

Revista

Investigación & Gestión

investigacionygestion@ufps.edu.co

Artículo de Investigación

<https://doi.org/10.22463/26651408.4176>

Comportamiento tributario: factor clave de crecimiento económico y social

Tax behavior: key factor of economic and social growth

Fanny Stella Soto-Arévalo^a, María Angélica Sánchez-Pérez^b, Jeison Rafael Blanco-Gentil^c

^aMSc. Administración de Organizaciones, fssotoa@ufpso.edu.co, <https://orcid.org/0000-0001-6661-6359>, Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña, Colombia

^bEsp. Pedagogía y Docencia, masanchezp@ufpso.edu.co, <https://orcid.org/0000-0001-5232-2667>, Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña, Colombia

^cEsp. Gerencia Tributaria, jrblancog@ufpso.edu.co, <https://orcid.org/0000-0002-1101-0509>, Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña, Colombia

Recepción: Marzo 02 de 2023

Aprobación: Mayo 25 de 2023

Forma de citar: Soto-Arévalo, F.S., Sánchez-Pérez, M.A. & Blanco-Gentil, J. R. (2023). Comportamiento tributario: factor clave de crecimiento económico y social. *Revista Investigación & Gestión*, 6 (2) pp. 6-14. <https://doi.org/10.22463/26651408.4176>

Palabras clave

Comerciantes,
Comportamiento
Tributario,
Formalización,
Informalidad,
Tributos.

Resumen: Los impuestos constituyen la parte más representativa de los ingresos fiscales, por ende, es indispensable que los contribuyentes se responsabilicen del cumplimiento de sus obligaciones tributarias. El buen comportamiento tributario por parte de los empresarios es un factor clave que le permite al Estado proveer bienes y servicios y el desarrollo económico y social, es así como el presente artículo se enfoca en el análisis del comportamiento tributario por parte de 54 comerciantes, a partir de una investigación cuantitativa bajo un enfoque descriptivo, aplicando como instrumento de recolección de información el cuestionario, donde los resultados del estudio permitieron evaluar la actitud tributaria de los comerciantes y la confianza de los contribuyentes con el estado.

*Autor para correspondencia: fssotoa@ufpso.edu.co



Editada por la Universidad Francisco de Paula Santander. Este es un artículo bajo la licencia [CC BY NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Keywords

Formalization,
Informality,
Merchants,
Tax Behavior,
Taxes.

Abstract: Taxes constitute the most representative part of tax revenue, therefore, it is essential that taxpayers take responsibility for compliance with their tax obligations. Good tax behavior by businessmen is a key factor that allows the State to provide goods and services and economic and social development, this is how this article focuses on the analysis of tax behavior by 54 merchants, through Starting from a quantitative investigation under a descriptive approach, applying the questionnaire as an information collection instrument, where the results of the study allowed evaluating the tax attitude of the merchants and the trust of the taxpayers with the state.

Introducción

Antecedentes de los impuestos

Los impuestos muestran una historia remontada a evoluciones antiguas donde se llevaron a cabo diversas maneras de recaudo; ejemplo de ello se tiene en China, Egipto y Mesopotamia, donde se hallaron escritos, advirtiendo el sometiendo de los contribuyentes de esos tiempos a desarrollar trabajos físicos como forma de retribuir al grande, prueba de ello se tiene en la pirámide del rey, en la cual trabajaron cien mil personas por 20 años (Agudelo, 2015).

Otra muestra de origen de los impuestos, se da en Atenas, donde existieron los impuestos por encima del principal, lo cual se dio dadas las prioridades que reflejaron las guerras ocasionadas en esos tiempos contra Esparta. Así mismo, el impuesto del 1% fue decretado cuando Cesar Augusto era quien dirigía el imperio, sobre los negocios globales llamado Centésima.

Siendo el impuesto el tema principal de investigación, se trae a colación la teoría del impuesto óptimo, la cual propone dentro de su estructura tributaria, el bienestar social. “Si el planificador no tiene restricciones para elegir entre estructuras impositivas alternativas y no existen diferencias significativas en la capacidad de pago de los contribuyentes, el impuesto óptimo es aquel que minimiza las distorsiones en el mercado” (Hernández, 2012). Esto indica que el pago no incrementará los costos ni recortará las ayudas que se le brinden.

Es así como, si se comparan los países entre sí, existe una grieta dentro de ellos, como puede ser, las diplomacias sociales que han ingresado al mercado, pero no cuentan con una buena estructura de tal manera que puedan ascender dentro del mismo sistema.

En este mismo sentido, Mercado 2009, argumenta que los impuestos se enfocan en los impuestos nacionales y locales, dado por la reclamación de la comunidad, a la vez de haber sido terminante a la importancia de cumplir con aquellos gastos burocráticos, los cuales fueron contratados para recolectar y disponer lo recaudado, y así determinado el nacimiento modernizado del gobernante. (Arias, Barreix, Valencia, & Villela, 2012)

El impuesto es un tributo muy importante tanto para el estado como para la humanidad. “Los impuestos son el dinero que una persona, una familia o una empresa deben pagar al Estado para contribuir con sus ingresos” (Banrepcultural, 2017, pág. 1). De esta manera, el estado recibe ingresos que serán reinvertidos en la misma sociedad, en actividades como: educación, vías, salud, etc.

Cumplimiento de las responsabilidades del contribuyente

El entorno cambiante y la competencia que enfrentan las organizaciones de los países desarrollados, resultados de la globalización han provocado principalmente que las empresas de menor tamaño tomen mejores decisiones al momento de formular sus estrategias empresariales a fin de mantenerse en el tiempo y ser rentables (Cuevas-Vargas, 2018).

Durante la historia han existido mecanismos de sostenimiento en las sociedades, una de ellas son las tributaciones, aspecto que permite estabilidad y de igual forma costear cualquier tipo de evento que pueda acontecer en la comunidad, especialmente con aquellos grupos poco favorecidos (Blanco, Navarro & Rodríguez, 2020). Estos tributos son inherentes al humano desde el inicio de los tiempos, surgiendo por mera necesidad, gran parte de su origen se remonta a las constantes guerras y a la religión como parte del sostenimiento de las civilizaciones.

A pesar de las evoluciones mostradas en los últimos años, la evasión y elusión de los impuestos se tornó como una amenaza para los gobiernos (Chau y Leung, 2009), restringiendo a los mismos hacer un buen uso en las funciones que este posee. Lo anterior genera una serie de problemas en la recaudación, puesto que se presenta un desequilibrio en la debida distribución de las riquezas, frenando el crecimiento económico, destacándose esta situación en los países en desarrollo (Trigueros, Longinotti & Vecorena, 2012).

Con el propósito de establecer los elementos que influyen en esta problemática, se han realizado diversas investigaciones, donde se identifica que la inestabilidad de las normas tributarias, su ambigüedad, las injusticias y corrupción son las características de aquellos que se resisten a contribuir a pagar los tributos (Obregón y Tamez, 2020).

Este comportamiento se nota en la mayoría de los países de Latinoamérica, tal es el caso de Ecuador, donde Quiñonez y Zambrano (2023) evidenciaron que el 3% de la muestra conformada por 60 comerciantes empresarios, que no poseen ningún título que acredite que su negocio sea formal. De igual forma Brown (2020), en su estudio aplicado en 154 empresarios de Perú, determino que existe una reciprocidad estadísticamente significativa entre el conocimiento tributario y la informalidad expresado por un Rho de Spearman igual a 0.119. (López y Quiñónez, 2020)

Ante este problema se crean alternativas que mitiguen el impacto negativo que se genera, siendo una piedra angular para la edificación de espacios idóneas para crear entornos donde se priorice el bienestar de todo un conglomerado (Pineda y Navarro, 2019). Un ejemplo de ello son las acciones tomadas con el fin de reducir impuesto al valor agregado (IVA) a una tasa del 0% que adoptó México, como parte de su reforma del año 2014, en la cual se suprimió la tasa mínima del IVA que se aplicaba en regiones fronterizas, correspondiente a un 11% (Obregón y Tamez, 2020).

Estas situaciones alarmantes donde se ve inmiscuida la justicia tributaria, ha propiciado un escenario donde se cambie este tipo de conducta en los ciudadanos, la cultura tributaria es el resultado que se obtiene para contrarrestar este problema social. Según Rodríguez (2011), esta herramienta radica en obtener que el individuo se “convenza de la posibilidad, la necesidad y la conveniencia de una fiscalidad justa”.

Por otro lado para Bonilla (2014), la cultura tributaria posibilita el pago voluntario del contribuyente, justificación que permite un buen uso de recursos públicos. La formación en este aspecto brinda una apariencia completa de la fiscalización, potencializando la obligación ciudadana de contribuir con los tributos lo cual ayuda al financiamiento de las obligaciones e inversiones que hace el estado para una mejora continua del país (Tapia, 2009). Es así como se pretende romper este círculo vicioso y cultivar una conciencia dirigida a que tributar, cancelar el impuesto no es solo una obligación de carácter legal, al contrario, un deber de los sujetos ante el Estado (Quiñonez y Zambrano, 2023). Una vez expuesto este panorama, la presente investigación busca valorar la actitud tributaria de los comerciantes y la confianza de los contribuyentes con el estado.

Metodología

El desarrollo de la investigación se manejó bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, con un estudio de corte transversal no experimental, respondiendo a las necesidades de información que precisa la investigación (Rodríguez, Peñaranda y Manzano, 2020). Como instrumento o técnica de recolección se utilizó el cuestionario, siendo una herramienta que permite un mayor acercamiento con la población objeto de estudio, permitiendo una concepción del comportamiento tributario de 54 comerciantes del municipio de Río de Oro, Cesar Colombia, los resultados se tabularon facilitando la elaboración de gráficos y mejorando el procesamiento de la información recopilada, posteriormente se realiza la presentación de los resultados y el diagnóstico final del comportamiento tributario, dando respuesta a cada una de las fases de la investigación, como se expone en la siguiente figura 1.



Figura 1. Fases de la investigación

Resultados

Los comerciantes y su comportamiento tributario.

Esta investigación se centró en efectuar un diagnóstico a los comerciantes del municipio de Río de Oro, en lo relacionado al conocimiento y al cumplimiento de sus compromisos tributarios. Es así como en este apartado se muestra el análisis de los resultados derivados de la aplicación del cuestionario a la población objeto de estudio como se presenta en las siguientes figuras:

Conocimiento de las obligaciones tributarias

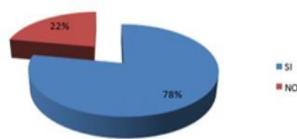


Figura 1. Conocimiento de tributos o impuestos

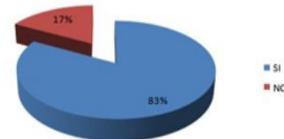


Figura 2. Conocimiento sobre la Administración de Impuesto y Aduana Nacionales DIAN

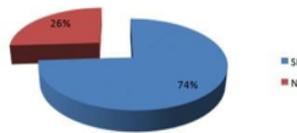


Figura 3. Tipos de impuestos

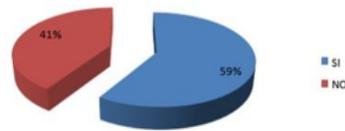


Figura 4. Conoce el destino que tiene el dinero que se paga por Impuestos

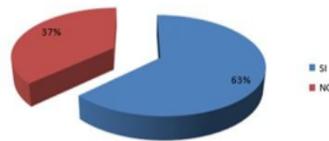


Figura 5. Conoce los beneficios por pago de impuestos

Figura 2. Conocimiento de las obligaciones tributarias

En la premisa “conocimiento de tributos o impuestos” el 78% de los comerciantes encuestados indican que tienen conocimiento sobre el tema de impuestos, mientras que un 22% señalan no tener conocimiento sobre este tema, lo que muestra la necesidad de una adecuada y permanente capacitación por parte de la administración municipal en temas tributarios como fomento de la cultura tributaria instaurando conciencia en materia tributaria.

Al indagar a los comerciantes sobre el conocimiento que tienen de la Dirección de Impuesto y Aduanas como entidad nacional, el 83% manifestó que la conocen y un 17% indican no tener conocimiento sobre esta entidad, dando a conocer el reconocimiento que tiene la DIAN como un ente importante en el país.

En la interpelación sobre los “tipos de impuestos” los resultados reflejan que el 74% de los encuestados tiene conocimiento sobre los tipos de impuestos establecidos a nivel regional y nacional lo que refleja un alto porcentaje en el conocimiento de los diversos tipos de impuestos; sin embargo, el 22% restante dice no tener conocimiento, observándose la necesidad de educar fiscalmente a la ciudadanía, facilitando la comprensión y el cumplimiento de las responsabilidades del contribuyente.

Al preguntar acerca de la dirección que toma el dinero recaudado por impuestos el 59% indica que si tiene conocimiento y el 41% indica no tener conocimiento, lo que refleja un alto porcentaje en desconocimiento en el destino del dinero recaudado por impuesto y sanciones, por tal motivo es muy importante que la DIAN o la alcaldía municipal realice capacitaciones u otros mecanismos de información donde se profundicen este tipo de temas, con el fin de fortalecerlos.

Respecto a si los comerciantes conocían los beneficios por pago de impuestos el 63% expresan que, si conocen los beneficios con el pago de esta obligación, el 37% de los comerciantes dicen no tener conocimiento. Por lo que es muy importante que la DIAN o alcaldía municipal brinden capacitaciones u otros mecanismos de información con el fin de suministrar información sobre este tipo de temas que son muy importantes para los comerciantes para acceder a beneficios ofrecidos y evitar sanciones de las autoridades.

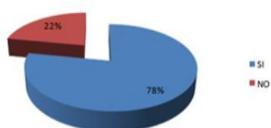


Figura 1. Conocimiento de tributos o impuestos

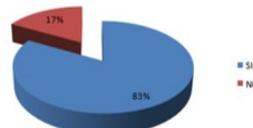


Figura 2. Conocimiento sobre la Administración de Impuesto y Aduana Nacionales DIAN

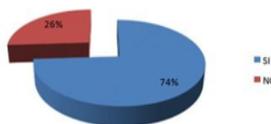


Figura 3. Tipos de impuestos

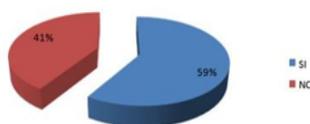


Figura 4. Conoce el destino que tiene el dinero que se paga por Impuestos

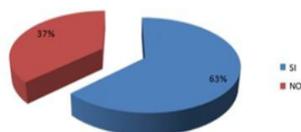


Figura 5. Conoce los beneficios por pago de impuestos

Figura 3. Cumplimiento de las responsabilidades del contribuyente

Como lo expresan (Coronel, Velasco & Cárdenas,2019).la competitividad es un aspecto que en este momento se ha transformado algo trascendental en el tejido empresarial, independiente de la actividad que realicen y el tipo de empresa. Para lograr la competitividad empresarial el cumplimiento tributario es un

factor determinante donde al preguntar a los comerciantes objeto de estudio sobre el “pago impuestos” el 74% de los encuestados manifestaron que, si pagan impuestos y un 26% no pagan de impuestos, lo que evidencia que hay aproximadamente un cuarto de los comerciantes del municipio que no paga sus respectivos impuestos, impidiendo la competitividad de las empresas y el desarrollo social, cultural y económico del municipio y el país.

Respecto a si los comerciantes si han sido sometido a las sanciones establecidas por la DIAN el 100% de los comerciantes encuestados indican que no han sido sancionados, lo que refleja que los comerciantes están cumpliendo correctamente sus obligaciones como contribuyentes

El 89% de los comerciantes encuestados indican que exigen facturas en las transacciones comerciales, en cambio un 11% de ellos dice que no exigen facturas, desconociendo la importancia a la hora de probar la posesión sobre un bien para el comerciante y para el estado como medio control para asegurar el ingreso de pago del impuesto del IVA, que contribuya al fortalecimiento y desarrollo social.

El 67,6% de los encuestados cumplen con la obligación tributaria del pago del impuesto a las ventas, en cambio el 17% de los comerciantes dicen que no pagan este impuesto porque no están obligados a hacerlo según a las normas establecidas en el estatuto tributario.

Al preguntar si los comerciantes han declarado oportunamente la declaración de impuesto sobre la renta el 59% indica haber declarado oportunamente el impuesto y el 41% indica no haber declarado oportunamente el impuesto, esto se pudo haber dado por no tener muy clara la responsabilidad, topes y fechas en las que se debe presentar la declaración o por falta de organización y compromiso dentro de su establecimiento de comercio

Cuando se les pregunta a los comerciantes sobre el registro oportuno de la información contable y de los soportes contables el 63% responden que sí realizan registros contables permitiendo controlar la situación financiera real de la empresa y tomar decisiones acertadas, sin embargo, el 37% de ellos indica que no lo hacen desconociendo la importancia del registro oportuna de las actividades operativas impidiendo el crecimiento del negocio.

Conclusiones

Generar conciencia en los contribuyentes en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y el fomento de la cultura tributaria genera compromiso, desarrollo social y el fortalecimiento de la economía local y nacional, por lo anterior se requiere que el gobierno estatal establezca estrategias pedagógicas claras que fortalezcan los conocimientos y valores de los empresarios en la construcción de una cultura tributaria. Según el estudio ejecutado sobre el ambiente actual de las obligaciones tributarias que poseen los comerciantes se deduce que muchos de ellos cumplen con el pago de éstas, sin dejar de lado quienes no lo hacen, algunos por contar con negocios pequeños y otros por la falta de conocimiento, cultura y responsabilidad ciudadana, lo que genera la evasión fiscal por parte de estos comerciantes.

Por lo tanto el rol del Contador Público en el comportamiento tributario de los comerciantes del municipio de Río de Oro, debe ser más sugerente en las empresas donde presta sus servicios de asesoría profesional del municipio de Río de Oro, Cesar, en la cual su opinión debe ser pertinente y de gran importancia

en la toma de decisiones las cuales van ayudar al crecimiento de la organización y que su argumento frente a los gerentes los encamine a una buena planeación tributaria, dirección, control que conlleve a un trabajo mancomunado entre empresarios y profesionales de contaduría pública, demostrando la gran necesidad de poder reconocer el Capital Intelectual que se tiene en la empresa, como lo expresa (De la Luz-Martínez & Ávalos -Pelayo, 2022), hoy en día, existen organizaciones como lo es el Banco Mundial que reconoce el Capital Intelectual como uno de los factores intangibles que definen el desempeño de una organización, contribuyendo a un factor importante en el cumplimiento de los objetivos empresariales (García-Mendez, Galvis-Rojas, & Ortiz-Olago, 2020).

Finalmente, con el diseño de las estrategias se busca publicar y comunicar los beneficios del acatamiento en las obligaciones tributarias, y de esta manera aportar al cambio de hábitos tributarios en los comerciantes. Una de ellas fue que entidades como la DIAN, La Alcaldía Municipal y Cámara de Comercio, ofrezcan la información necesaria acerca de los temas relacionados con la obligación tributaria. Igualmente se planteó, informar y orientar al contribuyente e interesado, la importancia del pago de los impuestos; la educación tributaria, brindar incentivos tributarios a los contribuyentes y campañas de sensibilización, entre otras.

Referencias

- Amado -Piñeros, M. I. (2020). El desarrollo financiero en épocas de crisis económica-caso de estudio América Latina: Argentina, Chile y Colombia. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 13(13), 21–30. <https://doi.org/10.22463/24221783.2547>
- Blanco, J., Navarro, C., y Rodríguez M. (2020). Análisis del comportamiento tributario de los comerciantes en la ciudad de Rio de Oro, Cesar.
- Brown-Jara, R. (2020). *La cultura tributaria y la informalidad en las MYPES del sector comercial de la urbanización san roque, distrito de Santiago de Surco, en el año 2019*. [Tesis de Posgrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Recuperado de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNF_ff2e10a414bd5641ae8847784b30aff4#details
- Coronel - Nuñez, Y., Velasco - Burgos, B. M., & Cárdenas - García, M. (2019). Characterization of the clinical laboratories of the municipality of Ocaña. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 11(11), 23– 30. <https://doi.org/10.22463/24221783.2565>
- Cuevas-Vargas, H. (2018). El impacto de la tecnología de equipo en las Pymes manufactureras mexicanas. *vista Facultad De Ciencias Contables Económicas Y Administrativas -FACCEA*, 8(1), 43-54. Obtenido de <https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/faccea/article/view/242>
- Chau, K., y Leung, P. (2009). A critical review of Fischer tax compliance model: A research synthesis. *Journal of Accounting and Taxation*, 1(2), 34-40. <https://academicjournals.org/journal/JAT/article-full-text-pdf/DC1EDBE673>
- De la Luz-Martínez, M., & Ávalos -Pelayo, R. (2022). Capital Intelectual, relación con Liderazgo y Personalidad Gerencial en petroleras Upstream mexicanas. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 16(16), 41-54. doi:<https://doi.org/10.22463/24221783.3452>

- García-Mendez, S., Galvis-Rojas, Y. P., & Ortiz-Olago, J. A. (2020). Relación entre clima organizacional y riesgo psicosocial intralaboral de una empresa de transporte en Bucaramanga. *I+D Revista de Investigaciones*, 67-75. <https://doi.org/10.33304/revinv.v15n1-2020007>
- Lemus -Quintero, J. A., y Carrascal -Delgado, F. A. (2018). Las acciones de responsabilidad social empresarial en Colombia. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 9(9), 16–24. <https://doi.org/10.22463/24221783.2525>
- Obregón, M., y Tamez, S. (2020). Factores del comportamiento tributario. *EFAM*, 286-297. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_1/21%20OBREGON_TAMEZ.pdf
- Peñaranda Peñaranda, M.M., Rodríguez Castilla, M.M., y Soto Arévalo, F. S. (2015). Responsabilidad social empresarial: una estrategia para conseguir las mejores prácticas administrativas. *INGENIO UFPSO*, 8, 115-122. <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/ingenio/article/view/2056>
- Pineda- López, C. P., y Navarro- Claro, G. T. (2019). Análisis de la dinámica económica, laboral y social en el municipio de Ocaña. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 10(10), 24–30. <https://doi.org/10.22463/24221783.2518>
- Quiñonez, M., y Zambrano, B. (2023). Tributary culture in the merchants of the central market of the canton of Manta, Ecuador. *FIPCAEC (Edición. 37)* Vol. 8, No 1. <https://fipcaec.com/ojs/index.php/es>
- Rodríguez, M., Peñaranda, M., y Manzano, O. (2020). Corporate Social Responsibility: a regional experience in companies in the Service Sector. *Revista Espacios*, 41 (47), 280-289. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n47/a20v41n47p20.pdf>
- Rodríguez, J. (2011). Cultura tributaria: propuestas y argumentos para aumentar la justicia fiscal, Paraguay. INFA. <https://www.cde.org.py/wp-content/uploads/2014/11/Cultura-tributaria.pdf>
- Tapia, D. L. (2009). La cultura tributaria, un instrumento para combatir la evasión tributaria en el Perú. [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/\\$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03959836C65E2E5805257C120081DB15/$FILE/cultura_tributaria_dulio_solorzano.pdf)