientos con ventas igual a la mediana.
3. Para el caso de las tiendas, ninguna tenía el valor exactamente igual a la mediana. Por ende se redondeó el valor de la mediana y se encontraron las tiendas con ventas igual al valor redondeado.

A continuación se muestra una tabla que describe los valores usados como determinantes del establecimiento típico en cada caso y el número de búsquedas que se debió hacer para encontrar todos los establecimientos típicos.

Tabla A9. 1. Número de establecimientos que cumplen con el criterio de ventas iguales o cercanas a la mediana

Establecimiento	Mediana ventas	# que cumplen
Panadería	\$9,600,000	8
Restaurante	\$8,400,000	9
Tienda	\$6,560,000	0

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Entre estos establecimientos se escoge uno de cada uno al azar (y para la tienda se tomó uno entre cinco con valor en ventas de \$ 6,6 millones) y con estos se obtiene la caracterización de cada uno de ellos que se presenta a continuación:

Tabla A9.2. Caracterización de la panadería tipo

Caracterización panadería tipo (según mediana ventas)	
Información financiera del establecimiento	
Número de días que abre	7
Ventas en día normal	\$300,000
Ventas en día difícil	\$100,000
Ventas en día muy bueno	\$800,000
Ventas	\$9,600,000
Costos Laborales	\$2,400,000
Gastos de funcionamiento	\$750,000
Costos de insumos	\$880,000
Costos totales	\$4,030,000
Rango de ventas	de 9 a 15 millones
Rango de ingresos del propietario	No reporta

Ganancias mensuales	\$2,240,000
Rango de ganancias mensuales	Hasta tres millones
Valor del arriendo	Negocio propio
Ingreso del Propietario	No reporta
Ingreso del empleado 3	\$800,000.00
<i>Caracterización del Establecimiento - Formalidad Empresarial</i>	
Años de Funcionamiento	3
RUT	Si
Régimen	Simplificado
Registro Mercantil	Si
Registro Mercantil actualizado	Si
Paga ICA	No
Declara renta	No
Persona	Natural
Lleva Contabilidad	Si
Área del Establecimiento	No reporta
<i>Información de la fuerza laboral del establecimiento</i>	
Número de familiares	1
Número de empleados	3
Nivel educativo del propietario	Secundaria completa
Nivel educativo del empleado 1	Técnica/Tecnológica
Nivel educativo del empleado 2	Técnica/Tecnológica
Nivel educativo del empleado 3	Secundaria completa
Ocupación Principal del propietario	Solo trabajador Independiente
Ocupación Principal del empleado 1	Desempleado (busca empleo formal)
Ocupación Principal del empleado 2	No reporta
Ocupación Principal del empleado 3	Pensionado / labora en el Negocio.
<i>Seguridad Social</i>	
Afiliación a salud del propietario	SISBEN/Subsidiado
Afiliación a pensión del propietario	No aporta
Afiliación a ARL del propietario	No tiene
Afiliación a salud del empleado 1	SISBEN/Subsidiado
Afiliación a pensión del empleado 1	No aporta
Afiliación a ARL del empleado 1	No tiene
Afiliación a salud del empleado 2	SISBEN/Subsidiado
Afiliación a pensión del empleado 2	No aporta
Afiliación a ARL del empleado 2	No tiene
Afiliación a salud del empleado 3	SISBEN/Subsidiado
Afiliación a pensión del empleado 3	No aporta
Afiliación a ARL del empleado 3	No tiene
Fuente de fondos para la vejez	Aportar en un fondo familiar para su beneficio

	personal
Disponibilidad a pagar por subsidio para la vejez	Entre \$501 y \$1.000

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A9.3. Caracterización del restaurante tipo

Caracterización restaurante tipo (según mediana ventas)	
<i>Información financiera del establecimiento</i>	
Número de días que abre	7
Ventas en día normal	\$300,000
Ventas en día difícil	\$200,000
Ventas en día muy bueno	\$400,000
Ventas	\$8,400,000
Costos Laborales	\$0
Gastos de funcionamiento	\$2,540,000
Costos de insumos	\$3,430,000
Costos totales	\$5,970,000
Rango de ventas	de 5 a 9 millones
Rango de ingresos del propietario	No reporta
Ganancias mensuales	No reporta
Rango de ganancias mensuales	No reporta
Valor del arriendo	\$1,000,000
Ingreso del Propietario	No reporta
<i>Caracterización del Establecimiento - Formalidad Empresarial</i>	
Años de Funcionamiento	2
RUT	Si
Régimen	Simplificado
Registro Mercantil	Si
Registro Mercantil actualizado	Si
Paga ICA	No
Declara renta	No
Persona	Natural
Lleva Contabilidad	Si
Área del Establecimiento	50 m ²
<i>Información de la fuerza laboral del establecimiento</i>	
Número de familiares	3
Número de empleados	0
Nivel educativo del propietario	Secundaria completa
Nivel educativo del familiar 1	Universidad completa
Nivel educativo del familiar 2	Secundaria completa
Ocupación Principal del propietario	Solo trabajador Independiente

Ocupación Principal del familiar 1	Solo trabajador Independiente
Ocupación Principal del familiar 2	Solo trabajador Independiente
Seguridad Social	
Afiliación a salud del propietario	Cotizante
Afiliación a pensión del propietario	Pensionado
Afiliación a ARL del propietario	No tiene
Afiliación a salud del familiar 1	Cotizante
Afiliación a pensión del familiar 1	Pensionado
Afiliación a ARL del familiar 1	No tiene
Afiliación a salud del familiar 2	Cotizante
Afiliación a pensión del familiar 2	Pensionado
Afiliación a ARL del familiar 2	No tiene
Fuente de fondos para la vejez	No responde
Disponibilidad a pagar por subsidio para la vejez	No me interesa

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Tabla A9.4. Caracterización de la tienda tipo

Caracterización tienda tipo (según mediana ventas)

Información financiera del establecimiento	
Número de días que abre	7
Ventas en día promedio	\$240,000
Ventas en día difícil	\$150,000
Ventas en día muy bueno	\$300,000
Ventas	\$6,600,000
Costos Laborales	\$100,000
Gastos de funcionamiento	\$630,000
Costos de insumos	\$1,370,000
Costos totales	\$2,100,000
Rango de ventas	de 5 a 9 millones
Rango de ingresos del propietario	Hasta un SMMLV
Ganancias mensuales	\$280,000
Rango de ganancias mensuales	Hasta tres millones
Valor del arriendo	\$500,000
Ingreso del Propietario	\$100,000
Caracterización del Establecimiento - Formalidad Empresarial	
Años de Funcionamiento	1
RUT	Si
Régimen	Simplificado
Registro Mercantil	No
Registro Mercantil actualizado	N/A

Paga ICA	No
Declara renta	No
Persona	Natural
Lleva Contabilidad	No
Área del Establecimiento	30 m ²
<i>Información de la fuerza laboral del establecimiento</i>	
Número de familiares	2
Número de empleados	0
Nivel educativo del propietario	Ninguno
Nivel educativo del familiar	Ninguno
Ocupación Principal del propietario	Solo trabajador Independiente
Ocupación Principal del familiar	Otra
<i>Seguridad Social</i>	
Afiliación a salud del propietario	SISBEN/Subsidiado
Afiliación a pensión del propietario	No aporta
Afiliación a ARL del propietario	No tiene
Afiliación a salud del familiar 1	SISBEN/Subsidiado
Afiliación a pensión del familiar 1	No aporta
Afiliación a ARL del familiar 1	No tiene
Fuente de fondos para la vejez	No piensa en eso - No tiene ni idea
Disponibilidad a pagar por subsidio para la vejez	Entre \$0 y \$500

Fuente: Minhacienda-HelpFile 2012. Cálculos: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Anexo 10. Datos resumen encuesta MinHacienda-HelpFile

EMPRESARIALES				
			Establecimientos	DANE 2010
Registro	RUT		87%	
	Registro Mercantil		55%	43%
Impuestos	Nacionales	R. Común	19%	
		Renta	34%	
	Municipales	ICA	12%	
Contabilidad				
Constitución del negocio	Persona natural	96%		
	Persona jurídica	3%		
Cumplimiento		RUT	Registro mercantil	Contabilidad
	Persona natural	88%	56%	74%
	Persona jurídica	100%	77%	88%
Contabilidad			74%	
Manejo de efectivo			73%	
LABORALES				
Informalidad				DANE
Salud				
	Cotizante salud		30%	50%
	Beneficiario		16%	
	Régimen subsidiado		39%	
Pensiones	No aporta		69%	
	Cotizante pensión		15%	30%
	Pensionado		7%	
	No responde		10%	
Riesgos Laborales			17%	
Ahorro para la vejez	Ventas mes (millones)	Hasta 6	Hasta 21	
	Panadería	\$ 15,000	\$ 45,000	
	Restaurante	\$ 30,000	\$ 30,000	
	Tienda	\$ 15,000	\$ 30,000	

Boletines publicados

- No. 1. Estrategia Económica y Fiscal 2010-2014.
- No. 2. Por qué es necesaria la creación de un Sistema General de Regalías.
- No. 3. La Sostenibilidad Fiscal, un principio para alcanzar los fines del Estado Social de Derecho.
- No. 4. Regla fiscal para Colombia.
- No. 5. Crecimiento de la productividad y costos derivados de la regulación: El efecto de aranceles y precios de la energía sobre los establecimientos manufactureros colombianos.
- No. 6. El Régimen de Seguridad Social en Salud: problemas financieros, medidas adoptadas y retos para el futuro próximo.
- No. 7. Régimen de transición pensional de los servidores públicos, Sistema General de Pensiones.
- No. 8. El impacto de la reforma tributaria en la demanda de efectivo.
- No. 9. Los retos de la economía informal en Colombia.
- No. 10. Mecanismo de cobertura condicionada de tasa de interés.
- No. 11. Ciclos económicos en Colombia: Bonanzas y recesión.
- No. 12. Esquema de fijación de precios de los combustibles en Colombia
- No. 13. Efecto de las expectativas sobre la estabilidad de la tasa de cambio, Colombia 2003-2009
- No. 14. Red para la inclusión de una economía formal
- No. 15. Documentación de modelos pertinentes para el diseño del Sistema General de Regalías
- No. 16. Tres Complementos Institucionales para el Sistema General de Regalías
- No. 17. El FLAR, una alternativa para un Fondo Regional de Unasur
- No. 18. ¿Se encuentran las reservas internacionales en un nivel óptimo?
- No. 19. Informalidad y Monotributo
- No. 20. Implicaciones de la adopción del Manual de Estadísticas de Finanzas Públicas de 2001 del Fondo Monetario Internacional sobre las estadísticas fiscales.
- No. 21. Informalidad empresarial y laboral en pequeños comerciantes: nueva evidencia para Colombia



Ministerio de Hacienda y Crédito Público
www.minhacienda.gov.co

Este documento puede ser consultado en
<http://www.minhacienda.gov.co/MinHacienda/haciendapublica/CentroEstudios/publicaciones/notas>