

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(88)	

RESUMEN - TRABAJO DE GRADO

AUTORES	YASNEIDY LORENA RIZO PEÑARANDA ILVER JAIMES CARRASCAL		
FACULTAD	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	CONTADURÍA PÚBLICA		
DIRECTOR	NAYDU JUDITH JÁCOME CASTILLA		
TÍTULO DE LA TESIS	ANÁLISIS DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS IMPUESTOS DE INDUSTRIA Y COMERCIO, AVISOS Y TABLEROS Y PREDIAL UNIFICADO DE LOS COMERCIANTES UBICADOS EN LA ZONA CENTRO DEL MUNICIPIO DE OCAÑA		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL DESARROLLO DE ESTE PROYECTO ESTÁ ENFOCADO A ANALIZAR LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS COMERCIANTES FRENTE A LOS IMPUESTOS DE INDUSTRIA Y COMERCIO Y PREDIAL UNIFICADO, PARA LO CUAL SE ELABORA UNA CATEGORIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS, SE DETERMINA EL NIVEL DE CUMPLIMIENTO MEDIANTE EL CONOCIMIENTO, LA ACEPTACIÓN Y EL COMPROMISO RESPECTO A LOS TRIBUTOS, Y SE CONOCEN LAS CAUSAS Y FACTORES QUE INFLUYEN EN EL PAGO DE LOS IMPUESTOS.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 88	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 17	CD-ROM: 1



ANÁLISIS DE LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS IMPUESTOS DE
INDUSTRIA Y COMERCIO, AVISOS Y TABLEROS Y PREDIAL
UNIFICADO DE LOS COMERCIANTES UBICADOS EN LA ZONA CENTRO
DEL MUNICIPIO DE OCAÑA

Autores:

YASNEIDY LORENA RIZO PEÑARANDA 221292

ILVER JAIMES CARRASCAL 221301

Proyecto presentado para optar el título de Contador Público

Director:

NAYDU JUDITH JÁCOME CASTILLA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTADURÍA PÚBLICA

Ocaña, Colombia

Junio de 2019

Dedicatoria

Este logro se lo dedico a mis padres y hermana por su confianza, apoyo y comprensión a lo largo de mi formación académica, pues me ayudaron a formarme como persona y me motivaron constantemente para alcanzar mis objetivos.

Yasneidy Lorena Rizo Peñaranda

A mis padres y hermano dedico con orgullo este logro que me ha permitido culminar mi carrera y obtener el título de Contador Público, a ellos por brindarme los principios y valores necesarios para crecer como persona y como profesional.

Ilver Jaimes Carrascal

Agradecimientos

Primeramente a Dios, por ser la guía espiritual para nuestra existencia; a nuestros padres, por su apoyo, educación y amor hacia nosotros; a nuestro director, Naydu Judith Jácome Castilla, por su acompañamiento y guía en la elaboración del presente trabajo; y finalmente, a todas aquellas personas que directa o indirectamente participaron en la ejecución de este proyecto.

Índice

Capítulo 1. Análisis de la cultura tributaria de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado de los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	6
1.3 Objetivos	6
1.3.1 General.	6
1.3.2 Específicos.	7
1.4 Justificación del problema	7
1.5 Delimitaciones	10
1.5.1 Conceptual	11
1.5.2 Operativa.	11
1.5.3 Temporal.	11
1.5.4 Geográfica.	11
 Capítulo 2. Marco Referencial	 12
2.1 Marco Histórico	12
2.2 Marco Teórico	14
2.2.1 A nivel internacional	14
2.2.2 A nivel nacional	16
2.2.3 A nivel local	16
2.3 Marco Conceptual	18
2.3.1 Cultura tributaria	18
2.3.2 Impuestos	19
2.3.3 Impuestos municipales	19
2.3.4 Sujeto activo	19
2.3.5 Sujeto pasivo	19
2.3.6 Hecho generador	20
2.3.7 Base gravable	20
2.3.8 Tarifa	20
2.3.9 Impuesto de industria y comercio	20
2.3.10 Avisos y tableros	20

2.3.11 Impuesto predial unificado	21
2.4 Marco Legal	21
2.4.1 Decreto 410 de 1971	21
2.4.2 Ley 14 de 1983	21
2.4.3 Decreto 2626 de 1994	23
2.4.4 Ley 44 de 1990	23
2.4.5 Acuerdo 042 de 2009	24
Capítulo 3. Diseño Metodológico	26
3.1 Nivel de investigación	26
3.2 Tipo de investigación	26
3.3 Diseño de investigación	27
3.4 Población	27
3.5 Muestra	28
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de la información	29
3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	29
Capítulo 4. Presentación de resultados	30
4.1 Caracterización de las empresas comerciales ubicadas en la zona centro del municipio de Ocaña	30
4.2 Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias	36
4.2.1 Conocimiento de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado	38
4.2.2 Aceptación de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado	40
4.2.3 Compromiso en el pago de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado	41
4.2.4 Nivel de cumplimiento frente a los impuestos de industria y comercio y predial unificado	43
4.3 Causas y factores del cumplimiento o evasión de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado	47
4.3.1 Causas del cumplimiento o evasión de los impuestos	47
4.3.2 Factores que influyen en el pago de los impuestos	52
Capítulo 5. Conclusiones	59

Capítulo 6. Recomendaciones	62
Referencias	63
Apéndices	68

Lista de tablas

Tabla 1. Categorización de las actividades económicas	30
Tabla 2. Tarifa para la actividad comercial	32
Tabla 3. Tarifa aplicada a las empresas objeto de estudio	33
Tabla 4. Opinión sobre la tarifa del impuesto de industria y comercio	34
Tabla 5. Regímenes tributarios de las empresas encuestadas	37
Tabla 6. Grado de conocimiento frente al impuesto de industria y comercio y su complementario avisos y tableros	38
Tabla 7. Grado de conocimiento frente al impuesto predial unificado	39
Tabla 8. Comerciantes conscientes del pago de los impuestos	40
Tabla 9. Compromiso frente al pago del impuesto de industria y comercio	41
Tabla 10. Compromiso frente al pago del impuesto predial unificado	42
Tabla 11. Criterios para la determinación del nivel de cumplimiento	44
Tabla 12. Nivel de cumplimiento de los comerciantes frente al impuesto de industria y comercio	44
Tabla 13. Nivel de cumplimiento de los comerciantes frente al impuesto predial unificado	46
Tabla 14. Causas del cumplimiento o evasión del impuesto de industria y comercio	47
Tabla 15. Causas del cumplimiento del impuesto predial unificado	48
Tabla 16. Cultura tributaria de los comerciantes frente al impuesto de industria y comercio	51
Tabla 17. Cultura tributaria de los comerciantes frente al impuesto predial unificado	51
Tabla 18. Comerciantes que han tenido inconvenientes con la Alcaldía Municipal	53
Tabla 19. Consideración de los comerciantes acerca de la implementación de programas para incentivar al pago de los impuestos	54
Tabla 20. Conocimiento de los comerciantes acerca de las estrategias utilizadas por la Alcaldía Municipal para el recaudo de los impuestos	55
Tabla 21. Porcentaje y fecha límite de pago del impuesto predial unificado	57
Tabla 22. Porcentaje y fecha límite de pago del impuesto de industria y comercio, avisos y tableros	57
Tabla 23. Medios utilizados por la Alcaldía para el recaudo de los impuestos	58

Lista de figuras

Figura 1. Categorización de las actividades económicas	31
Figura 2. Tarifa aplicada a las empresas objeto de estudio	33
Figura 3. Opinión sobre la tarifa del impuesto de industria y comercio	34
Figura 4. Propietarios del inmueble donde se ejerce la actividad económica	35
Figura 5. Regímenes tributarios de las empresas encuestadas	37
Figura 6. Grado de conocimiento de los comerciantes frente a los impuestos	39
Figura 7. Comerciantes conscientes del pago de los impuestos	41
Figura 8. Compromiso frente al pago del impuesto de industria y comercio	42
Figura 9. Compromiso frente al pago del impuesto predial unificado	43
Figura 10. Nivel de cumplimiento de los comerciantes frente al impuesto de industria y comercio	45
Figura 11. Nivel de cumplimiento de los comerciantes frente al impuesto predial unificado	46
Figura 12. Causas del cumplimiento o evasión de los impuestos	48
Figura 13. Cultura tributaria de los comerciantes ubicados en la zona centro	52
Figura 14. Comerciantes que han tenido inconvenientes con la Alcaldía Municipal	53
Figura 15. Consideración de los comerciantes acerca de la implementación de programas para incentivar al pago de los impuestos	54
Figura 16. Conocimiento de los comerciantes acerca de las estrategias utilizadas por la Alcaldía Municipal para el recaudo de los impuestos	56
Figura 17. Medios utilizados por la Alcaldía para el recaudo de los impuestos	58

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña	68
Apéndice B. Vallas publicitarias	72

Resumen

En el presente trabajo se realizó una investigación en la zona centro del municipio de Ocaña, donde se analizó la cultura tributaria de los comerciantes frente a los impuestos de industria y comercio y predial unificado, para lo cual se hizo una categorización de las actividades económicas, se determinó el nivel de cumplimiento mediante el conocimiento, la aceptación y el compromiso respecto a los tributos, y se conocieron las causas y factores que influyen en el pago de los impuestos.

Para ello, se recolectó la información necesaria, a través de una encuesta aplicada a las fuentes primarias de información, que posteriormente fue analizada para la generación de conclusiones con la finalidad de dar cumplimiento a los objetivos previamente establecidos.

Introducción

Los impuestos en Colombia tienen su origen en la Constitución Nacional, creados con el fin de contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado, por lo que es un deber del ciudadano dar cumplimiento a lo establecido en la norma y, a su vez, el Estado está obligado a retribuir en obras de carácter público como infraestructura, seguridad, salud, educación, entre otros, que beneficien a la comunidad.

Al mismo tiempo, el Gobierno Nacional cedió potestad a los municipios de la administración y el recaudo de los tributos municipales con la finalidad de coadyuvar al sostenimiento de los mismos, mediante acuerdos aprobados y expedidos por el Concejo Municipal.

Por consiguiente, considerando la importancia que tienen los impuestos, tanto para el Estado como para los ciudadanos, es fundamental que se genere una cultura tributaria en los contribuyentes que permita disminuir la evasión en el pago de las gabelas, pues la cultura tributaria se basa en un marco de valores que permiten a las personas concientizarse del cumplimiento voluntario de los impuestos.

Es así, que el presente trabajo de investigación tiene como objetivo primordial analizar la cultura tributaria de los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña, para establecer el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias teniendo en cuenta el conocimiento, la aceptación y el compromiso en el pago de los impuestos de industria y

comercio, avisos y tableros y predial unificado, y de igual manera determinar las causas del cumplimiento o evasión de los mismos.

Así mismo, se utiliza una metodología descriptiva con la finalidad de analizar el comportamiento tributario de los contribuyentes objeto de estudio, frente al pago de los impuestos a tratar en el presente proyecto, y a través de la aplicación de encuestas y al debido análisis de los resultados obtenidos se proponen las recomendaciones.

Capítulo 1. Análisis de la cultura tributaria de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado de los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña

1.1 Planteamiento del problema

Los impuestos son los aportes que hacen los contribuyentes al Estado, y representan la principal fuente de ingresos públicos con los cuales el gobierno puede financiar sus gastos e inversiones y, a su vez, el Estado puede retribuir a los ciudadanos en infraestructura, prestación de servicios y en programas sociales que atiendan las necesidades de la comunidad. Así mismo, es un deber del ciudadano colombiano contribuir con el pago de las obligaciones tributarias, el cual tiene su origen en la Constitución Nacional, en el artículo 95, numeral 9, que afirma: “Son deberes de la persona y del ciudadano: (...) Contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad” (Asamblea Nacional Constituyente, 1991).

Del mismo modo, en Colombia, existen impuestos directos e indirectos, los cuales son tributos obligatorios que exige el estado a las personas naturales y jurídicas. Es pertinente aclarar que estas gabelas se realizan según la base gravable y la forma que esté estipulado en la Ley. Ahora bien, además de los impuestos nacionales, existen impuestos departamentales y municipales creados con el fin de que estas entidades territoriales puedan financiarse para promover el desarrollo local y departamental. En relación a Ocaña, los impuestos municipales se encuentran estipulados en el Acuerdo No.42 de 2009 donde se adopta el Estatuto de Rentas del municipio (Concejo Municipal de Ocaña, 2009), y se definen las normas legales, fundamentos y

procedimientos administrativos y tributarios que regulan los ingresos de la jurisdicción. Además, es preciso enfatizar que las contribuciones fiscales y parafiscales las pueden imponer solamente el congreso, las asambleas departamentales y los concejos distritales y municipales, tal y como lo estipula el artículo 338 de la Constitución Nacional.

Por tal motivo, el incumplimiento al pago de impuestos impide que el Gobierno Nacional destine recursos en aspectos prioritarios para la comunidad como la educación, la salud, seguridad social, entre otros; y además conlleva a sanciones monetarias respectivas. Igualmente, el Estado, por medio de los arbitrios, debe ejecutar programas y proyectos en infraestructura, tal como lo manifestó a La República (LR) la directora de Ingresos de la DIAN, Cecilia Rico: “la importancia de pagar tributos radica en que con los aportes proporcionales a ingresos y patrimonio, cada persona contribuye a garantizar la sostenibilidad fiscal, que posibilita a su vez la provisión de los bienes públicos que todos los ciudadanos demandan, tales como construcción de obras de infraestructura” (Romero, 2016).

En este sentido, para que exista desarrollo económico y generación de recursos para los propósitos de los planes de gobierno, a nivel nacional, departamental y municipal, se debe generar la concientización del deber de pagar impuestos y el derecho de recibir la contribución en obras de carácter público.

En la concepción de la Constitución Política de Colombia, desde que toda persona nace tiene derecho a ser ciudadano, hace parte de una ciudad y de un país y posee la responsabilidad de conocer y acatar las normas y leyes que existen, incorporando este concepto de orden

constitucional a la política fiscal, la cual se fundamenta que todo ciudadano deberá cumplir con el pago de sus obligaciones tributarias, teniendo en cuenta que estas surgen para contribuir con el financiamiento del Estado. Como consecuencia de esta obligatoriedad, se crea una relación entre el contribuyente y la Administración, donde el ciudadano de acuerdo con su capacidad económica, sufrague los gastos necesarios para el mantenimiento de las estructuras e instituciones del Estado (Economipedia, 2016).

De igual manera, teniendo en cuenta la importancia que tienen los impuestos para el desarrollo de un país, es fundamental partir de la cultura tributaria, pues es la manera en que los contribuyentes manifiestan una conducta de cumplimiento de los deberes tributarios; sin embargo, para ampliar el concepto es pertinente entender que la cultura según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura abreviado internacionalmente como “Unesco” puede considerarse como: “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social (...) Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones” (Unesco, 2017). Por ende, la cultura influye en el comportamiento moral y ético de las personas, haciendo que actúen debidamente en el cumplimiento de sus obligaciones.

Por consiguiente, se entiende como cultura tributaria a la actitud del contribuyente en el pago de los impuestos de manera oportuna, bajo un marco de valores que como persona debe poseer. Igualmente, “con la cultura tributaria se posibilita la aceptación voluntaria del pago por parte del contribuyente; razón por la que el buen uso de los recursos públicos constituye un

elemento central de la cultura tributaria” (Bonilla, 2014). En ese sentido, la importancia de la cultura tributaria radica en la aceptación de la persona en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y desarrollar un sentido de solidaridad para con los demás, por lo tanto, es indispensable que los contribuyentes entiendan la relación causal que existe entre el ciclo tributario y la distribución del gasto, para que sus comportamientos y acciones en torno de sus obligaciones con la tributación, se orienten hacia el cumplimiento voluntario y vean sus aportaciones como algo positivo.

Por otro lado, la evasión en Colombia alcanza niveles del 35 %, el porcentaje más alto de América Latina, lo que evidencia que los colombianos no confían en la administración que hace el Estado con los recursos que reciben por el pago de impuestos y esto se debe a la corrupción en la que se encuentra inmerso el país. De igual manera refleja una falta de cultura tributaria, pues los ciudadanos están eludiendo sus obligaciones con el fisco (Departamento Administrativo de Hacienda y Secretaría de Educación Municipal de Cali, 2015).

Igualmente, a pesar de que los impuestos municipales son las fuentes de recursos fundamentales para un municipio, según cifras del Departamento Nacional de Planeación (DNP), casi la mitad de los ingresos municipales provienen de transferencias nacionales (cerca de un 46 %) mientras que la suma de los impuestos municipales (industria y comercio y predial) no representa ni la tercera parte de estos recursos (28 % aproximadamente) (Abondano, Peña, & Parada, 2018). Estos datos reflejan que los municipios se financian, en su mayoría, con los recursos que recibe de la nación, mientras que los recursos recaudados con los impuestos municipales son relativamente bajos.

De manera análoga, hay 5 mil millones de pesos en cartera vencida por concepto de impuestos no pagados, según lo informó el secretario de Hacienda del municipio de Ocaña, lo que evidencia que existe un alto número de evasión tributaria (La Opinión, 2018), esto ocasiona que el municipio no tenga los suficientes recursos propios para realizar obras de inversión lo que afecta al bienestar social.

Por lo tanto, los datos anteriores reflejan que en Ocaña los comerciantes carecen de cultura tributaria, y es por esta razón que no se pagan los respectivos impuestos, entre ellos los de industria y comercio y su complemento de avisos y tableros y el predial unificado, los cuales contribuyen con el progreso local por medio de ejecución de programas sociales que benefician a los comerciantes, en la medida en que se mejora el entorno donde se desarrolla el comercio o industria. Además, “estos tributos han constituido uno de los temas de investigación más importantes dentro del área de las finanzas públicas locales, por su importancia como fuente de financiación municipal y su impacto sobre diferentes agentes económicos” (Iregui, Melo, & Ramos, 2005).

Asimismo, esta investigación va dirigida a los comerciantes que se encuentran ubicados en la zona centro de Ocaña, debido a que este sector es el punto de convergencia del comercio (Páez, 2014), donde se desarrollan las actividades económicas que mayor importancia tienen para el desarrollo regional, ya que promueven la economía y al mismo tiempo otorgan beneficios sociales que recaen directamente en los pequeños comerciantes, pues en la medida que crecen en el mercado también lo hace la sociedad (Comercio Local, 2017).

Al mismo tiempo, teniendo en cuenta que la cultura tributaria se determina en la medida que el contribuyente conoce, asimila y cumple a cabalidad la normatividad tributaria, es decir, que voluntariamente realiza los pagos respectivos en las fechas estipuladas, la presente investigación va dirigida a establecer la cultura tributaria de los comerciantes ubicados en esta zona de la ciudad, pues según la disposición que tengan los sujetos pasivos en el cumplimiento de sus obligaciones, el municipio tendrá los suficientes recursos para financiar sus gastos y para realizar inversiones en programas que beneficien a la comunidad y contribuyan al desarrollo económico-social del municipio de Ocaña y, a la vez, se minimicen los riesgos de sanción en los comerciantes que no cumplen con sus obligaciones.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo es la cultura tributaria de los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña?

1.3 Objetivos

1.3.1 General. Analizar la cultura tributaria de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado de los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña, para la determinación del compromiso en el pago de las obligaciones tributarias.

1.3.2 Específicos. Caracterizar las empresas comerciales ubicadas en la zona centro del municipio de Ocaña, mediante la categorización por actividades económicas, para la descripción de los aspectos relacionados con su objeto social.

Establecer el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias, teniendo en cuenta el conocimiento, la aceptación y el compromiso en el pago de los impuestos municipales, para la determinación del grado de responsabilidad que poseen los comerciantes.

Determinar las causas del cumplimiento o evasión de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado, mediante la identificación de los factores que influyen en el pago de los impuestos.

1.4 Justificación del problema

El impuesto de industria y comercio, avisos y tableros y el impuesto predial unificado, en Colombia, se encuentran regulados por la Ley 14 del 6 de julio de 1983 y el Decreto Ley 1333 del 25 de abril de 1986. En la Ley 14 de 1983 se determinan las bases generales de regulación, donde se señala el hecho generador del impuesto de industria y comercio, el cual es la realización de actividades comerciales, industriales o de servicios en el territorio de la jurisdicción municipal; a su vez se establecen el sujeto pasivo y la base gravable de este gravamen.

Igualmente, en el Decreto Ley 1333 de 1986 se definen las actividades industriales, comerciales y las de servicios, en los mismos términos de la Ley 14 de 1983. De igual manera, en el artículo 37 de la Ley 14 de 1983 se ordena sobre el impuesto de avisos y tableros el cual dice que: “el impuesto de avisos y tableros, autorizado por la Ley 97 de 1913 y la Ley 84 de 1915 se liquidará y cobrará a todas las actividades comerciales, industriales y de servicios como complemento del impuesto de industria y comercio, con una tarifa de un quince por ciento (15%) sobre el valor de éste, fijada por los Concejos Municipales” (Gerencie, 2017).

De igual modo, mediante el artículo 383 del Decreto 2626 de 1994 se fusiona el impuesto predial unificado el cual establece: “a partir del año de 1990, fusionánse en un sólo impuesto denominado "Impuesto Predial Unificado", los siguientes gravámenes: a. El impuesto predial regulado en el Código de Régimen Municipal adoptado por el Decreto 1333 de 1986 y demás normas complementarias, especialmente las Leyes 14 de 1983, 55 de 1985 y 75 de 1986, b. El impuesto de parques y arborización, regulado en el Código de Régimen Municipal adoptado por el Decreto 1333 de 1986, c. El impuesto de estratificación socio-económica creado por la Ley 9 de 1989, d. La sobretasa de levantamiento catastral a que se refieren las Leyes 128 de 1941, 50 de 1984 y 9 de 1989 (Ley 44 de 1990, art. 1)” (Congreso de la República de Colombia, 1994).

Simultáneamente, estos impuestos son recaudados por la Alcaldía Municipal de Ocaña, a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, pues una de sus funciones de orden tributario es “recaudar las rentas, los impuestos, tasas, contribuciones fiscales y parafiscales y multas municipales de conformidad con la normatividad vigente” el cual está consagrado en el manual específicos de funciones de la Secretaría General (Alcaldía de Ocaña, 2018).

Además, con relación a la tributación, Restrepo (2012) afirma que la Hacienda Pública tiene dos propósitos fundamentales: “establecer una política de recaudos y gastos públicos para el suministro de bienes colectivos, buscando satisfacer las necesidades sociales; y la redistribución, la tributación debe servir para mejorar la distribución de la riqueza” (Bonilla, 2014).

Con base en lo anterior, la presente investigación es importante para el municipio de Ocaña, pues determinar la cultura tributaria de los comerciantes ubicados en la zona centro ayuda a verificar el cumplimiento del pago de los impuestos por parte de estos contribuyentes. A su vez, permite tomar medidas gubernamentales que ayuden a un eficiente recaudo de los recursos públicos mitigando la evasión fiscal (Ramos & Remigio, 2015), de tal manera que pueda financiar sus gastos, incluyendo el sueldo de los servidores públicos, compra de bienes, adquisición de servicios; y realizar inversiones, pues si no existe una cultura tributaria, el municipio no dispondría de los recursos necesarios para prestar servicios que la legislación le obliga a cumplir, como la educación, la salud, la seguridad, la construcción de obras públicas, entre otras (Estrada, 2014), que favorecen a la comunidad en general.

En este orden de ideas, es importante que los contribuyentes posean cultura en el comportamiento tributario con el fin de generar consciencia para garantizar el cumplimiento de sus obligaciones y así evitar posibles sanciones, e igualmente puedan obtener una identidad comercial que lo haga visible ante la sociedad (Delgado & Angarita, 2014). Por tal motivo, esta investigación se enfoca en la cultura que deben poseer los comerciantes en sus obligaciones fiscales, pues ellos también se benefician de las obras sociales, como adecuaciones en

infraestructura, por ejemplo, que debe hacer la Alcaldía Municipal con los recursos obtenidos por medio de los impuestos.

Del mismo modo, este trabajo incentiva a la investigación, pues como estudiantes del programa de Contaduría Pública perteneciente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, es fundamental desarrollar temas investigativos que ayuden a resolver problemas sociales por medio del método científico, que permitan ampliar los conocimientos en relación al contenido de la investigación. A su vez, la universidad da cumplimiento a la misión y visión establecidas, puesto que contribuye al desarrollo nacional e internacional con pertinencia y responsabilidad social, mediante proyectos de investigación como eje transversal de formación académica (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2018).

En resumen, esta investigación beneficiará directamente al municipio de Ocaña y a los contribuyentes objeto de estudio, en la medida en que se conozcan los derechos del estado y los deberes de los responsables de estos tributos y se motive el pago de los impuestos para así evitar posibles sanciones.

1.5 Delimitaciones

En las delimitaciones se enfocan las áreas de interés, especificando los límites de la investigación en términos conceptual, operativo, de tiempo y espacio; que permitirán profundizar en el contenido del proyecto.

1.5.1 Conceptual. En el presente trabajo de investigación se tendrán en cuenta conceptos que permitirán comprender cada una de las etapas del proyecto, tales como: impuestos, cultura tributaria, comerciantes, contribuyentes, leyes, porque son una guía para una mejor comprensión del tema.

1.5.2 Operativa. El proyecto se realizará teniendo en cuenta los criterios mencionados en el presente trabajo. Se iniciará con una categorización de las actividades económicas de las empresas objeto de estudio, y luego se establecerá el nivel de cumplimiento de los comerciantes en relación al pago de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado, y por último se determinará las causas de cumplimiento o evasión de dichos impuestos.

1.5.3 Temporal. De acuerdo al contexto, la investigación se desarrollará en el primer semestre del año 2019, pues se analizará la cultura tributaria que poseen actualmente los comerciantes objeto de estudio.

1.5.4 Geográfica. La realización del presente trabajo se llevará a cabo en la zona centro del municipio de Ocaña, Norte de Santander, ya que en este sector no se han ejecutado proyectos de investigación relacionados a la cultura tributaria.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco Histórico

La cultura tributaria es vista como una política primordial en varios países, sin embargo, el objetivo principal difiere en cada uno de ellos, pues para Bonilla (2014), algunos buscan aumentar la base de contribuyentes, mientras que otros esperan aumentar el recaudo. De igual manera, algunos países iberoamericanos utilizan estrategias dinámicas a través de programas de educación fiscal, dirigidas en su mayoría a la población juvenil, con el propósito de estimular la cultura tributaria en los futuros contribuyentes, haciendo énfasis en el deber moral para con la sociedad.

Así mismo, diferentes gobiernos a nivel mundial han establecido tácticas para implementar la cultura tributaria, tal es el caso de Sudáfrica que ha intensificado su presencia en zonas rurales, por medio de vehículos móviles que proporcionan información tributaria. Igualmente, en Zambia se instauró un programa radiofónico que les permite a los contribuyentes estar en contacto con la información fiscal y aclarar dudas respecto a estos temas. También, en Costa Rica se ha abierto un espacio lúdico, donde se educa a la población infantil mediante juegos de temática fiscal, con la finalidad de resaltar la importancia que tienen los impuestos para el país (Riveros, 2017).

Por otro lado, en Latinoamérica se registra un incumplimiento de las obligaciones tributarias, relacionado con la crisis de los valores democráticos y con la falta de solidaridad de

algunos sectores de la población, los cuales son percibidos como motivos por los que la sociedad no paga impuestos. Estos factores pueden ayudar a explicar la alta tolerancia de la evasión fiscal que se registra en América Latina (Díaz & Lindemberg, 2014).

Por otra parte, en Colombia la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), crea la firma digital para facilitar a los contribuyentes la información correspondiente al cumplimiento de las obligaciones tributarias, con el propósito de simplificar los procedimientos, generando un mayor índice de cumplimiento voluntario y fiscal.

Igualmente, se realizan campañas educativas para concientizar a los ciudadanos, mediante la comunicación masiva a través de periódicos, redes sociales, radio, televisión y vía web. De manera análoga, se entregan cartillas informativas en los colegios donde se informa sobre la importancia de pagar los impuestos y se diseñan estrategias pedagógicas para la apropiación de la cultura de la legalidad (Riveros, 2017).

Además, el proyecto de Cultura Tributaria tuvo sus inicios en Bogotá, en el marco de la llamada Cultura Ciudadana. Los gobiernos posteriores mantuvieron dicho concepto acudiendo a diferentes estrategias. Durante el gobierno de Antanas Mockus (2001-2003), se buscó luchar contra la evasión e incentivar el pago oportuno. Posteriormente, en el programa de gobierno de Luis Eduardo Garzón (2004-2007), se intentó fortalecer la cultura tributaria a través de estrategias educativas dirigidas a todos los ciudadanos (Camacho & Patarroyo, 2017).

2.2 Marco Teórico

Como se ha mencionado anteriormente, la cultura tributaria se ve reflejada en la voluntad de dar cumplimiento a las obligaciones fiscales, esperando obtener una contribución, por parte del Estado, en obras que beneficien a la ciudadanía. Es por esto que, de acuerdo con el estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2013), “Existe la voluntad (...), expresada por la mayoría de los hogares, de pagar más impuestos en la medida en que mejore la calidad de los servicios públicos de salud, educación y seguridad, y haya menos corrupción y más control de la evasión” (como se cita en Bonilla, 2014).

2.2.1 A nivel internacional. Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra 2014, Burga (2015), con el objetivo de determinar la influencia de la cultura tributaria en la programación de las obligaciones de las empresas comerciales, acudió a realizar una encuesta a 40 personas del sector comercial, permitiéndole conocer que los contribuyentes no cumplen con las obligaciones tributarias debido a que el Estado ejecuta una inadecuada gestión de los recursos, por lo que enfatizan en la importancia de fomentar conocimientos de cultura tributaria a través de actividades lúdicas que motiven a los comerciantes al cumplimiento adecuado de sus obligaciones. Lo cual aporta a la investigación la importancia de tener conocimientos básicos relacionados con la cultura tributaria y el uso eficiente de los recursos captados por el Estado.

Nivel de cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional 24 de Octubre de la ciudad de

Juliaca periodo 2015, Mestas (2017), con el objetivo de evaluar el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del Mercado Internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca, utilizando el método descriptivo, recurrió a realizar un análisis documental y una encuesta a 80 comerciantes, obteniendo como resultado que la falta de capacitación en materia tributaria, por parte de la entidad encargada, influye de manera negativa en el efectivo cumplimiento de los impuestos, demostrando así la importancia que tiene la orientación respecto al deber que tiene los comerciantes de cumplir con las obligaciones tributarias. Lo que proporciona un mecanismo que debe ejecutar la Alcaldía Municipal a través de la Secretaría, para concientizar a los comerciantes en su deber de tributar.

La cultura tributaria y las obligaciones fiscales de los negocios informales de Guayaquil, Amaguaya & Moreira (2016), con el objetivo de identificar los factores que inciden en el desconocimiento de las obligaciones tributarias de las personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, recurrieron a aplicar una encuesta dirigida especialmente a 100 personas que tienen negocios de comidas rápidas, llegando a la conclusión de que los contribuyentes no cumplen con sus obligaciones tributarias debido al escaso conocimiento que poseen sobre el tema, y esto es ocasionado porque no cuentan con las debidas capacitaciones en materia tributaria por parte del Servicio de Rentas Internas. Esta investigación permite conocer la repercusión que tiene las actividades educativas y capacitaciones en temas tributarios, pues los contribuyentes serán conscientes del cumplimiento en el pago de los impuestos disminuyendo así los índices de evasión.

2.2.2 A nivel nacional. Cultura tributaria en Colombia, Camacho & Patarroyo (2017), tiene como objetivo analizar el perfil del contribuyente frente a la cultura tributaria en Colombia, mediante la identificación de las estrategias y acciones que el contribuyente tiene frente a la misma y la determinación de los factores que influyen en el contribuyente. Para ello, recurrieron a la guía de instrumentos con la finalidad de recolectar información para realizar un análisis de los documentos consultados, y de esta manera concluyeron que la cultura tributaria en Colombia es una herramienta fundamental que le permite al Estado generar un desarrollo económico, social, cultural y político. Por ende, esta investigación sirve de base para tener en cuenta que el comportamiento tributario tiene efectos tanto positivos como negativos que impactan en el desarrollo del país.

Cómo se debe implementar la cultura tributaria en Colombia, Riveros (2017). Este ensayo tiene como objetivo llegar a la población y futuras generaciones, para formar una cultura diferente donde exista un mayor recaudo de los tributos para la solvencia del país, evitando la imposición de tributos de manera unilateral y arbitraria. Contribuye a la investigación, puesto que aporta información sobre la cultura tributaria y la manera en que se ha implementado en diferentes lugares del mundo, demostrando así la trascendencia que esta tiene para el sostenimiento de un país.

2.2.3 A nivel local. Analizar el comportamiento tributario de los comerciantes de la ciudadela norte de Ocaña, Norte de Santander, Delgado & Angarita (2014), con el objetivo de describir las razones del no pago de los impuestos por parte de los comerciantes de la Ciudadela Norte de Ocaña, recurrieron a aplicar una encuesta a 218 comerciantes, cuantificando

los resultados, determinaron que los comerciantes incumplen con el pago de los respectivos tributos, porque no confían en la administración que hace el Estado de los impuestos, pues no ven compensados los recursos entregados, en inversiones de infraestructura, salud, educación, entre otros. Lo que proporciona una causal de incumplimiento en el pago de los impuestos municipales a los cuales están obligados.

Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes en el mercado público del municipio de Ocaña frente al impuesto de industria y comercio, Ortiz (2016), con el objetivo de investigar el comportamiento tributario de los contribuyentes del mercado público del Municipio de Ocaña en el proceso de recaudo del impuesto de industria y comercio, acudió a realizar una vista de campo y aplicó una encuesta a 262 contribuyentes, que le permitió conocer que el 21 % de los contribuyentes cumple con la tributación del impuesto de industria y comercio, mientras que el 81 % afirma que la tarifa de este es alta. De igual manera, concluyó las causas del incumplimiento del pago del impuesto en este sector, en las que se menciona la falta de recursos para hacer el respectivo pago, de compromiso tributario, haciendo evasión del mismo, y de sensibilización por parte de la Alcaldía Municipal frente a la importancia del pago del impuesto. Lo cual proporciona otra causal que podría influir en la falta de cultura tributaria en los comerciantes de la zona centro del municipio de Ocaña.

Análisis del comportamiento tributario de los comerciantes en el sector del mercado público de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, Vásquez y Jiménez (2015), con el objetivo de describir las razones de la evasión de los impuestos por parte de los comerciantes pertenecientes al Mercado Público en la ciudad Ocaña y analizar las estrategias que utilizan en

este sector para evadir los tributos de acuerdo a la ley, recurrieron a aplicar una encuesta a 262 mercaderes, concluyendo que estos eluden el pago de los impuestos municipales, pues el gobierno ofrece posibilidades para no hacer el respectivo pago de forma legal, y cuando no se cuentan con estas alternativas, recurren a utilizar estrategias de evasión que vulneran las normas vigentes. Lo que permite determinar que la carencia de cultura tributaria en los comerciantes, muchas veces está relacionada con falta de mecanismos que usa el gobierno para motivar el pago de los impuestos, por lo tanto, aporta a la investigación una estrategia utilizada para evadir el pago de los impuestos.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Cultura tributaria. Para los efectos de este trabajo de investigación se tiene en cuenta el concepto de cultura tributaria según Bromberg (2010):

Cultura tributaria es el nombre asignado a un conjunto de acciones con pretensión de sistematicidad que se financian mediante presupuesto de inversión y que se diseñan con objetivos directos e impactos indirectos con el fin de mejorar la disposición de un sistema político a aceptar voluntariamente la carga y los procedimientos de impuestos, tasas y contribuciones que se destinan a la provisión de bienes y servicios comunes o de bienes y servicios meritorios para el mismo sistema político que decide imponérselas. (p. 13)

De acuerdo al concepto anterior, es indispensable considerar que la cultura tributaria representa las acciones encaminadas al pago voluntario de las gabelas impuestas por el sistema político. Por lo tanto, es importante tener en cuenta el significado de la cultura tributaria y la

relevancia que posee para la financiación del Estado, con el fin de realizar un análisis de la misma.

2.3.2 Impuestos. Son impuestos las prestaciones en dinero o en especie, exigidas por el Estado en virtud del poder de imperio, a quienes se hallen en las situaciones consideradas por la ley como hechos imponibles (Moya, 2014).

En otras palabras, un impuesto es un tributo que se paga al Estado para soportar los gastos públicos. Estos pagos obligatorios son exigidos tanto a personas naturales, como a personas jurídicas.

2.3.3 Impuestos municipales. Carrasquero (2000) citado por (Solís, 2013), define los impuestos municipales como una contribución, carga o tributo con que se grava en un municipio la realización de determinadas actividades o la propiedad de ciertos bienes a los fines de obtener los recursos financieros para hacer frente a los gastos públicos.

2.3.4 Sujeto activo. Cortés (1965) define sujeto activo como el acreedor de la prestación pecuniaria en que se concreta normalmente la obligación tributaria.

2.3.5 Sujeto pasivo. El sujeto pasivo es la persona natural o jurídica, la sociedad de hecho, la sucesión ilíquida o la entidad responsable del cumplimiento de la obligación de cancelar el impuesto, la tasa o la contribución, bien sea en calidad de contribuyente responsable o agente retenedor (Concejo Municipal de Ocaña, 2009).

2.3.6 Hecho generador. Es el presupuesto de naturaleza jurídica o económica, establecido por la ley para tipificar el tributo y cuya realización origina el nacimiento de la obligación (Centro Interamericano de Administraciones Tributarias, 2015).

2.3.7 Base gravable. Es el valor monetario del hecho o bien gravado, sobre el cual debe aplicarse la tarifa y así determinar el monto de la obligación tributaria (Secretaría Distrital de Hacienda, 2019).

2.3.8 Tarifa. Es la magnitud o monto que se aplica a la base gravable y en virtud de la cual se determina el valor final en dinero que debe pagar el contribuyente (Corte Constitucional, 2003).

2.3.9 Impuesto de industria y comercio. Es el impuesto que se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en un determinado municipio y se causa así la persona posea o no establecimiento de comercio. Lo recaudado por este impuesto se destina a atender los servicios públicos y las necesidades de la comunidad pertenecientes al respectivo municipio o distrito (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019).

2.3.10 Avisos y tableros. Es el impuesto que se paga por la instalación de avisos en el espacio público como vallas, avisos, tableros y emblemas, ubicados en la vía pública, en lugares públicos o privados, o en cualquier clase de vehículo visibles desde el espacio público. Este

impuesto es complementario del impuesto de industria y comercio y se liquida a la tarifa del 15% tomando como base el impuesto a cargo total del ICA (Secretaría de Hacienda Distrital, 2008).

2.3.11 Impuesto predial unificado. Es un tributo de carácter municipal que grava la propiedad inmueble, tanto urbana como rural que puede cobrar el municipio sobre el avalúo catastral (...) cuando entre en vigencia la declaración privada del impuesto predial unificado (Concejo Municipal de Ocaña, 2009).

2.4 Marco Legal

2.4.1 Decreto 410 de 1971: Por el cual se expide el código de comercio. En el capítulo I, artículo 10, se establece el concepto de comerciante: “son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles” (Congreso de la República de Colombia, 1971).

Es concerniente tener presente el concepto de comerciante, pues sobre ellos recae el análisis de cultura tributaria a la que va dirigida la investigación. De igual manera, es necesario identificar las normas que regulan los impuestos de industria y comercio, su complementario avisos y tableros y predial unificado.

2.4.2 Ley 14 de 1983: Por la cual se fortalecen los fiscos de las entidades territoriales y dictan otras disposiciones. En el capítulo II, artículo 32 estipula que:

El impuesto de industria y comercio recaerá, en cuanto a materia imponible, sobre todas las actividades comerciales, industriales y de servicio que ejerzan o realicen en las respectivas jurisdicciones municipales, directa o indirectamente, por personas naturales, jurídicas o por sociedades de hecho, ya sea que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos. (p. 22)

Artículo 35: Se entienden por actividades comerciales, las destinadas al expendio, compraventa, o distribución de bienes o mercancías, tanto al por mayor como al por menor, y las demás definidas como tales por el Código de Comercio.

Artículo 37: El impuesto de avisos y tableros, autorizado por la Ley 97 de 1913 y la Ley 84 de 1915 se liquidará y cobrará en adelante a todas las actividades comerciales, industriales y de servicios como complemento del impuesto de industria y comercio, con una tarifa de un quince por ciento (15%) sobre el valor de éste, fijada por los Concejos Municipales.

Teniendo en cuenta el hecho generador del impuesto de industria y comercio, se ejecuta un análisis de la cultura tributaria de las personas que ejercen actividades comerciales, pues se encuentran obligadas por la ley a cumplir con el respectivo pago del impuesto. Igualmente, es pertinente considerar las actividades de comercio con el fin de categorizarlas para describir los aspectos relacionados con su objeto social. Así mismo, se aborda el impuesto de avisos y tableros dentro de la investigación pues es un complemento del impuesto de industria y comercio (Congreso de la República de Colombia, 1983).

2.4.3 Decreto 2626 de 1994: Por el cual se expide la compilación de las disposiciones constitucionales y legales vigentes para la organización y el funcionamiento de los municipios.

En el capítulo II, artículo 383 se estipula:

A partir del año de 1990, fusionáanse en un sólo impuesto denominado "Impuesto Predial Unificado", los siguientes gravámenes: a. El impuesto predial regulado en el Código de Régimen Municipal adoptado por el Decreto 1333 de 1986 b. El impuesto de parques y arborización, c. El impuesto de estratificación socio-económica d. La sobretasa de levantamiento catastral.

Artículo 385. Administración y recaudo del impuesto. El impuesto predial unificado es un impuesto del orden municipal. La administración, recaudo y control de este tributo corresponde a los respectivos municipios.

2.4.4 Ley 44 de 1990: Por la cual se dictan normas sobre catastro e impuestos sobre la propiedad raíz, se dictan otras disposiciones de carácter tributario, y se conceden unas facultades extraordinarias. En el capítulo I, se dicta lo relacionado a los elementos del impuesto predial unificado (Congreso de la República de Colombia, 1990).

Así pues, es fundamental para el desarrollo de la investigación, conocer la obligación que poseen los comerciantes frente al pago del impuesto predial unificado, el cual recae sobre los bienes inmuebles que se encuentren dentro de la jurisdicción del territorio municipal del cual sean propietarios (Congreso de la República de Colombia, 1994).

2.4.5 Acuerdo 042 de 2009: Por el cual se adopta el estatuto tributario del municipio de Ocaña.

Artículo 4. El Estatuto Tributario del Municipio de Ocaña tiene por objeto la definición general de los impuestos, tasas y contribuciones, así como su administración, determinación, discusión, fiscalización, recaudo, cobro e imposición de sanciones. Sus disposiciones rigen en todo el territorio del municipio.

Artículo 5. Por obligación tributaria sustancial se entiende aquella que se origina al realizarse el hecho generador del impuesto y tiene por objeto el pago del tributo.

Así pues, es fundamental tener en cuenta lo estipulado en los artículos 4 – 5 del Estatuto Tributario del municipio de Ocaña, donde se indica que es un deber de los ciudadanos cumplir con la obligación sustancial de los impuestos administrados por el municipio.

Capítulo I – Libro primero: Se establece el tratamiento del impuesto predial unificado, en donde se define la naturaleza del impuesto el cual grava la propiedad inmueble, urbana como rural que puede cobrar el municipio sobre el avalúo catastral fijado por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi de inmuebles ubicados dentro de la jurisdicción del municipio. Igualmente, se define el hecho generador, base gravable, tarifa, causación del impuesto y demás criterios relacionados con el impuesto.

Capítulo II – Libro primero: En el artículo 33, se estipula el hecho generador del impuesto de industria y comercio el cual está constituido por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en la jurisdicción del municipio de Ocaña. De igual manera, el artículo 36 hace referencia a la actividad comercial entendidas como las dedicadas al expendio, compraventa o distribución de bienes o mercancías y las definidas como tales en el Código del Comercio. Así mismo, se definen los criterios para el tratamiento del impuesto.

Capítulo IV – Libro primero: En el artículo 81, se establece el hecho generador del impuesto complementario de avisos y tableros, el cual contempla la colocación de avisos en lugares públicos o privados visibles desde el espacio público y en cualquier clase de vehículos. Además, se incluyen los elementos del impuesto como el sujeto activo, sujeto pasivo, base gravable y tarifa.

En este sentido, es primordial tener en consideración el tratamiento de los impuestos de industria y comercio, su complementario avisos y tableros y predial unificado, desde el Estatuto de Rentas del municipio de Ocaña, pues hacia estos va dirigida la investigación (Concejo Municipal de Ocaña, 2009).

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Nivel de investigación

“El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno. Aquí se indicará si se trata de una investigación exploratoria, descriptiva o explicativa.” (Arias, 2012). Así pues, considerando el concepto anterior y el tema abordado, la investigación se clasificó en descriptiva, porque se caracterizó un hecho con el fin de establecer su comportamiento.

En consecuencia, teniendo en cuenta que “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014), el presente trabajo buscó analizar la cultura tributaria de los comerciantes con respecto al pago de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado.

3.2 Tipo de investigación

Según Sampieri, Fernández, & Baptista (2014), “el enfoque cuantitativo es la recolección de datos con el fin de probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. Por ello, el presente trabajo de grado tuvo un enfoque cuantitativo, orientado a analizar la cultura tributaria de los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña, pues se midieron las variables objeto de

estudio de una forma objetiva y con un alto grado de precisión, y posteriormente se unificaron los resultados obtenidos mediante tablas y figuras para el respectivo análisis.

3.3 Diseño de investigación

Según (Arias, 2012), “la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna”. Por lo tanto, para el presente trabajo se hizo una investigación de campo, pues se recolectó la información directamente de los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña, sujetos al pago de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado.

3.4 Población

Teniendo en cuenta que población según (Tamayo, 2003) es:

Totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina población para constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación. (p. 176)

La población para el presente trabajo de investigación estuvo conformada por los comerciantes de 374 establecimientos ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña, según información de la Cámara de Comercio de Ocaña (2018).

3.5 Muestra

Según Sampieri, Fernández & Baptista (2014), “la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”. Por ende, teniendo en cuenta que la población a investigar era extensa, se determinó la muestra según la siguiente fórmula estadística (PSYMA, 2015):

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Donde:

n = Muestra

N = Población = 374

d = Error de estimación = 5 %

p = Proporción de aceptación = 50 %

q = Proporción de rechazo = 50 %

Z_α = Nivel de confianza = 95 %

$$n = \frac{374(1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(374 - 1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{359,1896}{1,8929}$$

$$n = 189,756247$$

De acuerdo al método probabilístico la muestra de la población estuvo representada por 190 contribuyentes.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Para la recolección de la información, se acudió a la encuesta, la cual se aplicó a 190 comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña, mediante la técnica del cuestionario, conformado por preguntas abiertas y cerradas, y de opción múltiple con una o varias respuestas, relacionadas con la cultura tributaria. De esta manera, se recolectó la información necesaria para cumplir con los objetivos previamente establecidos. Además, cabe anotar que la información se recolectó directamente por los responsables de la investigación (Ver Apéndice A).

3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Una vez recopilada la información cualitativamente de las fuentes primarias, mediante la aplicación del instrumento, se definieron los criterios para ordenar los datos obtenidos del trabajo de campo y posteriormente se analizaron los datos cuantitativamente a través de tablas y figuras, por medio de Microsoft Excel, en base a los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación.

Capítulo 4. Presentación de resultados

4.1 Caracterización de las empresas comerciales ubicadas en la zona centro del municipio de Ocaña

Con la finalidad de conocer la población estudiada y describir las características similares que la identifican, se procedió a categorizar las actividades económicas que desempeñan las empresas de esta zona, para la generalización de las conclusiones pertinentes.

Tabla 1

Categorización de las actividades económicas

Rubro	CIU	Frecuencia	Porcentaje
Carnes y charcuterías	4723	6	3,2
Deportivos	4762	3	1,6
Droguerías y perfumerías	4773	20	10,5
Eléctricos y ferreterías	4752	10	5,3
Frutería	4729	2	1,1
Librerías y papelerías	4761	8	4,2
Muebles y electrodomésticos	4754 / 4644	10	5,3
Ópticas y joyerías	4774	5	2,6
Otras actividades	4664 / 4542 / 4729 / 59 / 75 / 24	9	4,7
Panaderías	1081	5	2,6
Piñaterías y misceláneas	4719 / 69 / 55	25	13,2
Prendas de vestir	4771	54	28,4
Tecnología	4741	9	4,7
Textiles	4751	4	2,1
Víveres y abarrotes	4711	6	3,2
Total		190	100

Fuente. Autores del proyecto

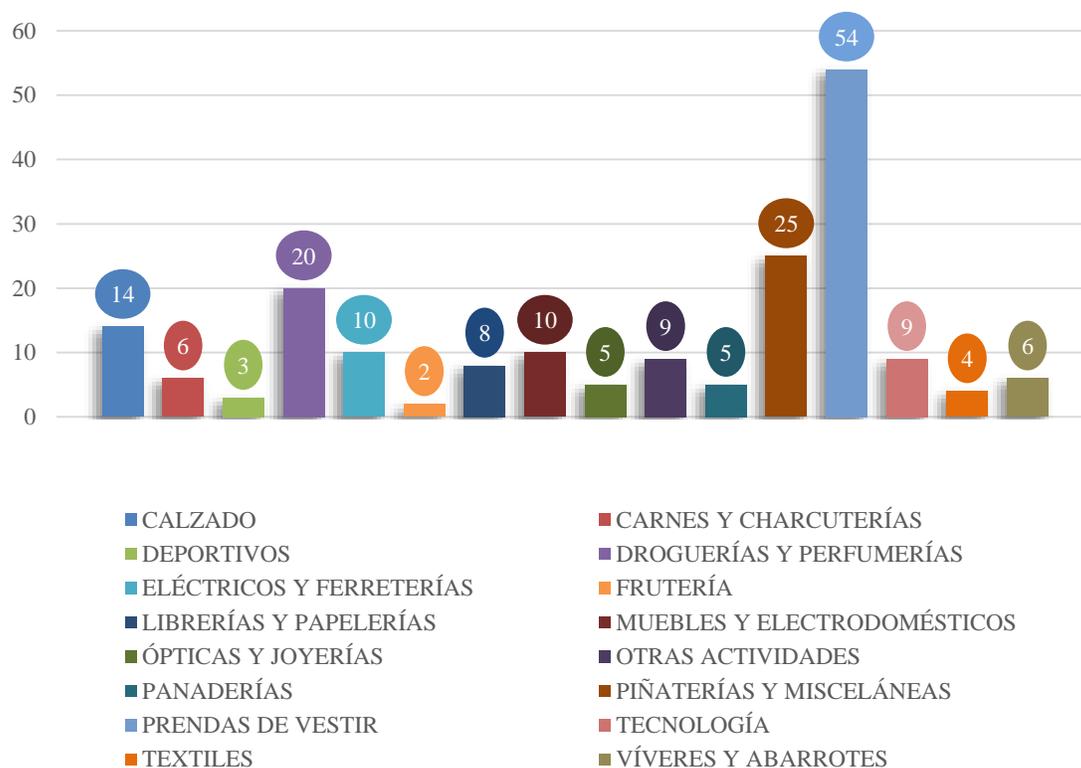


Figura 1. Categorización de las actividades económicas

Fuente. Autores del proyecto

Para empezar, se puede observar en la figura 1, que las actividades económicas que más auge poseen en la zona centro del municipio de Ocaña son las correspondientes a las prendas de vestir, piñaterías, misceláneas, droguerías, perfumerías y calzado, las cuales se identifican con los códigos 4771, 4769, 4719, 4773 y 4772 establecidos por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales “DIAN”, y estos representan el 28 %, 13 %, 11 % y 7 % respectivamente. Conviene resaltar que para unificar los resultados obtenidos, las actividades económicas fueron agrupadas en subsectores de acuerdo a sus características. Igualmente, en este sector se desarrollan otras actividades como el comercio de artículos de ferretería, muebles y

electrodomésticos, computadores, equipos periféricos y de telecomunicaciones que aunque en menor cantidad, también son representativas para el comercio de la región.

Por tanto, las empresas que ejercen estas actividades tienen gran importancia en el comercio de Ocaña, pues representa más del 50 % en esta zona y están sujetas a una de las tarifas del impuesto de industria y comercio, avisos y tableros más altas aplicadas al sector comercial en el municipio (Ver tabla 2).

Tabla 2

Tarifa para la actividad comercial

Código	Actividad comercial	Tarifa
201	Venta de alimentos y productos agrícolas en bruto, venta de textos escolares y libros	3 x mil
202	Venta de madera y materiales para la construcción, venta de automotores incluida las motocicletas	5 x mil
203	Venta de cigarrillos y licores, venta de combustibles y derivados de petróleo, venta de joyas, y venta de drogas y medicamentos, compraventas o casas comerciales	8 x mil
204	Demás actividades comerciales	5 x mil

Nota. La tabla muestra las tarifas aplicables a las actividades comerciales, según el Estatuto de Rentas del municipio de Ocaña. Fuente. Concejo Municipal de Ocaña (2009)

Es por ello que al 72,6 % de las empresas se les aplica la tarifa del 5 x mil y al 14,2 % el 3 x mil (Ver tabla 3), lo que conlleva a que el municipio obtenga recursos suficientes en este sector para su financiamiento e inversión.

Tabla 3*Tarifa aplicada a las empresas objeto de estudio*

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
3 x mil	27	14,2
5 x mil	138	72,6
8 x mil	25	13,2
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

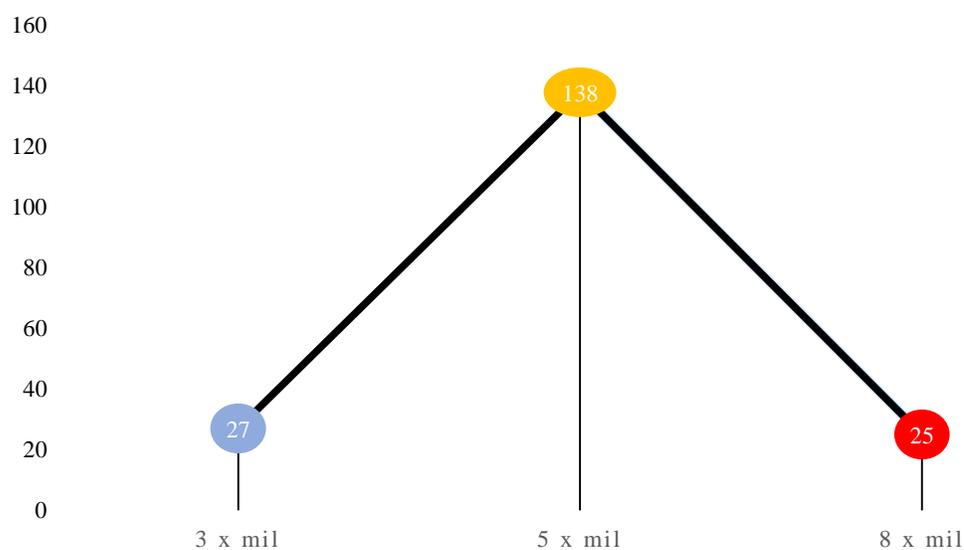


Figura 2. Tarifa aplicada a las empresas objeto de estudio

Fuente. Autores del proyecto

Del mismo modo, se puede evidenciar en la tabla 4, que el 31 % de los comerciantes opina que la tarifa estipulada por el Concejo Municipal de Ocaña es justa, tan solo 1 % dice que es baja y para más del 50 % esta tarifa es alta, lo que ocasiona que para el contribuyente sufragar esta obligación sea dificultoso.

Tabla 4*Opinión sobre la tarifa del impuesto de industria y comercio*

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Alta	98	51,6
Baja	2	1,1
Justa	59	31,1
No sabe cuánto le cobran	31	16,3
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

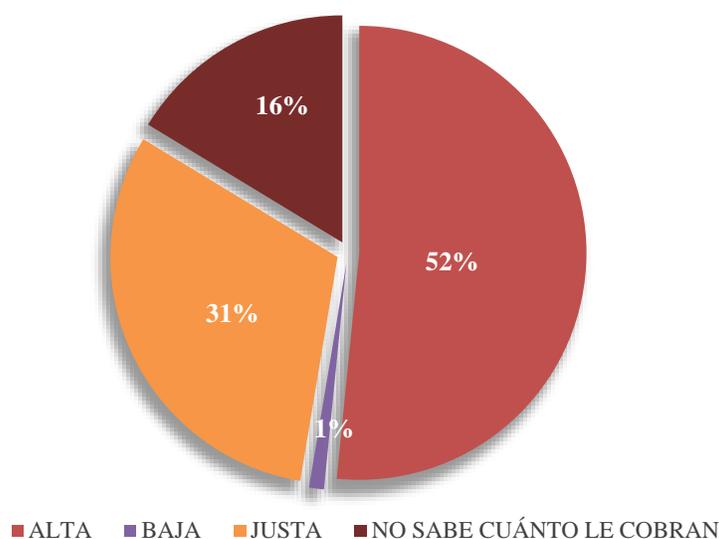


Figura 3. Opinión sobre la tarifa del impuesto de industria y comercio

Fuente. Autores del proyecto

Análogamente, la aplicación de la tarifa del impuesto predial se realiza de acuerdo a la destinación económica de las propiedades, para lo cual se tiene en cuenta la clasificación de los predios comerciales estipulado en el artículo 24, que dice: “Se entiende todas las construcciones en las cuales se venden, distribuyen y comercializan bienes y servicios”. De igual manera, esta

tarifa se establece de manera diferencial y progresiva, según la categoría o grupo para la liquidación del impuesto, como:

1. Los estratos socioeconómicos.
2. Los usos del suelo y destino, en el sector urbano y rural.
3. La antigüedad de la formación, o actualización catastral.

Así, la tarifa aplicada a los predios con uso comercial y de servicios en el área urbana del municipio es del 6,5 x mil; y de conformidad con la Ley 44 de 1990, las tarifas del impuesto predial unificado oscilan entre el 1 x mil y el 16 x mil del respectivo avalúo catastral (Concejo Municipal de Ocaña, 2009); por tal motivo, la tarifa aplicada a los comerciantes es relativamente baja en comparación a las demás, lo que indica que es un valor accesible para aquellos que son propietarios del inmueble (Ver figura 4).

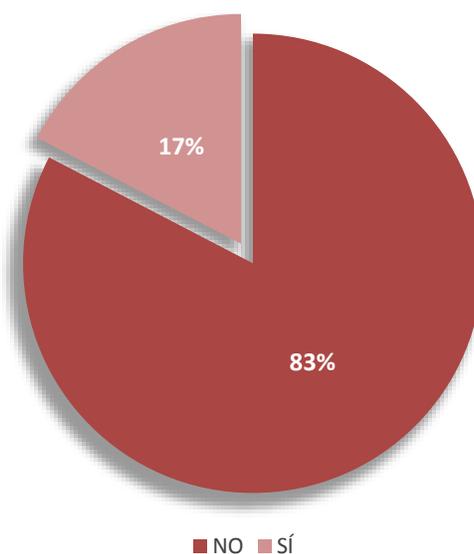


Figura 4. Propietarios del inmueble donde se ejerce la actividad económica

Fuente. Autores del proyecto

4.2 Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias

Para la ejecución del proyecto, se identificó la cantidad de empresas localizadas en el centro de Ocaña que pertenecen al régimen responsable y al régimen no responsable, con la finalidad de analizar el conocimiento que tienen de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado de acuerdo al régimen al cual pertenecen.

Debido a que una de las obligaciones del régimen responsable es llevar contabilidad según las normas contables vigentes (Gerencie, 2017), existe una mayor posibilidad de poseer un entendimiento más amplio en cuanto a los impuestos y demás términos contables.

Es necesario resaltar que, luego de la aprobación de la ley de financiamiento el pasado 19 de diciembre del 2018 en el Congreso, se introdujo cambios en el impuesto sobre las ventas. Entre ellos, la adición del párrafo 3 al artículo 437 del Estatuto Tributario, en el cual se menciona el nuevo término “responsables del IVA”, unificando de esta forma los términos “régimen simplificado” y “régimen común”.

Así mismo, a través del artículo 17 de la ley en mención, se establece la eliminación de todas las referencias a los regímenes simplificado y común, los cuales a partir de la reforma serán entendidos como “régimen de responsabilidad del impuesto sobre las ventas” (Actualícese, 2018). Por consiguiente, en la ejecución del proyecto se utilizaron los términos responsables y no responsables para identificar al régimen común y régimen simplificado, respectivamente.

Tabla 5*Regímenes tributarios de las empresas encuestadas*

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
No responsables	120	63,2
Responsables	70	36,8
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

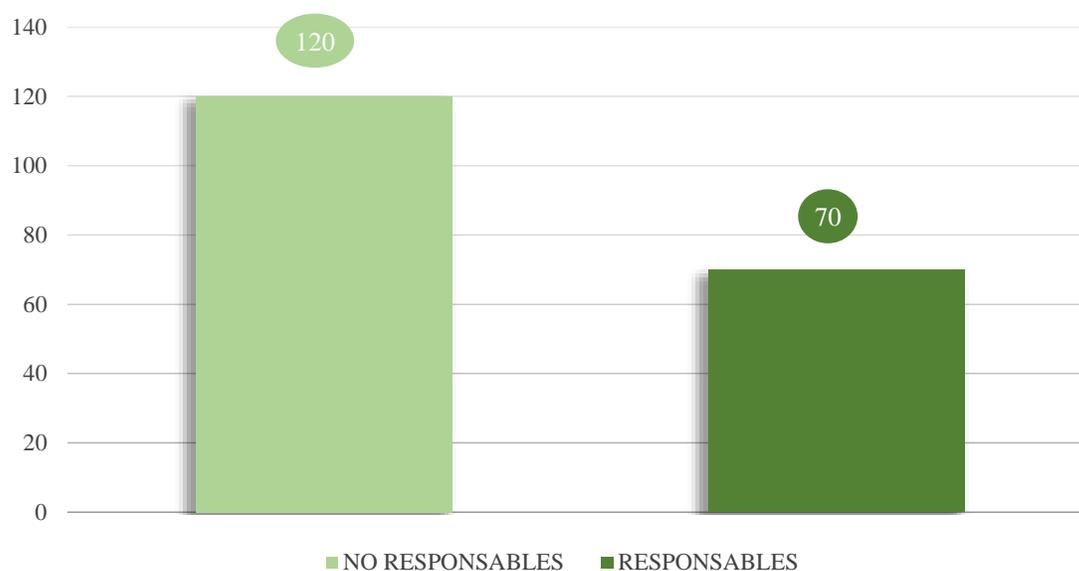


Figura 5. Regímenes tributarios de las empresas encuestadas

Fuente. Autores del proyecto

Como se puede apreciar en la figura 5, tan solo el 37 % son responsables del impuesto sobre las ventas, mientras que el 63 % no son responsables. Entendiéndose así, que la mayoría de empresas encuestadas no están obligadas a llevar contabilidad, por lo que es más probable que no tengan claro los conceptos relacionados a los impuestos municipales.

4.2.1 Conocimiento de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado. Alavi y Leidner (2003) citado por Flores (2005, p. 22) definen el conocimiento como “la información que el individuo posee en su mente, personalizada y subjetiva, relacionada con hechos, procedimientos, conceptos, interpretaciones, ideas, observaciones, juicios y elementos que pueden ser o no útiles, precisos o estructurales”. Por consiguiente, para establecer el nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias, en primer lugar, se tuvo en cuenta el grado de conocimiento que poseen los comerciantes en cuanto a los impuestos estudiados, de acuerdo a los regímenes a los que pertenecen.

Tabla 6

Grado de conocimiento frente al impuesto de industria y comercio y su complementario avisos y tableros

Rubro	Indicador	Frecuencia	Porcentaje
No responsables	Sí	92	48,4
	No	28	14,7
Responsables	Sí	61	32,1
	No	9	4,7
Total		190	100

Fuente. Autores del proyecto

Los resultados obtenidos se pueden apreciar en las tablas 6 y 7, donde se verifica que el régimen simple o no responsable conoce menos acerca de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado, frente al régimen responsable.

Tabla 7*Grado de conocimiento frente al impuesto predial unificado*

Rubro	Indicador	Frecuencia	Porcentaje
No responsables	Sí	80	42,1
	No	40	21,1
Responsables	Sí	50	26,3
	No	20	10,5
Total		190	100

Fuente. Autores del proyecto

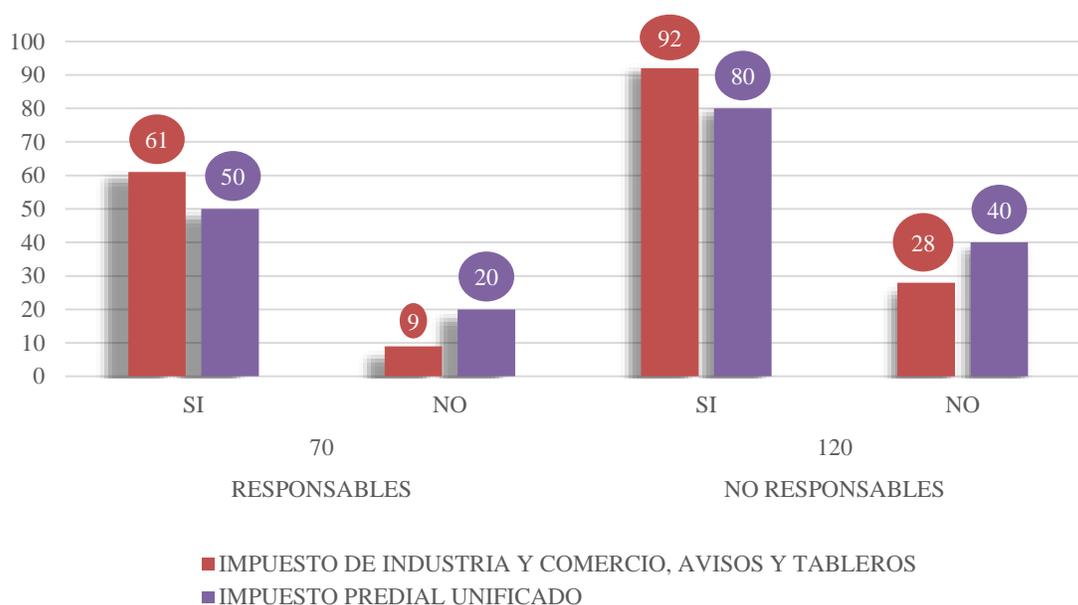


Figura 6. Grado de conocimiento de los comerciantes frente a los impuestos

Fuente. Autores del proyecto

Sin embargo, la mayoría de los comerciantes tienen un conocimiento claro de los tributos, pues, en cuanto al impuesto de industria y comercio y su complementario avisos y tableros, del total encuestados, 153 tienen bien definido el concepto, y respecto al impuesto predial unificado 130 comerciantes comprenden su significado. Esto permite analizar que los contribuyentes de la

zona centro están relacionados con los temas tributarios, por lo que están al tanto del tratamiento de estos impuestos.

4.2.2 Aceptación de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado. En segundo lugar, se determinó la aceptación que tienen los comerciantes de cumplir las obligaciones tributarias con el fisco, para darle continuidad al segundo objetivo específico planteado, mediante la verificación de la consciencia que poseen. Esto se demuestra en la tabla 8, donde el 98,42 % de los encuestados son conscientes del deber que tienen de pagar los impuestos y tan solo el 1,58 % no lo son. Así pues, según Bonilla (2014) “se busca, entonces, que la normatividad sea asimilada por los individuos y expresada en sus acciones. El contribuyente que acepta voluntariamente el pago lo hace por sí mismo y por la sociedad, más allá de si existe una sanción” (p. 23). Por esa razón, se puede concluir que la mayoría de los comerciantes asimila las responsabilidades que tienen para con el Estado al ejercer una actividad económica en la jurisdicción municipal, pues están haciendo uso de un espacio público para obtener beneficios lucrativos.

Tabla 8

Comerciantes conscientes del pago de los impuestos

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	187	98,42
No	3	1,58
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

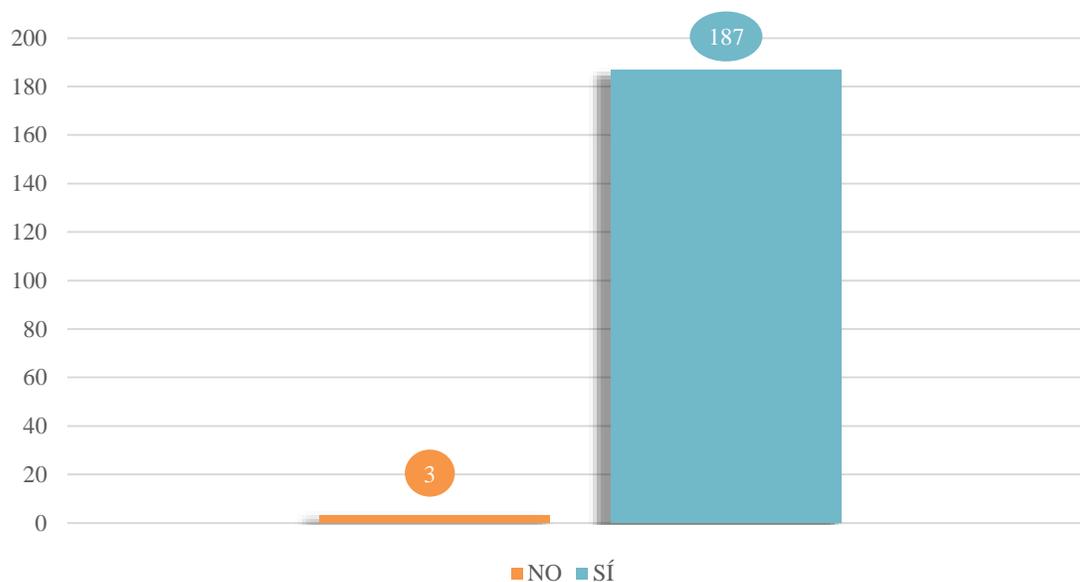


Figura 7. Comerciantes conscientes del pago de los impuestos

Fuente. Autores del proyecto

4.2.3 Compromiso en el pago de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado. Por último, para determinar el grado de responsabilidad de las personas que ejercen una actividad de comercio en la zona centro de Ocaña, se analizó el compromiso que tienen frente al pago de los tributos municipales.

Tabla 9

Compromiso frente al pago del impuesto de industria y comercio

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	189	99,5
No	1	0,5
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

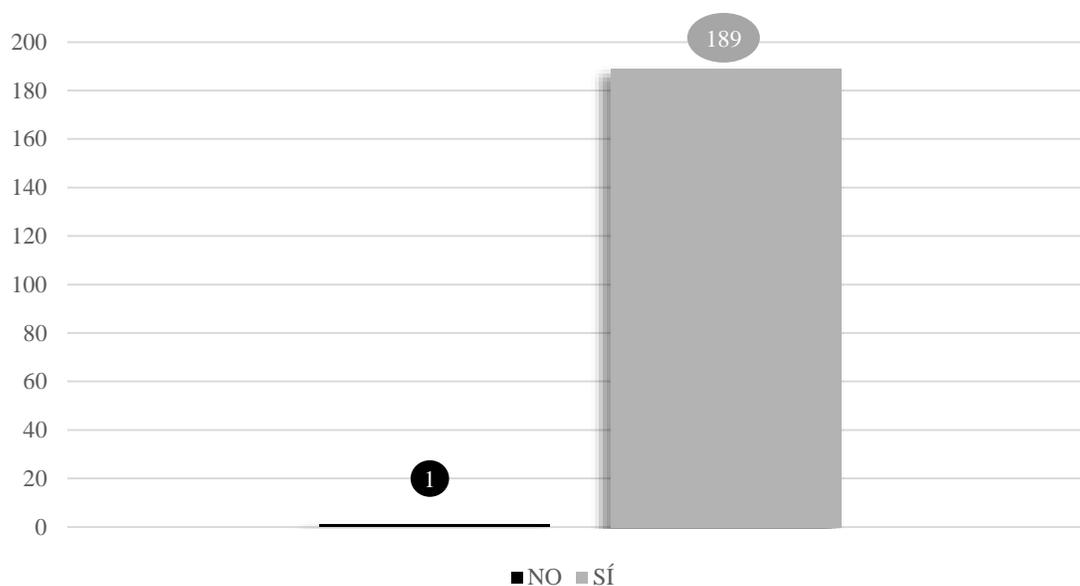


Figura 8. Compromiso frente al pago del impuesto de industria y comercio

Fuente. Autores del proyecto

Primero, en cuanto al impuesto de industria y comercio, avisos y tableros, se puede apreciar en la figura 8, que tan solo 1 comerciante no realiza el respectivo pago de este tributo, por lo que el 99,5 % sí lo realizan, demostrando así que los comerciantes están comprometidos en dar cumplimiento a esta obligación tributaria.

Tabla 10

Compromiso frente al pago del impuesto predial unificado

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	33	17,4
No	157	82,6
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

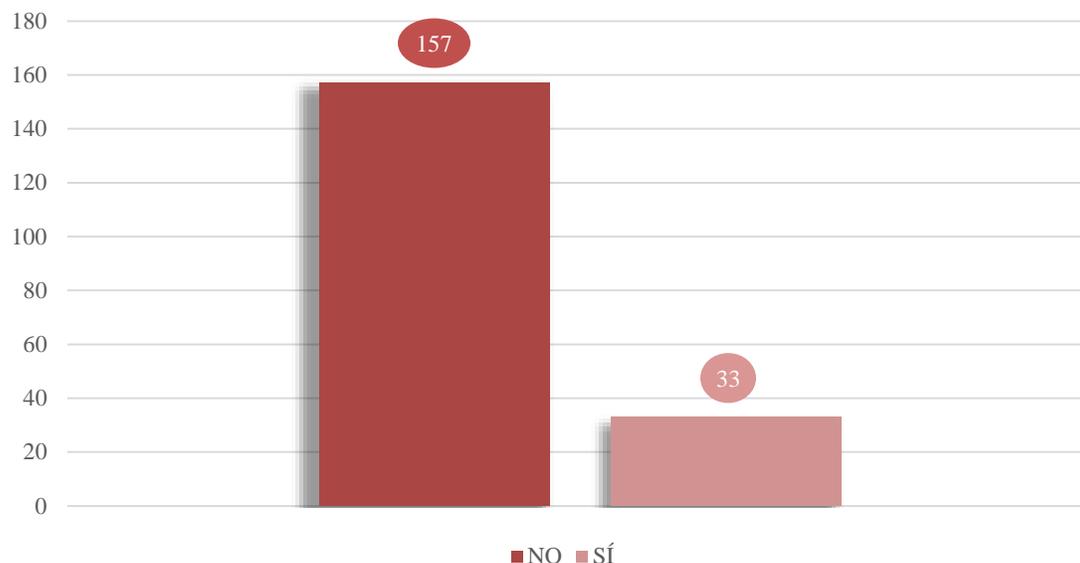


Figura 9. Compromiso frente al pago del impuesto predial unificado

Fuente. Autores del proyecto

Ahora bien, respecto al compromiso que tienen los comerciantes frente al pago del impuesto predial, se puede percibir en la figura 9, que el 82,6 % no realiza el pago del impuesto, debido a que no son propietarios del inmueble donde ejercen la actividad económica (Ver figura 4). Es decir, que los comerciantes dueños del local sí ejecutan el pago de manera oportuna y veraz, el cual hace referencia al cumplimiento dentro de las fechas estipuladas y al rechazo ante prácticas de evasión y elusión, evidenciando así un alto compromiso con la remuneración económica para con el municipio, al hacer un adecuado uso del suelo para llevar a cabo su objeto social (Bonilla, 2014).

4.2.4 Nivel de cumplimiento frente a los impuestos de industria y comercio y predial unificado. En resumen, luego de analizar el conocimiento, la aceptación y el compromiso de los comerciantes frente a los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial

unificado, se establecen los criterios (Ver tabla 11) para la determinación del nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Tabla 11

Criterios para la determinación del nivel de cumplimiento

Rubro	Alto	Medio	Bajo
Conocimiento	X		
Aceptación	X	X	
Compromiso	X	X	X

Fuente. Autores del proyecto

Teniendo en cuenta que para establecer el nivel de cumplimiento es necesario que haya un compromiso por parte de los contribuyentes, es así que el nivel bajo se conforma solo con cumplir con el pago de la obligación, para el nivel medio se requiere tener compromiso y asimilar la obligación, es decir, ser consciente del deber de tributar y para tener un nivel alto se demanda tener un conocimiento general de los impuestos, aceptar y ejecutar el pago de los mismos.

Tabla 12

Nivel de cumplimiento de los comerciantes frente al impuesto de industria y comercio

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Alto	152	80,9
Medio	34	18,1
Bajo	2	1,1
Total	188	100

Fuente. Autores del proyecto

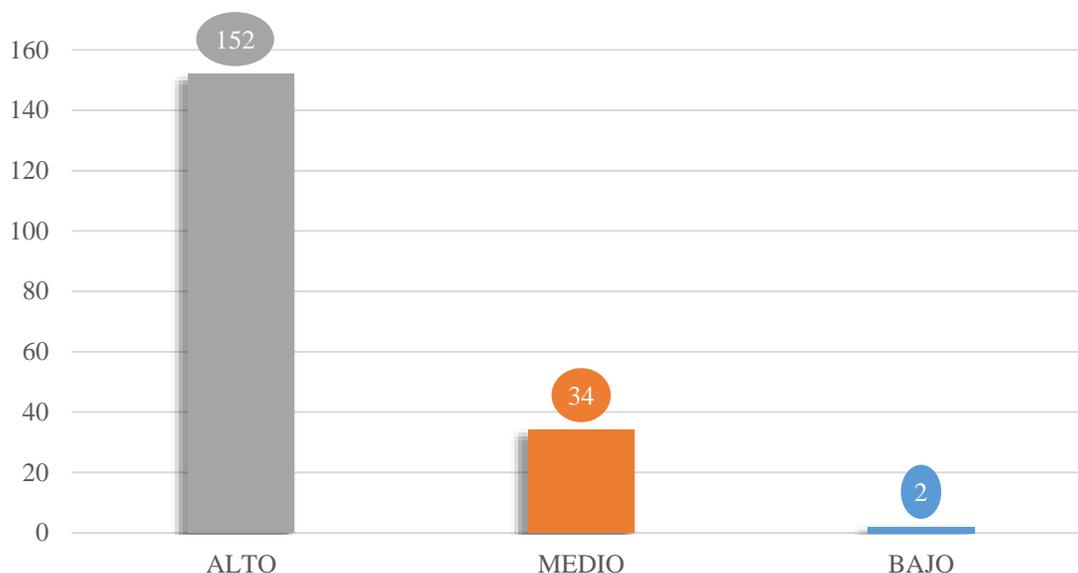


Figura 10. Nivel de cumplimiento de los comerciantes frente al impuesto de industria y comercio

Fuente. Autores del proyecto

De acuerdo a los criterios establecidos, se puede percibir en la figura 10, que 152 comerciantes tiene un nivel de cumplimiento alto, 34 aceptan y cumplen con el pago de los impuestos y 2 tienen un nivel de cumplimiento bajo, por tanto solo realizan el pago del impuesto sin tener conocimiento de ellos ni ser conscientes del deber que tienen al ejercer una actividad económica. Se especifica que de los 190 comerciantes encuestados, 2 no tienen un nivel de cumplimiento, pues no cumplen con ninguno de los criterios establecidos, debido a que uno solamente es consciente, es decir, acepta el pago del impuesto, y el otro conoce y cumple mas no es consciente del deber de tributar. De esta manera, se puede determinar que el 80,9 % de los comerciantes de la zona centro, al tener un nivel de cumplimiento alto, demuestran un compromiso en relación a los temas tributarios.

Tabla 13*Nivel de cumplimiento de los comerciantes frente al impuesto predial unificado*

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Alto	24	72,7
Medio	8	24,2
Bajo	1	3,0
Total	33	100

Fuente. Autores del proyecto

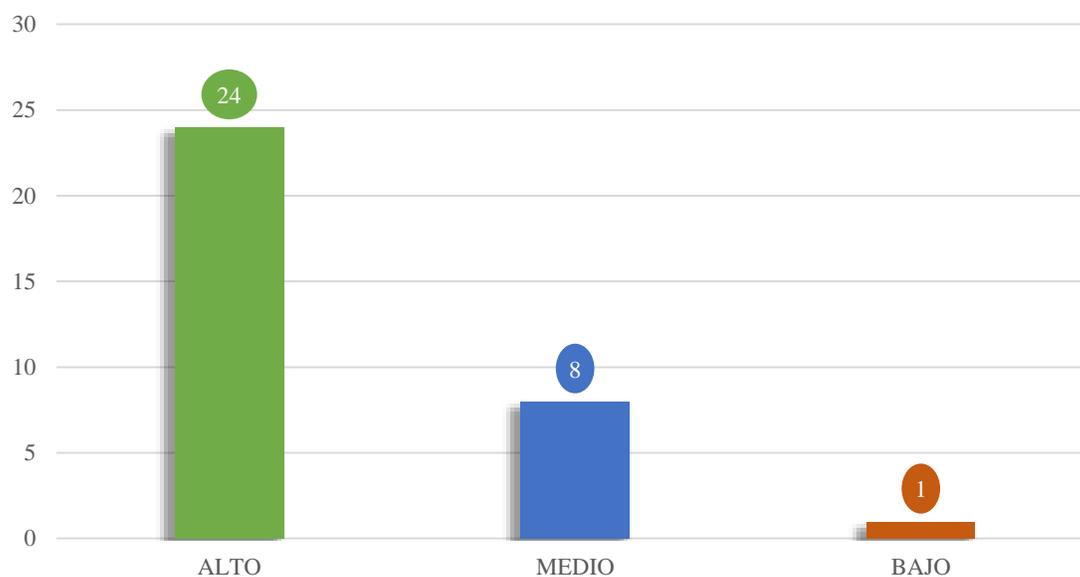


Figura 11. Nivel de cumplimiento de los comerciantes frente al impuesto predial unificado

Fuente. Autores del proyecto

Se puede apreciar en la tabla 13, que el 3 % de los comerciantes encuestados tienen un nivel de cumplimiento bajo, el 24,2 % está en la categoría media y el 72,7 % tiene un nivel de cumplimiento alto, es decir, que conocen el significado de los impuestos analizados, asimilan que son responsables de tributar y cumplen con el pago de estas obligaciones. Es necesario

resaltar que 33 comerciantes tienen un nivel de cumplimiento, puesto que son propietarios del inmueble y por ende son responsables del pago del impuesto predial (Ver figura 9).

4.3 Causas y factores del cumplimiento o evasión de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado

4.3.1 Causas del cumplimiento o evasión de los impuestos. Con el propósito de identificar los motivos por los cuales los comerciantes cumplen o evaden las responsabilidades tributarias con el municipio, fue pertinente conocer la argumentación que tienen frente al pago y evasión del impuesto de industria y comercio (Ver tabla 14).

Tabla 14

Causas del cumplimiento o evasión del impuesto de industria y comercio

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Beneficios sociales	7	3,7
Cumplimiento	65	34,2
Desconocimiento	1	0,5
Evitar sanciones	13	6,8
Obligación	104	54,7
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

Así mismo, fue menester identificar las causas del cumplimiento del impuesto predial unificado, puesto que el 100 % de los comerciantes propietarios del inmueble realizan el pago (Ver tabla 15).

Tabla 15*Causas del cumplimiento del impuesto predial unificado*

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Beneficios sociales	3	9,1
Cumplimiento	10	30,3
Evitar sanciones	2	6,1
Obligación	18	54,5
Total	33	100

Fuente. Autores del proyecto

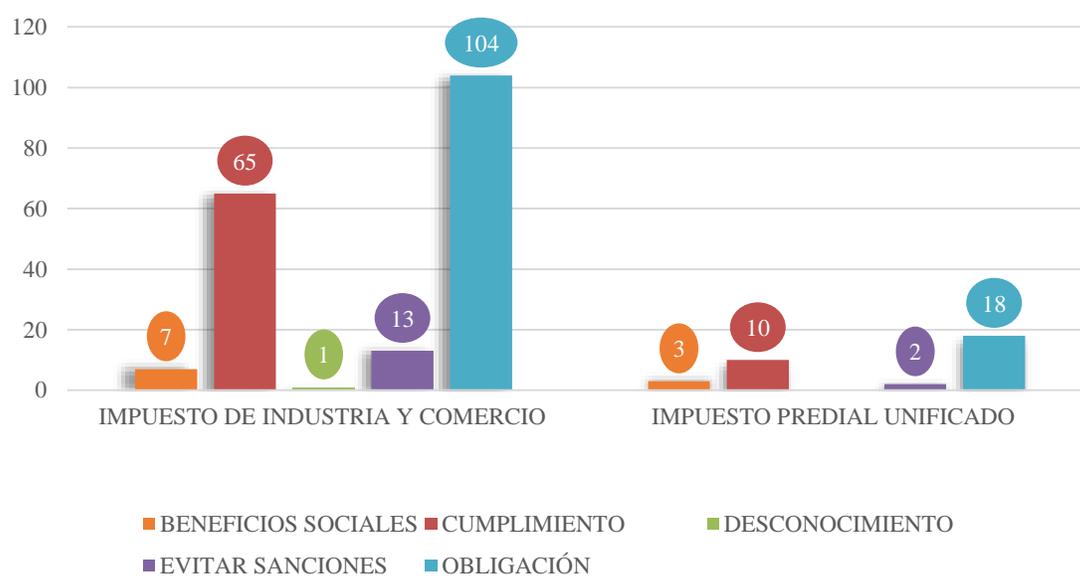


Figura 12. Causas del cumplimiento o evasión de los impuestos

Fuente. Autores del proyecto

En la figura 12, se puede percibir que tan solo 1 comerciante no realiza el respectivo pago del impuesto de industria y comercio, debido al desconocimiento que posee en cuanto a las obligaciones que tiene como comerciante, demostrando así que es esencial apropiarse de los temas tributarios al momento de comenzar un emprendimiento, para no llegar a tener algún

inconveniente económico, pues “el desconocimiento de la ley fiscal no exime de la obligación de cumplir con ella, y de las sanciones monetarias ocasionadas por no hacerlo” (Hermida, 2018).

Ahora bien, en cuanto a las causales de cumplimiento, se puede apreciar que la mayoría de los comerciantes pagan los impuestos por obligación; es decir, no de manera voluntaria, pues a pesar de que el impuesto es una imposición legal, por lo que representa una obligación, en las sociedades democráticas los ciudadanos deben ser conscientes de sus derechos y obligaciones, por ende, este se convierte en un compromiso autoimpuesto de los ciudadanos. Así, la finalidad de la cultura tributaria es que el impuesto como obligación se transforme en un autoimpuesto asumido por los contribuyentes como un compromiso social (Estrada, 2014).

Además, el 6,8 % y 6,1 % de los comerciantes pagan el impuesto de industria y comercio, y predial unificado para evitar sanciones, las cuales podrían perjudicar las actividades diarias de la empresa o, en llegado caso, al cierre temporal o definitivo del establecimiento. Pues, según Estrada (2014), “tradicionalmente se ha creído que el factor determinante del cumplimiento es la capacidad coercitiva de la autoridad fiscal, traducida en el temor del ciudadano a ser sancionado sino cumple con su obligación (llamada percepción de riesgo)” (p. 14).

Por esta razón, estos comerciantes no efectúan el pago de los tributos de manera voluntaria, lo que demuestra una falta de apropiación de la importancia de los impuestos, pues no lo perciben como un beneficio social, sino que lo realizan pensando en el bien individual mas no en el bien común, es decir, como una estrategia para poder ejercer la actividad económica.

Por el contrario, los comerciantes que realizan el pago para dar cumplimiento a la normatividad tributaria y para obtener beneficios sociales, los cuales representan el 37,9 % en relación al impuesto de industria y comercio y el 39,4 % respecto al impuesto predial unificado, demuestran sensatez en cuanto al deber que tienen de aportar económicamente los recursos que el municipio necesita para invertir en obras que beneficien a la comunidad en general, pese a que tan solo el 20 % es distribuido en pavimentación de vías, sector agropecuario, equipamiento municipal, acueducto y alcantarillado y grupos vulnerables; pues, los demás recursos son destinados a gastos de administración como pago de nómina y honorarios de los funcionarios públicos, ya que estos recursos son de libre destinación, tal y como afirmó el encargado del presupuesto público del municipio de Ocaña, Wilmar Bayona, (2019), en una entrevista realizada por los autores del proyecto.

También, junto a estas causales se debe considerar el nivel de cumplimiento (figura 10 y 11) para identificar la cultura tributaria de los comerciantes, es por esto, que aquellos que poseen un nivel de cumplimiento alto y pagan para dar cumplimiento y obtener beneficios tienen cultura tributaria.

Así pues, en la tabla 16 se puede apreciar que en cuanto al impuesto de industria y comercio el 32,1 % de los comerciantes tienen cultura tributaria y más del 50 % no lo realizan de manera voluntaria y consciente.

Tabla 16*Cultura tributaria de los comerciantes frente al impuesto de industria y comercio*

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	61	32,1
No	129	67,9
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

Igualmente, frente al impuesto predial, del total de comerciantes responsables del tributo tan solo el 33,3 % tienen cultura tributaria, pues su nivel de cumplimiento es alto y no realizan el pago por obligación ni para evitar sanciones, a diferencia del 66,7 %.

Tabla 17*Cultura tributaria de los comerciantes frente al impuesto predial unificado*

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	11	33,3
No	22	66,7
Total	33	100

Fuente. Autores del proyecto

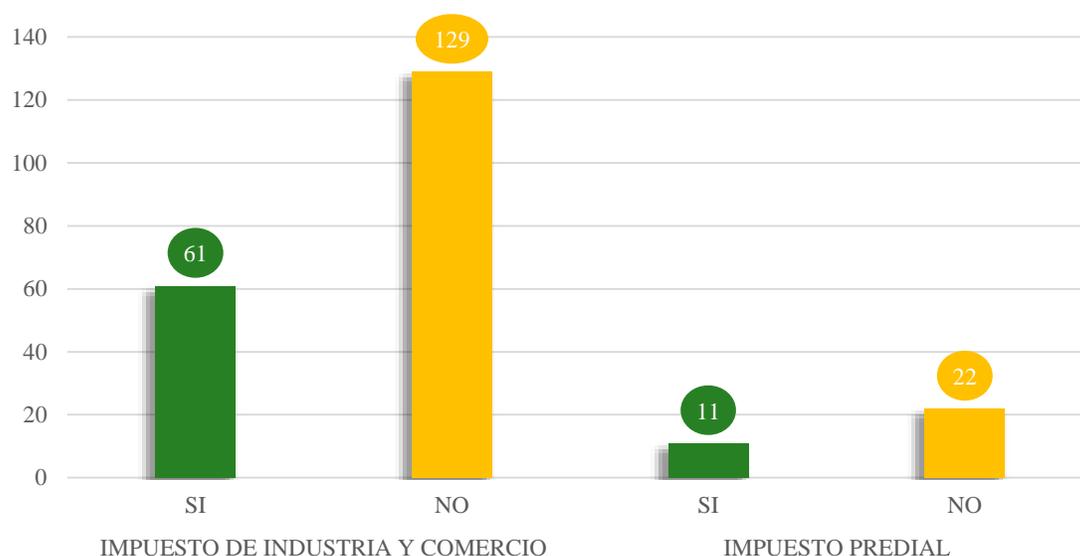


Figura 13. Cultura tributaria de los comerciantes ubicados en la zona centro

Fuente. Autores del proyecto

Finalmente, estos mercaderes no representan un porcentaje tan alto en la zona centro, frente a aquellos que no poseen cultura tributaria, esto quiere decir, que muy pocos confían en que los recursos recaudados por el municipio serán utilizados de manera adecuada en proyectos que retribuyan positivamente en el desarrollo de la región.

4.3.2 Factores que influyen en el pago de los impuestos. De acuerdo a las encuestas efectuadas se determinaron los factores que pueden intervenir en los comerciantes al momento de tributar, por lo tanto fue necesario indagar si han tenido inconvenientes con la Alcaldía Municipal, a su vez, conocer la opinión respecto a la implementación de programas que incentiven la cultura tributaria y saber si poseen conocimiento en relación a las estrategias utilizadas por el ente encargado para el recaudo de los impuestos.

Tabla 18*Comerciantes que han tenido inconvenientes con la Alcaldía Municipal*

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	4,7
No	181	95,3
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

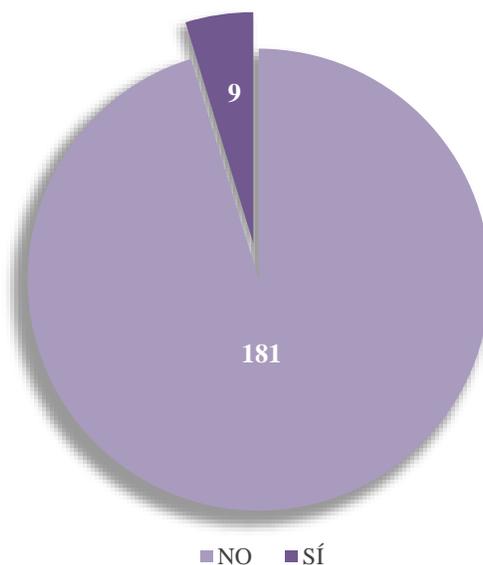


Figura 14. Comerciantes que han tenido inconvenientes con la Alcaldía Municipal

Fuente. Autores del proyecto

Un factor que ha influido en el pago de los impuestos, es haber tenido problemas con la Alcaldía, pues el 4,7 % se concientizó del cumplimiento de la obligación, ya que al no realizar el pago oportunamente les acarreó sanciones, por lo general de tipo monetario; puesto que algunas de las funciones de la Administración Tributaria son las de disuasión, coerción y sanción de las cuales derivan las acciones en materia de sensibilización, persuasión, concienciación y convencimiento acerca de la importancia de tributar (Estrada, 2014).

Tabla 19

Consideración de los comerciantes acerca de la implementación de programas para incentivar al pago de los impuestos

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	169	88,9
No	21	11,1
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

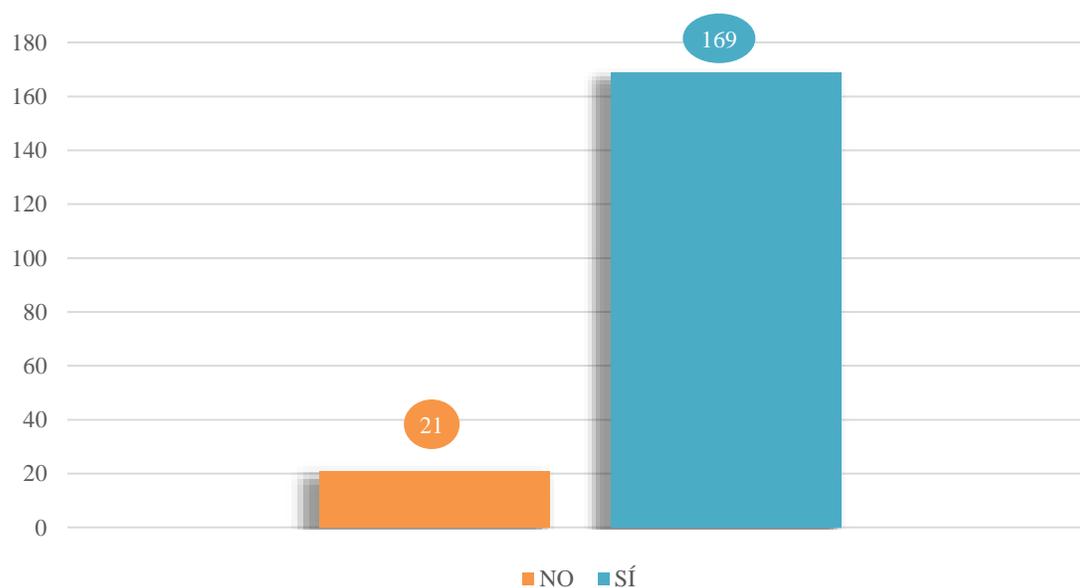


Figura 15. Consideración de los comerciantes acerca de la implementación de programas para incentivar al pago de los impuestos

Fuente. Autores del proyecto

Del mismo modo, se puede apreciar en la figura 15 que el 11,1 % de los comerciantes considera que la Alcaldía no debe implementar programas que incentiven el pago de los impuestos, debido a que ellos cumplen con la obligación tributaria y el 88,9 % opina que sí debe

hacerlo; sin embargo, para que esto ocurra es pertinente la implementación de programas de educación fiscal, debido a que “la cultura tributaria asume el compromiso de educar fiscalmente a la ciudadanía, facilitando el cumplimiento de las responsabilidades del contribuyente y haciéndolo consciente del buen uso de los bienes públicos” (Bonilla, 2014, p. 25).

Es así como lo ejecuta la Secretaría de Hacienda Distrital al intervenir en el Festival de Danza de Bogotá mediante la campaña de educación tributaria “El pago de mis impuestos da frutos”, llevando un mensaje de consciencia sobre la importancia del pago y el cuidado con los recursos públicos, o en la primera Feria de Servicios exclusiva para niños donde se recalcó los beneficios públicos que se derivan del pago de los impuestos, y en la Feria del Libro “FILBO” con la representación “César Ciudadano” para fortalecer la cultura tributaria con el acercamiento hacia la ciudadanía (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2019).

Por ende, es necesario que la Alcaldía Municipal no solo incentive el pago de los impuestos, sino que se concientice la importancia de los impuestos y el cumplimiento de las obligaciones, para que se cree un pensamiento de cultura tributaria.

Tabla 20

Conocimiento de los comerciantes acerca de las estrategias utilizadas por la Alcaldía Municipal para el recaudo de los impuestos

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Sí	69	36,3
No	121	63,7
Total	190	100

Fuente. Autores del proyecto

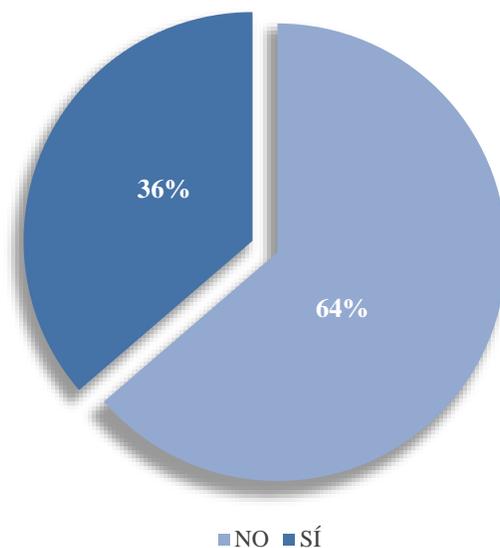


Figura 16. Conocimiento de los comerciantes acerca de las estrategias utilizadas por la Alcaldía Municipal para el recaudo de los impuestos

Fuente. Autores del proyecto

En último lugar, se determinó la cantidad de comerciantes que conocen las estrategias empleadas por la Alcaldía Municipal para el recaudo de los impuestos, pues de esta manera se evidencia la eficiencia de dichas estrategias; de ahí se puede percibir en la figura 16, que el 63,7 % no se percatan de los mecanismos al momento de tributar, donde la Administración Municipal a través de la Secretaría de Hacienda informa la gestión de los trámites y el inicio de los pagos, como se puede ver en la tabla 21 y 22, en la cual se especifican los porcentajes de los descuentos para el año en curso (Quintero, 2019).

Tabla 21

Porcentaje y fecha límite de pago del impuesto predial unificado

Fecha	Porcentaje
Del 08 de enero al 28 de febrero de 2019	20
Del 01 de marzo al 30 de marzo de 2019	15
Del 01 de abril al 30 de abril de 2019	10

Nota. La tabla muestra los descuentos otorgados para el pago del impuesto predial unificado, durante los primeros meses del año. Fuente. Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander (2019)

Tabla 22

Porcentaje y fecha límite de pago del impuesto de industria y comercio, avisos y tableros

Fecha	Porcentaje
Del 10 de enero al 28 de febrero de 2019	15
Del 01 de marzo al 30 de marzo de 2019	10
Del 01 de abril al 30 de abril de 2019	5

Nota. La tabla muestra los descuentos otorgados para el pago del impuesto de industria y comercio, durante los primeros meses del año. Fuente. Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander (2019)

De igual manera, el 36,3 % de los comerciantes sí tiene conocimiento de las estrategias usadas para el recaudo de los impuestos, de los cuales el 87 % afirma que se enteran de los descuentos por medio de vallas publicitarias instaladas en diferentes zonas estratégicas del municipio (Ver apéndice B), el 10,1 % a través de emisiones radiales y el 2,9 % mediante volantes entregados por funcionarios de la Alcaldía como se puede apreciar en la figura 17.

Tabla 23*Medios utilizados por la Alcaldía para el recaudo de los impuestos*

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Radio	7	10,1
Valla publicitaria	60	87,0
Volantes	2	2,9
Total	69	100

Fuente. Autores del proyecto

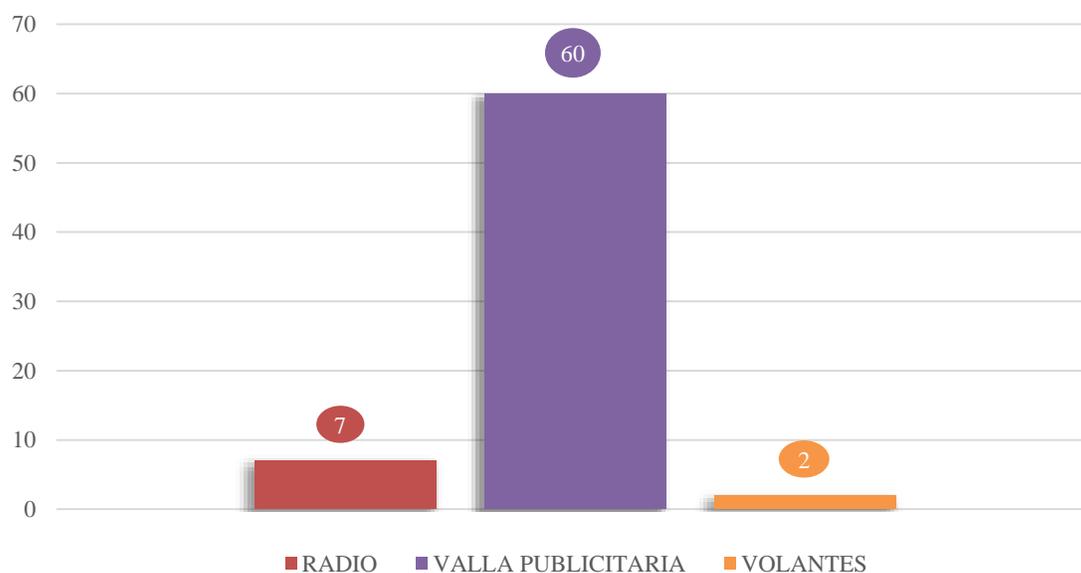


Figura 17. Medios utilizados por la Alcaldía para el recaudo de los impuestos

Fuente. Autores del proyecto

Lo anterior demuestra que el medio más efectivo para dar a conocer los mecanismos de recaudación son las vallas publicitarias, pues son un recurso que está visible a la ciudadanía en general por un periodo determinado.

Capítulo 5. Conclusiones

Para conocer la cultura tributaria de los comerciantes fue necesario tener un mayor conocimiento de la zona a analizar y las empresas pertenecientes; por lo cual se logró identificar las actividades comerciales más representativas del centro del municipio de Ocaña y sus características, tales como la tarifa aplicada a cada una de ellas y la opinión respecto a esta, en consecuencia se concluyó que la mayoría de las empresas se dedican al comercio de prendas de vestir, calzado, medicamentos farmacéuticos y artículos decorativos, las cuales representan más del 50 %, por tanto, es fundamental que posean cultura tributaria para que exista mayor apropiación en cuanto al cumplimiento voluntario de sus responsabilidades. Además, un porcentaje significativo de los comerciantes afirman que la tarifa del impuesto de industria y comercio es muy alta, sabiendo que se les destina un importe del 5 x mil, traduciéndose en la posibilidad de presentarse evasión en algún momento debido a la incapacidad de cubrir la obligación. Así mismo, se determinó que el 17 % de los comerciantes de esta zona son responsables del impuesto predial a los cuales se les aplica una tarifa del 6,5 x mil, lo que conlleva a que el municipio obtenga recursos suficientes para su sostenimiento.

Por otro lado, para la determinación del nivel de cumplimiento de los comerciantes se tuvo en cuenta el conocimiento, la aceptación y el compromiso en cuanto a los impuestos analizados, pues es un determinante para medir la cultura tributaria, de lo cual se pudo concluir que el 80,9 % y el 72,7 % de los contribuyentes tienen un nivel de cumplimiento alto en relación al impuesto de industria y comercio y predial unificado, respectivamente, pues obedecen con los criterios establecidos para su medición, esto traduce que un alto número de comerciantes de la

zona centro conocen los conceptos relacionados a los impuestos, son conscientes del deber que tienen con el municipio al ejercer una actividad económica y realizan los pagos establecidos en las fechas asignadas.

Con relación a las causas por las cuales los contribuyentes realizan el pago de los impuestos, se identificó que el 37,9 % en cuanto al impuesto de industria y comercio y el 39,4 % con respecto al impuesto predial unificado, lo ejecutan para cumplir con la tributación y para obtener beneficios sociales, lo que manifiesta la relevancia que tiene para los comerciantes realizar el pago de las gabelas municipales para el sostenimiento y desarrollo de la región.

Por consiguiente, teniendo en cuenta las causas del pago y el nivel de cumplimiento, se analizó la cultura tributaria de los comerciantes, de lo cual se concluyó que el 32,1 % tiene cultura tributaria frente al impuesto de industria y comercio y el 33,3 % referente al predial unificado. Por tanto, la cultura tributaria de los comerciantes ubicados en la zona centro de Ocaña es baja pues menos del 50 % de los contribuyentes realizan el pago de manera voluntaria y consciente.

Finalmente, de acuerdo a los factores que podrían influir en el pago de los impuestos se logró deducir que un bajo número de comerciantes han tenido inconvenientes con la Alcaldía; la mayoría, es decir, el 88,9 % dio a conocer la necesidad de crear programas que permitan educar tributariamente a los contribuyentes y por último se estableció que la estrategia más conocida para obtener información en cuanto al cobro de los impuestos son las vallas publicitarias, donde

se muestran los descuentos otorgados, demostrando una eficiente gestión por parte de la Alcaldía en el recaudo de los tributos por medio de la Secretaría de Hacienda Municipal.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se le aconseja a la Alcaldía Municipal de Ocaña realizar el recaudo de los impuestos de industria y comercio, su complementario avisos y tableros y predial unificado, por medio de cuotas durante los primeros meses del año, con el fin de facilitar a los contribuyentes con poca capacidad de pago poder sufragar estas obligaciones.

También, se le encomienda a la Alcaldía instaurar programas que eduquen a la ciudadanía en temas tributarios, como emisiones radiales, campañas educativas por medio de cartillas que reflejen la temática de los impuestos. Igualmente, se sugiere utilizar eventos públicos que permitan dar a conocer los conceptos y realizar capacitaciones a empresarios con la finalidad de sensibilizar la importancia de los impuestos e incrementar el nivel de cumplimiento de los comerciantes.

En último lugar, se recomienda hacer una destinación apropiada de los recursos mediante la creación de políticas que estipulen la inversión social de los impuestos de industria y comercio y predial unificado en obras que beneficien al sector comercial y a la comunidad en general, debido a que actualmente el 80 % de los ingresos obtenidos por estos rubros son destinados para financiar los gastos administrativos ya que estos son de libre destinación, esto con la finalidad de incentivar a los contribuyentes a realizar el pago voluntariamente y así generar una cultura tributaria.

Referencias

- Abondano, A., Peña, R. d., & Parada, M. M. (21 de Febrero de 2018). La importancia del impuesto predial para la igualdad en Colombia. *El Espectador*, pág. 1.
- Actualícese. (28 de Diciembre de 2018). *Actualicese.com*. Obtenido de Actualicese.com: https://actualicese.com/actualidad/2018/12/28/que-sucedera-con-el-regimen-simplificado-para-el-2019-con-la-ley-de-financiamiento/?fbclid=IwAR1MnfzJ6do-dwoUu2JlaQ6lgbj-NJP3328yfOCB9OxIAMo2UOzVr2I_2mA
- Alcaldía de Ocaña. (2018). *Manual Específico de Funciones*. Ocaña: Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (3 de Mayo de 2019). *Secretaría Distrital de Hacienda*. Obtenido de Secretaría Distrital de Hacienda: <http://www.shd.gov.co/shd/cultura-imp>
- Amaguaya, J. M., & Moreira, L. K. (2016). *La cultura tributaria y las obligaciones fiscales de los negocios informales de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación, Sexta Edición*. Caracas: Episteme.
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá, DC: Atenea Ltda.
- Bayona, W. (22 de Mayo de 2019). Destinación de los recursos de los impuestos de industria y comercio y predial unificado. (Y. L. Rizo, & I. Jaimes, Entrevistadores)
- Bonilla, E. C. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá. *Revista Ciudad. Estados Política*, 1.
- Bromberg, P. (2010). *Cultura tributaria como política pública*. Bogotá D.C.: Universidad Nacional de Colombia.
- Burga, M. E. (2015). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio Gamarra 2014*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Camacho, A. P., & Patarroyo, Y. T. (2017). *Cultura tributaria en Colombia*. Bogotá: Universidad Minuto de Dios.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (07 de Febrero de 2019). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 07 de Febrero de 2019, de Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/En-que-consiste-el-impuesto-de-industria-y-comercio>

- Cámara de Comercio de Ocaña. (9 de Noviembre de 2018). Comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña (Base de Datos). Ocaña, Norte de Santander, Colombia: Cámara de Comercio.
- Centro Interamericano de Administraciones Tributarias. (Mayo de 2015). *Consultor Jurídico*. Recuperado el 07 de Febrero de 2019, de Consultor Jurídico: <https://www.conjur.com.br/dl/modelo-codigo-tributario.pdf>
- Comercio Local. (26 de Diciembre de 2017). *comerciolocal.org*. Recuperado el 10 de Octubre de 2018, de *comerciolocal.org*: <http://comerciolocal.org/la-importancia-del-comercio-local/>
- Concejo Municipal de Ocaña. (Diciembre de 2009). Estatuto Tributario del Municipio de Ocaña, Norte de Santander. Ocaña, Norte de Santander, Colombia: Alcaldía de Ocaña. Obtenido de https://notinet.com.co/verdes_impuesto.php?taxesdep=5210
- Congreso de la República de Colombia. (27 de Marzo de 1971). Decreto 410 de 1971. Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Congreso de la República de Colombia.
- Congreso de la República de Colombia. (6 de Julio de 1983). Ley 14 de 1983. Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Congreso de la República de Colombia.
- Congreso de la República de Colombia. (18 de Diciembre de 1990). Ley 44 de 1990. Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Congreso de la República de Colombia.
- Congreso de la República de Colombia. (29 de Noviembre de 1994). Decreto 2626 de 1994. Bogotá D.C., Cundinamarca, Colombia: Congreso de la República de Colombia.
- Corte Constitucional. (26 de Febrero de 2003). *Corte Constitucional.gov.co*. Recuperado el 10 de Febrero de 2019, de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2003/C-155-03.htm>
- Cortés, M. (1965). Los sujetos de la obligación tributaria. *Dialnet*, 12.
- Delgado, M., & Angarita, M. (2014). *Analizar el comportamiento tributario de los comerciantes de la ciudadela norte de Ocaña Norte de Santander*. Ocaña: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
- Departamento Administrativo de Hacienda y Secretaría de Educación Municipal de Cali. (29 de Abril de 2015). Cartilla Cultura Tributaria. Cali, Valle del Cauca, Colombia: Lito Muñoz S.A.S.
- Díaz, F. d., & Lindemberg, A. H. (1 de Noviembre de 2014). *Educación Fiscal*. Recuperado el 15 de Febrero de 2019, de Educación Fiscal.org: <http://www.educacionfiscal.org/files/2016-08/cultura-contributiva-en-america-latina-livro-mexico.pdf>

- Economipedia. (06 de Diciembre de 2016). *Economipedia, Haciendo fácil la Economía*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2018, de Sitios web de Economipedia, Haciendo fácil la Economía: <http://economipedia.com/definiciones/obligacion-tributaria.html>
- Estrada, S. (2014). *Cultura tributaria: 50 preguntas y respuestas*. Guatemala: Superintendencia de Administración Tributaria. Obtenido de Educación Fiscal.
- Flores, M. (2005). Gestión del conocimiento organizacional en el taylorismo y en la teoría de las relaciones humanas. *Espacios*, 22.
- Gerencie. (23 de Octubre de 2017). *Gerencie.com*. Recuperado el 09 de Octubre de 2018, de Gerencie.com: <https://www.gerencia.com/impuesto-de-industria-y-comercio.html>
- Gerencie. (28 de Octubre de 2017). *Gerencie.com*. Obtenido de Gerencie.com: https://www.gerencia.com/obligaciones-del-regimen-comun-en-el-impuesto-a-las-ventas.html?fbclid=IwAR1_w5CagDGbMfgCiDzj63LMFd_G1XTVJfu-hVdbjZKjAVqfTdG-Iu1l_UE
- González, M. E. (2013). *Gestión de datos*. Barcelona: Editorial UOC.
- Hermida, C. H. (6 de Febrero de 2018). *Universo*. Obtenido de Universo: <https://www.uv.mx/prensa/general/desconocer-obligaciones-fiscales-no-exime-de-su-cumplimiento/>
- Iregui, A. M., Melo, L., & Ramos, J. (2005). El impuesto predial en Colombia: factores explicativos. *Revista de Economía del Rosario*, 26.
- La Opinión. (19 de Enero de 2018). 5 mil millones en cartera morosa en Ocaña. *La Opinión*, pág. 1.
- Mestas, F. K. (2017). *Nivel de cultura tributaria y su incidencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comerciantes del mercado internacional 24 de octubre de la ciudad de Juliaca periodo 2015*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Moya, E. J. (2014). *Elementos de finanzas públicas y derecho tributario octava edición*. Caracas: MobiLibros.
- Ortiz, L. G. (2016). *Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes en el mercado público del municipio de Ocaña frente al impuesto de industria y comercio*. Ocaña: Universidad Francisco De Paula Santander Ocaña.
- Páez, L. E. (22 de Junio de 2014). *Academia de Historia de Ocaña*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2018, de Sitios Web de Academia de Historia de Ocaña: <https://academiaocana.blogspot.com/2014/07/v-behaviorurldefaultvml.html>
- Portilla, J. R., & Bernal, W. N. (2017). *Diseño de base de datos*. Barranquilla : Universidad del Norte.

- PowerData. (26 de Mayo de 2016). *PowerData*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2018, de <https://blog.powerdata.es/el-valor-de-la-gestion-de-datos/que-es-un-gestor-de-datos-y-para-que-sirve>
- PSYMA. (4 de Noviembre de 2015). *Psyma*. Obtenido de Psyma.com: <http://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Quintero, S. D. (11 de Febrero de 2019). *Alcaldía Municipal de Ocaña*. Obtenido de Alcaldía Municipal de Ocaña: <http://www.ocana-nortedesantander.gov.co/noticias/con-descuentos-en-el-ano-2019-inicia-pagos-de-impuestos-424425>
- Ramos, A. J., & Remigio, Y. F. (2015). *La cultura tributaria como estrategia para disminuir la evasión fiscal en las empresas comerciales de la provincia de Huaura*. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Riveros, M. Y. (2017). *Como se debe implementar la cultura tributaria en Colombia*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Romero, D. (4 de Febrero de 2016). Así funciona el sistema tributario de Colombia y la Dian. *La República*, pág. 1.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación, Sexta Edición*. México, D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Secretaría de Hacienda Distrital. (2008). *Secretaría de Hacienda Distrital*. Obtenido de Secretaría de Hacienda Distrital.gov: <http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/contabilidad/ica.pdf>
- Secretaría Distrital de Hacienda. (07 de Febrero de 2019). *Secretaría Distrital de Hacienda*. Recuperado el 07 de Febrero de 2019, de Secretaría Distrital de Hacienda: <http://www.shd.gov.co/shd/glosario-contribuyentes>
- Solís, M. E. (02 de Febrero de 2013). Propuesta para el mejoramiento de la recaudación tributaria en materia de impuesto sobre las actividades económicas. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello .
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la Investigación Científica*. México D.F.: Limusa S.A. de C.V. Grupo Noriega Editores.
- Unesco. (2017). *Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de Unesco.org: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. (10 de Octubre de 2018). *ufpso.edu.co*.
Recuperado el 10 de Octubre de 2018, de ufpso.edu.co: <https://ufpso.edu.co/Mision-Vision>

Vásquez, M. d., & Jiménez, L. K. (2015). *Análisis del comportamiento tributario de los comerciantes en el sector del mercado público de la ciudad de Ocaña Norte de Santander*. Ocaña: Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTADURÍA PÚBLICA

Objetivo: Analizar la cultura tributaria de los impuestos de industria y comercio, avisos y tableros y predial unificado de los comerciantes ubicados en la zona centro del municipio de Ocaña, para la determinación del compromiso en el pago de las obligaciones tributarias.

1. ¿Qué actividad económica realiza la empresa según el código CIIU del registro único tributario? _____

2. ¿A qué régimen tributario pertenece?
 - Responsable
 - No responsable o simple

3. ¿Conoce usted qué es el impuesto de industria y comercio, y su complementario avisos y tableros?
 - Sí
 - No

4. ¿Es consciente del deber que tiene como comerciante de pagar el impuesto de industria y comercio, y su complementario avisos y tableros?
- Sí
- No
5. ¿Qué opina de la tarifa del impuesto de industria y comercio?
- Es alta
- Es baja
- Es justa
- No sabe cuánto le cobran
6. ¿Hace usted el respectivo pago del impuesto de industria y comercio, y su complementario avisos y tableros?
- Sí, ¿por qué?
- _____
- _____
- No
7. ¿Conoce usted qué es el impuesto predial unificado?
- Sí
- No
8. ¿Es propietario del inmueble donde ejerce la actividad de comercio?
- Sí
- No

9. ¿Hace usted el respectivo pago del impuesto predial unificado?

Sí, ¿por qué?

No

10. Si no realiza el pago del impuesto de industria y comercio, su complementario avisos y tableros y/o el impuesto predial unificado, ¿Cuáles son los motivos?

Desconocimiento

Porque no tiene la voluntad

No tiene capacidad de pago

Porque percibe corrupción

La Alcaldía no sensibiliza su importancia

No es propietario del inmueble

Otro ¿cuál? _____

11. ¿Alguna vez ha tenido problemas con la Alcaldía Municipal por no realizar el respectivo pago de los impuestos de industria y comercio, su complementario avisos y tableros y/o el impuesto predial unificado?

Sí

No

12. ¿Considera usted que la Alcaldía Municipal debe implementar programas para incentivar al pago de los impuestos municipales?

Sí

No

13. ¿Alguna vez ha tenido conocimiento de las estrategias utilizadas por la Alcaldía

Municipal para el recaudo del impuesto de industria y comercio, su complementario avisos y tableros y/o el impuesto predial unificado?

Sí, ¿Cuáles?

No

Apéndice B. Vallas publicitarias

**IMPUESTOS CON
DESCUENTOS**
TEMPORADA 2019

HASTA UN
20%*
DE DESCUENTO

PREDIAL E INDUSTRIA Y COMERCIO

APLICA PARA QUIENES ESTÉN AL DÍA AL 31 DE DIC DE 2018
DESCUENTOS HASTA EL 30 DE ABRIL DE 2019
ENTRE MAS PRONTO HAGA EL PAGO, MAS ALTO SERÁ
EL DESCUENTO

*APLICA PARA PREDIAL HASTA EL 28 DE FEBRERO DE 2019

SECRETARÍA
MUNICIPAL DE OCANA

OCANA
MUNICIPIO

