

**LA CULTURA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA PREVENIR EL
INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES EN EL SUPERMERCADO
AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO**

**YURI MERCEDES ALMENDARIS TIPAZ
SANDRA DEL CARMEN BURBANO GONZALEZ
ELIZABETH DEL ROSARIO SILVA CALPA**

**UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA**

**SAN JUAN DE PASTO
2022
LA CULTURA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA PREVENIR EL
INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES EN EL SUPERMERCADO
AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO**

**Propuesta de trabajo de grado, bajo la modalidad de monografía, presentada
como requisito parcial para optar al título de Contador Público**

**YURI MERCEDES ALMENDARIS TIPAZ
SANDRA DEL CARMEN BURBANO GONZALEZ
ELIZABETH DEL ROSARIO SILVA CALPA**

**Asesor
Mag. JULIO CESAR URBANO BOLIVAR**

**UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA**

SAN JUAN DE PASTO
2022
NOTA DE EXCLUSIÓN

El pensamiento que se expresa en esta obra es de exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG.

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, 12 de noviembre de 2022

Dedicatoria

*El presente trabajo es dedicado a mi Familia,
especialmente a mi Hija, quien es el motor de mi vida,
a mi Madre por su infinita bondad, a sus consejos,
sus palabras de aliento y apoyo incondicional,
a su fortaleza constante de soportar los
duros golpes de la vida.*

*A mi Padre quien en vida me enseñó a valorar
los resultados de un gran esfuerzo,
a los consejos recibidos antes de su partida,
a ser ejemplo y a quien elevo mis palabras para
expresarle que la semilla que sembró en mi corazón
de continuar con mi formación profesional ha dado fruto,
y seguirá presente en mi memoria su frase de aliento
constante en mis caídas “usted puede”.
Sé que desde el cielo me bendice y se siente orgulloso
del esfuerzo y disciplina con la que siempre acompañaba
los sueños que constantemente deseaba para mi vida.*

*Continuaré en la lucha para creer en mí y en la
posibilidad de alcanzar mis metas propuestas.*

Con todo mi amor y en consagración a ellos,

Sandra del Carmen Burbano González

Dedicatoria

*El presente trabajo va dedicado a Dios,
por sus bendiciones, por la fortaleza para culminar
con éxito mis metas propuestas y no desfallecer en
los diferentes obstáculos que se me presentaron.*

*A mi Hijo
por ser el motor en mi vida para lograr
terminar mi carrera profesional.*

¡Infinitas gracias!

Elizabeth del Rosario Silva Calpa

Dedicatoria

Dedico mi tesis a mi hermana y mi Cuñado por ser las personas que desde un principio apoyaron con mis estudios, siendo ellos como un cimiento de fortaleza semestre tras semestre y de esa manera lograr terminar mi carrera profesional.

Agradezco el apoyo de mis padres por estar en todos momentos y en especial a mi madre que con palabras de aliento en cada semestre estuvo pendiente de que continuará con mis estudios.

A mi pareja por sus consejos y su tiempo.

Finalmente, doy gracias a Dios por permitirme culminar mis estudios que no solo es mi felicidad sino también de todos aquellos que me apoyan en este bonito proceso de ser profesional.

En agradecimiento a ellos,

Yuri Mercedes Almendariz Tipaz

Agradecimientos

En primer lugar, damos gracias a Dios por todas las bendiciones recibidas, porque su amor y su bondad no tienen fin, nos permitió avanzar con fortaleza nuestros logros, en la Universidad.

A nuestros Padres que nos dieron la vida, nos inculcaron sus valores y principios morales para formarnos como personas de bien capaces de afrontar los problemas y apoyarnos incondicionalmente en nuestras decisiones.

A la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables por impartir los conocimientos y permitir convertirnos en profesionales y como remembranza a nuestro esfuerzo esta tesis que permanecerá dentro de los conocimientos y desarrollo de las demás generaciones que están por llegar.

A nuestras Familias por su amor y apoyo incondicional y acompañamiento en forjar este proyecto de vida.

Agradecemos al Profesor Jaime Gutiérrez por la motivación de iniciar nuestra formación en la carrera y en los momentos que sentimos desfallecer nos dió aliento y fortaleza para culminar con nuestro propósito.

A nuestro Asesor Magister Julio Cesar Urbano, a quien le debemos su tiempo, paciencia y dedicación para guiarnos en el proceso para culminar nuestra tesis de grado.

El camino no ha sido fácil, pero aseguramos que durante todo este tiempo vivimos con esfuerzo y responsabilidad, cada proceso de la investigación.

Gracias a la empresa Supermercado Amorel que facilitó la información para hacer posible el desarrollo del presente trabajo.

A todos ellos, les expresamos nuestra gratitud,

***Sandra del Carmen Burbano Gonzalez
Elizabeth del Rosario Silva Calpa
Yuri Mercedes Almendariz Tipaz***

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	23
1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN	25
1.2 LINEA DE INVESTIGACIÓN	25
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	25
1.3.1 Descripción del Problema	25
1.3.2 Formulación del Problema	26
1.4 OBJETIVOS	26
1.4.1 Objetivo General	26
1.4.2 Objetivos Específicos.	26
1.5 JUSTIFICACIÓN	26
1.6 VIABILIDAD	28
1.7 DELIMITACIÓN	29
2. MARCO REFERENCIAL	30
2.1 ANTECEDENTES	30
2.1.1 Antecedente internacional	30
2.2.2 Antecedente nacional	31
2.2.3 Antecedente Regional	32
2.2 MARCO CONTEXTUAL	33
2.2.1 Macrocontexto	33
2.2.2 Micro contexto	38
2.2.3 Reseña Histórica	40
2.3 MARCO LEGAL	41
2.3.1 Constitución Política de Colombia	41
2.3.2 Principios constitucionales tributarios	42
2.3.3 Imposición tributaria en Colombia	43
2.3.4 Normas tributarias colombianas.	44
2.3.4.1 Normas sobre racionalización tributaria	44
2.3.4.2 La Jurisprudencia en materia tributaria	45
2.3.5 Estatuto tributario	45
2.3.6 Pyme	46
2.4 MARCO TEÓRICO	47
2.4.1 Diagnóstico	47
2.4.3 Formular	49
2.5 MARCO CONCEPTUAL	61

3. METODOLOGÍA	64
3.1 PARADIGMA	64
3.2 ENFOQUE	64
3.3 MÉTODO	64
3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN	64
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	65
3.5.1 Población	65
3.5.2 Muestra	65
3.6 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	65
3.6.1 Fuente Primaria	65
3.6.2 Fuente Secundaria	65
3.7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	65
3.7.1 Aplicación de instrumentos de recolección de la información	66
3.7.2 Tabulación y sistematización de la Información.	66
3.7.3 Análisis e interpretación de resultados	83
4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	86
4.1 DIAGNÓSTICO DEL CONOCIMIENTO Y PAGO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO	86
4.1.1 Matriz MEFI.	86
4.1.2 Matriz MEFE	88
4.1.3 Matriz DOFA	90
4.2 ANÁLISIS DE LAS NORMAS Y PROCEDIMIENTOS TRIBUTARIOS EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO	95
4.3 FORMULAR DE ESTRATEGIAS Y ACCIONES DE CULTURA TRIBUTARIA PARA EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO	105
5. CONCLUSIONES	112
6. RECOMENDACIONES	113
BIBLIOGRAFÍA	114
ANEXOS	119

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Clasificación de acuerdo con el número total de trabajadores	46
Tabla 2. Clasificación de acuerdo con su actividad y expresado en UVT	47
Tabla 3. Análisis MEFI	86
Tabla 4. Análisis MEFE	89
Tabla 5. Matriz DOFA	92
Tabla 6. Matriz comparativa de normas y procedimientos tributarios de la empresa Supermercado Amorel	95
Tabla 7. Plan de acción	108

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Tabulación y sistematización de la Información	66
Cuadro 2. Estrategias y acciones	105

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. La carga tributaria está desbalanceada	36
Figura 2. Ventas de los Supermercados – Informe	37
Figura 3. Instalaciones Supermercado Amorel	41
Figura 4. Publicidad de Supermercado Amorel en redes sociales Facebook - Instagram	58

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Carta solicitud de Asesor de Tesis	121
Anexo B. Consentimiento informado para entrevista	123
Anexo C. Formato de Entrevista	124

RESUMEN ANALITICO DE ESTUDIO R.A.E

CÓDIGOS: N° NO26114 – N128117 – N127117

Programa Académico: Contaduría Pública

Fecha de elaboración: 12 de noviembre de 2022

Autores de la investigación: Yuri Mercedes Almendaris Tipaz
Sandra del Carmen Burbano González
Elizabeth del Rosario Silva Calpa

Asesor: Julio Cesar Urbano Bolívar

Título: La cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el Supermercado Amorel de San Juan de Pasto.

Palabras Claves: Cultura, Cultura tributaria, metodología, contribuyentes, ciudadanos, educación, tributo.

Descripción Del Problema: Supermercado Amorel es una empresa legalmente constituida en la ciudad de San Juan de Pasto, registrada ante la Cámara de Comercio con única sede en la capital nariñense, su objetivo comercial es suplir las necesidades de los consumidores, ofreciendo gran variedad de mercancías y productos; su actividad económica que además de ser generador de empleo, contribuye al crecimiento económico de la región.

Amorel de San Juan de Pasto, por su actividad económica es catalogada como responsable de IVA, cuenta con profesionales idóneos en materia tributaria quienes cumplen con las obligaciones como contribuyentes, sin embargo, es necesario conocer el grado de eficiencia en la gestión de la organización sobre cultura tributaria y su comportamiento frente a las obligaciones formales ante el estado.

Por lo tanto, se pretende establecer un sistema de cultura de orientación que este direccionado a la planeación estratégica de productividad y crecimiento de la organización tomando las obligaciones tributarias como la forma de contribución al mejoramiento al desarrollo del territorio colombiano.

Metodología: La metodología de investigación adherida a este trabajo de grado se fundamenta en la obtención de información necesaria y pertinente para poder alcanzar el objetivo planteado. Para ello se definió un paradigma positivista y un enfoque cuantitativo donde se tuvo en cuenta el comportamiento de la empresa como contribuyente ante la tributación con el Estado, relacionando la aplicación de

los valores democráticos en materia de impuestos, con el fin de analizar la actuación de la Empresa Supermercado Amorel frente al progreso y desarrollo de la región.

Sumado a esto, se utilizó un método deductivo y un tipo de investigación descriptivo que estuvo orientado hacia la caracterización de la cultura tributaria y de esta manera observar el comportamiento del supermercado Amorel como contribuyente frente al Estado. De igual manera se realizó una entrevista al Contador público, con el fin de elaborar un diagnóstico sobre el conocimiento de pago de obligaciones tributarias, analizar las normas y procedimientos tributarios y de esta manera formular una estrategia que aporte en acciones de la cultura tributaria en el Supermercado Amorel.

Conclusiones

- La fase de diagnóstico en toda investigación representa un elemento trascendental, en tanto que permite acceder a un conocimiento sólido y verídico respecto al fenómeno analizado. Igualmente, su grado de utilidad radica en que gracias a esta el grupo de investigación logra detectar y resaltar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que se anidan en torno al tema objeto de estudio, como sucedió al interior del Supermercado Amorel.
- Gracias al análisis de los procesos tributarios aplicados por la empresa objeto de estudio fue posible determinar que la planeación tributaria es fundamental para generar estrategias útiles en la gestión fiscal, haciendo que el Supermercado Amorel adopte un cronograma tributario y esté al día en el pago de impuesto y obligaciones tributarias. Sumado a esto, sobresale la necesidad de establecer una táctica que una los esfuerzos de la empresa mediante el fortalecimiento de vínculos institucionales públicas y privadas como la DIAN, el SENA, la Cámara de Comercio de Pasto, para crear líneas de capacitaciones, las cuales son necesarias para impartir conocimiento en cuanto a temas de impuestos, implementación de una educación en cultura de la contribución entre los empleados de la empresa, por mencionar algunos.
- Con las estrategias y las acciones de mejora plasmadas en el plan de acción propuesto se espera poder satisfacer adecuadamente las necesidades del supermercado, mientras se brinda una oportunidad y unas directrices que generen un cambio dentro de la misma, el cual permitirá perfeccionar sus procesos tributarios en aras de propender por el fortalecimiento de una verdadera cultura tributaria y una interiorización de los deberes ciudadanos en cada miembro que conforma la organización.

Recomendaciones.

- Socializar en la empresa el producto final resultante de la presente investigación, con el fin de que el gerente decida implementar las diferentes estrategias planteadas y así se logre llegar a comprender que la cultura tributaria es una herramienta de vasta importancia a la hora de prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el Supermercado Amorel.
- Crear una planeación tributaria para que la empresa pueda amortiguar los impactos financieros que conllevan las altas cargas tributarias, aplicando el conocimiento en cuáles son las leyes fiscales que rigen a la empresa, de la mano de la elaboración de un diagnóstico empresarial, identificando el impacto financiero de las leyes fiscales en la empresa.
- Conformar un comité que se encargue de implementar a cabalidad el plan de acción propuesto para el Supermercado Amorel, de modo que se materialicen cada una de las estrategias definidas, siguiendo el paso a paso establecido para tales efectos.
- Tener presente el manejo tributario para saber que impuestos están exonerados y ver qué beneficios tiene la empresa si se encuentra exenta de pagar impuestos, teniendo claro la contribución que se hace para el desarrollo del país.

Bibliografía

AMOREL, Centro. ¿Quiénes somos?, ¿Qué nos hace especiales?, (en línea). En: amorelpasto.com en Colombia (Pasto): 2017 (consultada: 30, agosto, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3prEmYX>

BASTIDAS MORÁN, Leny Maribel y VILLAREAL ORTEGA Viviana Alejandra. Análisis del comportamiento de los principales impuestos (predial unificado, sobre tasa a la gasolina e industria y comercio) en el municipio de Túquerres durante el periodo 2007-2012. Trabajo de grado para optar por el título de Economista. San Juan de Pasto: Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía, 2013. 150 p. <https://bit.ly/3E99ErG>

BEJARANO, Mauricio Joaquín. La evasión equivale a 30% del total de lo que se recauda de impuestos al año (en línea). En: larepublica.com en Colombia: 12, diciembre, 2019 (consultada: 12, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3C8bCrN>

BONILLA SEBÁ, Edna Cristina. La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá, (en línea). En: revista.unal.edu.co

en Colombia (Bogotá): 2014 (consultada: 30, marzo, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3CcGvv2>

CATARINA. Capítulo 2, Marco teórico, Qué es la estrategia. (en línea). En: [catarina.udlap.mx](https://bit.ly/3vAqfy) (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3vAqfy>

CAMACHO GAVILÁN Andrea Paola y PATARROYO CORONADO Yeimy Tatiana. Cultura Tributaria en Colombia. Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público. Bogotá: Universidad Minuto de Dios. Facultad de Ciencias empresariales. Programa de Contaduría Pública, 2017. 48 p. <https://bit.ly/3jsDTBX>

CEDEÑO CASTILLO, Leidy Marisela y TORRES CALLE, Mariela del Cisne. Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes del cantón girón para el año 2016. Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público auditor CPA. Cuenca: Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Contabilidad y Auditoría, 2016. 169 p. <https://bit.ly/3jvABho>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 590. (14, julio, 2020). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Diario Oficial, Bogotá, 2000 No. 44.078. 13p. <https://bit.ly/3jtS7Cs>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución Política de Colombia 1991, Capitulo V. Artículo 95. Diario Oficial. Bogotá, No. 51818. 10p. <https://bit.ly/3pqUxWo>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Sentencia C-397/11. (18, mayo, 2011). Libertad de configuración legislativa. D- 8304. Bogotá.53p. <https://bit.ly/3CcnAR1>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 624. (30, marzo, 1989). Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. Bogotá, Colombia. 397p. <https://bit.ly/3GeziwY>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 957. (5, junio, 2019). Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. Bogotá, Colombia. 7p. <https://bit.ly/3B8wyNY>

COHEN, E. y MARTÍNEZ, R. Concepto de formulación y evaluación de proyectos. (en línea). En: [ideaascompilativas.com](https://bit.ly/3b4okf2). 2010 (consultada: 01, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3b4okf2>

CONEXIONESAN. ¿Qué es la estrategia empresarial y cómo ella se relaciona con el BSC? (en línea). En: esan.edu.pe en Perú (Lima): 19. Junio, 2017 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3vAKwXP>

CRESPO LIÑAN, Eva. Qué son los tributo y tipos: impuestos, contribuciones y tasas (en línea) En: BBVA.com en Colombia: 28, agosto, 2020 (consultada 10, septiembre,2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bbva.info/3GfWeMo>

DIRECCIÓN EN IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES. Educación en Cultura Tributaria (en línea). En: dian.com en Colombia (Bogotá): 2000 (Consultada: 12, mayo, 2020). 84 p.

DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Plan estratégico 2014 – 2018. (en línea) En: dian.gov.co en Colombia: 2014 (consultada: 5, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3niJH21>

EDUCALINGO. Etimología de la palabra formular (en línea). En: educalingo.com (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m9hjA9>

EL PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Objetivos de desarrollo sostenible objetivo 4 y 8 (en línea). En: undp.org (en el mundo): 2010 (consultada: 30, marzo, 2020.). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m6a2kz>

FACEBOOK. Supermercados Amorel. (en línea). En: facabook.com en Colombia (Pasto): 2021 (consultada: 1 marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3noLEK6>

GARIZABAL, L. BARRIOS, I. BERNAL, O. y GARIZABAL, M. Estrategias de planeación tributaria para optimizar impuesto de los contribuyentes (en línea). En: revistaespacios.com en Venezuela: 21, abril, 2019 (consultada en: 5, marzo 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3pv5c28>

GUERRA, Silva. Comportamiento de las superficies de retail en Colombia (en línea) En: Scielo.com en Colombia (Barranquilla): noviembre, 2010 (consultada 22, agosto, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3m40mXJ>

GERENCIE. Guía laboral, impuestos, pensiones, comercial, civil. (en línea). En: gerencie.com en Colombia: 15, agosto, 2020 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3E4QGT1>

GOMEZ, I. y SALAZAR, J. Las cargas tributarias como impedimentos para el crecimiento de las pymes en Colombia. Trabajo de grado para optar por el título de

Abogado. Colombia (Cali). Pontificia Universidad Javeriana Cali. Facultad De Humanidades y Ciencias Sociales. Carrera De Derecho. 2016. 65p. <https://bit.ly/3C8gX2d>

HENRÍQUEZ, P. COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes? (en línea). En: iadb.org 2020 (Consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m6x0bf>

INSTAGRAM. Supermercados Amorel. (en línea). En: instagram.com en Colombia (Pasto): 2021 (consultada: 1 marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3noLEK6>

LOPEZ CAJAMARCA, Jaime Leonardo. Historia de los impuestos Colombia, (en línea). En: médium.com en Colombia: 31, mayo, 2017(consultada: 12, mayo, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3B5bzvd>

MARAÑA, Maider. UNESCO Exea, Cuaderno de trabajo N° 1 (en línea). En: Culturarecreacionydeporte.gov.co en Colombia (Bogotá): 2020 (consultada: 10, agosto, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3m5VrFF>

MIS ABOGADOS. Derecho Tributario (en línea). En: misabogados.com en Colombia: 20, junio, 2016 (consultada: 5, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3Cf2EsQ>

OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Estudios Económicos de la OCDE Colombia. Nota sobre la ley de financiamiento en Colombia (en línea). En: oecd.org en Colombia en 2017 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GeTjU3>

OBSERVATORIO FISCAL PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. Guía ciudadana a la tributación y el gasto público del Estado colombiano 2018. (en línea). En: docs.wixstatic.com en Colombia (Bogotá): 2018 (consultada: 6, mayo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3E2HVbS>

OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Estudios Económicos de Colombia (en línea). En: oecd.org en Colombia: octubre, 2019 (consultada: 12, mayo, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GdUWRP>

PRECEDEN. Historia del comercio en Colombia. Breve reseña sobre los principales periodos comerciales de Colombia. (en línea). En: preceden.com en Colombia 2021. (consultado 4, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GghKAs>

PRETTO, Albertina. Analizar las historias de vida: reflexiones metodológicas y epistemológicas. (en línea). En: Scielo.com en Italia: 4, octubre, 2011 (consultada: 01, febrero, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3Gi6aoK>

RODRIGUEZ, José Carlos. Cultura tributaria, propuestas y argumentos para argumentar la justicia fiscal. Primera Edición. Paraguay. Colon. 2011. 36p. <https://bit.ly/3b3axp3>

SAMANO, M. y RIVERA, R. Investigaciones socioambientales, educativas y humanísticas para el medio rural. Centro Estudio Rosales. Yucatán, México, Primera Edición. 2017. 388p. <https://bit.ly/3Bban9l>

SEMANA. Planeación Tributaria (en línea). En: semana.com en Colombia: 31, mayo, 2005 (consultada: 5, marzo, 2005). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3BjjPrX>

SITES. Historia de Nariño. Actividades Económicas de Nariño (en línea). En: sites.com en Colombia (Pasto): 13, julio, 2012. (consultada: 12, mayo, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3C7q5EI>

URBANO, D. Caracterización de las pymes colombianas y de sus fundadores: un análisis desde dos regiones del país. (en línea). En: icesi.edu.co en Colombia: 2019 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3vCbnCE>

VEGA, Juan Pablo. Ventas de supermercados sumaron \$43,4 billones a noviembre de 2016 (en línea). En: Larepublica.co en Colombia: 3, febrero, 2017 (consultada 12, mayo, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3vPHQFX>

VIDAL, E. Diagnostico organizacional, Evaluación sistémica del desempeño empresarial en la era digital. ECOE Ediciones. Chile. Segunda Edición. 2004. 352p. <https://bit.ly/3poZHCi>

INTRODUCCIÓN

La cultura tributaria es la manera de entender cómo se desarrolla ciertas conductas y actitudes por parte de las personas y organizaciones, enfocado al beneficio de un país y que cada persona pueda gozar de un bienestar y tener un libre desarrollo de personalidad. Como dice Bonilla¹, Se entiende por cultura el conjunto de normas enmarcada por la moral, actitudes, valores, conocimientos, lenguajes, costumbres y las mejores prácticas entre los seres humanos, es un factor determinante y está inmerso en el desarrollo del comportamiento, social y económico de una sociedad, sin dejar a un lado que la cultura, es un componente muy importante para el fortalecimiento de una sociedad, de un país en general.

Una vez identificado el concepto de cultura y rescatando las enseñanzas que los padres inculcan a los hijos, la cultura es innata en cada ser humano y por ende es muy fácil atribuirle en cada aspecto de nuestra sociedad, pero a la vez muy compleja, porque se pretende llevar la cultura a una sociedad liderada por la economía, el desarrollo, el lucro y el progreso. De antemano se conoce que el desarrollo de un país es generado por la producción de las empresas y los recaudos de los impuestos que se deben pagar al Estado.

Es aquí donde se destaca la importancia de la Cultura Tributaria en las organizaciones donde además de ser una obligación ante el estado es el aporte fundamental para el desarrollo. El sector empresarial representado por los comerciantes en cualquiera de sus modalidades, sus responsabilidades se enmarcan en dar a conocer al gobierno sus obligaciones como contribuyente y los aportes que hace al desarrollo de la región y el País.

La presente investigación realizó un análisis del conocimiento y pago de las obligaciones tributarias por parte de la empresa, para conocer como ha efectuado el tratamiento en cuanto al tema tributario y de esa manera entender su desarrollado económico a lo largo de su trayectoria en el mercado Nariñense, el objetivo fue analizar las normas y procedimientos tributarios conforme lo estipulado por la ley y de esa manera formular estrategias y acciones.

La propuesta se conforma de un capítulo, el cual se subdivide a su vez en varios subcapítulos, entre ellos el tema de investigación sobre cultura tributaria, como eje principal del desarrollo del presente trabajo, la línea de investigación enfocada a la gestión financiera, tributaria y corporativa que aborda temas relevantes sobre el comportamiento de la organización como contribuyente frente a sus obligaciones, también se describe el problema donde se establece la importancia de la realización

¹ BONILLA SEBÁ, Edna Cristina. La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá, (en línea). En: revista.unal.edu.co en Colombia (Bogotá): 2014 (consultada: 30, marzo, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3CcGvv2>

de la investigación para conocer las situaciones del por qué es importante tener una buena cultura tributaria, acorde con los valores democráticos para el cumplimiento de las obligaciones frente al estado, el trabajo se desarrollará mediante un objetivo general, estableciendo una estrategia de cultura tributaria que fue cumplido mediante 3 objetivos específicos a saber.

- Realizar un diagnóstico del conocimiento y pago de obligaciones tributarias en el supermercado Amorel de San Juan de Pasto, con el cual se pretende recolectar la información por medio de una entrevista al Contador Público de la organización con el fin conocer los procedimientos de tributación actuales, y de esta manera Analizar la realidad tributaria de la empresa y determinar el conocimiento en cuanto a su deber como contribuyentes.
- Analizar las normas y procedimientos tributarios en el supermercado Amorel de San Juan de Pasto solicitando al Contador la información pertinente respecto a los impuestos que están obligados a cumplir. Y de esta manera realizar una revisión documental para conocer los procedimientos que tiene el supermercado para desarrollar el tributo análisis de las normas de acuerdo con el estatuto tributario los impuestos que está obligado a declarar.
- Formular estrategias y acciones de cultura tributaria para el supermercado Amorel de San Juan de Pasto relacionados con el desarrollo del tema en investigación que permite en el trayecto de aprendizaje de la carrera, ampliar el conocimiento sobre este tema y ser transmitida a la organización como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales frente a las obligaciones tributarias que contribuyan al desarrollo de la región y el país.

1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

Cultura tributaria

1.2 LINEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión Financiera Tributaria y Corporativa

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Descripción del Problema. La cultura tributaria como una de las conductas que pretende evitar malas prácticas que se adopten por parte de la empresa en el intento de eludir una responsabilidad u obligación que tiene consigo mismo, con la comunidad, con el estado y el deseo de obtener beneficios particulares, el desconocimiento de las normas tributarias y la falta de una educación basada en la ética y en la moral.

Por las situaciones anteriormente mencionadas se hacen necesario analizar las normas y procedimientos que la empresa desarrolla en el conocimiento del tributo, para conocer como son distribuidos los recursos que se obtienen mediante la tributación que aportan, comprender la importancia de los tributos y aprender sobre las sanciones que implanta la administración tributaria.

Estas problemáticas, no permitirán que, en una economía dinámica, con relación a lo tributario desempeñen el papel fundamental de las decisiones de inversión y por ende el crecimiento futuro del país. En el no pago de las obligaciones tributarias repercute en que el país no va a tener recursos para tener una buena infraestructura vial, salud, en igual sentido si las organizaciones no acatan el pago respectivo de sus deberes tributarios, se verá expuesto a sanciones y penalidades que generan pagos adicionales no previstos en su presupuesto.

Por lo tanto, es necesario desarrollar una cultura tributaria, que permita a la empresa concebir las obligaciones tributarias como un deber que vaya acorde a los valores democráticos y de esta manera generar conciencia cívica respecto a la obligación tributario y así evitar el incumplimiento que permita a la región, disminuir los elevados índices de evasión y contrabandos existentes.

Debido a que el tributo es una ley que tiene el estado, se hace necesario establecer a cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales de la Empresa.

1.3.2 Formulación del Problema. ¿Cómo elaborar una estrategia de cultura tributaria, para prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el supermercado Amorel de san Juan de Pasto?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General. Establecer una estrategia de cultura tributaria para prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el supermercado Amorel de san Juan de Pasto.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Realizar un diagnóstico del conocimiento y pago de obligaciones tributarias en el supermercado Amorel de San Juan de Pasto.
- Analizar las normas y procedimientos tributarios en el supermercado Amorel de San Juan de Pasto.
- Formular estrategias y acciones de cultura tributaria para el supermercado Amorel de San Juan de Pasto.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la presente investigación se argumenta bajo la importancia que tiene la cultura tributaria en pro del desarrollo de la región nariñense, además es entendida como una conducta de actitudes por parte de cada persona; como dice Bonilla “Cultura tributaria como el conjunto de valores y actitudes que promueven el cumplimiento oportuno y veraz de las obligaciones tributarias que a cada persona le corresponden como deber y derecho ciudadano. 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”².

² Ibid., p. 21.

De acuerdo con la afirmación anterior, se concibe la cultura tributaria como el buen actuar de las personas que permite establecer un buen comportamiento y a las empresas como una responsabilidad al momento de tributar al país, el recaudo de impuestos que ayudan al país a progresar, para lograrlo es necesario en primera medida realizar un diagnóstico sobre el conocimiento de aspectos tributarios conducta donde sus valores, ética y moral sean fundamentales que como deber es una solidaridad social.

Es así como la cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el supermercado Amorel de San Juan de Pasto es fundamental, desde el momento de su constitución se encuentran dentro de un ámbito legal, es así como tributar ayuda de manera significativa a fortalecer el sistema tributario y estabilizar la economía y el desarrollo del país, y evitar sanciones, inhabilitaciones de licencias, clausuras de local, intereses.

Su compromiso también como empresa trae consigo una serie de responsabilidades como son: obligaciones tributarias. Independientemente de su tamaño se debe cumplir con pago de impuestos, y declaraciones de rentas por ingresos percibidos en el año inmediatamente anterior.

Del mismo modo, a través de la presente investigación referente a la cultura tributaria desarrollado en Supermercado Amorel, se pretende darles a conocer que además de alcanzar objetivos de tipo económico, es importante incluir unos retos en la organización que van a favorecer el desarrollo de un negocio sostenible a largo plazo acompañado de acciones de cumplimiento tributario para el crecimiento económico de la empresa y contribuir con el desarrollo del país para construir y generar riqueza, oportunidades de trabajo y bienestar. En el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD³ brinda diecisiete (17) objetivos de desarrollo sostenible, que permite tomar como referente estrategias empresariales como un conjunto de propuestas de tipo socio económico que pueden aportar la solución de problemas que afectan este sector como la inequidad, la pobreza y la exclusión, al mismo tiempo para la empresa en el desarrollo de esta investigación fortalecerá su gestión empresarial, que para el Supermercado Amorel los objetivos que enmarcan su principal actividad son viables tomar como referencia los objetivos 4, 8 con el fin de realizar un aporte al desarrollo económico sostenible de la región.

El objetivo 4 da a conocer que se debe garantizar una educación inclusiva equitativa y de calidad y de esa manera promover oportunidad de aprendizaje en la vida, para alcanzar un desarrollo sostenible. La educación proporciona a las personas herramientas necesarias para tener un futuro mejor.

³ EL PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Objetivos de desarrollo sostenible objetivo 4 y 8 (en línea). En: undp.org (en el mundo): 2010 (consultada: 30, marzo, 2020.). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m6a2kz>

El objetivo 8 tiene como mayor importancia promover el crecimiento económico y sostenible, en pro de generar empleo productivo, lo que se da entender con el objetivo, es que todas las personas puedan tener un empleo de calidad, y de esa manera reducir el desempleo y aumentar la productividad con el consumo

A través de estos objetivos que brinda El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, se pretende tomarlo como herramienta para el desarrollo de cultura tributaria en el ente económico como base de sensibilización, educación y confianza del empresario hacia el estado, como generador de entornos favorables para la inversión en infraestructura, oportunidad de formación en inversión para el empleo como calidad de vida para los colombianos, construir una sociedad más incluyente con menos pobreza y de oportunidades. Promover el crecimiento económico, además de ser una obligación como contribuyentes, es un desafío para los empresarios, porque es necesario recaudar los impuestos para solventar una necesidad colectiva, esto se realiza de manera voluntaria con los impuestos directos e indirectos de los ciudadanos, como base fundamental para captar recursos que corresponden de los impuestos fiscales generados por las ventas de los productos de bienes y servicios.

A través de la investigación, se pretende conocer el nivel de cultura tributaria que tiene la organización para el desarrollo de su objeto social, el interés del presente estudio se extiende al aporte de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera que permita generar estrategias para la organización, igualmente conocer e identificar la conducta que tiene el Supermercado Amorel con sus obligaciones tributarias frente al Estado. La selección del tema de investigación contribuirá al enriquecimiento de saberes y aportes educativos para el contribuyente respecto a sus obligaciones tributarias. Es importante reconocer que los avances en los conocimientos contables han sido el resultado de la aplicación de las metodologías en el mercado actual para la construcción y validación de los resultados que se obtendrán con el desarrollo de la presente investigación, a fin plantear una herramienta que contribuya al mejoramiento de la cultura tributaria que tiene la organización y las estrategias que se mencionarán para posicionarse en una economía dinámica y competitiva.

1.6 VIABILIDAD

El grupo de investigación ve viable la realización del presente estudio, inicialmente se cuenta con el conocimiento adquirido a lo largo de la carrera profesional, que se aplicará en el desarrollo del trabajo, el tiempo estimado para la finalización del trabajo está coordinado y determinado por la Universidad en un periodo de cuatro (4) semestres académicos, para el desarrollo del mismo se cuenta con carta de autorización por parte de la propietaria Marisol Patiño y colaboración del personal del área contable y financiera, donde al manifestar interés en el trabajo desarrollado

se dará a conocer el tema, que permitirá a la empresa tomarlo como referencia y para finalizar se cuenta con el apoyo y asesoría del personal docente Del programa de Contaduría Pública de la Universidad Cesmag.

1.7 DELIMITACIÓN

Este trabajo se realizará el supermercado Amorel de san Juan de Pasto, específicamente en el área contable para el periodo 2020-2021, mismo que se llevará a cabo en el primer semestre de 2022.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 Antecedente internacional.

Título: Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes del Cantón Girón para el año 2016⁴

Autores: LEIDY MARISELA CEDEÑO CASTILLO
MARIELA DEL CISNE TORRES CALLE

Institución: Universidad de CUENCA

Año: 2016

Objetivos específicos:

- Caracterizar y conocer la situación del contribuyente en cuanto a la comprensión de los beneficios y obligaciones de tener una buena Cultura Tributaria.
- Analizar cómo afecta la Cultura Tributaria de los diferentes tipos de contribuyentes del cantón Girón a la disponibilidad para tributar.

Conclusión: Este trabajo de grado realizado en el análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes del Cantón Girón para el año 2016, permitió establecer que los Contribuyentes tengan una alta percepción sobre la gestión e inversión de los recursos y siempre realicen prácticas tributarias correctas, esto no les hace estar más dispuestos a pagar impuestos, si no en que su aporte es para el progreso del desarrollo del país, se podría asumir que solo realizan contribución las personas que llevan control en su contabilización se podría asumir que lo hacen por temor a sanciones por parte de la Administración Tributaria.

Aporte: Esta investigación aborda información de análisis sobre cultura tributaria de los contribuyentes del Cantón Girón Ecuador para el año 2016, y por ende da a conocer cuál es el comportamiento internacional de los contribuyentes frente a la

⁴ CEDEÑO CASTILLO, Leidy Marisela y TORRES CALLE, Mariela del Cisne. Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes del cantón girón para el año 2016. Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público auditor CPA. Cuenca: Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Contabilidad y Auditoría, 2016. 169 p. <https://bit.ly/3jvABho>

tributación con el estado. El contenido de la investigación se toma como referencia para conceptualizar, analizar y demostrar que la cultura tributaria debe ser una conducta arraigada a los contribuyentes y los entes económicos con las obligaciones tributarias emanadas por el estado.

2.2.2 Antecedente nacional.

Título: Cultura tributaria en Colombia⁵

Autores: ANDREA PAOLA CAMACHO GAVILÁN
YEIMI TATIANA PATARROYO CORONADO

Institución: Universidad minuto de Dios

Año: 2017

Objetivos específicos:

- Identificar las estrategias y acciones que el contribuyente tiene frente a la cultura tributaria en Colombia.
- Determinar los factores que influyen en el contribuyente y que están
- Relacionados con la percepción de la cultura tributaria en Colombia.
- Definir las consecuencias que desencadena el comportamiento del contribuyente en relación con la cultura tributaria en

Conclusiones: Este trabajo de grado realizado como análisis de la cultura tributaria en Colombia, permitió establecer el comportamiento y perfil de los contribuyentes frente a la tributación en el país, como herramienta fundamental que permite al estado generar un desarrollo económico, social, cultural y político, pues sus aportes económicos de obligatorio cumplimiento según las normas establecidas el contribuyente desde su inicio y etapa de crecimiento debe adquirir valores que le permitan crecer como una persona honesta, de igual manera el contribuyente al adquirir una cultura tributaria debe estar en constante actualización de la información para que sus actuaciones frente a la misma sean de acuerdo a procedimientos tributarios que se encuentren vigentes.

⁵CAMACHO GAVILÁN Andrea Paola y PATARROYO CORONADO Yeimy Tatiana. Cultura Tributaria en Colombia. Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público. Bogotá: Universidad Minuto de Dios. Facultad de Ciencias empresariales. Programa de Contaduría Pública, 2017. 48 p. <https://bit.ly/3jsDTBX>

Aporte: Esta investigación se tomó como base, pues aborda información de cultura tributaria del País de Colombia y por ende brinda de manera clara el comportamiento de los contribuyentes frente a la tributación con el estado. El contenido de la investigación es claro para realizar el desarrollo del presente trabajo.

2.2.3 Antecedente Regional.

Título: Análisis del comportamiento de los principales impuestos (predial unificado, sobretasa a la gasolina e industria y comercio) en el municipio de Túquerres durante el periodo 2007-2012⁶

Autores: LENY MARIBEL BASTIDAS MORÁN
VIVIANA ALEJANDRA VILLARREAL ORTEGA.

Institución: Universidad de Nariño

Año: 2013

Objetivos específicos:

- Analizar el comportamiento del Impuesto Predial Unificado en el Municipio de Túquerres durante el periodo 2007-2012.
- Analizar el comportamiento del Impuesto de Industria y Comercio en el Municipio de Túquerres durante el periodo 2007-2012.
- Analizar el comportamiento del Impuesto de Sobretasa al Consumo de Gasolina en el Municipio de Túquerres durante el periodo 2007-2012.
- Analizar las características del recaudo de los principales impuestos (Predial Unificado, Sobretasa a la Gasolina e industria y Comercio) en el Municipio de Túquerres durante el periodo 2007-2012.
- Formular estrategias para mejorar el recaudo tributario en el Municipio de Túquerres.

Conclusiones: Este trabajo de grado realizado como análisis del comportamiento de los contribuyentes frente a impuestos específicos como son el impuesto predial

⁶ BASTIDAS MORÁN, Leny Maribel y VILLAREAL ORTEGA Viviana Alejandra. Análisis del comportamiento de los principales impuestos (predial unificado, sobre tasa a la gasolina e industria y comercio) en el municipio de Túquerres durante el periodo 2007-2012. Trabajo de grado para optar por el título de Economista. San Juan de Pasto: Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía, 2013. 150 p. <https://bit.ly/3E99ErG>

unificado, impuesto de industria y comercio, sobretasa a la gasolina, inciden de manera negativa en las inversiones que pretende realizar el gobierno en el municipio, además el recaudo es muy bajo, lo cual evidencia la falta de cultura tributaria respecto al desarrollo y progreso de la región, ya que esto ha desencadenado una serie de dificultades en la administración pública en el recaudo de los impuestos porque no ha sido suficiente y por ende se ve obligado el municipio de Túquerres a endeudarse en un futuro para cubrir necesidades de inversión pública.

Aporte: Esta investigación se tomó como base, pues aborda información de análisis del comportamiento de los principales impuestos que influyen en la cultura tributaria del municipio y en el comportamiento de los contribuyentes frente a la tributación con el estado. El contenido de la investigación es útil para realizar el desarrollo del presente trabajo.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

2.2.1 Macrocontexto. A partir del periodo colonial Colombia se ha caracterizado por tener directivas de España. El País ha estado en la búsqueda de recursos que conlleve al comercio por medio de intercambio de bienes y servicios para lograr una forma comercial fundamental en las finanzas. En este periodo el país carecía del comercio activo sumado a una política impositiva por parte de la autoridad española causas que motivaron el inicio de la independencia.

La economía en el siglo XIX durante el “federalismo” la economía se basó en las exportaciones de productos primarios como lo fueron tabaco y añil donde no era muy rentable, en 1885 el país conoció un periodo de estabilidad y así dar paso a la modernización a partir de la reforma financiera en 1923 elaborada por la misión Kemmerer la economía mantuvo cierta estabilidad que le permitió estar entre las economías más sólidas de América latina. Después de la segunda guerra mundial Colombia mantuvo niveles de inflación tolerables aun cuando llegó al 36% anual en la década de los 70⁷

La apertura económica a principios del neoliberalismo da una iniciativa individual y libre a la competencia del mercado y así superar el desarrollo socioeconómico, con ello se genera la crisis de la deuda externa donde países latinoamericanos se vieron obligados al cambio de un modelo económico, en Colombia desde mucho tiempo ha estado en la búsqueda de perfeccionar las condiciones económicas y busca la mejora de recursos fiscales lo cual ha llevado a realizar muchas reformas

⁷ PRECEDEN. Historia del comercio en Colombia. Breve reseña sobre los principales periodos comerciales de Colombia. (en línea). En: preceden.com en Colombia 2021. (consultado 4, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GghKAs>

tributarias, en el siglo XXI se ha logrado importantes avances en termino de comercio con la firma del TLC.

Para Colombia la búsqueda de recursos fiscales ha conllevado a varias reformas tributarias cada vez con mayor periodicidad de esta manera se puede afirmar que Colombia es el país con más reformas tributarias y gravámenes elevados sin embargo en la práctica no se ha logrado los resultados esperados debido a diferentes mecanismos de evasión y elusión este comportamiento da origen de intervenir en la estructura tributaria que se ha formado a través de los años de tal manera que hoy se cuenta con impuestos de carácter nacional departamental y municipal y de qué manera desarrollar una buena cultura tributaria.

Para hablar de cultura tributaria es relevante conocer el concepto de los dos términos que conforman el tema de investigación, según la UNESCO define cultura como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo⁸.

El segundo término según Eva Crespa Liñán define Tributo como un tipo de aportación que todos los ciudadanos deben pagar al estado para que este los redistribuya de manera equitativa o de acuerdo con las necesidades del momento, exceptuando algunos casos, los tributos se pagan mediante prestaciones monetarias y se pueden agrupar en tres categorías: impuestos, contribuciones y tasas.⁹

La tributación está sujeta a determinados hechos relevantes que marcan la evolución económica de Colombia como dice Jaime Leonardo López Cajamarca “El tributo ha venido siendo parte de las sociedades organizadas como una forma de contribución por parte de los habitantes de una sociedad a el estado, rey, señor feudal, soberanos, o figura de autoridad y control a quien se le debiera rendir tributo, estos impuestos han venido siendo el producto de guerras, la religión cuyos fines eran asuntos ceremoniales, contribuciones para las batallas, y el mejoramiento de la sociedad, hasta llegar a convertirse en un sistema mucho más estructurado y

⁸ MARAÑA, Maider. UNESCO Exea, Cuaderno de trabajo N° 1 (en línea). En: Culturarecreacionydeporte.gov.co en Colombia (Bogotá): 2020 (consultada: 10, agosto, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3m5VrFF>

⁹CRESPO LIÑAN, Eva. Qué son los tributo y tipos: impuestos, contribuciones y tasas (en línea) En: BBVA.com en Colombia: 28, agosto, 2020 (consultada 10, septiembre,2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bbva.info/3GfWeMo>

organizado que busca el beneficio y el bien común para todos los habitantes de la sociedad”¹⁰.

El componente del sistema tributario se encuentra estrechamente relacionado con la cultura y evolución de las sociedades, por ende, el trabajo como objeto de estudio de La Cultura Tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el Supermercado Amorel de San Juan de Pasto, forma parte del desarrollo económico de Colombia, ya que a través de la modalidad de autoservicio con la venta de gran variedad de productos de consumo masivo, una parte de sus ingresos operacionales serán recaudados por la Dirección de Impuestos Nacionales DIAN y formarán parte de las arcas nacionales en beneficio del desarrollo y progreso del país. “En la historia económica colombiana importantes empresarios tuvieron gran influencia en la creación de establecimientos comerciales como hipermercados, supermercados y mercados populares. El primer gran creador del formato de supermercado en el país fue don José Carulla Vidal, quien brindó a sus clientes calidad en los productos que vendía en "El escudo catalán", nombre con el que bautizó originariamente su negocio”¹¹

Actualmente el número de supermercados ha crecido sustancialmente, donde los colombianos tienen gustos y preferencias dónde realizar sus compras y los supermercados a su vez proporcionan diversidad de productos, estrategias de mercado y competencia de precios para atraer clientes que se convertirán en dinero y por ende en ingresos operacionales para la organización que finalmente se distribuirán legalmente entre la empresa y el estado, valores proporcionales que justificarán el aporte al crecimiento económico de la empresa y del país.

Los supermercados en Colombia son unas organizaciones relevantes en el desarrollo económico y un gran receptor de dinero, por lo tanto, se ve necesario ser vigilado y controlado en cuanto a recaudación de impuestos se refiere. La participación de Colombia en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que tiene como propósito promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de los ciudadanos de todo el mundo¹².

Esto permitirá al gobierno establecer políticas que beneficien el progreso del país y el bienestar de los ciudadanos, el 28 de abril de 2020: Colombia se convirtió oficialmente en miembro de la OCDE, el país número 37 en hacerlo en los casi 60

¹⁰ LOPEZ CAJAMARCA, Jaime Leonardo. Historia de los impuestos Colombia, (en línea). En: médium.com en Colombia: 31, mayo, 2017(consultada: 12, mayo, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3B5bzvd>

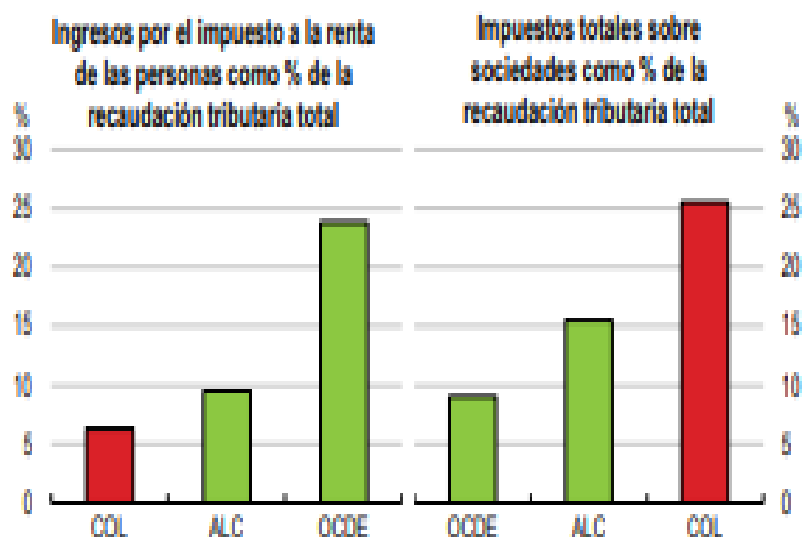
¹¹ GUERRA, Silva. Comportamiento de las superficies de retail en Colombia (en línea) En: Scielo.com en Colombia (Barranquilla): noviembre, 2010 (consultada 22, agosto, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3m40mXJ>

¹² OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Estudios Económicos de Colombia (en línea). En: oecd.org en Colombia: octubre, 2019 (consultada: 12, mayo, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GdUWRP>

años de historia de la Organización, después de haber completado sus procedimientos internos para la ratificación de la Convención de la OCDE y el depósito de su instrumento de adhesión. Esto lleva a una conclusión exitosa a un proceso de adhesión que comenzó en 2013.¹³

Esta organización brinda información muy importante que beneficia a los ciudadanos, al sector económico y al gobierno para adoptar las mejores políticas en beneficio del desarrollo del País. La OCDE, considera que Colombia debe aplicar una política fiscal para su cumplimiento y tomar medidas de ingresos y gastos, tal como lo muestra la figura No 1 que refleja que la “inversión será un motor clave del crecimiento, ayudada por los proyectos de infraestructuras, las recientes reformas tributarias y bajas tasas de interés. La inflación se mantendrá cerca de la meta del 3%, apoyando los ingresos reales y el consumo”

Figura 1. La carga tributaria está desbalanceada



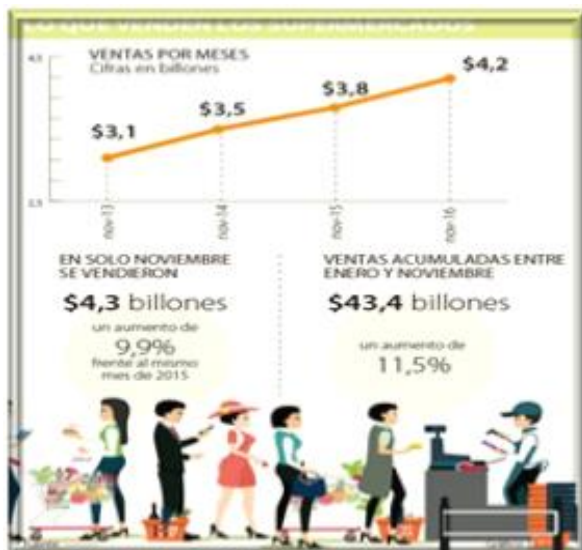
Fuente: Estudios económicos de la OCDE

Año tras año, los supermercados colombianos son el foco de captación de mucho dinero, y aunque existen temporadas altas y bajas no difiere entre unas y otras los millonarios ingresos para los dueños de estos negocios y es ahí donde el estado establece diferentes sistemas de control para recaudar los impuestos que le corresponden, en este sentido se puede tomar como referencia el año 2016 donde “De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), la

¹³ Ibid., p. 5.

ventas de los supermercados y grandes almacenes en el país llegaron hasta los \$43,4 billones a noviembre, lo que quiere decir que crecieron \$11,5% frente al mismo periodo del año pasado, donde se destacó la venta de licores y tabaco, siendo el grupo de mercancías que más creció”¹⁴.

Figura 2. Ventas de los Supermercados – Informe



Fuente: Informe Venta de supermercados

Como resultado del comportamiento de la economía el DANE puntualizó la caída del producto interno bruto (PIB) con respecto al periodo 2019 del 3,6% durante el cuarto trimestre en términos comerciales el país pasó de tener un PIB de 1.061 billones de pesos en el 2019 (con un **PIB** per cápita anual de 21'482.021 millones de pesos), a un PIB, en 2020, de 1.002 billones de pesos (con un **PIB** per cápita anual de 19'903.493 millones de pesos).

De acuerdo con Juan Daniel Oviedo, director del DANE, la contraprestación del 6.8% del PIB del 2020 está dentro de los escenarios de proyección que tenemos vigentes hasta el momento, muy cercana a la proyección hecha por el Ministerio de Hacienda y a la del Banco de la República, que hace su proyección sobre la serie ajustada por efecto estacional en un rango entre 6.8% y 7,4%.

Sin embargo, Colombia lleva ya un año en estrictas medidas de confinamiento con el fin de contrarrestar los contagios causados por el avance del COVID 19, lo cual provocó una caída del PIB durante el segundo trimestre del 2020, los datos muestran que la economía logró repuntar a partir del levantamiento de las medidas

¹⁴VEGA, Juan Pablo. Ventas de supermercados sumaron \$43,4 billones a noviembre de 2016 (en línea). En: Larepublica.co en Colombia: 3, febrero, 2017 (consultada 12, mayo, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3vPHQFX>

restrictivas generadas por la emergencia sanitaria. Entre el tercer y cuarto trimestre se registró una expansión de la economía en un 6%, siendo el porcentaje más importante dentro de los países OCDE al cual hace parte Colombia.

Es importante resaltar que durante el año pasado y de acuerdo con el director del DANE, hubo una disminución del consumo final en los hogares colombianos reflejados en un 5.2%. La característica especial está reflejada en los servicios (9,9%), ya que la gente dejó de ir a restaurantes, de invertir en bienes semidurables (16,8) y durables (4,3%), generando una situación crítica en cuanto a la generación de ingresos y se enfocaron en adquirir artículos de primera necesidad, donde se apunta el porcentaje antes mencionado del 6.6.%, lo cual redundó en una mayor producción interna y de productos agropecuarios. Con relación a las demás actividades comerciales diferentes a las del consumo de productos de primera necesidad como son la adquisición de bienes materiales de mayor durabilidad, transporte, alojamiento y servicios de comida ayudaron al decrecimiento económico del año 2020.

Dado lo anterior, se puede determinar que estos Supermercados cumplen con la satisfacción de las necesidades del consumidor, y al mismo tiempo se determina el comportamiento de los contribuyentes, en el caso de supermercado Amorel reconocida como persona jurídica, régimen común cumple con sus obligaciones tributarias y por ende contribuye con el desarrollo de la región.

A través de los años su impacto se ha visto reflejado positivamente en cuanto al posicionamiento que esta ha adquirido por su comportamiento como contribuyente, cumpliendo con el objetivo empresarial de ser actores principales de la economía cumpliendo con sus obligaciones tributarias frente al estado y la aplicación de una concepción de cultura tributaria para identificar estrategias que permitan el cumplimiento de los pagos de impuestos con el fin de contribuir al crecimiento y desarrollo sostenible de Colombia.

2.2.2 Micro contexto. La economía en Nariño está basada en su gran mayoría por la agricultura, la ganadería y turismo y su economía tradicional está basada en el sector primario. Los cultivos de mayor importancia son la papa (45.769 Ha), maíz tradicional (32.768 Ha), trigo (30.015 Ha), café (27.607 Ha), frijol (21.567 Ha), cacao (15.164 Ha), plátano (21.362 Ha), caña panelera (18.011 Ha), palma africana (14.800 Ha); en menor proporción se cultiva zanahoria, arveja y haba.

La población ganadera se estima en 338.486 cabezas de vacunos, 160.885 porcinos, 99.285 equinos, 5.334 mulares, 663 asnales, 18.798 caprinos y 29.132 ovinos. La pesca marítima y continental es igualmente importante; en los sectores altos de los ríos y lagunas se pesca principalmente la trucha, y en el área costera se encuentran criaderos de camarón blanco; las principales especies marítimas son: barrilete, cherna, pargo rojo, camarón blanco y camarón tití.

El sector industrial en el Departamento tiene registradas 599 industrias y el comercial 6.639 establecimientos; sobresale la pequeña industria, principalmente la manufacturera en cuero y talla en madera. La agroindustria está representada por la extracción de aceite crudo de palma africana y la industria harinera. Los municipios de mayor actividad comercial son Pasto, La Unión, Tumaco, Túquerres e Ipiales.¹⁵ Como contribuyente a la economía se encuentran lugares turísticos entre ellos en el municipio de Ipiales el santuario Nuestra Señora de las Lajas es uno de los sitios turísticos de Nariño más visitado por turistas de todo el mundo y otros lugares turísticos como lo son, volcán Nariño, playas del morro Tumaco, laguna de la cocha, laguna verde y volcán Azufral en el municipio de Túquerres.

Como micro contexto se ha elegido al supermercado Amorel de san Juan de pasto que desarrollará una estrategia para prevenir el incumplimiento de deberes formales y de esta manera conocer como la empresa asume sus obligaciones tributarias y por ello es necesario conocer que la empresa cuente con un equipo de trabajo idóneo que lleve con responsabilidad el ámbito de tributar, como parte de responsabilidad social y así evitar pagos adicionales.

En la región de Nariño las empresas que se dedican al desarrollo de actividades comerciales deben regirse a la ley mi pyme o ley 590 del 2000¹⁶. La cual define el tamaño de las sociedades de acuerdo con los activos totales y el número de trabajadores en: micro, pequeña y mediana empresa.

En el departamento de Nariño con referente al producto interno bruto donde no se ve reflejado el crecimiento económico lo que significa que no están comparativos con otras regiones. El DANE da a conocer que en el departamento de Nariño ha tenido un crecimiento en los dos últimos años del 0.8% del PIB debajo de Cauca y por encima de Putumayo que son las regiones limítrofes.

Para las pequeñas y medianas Empresas (ACOPI) se evidencia una disminución en cuanto al PIB en un nariñense en comparación con otro colombiano ocasionadas por obtener menos oportunidades de trabajo y así disminuyendo las posibilidades de que el sector industrial se reactive. Con el proyecto se pretende realizar un diagnóstico del comportamiento de la empresa en estudio frente a la tributación y el aporte que genera al desarrollo de la región, es importante tener en cuenta que los recursos generados a través de la recaudación de impuestos fortalecerá el crecimiento económico de la región, ya que Nariño a pesar de estar

¹⁵ SITES. Historia de Nariño. Actividades Económicas de Nariño (en línea). En: sites.com en Colombia (Pasto): 13, julio, 2012. (consultada: 12, mayo, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3C7q5EI>

¹⁶ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 590. (14, julio, 2020). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Diario Oficial, Bogotá, 2000 No. 44.078. 13p. <https://bit.ly/3jtS7Cs>

geográficamente aislado con relación a los demás departamentos, el estado impulsa a las empresas nariñenses a tributar para que su progreso se refleje en vías, salud, educación y otros campos de desarrollo económico.

2.2.3 Reseña Histórica. Para el desarrollo del presente proyecto de investigación sobre cultura tributaria en el supermercado Amorel es de gran importancia conocer la historia de esta empresa nariñense y la evolución que ha tenido hasta la fecha.

AMOREL nace con base a la dedicación y el trabajo de dos comerciantes demostrando que siendo nariñenses tenían el deseo de perseverar y superarse como emprendedores, es así como su nombre AMOREL nace en honor a su gestor Antonio Moreno López junto a su esposa Enriqueta Cadena.

Amorel es una de las empresas pioneras nariñenses en establecerse en el mercado, sus inicios fueron como un pequeño negocio, humilde pero prospero ubicado en la antigua carrea 22 A avenida Ecuador, hoy la populosa calle 17, sitio de la ciudad de Pasto que no era el sector más llamativo y propicio para comercio alguno, ya que por ese entonces a juicio de muchos, siempre creyeron que la clientela se movilizaba únicamente hacia el marco de la gran plaza de Nariño, pero otro era el pensamiento de los visionarios propietarios fundadores.

Fue el 3 de diciembre de 1954 cuando se abrieron las puertas del negocio, y con una decena de trabajadores debidamente capacitado para atención al público, se dio inicio al sueño quimérico de los esposos Moreno Cadena, con el afán de superación y el deseo de servicio a un pueblo leal, trabajador y emprendedor.

El objetivo principal era el de suplir las necesidades de los hogares nariñenses, ofreciendo una gran gama de mercancías y variados productos. Muchos fueron los factores que se combinaron exitosamente para llegar a esta feliz realización: el tesón, la visión comercial, la gran voluntad de servicio que caracterizó a los esposos fundadores, pero sobre todo gracias al apoyo y beneplácito del pueblo nariñense que observó como una empresa propia de esta región se transformaba, progresaba y crecía.

De tal manera que al pasar el tiempo se observó la necesidad de ampliar sus locaciones y brindar una mejor comodidad a sus clientes esto gracias a una buena acogida de los nariñenses es así como sus propietarios apostaron por el desarrollo y evolución del comercio y decidieron comprar propiedades contiguas, creciendo de tal manera la infraestructura locativa, administrativa y operativa convirtiéndose en la primera entidad de empleo de la región.

Por primera vez en la región un solo establecimiento ofrecía varios bienes y servicios como: cafetería, supermercado, almacén de música, ferretería, almacenes de ropa confeccionada, productos de belleza, electrodomésticos, y otros diversos

productos especializados en damas, caballeros y niños; todo con el novedoso sistema de comercio organizado del autoservicio, que en los años sesenta causó la gran revolución comercial no solo de la región si no de Colombia entera.

Desde esa época hasta la actualidad, Amorel ha evolucionado siempre con el objetivo de cubrir las necesidades de los clientes; actualmente buscando la participación de los particulares en general, se ha convertido en Propiedad Horizontal continuando con la misma visión que concibieron sus fundadores.¹⁷ Cabe resaltar que el centro comercial Amorel está constituida como propiedad horizontal donde dentro de la misma se encuentran varios locales de forma separada pero que tienen ciertos derechos y obligaciones en común. se ha elegido al supermercado Amorel de san Juan de pasto que desarrollará una estrategia para prevenir el incumplimiento de deberes formales y de esta manera conocer como la empresa asume sus obligaciones tributarias y por ello es necesario conocer que la empresa cuente con un equipo de trabajo idóneo que lleve con responsabilidad el ámbito de tributar, como parte de responsabilidad social y así evitar pagos adicionales.

Figura 3. Instalaciones Supermercado Amorel



Fuente: Presente investigación, 2021

2.3 MARCO LEGAL

¹⁷ AMOREL, Centro. ¿Quiénes somos?, ¿Qué nos hace especiales?, (en línea). En: amorelpasto.com en Colombia (Pasto): 2017 (consultada: 30, agosto, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3prEmYX>

2.3.1 Constitución Política de Colombia. Según el artículo 95, título 2, capítulo 5, numeral 9 de la constitución política de Colombia, Colombia es un estado social y por el cual se establecen los deberes del ciudadano como es el Contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de los conceptos de justicia y equidad.¹⁸

Se tiene entonces que las personas que viven en territorio colombiano, denominados ciudadanos deben contribuir al país, a través de los impuestos, tasas y contribuciones, recaudados por la DIAN y administrados por el Estado. Los ingresos percibidos son destinados para el gasto e inversiones públicas. El objetivo de los deberes de las personas en Colombia expresados en el artículo anterior es propender por un buen funcionamiento del Estado y de las personas que lo conforman.

Con lo anterior se puede decir que, el control y seguimiento que realiza el Estado frente al recaudo y pago de los impuestos es importante resaltar que los contribuyentes juegan un papel muy importante, ya que, por medio del recaudo de los tributos, aportan a mejorar la calidad de vida de las personas y progreso del país. La cultura tributaria es fundamental para la consecución del progreso del país; aunque cada colombiano tiene unos rasgos espirituales y morales muy diferentes, en conjunto enfrentan su comportamiento frente a la administración que le dan a los tributos. Generar conciencia tributaria inicia con una educación sobre los impuestos, aun teniendo un conocimiento sobre el deber establecido en la Constitución, la corrupción y los fracasos en inversión social e infraestructura pública, generan evasión.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que los problemas que padece Colombia, es la falta de compromiso que hay frente a los deberes que tiene cada ciudadano al cumplir con los tributos del estado, la cultura tributaria es débil que desata una menor sostenibilidad para los gastos e inversiones públicas del País.

2.3.2 Principios constitucionales tributarios. Colombia es un país que va en vía de desarrollo y para esto se ha implementado impuestos con el fin de efectuar recaudos de manera controlada y eficiente sobre las producciones que ocurran dentro del territorio y estas producciones presenten un proceso de valor adecuado, por ello se crearon principios constitucionales para proteger al contribuyente, y de esta manera garantizar al estado la fuente principal de los recursos de desarrollo A través de la Constitución Política de Colombia, en el artículo 363 con los principios de equidad, eficiencia y progresividad.¹⁹

¹⁸ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución Política de Colombia 1991, Capítulo V. Artículo 95. Diario Oficial. Bogotá, No. 51818. 10p. <https://bit.ly/3pqUxWo>

¹⁹ DIRECCIÓN EN IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES. Educación en Cultura Tributaria (en línea). En: dian.com en Colombia (Bogotá): 2000 (Consultada: 12, mayo, 2020). 84 p.

Se determina la equidad como la repartición ecuánime entre contribuyentes sin diferenciar su raza, género, religión, entre otras, todos deben tener una misma carga tributaria y cada ciudadano contribuya de acuerdo a sus capacidades económicas.

La eficiencia se considera como la manera de afectar lo menos posible en el desempeño económico del país, La eficiencia es apenas uno de los criterios que se deben tener en cuenta al gravar una actividad económica, y debe ser balanceada con los criterios de equidad y progresividad.²⁰

La progresividad se aplica de acuerdo a la capacidad económica de cada ciudadano, se asemeja a la equidad vertical donde los más acomodados contribuyen en mayor proporción que aquellas personas que son de escasos recursos.

De esta forma las personas que conviven en un país y quienes pagan impuestos gozan de infraestructura, salud, educación u otros beneficios, aunque estos pagos tributarios no siempre benefician a todos, ya que el dinero sale del bolsillo de los colombianos y no todos tienen la misma capacidad monetaria, con esto la Carta Magna en referencia al artículo 363 menciona los principios constitucionales en el pago de los impuestos.

Lo establecido en el artículo, tiene una relación muy relevante frente a la cultura tributaria, porque el conocimiento público sobre impuestos en Colombia existe la falta de confianza con el Estado, es importante generar conciencia y cultura tributaria, para creer en una democracia que genere una buena información y administración de los impuestos y que a través del control y vigilancia se pueda recaudar y usar estos fondos para uso público y lograr un bienestar para la comunidad en general. Inducir en conductas que permita al estado tener una eficiencia en los recursos para el desarrollo del país y de la región.

Para la Corte tales principios “constituyen los parámetros para determinar la legitimidad del sistema tributario y como ha tenido oportunidad de precisarlo esta Corporación, se predicen del sistema en su conjunto y no de un impuesto en particular”²¹.

²⁰ OBSERVATORIO FISCAL PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. Guía ciudadana a la tributación y el gasto público del Estado colombiano 2018. (en línea). En: docs.wixstatic.com en Colombia (Bogotá): 2018 (consultada: 6, mayo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3E2HVbS>

²¹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Sentencia C-397/11. (18, mayo, 2011). Libertad de configuración legislativa. D- 8304. Bogotá.53p. <https://bit.ly/3CcnAR1>

2.3.3 Imposición tributaria en Colombia. La Constitución Política establece en su artículo 338 título 12 capítulo 1, por el cual establece: En tiempo de paz, solamente el Congreso, las asambleas departamentales y los concejos distritales y municipales podrán imponer contribuciones fiscales o parafiscales. La ley, las ordenanzas y los acuerdos deben fijar, directamente, los sujetos activos y pasivos, los hechos y las bases gravables, y las tarifas de los impuestos²²

De esta manera, Colombia está regida por gobernantes nacionales, departamentales y municipales, elegidos democráticamente por los ciudadanos. Partiendo de esta base y en consecuencia con el artículo del que se hace referencia, se puede afirmar que los impuestos establecidos por ley al pueblo colombiano se establecen con el fin de recaudar ingresos para el país y ser trasladados para el funcionamiento del Estado, para la inversión que genera bienestar en la sociedad como lo estipula la constitución en la salud, educación, beneficio comunitario entre otras.

Al cuestionar la razón si los ciudadanos colombianos tributan o no, genera la dimensión de conocer, donde radica la cultura tributaria y establecer si el contribuyente es consciente de su deber ser en el cumplimiento de dichas obligaciones.

2.3.4 Normas tributarias colombianas.

2.3.4.1 Normas sobre racionalización tributaria. El Congreso de Colombia en emisión de la Ley 223 de 1995, artículo 157 por medio del cual se expiden los Programas de Capacitación: La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales desarrollará una tarea pedagógica dirigida a escuelas y colegios para crear en el país una cultura tributaria a fin de educar al ciudadano en el deber constitucional de contribuir a las cargas públicas.

Con base en lo anterior y teniendo en cuenta la importancia que tiene el recaudo de los impuestos en Colombia, el Estado ha planteado una ley por medio del cual se inicie un plan de capacitación para crear cultura tributaria en los ciudadanos, en consideración que los ingresos públicos sustentan permanentemente el país. La educación tributaria se constituye en la base fundamental para que las finanzas públicas contribuyan con el progreso y mejorar la calidad de vida de la comunidad en general, la capacitación tributaria, es la forma más importante que tiene el Estado para obtener más recursos y llevar a cabo sus actividades y funciones administrativas, inversión social, e infraestructura vial, prestación de servicios, entre otros beneficios en beneficio de la comunidad en general.

²² COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución Política de Colombia 1991. Op. Cit., 19p.

2.3.4.2 La Jurisprudencia en materia tributaria. A lo largo de historia socio económica Colombia ha venido sustentando una problemática del gasto público. El uso de la política fiscal pretende estimular el desarrollo social y las diversas situaciones macroeconómicas que han llevado a sus gobernantes a promulgar diferentes leyes que establecen la obligatoriedad del pago de los impuestos para que sirvan al desarrollo del País. Las reformas tributarias son el mecanismo utilizado por los gobernantes desde la década de los ochentas hasta la actualidad para promover la cultura tributaria.

Al hablar de jurisprudencia en materia tributaria, la historia hace hincapié en los cambios que experimenta Colombia. Desde la década de los ochenta hasta la actualidad han existido cuarenta y ocho reformas tributarias; situación que, para los contribuyentes, no es conveniente, ya que para cada periodo de gobierno se obligan a pagar nuevos impuestos. El inconformismo de los colombianos sobre tantos impuestos ha llevado a la evasión y por tanto el recaudo de éstos ha generada una problemática socioeconómica.

2.3.5 Estatuto tributario. Mediante el decreto 624 de 1989 por el cual se expide el estatuto tributario en Colombia el presidente de la república en ejercicio de sus facultades extraordinarias que le confieren los artículos 90, numeral 5o., de la Ley 75 de 1986 y 41 de la Ley 43 de 1987, y la Comisión Asesora de la Sala de Consulta y Servicio Civil del Consejo de Estado²³, es considerado como un conjunto de normas que regulan la mayoría de los aspectos formales y sustanciales del recaudo en Colombia, con los siguientes elementos.

- **Sujeto activo:** aquellos contribuyentes o responsables directos del pago del tributo.
- **Sujeto pasivo:** aquellos contribuyentes o responsables directos en quien recae el pago de los tributos.
- **Hecho generador:** Es el evento económico que da origen a la obligación del tributo.
- **Base gravable:** Es la unidad de medida sobre el cual se aplica la tarifa.
- **Tarifa:** Es la que determina la cuantía del tributo.

²³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 624. (30, marzo, 1989). Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. Bogotá, Colombia. 397p. <https://bit.ly/3GeziwY>

- **Hecho imponible:** Es la materialización del hecho generador.

De esta manera el estatuto tributario como regulador de aspectos formales y sustanciales debe ser como un instrumento que garantice el buen desarrollo de la economía de un país y para ello se necesita que el estado demuestre mediante normas oportunas y precisas, incentivar la formalidad general del progreso de la sociedad por el cual es de mayor importancia que mediante los aspectos formales en la cual contribuye el supermercado Amorel dando cumplimientos de las normas de carácter fiscal, dicha de otra manera si llegaran a imponer faltas, evasiones o desacatos serán sancionados.

2.3.6 Pyme. Ley 590 del 2000, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, las cuales se entiende como toda unidad de explotación económica realizada por una persona natural o jurídica en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o servicios rurales o urbanos que cumplan con las siguientes características:

- El personal
- Activos con los que cuenta la empresa

La clasificación de las empresas se remite al artículo 2 de la Ley 590 del 2000, modificada por la ley 1450 del 2011 en el artículo 43, definiendo las MIPYMES, que corresponde a las siglas Micro, Pequeña y Mediana Empresa, se clasifican de acuerdo al número de trabajadores totales, el valor de las ventas brutas anuales y el valor de los activos totales.²⁴

Tabla 1. Clasificación de acuerdo con el número total de trabajadores

CLASIFICACIÓN	PERSONAL	ACTIVOS
MICROEMPRESA	Personal no superior a 10 trabajadores	activos totales inferiores a 501 SMMLV
PEQUEÑA	Personal entre 11 y 50 trabajadores	activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 SMMLV

²⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 590. (14, julio, 2020). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Op. Cit., 23p.

MEDIANA	Personal entre 51 y 200 trabajadores	activos totales entre 5.001 y 15.000 SMMLV
----------------	--------------------------------------	--

Fuente: Ley 590 del 2000

El Gobierno Colombiano mediante el Decreto 957 de 2019 reglamentó la clasificación de las MIPYMES, teniendo en cuenta para las ventas brutas como ingresos por actividades ordinarias anuales, que varían de acuerdo con el sector económico al cual pertenecen.²⁵

Tabla 2. Clasificación de acuerdo con su actividad y expresado en UVT

CLASIFICACIÓN	PERSONAL	ACTIVOS	CLASIFICACIÓN
MANUFACTURERO	Inferior o igual a 23.563 UVT	Superior a 23.563 e inferiores o iguales a 204.995	Superior a 204.995 e inferiores o iguales a 1.736.565
SERVICIOS	Inferior o igual a 32.988 UVT	Superior a 32.988 e inferiores o iguales a 131.951	Superior a 131.951 e inferiores o iguales a 483.034
COMERCIO	Inferior o igual a 44.769 UVT	Superior a 44.769 e inferiores o iguales a 431.196	Superior a 431.196 e inferiores o iguales a 2.160.692

Fuente: Decreto 957 de 2019

2.4 MARCO TEÓRICO

2.4.1 Diagnóstico. Jean Pierre Thibaut (1994) El diagnóstico es el acto o arte de conocer, se utiliza para determinar el grado de eficiencia en la Gestión de la Organización y a su vez esta se puede realizar de forma global o por aéreas funcionales de la empresa que se adopte a las necesidades que presentan la

²⁵ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 957. (5, junio, 2019). Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. Bogotá, Colombia. 7p. <https://bit.ly/3B8wyNY>

organización dependiente de los inconvenientes que esta represente el diagnóstico se puede utilizar en cualquier tipo de organización y así definir la metodología del esquema de análisis de una función que permitan mejorar la gestión de la organización desde un manual de procedimientos válido como guía para la realización del diagnóstico de cada área funcional²⁶.

Según Jack Fleitman (1997) El diagnóstico es un componente para realizar una evaluación Integral por medio del cual se estudian se analizan y se evalúan las fuerzas, debilidades, amenazas y oportunidades de la empresa de esta manera se genere un sistema de evaluación y control y enfoque constructivo que permite evaluar de manera integral tanto las áreas funcionales como los procesos de la organización. Que permita hacer una transición de una cultura de trabajo tradicional y que permita obtener un mejoramiento continuo y así conocer las oportunidades y de esta misma manera detectar las debilidades. También argumenta Fleitman que al realizar un diagnóstico permita revisar las planeaciones de la organización y del mismo modo dirección de la empresa Por lo anterior se puede afirmar que se busca establecer un sistema de cultura que permita dar orden y orientación al ciudadano. Para así establecer una política de recaudos, gastos públicos, y fortalecer el desarrollo de las necesidades del país.²⁷

Para Elizabeth Vidal (2004:25), el diagnóstico “es un proceso de comparación entre dos situaciones, la presente que hemos llegado a conocer mediante la indagación, y otra ya definida y supuestamente conocida que nos sirve de pauta o modelo; es un componente de la dirección y planeación estratégica que sirve a la toma de decisiones e involucra los fines de productividad, competitividad, supervivencia y crecimiento de cualquier clase de organización”.²⁸

Mediante el desarrollo de la presente proyecto, se busca realizar un diagnóstico del conocimiento y pago de obligaciones tributarias en el supermercado Amorel de San Juan de Pasto, que de acuerdo Thibaut el de conocer el grado de eficiencia en la gestión de la organización sobre cultura tributaria y su comportamiento frente a las obligaciones formales ante el estado analizando las operaciones que realicen las áreas funcionales de administración y definir los procedimientos que en ella se realiza, donde permita realizar un análisis del área funcional y obtener un mejoramiento continuo que permita conocer las oportunidades y debilidades de la empresa dicho diagnóstico permita revisar las planeaciones de la organización y establecer un sistema de cultura de orientación que este direccionado a la planeación estratégica de productividad y crecimiento de la organización.

²⁶ SAMANO, M. y RIVERA, R. Investigaciones socioambientales, educativas y humanísticas para el medio rural. Centro Estudio Rosales. Yucatán, México, Primera Edición. 2017. 388p. <https://bit.ly/3Bban9l>

²⁷ Ibid., 1p.

²⁸ VIDAL, E. Diagnóstico organizacional, Evaluación sistémica del desempeño empresarial en la era digital. ECOE Ediciones. Chile. Segunda Edición. 2004. 352p. <https://bit.ly/3poZHci>

2.4.2 Analizar para Bichi (2002) promueve un análisis comprensivo en el cual la figura del entrevistado y la del entrevistador están implicadas juntas en la producción del conocimiento. Cada uno de los sujetos entrevistados es considerado no sólo como fuente de información, sino también como actor social que puede decir el mundo social del cual tiene experiencia; el investigador que observa interpreta y refiere tiene el deber de explicitar su marco de referencia o sistema de descripción del cual no puede prescindir.²⁹

De esta manera lo que se pretende con el desarrollo del proyecto es Formular estrategias y acciones de cultura tributaria para el supermercado Amorel de San Juan de Pasto, las estrategias será incentivar de manera pedagógica a la empresa encaminadas a tener un buen comportamiento de contribuir en la legalidad que permita hacer conciencia sobre la importancia del cumplimiento de los deberes formales.

2.4.3 Formular de acuerdo el diccionario de la real academia española la palabra formular significa reducir a términos claros y precisos un mandato, una proposición, una denuncia, etc, como también significa expresar, manifestar³⁰. En un contexto investigativo la palabra formular, la etapa centrada en el diseño de las distintas opciones del proyecto, lo que significa sistematizar, un conjunto de posibilidades técnicamente viables, para alcanzar los objetivos y solucionar el problema que motivó su inicio.³¹ En el presente trabajo de investigación el diseño del tercer objetivo se dirige a la formulación de estrategias y acciones de cultura tributaria para el Supermercado Amorel, en donde se identificará estrategias más apropiada para que la organización tenga más conciencia sobre cultura tributaria, con el fin de proponer un medio de reflexión, valores y moral ante el comportamiento tributario que tiene la organización frente al Estado.

Sin embargo, también es de mayor importancia conocer de qué se trata la estrategia Para F David (1994) una estrategia tiene que llevar a cabo estrategias menores que obtengan beneficios de sus fortalezas internas, aprovechar las oportunidades y evitar o aminorar el impacto de las amenazas externas³²

²⁹ PRETTO, Albertina. Analizar las historias de vida: reflexiones metodológicas y epistemológicas. (en línea). En: Scielo.com en Italia: 4, octubre, 2011 (consultada: 01, febrero, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3Gi6aoK>

³⁰ EDUCALINGO. Etimología de la palabra formular (en línea). En: educalingo.com (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m9hjA9>

³¹ COHEN, E. y MARTÍNEZ, R. Concepto de formulación y evaluación de proyectos. (en línea). En: ideaascompilativas.com. 2010 (consultada: 01, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3b4okf2>

³² CATARINA. Capítulo 2, Marco teórico, Qué es la estrategia. (en línea). En: catarina.udlap.mx (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3vAqyfy>

Hatten (1987), define la estrategia como el proceso mediante el cual se formulan objetivos, está dirigida a la obtención de los mismos, es el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Menciona que para diseñar una estrategia exitosa hay dos reglas claves: Hacer lo que haga bien, y escoger a los competidores que pueden derrotar. Análisis y acción están integrados en una dirección estratégica.³³

Por otro lado J. B. Quinn (1991), define la estrategia como un patrón o plan que integra las metas mayores de una organización, las políticas y acciones secuenciales que llevan a un todo cohesionado. Una estrategia bien formulada ayuda al “Mariscal” a coordinar los recursos de la empresa hacia una posición “única” y “viable”, basada en sus competencias relativas internas, anticipando los cambios en el entorno y los movimientos eventuales de los oponentes inteligentes.³⁴

Con los conceptos de estrategia que proponen los diferentes autores, se puede afirmar que existe relación con lo propuesto en la presente investigación de formular estrategias fomentar orientaciones de cultura tributaria, que aunque se sabe, es una organización que contribuye con el Estado en el pago de sus obligaciones, es importante darles a conocer que la contribución va de la mano con el buen comportamiento, valores y acciones de cultura tributaria, con percepciones y actitudes relacionadas con actividades de información, educación y concientización sobre la tributación y la importancia para el desarrollo económico y progreso social del país. Los impuestos son necesarios para el funcionamiento del Estado y que éste retribuye en forma colectiva y hacer de la cultura tributaria una de las bases fundamentales de la modernización y el desarrollo del país compartidos entre los diferentes sectores del país.

- **¿Qué es tener conciencia tributaria?**

El Dr. Nelson Ruiz Pomar Contador Público (cultura tributaria y su incidencia en la evasión, Actualícese video) señala en su video conferencia la conciencia tributaria como el cumplimiento de las obligaciones tributarias que se le impone a los contribuyentes, influenciada por la reciprocidad del estado y factores sociales. Esto logra dar a conocer que la conciencia tributaria no solo se logra con la cultura tributaria, sino, con la concordancia que el Estado entrega al pueblo colombiano, representada en salud, educación, mejores vías, en mejor administración pública que hace a través de una serie de leyes y es ahí en ese momento donde se empieza a crear conciencia que es necesario tributar y cumplir con las obligaciones tributarias que impone el Estado. El punto de interés de la conciencia tributaria es individual, es de cada persona, donde la moral dice que es lo que está bien o lo que está mal

³³ Ibid., p. 4.

³⁴ Ibid., p. 5.

para el contribuyente y para el Estado, donde la conciencia tributaria va dirigida a un solo objetivo que es al bien del impuesto, donde el contribuyente analiza si el impuesto que paga es equitativo.

Por lo anterior se puede decir que la cultura tributaria, es colectiva, de la sociedad en general, conformada por varias personas que tengan conciencia tributaria, donde cada uno tendrá la opción de pagar, no pagar, o que considere en su momento o en un tiempo posterior y se inicia un juego de la conciencia tributaria en la cultura tributaria.

- **Elementos que intervienen en la conciencia tributaria**

- Interiorización de los deberes ciudadanos, donde se cuestiona qué debe hacer cada persona, donde juega un papel muy importante la educación ética y moral que ha recibido desde la edad más temprana en el hogar. Es ahí donde el ciudadano mayor de edad asume unos deberes tributarios y al tener conciencia tributaria conoce también cuáles son sus deberes para cumplir de manera voluntaria y no obligado, pero el impuesto al ser impositivos se convierte en un cumplimiento obligado y es ahí donde surge un rechazo frente a la conciencia tributaria y analiza si es bueno o malo pagar, analizando cuál es la administración de esos impuestos.
- El elemento siguiente es el cumplimiento voluntario.
- El cumplimiento acarrea beneficios sociales y equitativos para la comunidad en general como salud, educación, mejor administración pública.

Todo se refiere a un cumplimiento del impuesto con el Estado, como la principal forma de recaudar ingresos para sostener la administración pública.

- **¿Para qué establece el Estado la obligación pagar tributos?**

El estado impone esta obligación para el sostenimiento de los gastos públicos, para la redistribución de la renta, como la distribución de los ingresos de las personas, buscar una mejor eficiencia de la economía del país para suavizar las crisis referente al déficit fiscal que se presenta en Colombia y es permanente, por tal motivo cada año se dan las reformas tributarias que desde el año 1990 hasta la fecha existen alrededor de cuarenta y ocho (48), lo que genera confusión en el contribuyente, pero necesariamente debe cumplir con el Estado.

El recaudo de los impuestos para el servicio de la deuda representa un porcentaje muy alto tanto externo como interno que para el año 2020 está representado en \$271 billones de pesos distribuidos en los diferentes sectores. Es aquí donde se representa la misma necesidad de recaudar impuestos, porque se refleja en los gastos del presupuesto para fines del bienestar de la comunidad como la educación,

la seguridad, salud, para que se fomente las fuentes de trabajo, para que haya una inclusión social, para situaciones de paz, para manejos de transporte donde se incluye el metro en Bogotá, minas y energía. Del total de ingresos que toma el Estado que para el año 2020 son \$271.7 billones de pesos se espera obtener alrededor de \$162.7 billones de pesos que representan el 59.77% del total de los ingresos que tiene el Estado. Si los responsables no pagaran impuestos y dejaran de contribuir en ese porcentaje esperado por el Estado no alcanzaría a cubrir las necesidades frente a las necesidades de cada sector del presupuesto de gastos del sector público. Es aquí donde radica la importancia de los impuestos ayudan a desarrollar todos los gastos a beneficio de la comunidad y por ende al tener conciencia tributaria los impuestos se deben pagar y es ahí donde la moral de cada colombiano no esté arraigada frente a la obligación con el Estado

- **¿Cómo se clasifican los impuestos en Colombia?**

Sobre quién recae: Se clasifican en directos e indirectos. Los primeros son aquellos que recaen directamente sobre la persona que realiza el hecho generador que causa el impuesto, el sujeto económico, es el mismo sujeto responsable de la obligación tributaria. Un ejemplo claro sobre esta clasificación es el impuesto sobre la renta, donde quien paga el impuesto es el mismo que debe declararlo y recae sobre quien obtiene el ingreso generador de dicho impuesto. Otros ejemplos: el impuesto predial, industria y comercio, riqueza o patrimonio, de vehículos. Los impuestos indirectos recaen sobre una persona distinta al responsable del mismo, caso típico del IVA donde el sujeto económico es el comprador o consumidor final, quien paga efectivamente, y el responsable es comerciante quien debe recaudarlo y declararlo ante la DIAN. Otros ejemplos de esta clasificación están los aranceles, el impuesto de timbre.³⁵

- **Según su territorialidad:** Los impuestos se clasifican en:³⁶

Impuestos Nacionales: Son aquellos de carácter nacional que cobra el estado como tal para financiar sus servicios a nivel general. Estos pueden ser directos o indirectos.

Impuestos territoriales: Son aquellos impuestos directos o indirectos que cobran los entes territoriales como departamentos, municipios y distritos, y que son impuestos por los órganos legislativos territoriales como asambleas y concejos, pero dentro del marco que la ley nacional ha impuesto.

³⁵ GERENCIE. Guía laboral, impuestos, pensiones, comercial, civil. (en línea). En: gerencie.com en Colombia: 15, agosto, 2020 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3E4QGT1>

³⁶Ibid., p. 1.

Al conocer cómo se dividen los impuestos, también surge la clasificación de la evasión conocida también como la forma de evitar el pago de impuestos. Se puede colocar paralelamente la cultura tributaria como la conciencia de cada individuo con responsabilidad ante el estado, y se puede describir un pequeño análisis de conciencia tributaria con la obligación de pagar o no un impuesto, es más factible que a nivel de territorialidad nacional con los impuestos más comunes como renta y el impuesto de IVA pueda existir una evasión mayor que un impuesto distrital o municipal, donde el concejo distrital o municipal dictan una serie de regulaciones tributarias y ahí mismo se cumplan ya que son un grupo minoritario identificados como sujetos pasivos, y por ende es menor la evasión. El contribuyente, es toda persona natural o jurídica sobre quien recae el impuesto. Las obligaciones tributarias formales ante el estado son inscribirse en el RUT, expedir factura, llevar contabilidad, declarar, atender requerimientos, etc. y las obligaciones sustanciales del contribuyente es pagar. La norma tributaria deja vacíos para que un contribuyente no pague sus impuestos al decir que declare y pague posterior, es aquí donde la norma le da cabida para que muchos contribuyentes u objetos pasivos de impuestos empiecen a evadir, el presupuesto nacional no se alimenta con solo declarar sino con declarar y pagar con la obligación del responsable.

No se puede desconocer que en Colombia existe la evasión, como la forma que usan las personas para evitar el pago de impuestos, fruto de una acción fraudulenta. Para los países desarrollados la evasión está entre el 5% y el 15%, mientras que para los países en desarrollo supera el 30% y es inversamente proporcional al ingreso por habitante (entre menos ingreso, mayor evasión). Si se conserva esta proporción en los últimos 10 años, al analizar el recaudo total que logró la Dian, el costo de la evasión podría llegar a \$365 billones en este periodo, es decir, 24 veces más de lo que cuesta la primera línea del metro de Bogotá. Si bien no hay un estimativo certero de lo que se deja de percibir por este problema, todavía sigue siendo una 'vena rota' para la Dian. José Andrés Romero, director de la Dian, la factura electrónica ayudará a controlar este fenómeno, porque ha mostrado en países de la región que, cuando se implementa, aumenta el recaudo entre uno y dos puntos del PIB. Con la tributaria que se tramita en el Congreso, también se espera obtener un dinero extra con la ampliación del impuesto de normalización. La Dian, dice que además de las medidas de fiscalización, también buscan generar una cultura de pago en el contribuyente.³⁷

³⁷ BEJARANO, Mauricio Joaquín. La evasión equivale a 30% del total de lo que se recauda de impuestos al año (en línea). En: larepublica.com en Colombia: 12, diciembre, 2019 (consultada: 12, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3C8bCrN>

Las formas del no pago de los impuestos, son consideradas ilícitas, fraudulentas representadas en acciones como llevar dos contabilidades, facturar lo que no corresponde en costos o gastos, presentar pasivos inexistentes, omiten activos, entre otras y finalmente se convierte en un juego con el propósito de pagar menos o no pagar. La evasión es difícil de controlar, pero medidas como la factura electrónica va a aminorar este acto ilícito. Es aquí donde al comparar estos altos porcentajes de evasión que oscila entre el 5% y el 15% lleva a pensar que países como Suecia, Dinamarca, entre otros, aunque hay evasión, ésta es menor, lo que permite afirmar hay mayor cultura tributaria que en Colombia. La cultura tributaria en los países desarrollados ha llegado en las personas y de tal forma ha incidido para que la evasión disminuya.

Es aquí donde empieza a abordar la cultura tributaria y la incidencia en la evasión de los impuestos en Colombia, hay que hacer énfasis en la premisa que el Dr. Nelson Ruiz Pomar Contador Público (cultura tributaria y su incidencia en la evasión, Actualícese video): A mayor cultura tributaria, menor es la evasión, a mayor conciencia tributaria, desde el punto de vista de la positividad, menor la evasión. El alto porcentaje de evasión en Colombia, reconocida como una problemática en el recaudo de ingresos, es el resultado de la inexistencia de un programa sobre cultura tributaria que aún no ha sido bien desarrollada por parte de las administraciones públicas.

¿Cuáles serán las causas de la evasión? Una de las principales causas de evasión es la complejidad del sistema tributario, por ende, una persona natural que por desconocimiento de la norma no comprende cómo diligenciar una declaración de renta y desiste de pagar, a pesar que Colombia entra en la era digital de las declaraciones, favorece en la agilidad, más no en su complejidad. Otra causa de evasión es la baja fiscalización, no existen controles adecuados, los programas de auditoría son muy incipientes. En las comunicaciones de los organismos encargados de recaudar impuestos y las personas reciben una notificación de presentarse ante la DIAN, sin una explicación completa del por qué o para qué, genera cierto sin sabor y desconfianza ante el Estado. También se puede mencionar la cantidad de impuestos que hay en Colombia, tiene alrededor de 72 impuestos, sin contar aquellos que no los vemos, pero si son de obligatorio cumplimiento como es la seguridad social y todo aquello que vaya a cargo del estado son consideradas como tributo. Se incluye también como causa las sanciones que son aproximadamente sesenta y cuatro (64) que para su alta representación no son igualmente drásticas, hay desigualdad muchos pagan menos que otros. Otra de las causas de evasión es la economía informal, que pese a la necesidad de trabajo que tienen los colombianos, también el Estado debe regular esta problemática y estas personas entran a formar parte de los contribuyentes de impuestos equitativos con sus ingresos y formas de trabajo. La ineficiencia del sistema tributario.

Dentro del comportamiento de los contribuyentes existen diferentes tipos de mentalidad desde el punto de vista de justicia tributaria. El contribuyente

responsable se cataloga como el que tiene conciencia cuantitativa y cualitativa de la recaudación y el gasto social, abierto y de acuerdo con mejorar la fiscalidad. El resignado, es catalogado como la persona o la empresa corriente que se le impone, que si puede no paga el impuesto necesario, es mejor para él, reconoce que se paga poco, que el Estado es tan malo como el sector privado, paga en forma reactiva no argumenta contra el desarrollo fiscal. El eludido, es el contribuyente intelectual y líder gremialista empresarial que milita contra la justicia, quienes forman parte de este grupo son los parlamentarios, magistrados, judiciales y ONGS, empresarios agrícolas creando un paraíso de privilegios fiscales gracias a su influencia social y política. El evasor es el contribuyente que a pesar de tener la obligación tributaria no paga y utiliza trucos ilegales. Este último es una mezcla entre el cinismo, pesimismo, complacencia, y avivada, ejemplo claro de ellos son los importadores contrabandistas. El evasor actúa al margen de la ley tributaria, no habla, pero todos hablan de él.³⁸

Un estudio de la OCDE menciona que el recaudo de los impuestos en Colombia es uno de los más bajos en América Latina 15.3% del PIB, el creciente déficit fiscal es de unos USD 10 mil millones 3.6% del PIB y hay una baja inversión social, pero no se menciona que la evasión sea una de las causas de esta problemática.³⁹

En relación con el vínculo que existe entre la ética fiscal y la percepción del ciudadano en materia tributaria como la calidad del gasto público, debe existir una predisposición a pagar impuestos entre aquellos segmentos sociales que perciben una mayor calidad de los servicios públicos prestados con el fin de mejorar la economía en el país.

Pese que en Colombia existe la propuesta de la implementación de cultura tributaria, solo está en proyectos que no han avanzado. En países como Bangladest, Butan, Brasil, Burundi, Costa Rica, El Salvador, Estonia, Guatemala, Jamaica, Corea, México, entre otros ya tiene establecida una cultura tributaria, como se puede apreciar en las figuras siguientes que se toman como referente. Colombia trata de incluir cultura tributaria y uno de los mecanismos que utiliza es la factura electrónica, como un medio para combatir la evasión.

La cultura tributaria hace parte de la educación ciudadana, que se debe impartir desde la educación básica primaria para que quienes en un futuro al formarse como los contribuyentes o responsables empiecen a fomentar esa conciencia tributaria y la moralidad que se ha descrito en el presente trabajo.

³⁸ RODRIGUEZ, José Carlos. Cultura tributaria, propuestas y argumentos para argumentar la justicia fiscal. Primera Edición. Paraguay. Colon. 2011. 36p. <https://bit.ly/3b3axp3>

³⁹ OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Estudios Económicos de la OCDE Colombia. Nota sobre la ley de financiamiento en Colombia (en línea). En: oecd.org en Colombia en 2017 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GeTjU3>

Lo anterior permite concebir la cultura tributaria como el accionar de las personas frente a las obligaciones formales con el Estado, establecida en la moral, la conciencia, la razón, la confianza, la responsabilidad social frente a las leyes tributarias que determinan a las personas como contribuyentes.

- **Cultura Tributaria en la PYMES**

Las Pymes ocupan un lugar muy importante en la economía del País, especialmente en la contribución a la generación de empleo y desarrollo de la comunidad donde están ubicadas. Pese a esta situación el gobierno se ve obligado a imponer impuestos para recaudar dinero y ejercer un control sobre los ingresos que perciben las pequeñas y medianas empresas en Colombia. En la premisa expuesta por Murillo y Restrepo, 2016, refiere que Colombia, es un país cuyo tejido empresarial está constituido, en su gran mayoría por empresas de pequeña escala, las pequeñas y medianas empresas PYMES, definidas según las leyes colombianas como aquellas que poseen una planta de personal inferior a 200 empleados y activos totales de hasta 30,000 SMMLV, representan el 99.5% del parque empresarial nacional⁴⁰. Así mismo expresa Ardic Mylenco y Saltane 2011 que dado su tamaño y el papel clave que desempeñan, estas empresas son fundamentales para el desarrollo del país, son consideradas como la columna vertebral de las economías modernas, vitales para el crecimiento económico a largo plazo. Autores como Benzing Chu y Orhan, 2009; Lussier y Halabi, 2010; Barbero, Casillas y Felman, 2011, exponen que estudios previos demuestran la importancia de este tipo de empresas, en relación con la generación de empleo, el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), la evolución de las reformas tecnológicas y la contribución de divisas para impulsar el crecimiento económico.

Por otra parte, Candiya, Mpeera, Munene y Akol, 2017 argumentan que las pymes poseen una estructura más plana y menos burocrática, con menos procedimientos y sistemas formales, facilitando la toma de decisiones y la capacidad de respuesta al mercado. Franco-Ángel y Urbano, 2010 refieren que el clima organizacional es favorable dadas las relaciones cercanas, casi familiares, entre los empleados, fundadores y directivos, son adaptables al cambio y su organización interna es más simple que le permite mayor adaptación al cambio (Lavia y Hiebl, 2015)⁴¹.

Por otra parte es importante destacar que las Pymes se crearon para que personas con pequeños capitales generen empleo y desarrollo económico en Colombia, pero se ve controlada por el estado porque se suma a esta tarea las normas que regulan

⁴⁰ URBANO, D. Caracterización de las pymes colombianas y de sus fundadores: un análisis desde dos regiones del país. (en línea). En: icesi.edu.co en Colombia: 2019 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3vCbnCE>

⁴¹ Ibid., p. 2.

las cargas tributarias, de igual manera se han visto enfrentadas a diferentes situaciones socio-económicas que impide el acceso al mercado como los paros nacionales, la violencia o la situación actual como es la pandemia que afectó a un número considerable de empresas al cierre parcial o total de sus establecimientos, según estudios realizados por la Asociación Nacional de Instituciones Financieras ANIF⁴²

Teniendo en cuenta lo anterior donde se destaca que las PYMES en Colombia son importantes para la economía del país, existe un plano donde éstas están fallando y es la denominada estrategia para permanecer por más tiempo en el mercado. Entendiéndose como estrategia la adaptación de recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de sus metas⁴³.

Una estrategia considera dos aspectos importantes que son:

- **Comunicación interna.** La estrategia debe ser comunicada de la manera más clara en toda la organización y llegue a todos los departamentos que la conforman.
- **Adaptación a los cambios del entorno.** Sean internos o externos a la empresa, sujetos a los cambios que afectan el desarrollo de la empresa. Esta debe contar con planes de contingencia para afrontar dichos cambios del entorno y adaptarse a nuevas situaciones.

La cultura tributaria pretende que cada persona natural o jurídica que se encuentran involucrados en un sistema empresarial PYMES, tomen conciencia en cuanto al hecho de que en cuanto al hecho que es un deber constitucional aportar al Estado y dar a conocer a la comunidad el objetivo fundamental de los tributos ser entregados al Estado y éste garantice a la ciudadanía obtener los servicios eficaces y eficientes en pro de la comunidad en general y se fortaleza el desarrollo del País. El Supermercado Amorel, forma parte de las Pymes y en conjunto con las demás pequeñas y medianas empresas se constituyen como los pilares fundamentales de la economía de la Región, por ello la importancia de su aporte a la economía de Colombia.

⁴² GOMEZ, I. y SALAZAR, J. Las cargas tributarias como impedimentos para el crecimiento de las pymes en Colombia. Trabajo de grado para optar por el título de Abogado. Colombia (Cali). Pontificia Universidad Javeriana Cali. Facultad De Humanidades y Ciencias Sociales. Carrera De Derecho. 2016. 65p. <https://bit.ly/3C8gX2d>

⁴³ CONEXIONESAN. ¿Qué es la estrategia empresarial y cómo ella se relaciona con el BSC? (en línea). En: esan.edu.pe en Perú (Lima): 19. Junio, 2017 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3vAKwXP>

Transformación de las Pymes en tiempos de pandemia. La emergencia sanitaria Covid – 19, generó una crisis económica a nivel mundial, las empresas PYME reflejaron una pérdida en sus negocios, demanda, oferta de productos y servicios. Éstas tuvieron gran afectación, por el confinamiento ordenado para todos los sectores de la economía y el temor de los consumidores a salir por posible contagio.

Este panorama, nada alentador las PYME, se obligaron a reinventar la comercialización de sus bienes y servicios. La forma más utilizada fue la de incursionar en el mundo digital, el uso de herramientas como teletrabajo, procesos de compras y ventas en línea, uso de redes sociales y WhatsApp business. La relación entre compradores y vendedores se realiza a través de diferentes canales de comunicación, apoyarse en herramientas digitales que ya existe, fue un reto para las pequeñas y medianas empresas. El caso de Colombia ilustra la importancia de sumar y coordinar los esfuerzos públicos y privados. Las cámaras de comercio del país han sido muy activas en brindar soluciones a sus empresas socias, ofreciendo capacitaciones en temas de comercio electrónico, teletrabajo, marketing digital y nuevas tecnologías, complementarias a las capacitaciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Igualmente, pusieron a disposición herramientas para promover el negocio virtual, creando un centro de negocios donde las empresas puedan realizar citas de negocio online, y dando acceso y acompañamiento a MIPYMES para acceder a vitrinas virtuales.⁴⁴

Pese a la situación presentada en tiempos de pandemia, Supermercado Amorel, implementó estrategias de tomar decisiones inmediatas y mantener su personal optando por vender sus productos a través de las redes sociales, mantener el contacto con sus clientes fortaleciendo sus ingresos a través de las ventas con su tienda virtual con ayuda de Facebook⁴⁵, Instagram⁴⁶ y tomando pedidos a través de WhatsApp.

Figura 4. Publicidad de Supermercado Amorel en redes sociales Facebook - Instagram

⁴⁴ HENRÍQUEZ, P. COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes? (en línea). En: iadb.org 2020 (Consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m6x0bf>

⁴⁵ FACEBOOK. Supermercados Amorel. (en línea). En: facebook.com en Colombia (Pasto): 2021 (consultada: 1 marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3noLEK6>

⁴⁶ INSTAGRAM. Supermercados Amorel. (en línea). En: instagram.com en Colombia (Pasto): 2021 (consultada: 1 marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3noLEK6>



Fuente: Redes Sociales Amorel

Las PYMES, utilizaban sus redes sociales como un extra para aumentar la productividad, ganancia y reconocimiento en el mercado de consumo, hoy en día se ha convertido en un requisito para sobrevivir, más aún las pequeñas y medianas empresas comienzan a recorrer este nuevo camino de la digitalización, ya que comienzan a requerir de conectividad, dispositivos, servidores y equipos de cómputo que permitan gestionar ventas, marketing y gestión de clientes, para generar ingresos que permitan sostener la empresa y cumplir sus obligaciones con sus colaboradores y el estado. Mantener una cultura tributaria en tiempos de pandemia se ha convertido en un reto porque deben adaptar sus necesidades específicas, soluciones reforzadas de ciberseguridad y herramientas para optimizar sus correos electrónicos, medios de pagos digitales ante la DIAN. Los cambios a los que se han venido enfrentando las PYMES los ha llevado a transformar y reinventar sus modelos de negocio, para mantenerse en el mercado y lograr satisfacer las necesidades de los consumidores, lograr un ingreso en sus ventas y cumplir con sus responsabilidades como contribuyentes ante el Estado Colombiano.

Planeación tributaria. Las pequeñas y medianas empresas en Colombia, también se ven involucradas por la contribución de los impuestos de acuerdo a los activos que puedan tener en cada clasificación (pequeñas: activos entre 500 y 5000 SMMLV – Medianas: activos entre 5.001 y 30.000 SMMLV), por lo tanto, la planeación tributaria es una práctica que muy pocas empresas la tienen, como un plan de acción para llevar a cabo un plan de acción con relación al pago de los impuestos. El concepto de planeación tributaria, según Parra (2014) concebido como el conjunto de estrategias útil en la gestión fiscal, que las empresas adoptan de manera anticipada, con el fin de llevar a cabo sus actividades económicas buscando el mayor rendimiento de su inversión, al menor costo tributario posible; ya que ésta permite diseñar estrategias de tipo tributario con la finalidad de realizar un pago

justo del impuesto, haciendo uso de los beneficios que la legislación fiscal otorga.⁴⁷ La responsabilidad adquirida por los contribuyentes los obliga a conseguir recursos que les permita afrontar este compromiso con el Estado colombiano y se hace necesario establecer una planeación tributaria, como herramienta fundamental para el buen funcionamiento de la empresa para dar cumplimiento tributario y establecer buenas prácticas basados en el estatuto tributario para reducir el costo fiscal y mejorar su rentabilidad.

Para las pequeñas y medianas empresas, los tributos son considerados temas que dominan los Contadores Públicos o del Revisor Fiscal, tal como lo afirma Luis Carlos Robayo, las empresas están pendientes de sus ventas, costos y gastos, pero no de lo que pagan en impuestos.⁴⁸ La implementación de la planeación tributaria, no es una cultura de la pequeña y mediana empresa, su importancia no es muy relevante frente a los costos, gastos y ventas de una empresa, pero si merecen atención cuando los pagos de impuestos son altos o en casos de sanciones y requerimientos por parte de la Dirección de Impuestos Nacionales (DIAN).

El Estado Colombiano de mano con la Dirección de Impuestos Nacionales (DIAN), buscan mecanismos necesarios para establecer sistemas educativos dentro de la sociedad formación de una cultura tributaria, colocando a disposición herramientas que permita facilitar conocimientos en materia tributaria y reforzar en cada contribuyente valores, creencias, actitudes en pro de concientizar en las responsabilidades adquiridas como contribuyentes.

La DIAN como fuente de apoyo con las PYMES. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), es una entidad adscrita al Ministerio de Hacienda, establecida como una Unidad Administrativa Especial, mediante Decreto 2117 de 1992, mediante el cual se fusionaron la Dirección de Impuestos Nacionales (DIN) con la Dirección de Aduanas Nacionales (DAN).⁴⁹ Esta entidad como ente encargado de recaudar los tributos generados en Colombia, es la máxima autoridad en cuanto a las obligaciones que tienen las empresas como responsables ante el Estado Colombiano, por tanto los ingresos percibidos deberán pagar una tarifa como contribución con el País. Sin embargo, para ejercer control sobre los hechos económicos generados por las empresas, establece también un compromiso con los empresarios, ya que además ellos necesitan un apoyo y orientación continua

⁴⁷ GARIZABAL, L. BARRIOS, I. BERNAL, O. y GARIZABAL, M. Estrategias de planeación tributaria para optimizar impuesto de los contribuyentes (en línea). En: revistaespacios.com en Venezuela: 21, abril, 2019 (consultada en: 5, marzo 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3pv5c28>

⁴⁸ SEMANA. Planeación Tributaria (en línea). En: semana.com en Colombia: 31, mayo, 2005 (consultada: 5, marzo, 2005). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3BjjPrX>

⁴⁹ MIS ABOGADOS. Derecho Tributario (en línea). En: misabogados.com en Colombia: 20, junio, 2016 (consultada: 5, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3Cf2EsQ>

para generar una cultura tributaria en cuanto a la responsabilidad que tienen como contribuyentes, conforme a Ley 590 del 2000, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, las cuales se entiende como toda unidad de explotación económica realizada por una persona natural o jurídica en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o servicios rurales o urbanos que cumplan con las siguientes características: El personal y los activos con los que cuenta la empresa.⁵⁰

Uno de los objetivos estratégicos de la DIAN, es fomentar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias. Su alcance es el fortalecimiento de la cultura tributaria y ejecución de acciones integrales de servicio y control para disminuir los costos de cumplimiento al ciudadano – cliente y los costos de operación de la entidad, promoviendo la cultura de la legalidad y generando riesgo subjetivo a quien persiste en el incumplimiento de sus obligaciones fiscales.⁵¹

La DIAN dispone de un sitio web, que permite facilitar la consulta de los contribuyentes y mantener una comunicación en línea de manera inmediata y constante en favor de los contribuyentes para atender sus inquietudes, facilitar los formularios que obligatoriamente deben diligenciar de manera obligatoria en cumplimiento de sus responsabilidades como contribuyentes ante el Estado Colombiano en beneficio del progreso y desarrollo del País.

Buscar la facilidad de adquirir el conocimiento en materia tributaria, genera un acercamiento de la DIAN no solo con los empresarios, sino también con aquellos que cumplen su misión como proveedores, incentivar su interés y se dejen asesorar para que posean buenos márgenes de utilidad en los productos que entregan a las pequeñas y medianas empresas y entren de manera más organizada a la competencia. Hacer un llamado a los proveedores, es muy productivo que la DIAN brinde capacitación contable y tributaria para permitirles la posibilidad de crecer en sus negocios y lograr obtener una economía con mejores utilidades.

2.5 MARCO CONCEPTUAL

Es importante conocer el concepto de los términos que intervienen en la presente investigación, para contextualizar el tema principal sobre cultura tributaria, en el comportamiento de las personas naturales y jurídicas al momento de contribuir con

⁵⁰ Ibid., Op. Cit., 23p.

⁵¹ DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Plan estratégico 2014 – 2018. (en línea) En: dian.gov.co en Colombia: 2014 (consultada: 5, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3niJH21>

el Estado a través del pago de los impuestos, esto con el fin de lograr una educación apropiada y establecer una moral, una conciencia tributaria⁵².

CULTURA: En primer lugar, se define la cultura que viene del latín CULTUS, que significa el cultivo del espíritu humano. También se concibe como un conjunto de saberes, creencias, costumbres, pautas de conducta y manifestaciones que se expresa la vida de una sociedad, en un espacio y un periodo de tiempo determinados.

CULTURA TRIBUTARIA: Por cultura tributaria entendemos el conjunto de conocimientos, percepciones, actitudes y prácticas de conducta de una sociedad o de un grupo social respecto a la tributación.

TRIBUTACIÓN: Se denomina al acto de tributar o de pagar impuestos en un estado o país determinado, de conformidad con las leyes y normas que la rigen.

TRIBUTO: Proviene del latín TRIBUTUM y hace referencia a aquello que se da. Es un ingreso público proveniente de un pago obligatorio establecido por una autoridad pública con relación al hecho imponible que por ley se asocia con la obligación de contribuir. El fin primordial del tributo es aportar el sostenimiento del gasto público destinado para el gasto público y en otras ocasiones el gobierno lo destina para otras actividades, político, económico o para un determinado producto como tabaco o bebidas alcohólicas. La población en general es la que lleva o subsidia de cierta manera ciertos gastos que hace el estado en beneficio de la comunidad.

IMPUESTO: Es una clase de tributo regido por el derecho público que no implica una contraprestación directa por parte del estado al cual se considera el sujeto activo de las relaciones tributarias. El sujeto pasivo es el contribuyente ya sea persona natural o jurídica.

COMPORTAMIENTO SOCIAL. Es uno de los conceptos más relevantes y complejos dentro del comportamiento humano y para comprenderlo es necesario remontar este concepto en las teorías del filósofo del pensamiento occidental como Aristóteles, quien refiere la frase "El hombre es un ser social por naturaleza" es una frase del filósofo Aristóteles (384-322, a. de C.) para constatar que nacemos con la característica social y la vamos desarrollando a lo largo de nuestra vida, ya que necesitamos de los otros para sobrevivir. A partir de las ideas de Aristóteles, se puede definir el comportamiento social como el conjunto de las diferentes acciones del hombre y la influencia de las interacciones sociales.

CONTRIBUYENTES: Son contribuyentes las personas naturales o jurídicas, sus asimiladas, y las entidades públicas no exceptuadas expresamente, que intervengan como otorgantes, giradores, aceptantes, emisores o suscriptores en los

⁵² Ibid., p. 13-35.

documentos. Así mismo es contribuyente aquel a cuyo favor se expida, otorgue o extienda el documento

El proceso del trabajo a desarrollar tiene como fin dar a conocer de qué manera el supermercado Amorel recauda los impuestos a través de la venta de los bienes que tiene a disposición de la población nariñense. La empresa tiene una gran trayectoria y tradición en el mercado económico en la Ciudad de Pasto ha contribuido de alguna manera con la Región y el País, se pretende fortalecer y concientizar en el empresario la cultura tributaria para fortalecer sus aportes tributarios, con base en la razón, la confianza y la afirmación de valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social de la empresa como contribuyente.

Tasas Las tasas son pagos voluntarios que se hacen como contraprestación por utilizar o consumir un servicio ofrecido por el estado, caracterizadas por:

- El Estado cobra un precio por un bien o servicio ofrecido.
- El precio pagado por el ciudadano al Estado guarda relación directa con los beneficios derivados del bien o servicio ofrecido.
- El particular tiene la opción de adquirir o no el bien o servicio.
- El precio cubre los gastos de funcionamiento y las provisiones para amortización y crecimiento de la inversión.
- Ocasionalmente, caben criterios distributivos (ejemplo: tarifas diferenciales).

Ejemplo típico de las tasas: los precios de los servicios públicos urbanos (energía, aseo, acueducto).⁵³

Contribuciones parafiscales Son pagos que ciertos sectores deben hacer para financiar servicios de ciertas entidades estatales, sino derecho a contraprestación alguna por esa contribución. Estos pagos los realizan las personas o empresas para financiar una entidad pública o un servicio prestado por el estado. Las contribuciones son de obligatorio cumplimiento que deben realizar al Sena, ICBF y cajas de compensación familiar, por cada empleado que tenga.

⁵³ Ibid., p. 4 – 10.

3. METODOLOGÍA

3.1 PARADIGMA

Esta investigación se encuentra dentro del paradigma positivista, debido a que el estudio se considera una realidad objetiva, por lo tanto, según el análisis y criterios que se desarrollan con una tendencia de tipo cuantitativo ya que se realizará un diagnóstico sobre el conocimiento de pago de obligaciones tributarias SUPERMERCADO AMOREL.

3.2 ENFOQUE

El presente proyecto se postula con un enfoque cuantitativo donde se tendrá en cuenta el comportamiento de la empresa como contribuyente ante la tributación con el Estado, relacionando la aplicación de los valores democráticos en materia de impuestos, con el fin de analizar la actuación de la Empresa Supermercado Amorel frente al progreso y desarrollo de la región.

3.3 MÉTODO

El método que se utiliza será de forma deductivo, porque se concluirá información de manera de observación en la realidad, basándose en la teoría que permita conocer el comportamiento de la empresa frente al tributo con el estado y que permita establecer una estrategia de cultura tributaria en el supermercado Amorel.

3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se adopta es descriptivo. El método descriptivo dirige al investigador hacia la caracterización de la cultura tributaria y de esta manera permite observar el comportamiento del supermercado Amorel como contribuyente frente al Estado. De igual manera realizar una entrevista al Contador público, con el fin de elaborar un diagnóstico sobre el conocimiento de pago de obligaciones tributarias, analizar las normas y procedimientos tributarios y de esta manera formular una estrategia que aporte en acciones de la cultura tributaria en el Supermercado Amorel.

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1 Población. Teniendo en cuenta el objeto de estudio de este proyecto, que se encamina en analizar la cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el Supermercado Amorel, se realizará una entrevista al Profesional encargado de llevar el registro y control de la información en cuanto a tributos se refiere, de esta manera observar las normas y procedimientos que permita formular una estrategia y acción sobre tema en desarrollo, por ende el Profesional será la persona que interviene de manera directa en esta investigación.

3.5.2 Muestra. Al considerar que la población se simplifica a una persona, que para este caso es el Profesional de Contaduría como el responsable de llevar el registro y control de la información tributaria de la empresa y como encargado directo y único responsable, es así como dentro de la muestra no intervienen más personas al momento de información tributaria, por ello la propietaria de la entidad solo permite autorización de consulta de información al Contador Público, cabe aclarar que hay más personal auxiliar en colaboración, del proceso de información contable, pero no son fuente de investigación para el desarrollo del presente trabajo por autorización expresa de su propietaria y de esta manera se logre obtener más conocimiento sobre el proceso del proyecto a desarrollar en cuanto al tema de contribución y cultura tributaria en el Supermercado Amorel.

3.6 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.6.1 Fuente Primaria. La fuente primaria de la información la constituye el contador público como única persona responsable y autorizada para realizar la entrevista con preguntas relacionadas al tema de manera general.

3.6.2 Fuente Secundaria. La información como fuentes secundarias se tomará a través de fuentes de información básicos, como bibliografía disponible en páginas web, trabajos de grado.

Como Instrumento de recolección de información se aplicará la entrevista formalizada al contador Público de la organización Supermercado Amorel, en la entrevista se busca conocer los procedimientos relacionados con los deberes formales adquiridos como responsables de IVA (Ver anexo 3).

3.7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Corresponden a las distintas maneras de obtener los datos que luego de ser procesados, se convertirán en información. Entre estas se tiene: la observación

(participante y no participante) y la entrevista dirigida al Contador Público Edison Guerrero de la empresa supermercado Amorel de Pasto realizada por estudiantes de la Universidad Cesmag, facultad de ciencias administrativas y contables.

3.7.1 Aplicación de instrumentos de recolección de la información. Para el desarrollo de la verificación del estado real de la empresa, se proyecta una entrevista mediante la cual es posible evidenciar aquellos aspectos relevantes en materia tributaria para verificar y analizar cuál es la incidencia de la cultura tributaria en el desarrollo normal del objeto social de la empresa, además la aplicación de este instrumento se realiza para analizar cuál es la visión empresarial que existe en relación a el manejo de los tributos y sobre cuál es la perspectiva que tiene la organización con respecto a la destinación de los mismos por parte del estado.

3.7.2 Tabulación y sistematización de la Información.

Cuadro 1. Tabulación y sistematización de la Información

Pregunta	Respuesta	Análisis
1. ¿Dentro de la clasificación de las pymes el Supermercado Amorel a qué tipo de empresa está catalogada?	El supermercado Amorel está catalogada como PYME pequeña Empresa ya que cuenta con 20 trabajadores y su objetivo es la compra y venta de productos de la canasta familiar y cuenta con una facturación anual de la empresa, que mediante la Ley 590 establece disposiciones para promover el desarrollo del micro, pequeñas y medianas empresas.	El supermercado Amorel clasificada como Pyme, conforme a lo establecido en la ley 590 de 2000 ⁵⁴ que promueve el desarrollo de la Micro, Pequeñas y Medianas empresas, donde se entiende todas aquellas empresas que realizan actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, Esta ley también determina su clasificación bajo dos características muy importantes que son por trabajadores y ventas brutas anuales. El Supermercado Amorel según esta Ley se clasifica como Pequeña Empresa ratificada por el Contador Público de esta unidad económica que cuenta con 20 trabajadores y sus activos se encuentran en el rango establecido para esta clasificación, activos

⁵⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 590. (14, julio, 2020). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Op. Cit., p. 16.

Pregunta	Respuesta	Análisis
		<p>totales mayores a 501 y menores a 5.001 SMMLV</p> <p>Tomando en cuenta la conceptualización realizada respecto a la clasificación de la empresa es posible evidenciar que se hace muy necesario que exista una cultura tributaria en la misma, de igual manera se hace muy útil que la entidad gestione de manera pertinente el desarrollo de acciones encaminadas a auditar el cumplimiento de las obligaciones tributarias impartidas.</p> <p>“Una de las misiones es de la DIAN, que independientemente del tipo de organización o personería jurídica que sea la pyme se incentive la cultura de pagar de manera adecuada los tributos”⁵⁵</p> <p>Es aquí donde se puede afirmar que el grupo de investigación resaltar que Supermercado Amorel, juega un papel muy importante en la economía de la Ciudad de Pasto y en Nariño, por su desarrollo y crecimiento, que a lo largo de sus 59 años han prestado su servicio para suplir las necesidades de los hogares nariñenses, una pyme que ha ido creciendo en infraestructura locativa, administrativa y operativa, convirtiéndose en la primera empresa generadora de empleo en la región.</p>
<p>2. ¿Si es pyme, está</p>	<p>El supermercado Amorel es una Pyme,</p>	<p>Supermercado Amorel tiene como garante una sola persona natural</p>

⁵⁵ DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Plan estratégico 2014 – 2018. (en línea) [En: dian.gov.co](http://dian.gov.co) en Colombia: 2014 (consultada: 5, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3niJH21>

Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>dentro de las sociedades por acciones simplificadas?</p>	<p>pero no está catalogada como sociedad por acciones simplificadas ya que la propietaria es persona natural responsable de IVA.</p>	<p>responsable de IVA, y a lo establecido en el artículo 437 del estatuto tributario indica que⁷ están obligados a inscribirse como responsables de IVA, quienes realicen actividades gravadas y cumplen con unas obligaciones formales que deben efectuar ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN.</p> <p>Resaltando que la pyme no pertenece a una sociedad por acciones simplificada se debe resalta que según el blog de economía gerencie la “Figura societaria con características especiales. Las que hacen parte del régimen ordinario en el impuesto a la renta como cualquier otra sociedad comercial, así que no es diferente a una sociedad anónima o limitada”⁵⁶</p> <p>Supermercado Amorel a pesar de vender productos gravados con IVA y prestar un servicio a la comunidad nariñense durante una larga trayectoria, se ha mantenido dentro de esa clasificación como responsable de IVA y se ha limitado en su expansión y es vista siempre como la empresa pequeña, tradicional y familiar como se ha destacado actualmente.</p>
<p>3. ¿cuál es el pro y el contra de la sociedad</p>	<p>El supermercado Amorel dentro de las ventajas que tiene, es que cuentan con</p>	<p>Supermercado Amorel cuenta con 20 trabajadores, catalogándola como pequeña empresa, definida según las leyes colombianas como</p>

⁵⁶ Ibid..

Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>pyme al cual pertenece?</p>	<p>clientes tanto de la ciudad, como de municipios aledaños, brindando el servicio de venta de productos de la canasta familiar, cuidado personal, frutas y verduras de esta manera estar más cerca de sus clientes.</p> <p>La toma de decisiones es inmediata y precisa, también una de sus ventajas es que en temporada amplían su personal de atención dando así oportunidad de trabajo.</p> <p>Considero desventajas los constantes cambios que se han presentado; como la situación de emergencia sanitaria y salud pública, donde se redujo las ventas, pero a pesar de ello no hubo inconvenientes de retirar personal, aunque se tuvo en consideración en algún momento se llegó a mantener a sus trabajadores. Otra desventaja que puedo mencionar es por las marchas, protestas y bloqueos de las vías panamericana, por ingreso de los productos nacionales y</p>	<p>aquellas que poseen una planta de personal inferior a 200 empleados y activos totales de hasta 30,000 SMMLV, representan el 99.5% del parque empresarial nacional⁵⁷ tiene a su disponibilidad el funcionamiento y desarrollo de la entidad lo cual le permite ser más flexible y permite modificar responsabilidades y tareas con sus colaboradores si así se requiriera, también en una situación de crisis se puede contener de manera más fácil ya que al momento de reaccionar en toma de decisiones, de agilidad y flexibilidad y es más fácil modificar su estructura. Candiya, Mpeera, Munene y Akol, 2017 argumentan que las pymes poseen una estructura más plana y menos burocrática, con menos procedimientos y sistemas formales, facilitando la toma de decisiones y la capacidad de respuesta al mercado. Como lo daba a conocer el Contador Público en caso de pandemia no conllevo a despedir a sus colaboradores ya que se necesitaba de sus funciones para llevar a cabo estrategias de venta a domicilios obteniendo más cercanía con sus clientes, cabe resaltar la interacción de redes sociales que les permitió mejor comunicación entre esta y la empresa atendiendo mejor sus necesidades.</p> <p>Una de las afectaciones actuales, que ha generado menos recursos y por ende menor margen de ganancia es el bloqueo y orden público presentado en vías nacionales y</p>

⁵⁷ Ibid., p. 16

Pregunta	Respuesta	Análisis
	<p>cierre de vías principales del municipio de Nariño para el ingreso de frutas y verduras.</p>	<p>regionales hace más difícil poder mantener precios más convenientes tanto para la empresa como para los clientes y reduciendo la posibilidad de expansión.</p> <p>Tomando en cuenta que la organización es de carácter expansivo y que su nivel de ventas pertenece a un amplio nicho de mercado es fundamental detallar que de acuerdo a los aspectos positivos mencionados se puede analizar que si tiene la empresa como tal una buena distribución de los productos pero es muy necesario que se estructuren todos y cada uno de los procesos que se están desarrollando a nivel normativo y reglamentario que sirva como base de referencia para ejecutar las funciones de los colaboradores de la empresa.</p> <p>En relación a los puntos en contra encontrados, es posible detallar que la empresa debe tener vías alternas para el transporte de los insumos necesarios para comercializar.</p> <p>“Tomando en cuenta lo referido por Hernández La existencia de la pandemia tiene varias consecuencias referentes al comportamiento económico con las empresas como también en la conducta de comercialización para los usuarios tanto internos como externos ,”⁵⁸</p>

⁵⁸ HENRÍQUEZ, P. COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes? (en línea). En: iadb.org 2020 (Consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m6x0bf>

Pregunta	Respuesta	Análisis
		Al ser una empresa pequeña, para el gerente y directivos administrativos y financieros, es más flexible en la toma de decisiones y ante los diferentes hechos sociales y económicos por factores externos son resueltos de inmediato, caracterizándose siempre por la costumbre familiar de los propietarios.
4. ¿Cuenta con planeación tributaria?	No se cuenta con planeación, pero al momento de la declaración se realiza el pago de los impuestos en las fechas establecidas.	Se observa, que es de mayor importancia para toda entidad contar con una planeación tributaria para su desarrollo, permitiendo optimizar tributos y aprovechar al máximo beneficios que otorga la ley a lo relacionado en los impuestos como es el cumplimiento de las obligaciones y considerar alternativas así aumentando la rentabilidad y flujo de caja según Parra (2014) concebido como el conjunto de estrategias útil en la gestión fiscal, que las empresas adoptan de manera anticipada, con el fin de llevar a cabo sus actividades económicas buscando el mayor rendimiento de su inversión, al menor costo tributario posible; ya que ésta permite diseñar estrategias de tipo tributario con la finalidad de realizar un pago justo del impuesto, haciendo uso de los beneficios que la legislación fiscal otorga. ⁵⁹ La responsabilidad adquirida por los contribuyentes los obliga a conseguir recursos que les permita afrontar este compromiso con el Estado colombiano y se hace necesario establecer una planeación tributaria, como herramienta

⁵⁹ GARIZABAL, L. BARRIOS, I. BERNAL, O. y GARIZABAL, M. Estrategias de planeación tributaria para optimizar impuesto de los contribuyentes. Op. Cit., p. 35.

Pregunta	Respuesta	Análisis
		<p>fundamental para el buen funcionamiento de la empresa para dar cumplimiento tributario y establecer buenas prácticas basados en el estatuto tributario para reducir el costo fiscal y mejorar su rentabilidad</p> <p>La planeación tributaria es considerada como un factor esencial dentro de la organización, esto debido a que se debe tomar en cuenta la provisión para los impuestos, de igual manera es una forma de generar un presupuesto que sirve como base primordial para la correcta toma de decisiones.</p> <p>“El concepto de planeación tributaria, según Parra (2014) se detalla que la planeación tributaria hace parte de la gestión fiscal y financiera de la empresa y que como tal debe ser de obligatorio cumplimiento en la entidad.”⁶⁰</p> <p>La cultura tributaria, es esencial en las empresas y Supermercado Amorel, no es la excepción, sin embargo, se ve necesario no solo concientizar sobre este tema de gran importancia, sino también que la empresa establezca una planificación tributaria que le permita diseñar los objetivos y busque prever situaciones con el fin de evitar cargas tributarias que no necesitan y tener una visión futura para planear, invertir y decidir.</p>

⁶⁰ GARIZABAL, L. BARRIOS, I. BERNAL, O. y GARIZABAL, M. Estrategias de planeación tributaria para optimizar impuesto de los contribuyentes (en línea). En: revistaespacios.com en Venezuela: 21, abril, 2019 (consultada en: 5, marzo 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3pv5c28>

Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>5. ¿Su empresa ha tenido que aumentar la carga tributaria en los últimos años?</p>	<p>El supermercado Amorel, en los últimos años sube su carga tributaria como lo indica la ley en el aumento de los porcentajes en los impuestos esto claramente hace que si se aumente la carga tributaria.</p>	<p>Con referencia al marco teórico que señala la ley 590 o del 2000,⁶¹ por la cual se dispone el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, el supermercado Amorel cumple sus funciones tributarias conforme a lo reglamentado en Colombia para cumplir con el impuesto de renta, impuesto del valor agregado IVA, ICA y retención en la fuente; al respecto el papel esencial de la cultura tributaria es importante debido a que se debe estimar los incrementos de dichos porcentajes en el desarrollo y proyección de ganancias o utilidades que pueda generar la empresa.</p> <p>Es bien sabido que el sistema tributario se caracteriza por su complejidad y todas las situaciones que implica, se requiere en Supermercado Amorel implementar capacitaciones constantes con el ánimo de generar una adecuada mano de obra calificada que contribuya en los trabajadores un mayor conocimientos eficiente y productivo en las funciones de trabajo que impliquen temas tributarios.</p>
<p>6. ¿Ha sido de objeto de sanciones tributarias?</p>	<p>No han tenido sanciones en obligaciones tributarias cumplen con sus obligaciones para el desarrollo de la empresa.</p>	<p>Al respecto, es posible analizar que es un punto a favor de la organización tomando en cuenta que al no incurrir en sanciones significa que, aunque no se practique una predeterminación de estos costos o gastos el pago de las obligaciones tributarias ha sido oportuno.</p>

⁶¹ Ibid., Op. Cit., 23p.

Pregunta	Respuesta	Análisis
		<p>“La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), menciona que la carga tributaria debe ser distribuida tomando en cuenta desde el punto de vista de la competitividad del país en relación con otras economías”⁶² en efecto el cumplimiento de las obligaciones que desempeña la entidad ayuda a gestionar el objetivo de este ente de vigilancia y control.</p> <p>Es importante tener en cuenta que mediante el estatuto tributario en su Artículo 1⁶³ la obligación tributaria, es un cumplimiento que se origina para la realización del hecho generador del impuesto que tiene como objeto una prestación de dar, consiste en cancelar o pagar el tributo.</p> <p>Por lo anterior la empresa Supermercado Amorel cumple con sus obligaciones tributarias y por ende es consciente que sus aportes al estado benefician el gasto público, se pudo evidenciar su responsabilidad que tiene como contribuyente para que se distribuya de manera equitativa entre las necesidades del momento.</p>

⁶² MIS ABOGADOS. Derecho Tributario (en línea). En: misabogados.com en Colombia: 20, junio, 2016 (consultada: 5, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3Cf2EsQ>

⁶³ ESTATUTO TRIBUTARIO NACIONAL. Art. 1 Origen de la obligación sustancial. Disponible en la dirección electrónica: <https://estatuto.co/>

Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>7. ¿Cómo califica el sistema tributario actual?</p>	<p>Ha habido muchos cambios en el sistema tributario y debido a ello se necesita estar frecuentemente actualizado en la información y en toma de decisiones, lo que conlleva a complejidad en la comprensión de leyes con la que existen múltiples gravámenes y de impuestos transitorios y dando incertidumbre y se convierte en un reto cada vez más complejo.</p>	<p>Como parte de la cultura tributaria es la gestión del conocimiento a partir del sistema cambiario que rige al sector al cual la empresa pertenece, en efecto se analiza que la organización debe generar una estrategia enfocada en la actualización tributaria de forma permanente.</p> <p>Según Hernández “argumenta que las pymes poseen una estructura más plana y menos burocrática, con menos procedimientos y sistemas formales, facilitando la toma de decisiones y la capacidad de respuesta al mercado” al respecto es posible detallar que a pesar de que se torna un sistema tributario complejo también existen otras particularidades en relación a los sistemas formales que deben ser aprovechadas por la entidad.</p> <p>Supermercado Amorel, es un contribuyente que cumple con sus responsabilidades tributarias, sin embargo, es preciso implementar sistemas de capacitación que generen confianza en sus trabajadores aplicar sus conocimientos con mayor responsabilidad y eficiencia sus funciones laborales. Siendo el campo tributario un tema muy complejo requiere mayor atención para que la cultura tributaria sea el ambiente que necesita no solo esta empresa, sino todo el ámbito empresarial que conforma la economía del país.</p>
<p>8. ¿Cuál considera usted</p>	<p>Una de las fortalezas, es la organización de</p>	<p>Con respecto al pago oportuno de las obligaciones internas de la</p>

Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>son las Fortalezas de la empresa frente al cumplimiento de las obligaciones tributarias?</p>	<p>pagos a proveedores y contabilización de los impuestos para ser declarados en fechas establecida ante la DIAN.</p>	<p>entidad, es un factor muy determinan ante que permite lograr una mayor confiabilidad en el sector como también constituye parte del valor agregado que puede ofrecer la empresa.</p> <p>Según Rodríguez “La conciencia tributaria a nivel empresarial es fundamental debido a que permite generar una estratificación y planificación adecuada del flujo de ingresos, y para no incurrir en sanciones por incumplimiento.”⁶⁴</p> <p>Dentro de los principios constitucionales tributarios, se encuentra el artículo 363 con los principios de equidad, eficiencia y progresividad⁶⁵ que permiten a la empresa</p> <p>Supermercado Amorel cumplir con sus obligaciones tributarias y de esta manera llevar a cabo sus funciones dando lugar a identificar posibles riesgos en sus operaciones y de esta manera apoyándose tanto en soporte técnico y tecnológico, para evaluar junto con la persona administrativa encargada, para dar una mejor gestión tributaria.</p> <p>La empresa es responsable es sus pagos cumplidos con el estado, sumando a esta responsabilidad la cultura de la tributación una planificación tributaria, Supermercado Amorel puede ser más competitivo en la región nariñense.</p>

⁶⁴ Op, cit

⁶⁵ Ibid., p. 22

Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>9. ¿Cuál considera usted son las debilidades de su empresa frente al cumplimiento de las obligaciones tributarias?</p>	<p>Mucha carga fiscal y el cambio constante de las reformas tributarias y fechas de pago, lo que implica que cada año se debe estudiar nuevas normas tributarias para ser aplicadas según las necesidades de la empresa.</p>	<p>Tomando en cuenta el sistema cambiario en materia tributaria se observa que la organización no cuenta con un capital de trabajo solvente que le permita como tal ser muy bien adaptable a los cambios, Según Hernández⁶⁶ “las obligaciones deben ser consideradas parte de la estructuración empresarial en materia contable y financiera”</p> <p>De igual forma se debe analizar que no cuenta con una estratificación y conceptualización relacionada con las normas que aplican al sector y de manera específica a la empresa.</p> <p>Se puede observar que dentro de la economía colombiana las PYMES tiene una alta notabilidad en cambios constantes de reformas tributarias y debido a ello se enfrentan a cambios acelerados con respuestas inmediatas, lo que conlleva a tener debilidades como temor, falta de investigación, falta de conocimiento tributario y no aplicación de planeación tributaria.</p> <p>Para las pequeñas y medianas empresas, los tributos son considerados temas que dominan los Contadores Públicos o del Revisor Fiscal, tal como lo afirma Luis Carlos Robayo, las empresas están pendientes de sus ventas, costos y gastos, pero no de lo que pagan en impuestos.⁶⁷ La implementación de la planeación tributaria, no es una cultura de la</p>

⁶⁶ Op, cit

⁶⁷ SEMANA. Planeación Tributaria. Op. Cit., p. 45.

Pregunta	Respuesta	Análisis
		<p>pequeña y mediana empresa, su importancia no es muy relevante frente a los costos, gastos y ventas de una empresa, pero si merecen atención cuando los pagos de impuestos son altos o en casos de sanciones y requerimientos por parte de la Dirección de Impuestos Nacionales (DIAN).</p> <p>Es importante generar una conciencia tributaria, una cultura al pago de los impuestos, es bien sabido que el sistema económico genera una complejidad en la parte tributaria, sin embargo, es importante hacerle frente con una buena organización y planificación tributaria, para que la cultura del tributo sea el ambiente que respire la empresa.</p>
<p>10. Según su opinión, ¿Cuál es el motivo principal para cancelar los impuestos?</p>	<p>Los impuestos hacen parte del sostenimiento del gasto público y administración del estado, se considera como la principal fuente de crecimiento y progreso en la economía regional y nacional.</p>	<p>Al respecto se resalta que, si existe una buena opinión acerca de los impuestos, de igual manera es muy pertinente que en la empresa se generen herramientas que permitan generar una cultura tributaria en todas las áreas de la organización. Según la revista Gerencie menciona que se debe tener en cuenta que la “Interiorización de los deberes ciudadanos, donde se cuestiona qué debe hacer cada persona”⁶⁸ lo cual hace especial referencia a que existe un hábito de cancelar los impuestos.</p> <p>Supermercado Amorel, como contribuyente, tiene muy clara la</p>

⁶⁸ GERENCIE. Guía laboral, impuestos, pensiones, comercial, civil. (en línea). En: gerencie.com en Colombia: 15, agosto, 2020 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3E4QGT1>
Ibid., p. 1.

Pregunta	Respuesta	Análisis
		<p>importancia del gasto público, los impuestos que se generan en la actividad económica que desarrollan son aportados al Estado, el cual garantiza los derechos y bienes públicos de todos los ciudadanos en el territorio colombiano.</p>
<p>11. ¿Qué Estrategias, Técnicas y Métodos conocen que se usen para poner en práctica la cultura tributaria en el supermercado Amorel?</p>	<p>La estrategia principal que se implementa en el Supermercado Amorel es dar la información adecuada correspondiente al pago de impuestos para de esta manera crear cultura tributaria y que de igual manera esta crezca y se establezca en los comerciantes.</p>	<p>Al respecto se analiza que en la organización si existe una cultura tributaria para el pago de los impuestos, sin embargo, es fundamental analizar que existen algunas falencias que se evidencian en la falta de planeación para el pago de impuestos.</p> <p>Según la organización de desarrollo económico “existen varias estrategias para colocar en funcionamiento la conciencia tributaria, en efecto se debe generar espacios adecuados para su implementación”⁶⁹.</p> <p>La formación de una cultura tributaria para Supermercado Amorel en la necesidad de reafirmar que los tributos además de ser obligatorios forman parte del desarrollo de la región y el país, toda vez que contribuye al Estado con recursos para la gestión de proyectos sociales.</p>
<p>12. ¿Con una opinión general en el territorio de Nariño, usted ve reflejada la inversión por</p>	<p>La Empresa es consciente que los recursos que aporta al Estado en materia de impuestos cubren a nivel nacional el costo</p>	<p>En referencia a lo mencionado se puede analizar que en la organización existe concientización sobre la inversión del estado relacionado con el recaudo de los</p>

⁶⁹ OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Estudios Económicos de la OCDE Colombia. Nota sobre la ley de financiamiento en Colombia (en línea). En: oecd.org en Colombia en 2017 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GeTjU3>

Pregunta	Respuesta	Análisis
parte del estado con el pago de impuestos?	que imparten al departamento y al municipio en educación, salud e inversión social. Aunque es de pleno conocimiento que la corrupción ha conllevado a otras empresas o personas a no contribuir con el estado debido a la desconfianza que existe por la mala administración de los recursos.	impuestos lo cual es muy importante para la empresa. Según Rodríguez “La inversión del estado se hace extensiva a generar mayores recursos para los ciudadanos y así estos mismos consuman de las empresas” ⁷⁰ La empresa, por su trayectoria en la región y al país, ha aportado al crecimiento económico del país, a pesar de ser una mediana empresa, es un sector muy importante, ya que el hecho de generar empleo y prestar un servicio en favor de suplir las necesidades de una comunidad lo hace ser parte fundamental del progreso de una región.
13. ¿la Dian les brinda información del pago o recaudo de los impuestos con oportunidad?	La DIAN es un organismo que brinda la información necesaria para el cumplimiento de los deberes formales que adquiere el Supermercado Amorel con el estado, además tiene a disposición la plataforma para tener acceso al calendario tributario, promueve capacitaciones sobre las actualizaciones de las normas tributarias, tarifas y demás. Esta entidad está presta a atender los requerimientos que la empresa necesita.	Respecto a la referencia que tiene la empresa de la DIAN, se analiza que es muy acertada, sin embargo, se detalla que no existe un acompañamiento permanente en la asesoría para el pago de las obligaciones a corto, mediano y largo plazo. “Según la DIAN, se evidencia que según su reglamentación los ciudadanos contarán con el acompañamiento de un agente de servicio que le guiará en la realización del trámite.” ⁷¹ Es muy necesario y fundamental generar una línea de capacitación con la DIAN a Supermercado Amorel, ya que se amplía el conocimiento en materia de

⁷⁰ impuestos al año (en línea). En: larepublica.com en Colombia: 12, diciembre, 2019 (consultada: 12, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3C8bCrN>

⁷¹ Op.cit

Pregunta	Respuesta	Análisis
		impuestos y la cultura de contribución aporta al desarrollo eficiente de sus colaboradores en beneficio del progreso de la empresa.
<p>14 ¿Qué impuesto verde, contribuye la empresa y por qué?</p>	<p>El Supermercado Amorel aplica el impuesto verde con el cobro de las bolsas plásticas de \$51 como lo establece el gobierno nacional. Esto como contribución a la protección de medio ambiente, además las prácticas ambientales que adquiere la empresa como es la separación de los residuos en las bolsas negras, verdes o grises destinadas para cada residuo sea papel, plástico u orgánico. Esto se asume como deberes y prácticas de responsabilidad social.</p>	<p>Según la revista LEGIS “Se proyecta el desarrollo de impuestos de carácter tributario y ambiental, visando proporcionar a normativa más eficiente y adecuada para a Colombia relacionada con el cuidado del medio ambiente” ⁷²</p> <p>Al respecto, en relación al impuesto verde se debe resaltar que la entidad como tal ha venido adelantando el pago oportuno de sus labores tributarias en relación a la normatividad vigente, sin embargo, es fundamental mencionar que hace falta la implementación de más acciones referentes a generar una mayor responsabilidad social empresarial.</p> <p>Es evidente la responsabilidad social que adquiere Supermercado Amorel con el medio ambiente, crea espacios donde invita al cliente a ser amigable con el planeta, el hecho de cumplir con el impuesto a la bolsa y el de invitar al consumidor a contribuir con el cuidado del planeta.</p>
<p>15. ¿Dentro de la organización cómo incentivan a una cultura tributaria con los proveedores?</p>	<p>Supermercado Amorel tiene claro las obligaciones tributarias que tiene con el estado y por ende asume una actitud de cumplimiento con los deberes</p>	<p>Es esencial que exista una correcta sustentación del desarrollo de incentivar la cultura tributaria de forma general en lo usuarios tanto internos como externos, desarrollando de esta manera la implementación de políticas o</p>

⁷² LEGIS. LOS TRIBUTOS AMBIENTALES EN PAÍSES DESARROLLADOS: LA APUESTA DE LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA. Primera Edición. Colombia. En línea En: <https://www.legis.com.co/revista-impuestos/p>

Pregunta	Respuesta	Análisis
	<p>formales y establecen claras relaciones de comunicación oportuna con sus proveedores en cuanto al envío de sus facturas y en la descripción detallada de los productos que entregan a fin de que los impuestos generados sean los correctos y en la eventualidad de haber errores de cálculo se establezca la corrección oportuna para evitar contratiempos al generar el pago de los impuestos.</p>	<p>lineamientos propios de la entidad específicamente en materia de gestión tributaria para la organización.</p> <p>“El punto de interés de la conciencia tributaria es individual, es de cada persona, donde la moral dice que es lo que está bien o lo que está mal para el contribuyente y para el Estado”⁷³</p> <p>La Dra Adriana del Pilar Solano Cantor, subdirectora de Asistencia al Cliente de la DIAN (Cultura tributaria: estrategias de la DIAN para consolidar este concepto en Colombia, Actualícese video), señala que la cultura tributaria, como un tema muy importante y diferente a la vez, que encierra mitos e ideas equivocadas sobre el pago de los impuestos y es un tema que compete a todos ciudadanos para la construcción de un país, construcción de lo público y el rol que tienen los colombianos frente a los impuestos, que además de ser algo obligatorio, en esencia tiene una fundamentación en los valores que deben tener todos los ciudadanos miembros de una misma sociedad. El compromiso de la DIAN, es poner a disposición de los contribuyentes la coordinación de cultura de la contribución para aportar al país y disfrutar los servicios públicos, educación, salud e infraestructura.</p>

⁷³ Op.cit.

Pregunta	Respuesta	Análisis
		<p>Asumiendo la labor pedagógica para fomentar la cultura tributaria con el pago de los impuestos.</p> <p>Supermercado Amorel es responsable con el cumplimiento de sus deberes formales y es necesario aplicar un plan de capacitación para generar un conocimiento enfocado al progreso de la empresa, implementar una planificación tributaria para mejorar la toma de decisiones en favor del crecimiento de la empresa.</p>

3.7.3 Análisis e interpretación de resultados. Una vez recogida la información a través de esta técnica, se ha realizado un análisis con el objeto de identificar componentes que argumenten los objetivos de investigación, que avalan y enriquecen los resultados de los mismos.

El análisis de la entrevista ha perseguido un fin específico y concreto; la Cultura Tributaria en el Supermercado Amorel, el Contador Público como eje central dentro de la parte tributaria, ha permitido cumplir con las obligaciones tributarias que tiene con el Estado y en conjunto con la empresa, ha venido desarrollando su objeto social en pro del beneficio de la comunidad nariñense, quien ofrece productos de excelente calidad y su trayectoria a lo largo de estos años la ha convertido en un punto tradicional donde las personas pueden adquirir los productos de primera necesidad y canasta familiar, permitiendo en la actualidad ser responsables ante el Estado con el cumplimiento de sus deberes formales y ser conscientes que sus aportes son una fuente de ingreso para el país dirigidos a sectores que requieren su atención.

Dentro del marco legal, Supermercado Amorel, cumple con su funcionamiento y desarrollo de la actividad, clasificada como Pyme⁷⁴, conforme a lo establecido en la ley 590 de 2000, que promueve el desarrollo de la Micro, Pequeñas y Medianas empresas, donde se entiende todas aquellas empresas que realizan actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, Esta ley también determina

⁷⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 590. (14, julio, 2020). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Op. Cit., p. 16.

su clasificación bajo dos características muy importantes que son por trabajadores y ventas brutas anuales. El Supermercado Amorel según esta Ley se clasifica como Pequeña Empresa ratificada por el Contador Público de esta unidad económica que cuenta con 20 trabajadores y sus activos se encuentran en el rango establecido para esta clasificación, activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 SMMLV.

Con la aplicación del instrumento, se puede ahondar que la profesión contable, lleva una gran responsabilidad en cuanto al conocimiento y actualización en materia tributaria, para una correcta implementación al manejo y pago de los impuestos, como cumplimiento en lo establecido por las leyes, adquiriendo un compromiso no solo con la empresa, sino también con la sociedad y el Estado. Supermercado Amorel tiene como garante una sola persona natural responsable de IVA, y a lo establecido en el artículo 437 del estatuto tributario indica que están obligados a inscribirse como responsables de IVA, quienes realicen actividades gravadas y cumplen con unas obligaciones formales que deben efectuar ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN.

En el desarrollo de la entrevista, se pudo identificar que el Contador Público, tiene pleno conocimiento sobre el tema tributario y conforme a la normatividad las leyes que cobija a la empresa como responsables de IVA y su identidad como PYME. Sin embargo, el objeto de estudio enfocado específicamente con los directivos administrativos y financieros de Supermercado Amorel, es generar conciencia y establecer estrategias que fomenten la Cultura Tributaria, por medio del pago de impuestos procedentes de la voluntad propia y, por ende, del compromiso, que a pesar de ser impartido por el estado colombiano, corresponda a una responsabilidad aceptada por la empresa como contribuyente en beneficio de los ciudadanos, en el marco de una sociedad más abierta, participativa y democrática. Es esencial que exista una correcta sustentación del desarrollo de incentivar la cultura tributaria de forma general en los usuarios tanto internos como externos, desarrollando de esta manera la implementación de políticas o lineamientos propios de la entidad específicamente en materia de gestión tributaria para la organización.

La Dra Adriana del Pilar Solano Cantor, subdirectora de Asistencia al Cliente de la DIAN (Cultura tributaria: estrategias de la DIAN para consolidar este concepto en Colombia, Actualícese video), señala que la cultura tributaria, como un tema muy importante y diferente a la vez, que encierra mitos e ideas equivocadas sobre el pago de los impuestos y es un tema que compete a todos los ciudadanos para la construcción de un país, construcción de lo público y el rol que tienen los colombianos frente a los impuestos, que además de ser algo obligatorio, en esencia tiene una fundamentación en los valores que deben tener todos los ciudadanos miembros de una misma sociedad. El compromiso de la DIAN, es poner a disposición de los contribuyentes la coordinación de cultura de la contribución para aportar al país y disfrutar los servicios públicos, educación, salud e infraestructura.

Asumiendo la labor pedagógica para fomentar la cultura tributaria con el pago de los impuestos. como un comportamiento sólido y responsable, la Dian promueve la política de cultura de la contribución, para posicionar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias como comportamiento sólido, responsable de la ciudadanía, en pro de la construcción de una sociedad equitativa e incluyente, donde la DIAN dentro y fuera de la entidad promoverá estrategias técnicas, actividades educativas, comunicativas y de investigación enfocadas al cambio cultural con incidencia en la comprensión y apropiación de la contribución en la sociedad.

Este análisis logra dar a conocer que la cultura tributaria no solo se logra con los aportes en materia de impuestos, sino, también con la concordancia que el Estado entrega al pueblo colombiano, representada en salud, educación, mejores vías, en mejor administración pública que hace a través de una serie de leyes y es ahí en ese momento donde se empieza a crear conciencia que es necesario tributar y cumplir con las obligaciones tributarias que impone el Estado. El punto de interés de la conciencia tributaria es individual, es de cada persona, donde la moral dice que es lo que está bien o lo que está mal para el contribuyente y para el Estado, donde la conciencia tributaria va dirigida a un solo objetivo que es al bien del impuesto, donde el contribuyente analiza si el impuesto que paga es equitativo.

Por lo anterior se puede decir que la cultura tributaria, es colectiva, de la sociedad en general, conformada por varias personas que tengan conciencia tributaria, donde cada uno tendrá la opción de pagar, no pagar, o que considere en su momento o en un tiempo posterior y se inicia un juego de la conciencia tributaria en la cultura tributaria.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para desarrollar los objetivos, inicialmente se hizo un análisis de los factores internos con las matrices DOFA, MEFI, MEFE con el fin de estudiar y analizar los factores internos en el área de contabilidad especificando para el desarrollo de la presente investigación el campo de la tributación para el cumplimiento de los deberes formales en la empresa Supermercado Amorel.

4.1 DIAGNÓSTICO DEL CONOCIMIENTO Y PAGO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO

4.1.1 Matriz MEFI. La Matriz MEFI, es una herramienta que nos permite realizar una auditoría interna de la empresa, ayuda a evaluar las fortalezas y debilidades más relevantes del área contable específicamente del campo tributario para formular estrategias que permitan fortalecer los procesos internos en cuanto al tratamiento establecido para el pago de las obligaciones tributarias de la organización.

Todos los procesos que afectan el proceso actual consisten en asignarle un valor siendo 0,00 (el menos relevante) a 1.0 (el más relevante) el valor total de todos los elementos debe ser 1,00 teniendo en cuenta las calificaciones dadas donde: 1 debilidad mayor, 2 debilidad menor, 3 fortaleza menor y 4 fortaleza mayor; los totales ponderados por debajo de 2,5 caracteriza a la organización débil y por encima de 2,5 fuerte. La aplicación de la MEFI, permite hacer una reflexión del área específica de estudio.

Tabla 3. Análisis MEFI

FACTOR CRITICO DE ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PUNTUACIÓN
FORTALEZAS			
Existencia de evaluaciones internas en la parte administrativa basadas en el cumplimiento tributario como lo señala la ley en el cumplimiento del pago de impuestos.	0,09	3	0,27
Los sistemas operativos son actualizados y revisados en función que la parte tributaria se encuentre en correcto funcionamiento.	0,08	4	0,32
Realización de un estudio tributario oportuno para la toma de decisiones que conlleva a un mejor futuro evitando sanciones y multas.	0,07	3	0,21
El acceso a la información tributaria es rigurosamente controlado para mantener la estabilidad y privacidad de la empresa.	0,09	4	0,36
SUBTOTAL FORTALEZAS			1,16

FACTOR CRITICO DE ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PUNTUACIÓN
DEBILIDADES			
Al no existir cultura tributaria se crea un vacío tributario que genera un desconocimiento con respecto al cumplimiento en las obligaciones tributarias por parte del personal.	0,14	1	0,14
La comunicación dentro de la empresa carece de eficiencia y eficacia lo que genera un sistema ineficiente para tener un claro desarrollo de los objetivos tributarios por parte del personal.	0,18	2	0,36
No existe un proceso adecuado para acceder a la información tributaria por parte del personal de la empresa.	0,17	2	0,34
No se encuentran procesos tributarios claramente establecidos que brinden seguridad tributaria y permitan desarrollar con satisfacción la actividad económica en el personal de la empresa.	0,18	1	0,18
SUBTOTAL DEBILIDADES			1,02
TOTAL		1,00	2,18

En los resultados obtenidos por medio de la Matriz MEFI, se puede determinar que, Supermercado Amorel es débil en el factor de control interno, aunque la organización cumple con sus objetivos empresariales y tiene en cuenta la aplicación del proceso administrativo en cuanto a la planeación, organización y control, existen factores centralizados en el área contable y financiera de la empresa que ameritan especial tratamiento, como lo es el estudio tributario, ya que la mayoría de sus actividades y transacciones realizadas en el día a día, prevalece los temas tributarios, los cuales merecen ser tratados, evaluados y analizados permanentemente, establecer un plan de organización que permitan a la empresa adoptar una seguridad en su cumplimiento con el estado. Es necesario que la empresa establezca estrategias que mejoren el tratamiento de la información tributaria, muy importante instaurar evaluaciones periódicas a los empleados con el fin de conocer cuáles son los vacíos que existen, realizar capacitaciones que enriquezcan el conocimiento de los colaboradores.

Por otra parte, los factores que por su puntuación obtuvieron una ponderación alta con una calificación de 4 se determinan mediante esta herramienta como fortaleza, entre las que se pueden destacar:

- Los sistemas operativos
- Acceso a la información

Con base en lo anterior, es posible identificar que las fortalezas que actualmente posee son favorables a la empresa ya que con un peso ponderado total de 1.16 se determinan en la Matriz que las evaluaciones internas son elementos importantes en una organización como un sistema de control que permite optimizar recursos y

lograr una gestión financiera y administrativa más eficiente, mejorando los procesos tributarios, que en un futuro contribuyen para la toma de decisiones más acertada. En cuanto al acceso de la información considerada como fortaleza es importante, ya que Supermercado Amorel en su propósito de control interno es lograr el objetivo de resguardar los recursos de la empresa evitando pérdidas por fraude o negligencia, desviaciones de recursos, etc., establecer una vigilancia permanente que permita alcanzar una gestión financiera, administrativa y tributaria óptima.

En esta misma tónica, se determina que las debilidades alcanzan una puntuación de 1.02, dando cuenta de la organización es débil en el componente de control interno, entre las que se destacan:

- Cultura tributaria
- Procesos tributarios
- Objetivos tributarios

El tema de cultura tributaria, es considerado como un concepto más no como una práctica, por lo cual la empresa como contribuyente solo se limita a cumplir con las obligaciones formales de manera voluntaria sus responsabilidades tributarias solo porque el gobierno impone impuestos que en un determinado tiempo deben recaudar. Es importante hacer llegar la cultura tributaria como el rol que deben asumir la empresa para desempeñar un papel ético y moral en la construcción de un país, y transformar el impuesto como un aporte a la organización de lo público, que pese a ser algo impuesto por el estado, va más allá porque y tiene una fundamentación, una esencia en los valores que deben tener los ciudadanos y concientizarse que son miembros de una misma región, un solo país que es Colombia y priorizar el pago de impuestos cimentados sobre una cultura de la contribución. Los procesos tributarios son importantes, ya que permite conocer los derechos y obligaciones que tiene la empresa como contribuyente, la manera cómo se deben cumplir las obligaciones desde las acciones de recepcionar, recaudar, controlar, determinar, contabilizar, fiscalizar, liquidar, analizar hasta lo relacionado con el cumplimiento de las obligaciones tributarias adquiridas como persona natural responsable de IVA ante el estado colombiano.

En consecuencia, Supermercado Amorel requiere una intervención en cuanto a controles internos que fortalezcan los procesos tributarios, es importante que la empresa pueda identificar sus riesgos en cada uno de los ciclos del ente económico entre ellos los ingresos, compras, ventas, etc., para poder evaluar sus debilidades, establecer un plan de mejoramiento que permitan la planeación de actividades para lograr la eficiencia empresarial.

4.1.2 Matriz MEFÉ. La Matriz MEFÉ (Matriz de Evaluación de Factores Externos), es una herramienta de diagnóstico que permite evaluar e identificar los aspectos

que influyen la expansión de una empresa, facilita la formulación de estrategias que permiten aprovechar las oportunidades y disminuir las amenazas (riesgos externos). A cada factor se le asigna un valor que va desde 0,0 (sin importancia) a 1,0 (muy importante), la suma total de los factores debe ser 1,0. Para la asignación de las calificaciones se debe tener en cuenta que cada factor y la calificación se divide en:

Una Amenaza mayor o de mucho impacto (muy negativa): calificación=1

Una Amenaza menor o de poco impacto (negativa): calificación=2

Una Oportunidad menor de poco aprovechamiento (positiva); calificación=3

Una Oportunidad mayor de mucho aprovechamiento (muy positiva): calificación=4

Tabla 4. Análisis MEFE

MATRIZ MEFE			
FACTOR CRITICO DE ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PUNTUACION
OPORTUNIDADES			
Se brinda información adecuada para el cumplimiento de los propósitos tributarios fijados para la Pymes.	0,12	3	0,36
Se prestan las herramientas tecnológicas con el fin de evaluar las posibilidades tributarias evitando sanciones y multas.	0,09	4	0,36
Existe una buena comunicación entre los proveedores y la empresa, lo que permite que no haya inconvenientes a la hora de liquidar las cuentas.	0,07	3	0,21
Hay oportunidad de capacitación tanto interna y externa en la empresa en la parte tributaria y cual es importancia en el funcionamiento empresarial.	0,06	3	0,18
SUBTOTAL OPORTUNIDADES			1,11
AMENAZAS			
Fallas en la página web de la DIAN que no permita subir la información oportunamente al momento de liquidar un impuesto.	0,14	1	0,14
Que los comerciantes no presenten la información tributaria para presentar su declaración.	0,18	2	0,36
Que las operaciones tributarias sean realizadas por terceros.	0,17	2	0,34
No se disponga oportunamente de los para dar el cumplimiento de las responsabilidades tributarias.	0,17	1	0,17
SUBTOTAL AMENAZAS			1,01
TOTAL	1,00	2,12	

A partir de esta matriz y del resultado obtenido se puede identificar y evaluar los aspectos externos que afectan en la expansión y crecimiento de la empresa Supermercado Amorel. El desarrollo de la investigación permitió detectar las amenazas organizacionales y conocer las situaciones y actitudes predominantes a

través de la descripción de las actividades realizadas por los colaboradores relacionadas en la matriz MEFE, la cual nos aporta los siguientes resultados:

Se encuentra que las oportunidades son favorables a la empresa ya que con un peso ponderado total de 1.11 versus el 1.01 de las amenazas, la empresa tiene más oportunidades que amenazas, aunque vale la pena señalar que, el valor total está por debajo de 2.5, indicando que la empresa es débil en el factor de control externo.

En cuanto a las oportunidades donde se relacionan los factores con un valor de 3,0 para la información adecuada, la comunicación, la capacitación y las posibilidades tributarias, determinan una oportunidad menor de poco aprovechamiento. Hoy en día la comunicación se ha convertido en un elemento diversificado y global es posible hacer llegar la información a través de diferentes medios como la prensa, la radio, la televisión, las redes sociales con la posibilidad de volverse viral que positiva o negativamente afecta a la empresa. En temas tributarios la comunicación para Supermercado Amorel debe enfocarse principalmente en dar una información adecuada en temas de trámites, plazos, novedades, priorizar su cumplimiento y concientización sobre la cultura del tributo con el fin de evitar evasión de impuestos.

Actualmente las TIC están transformando el campo tributario, simplifican sus procedimientos y la DIAN ofrece plataformas de consulta y orientación en cuanto al tema de trámites e impuestos se refiere, Este es el compromiso de la DIAN de generar convenios con entidades públicas como el SENA de ofrecer capacitación en legislación tributaria y ejercer una comunicación constante y de enseñanza constante para la empresa con el objetivo de concientizar que los tributos forman parte del desarrollo económico del país y es una contribución a lo público y a la comunidad en general.

4.1.3 Matriz DOFA. La Matriz DOFA (acrónimo de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) es una herramienta que permite evaluar de manera interna a la empresa, destinada a determinar su estrategia y los factores que podrían afectar el logro de los objetivos. Inicialmente se toma las fortalezas y debilidades de la organización, donde se considera como fortalezas las buenas actuaciones que realiza la empresa, las debilidades se refieren a las acciones que no son bien ejecutadas.

Luego se considera las oportunidades y amenazas más relevantes, entendiendo como oportunidades las secciones que la empresa puede aprovechar al máximo y a las amenazas los riesgos para el éxito de la empresa.

Una vez seleccionado los factores, se asigna un valor de alto, medio y bajo. El factor determinado con una puntuación alto se considerará como fortaleza, el bajo debilidad y así hasta finalizar con cada elemento seleccionado. El paso a seguir es elaborar un plan de acción basado en los hallazgos, lo importante, es fijarse en las

fortalezas, disminuir las debilidades y aprovechar las oportunidades evitando las amenazas.

Esta herramienta permite analizar los factores que intervienen en la empresa en relación con el cumplimiento de los deberes formales en el Supermercado Amorel permitiendo examinar la información tributaria útil y necesaria para sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

Bajo esa directriz y de acuerdo con los hallazgos registrados en la fase de diagnóstico y de análisis interno y externo del supermercado, se procede a plantear un conjunto de acciones tendientes a atacar las debilidades y plantear posibles soluciones a las falencias detectadas en el área sujetas a estudio. En ese sentido, de los resultados obtenidos en las matrices abordadas en la sección anterior, se elabora la matriz de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas –DOFA para la empresa bajo estudio, contemplando los factores más decisivos tanto a nivel interno como externo.

Tabla 5. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1. Existencia de evaluaciones internas en la parte administrativa basadas en el cumplimiento tributario como lo señala la ley en el cumplimiento del pago de impuestos.</p> <p>F2. Los sistemas operativos son actualizados y revisados en función que la parte tributaria se encuentre en correcto funcionamiento.</p> <p>F3. Realización de un estudio tributario oportuno para la toma de decisiones que conlleva a un mejor futuro evitando sanciones y multas.</p> <p>F4. El acceso a la información tributaria es rigurosamente controlado para mantener la estabilidad y privacidad de la empresa.</p>	<p>D1. Al no existir cultura tributaria se crea un vacío tributario que genera un desconocimiento con respecto al cumplimiento en las obligaciones tributarias por parte del personal.</p> <p>D2. La comunicación dentro de la empresa carece de eficiencia y eficacia lo que genera un sistema ineficiente para tener un claro desarrollo de los objetivos tributarios por parte del personal.</p> <p>D3. No existe un proceso adecuado para acceder a la información tributaria por parte del personal de la empresa.</p> <p>D4. No se encuentran procesos tributarios claramente establecidos que brinden seguridad tributaria y permitan desarrollar con satisfacción la actividad económica en el personal de la empresa.</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>O1. Se brinda información adecuada para el cumplimiento de los propósitos tributarios fijados para la Pymes.</p> <p>O2. Se prestan las herramientas tecnológicas con el fin de evaluar las posibilidades tributarias evitando sanciones y multas.</p> <p>O3. Existe una buena comunicación entre los proveedores y la empresa, lo que permite que no haya inconvenientes a la hora de liquidar las cuentas.</p> <p>O4. Hay oportunidad de capacitación tanto interna y externa en la empresa en la parte tributaria y cual es importancia en el funcionamiento empresarial.</p>	<p>F2;F4;O1;O2;O3 Diseñar políticas de comunicación e información interna e materia tributaria y contable, en los cuales se plasmen los cambios más sustanciales surtidos al respecto, aprovechando que la empresa cuenta con la existencia de los sistemas de información, así como también con la tecnología y la revisión continua.</p> <p>F1;4;O3;O4 Asistir y participar en las diferentes capacitaciones brindadas por la DIAN con el fin de mantenerse actualizados respecto a las nuevas normativas en las reformas tributarias.</p>	<p>D1;D2;O1;O2 Definir un sistema de autoevaluación claro para evaluar al personal, puede prevenir fallas internas.</p> <p>D3;D4;O4;O3 Establecer un manual de procedimientos claro en el que se plasmen los diferentes procesos tributarios que se deben seguir para dar cumplimiento con las obligaciones formales y sustanciales de la empresa.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>A1. Fallas en la página web de la DIAN que no permita subir la información oportunamente al momento de liquidar un impuesto.</p> <p>A2. Que los comerciantes no presenten la información tributaria para presentar su declaración.</p> <p>A3. Que las operaciones tributarias sean realizadas por terceros.</p> <p>A4. No se disponga oportunamente de los impuestos para dar el cumplimiento de las responsabilidades tributarias.</p>	<p>F1;F2;F3;A1;A2 Definir un calendario tributario en la empresa, que sea visible y que se pueda hacerle seguimiento, procurando que las declaraciones tributarias se presenten incluso antes del vencimiento que dicta la ley, por si llegara a generarse inconvenientes de último momento.</p> <p>F2;F4;A3;A4 Socializar de manera periódica la información necesaria a los trabajadores haciéndoles entender que el cumplimiento de sus responsabilidades contribuye al logro de los objetivos tributarios.</p>	<p>D1;D2;A1;A2 Implementar un programa de capacitación al personal de la empresa, para concientizar sobre la cultura tributaria y sobre los objetivos que se persiguen en este aspecto.</p> <p>D3;D4;A3;A4 Diseñar e implementar una planeación tributaria con el ánimo de definir alternativas de ahorro en los impuestos que puedan contribuir a optimizar y mejorar las finanzas de la empresa</p>

Como se puede evidenciar en la matriz DOFA, Supermercado Amorel cuenta con elementos positivos (fortalezas y oportunidades) y negativos (debilidades y amenazas) que permiten tener una idea más clara sobre la situación interna y externa de la empresa en cuanto al fenómeno bajo estudio. En ese sentido, se puede inferir que el supermercado, aunque cuenta con variables en contra tiene un potencial interesante que puede explotar a su favor en pro del cumplimiento de las normas tributarias, las cuales requieren especial atención estableciendo estrategias y planes que reduzcan fallas en el entorno.

En esa línea y como fruto de la presente investigación se plantean ocho (8) estrategias que destacan aspectos como la importancia del estudio tributario para la toma de decisiones, y la planificación tributaria como herramienta estratégica para alcanzar una optimización efectiva y eficiente en el pago de los impuestos. De igual modo, las estrategias se orientan a fortalecer en el seno de la organización una comunicación asertiva y oportuna que haga posible acceder a información tributaria y contable actualizada y útil para prepararse ante los cambios que se estas surtiendo en la materia.

Es importante también destacar que la organización maneja un control muy estricto en el acceso a la información tributaria, esto con el fin de evitar sanciones y multas, hecho que resalta el compromiso que adquiere el profesional de contaduría con su equipo de trabajo en el manejo de las operaciones tributarias que tienen que ver con la relación firme entre el Supermercado Amorel con proveedores y clientes. Esto hace que se tome conciencia y cultura tributaria, la cual propende por el cumplimiento oportuno de pago de los impuestos, evitando que se ocasione cobro de sanciones e intereses de mora que afecten la liquidez de la empresa.

DIAGNÓSTICO.

Aunque en la sección anterior ya se abordó de forma detallada el diagnóstico de la empresa, este aparte tiene como finalidad proporcionar una visión más completa de la situación actual adherida al ente bajo estudio. Para ello, se prosigue a identificar los hallazgos más relevantes que se encontraron en la fase de diagnóstico y las problemáticas que están afectando al supermercado en cuanto a la cultura tributaria; esto con miras a definir qué tipo de estrategias requiere implementar para fortalecer su componente tributario, y de ser así, identificar los puntos sobre los cuales se debe trabajar de manera más urgente.

En primer lugar, gracias a la entrevista realizada a la contadora se detalla que el Supermercado Amorel es una organización que tiene claro que la cultura tributaria no solo se logra con los aportes en materia de impuestos, sino, también con la concordancia que el Estado entrega al pueblo colombiano, representada en salud, educación, mejores vías, en mejor administración pública que hace a través de una

serie de leyes y es ahí en ese momento donde se empieza a crear conciencia que es necesario tributar y cumplir con las obligaciones tributarias que impone el Estado.

Por otra parte, se observa que en la organización si existe una cultura tributaria para el pago de los impuestos, sin embargo, se logró visualizar que prevalecen algunas falencias asociadas a la falta de planeación para el pago de impuestos; desconocimiento con respecto al cumplimiento en las obligaciones tributarias por parte del personal; ausencia de un proceso adecuado para acceder a la información tributaria por parte del equipo de trabajo y falta de procesos tributarios claramente establecidos que brinden seguridad tributaria y permitan desarrollar con satisfacción la actividad económica en el personal de la empresa.

Desde luego, estos factores negativos como quedó plasmado en la matriz MEFI se pueden combatir con las fortalezas ya que estas últimas alcanzan una mayor puntuación que los primeros, dejando claro que el supermercado si se lo propone puede mejorar considerablemente y ser incluso, reconocido por generar conciencia y establecer estrategias que fomenten la Cultura Tributaria en la región, por medio del pago de impuestos procedentes de la voluntad propia y, por ende, del compromiso y responsabilidad aceptada por la empresa como contribuyente en beneficio de los ciudadanos, en el marco de una sociedad más abierta, participativa y democrática.

En la misma tónica, el análisis efectuado a través de la matriz MEFE conllevó a reflexionar sobre el panorama que rodea a la empresa en el ámbito tributario, donde fueron objeto de estudio las fallas en la página web de la DIAN, que las operaciones tributarias son realizadas por terceros y la no presentación de la información por parte de los comerciantes, por mencionar algunos.

Aunado a lo anterior, se evidencia que la relación entre ambas matrices (MEFE y MEFI) deriva en mayores beneficios si la empresa implementa las diferentes estrategias diseñadas ya que se idearon en pro de fortalecer la cultura tributaria en la empresa y ser transmitida a la organización como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales frente a las obligaciones tributarias que contribuyan al desarrollo de la región y el país.

4.2 ANÁLISIS DE LAS NORMAS Y PROCEDIMIENTOS TRIBUTARIOS EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO

Supermercado Amorel, es una empresa nariñense, que cumple con la función de prestar un servicio a la comunidad en general de suplir las necesidades con la venta de productos de la canasta familiar; hace parte del grupo de empresas catalogadas como Pyme donde su participación es esencial para el crecimiento del país, ya que impulsan la economía y generan empleo.

Por lo expuesto anteriormente, es importante analizar las normas y procedimientos tributarios que desarrolla Supermercado Amorel, a la luz del marco de referencia del Estatuto Tributario atribuido por el estado colombiano como regulador de aspectos formales, sustanciales y como instrumento que garantiza el buen desarrollo de la economía de un país, además de enfocarse de manera prioritaria en la Cultura Tributaria para que de esta manera el ejercicio contable no se convierta en una obligación, sino que las personas que intervienen en su procedimiento lo desarrollen por convencimiento que la labor realizada está destinada al crecimiento del país.

Bajo esas premisas, se presenta a continuación un análisis de la situación jurídico tributaria para la empresa que es objeto de este estudio:

Tabla 6. Matriz comparativa de normas y procedimientos tributarios de la empresa Supermercado Amorel

<p>Régimen Común</p>	<p>El supermercado Amorel se encuentra inscrito en el régimen común por ser responsable del impuesto a las ventas como persona natural en la comercialización de productos de la canasta familiar. Por esta razón se encuentra obligada a cumplir con todas las obligaciones que la ley señala para tal condición, algunas de ellas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inscripción al RUT (Art. 507 E.T.) - Expedir factura o documento equivalente (Art. 617 E.T.) - Recaudar el impuesto del IVA - Presentar la declaración del impuesto del IVA - Consignar el impuesto del IVA - Expedir certificados de retención, en caso de haber practicado retenciones a título de IVA - Cumplimiento de las normas de contabilidad - Presentar la declaración de renta
<p>Impuesto sobre la Renta</p>	<p>El impuesto sobre la renta y complementarios es un solo tributo y comprende el impuesto de renta, ganancias ocasionales.</p>

	<p>Aplica a las personas jurídicas, naturales y las asimiladas a unas y otras. Grava todos los ingresos realizados en el año, que puedan producir un incremento (neto) en el patrimonio en el momento de su percepción y que no hayan sido expresamente exceptuados.⁷⁵</p> <p>Bajo esa perspectiva, el Supermercado Amorel está obligado a presentar el Impuesto de renta y complementarios bajo el régimen ordinario de forma anual y en los términos y plazos que la ley establezca.</p>
Impuesto sobre las ventas	<p>Esta carga impositiva recae sobre la venta de los bienes y servicios gravados con el Impuesto sobre las Ventas donde se debe contemplar que se manejan diferentes tarifas diferenciales ya que por la gran variedad de productos, existen productos gravados al 5% y al 19%; así como productos que son excluidos.</p> <p>La presentación y pago de este impuesto se realiza de forma bimestral, de acuerdo a los plazos establecidos por la DIAN y con el lleno de los requisitos que contempla el artículo 602 del E.T.</p>
Impuesto nacional al consumo	<p>Mediante la Reforma Tributaria del 2012 (Ley 1607 del 2012) a partir del 1º de enero de 2013, el servicio de restaurantes en Colombia está gravado con el impuesto nacional al consumo. En ese sentido, el Hotel Cuellar's por tener dentro de su objeto social esta actividad económica, se encuentra obligado a presentar la declaración y realizar el pago de este tributo de manera bimestral.</p> <p>Cabe mencionar que este impuesto en el servicio de restaurante grava el valor total del consumo (sin incluir las propinas ni los alimentos que estando excluidos de IVA se vendan sin transformaciones o preparaciones adicionales), aplicando una tarifa del ocho por ciento (8%) sobre la base gravable del impuesto. (Art. 512-9 E.T.)</p>
Gravamen a los Movimientos Financieros - GMF	<p>El gravamen a los movimientos financieros es un impuesto instantáneo y se causa en el momento en que se produzca la disposición de los recursos objeto de la transacción financiera. (Art. 873 E.T.)</p>

⁷⁵ DIAN. Responsabilidades. Disponible en <http://www.dian.gov.co>

	<p>El Supermercado Amorel por ser un usuario y/o cliente de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia o de económica solidaria y otras, se considera un sujeto pasivo del impuesto. (Art. 875 E.T.), razón por la cual deberá pagar una tarifa del 4 por mil (4 X 1000) según lo dispone el artículo 872 del E.T., sobre una base gravable integrada por el valor total de la transacción financiera mediante la cual se disponen los recursos. (Art. 874 E.T.)</p>
<p>Impuesto de Industria y Comercio</p>	<p>A la luz del artículo 33-1 del Estatuto Tributario Municipal de Pasto, este impuesto se genera por la realización de actividades industriales, comerciales y de servicios, incluidas las del sector financiero, que se ejerzan o realicen dentro de la jurisdicción del municipio de Pasto, directa o indirectamente, por personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho.</p> <p>En ese orden de ideas, el Supermercado Amorel siguiendo las normativas a lugar realiza la liquidación de este impuesto bimestralmente, tomando como tarifa aquella que fue asignada para su actividad económica, de conformidad con el artículo 45 del Estatuto Tributario Municipal de Pasto.</p>
<p>Teniendo en cuenta que el Supermercado Amorel es un Agente Retenedor las obligaciones tributarias de índole formal que debe cumplir se resumen así:</p>	
<p>Retención en la fuente</p>	
<p>Retener en el momento del pago</p>	<p>Al tenor del artículo 375 del E.T., el Supermercado Amorel debe efectuar la retención o percepción del tributo en aquellos actos u operaciones en los cuales así lo establezca la ley, teniendo en cuenta que la misma se aplica cuando se haga el pago o se cause, sin importar si la compra ha sido realizada de contado o a crédito.</p> <p>Lo anterior, debido a que la norma general sobre retención en la fuente, contempla que la retención se debe practicar en el momento en que se haga el pago o el abono en cuenta, lo que ocurra primero.</p>
<p>Presentar declaraciones</p>	<p>Siendo el supermercado un agente de retención existe la obligación de declarar las retenciones que haya practicado en el giro normal de sus operaciones, que se encuentra consagrada en articulado del Estatuto Tributario Colombiano así:</p> <p>Art. 382. Obligación de declarar. Los agentes de retención en la fuente deberán presentar declaración mensual de las</p>

	retenciones que debieron efectuar durante el respectivo mes, de conformidad con lo establecido en los artículos 604 al 606.
Consignar las retenciones practicadas	<p>De conformidad con el artículo 376 del E.T., el Supermercado Amorel tiene la obligación formal de consignar lo retenido, puesto que la ley es clara al expresar que las personas o entidades obligadas a hacer la retención, deberán consignar el valor retenido en los lugares y dentro de los plazos que para tal efecto señale el Gobierno Nacional.</p> <p>Importante mencionar que, de no cumplir oportunamente con esta obligación, la declaración se considerará ineficaz. Aunado a lo anterior, el hecho de no pagar oportunamente las retenciones practicadas, es considerado un delito penal por la legislación colombiana que se encuentra contemplado en el artículo 402 del Código Penal.</p>
Expedir Certificados	<p>El Supermercado Amorel por ser un agente de retención en la fuente a título del impuesto de renta y del impuesto sobre las ventas, entre otras está obligado también a expedir los certificados de las retenciones practicadas, antes de las fechas señaladas por el Gobierno Nacional, por conceptos tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Salarios: Expedición anual de un Certificado de Ingresos y Retenciones correspondiente al año gravable inmediatamente anterior, según el formato que prescriba la Dirección General de Impuestos Nacionales. (Hoy UAE Dirección de Impuestos y aduanas nacionales.) (Art. 378 E.T.) ● Por otros conceptos. Cuando se trate de conceptos de retención diferentes de los originados en la relación laboral, o legal y reglamentaria, los agentes retenedores deberán expedir anualmente un certificado de retenciones que contendrá: <ul style="list-style-type: none"> a) Año gravable y ciudad donde se consignó la retención. b) Apellidos y nombre o razón social y NIT del retenedor. c) Dirección del agente retenedor. d) Apellidos y nombre o razón social y NIT de la persona o entidad a quien se le practicó la retención. e) Monto total y concepto del pago sujeto a retención.

	<p>f) Concepto y cuantía de la retención efectuada. g) La firma del pagador o agente retenedor. (Art. 381 E.T.)</p> <p>Dichos certificados se emiten a solicitud de la persona o entidad beneficiaria del pago y por cada retención efectuada a más tardar hasta en los plazos definidos.</p>
<p>Para efectos de generar una mayor contextualización respecto a la situación tributaria que rodea al ente económico bajo estudio, es preciso dirigir una mirada hacia el establecimiento de los deberes tributarios que hacen parte de las obligaciones formales y sustanciales del Supermercado Amorel así:</p>	
<p>Deberes tributarios</p>	
<p>Inscripción en el RUT</p>	<p>Dentro de las obligaciones tributarias que debe cumplir el Supermercado Amorel se encuentra la inscripción en el Registro Único Tributario – RUT, así como los procedimientos de actualización a que hubiere a lugar en el giro normal de las operaciones. (Art. 555-2 E.T.)</p> <p>En ese orden de ideas, el supermercado cuenta con un RUT que está actualizado y en el cual figuran como actividades económicas las siguientes:</p> <p>Actividad principal: 4711 - Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco.</p>
<p>Declaraciones</p>	<p>Siendo una de las obligaciones tributarias declarar y pagar impuestos, el Supermercado Amorel en el marco de la ley ha dado cumplimiento a tales obligaciones sustanciales, presentando las declaraciones tributarias relacionadas con:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Impuesto de renta y complementarios - Régimen ordinario: Anual. ● Impuesto sobre las ventas: Bimestral ● Impuesto nacional al consumo: Bimestral ● Impuesto de industria y comercio: Anual ● Retención en la fuente a título de renta: Mensual ● Retención en la fuente a título de impuesto sobre las ventas: Mensual ● Retención en la fuente a título de impuesto de industria y comercio: Mensual

	<p>Las declaraciones antes descritas en su mayoría deben ser declaradas y presentadas virtualmente a través de los servicios informáticos electrónicos dispuestos por la DIAN para tales efectos y dentro de los plazos para la presentación y pago de las diferentes declaraciones a lo largo del 2022.</p> <p>Respecto a los impuestos del orden municipal se debe tener en cuenta los lineamientos definidos en los acuerdos estructurados para esos fines.</p>
<p>Suministro de información</p>	<p>Teniendo en cuenta el Artículo 631 del E.T., el Supermercado Amorel posee dentro de sus responsabilidades, calidades y atributos la de suministrar información a la DIAN, por ser catalogado como informante de exógena. La entrega de esta información se debe efectuar de acuerdo a la Resolución que expidan para tal efecto. Para el caso del año gravable 2021: Resolución No. 000098 de 2020 y Resolución No. 000147 de 2021. Los formatos que debe reportar el ente económico son:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1001 – Pagos o abonos en cuenta y retenciones practicadas 1003 – Retenciones en la fuente que le practicaron 1005 - Impuesto a las ventas por pagar (Descontable) 1006 - Impuesto a las ventas por pagar (Generado) 1007 – Ingresos recibidos en el año 1008 – Saldo de cuentas por cobrar 1009 – Saldo de cuentas por pagar 1010 – Información de socios, accionistas, comuneros y/o cooperados 1011 – Información de las declaraciones tributarias 1012 – Información de declaraciones tributarias, acciones, inversiones en bonos títulos valores y cuentas de ahorro y cuentas corrientes 2276 - Información certificado de ingresos y retenciones para personas naturales empleados <p>Otra obligación que tiene con la Alcaldía Municipal de Pasto consiste en actualizar el Registro de Información Tributaria- RIT en la Secretaria de Hacienda, cuando se presente alguna novedad en su actividad (cambio de dirección, cese de actividades, etc.). Así mismo, debe presentar la información exógena municipal siguiendo los formatos y plazos definidos para tales efectos.</p>

Facturación	<p>El Supermercado Amorel por ser una persona natural catalogada como responsable de IVA se encuentra obligado a expedir factura en contraste a los lineamientos citados en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Artículo 615 del estatuto tributario: Obligación de expedir factura. Para efectos tributarios, todas las personas o entidades que tengan la calidad de comerciantes, ejerzan profesiones liberales o presten servicios inherentes a éstas, o enajenen bienes producto de la actividad agrícola o ganadera, deberán expedir factura o documento equivalente, y conservar copia de la misma por cada una de las operaciones que realicen, independientemente de su calidad de contribuyentes o no contribuyentes de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. ● Art. 617. Requisitos de la factura de venta. Para efectos tributarios, la expedición de factura a que se refiere el artículo 615 consiste en entregar el original de la misma, con el lleno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> a. Estar denominada expresamente como factura de venta. b. Apellidos y nombre o razón y NIT del vendedor o de quien presta el servicio. c. *Modificado* Apellidos y nombre o razón social y NIT del adquirente de los bienes o servicios, junto con la discriminación del IVA pagado. d. Llevar un número que corresponda a un sistema de numeración consecutiva de facturas de venta. e. Fecha de su expedición. f. Descripción específica o genérica de los artículos vendidos o servicios prestados. g. Valor total de la operación. h. El nombre o razón social y el NIT del impresor de la factura. i. Indicar la calidad de retenedor del impuesto sobre las ventas. <p>Para dar cumplimiento a esta obligación, el Supermercado Amorel cuenta con las resoluciones de facturación vigentes tanto en tiempo como en numeración para la facturación POS y la facturación electrónica.</p>
--------------------	---

<p>Contabilidad</p>	<p>Además de lo rezado en el Artículo 19 del Código de Comercio en el que por regla general, se contempla que “Es obligación de todo comerciante: (...) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales”, las normas de índole tributario también lo exigen, a tal punto de precisar dentro de su régimen sancionatorio ciertas premisas en casos de irregularidades.</p> <p>En ese contexto, todos los hechos económicos realizados por el Supermercado durante el desarrollo de su objeto social han sido reconocidos y registrados en su Contabilidad, bajo un proceso basado en políticas, prácticas y procedimientos contables establecidos por la ley.</p> <p>También la empresa utiliza los criterios y normas de evaluación de activos, pasivos y patrimonio, la conversión de moneda extranjera, la determinación de avalúos y la constitución de provisiones, así como las relacionadas con la contribución de los activos al desarrollo del objeto social, tales como amortizaciones de activos y depreciación que se realiza por el método de línea recta.</p> <p>En el contexto nacional y con base en la Ley 1314 de 2009 y sus decretos reglamentarios, la contabilidad en las organizaciones debe llevarse bajo estándares internacionales que permitan identificar, medir, clasificar, reconocer, interpretar, analizar, evaluar e informar las operaciones económicas de un ente, de forma clara y completa, relevante, digna de crédito y comparable. Respecto al proceso de convergencia y adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera – NIIF, el Supermercado Amorel se enmarca dentro del Grupo 2 por tratarse de una Pyme.</p>
<p>Agente de retención</p>	<p>De acuerdo a las obligaciones tributarias proferidas por la DIAN, el ente objeto de estudio es sin duda un Agente de Retención de los impuestos sobre la renta, sobre las ventas, de timbre y de industria y comercio, según lo dispuesto en los artículos 368, 437-2, 518 del Estatuto Tributario, así como las señaladas dentro de las responsabilidades en el RUT, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 07- Retención en la fuente a título de renta ● 09- Retención en la fuente en el impuesto sobre las ventas.

	De igual forma, de acuerdo al Estatuto Tributario Municipal de Pasto, el ente económico también es agente de retención a título del impuesto de industria y comercio.
Régimen sancionatorio	
Sanción por extemporaneidad o por mora	<p>El no pago oportuno de los impuestos, anticipos y retenciones da lugar a que se liquiden y paguen intereses moratorios que se liquidan diariamente. Los impuestos determinados en las liquidaciones oficiales causan intereses desde el momento en que debieron ser cancelados en el año o período gravable respectivo. (Art 634 E.T.)</p> <p>Cuando las declaraciones tributarias no se presentan dentro de las fechas fijadas por el Estado, ello implica el pago de una sanción denominada sanción por extemporaneidad, que está contemplada en los Artículos 641 y 642 del Estatuto tributario, cuyo valor depende de si el contribuyente corrige su incumplimiento voluntariamente o como consecuencia de la actuación de la Dian. Si la presentación extemporánea es voluntaria, la sanción es de solo el 5% del impuesto a cargo por cada mes o fracción de extemporaneidad, pero si la presentación es posterior al emplazamiento para declarar de la administración de impuestos, el valor de la sanción se duplica.</p>
Sanción Mínima	De acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 693 del Estatuto Tributario, el valor mínimo de cualquier sanción, incluidas las sanciones reducidas, ya sea que deba liquidarla la persona o entidad sometida a ella, o la Administración de Impuestos, será equivalente a la suma de 10 UVT.
Inscripción en el RUT	<p>A la luz del Art. 658-3 referente a las sanciones relativas al incumplimiento en la obligación de inscribirse en el RUT y obtención del NIT, las sanciones aplicables son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sanción por informar datos falsos, incompletos o equivocados. La multa será equivalente a 100 UVT. - Por no reportar novedades en general: la multa es equivalente a 1 UVT por cada día de retraso en la actualización de información. - Por no actualizar la actividad económica o la dirección reportada en el RUT, dentro del mes siguiente a la ocurrencia

	de la novedad, se hace acreedor a una sanción pecuniaria hasta por la suma de 2 UVT por día.
Llevar contabilidad	<p>Tal como se menciona en el Artículo 655 del E.T., la sanción por irregularidades en la contabilidad será del medio por ciento (0.5%) del mayor valor entre el patrimonio líquido y los ingresos netos del año anterior al de su imposición, sin exceder de 20.000 UVT, entendiéndose como irregularidades en la contabilidad:</p> <p>a. No llevar libros de contabilidad si hubiere obligación de llevarlos. b. No tener registrados los libros principales de contabilidad, si hubiere obligación de registrarlos. c. No exhibir los libros de contabilidad, cuando las autoridades tributarias lo exigieren. d. Llevar doble contabilidad. e. No llevar los libros de contabilidad en forma que permitan verificar o determinar los factores necesarios para establecer las bases de liquidación de los impuestos o retenciones. f. Cuando entre la fecha de las últimas operaciones registradas en los libros, y el último día del mes anterior a aquél en el cual se solicita su exhibición, existan más de cuatro (4) meses de atraso. (Art. 654 E.T.)</p>
Envío de información a la DIAN	De conformidad con el Artículo 651 del E.T., hasta el 5% de las sumas respecto de las cuales no se suministraron la información solicitada o se suministró en forma errónea o extemporánea. Si no fuere posible establecer la base para calcular la sanción o la información no tuviere cuantía, se aplicará hasta el 0.5% de los ingresos netos.

La Empresa cuenta con sistemas operativos actualizados que con la ayuda de sus colaboradores desarrollan los procedimientos tributarios manejados de la forma más correcta y sistemática posible, utilizando las herramientas tecnológicas suministradas por los directivos. Es aquí donde el análisis de los impuestos y procedimientos tributarios de la empresa brinda la oportunidad de ampliar más a fondo el tema de Cultura Tributaria, ya que el tratamiento de los impuestos es una responsabilidad que a pesar de ser atribuida por el gobierno colombiano, es la generación de conciencia con el aporte voluntario a la gran vaca nacional y como tal merece ser tratada con la prioridad de tener pleno conocimiento del por qué se aplica una norma tributaria sobre cualquier hecho económico generado en el Supermercado Amorel.

Se considera que a partir de aquí es muy importante realizar las capacitaciones y trabajar de la mano con las entidades gubernamentales, públicas y privadas para que se pueda hacer una realidad, que lamentablemente en el país no se tiene Cultura Tributaria, porque tras los errores ejecutados en las administraciones de gobierno el pensamiento de las personas es que los recaudos son hurtados y no hay inversión, por lo tanto es importante iniciar educación tributaria desde la edad temprana y en el caso del trabajo de investigación en desarrollo, es ampliar el conocimiento del mundo de los impuestos, hacer uso de este recurso permite a los integrantes del Supermercado Amorel acceder a la educación tributaria, adoptar comportamientos con Cultura Tributaria enfocados a mejorar la eficiencia en su lugar de trabajo en beneficio de la empresa y para la generación de bienestar en la comunidad comercial, social y cultural, donde el ente económico enmarcado en una esencia de valores éticos y morales trabajará con la voluntad de aportar al desarrollo de la región y el país.

4.3 FORMULAR DE ESTRATEGIAS Y ACCIONES DE CULTURA TRIBUTARIA PARA EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO

Para dar cumplimiento al tercer objetivo se parte de las estrategias plasmadas gracias a la metodología DOFA, con el fin de implementar actividades positivas que promuevan una cultura tributaria sólida y que incentiven a que los comerciantes proveedores de Supermercado Amorel se sientan identificados y comprometidos a colaborar con el desarrollo de la región.

Cuadro 2. Estrategias y acciones

Estrategia	Objetivo	Acciones
1. Políticas de comunicación e información interna en materia tributaria y contable	Plasmar los cambios tributarios más sustanciales, aprovechando que la empresa cuenta con la existencia de los sistemas de información, así como también con la tecnología y la revisión continua.	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar las circulares o boletines incorporando los cambios sustanciales. - Entregar la documentación al personal de las áreas interesadas y exhibirla en la cartelera y por los medios digitales que se dispongan en la empresa. - Aplicar un seguimiento a la implementación de este tipo de canal de comunicación interna
2. Asistencia y participación de las diferentes capacitaciones brindadas por la DIAN.	Mantener actualizado al equipo contable respecto a las nuevas normativas en las reformas tributarias.	<ul style="list-style-type: none"> - Suscribirse en la página de la DIAN de modo que se esté al tanto de los días en los cuales se darán estos espacios de

Estrategia	Objetivo	Acciones
		<p>interacción entre la administración y el contribuyente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incentivar al personal que participe de estos eventos. - Realizar mesas de debate y retroalimentación con todo el equipo involucrado en el área contable – tributaria.
3. Sistema de autoevaluación claro.	<p>Evaluar al personal en materia tributaria para determinar si está preparado para prevenir fallas o sortear imprevisto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Definir indicadores de desempeño en la materia. - Comunicar al personal sobre la autoevaluación. - Realizar la autoevaluación - Informar los resultados y aplicar acciones correctivas sobre los aspectos que presenten fallas.
4. Manual de procedimientos tributarios	<p>Proporcionar claridad al personal involucrado en el proceso tributario de manera que sirva de guía para que los colaboradores estén alineados con la estrategia general de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar un diagnóstico sobre la realidad tributaria de la empresa. - Elaborar conjuntamente del manual de procedimientos tributarios. - Socializar el manual una vez haya sido aprobado por la gerencia.
5. Calendario tributario	<p>Tener claras las fechas de vencimiento de las declaraciones tributarias</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Consultar el calendario tributario que define la DIAN a inicios de la vigencia fiscal. - Crear un calendario tributario para la empresa, teniendo como directriz que la presentación de las declaraciones se haga con anticipación. - Hacer seguimiento para medir si se está cumpliendo la política definida.

Estrategia	Objetivo	Acciones
6. Socialización de la información tributaria con el equipo de trabajo	Mantener informado al personal haciéndoles entender que el cumplimiento de sus responsabilidades contribuye al logro de los objetivos tributarios.	<ul style="list-style-type: none"> - Programar y convocar a reuniones con el equipo de trabajo de manera rápida y efectiva. - Dejar evidencia de la socialización.
7. Programa de capacitación tributaria al personal	Concientizar a los colaboradores sobre la cultura tributaria y sobre los objetivos que se persiguen en este aspecto.	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar las necesidades de actualización y formación existentes en el personal - Definir el contenido temático de los cursos, seminarios o talleres a desarrollar - Prever los medios y recursos didácticos, así como los de índole financiero para llevar a cabo el plan de capacitación - Analizar y cotizar quienes serán los capacitadores
8. Planeación tributaria en la empresa	Definir alternativas de ahorro en los impuestos que puedan contribuir a optimizar y mejorar las finanzas de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilar todo el conocimiento del negocio en materia tributaria. - Conocer el sistema tributario que le aplica a la empresa. - Definir estrategias de optimización de los impuestos. - Implementar y evaluar la planeación tributaria en la empresa.

Para que Supermercado Amorel crezca de manera adecuada y sea competitiva es necesario contar con una herramienta de planificación que permite a la empresa desarrollar actividades para beneficio de la organización.

Tabla 7. Plan de acción

Estrategia	Acciones de mejora	Metas	Indicador	Tiempo	Recursos	Responsables /Participantes	PPTO (\$)
1. Políticas de comunicación e información interna en materia tributaria y contable.	1.1. Elaborar las circulares o boletines incorporando los cambios sustanciales	Mínimo una circular y boletín diseñado al mes	Número de circulares y boletines diseñados al mes	12 meses	Tecnológicos y documentales	Contador y personal del área contable	\$9.000.000
	1.2. Entregar la documentación al personal de las áreas interesadas y exhibirla en la cartelera de la entidad	Aumento del 20% en la retroalimentación de la información de esta índole	% de retroalimentación sobre cambios contables	12 meses	Tecnológicos, documentales y locativos		
	1.3. Aplicar un seguimiento a la implementación de este tipo de canal de comunicación interna.						
2. Asistencia y participación en las diferentes capacitaciones brindadas por la DIAN.	2.1. Suscribirse en la página de la DIAN de modo que se esté al tanto de las capacitaciones.	4 participaciones en capacitaciones en la DIAN	Número de participaciones en capacitaciones	12 meses	Financieros	Contador y personal del área contable	\$50.000
	2.2. Incentivar al personal que participe de estos eventos.						
	2.3. Realizar mesas de debate y retroalimentación con todo el equipo.						
3. Sistema de autoevaluación claro.	3.1. Definir indicadores de desempeño en la materia.	1 sistema de autoevaluación diseñado e implementado	Número de sistemas de autoevaluación diseñado e implementado	12 meses	Tecnológicos y documentales	Gerencia, Contador y jefe Talento Humano	\$3.000.000
	3.2. Comunicar al personal sobre la autoevaluación.						

Estrategia	Acciones de mejora	Metas	Indicador	Tiempo	Recursos	Responsables /Participantes	PPTO (\$)
	3.3. Implementación y seguimiento de la política diseñada.						
	3.4. Realizar la autoevaluación						
	3.5. Informar los resultados y aplicar acciones correctivas sobre los aspectos que presenten fallas.						
4. Manual de procedimientos tributarios	4.1. Realizar un diagnóstico sobre la realidad tributaria de la empresa	1 manual de procedimientos tributarios diseñado mínimo en 2 meses	Número de meses invertido en el diseño del manual	8 meses	Papelería, recursos locativos y tecnológicos para llevar a cabo las actividades	Gerencia y personal del área contable	\$9.000.000
	4.2. Elaborar conjuntamente del manual de procedimientos tributarios						
	4.3. Socializar el manual una vez haya sido aprobado por la gerencia.						
5. Calendario tributario personalizado para la empresa	5.1. Consultar el calendario tributario que define la DIAN a inicios de la vigencia fiscal.	1 calendario tributario definido en un año	Número de calendarios tributarios diseñados por año	1 mes	Tecnológicos y documentales	Contador	\$150.000
	5.2. Crear un calendario tributario para la empresa, teniendo como directriz que la presentación de las declaraciones se haga con anticipación.						

Estrategia	Acciones de mejora	Metas	Indicador	Tiempo	Recursos	Responsables /Participantes	PPTO (\$)
	5.3. Hacer seguimiento para medir si se está cumpliendo la política definida.						
6. Socialización de la información tributaria con el equipo de trabajo	6.1. Programar y convocar a reuniones con el equipo de trabajo de manera rápida y efectiva	6 socializaciones en un año	Número de socializaciones en un año	1 hora por sesión	Papelería, recursos locativos y tecnológicos para llevar a cabo las actividades	Gerencia y personal del área contable	\$500.000
	6.2. Dejar evidencia de la socialización.						
7. Programa de Capacitación tributaria al personal	7.1. Identificar las necesidades de actualización y formación existentes en el personal.	1 programa de capacitación diseñado	Programa de capacitación diseñado	12 meses	Tecnológicos, documentales y locativos	Gerencia y personal del área contable	\$7.000.000
	7.2. Definir el contenido temático de los cursos, seminarios o talleres a desarrollar						
	7.3. Prever los medios y recursos didácticos, así como los de índole financiero para llevar a cabo el plan de capacitación						
	7.4. Analizar y cotizar quienes serán los capacitadores						
8. Planeación tributaria en la empresa	8.1. Recopilar todo el conocimiento del negocio en materia tributaria	5% ahorro en impuesto de renta en la vigencia 2022	Indicadores Tributarios	12 meses	Papelería, recursos locativos y tecnológicos para llevar a	Gerencia y personal del área contable	\$10.000.000
	8.2. Conocer el sistema tributario que le aplica a la empresa						

Estrategia	Acciones de mejora	Metas	Indicador	Tiempo	Recursos	Responsables /Participantes	PPTO (\$)
	8.3. Definir estrategias de optimización de los impuestos.				cabos las actividades		
	8.4. Implementar y evaluar la planeación tributaria en la empresa						
TOTAL							\$38.700.000

Como se puede distinguir en el cuadro anterior, la empresa para materializar el plan de acción propuesto para fortalecer la cultura tributaria tiene que inyectar una inversión estimada en **\$38.700.000** (según el criterio de algunos profesionales en Contaduría Pública), en un lapso de tiempo de un año aproximadamente, lo cual representa un reto para el supermercado que vale la pena considerar ya que los beneficios que se desprenden del mismo son significativos, adicional a ello, de acuerdo con el diagnóstico agilizado, la empresa ha venido trabajando en la formación de una cultura tributaria en su necesidad de reafirmar que los tributos además de ser obligatorios forman parte del desarrollo de la región y el país, toda vez que contribuye al Estado con recursos para la gestión de proyectos sociales.

Bajo este supuesto, el plan de acción definido es viable para el Supermercado Amorel porque además de contribuir a dar estricto cumplimiento a las directrices tributarias expedidas por las autoridades competentes, permite que la empresa se transforme y perfeccione sus procesos y políticas en aras de alcanzar sus objetivos planteados en la materia; al tiempo, que se evita caer en sanciones que pueden representar un duro golpe en la estructura financiera o en una toma de decisiones que vaya en contra del crecimiento organizacional.

5. CONCLUSIONES

La fase de diagnóstico en toda investigación representa un elemento trascendental, en tanto que permite acceder a un conocimiento sólido y verídico respecto al fenómeno analizado. Igualmente, su grado de utilidad radica en que gracias a esta el grupo de investigación logra detectar y resaltar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que se anidan en torno al tema objeto de estudio, como sucedió al interior del Supermercado Amorel.

Gracias al análisis de los procesos tributarios aplicados por la empresa objeto de estudio fue posible determinar que la planeación tributaria es fundamental para generar estrategias útiles en la gestión fiscal, haciendo que el Supermercado Amorel adopte un cronograma tributario y esté al día en el pago de impuesto y obligaciones tributarias. Sumado a esto, sobresale la necesidad de establecer una táctica que una los esfuerzos de la empresa mediante el fortalecimiento de vínculos institucionales públicas y privadas como la DIAN, el SENA, la Cámara de Comercio de Pasto, para crear líneas de capacitaciones, las cuales son necesarias para impartir conocimiento en cuanto a temas de impuestos, implementación de una educación en cultura de la contribución entre los empleados de la empresa, por mencionar algunos.

Con las estrategias y las acciones de mejora plasmadas en el plan de acción propuesto se espera poder satisfacer adecuadamente las necesidades del supermercado, mientras se brinda una oportunidad y unas directrices que generen un cambio dentro de la misma, el cual permitirá perfeccionar sus procesos tributarios en aras de propender por el fortalecimiento de una verdadera cultura tributaria y una interiorización de los deberes ciudadanos en cada miembro que conforma la organización.

6. RECOMENDACIONES

Socializar en la empresa el producto final resultante de la presente investigación, con el fin de que el gerente decida implementar las diferentes estrategias planteadas y así se logre llegar a comprender que la cultura tributaria es una herramienta de vasta importancia a la hora de prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el Supermercado Amorel.

Crear una planeación tributaria para que la empresa pueda amortiguar los impactos financieros que conllevan las altas cargas tributarias, aplicando el conocimiento en cuáles son las leyes fiscales que rigen a la empresa, de la mano de la elaboración de un diagnóstico empresarial, identificando el impacto financiero de las leyes fiscales en la empresa.

Conformar un comité que se encargue de implementar a cabalidad el plan de acción propuesto para el Supermercado Amorel, de modo que se materialicen cada una de las estrategias definidas, siguiendo el paso a paso establecido para tales efectos.

Tener presente el manejo tributario para saber que impuestos están exonerados y ver qué beneficios tiene la empresa si se encuentra exenta de pagar impuestos, teniendo claro la contribución que se hace para el desarrollo del país.

BIBLIOGRAFÍA

AMOREL, Centro. ¿Quiénes somos?, ¿Qué nos hace especiales?, (en línea). En: amorelpasto.com en Colombia (Pasto): 2017 (consultada: 30, agosto, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3prEmYX>

BASTIDAS MORÁN, Leny Maribel y VILLAREAL ORTEGA Viviana Alejandra. Análisis del comportamiento de los principales impuestos (predial unificado, sobre tasa a la gasolina e industria y comercio) en el municipio de Túquerres durante el periodo 2007-2012. Trabajo de grado para optar por el título de Economista. San Juan de Pasto: Universidad de Nariño. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía, 2013. 150 p. <https://bit.ly/3E99ErG>

BEJARANO, Mauricio Joaquín. La evasión equivale a 30% del total de lo que se recauda de impuestos al año (en línea). En: larepublica.com en Colombia: 12, diciembre, 2019 (consultada: 12, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3C8bCrN>

BONILLA SEBÁ, Edna Cristina. La cultura tributaria como herramienta de política fiscal, con énfasis en la experiencia de Bogotá, (en línea). En: revista.unal.edu.co en Colombia (Bogotá): 2014 (consultada: 30, marzo, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3CcGvv2>

CATARINA. Capítulo 2, Marco teórico, Qué es la estrategia. (en línea). En: catarina.udlap.mx (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3vAqyfy>

CAMACHO GAVILÁN Andrea Paola y PATARROYO CORONADO Yeimy Tatiana. Cultura Tributaria en Colombia. Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público. Bogotá: Universidad Minuto de Dios. Facultad de Ciencias empresariales. Programa de Contaduría Pública, 2017. 48 p. <https://bit.ly/3jsDTBX>

CEDEÑO CASTILLO, Leidy Marisela y TORRES CALLE, Mariela del Cisne. Análisis de la cultura tributaria de los contribuyentes del cantón girón para el año 2016. Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público auditor CPA. Cuenca: Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Contabilidad y Auditoría, 2016. 169 p. <https://bit.ly/3jvABho>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 590. (14, julio, 2020). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Diario Oficial, Bogotá, 2000 No. 44.078. 13p. <https://bit.ly/3jtS7Cs>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Constitución Política de Colombia 1991, Capitulo V. Artículo 95. Diario Oficial. Bogotá, No. 51818. 10p. <https://bit.ly/3pgUxWo>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Sentencia C-397/11. (18, mayo, 2011). Libertad de configuración legislativa. D- 8304. Bogotá.53p. <https://bit.ly/3CcnAR1>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 624. (30, marzo, 1989). Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales. Bogotá, Colombia. 397p. <https://bit.ly/3GeziwY>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 957. (5, junio, 2019). Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. Bogotá, Colombia. 7p. <https://bit.ly/3B8wyNY>

COHEN, E. y MARTÍNEZ, R. Concepto de formulación y evaluación de proyectos. (en línea). En: ideaascompilativas.com. 2010 (consultada: 01, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3b4okf2>

CONEXIONESAN. ¿Qué es la estrategia empresarial y cómo ella se relaciona con el BSC? (en línea). En: esan.edu.pe en Perú (Lima): 19. Junio, 2017 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3vAKwXP>

CRESPO LIÑAN, Eva. Qué son los tributo y tipos: impuestos, contribuciones y tasas (en línea) En: BBVA.com en Colombia: 28, agosto, 2020 (consultada 10, septiembre,2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bbva.info/3GfWeMo>

DIRECCIÓN EN IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES. Educación en Cultura Tributaria (en línea). En: dian.com en Colombia (Bogotá): 2000 (Consultada: 12, mayo, 2020). 84 p.

DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Plan estratégico 2014 – 2018. (en línea) En: dian.gov.co en Colombia: 2014 (consultada: 5, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3niJH21>

EDUCALINGO. Etimología de la palabra formular (en línea). En: educalingo.com (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m9hjA9>

EL PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Objetivos de desarrollo sostenible objetivo 4 y 8 (en línea). En: undp.org (en el mundo): 2010

(consultada: 30, marzo, 2020.). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m6a2kz>

FACEBOOK. Supermercados Amorel. (en línea). En: facebook.com en Colombia (Pasto): 2021 (consultada: 1 marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3noLEK6>

GARIZABAL, L. BARRIOS, I. BERNAL, O. y GARIZABAL, M. Estrategias de planeación tributaria para optimizar impuesto de los contribuyentes (en línea). En: revistaespacios.com en Venezuela: 21, abril, 2019 (consultada en: 5, marzo 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3pv5c28>

GUERRA, Silva. Comportamiento de las superficies de retail en Colombia (en línea) En: Scielo.com en Colombia (Barranquilla): noviembre, 2010 (consultada 22, agosto, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3m40mXJ>

GERENCIE. Guía laboral, impuestos, pensiones, comercial, civil. (en línea). En: gerencie.com en Colombia: 15, agosto, 2020 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3E4QGT1>

GOMEZ, I. y SALAZAR, J. Las cargas tributarias como impedimentos para el crecimiento de las pymes en Colombia. Trabajo de grado para optar por el título de Abogado. Colombia (Cali). Pontificia Universidad Javeriana Cali. Facultad De Humanidades y Ciencias Sociales. Carrera De Derecho. 2016. 65p. <https://bit.ly/3C8gX2d>

HENRÍQUEZ, P. COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes? (en línea). En: iadb.org 2020 (Consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3m6x0bf>

INSTAGRAM. Supermercados Amorel. (en línea). En: instagram.com en Colombia (Pasto): 2021 (consultada: 1 marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3noLEK6>

LOPEZ CAJAMARCA, Jaime Leonardo. Historia de los impuestos Colombia, (en línea). En: médium.com en Colombia: 31, mayo, 2017(consultada: 12, mayo, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3B5bzvd>

MARAÑA, Maider. UNESCO Exea, Cuaderno de trabajo N° 1 (en línea). En: Culturarecreacionydeporte.gov.co en Colombia (Bogotá): 2020 (consultada: 10, agosto, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3m5VrFF>

MIS ABOGADOS. Derecho Tributario (en línea). En: misabogados.com en Colombia: 20, junio, 2016 (consultada: 5, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3Cf2EsQ>

OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Estudios Económicos de la OCDE Colombia. Nota sobre la ley de financiamiento en Colombia (en línea). En: oecd.org en Colombia en 2017 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GeTjU3>

OBSERVATORIO FISCAL PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. Guía ciudadana a la tributación y el gasto público del Estado colombiano 2018. (en línea). En: docs.wixstatic.com en Colombia (Bogotá): 2018 (consultada: 6, mayo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3E2HVbS>

OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. Estudios Económicos de Colombia (en línea). En: oecd.org en Colombia: octubre, 2019 (consultada: 12, mayo, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GdUWRP>

PRECEDEN. Historia del comercio en Colombia. Breve reseña sobre los principales periodos comerciales de Colombia. (en línea). En: preceden.com en Colombia 2021. (consultado 4, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3GghKAs>

PRETTO, Albertina. Analizar las historias de vida: reflexiones metodológicas y epistemológicas. (en línea). En: Scielo.com en Italia: 4, octubre, 2011 (consultada: 01, febrero, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3Gi6aoK>

RODRIGUEZ, José Carlos. Cultura tributaria, propuestas y argumentos para argumentar la justicia fiscal. Primera Edición. Paraguay. Colon. 2011. 36p. <https://bit.ly/3b3axp3>

SAMANO, M. y RIVERA, R. Investigaciones socioambientales, educativas y humanísticas para el medio rural. Centro Estudio Rosales. Yucatán, México, Primera Edición. 2017. 388p. <https://bit.ly/3Bban9l>

SEMANA. Planeación Tributaria (en línea). En: semana.com en Colombia: 31, mayo, 2005 (consultada: 5, marzo, 2005). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3BjjPrX>

SITES. Historia de Nariño. Actividades Económicas de Nariño (en línea). En: sites.com en Colombia (Pasto): 13, julio, 2012. (consultada: 12, mayo, 2020). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3C7q5E1>

URBANO, D. Caracterización de las pymes colombianas y de sus fundadores: un análisis desde dos regiones del país. (en línea). En: icesi.edu.co en Colombia: 2019 (consultada: 1, marzo, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://bit.ly/3vCbnCE>

VEGA, Juan Pablo. Ventas de supermercados sumaron \$43,4 billones a noviembre de 2016 (en línea). En: Larepublica.co en Colombia: 3, febrero, 2017 (consultada 12, mayo, 2020). Disponible en dirección electrónica: <https://bit.ly/3vPHQFX>

VIDAL, E. Diagnostico organizacional, Evaluación sistémica del desempeño empresarial en la era digital. ECOE Ediciones. Chile. Segunda Edición. 2004. 352p. <https://bit.ly/3poZHCi>

ANEXOS

Anexo A. Carta solicitud de Asesor de Tesis

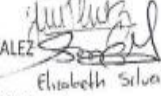
Señores
COMITÉ CURRICULAR
PROGRAMA CONTADURIA PÚBLICA
UNIVERSIDAD CESMAG

Cordial saludo de paz y bien

Para fines pertinentes los estudiantes YURI MERCEDES ALMENDARIS TIPAZ, SANDRA DEL CARMEN BURBANO GONZALEZ, ELIZABETH DEL ROSARIO SILVA CALPA con códigos N026114, N128117, N127117 respectivamente solicitamos se nos nombre como asesor al docente CARLOS ALBERTO RAYO BENAVIDEZ del trabajo de grado titulado LA CULTURA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA PREVENIR EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO propuesta No. 9

Atentamente

YURI MERCEDES ALMENDARIS TIPAZ
SANDRA DEL CARMEN BURBANO GONZALEZ
ELIZABETH DEL ROSARIO SILVA CALPA
Estudiantes Contaduría Pública Jornada Nocturna.



Elizabeth Silva

Vo. Bo. Aceptación del Docente Asesor



CARLOS ALBERTO RAYO BENAVIDEZ
DOCENTE TIEMPO COMPLETO
CONTADURÍA PÚBLICA.

San Juan de Pasto, 6 de abril de 2020

Señora
Marisol Patiño
Propietaria Supermercado Amorel
La Ciudad

Ref.: Solicitud desarrollo Trabajo de Grado

Cordial Saludo,

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitar su autorización y apoyo para el desarrollo del Trabajo de Grado denominado "La Cultura Tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el Supermercado Amorel de San Juan de Pasto", misma como requisito para egresar de la Carrera de Contaduría Pública, dependiente de la Universidad Cesmag, en la que actualmente cursamos séptimo semestre. El trabajo consiste en desarrollar una investigación donde se efectuará un diagnóstico general de su Organización, donde se pretende darles a conocer que además de alcanzar sus objetivos de tipo económico con la oferta de diversos productos a la comunidad Nariñense, sino también, el considerar la obligación tributaria como un aporte para el desarrollo económico de la empresa y contribución del progreso la Región y del País para construir y generar riqueza, oportunidades de trabajo y bienestar.

Esperando que usted acepte mi solicitud y como representante del grupo de trabajo integrada por tres estudiantes, me comprometo en entregar una carta formal por parte de la Universidad Cesmag, cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podamos acordar entre las partes y de mayor importancia contribuir con conocimientos de nuestra formación profesional en beneficio de su Organización.

Sin otro particular, se suscribe de usted, atentamente,

YURI ALMENDARIS
Representante grupo de Trabajo de Grado
Contaduría Pública 7 Semestre

*Solicitud aceptada
E.S.P. 8/20
Abil 8/20*

Anexo B. Consentimiento informado para entrevista

ENTREVISTA

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Nombre del o la Entrevistado/a Edison Guerrero Los estudiantes Yuri Mercedes Almendaris Tipaz, Sandra Del Carmen Burbano González y Elizabeth del Rosario Silva Calpa de la Facultad de Contaduría Pública de la Universidad Cesmag, me han invitado a participar como entrevistado/a, en la investigación sobre LA CULTURA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA PREVENIR EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO que tiene por objetivo, establecer una estrategia de cultura tributaria para prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el supermercado Amorel de san Juan de Pasto.

La entrevista será individuales y grabada, mi nombre aparecerá en el proyecto de investigación si ___ / no ___ y será asignado uno ficticio que identificará mis narraciones si ___ / no ___. Así mismo, los nombres de las personas a las que pueda hacer referencia en mis relatos, serán sustituidos para garantizar la confidencialidad de estas, la información que ofrezco no compromete a los investigadores ni a la institución que ella pueda representar, de igual manera, mi participación es voluntaria, y ella no implica ninguna obligación de mi parte con la investigación ni con los programa o institución que ella pueda representar, además no me reportará ningún beneficio de tipo material o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual. Los resultados de la investigación serán comunicados en forma escrita y oral a los públicos que intervienen en ella y se usarán exclusivamente para fines académicos, es decir, solamente serán comunicados en publicaciones científicas o de divulgación institucional, y en eventos académicos, de igual manera puedo conocer los resultados de la investigación.

Yo Edison Guerrero con documento de identidad No. _____ de _____ he leído y me han explicado el sentido de mi participación como entrevistado, estoy satisfecho/a con la información recibida y comprendo el alcance del trabajo a realizarse. Acepto que la entrevista sea grabada Si ___ No ___ Acepto la entrevista pero sin grabación Si No ___

Firma: Ciudad y fecha Pasto 20 mayo 2021

Anexo C. Formato de Entrevista

FORMATO ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONTADOR PUBLICO EDISON GUERRERO DE LA EMPRESA SUPERMERCADO AMOREL DE PASTO REALIZADA POR ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CESMAG, FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA, PARA DETERMINAR LA CULTURA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA PREVENIR EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO

PROPUESTA 942

PRESENTACION

Saludo inicial,

Como desarrollo de la tesis en la Facultad de ciencias Administrativas y Contables hemos realizado la investigación acerca de la Cultura Tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales en el supermercado Amorel de san Juan de Pasto,

La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradecemos su colaboración

INICIO

Empresa: Supermercado Amorel

Persona entrevistada: Edison Guerrero

#Personal a su cargo (3

Función. Contador publico

Años de vinculación con la empresa: 9 años

ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONTADOR PUBLICO EDISON GUERRERO DE LA EMPRESA SUPERMERCADO AMOREL DE PASTO REALIZADA POR ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD CESMAG, FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA, PARA DETERMINAR LA CULTURA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA PREVENIR EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO

1. ¿Dentro de la clasificación de las pymes el Supermercado Amorel a qué tipo de empresa está catalogada?
2. ¿Si es pyme, está dentro de las sociedades por acciones simplificadas?
3. ¿cuál es el pro y el contra de la sociedad pyme al cual pertenece?
4. ¿Cuenta con planeación tributaria?
5. ¿Su empresa ha tenido que aumentar la carga tributaria en los últimos años?
6. ¿Ha sido objeto de sanciones tributarias?
7. ¿Cómo califica el sistema tributario actual?
8. ¿Cuál considera usted son las Fortalezas de la empresa frente al cumplimiento de las obligaciones tributarias?
9. ¿Cuál considera usted son las debilidades de su empresa frente al cumplimiento de las obligaciones tributarias?
10. Según su opinión, ¿Cuál es el motivo principal para cancelar los impuestos?
11. ¿Qué Estrategias, Técnicas y Métodos conocen que se usen para poner en práctica la cultura tributaria en el supermercado Amorel?
12. ¿Con una opinión general en el territorio de Nariño, usted ve reflejada la inversión por parte del estado con el pago de impuestos?
13. ¿la Dian les brinda información del pago o recaudo de los impuestos con oportunidad?
14. ¿Qué impuesto verde, contribuye la empresa y por qué?
15. Dentro de la organización cómo incentivan a una cultura tributaria con los proveedores?

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MREDCUCIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, 22 de junio del año 2022

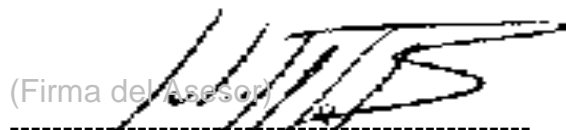
Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto

Saludo de paz y bien.


Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado LA CULTURA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA PREVENIR EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO, presentado por el (los) autor(es) YURI MERCEDES ALMENDARIS TIPAZ, SANDRA DEL CARMEN BURBANO GONZALEZ Y ELIZABETH DEL ROSARIO SILVA CALPA; del Programa Académico Contaduría Pública al correo electrónico trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,

(Firma del Asesor)



JULIO CESAR URBANO BOLIVAR
C.C. 98.382.654 de Pasto
Contaduría Publica
3217246182
jcurbano@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Yuri Mercedes Almendaris Tipaz	Documento de identidad: 1085297941
Correo electrónico: yurialmendaris@gmail.com	Número de contacto: 3147437509
Nombres y apellidos del autor: Sandra del Carmen Burbano Gonzalez	Documento de identidad: 59823024
Correo electrónico: zamdrabg@gmail.com	Número de contacto: 3207060708
Nombres y apellidos del autor: Elizabeth del Rosario Silva Calpa	Documento de identidad: 1085297100
Correo electrónico: eli_sc@hotmail.es	Número de contacto: 3165337099
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Título del trabajo de grado: LA CULTURA TRIBUTARIA COMO ESTRATEGIA PARA PREVENIR EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES FORMALES EN EL SUPERMERCADO AMOREL DE SAN JUAN DE PASTO	
Facultad y Programa Académico: Facultad de ciencias Administrativas y Contables Programa Contaduría Publica.	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el termino en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

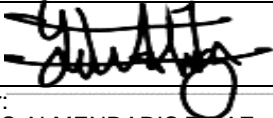

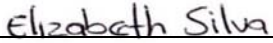

- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 22 días del mes de junio del año 2023

Firma del autor 	Firma del autor 
Nombre del autor: YURI MERCEDES ALMENDARIS TIPAZ	Nombre del autor: SANDRA DEL CARMEN BURBANO GONZALES
Firma del autor 	Firma del autor
Nombre del autor: ELIZABETH DEL ROSARIO SILVA CALPA	Nombre del autor:
 Firma del asesor Nombre del asesor: JULIO CESAR URBANO BOLIVAR	