



**EL CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO ENTRE LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES EN
EL CENTRO DE SANTIAGO DE CALI**

AUTORAS:

YADYS ABADÍA PALOMEQUE

KATHERINE CAMERON RODRÍGUEZ MARTÍNEZ

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI**

2024



**EL CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO ENTRE LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES EN
EL CENTRO DE SANTIAGO DE CALI**

AUTORAS:

YADYS ABADÍA PALOMEQUE

KATHERINE CAMERON RODRÍGUEZ MARTÍNEZ

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar por el título de
CONTADOR PÚBLICO**

Directora:

Liliana Heredia Rodríguez, Ph.D.

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI**

2024

Santiago de Cali, 12 de diciembre de 2024

Doctor

Fabián Fernando Osorio Tinoco

Decano

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Pontificia Universidad Javeriana

Santiago de Cali

Por medio de la presente estamos entregando el Trabajo de Grado cuyo título es “El cumplimiento tributario entre los pequeños comerciantes en el centro de Santiago de Cali”.

Esperamos que este trabajo cumpla con los requisitos académicos exigidos y que alcance el propósito para el cual fue elaborado.

Atentamente,



Yaidys Abadía Palomeque
8963038



Katherine Cameron Rodríguez Martínez
8964255

Santiago de Cali, 8 de noviembre de 2024

Doctor

Fabian Fernando Osorio Tinoco

Decano

Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas Pontificia Universidad Javeriana
Cali

Referencia: aval trabajo de grado

Cordial saludo.

Por medio de la presente informo que he acompañado a las estudiantes Yaidys Abadía Palomeque, identificada con cédula de ciudadanía 1.032.176.705 (ID institucional 8963038) y Katherine Cameron Rodríguez Martínez, identificada con cédula de ciudadanía 1.002.331.237 (ID institucional 8964255), en calidad de directora de su trabajo de grado, titulado “*El cumplimiento tributario entre los pequeños comerciantes en el centro de Santiago de Cali*”.

Las estudiantes han cumplido satisfactoriamente con los objetivos propuestos y, por tanto, considero que se encuentra en condiciones de ser enviado a evaluación.

Atentamente,

**Liliana
Heredia
Rodríguez**

Firmado digitalmente
por Liliana Heredia
Rodríguez

Fecha: 2024.11.08

Liliana Heredia Rodríguez

ARTÍCULO 23 de la resolución N° 13 de julio 6 de 1946

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de Tesis. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral Católica y porque la Tesis no contenga ataques o polémicas puramente personales; antes bien, se vea en ellas al anhelo de buscar la Verdad y la Justicia”.

“El cumplimiento tributario entre los pequeños comerciantes en el centro de
Santiago de Cali”

Aprobado por el Comité de Trabajos de Grado en cumplimiento de los requisitos
exigidos por la Pontificia Universidad Javeriana para optar por el título de
Contador Público

**Fabian
Osorio**

Firmado digitalmente
por Fabian Osorio
Fecha: 2024.12.06
10:52:55 -05'00'

FABIÁN FERNANDO OSORIO TINOCO
Decano
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

**Maria Fernanda
Arenas Méndez**

Firmado digitalmente por Maria
Fernanda Arenas Méndez
Fecha: 2024.12.05 09:16:52
-05'00'

MARIA FERNANDA ARENAS MÉNDEZ
Directora
Programa de Contaduría Pública

**Liliana
Heredia
Rodríguez**

Firmado digitalmente
por Liliana Heredia
Rodríguez
Fecha: 2024.12.03
12:37:31 -05'00'

LILIANA HEREDIA RODRÍGUEZ
Directora del trabajo



LUZ HELENA ARANGO RAMÍREZ
Jurado

Santiago de Cali, 03 de diciembre del 2024

Contenido

1. Resumen.....	13
2. Introducción	17
3. El problema de investigación	20
3.1. Aproximación al problema de investigación.	20
3.2. Antecedentes del problema de investigación	21
4. Objetivos	25
4.1. Objetivo general.....	25
4.2. Objetivos específicos.....	25
5. Justificación	26
6. Marco de Referencia.....	29
6.1. Marco Teórico	29
6.1.1. Teoría del cumplimiento tributario.....	29
6.1.2. Psicología tributaria.....	29
6.1.3. Enfoque sociológico	30
6.1.4. Teoría de los stakeholders	31
6.1.5. Teoría de la legitimidad	31
6.2. Marco Conceptual.....	32
6.2.1. Cumplimiento tributario	32
6.2.2. Comerciantes	32
6.2.3. Pequeños Comerciantes	34
6.2.4. Obligaciones fiscales	35
6.2.5. Evasión fiscal	36
6.2.6. Educación fiscal	36
6.3. Marco Jurídico	37
6.3.1. Constitución Política de Colombia	37
6.3.2. Estatuto tributario.....	37
6.3.3. Ley 1819 de 2016	38
6.3.4. Ley 2010 de 2019	39

6.3.5.	<i>Ley 2277 de 2022</i>	40
6.3.6.	<i>Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016</i>	41
6.3.7.	<i>Acuerdo 0321 de 2011</i>	42
6.3.8.	<i>Decreto Extraordinario No. 411.020.0259 de 2015</i>	43
6.3.9.	<i>Acuerdo No. 0541 de 2022</i>	43
7.	Contexto Sectorial	45
8.	Diseño Metodológico	49
8.1.	Tipo de estudio y método	49
8.2.	Fuentes y técnicas de recolección de información	49
8.2.1.	<i>Fuentes primarias</i>	49
8.2.2.	<i>Fuentes Secundarias</i>	50
8.3.	Población y muestra	50
8.4.	Instrumentos y variables	52
8.5.	Fases de la investigación	53
8.5.1.	<i>Fase 1: Identificación de Factores Sociodemográficos.</i>	53
8.5.2.	<i>Fase 2: Evaluación del Conocimiento y Formación Tributaria.</i>	53
8.5.3.	<i>Fase 3: Análisis de la Percepción del Sistema Tributario.</i>	54
9.	Resultados	55
9.1.	Factores sociodemográficos que afectan el cumplimiento tributario	56
9.1.1.	<i>Sección 1 – encuesta: Información personal</i>	56
9.1.2.	<i>Sección 2 - encuesta: Información del negocio</i>	62
9.2.	Conocimiento y formación tributaria	71
9.2.1.	<i>Sección 3 – encuesta: Conocimiento y cumplimiento tributario</i>	71
9.3.	Influencia de la percepción del sistema tributario	83
9.3.1.	<i>Sección 4 – encuesta: Percepción y experiencia con el sistema tributario</i>	83
10.	Conclusiones y recomendaciones	101
11.	Referencias	107

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Edad de los pequeños comerciantes (en rango de años)</i>	56
Figura 2 <i>Género de los pequeños comerciantes</i>	58
Figura 3 <i>Estado civil de los pequeños comerciantes</i>	59
Figura 4 <i>Nivel educativo de los pequeños comerciantes</i>	60
Figura 5 <i>Actividad económica de los pequeños comerciantes</i>	62
Figura 6 <i>Actividad económica de los pequeños comerciantes según su género</i>	63
Figura 7 <i>Tiempo de operación del negocio de los pequeños comerciantes</i>	64
Figura 8 <i>Registro en la Cámara de Comercio de Cali de los negocios de los pequeños comerciantes</i>	65
Figura 9 <i>Registro ante la DIAN como contribuyentes de los negocios de los pequeños comerciantes</i>	67
Figura 10 <i>Pequeños comerciantes que han recibido formación en temas tributarios en los últimos dos años</i>	71
Figura 11 <i>Fuente de capacitación de los pequeños comerciantes del centro de Cali</i>	73
Figura 12 <i>Información brindada por la DIAN a los pequeños comerciantes</i>	75
Figura 13 <i>Dificultad de los pequeños comerciantes para cumplir con las normas fiscales municipales</i>	76
Figura 14 <i>Dificultad de los pequeños comerciantes para cumplir con las normas fiscales nacionales</i>	78
Figura 15 <i>Pequeños comerciantes que realizan planeación tributaria</i>	79
Figura 16 <i>Objetivo de la planeación tributaria de los pequeños comerciantes</i>	80
Figura 17 <i>Principales desafíos que enfrentan los pequeños comerciantes</i>	81
Figura 18 <i>Razones para cumplir con las obligaciones tributarias de los pequeños comerciantes</i>	83
Figura 19 <i>Razones para cumplir con las obligaciones tributaarias de los pequeños comerciantessegún su género</i>	85
Figura 20 <i>Pequeños conerciantes que han recibido sanciones por incumplimiento de obligaciones tributarias</i>	87
Figura 21 <i>Posición de los pequeños comerciantes frente al incumplimiento de obligaciones tributarias</i>	88
Figura 22 <i>Disposición al cumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los pequeños comerciantes</i>	89
Figura 23 <i>Desanimo en el cumplimiento tributario de los pequeños comerciantes</i>	90
Figura 24 <i>Percepción sobre la gestión del gobierno de los impuestod que pagan los pequeños comerciantes</i>	91
Figura 25 <i>Percepción sobre la transparencia del sistema tributario en los pequeños comerciantes</i>	93

Figura 26 <i>Calificación experiencia con las autoridades fiscales de los pequeños comerciantes</i>	95
Figura 27 <i>Calificación experiencia con las autoridades fiscales según si ha recibido sanciones por el incumplimiento de obligaciones tributarias</i>	96
Figura 28 <i>Pequeños comerciantes que han tenido problemas con las autoridades fiscales</i>	97
Figura 29 <i>Problemas que han tenido los pequeños comerciantes del centro de Cali con autoridades fiscales</i>	99

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Responsabilidad de los pequeños comerciantes del centro de Cali en cuanto a impuestos municipales.....</i>	66
Tabla 2 <i>Responsabilidad de los pequeños comerciantes del centro de Cali en cuanto a impuestos nacionales</i>	69
Tabla 3 <i>Impuestos nacionales y municipales que pagan los pequeños comerciantes del centro de Cali.....</i>	70
Tabla 4 <i>Fuentes de información de los pequeños comerciantes del centro de Cali</i>	74

Lista de Anexos

Anexo 1. <i>Encuesta aplicada a los pequeños comerciantes</i>	117
--	------------

1. Resumen

Este trabajo analiza los principales factores que inciden en el cumplimiento tributario de los pequeños comerciantes del centro de Santiago de Cali, Valle del Cauca. Para ello, se identifican los principales factores sociodemográficos que inciden en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, se indaga sobre el nivel de conocimiento y formación tributaria de los comerciantes, y se examina cómo la percepción del sistema tributario influye en su comportamiento frente a las responsabilidades tributarias. Los resultados indican que factores como la educación, y la percepción de equidad y transparencia en el uso de los recursos públicos impactan el cumplimiento tributario de estos comerciantes y su percepción general sobre el sistema tributario.

Este trabajo de grado emplea un enfoque metodológico cuantitativo, que, mediante la realización de encuestas a una muestra de pequeños comerciantes del centro de Cali, una revisión exhaustiva de la literatura, y el análisis de documentos oficiales y datos estadísticos, permite la comprensión de los desafíos en materia de cumplimiento tributario en este sector, para el fortalecimiento del tejido empresarial y económico del mismo.

Palabras clave: Cumplimiento tributario, comerciantes, educación fiscal, sistema tributario.

El cumplimiento tributario entre los pequeños comerciantes del centro de Santiago de Cali y su contribución al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 16: Paz, justicia e instituciones sólidas.

El análisis de los principales factores que inciden en el cumplimiento tributario de los PC del centro de Santiago de Cali permite comprender los elementos sociodemográficos, educativos y perceptuales que repercuten en su participación en el sistema tributario y su colaboración para el fortalecimiento de las instituciones encargadas del recaudo efectivo de los impuestos. Al identificar y comprender los factores que limitan el cumplimiento de las OT, esta investigación destaca áreas clave en las que el Estado puede intervenir para mejorar su relación con los ciudadanos, en particular con los PC. En este sentido, promover una mayor transparencia en el sistema tributario, reducir la percepción de corrupción y fortalecer la administración fiscal contribuye a consolidar una mayor legitimidad y confianza en las instituciones.

Desde una perspectiva económica, es fundamental reconocer los factores que afectan la capacidad de los PC para cumplir con sus OT. La informalidad del sector, en muchos casos impulsada por la inestabilidad en los ingresos, limita la participación tributaria de esta población. Abordar esta dificultad contribuye a mejorar la equidad y eficiencia del sistema tributario, fortaleciendo la estructura fiscal y contribuyendo a reducir las desigualdades, además de fomentar instituciones más inclusivas y responsables, en línea con los principios del ODS 16.

En relación con el nivel de conocimiento, es crucial investigar el grado de comprensión que tienen los PC sobre sus responsabilidades tributarias, ya que la falta de información y formación en temas tributarios puede representar una barrera significativa

para el cumplimiento. Fomentar el conocimiento tributario entre los PC no solo incrementa el cumplimiento de sus obligaciones, sino que también contribuye a construir una cultura de legalidad y transparencia, aspectos fundamentales para alcanzar los objetivos del ODS 16. La creación de un entorno en el que los ciudadanos perciben que sus contribuciones fiscales se traducen en beneficios tangibles para la comunidad promueve una "paz fiscal" basada en la cooperación voluntaria y el respeto a la ley.

Por último, la percepción de los PC sobre el sistema tributario influye de manera determinante en su disposición a cumplir con sus obligaciones. Cuando el sistema es percibido como justo y equitativo, puede incentivar una mayor participación en el mismo, lo que fortalece la transparencia y la legalidad. Analizar estas percepciones permite identificar oportunidades de mejora en el sistema tributario y aplicar medidas orientadas a fortalecer la confianza en las instituciones, lo que, a su vez, incrementa el CT.

Tabla de acrónimos, abreviaturas y siglas

ADSC: Alcaldía de Santiago de Cali

CCC: Cámara de Comercio de Cali

CIIU: Clasificación Industrial Internacional Uniforme

CT: Cumplimiento Tributario

DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

ET: Estatuto Tributario

ICA: Impuesto de Industria y Comercio

ISR: Impuesto Sobre la Renta

IVA: Impuesto al Valor Agregado

MHCP: Ministerio de Hacienda y Crédito Público

OT: Obligaciones Tributarias

PC: Pequeños Comerciantes

STC: Sistema Tributario Colombiano

UVT: Unidad de Valor Tributario

2. Introducción

Los impuestos son la principal fuente de ingresos de un Estado, por ello, es fundamental que los ciudadanos, como contribuyentes, comprendan claramente sus Obligaciones tributarias (OT) y reconozcan la importancia que tiene su cumplimiento tanto para la sociedad como para el Estado (Román Estrada, 2021). Teniendo en cuenta lo anterior, el cumplimiento tributario (CT) es un aspecto fundamental para la sostenibilidad del sistema fiscal de un país, ya que permite la recaudación de los ingresos necesarios para financiar el gasto público y garantizar el desarrollo económico y social del mismo.

De este modo, los Pequeños Comerciantes (PC) como actores económicos y contribuyentes son importantes en el desarrollo de la sociedad. Santiago de Cali, al ser una de las principales ciudades de Colombia, así como el área central del municipio, es un sector comercial muy dinámico y representativo para la ciudad; el cumplimiento de las OT por parte de sus comerciantes es crucial para una recaudación efectiva de los impuestos tanto municipales como nacionales. Sin embargo, los PC del centro de la ciudad a menudo se ven afectados por una serie de factores que inciden en su comportamiento tributario e incluso limitan su capacidad para cumplir con sus OT.

Este trabajo de grado tiene como objetivo analizar los principales factores que inciden en el CT de los PC del centro de Santiago de Cali, Valle del Cauca. Con el fin de comprender las dinámicas locales y los factores determinantes que influyen en el comportamiento y su CT. Como, por ejemplo, la educación, la percepción de los comerciantes sobre el sistema fiscal, el conocimiento de la normativa, las limitaciones económicas y las practicas realizadas para el cumplimiento de las OT de este sector tan

significativo en la economía caleña. De esta forma, se evidencian los principales factores que dificultan el cumplimiento adecuado de sus OT.

El estudio es relevante porque ofrece una visión detallada de la realidad tributaria y las dificultades presentes en un área clave para Santiago de Cali. Identificando los factores que influyen en el comportamiento y el CT, se proporciona información valiosa para el diseño de políticas públicas y estrategias, que fomenten el cumplimiento fiscal, mejoren el Sistema Tributario Colombiano (STC) y su percepción entre los comerciantes. De esta forma, se puede fortalecer la recaudación y el nivel de CT entre los PC del Centro de Santiago de Cali. De modo que, el fomento del CT en los comerciantes contribuye al crecimiento económico y, por ende, en la calidad de vida de las personas (Chuenjit, 2014).

El trabajo tiene la siguiente estructura. En la primera parte, se presentan el problema de investigación, los objetivos y la justificación del trabajo. El siguiente apartado se dedica al marco de referencia, donde se incluyen los marcos teórico, conceptual y jurídico. Posteriormente, se describe el contexto sectorial de los pequeños comerciantes en el centro de Santiago de Cali, lo que permite situar la investigación en un entorno socioeconómico específico. A continuación, se expone el diseño metodológico utilizado en la investigación, explicando el tipo de estudio, los métodos de recolección de datos y la selección de la muestra.

En la siguiente parte, se presentan y analizan los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, destacando los principales factores sociodemográficos, de conocimiento y de percepción tributaria que inciden en el cumplimiento de las OT. En la primera parte de esta sección, se analizan diversos factores sociodemográficos que

influyen en el cumplimiento de las OT de los PC en Cali, los cuales pueden incentivar o desincentivar el cumplimiento de sus obligaciones. En la segunda sección, se aborda la importancia del conocimiento tributario de los comerciantes y su impacto en el CT.

Finalmente, en la última parte de esta sección se explora cómo la percepción del sistema y la gestión fiscal gubernamental impactan la disposición de los comerciantes a cumplir con sus impuestos.

Finalmente, el trabajo cuenta con una sección de conclusiones y recomendaciones, donde se resumen los hallazgos principales y se sugieren estrategias para mejorar el cumplimiento tributario entre los comerciantes del sector.

3. El problema de investigación

3.1. Aproximación al problema de investigación.

El municipio de Santiago de Cali es el tercer centro económico más importante de Colombia y un punto clave para el intercambio económico tanto nacional como internacional (Alcaldía de Santiago de Cali [ADSC], 2015). Para el 2023, el 38,32% de las empresas en Cali, eran del sector comercio, concentrando la mayor participación para este periodo según el sector económico (Cámara de Comercio de Cali [CCC], 2024). El cumplimiento y el comportamiento de los comerciantes sobre sus responsabilidades tributarias es un tema relevante para la administración pública y el desarrollo económico local.

El cumplimiento de las OT por parte de los contribuyentes es un aspecto esencial para la sostenibilidad financiera del sector público, ya que permite la ejecución de programas y políticas públicas que contribuyan al desarrollo de la sociedad y mejoren la calidad de vida de los ciudadanos. Por esta razón, Masbernat (2022) sostiene que los ciudadanos deben asumir de manera consciente y solidaria la importancia social y ética de cumplir con sus responsabilidades fiscales, basándose en la idea de la igualdad y universalidad en la distribución de las cargas tributarias. Sin embargo, en muchas ocasiones, el nivel de conocimiento sobre las OT no es óptimo o es insuficiente, lo que influye negativamente en el cumplimiento de las responsabilidades que los comerciantes deben asumir.

En el centro de la ciudad, muchos de estos PC enfrentan múltiples obstáculos para cumplir con sus OT. Variables como la mencionada anteriormente, impiden recaudar de forma adecuada los tributos municipales y nacionales. Factores, como la educación y la

formación de los comerciantes, que juegan un papel relevante en la comprensión y el cumplimiento de las normativas fiscales; la falta de información clara y accesible, la complejidad del STC, la falta de conciencia sobre la importancia de contribuir al desarrollo del país y la percepción general del STC, entre otros, son determinantes en el nivel de compromiso y cumplimiento fiscal de los contribuyentes (Román Estrada, 2021).

Dado el contexto de crecimiento económico y la necesidad de incrementar la recaudación fiscal en Colombia, resulta fundamental analizar y comprender los factores que inciden en el CT de los PC del centro de Cali. Esta investigación busca explorar e identificar los principales factores para el posterior desarrollo de estrategias efectivas que promuevan una mayor formalización y cumplimiento fiscal por parte de estos comerciantes.

3.2. Antecedentes del problema de investigación

Se han llevado a cabo numerosas investigaciones en Latinoamérica que abordan el CT, debido a su gran relevancia para el desarrollo de cualquier sociedad, resaltando la necesidad de generar una mayor conciencia sobre el impacto de la recaudación fiscal en la vida común y en los procesos de inversión social si cada persona cumpliera con sus deberes (Espinosa et al., 2021). Pero, son escasas las investigaciones que se han centrado específicamente en los comerciantes de áreas urbanas como el centro de Santiago de Cali, donde convergen diversas realidades económicas y sociales. Además, continuamente se han implementado en Colombia, diversas reformas tributarias con el objetivo de mejorar la recaudación fiscal y fortalecer el CT entre los contribuyentes.

Estudios previos, como el de Chonillo y Salazar (2023) han señalado que la cultura tributaria de las personas afecta directamente el nivel de cumplimiento de sus OT.

La cultura tributaria, entendida como el conjunto de características de los valores, la actitud y el comportamiento de los miembros de una sociedad, en relación con el cumplimiento de sus deberes y derechos en el ámbito tributario (ADSC, 2021). Así mismo, el nivel de la cultura tributaria está relacionado con la formación a nivel educativo de las personas, la percepción sobre el STC y la percepción sobre la transparencia en el uso de los recursos públicos. Estos factores no solo afectan el nivel de CT, sino que también contribuyen a la evasión fiscal, debilitando así, el sistema tributario y por consiguiente, afectando su equidad y su eficiencia.

Según De la Torre et al. (2019) cada persona tiene derechos y deberes, pero el desconocimiento de estos y la incapacidad de diferenciarlos se convierte en un problema cuando esta persona como contribuyente deba cumplir con sus OT, para lograr una recaudación efectiva que contribuya al crecimiento social de la población. En general, la educación es uno de los factores más influyentes en el avance y progreso de la sociedad. En concordancia, Martínez Gonzales (2020) sostiene que la formación en cultura tributaria debe integrarse en los programas educativos, es decir, en escuelas y colegios, para enseñar desde una edad temprana la importancia de sus contribuciones a la administración tributaria. De esta forma, se puede generar una mayor conciencia sobre el rol de los impuestos en la sociedad que, a largo plazo, promovería un CT más voluntario y sostenible.

Con respecto al desconocimiento de las OT, y la falta de información clara y accesible, estos son factores determinantes en el incumplimiento de las responsabilidades tributarias. De hecho, en un estudio, Gómez Manzano (2020) menciona que Colombia es uno de los países de Latinoamérica donde se ha registrado un mayor desconocimiento

acerca de la cultura tributaria, como componente clave en el cumplimiento de las OT. Comprendiendo el desconocimiento del contribuyente sobre la cultura tributaria, como el por qué se tributa, las OT y cómo se invierten los recursos públicos por parte del Estado. Problema que en los pequeños y medianos comerciantes da como resultado la falta de cumplimiento con sus OT; mientras que, en los grandes empresarios, su incumplimiento comúnmente es producto de la búsqueda de estrategias para eludir la carga tributaria.

Por otra parte, de acuerdo con Gómez Manzano (2020) la responsabilidad tributaria se ha debilitado debido a la percepción que existe del Estado como mal administrador. Pues, la idea de pagar impuestos se traduce para las personas en la contribución con un Estado corrupto, en lugar de verlo como el cumplimiento de una responsabilidad social. De esta manera, la percepción sobre la tributación se refleja en el grado de rechazo hacia los impuestos. Si los ciudadanos perciben que los ingresos que el Estado obtiene a través de impuestos se reflejan en una mejor calidad de vida, el rechazo hacia la tributación disminuye (Bustamante et al., 2020). Este es un aspecto que se evidencia fuertemente en este contexto, cuando los contribuyentes perciben corrupción o un mal uso de los recursos públicos, su motivación para cumplir se ve afectada.

De acuerdo con Gobena y Van (2016) la legitimidad de la autoridad fiscal influye en el CT voluntario, y se asocia con un mayor cumplimiento cuando el poder legítimo de la autoridad es bajo y el poder coercitivo es alto. Sin embargo, Hofmann et al. (2014) resalta que la confianza en las autoridades fiscales no debe entenderse como un factor independiente del poder que tienen las mismas, sino que ambas variables se complementan para fomentar el CT. En situaciones donde la autoridad es percibida como competente y legítima, la confianza actúa como un poder legítimo que favorece el

cumplimiento. Además, Muehlbacher et al. (como se citó en Barberan et al., 2020) señalan que, aunque el cumplimiento forzado puede ser efectivo en ciertas circunstancias, este tipo de cumplimiento se relaciona negativamente con la confianza en las autoridades fiscales, lo que puede generar efectos contraproducentes en el largo plazo.

Adicionalmente, las altas tasas impositivas, la complejidad del sistema tributario y de la normativa fiscal, sumado a la falta de comunicación clara y precisa por parte de los organismos de la administración tributaria sobre las obligaciones de los contribuyentes; generan confusión y son elementos clave que afectan la percepción sobre el sistema y el Estado (Chonillo y Salazar, 2023) influyendo en el CT. Es fundamental para fomentar una actitud positiva hacia el CT, que las autoridades implementen medidas que promuevan la transparencia, simplifiquen la normativa y mejoren la comunicación con los contribuyentes. Una comunicación continua y asertiva no solo mantendría informados a los PC, sino que también podría fortalecer su confianza en el sistema y aumentar su disposición a cumplir con sus OT.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Analizar los principales factores que inciden en el cumplimiento tributario de los pequeños comerciantes del Centro de Santiago de Cali.

4.2. Objetivos específicos

- Identificar los principales factores sociodemográficos que afectan a los pequeños comerciantes del centro para cumplir con sus obligaciones tributarias.
- Investigar el nivel de conocimiento y formación de los pequeños comerciantes del centro frente al cumplimiento de sus responsabilidades tributarias.
- Examinar como influye la percepción del sistema tributario de los pequeños comerciantes del centro en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

5. Justificación

La importancia de este estudio radica principalmente en la necesidad de comprender los principales factores que influyen en el CT de los comerciantes del Centro de Santiago de Cali, desde una perspectiva actualizada y crítica. Esta comprensión es vital para diseñar políticas públicas y estrategias efectivas que promuevan el CT, mejoren la percepción del sistema tributario colombiano y fortalezcan la confianza en las instituciones. Según el Departamento Administrativo de Hacienda de Santiago de Cali (2023) un objetivo claro en el Municipio es “mejorar el comportamiento de los contribuyentes en relación con el cumplimiento oportuno de sus OT y al mismo tiempo controlar la evasión y elusión, incrementando el grado de presencia institucional”. Por lo tanto, la información proporcionada por medio de este trabajo de grado resulta de gran valor para el cumplimiento de los objetivos trazados por la Administración a cargo.

De acuerdo con lo anterior, la relevancia de esta investigación se manifiesta tanto en el ámbito económico como social. Santiago de Cali es una de las principales ciudades de Colombia y su centro, es un eje crucial para la actividad económica. Los comerciantes de esta área desempeñan un papel fundamental en la economía local y nacional. El fomento del CT responde a la necesidad de la sociedad, en conocer, comprender y educarse sobre estos temas, para que los derechos y obligaciones que poseen sean efectivos y las inversiones públicas continúen (Gómez Manzano, 2020). De tal forma que, el cumplimiento adecuado de las OT por parte de los comerciantes asegura los ingresos públicos del estado, y esto en consecuencia, es esencial para financiar proyectos de infraestructura, servicios públicos y programas sociales, etc., que benefician a toda la comunidad.

Además, mejorar el CT es un objetivo necesario en sí mismo. Al identificar y analizar los factores que lo inciden, se pueden implementar medidas educativas y de sensibilización, que fomenten el cumplimiento de las OT desde una edad temprana. Esto no solo mejora la recaudación fiscal, sino que también contribuye a la formación de ciudadanos más responsables y comprometidos con el desarrollo de su país. Justamente uno de los retos de la Administración Tributaria Colombiana (DIAN) es difundir educativamente y promover valores, comportamientos, símbolos y percepciones que estén orientadas a una contribución tributaria progresista, junto con una presencia de apoyo y acompañamiento permanente de la misma (Bustamante et al., 2020).

Este trabajo aporta un valor teórico importante, teniendo en cuenta que son pocos los estudios con este enfoque, además, Chuenjit (2014) sugiere realizar estudios que profundicen en la comprensión de la cultura de tributación, la gestión del conocimiento en la administración tributaria y la educación cívica sobre la tributación que tienen los contribuyentes. En concordancia, la presente investigación contribuye al cuerpo de conocimientos académico sobre la tributación de los PC en un contexto urbano específico, ofreciendo una base para futuras investigaciones en este campo y brindando, además, nuevas perspectivas, para académicos, profesionales y personas interesadas en el tema. La literatura existente se enriquecerá, gracias a que se reflejan las realidades locales y las particularidades del sector comercial del centro de Santiago de Cali.

En la misma línea con el punto anterior, es de gran utilidad en especial para los profesionales de contaduría pública, ya que proporciona una comprensión más profunda de los desafíos que enfrentan los PC en el cumplimiento de sus OT. Al conocer mejor esto, pueden mejorar su capacidad para asesorar a sus clientes de manera más efectiva,

que esté alineada a la realidad y respondan a sus necesidades. Esto no solo mejora, en consecuencia, la relación entre los comerciantes y el STC, sino que también genera mayor valor, elevando el nivel de profesionalismo y su efectividad en la práctica contable.

Por último, es importante resaltar que este trabajo cuenta con un gran potencial para generar impacto positivo en la sociedad, puesto que puede fortalecer el tejido empresarial y económico mediante el fomento del cumplimiento y el análisis de variables significativas en ello. Pues, la educación tributaria no es solo una estrategia para fomentar el CT y recaudar más impuestos, es también una herramienta para forjar actitudes de compromiso con el bien común (Ramos et al., 2021). La visión, las fuentes utilizadas por los comerciantes y los obstáculos que presentan para cumplir con sus responsabilidades tributarias son aspectos relevantes actualmente.

6. Marco de Referencia

6.1. Marco Teórico

El siguiente marco teórico, considera varias teorías que contribuyen desde el fundamento conceptual a comprender el CT, y la relación entre los ciudadanos y el STC.

6.1.1. Teoría del cumplimiento tributario

En primer lugar, una de las teorías más relevantes es la Teoría del Cumplimiento Tributario, desarrollada por Allingham y Sandmo (1972) esta teoría habla de los individuos que toman decisiones sobre el cumplimiento de sus OT basándose en un cálculo racional de costos y beneficios. De esta forma, la probabilidad de ser sancionado y el valor de las sanciones influyen en la decisión de cumplir o evadir impuestos. Además, otros factores, como las condiciones económicas y sociales, se entrelazan para determinar el comportamiento fiscal de los contribuyentes.

Este enfoque permite comprender el comportamiento fiscal desde una perspectiva multifactorial, donde el CT es el resultado de una interacción entre variables económicas, psicológicas y sociales.

6.1.2. Psicología tributaria

La psicología tributaria añade una dimensión crítica al análisis del CT, enfocándose en cómo las percepciones individuales sobre la equidad del sistema y la confianza en las instituciones afectan la decisión de cumplir con las OT. En relación, Olivares (2021) señala que factores como la percepción de justicia en la distribución de la carga fiscal y la efectividad de las políticas tributarias son determinantes en la disposición de los contribuyentes para cumplir con sus responsabilidades.

Autores como Prieto (1995) y Condori et al. (2022) subrayan que cuando los individuos perciben el sistema como justo y confiable, es más probable que respeten las normativas fiscales. En este sentido, la confianza en las instituciones gubernamentales, sumada a la percepción de transparencia y equidad en la recaudación y el uso de los recursos públicos, desempeña un papel central en la promoción del CT voluntario. Así, el análisis psicológico contribuye a una comprensión más profunda de los factores subjetivos que influyen en el comportamiento fiscal, destacando la importancia de gestionar adecuadamente la percepción pública para aumentar el cumplimiento.

6.1.3. Enfoque sociológico

Además de las perspectivas psicológicas, el enfoque sociológico ofrece una comprensión más amplia de la cultura tributaria. En este sentido, las actitudes hacia los impuestos se construyen a partir de los valores y normas compartidos dentro de una comunidad. Así lo indican autores como Méndez et al. (2005) quienes afirman que el CT está profundamente arraigado en la ética social y en los valores culturales de la sociedad. Por lo tanto, el CT, no es solo una cuestión individual, sino que está condicionado por las interacciones sociales y las expectativas comunitarias. Este enfoque sugiere que el fortalecimiento de la cultura tributaria requiere una estrategia a largo plazo que promueva la ética y los valores de responsabilidad social en torno a la tributación. Además, Martínez y Sanz (2020) proponen que la implementación de políticas públicas debe estar alineada con estos valores sociales para fomentar una mayor aceptación y cumplimiento voluntario.

6.1.4. Teoría de los stakeholders

Freeman (1984) sostiene que las organizaciones deben considerar los intereses y necesidades de todos los grupos que afectan o son afectados por sus operaciones, los comerciantes, el gobierno, los consumidores, el medio ambiente y la comunidad en general son los *stakeholders* clave. Esta teoría es relevante porque subraya la importancia de entender cómo las percepciones de los comerciantes influyen en el CT y de esta forma, se afecta de forma directa la sociedad en general (las partes interesadas), si responden adecuadamente a los intereses de todos o solo de algunos. Esto, también se puede observar en sentido contrario, es decir, cómo las acciones y políticas tributarias afectan a estos grupos y su CT.

6.1.5. Teoría de la legitimidad

La teoría de la legitimidad se basa en la idea de que las organizaciones buscan legitimidad para asegurar su supervivencia y éxito. Esta legitimidad se obtiene a través de la conformidad con las normas, valores y expectativas sociales, de lo contrario, las empresas pueden enfrentar diversos problemas como la pérdida de confianza o el pago de sanciones por el incumplimiento de las normas (Pablen et al., 2014). Además, la percepción de justicia y equidad en la administración tributaria es crucial para la legitimidad del sistema. Si los comerciantes perciben que los impuestos son justos y que los recursos recaudados se utilizan de manera transparente y eficiente, es más probable que cumplan con sus OT. Por lo tanto, la teoría de la legitimidad ayuda también a entender cómo la percepción de las autoridades fiscales y del STC en general, influye en el CT de los comerciantes.

6.2. Marco Conceptual

En esta sección se definen los principales conceptos clave para comprender el problema de investigación y el desarrollo de este trabajo.

6.2.1. Cumplimiento tributario

De acuerdo con Espinosa et al. (2021) el CT es el compromiso moral que conlleva al pago de los tributos correspondientes, entendiendo que de esta forma se contribuye con el desarrollo del país. Además, menciona que el incumplimiento puede deberse a diversos factores que no traducen, por consiguiente, en una falta de compromiso. En otras palabras, se refiere al grado en que los contribuyentes (personas naturales y jurídicas), cumplen efectivamente con sus OT establecidas por la ley. Obligaciones que incluyen plazos, pagos y el suministro de información a la administración correspondiente.

6.2.2. Comerciantes

Según el Art.10 del Código de Comercio, “Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles”. Actos que se encuentran establecidos en el Art. 20 y 21 del mismo Código:

Son mercantiles para todos los efectos legales:

- 1) La adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos en igual forma, y la enajenación de los mismos;
- 2) La adquisición a título oneroso de bienes muebles con destino a arrendarlos; el arrendamiento de los mismos; el arrendamiento de toda clase de bienes para subarrendarlos, y el subarrendamiento de los mismos;

- 3) El recibo de dinero en mutuo a interés, con garantía o sin ella, para darlo en préstamo, y los préstamos subsiguientes, así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés;
- 4) La adquisición o enajenación, a título oneroso, de establecimientos de comercio, y la prenda*, arrendamiento, administración y demás operaciones análogas relacionadas con los mismos;
- 5) La intervención como asociado en la constitución de sociedades comerciales, los actos de administración de las mismas o la negociación a título oneroso de las partes de interés, cuotas o acciones;
- 6) El giro, otorgamiento, aceptación, garantía o negociación de títulos-valores, así como la compra para reventa, permuta, etc., de los mismos;
- 7) Las operaciones bancarias, de bolsas, o de martillos;
- 8) El corretaje, las agencias de negocios y la representación de firmas nacionales o extranjeras;
- 9) La explotación o prestación de servicios de puertos, muelles, puentes, vías y campos de aterrizaje;
- 10) Las empresas de seguros y la actividad aseguradora;
- 11) Las empresas de transporte de personas o de cosas, a título oneroso, cualesquiera que fueren la vía y el medio utilizados;
- 12) Las empresas de fabricación, transformación, manufactura y circulación de bienes;
- 13) Las empresas de depósito de mercaderías, provisiones o suministros, espectáculos públicos y expendio de toda clase de bienes;

- 14) Las empresas editoriales, litográficas, fotográficas, informativas o de propaganda y las demás destinadas a la prestación de servicios;
- 15) Las empresas de obras o construcciones, reparaciones, montajes, instalaciones u ornamentaciones;
- 16) Las empresas para el aprovechamiento y explotación mercantil de las fuerzas o recursos de la naturaleza;
- 17) Las empresas promotoras de negocios y las de compra, venta, administración, custodia o circulación de toda clase de bienes;
- 18) Las empresas de construcción, reparación, compra y venta de vehículos para el transporte por tierra, agua y aire, y sus accesorios, y
- 19) Los demás actos y contratos regulados por la ley mercantil.

Se tendrán así mismo como mercantiles todos los actos de los comerciantes relacionados con actividades o empresas de comercio, y los ejecutados por cualquier persona para asegurar el cumplimiento de obligaciones comerciales.

Para el presente trabajo, se excluye cualquier actividad industrial y de servicios para este término.

6.2.3. Pequeños Comerciantes

El Decreto 957 de 2019, en su Art. 2.2.1.13.2.2 establece los rangos para definir el tamaño empresarial de acuerdo con el sector. Para el sector comercio, son todas aquellas personas naturales o jurídicas cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a 44.769 UVT e inferiores o iguales a 431.196 UVT. Lo que es equivalente en el 2024 a ingresos por actividades ordinarias anuales superiores a \$2'107.052.985 pesos colombianos e inferiores o iguales a \$20'294.239.740 de pesos

colombianos. En este sentido, los comerciantes encuestados cumplen con los criterios normativos establecidos, ya que se encuentran registrados en la CCC bajo este criterio.

Adicionalmente, se entiende por PC a aquellos individuos o empresas de pequeña escala que operan en el sector comercial, con un personal entre 11 y 50 trabajadores y con activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes de acuerdo con el art. 2 de la ley 590 de 2000. Lo que representa una capacidad de producción o ventas relativamente baja en comparación con empresas medianas o grandes.

En concordancia, estos comerciantes suelen operar en el marco de pequeñas empresas, caracterizadas por contar con un número reducido de trabajadores y generar ingresos anuales moderados, lo que refleja una estructura organizativa de dimensiones limitadas (European Business School, 2024). Por otro lado, López y Mosucha (2010) se refieren al PC como una persona física o jurídica que realiza actividades comerciales de manera habitual, propietaria de los establecimientos de comercio dedicados a la venta al público en general, generalmente en pequeñas cantidades de bienes y servicios.

6.2.4. Obligaciones fiscales

De acuerdo con el Art. 1 del Decreto 1244 de 2013:

Son obligaciones fiscales, las obligaciones claras, expresas y exigibles, que constituyen un crédito fiscal, contenidas en títulos ejecutivos, derivadas del cumplimiento de las OT, aduaneras y de control cambiario, tales como: declaraciones tributarias y sus correcciones, aduaneras y sus correcciones, liquidaciones oficiales ejecutoriadas, los demás actos administrativos debidamente ejecutoriados en los cuales se fijen sumas líquidas de dinero a favor

del fisco nacional, las garantías y cauciones prestadas a favor de la Nación, para afianzar el pago de las obligaciones a partir de la ejecutoria del acto de la administración que declare el incumplimiento o exigibilidad de las obligaciones garantizadas y los actos que declaren su efectividad y las providencias judiciales ejecutoriadas.

6.2.5. Evasión fiscal

Es una figura jurídica que consiste en el incumplimiento consciente y voluntario del pago de un impuesto; de allí que la persona que incurre en esto comete un acto ilícito contemplado como delito o infracción en la mayoría de los ordenamientos, generando consecuencias desde multas hasta la apertura de procedimientos penales, según la gravedad del caso” (Miranda, 2021, p. 33). La evasión fiscal se refiere a la acción de ocultar o falsificar información con el fin de evitar el pago de impuestos. De manera que, reduce los ingresos del Estado y afecta negativamente el financiamiento de servicios y proyectos públicos.

6.2.6. Educación fiscal

De acuerdo con la DIAN (como se citó en Román Estrada, 2021) la educación fiscal debe cultivar actitudes de compromiso hacia el bien común y las normas que regulan la convivencia democrática, buscando resaltar el sentido social de los impuestos y su relación con el gasto público, así como, comprender el daño que causan el fraude fiscal y la corrupción. Es decir, que la educación fiscal se refiere al proceso de enseñanza que busca informar, y sensibilizar a los ciudadanos sobre la importancia de los impuestos y su contribución al desarrollo económico y social.

6.3.Marco Jurídico

El marco jurídico del presente trabajo incorpora las principales normas y disposiciones legales que regulan el STC, y que buscan asegurar el cumplimiento de las OT.

6.3.1. Constitución Política de Colombia

Para iniciar, es deber de los ciudadanos cumplir con las responsabilidades fiscales que contribuyen al desarrollo del país. Según el artículo 95 de la Constitución Política de Colombia (1991) “Contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad” (núm. 9). Lo anterior guarda relación con el CT de los comerciantes del centro de Santiago de Cali, dado que, es necesario el cumplimiento de las OT para obtener el recaudo suficiente para lograr los objetivos propuestos por el estado.

Adicionalmente, el artículo 363 de la carta magna resalta que el sistema tributario está fundamentado en los principios de equidad, eficiencia y progresividad, por lo que, las cargas impositivas hacia los comerciantes del centro de municipio deberían estar enfocadas en la asignación de estas de manera justa y equitativa para que cada contribuyente pague lo que le corresponde según su capacidad.

6.3.2. Estatuto tributario

El Estatuto Tributario (ET) es el marco normativo más amplio y relevante en materia fiscal en Colombia. Establecido mediante el Decreto 624 de 1989, este ET es la base legal que regula el STC, proporcionando las directrices fundamentales para el cumplimiento de las OT por parte de los contribuyentes. A través de este marco, se consolidan todas las normas que rigen los tributos nacionales, constituyendo así la piedra

angular del sistema fiscal colombiano. Para las empresas, especialmente las pequeñas y medianas, el ET es esencial, ya que detalla los procedimientos, sanciones y beneficios en relación con el CT.

En particular, el ET regula aspectos clave como la determinación de los impuestos y la presentación de las declaraciones tributarias. A través de una estructura normativa clara y precisa, proporciona a las empresas una guía detallada sobre cómo deben cumplir sus obligaciones fiscales. Este marco normativo no solo garantiza que las empresas conozcan sus responsabilidades, sino que también define los mecanismos para asegurar la transparencia y el control en materia tributaria, contribuyendo al correcto funcionamiento del sistema fiscal colombiano.

6.3.3. Ley 1819 de 2016

La Ley 1819 de 2016, también conocida como la Reforma Tributaria Estructural, trajo consigo cambios importantes para el STC, con el fin de mejorar la equidad, eficiencia y competitividad económica del país. Además, contiene disposiciones relevantes para las pequeñas empresas y personas naturales, lo que impacta de manera directa a los PC del centro de Cali en el momento de presentar sus OT. Especialmente en lo referente al Impuesto Sobre la Renta (ISR) y el de Industria y Comercio (ICA), los cuales, están relacionados directamente con las actividades comerciales realizadas por los comerciantes.

Adicionalmente, esta Ley busca mejorar la eficiencia en la recaudación tributaria, con medidas en contra de la evasión y elusión fiscal, para ello, fortalece los mecanismos de control y fiscalización, lo que representa para los PC una mayor diligencia en el

registro y la declaración de sus ingresos, ya que las sanciones por incumplimiento son significativas.

En lo relacionado con el ISR para las personas naturales se observan cambios especialmente en la depuración de la base gravable, en comparación con el aumento de las tarifas para el pago del tributo, lo cual, configura un sistema más específico y detallado que busca gravar con mayor equidad a cada persona según su situación particular (Cote et al., 2019). Sin embargo, es evidente que, a pesar de establecer múltiples costos y deducciones, la limitación de que estos no pueden exceder el 40% de los ingresos representa un aspecto importante en la liquidación del impuesto. Por su parte, para el IVA, esta ley trajo consigo un destacado aumento en su tarifa general del 16% al 19%. Afectando directamente las responsabilidades y los costos asumidos por varios de los comerciantes a nivel tributario.

6.3.4. Ley 2010 de 2019

La Ley 2010 de 2019, tiene como objetivo promover el crecimiento económico, el empleo, la inversión, y fortalecer las finanzas públicas, además de mejorar la progresividad, equidad y eficiencia del sistema tributario en Colombia. Esta ley retomó muchos de los elementos de la Ley 1943 de 2018 que fue declarada inconstitucional por la Corte Constitucional de Colombia en 2019 debido a vicios de procedimiento en su aprobación.

Uno de los aspectos más relevantes de la Ley 2010 de 2019 es la reintroducción del Régimen Simple de Tributación (SIMPLE) que había sido creado inicialmente por la Ley 1943 de 2018. Este régimen busca simplificar el cumplimiento de las OT para PC y otros contribuyentes, facilitando la formalización y reduciendo su carga administrativa.

Adicionalmente, la ley implementó varios descuentos tributarios significativos. Entre ellos, se destaca el descuento del Impuesto sobre las Ventas (IVA) en la adquisición de bienes de capital, lo que reduce el costo de inversión en activos productivos.

En cuanto al régimen cédular para personas naturales, la ley realizó ajustes importantes. Se simplificaron las categorías de ingresos, reduciendo el número de cédulas, lo que debería facilitar el proceso de declaración de renta. También se ajustaron las tarifas aplicables a cada cédula, buscando una mayor progresividad y equidad en la tributación. Para combatir la evasión fiscal y el abuso tributario, la ley implementó varias medidas contundentes. Se estableció la evasión fiscal como un delito penal, con sanciones más severas para quienes incurran en esta práctica. Además, esta ley realizó modificaciones al IVA, como la exclusión de ciertos bienes y servicios del impuesto, y la inclusión de otros.

6.3.5. Ley 2277 de 2022

Esta Ley se enfoca en una reforma tributaria para la igualdad y la justicia social. Introduce ajustes adicionales al STC con el objetivo de aumentar la progresividad y la justicia fiscal. Esta reforma tributaria ofrece un conjunto de disposiciones que inciden de manera directa en los comerciantes del centro de Santiago de Cali reforzando la lucha contra la evasión y la elusión fiscal.

El ISR y complementarios tiene modificaciones en la presente Ley, tanto para las personas naturales, como las jurídicas, como la modificación a la tarifa general del ISR para personas jurídicas del 35%, o las disposiciones para determinar la renta líquida gravable de las personas naturales. Así mismo, esta Ley introduce medidas que buscan

aliviar la carga tributaria de las pequeñas empresas y comerciantes, mediante incentivos y exenciones tributarias específicas, con el objetivo de ir promoviendo así un mayor CT.

Para las personas naturales y jurídicas de que trata esta investigación se toman en cuenta las disposiciones allí presentadas para realizar de manera óptima la presentación de la declaración de renta. Lo anterior, se relaciona de manera directa con el presente trabajo, dado que, brinda una información útil para los contribuyentes y que estos a su vez cumplan con las OT que busca el gobierno nacional de manera justa.

6.3.6. Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016

Este Decreto compila las normas reglamentarias en materia tributaria, ayudando a simplificar el ordenamiento jurídico y proporcionando un instrumento único que facilita la consulta y aplicación de las normas tributarias vigentes a nivel nacional.

Adicionalmente, este Decreto describe diferentes conceptos concernientes al ISR y complementarios. describe las tarifas aplicables para diferentes tipos de contribuyentes, tanto personas naturales como jurídicas. Para las naturales, el régimen cedular. Además, incluye información sobre beneficios fiscales y exenciones que pueden aplicar a ciertos contribuyentes. Respecto al IVA, el decreto define las operaciones que están sujetas a este impuesto, incluye las diferentes tarifas del IVA, tanto la tarifa general como las tarifas reducidas para ciertos bienes y servicios, y explica los mecanismos para solicitar devoluciones de IVA y los descuentos aplicables, como el descuento del IVA en la importación, formación, construcción o adquisición de activos fijos reales productivos.

En él, se incluye información relevante para la tributación en Colombia para que los comerciantes logren comprender el debido tratamiento que se debe realizar para cumplir con sus obligaciones fiscales. Con el fin de mejorar el CT en este sector, el

Decreto 1625 de 2016 reglamenta diversos temas tributarios que le competen y allí se describen los diferentes descuentos, beneficios, tarifas y demás que resultan relevantes para los contribuyentes.

6.3.7. Acuerdo 0321 de 2011

Mediante el acuerdo 0321 de 2011 el Concejo de Santiago de Cali regula el cumplimiento de los impuestos municipales, con un impacto directo sobre los PC del centro de la ciudad. Esta norma establece las disposiciones que deben seguir los contribuyentes locales para cumplir con sus obligaciones fiscales, tales como el pago del Impuesto Predial y el del ICA, fundamentales para el desarrollo económico del municipio. Por lo tanto, este acuerdo, establece los impuestos municipales y los elementos que cada uno involucra, describe para cada uno, el sujeto activo, pasivo, el hecho generador, al igual que las tarifas aplicables. En cuanto al ICA se especifica de manera detallada de las diferentes actividades realizadas en el municipio como industrial, comercial y servicios; también describe la manera en que se determina la base gravable para el pago del impuesto y el tratamiento que se debe realizar para causar de manera adecuada el ICA.

Así mismo, el Acuerdo 0321 de 2011 busca asegurar una recaudación eficiente y equitativa, afectando especialmente a los PC, quienes son actores clave en la economía local. La normativa pretende fomentar una cultura de cumplimiento fiscal a nivel municipal, estableciendo medidas para mejorar la fiscalización y reducir la evasión tributaria en este sector. Además, regula los procesos administrativos para la presentación de las declaraciones tributarias y el pago oportuno de los impuestos municipales, contribuyendo al fortalecimiento de las finanzas públicas de Santiago de Cali.

6.3.8. Decreto Extraordinario No. 411.020.0259 de 2015

El Decreto Extraordinario No. 411.020.0259 de 2015, emitido por la ADSC, establece medidas extraordinarias para la administración y gestión tributaria en Santiago de Cali. Este Decreto tiene como objetivo mejorar la eficiencia en la recaudación de impuestos y fortalecer el cumplimiento de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes locales. Entre las medidas adoptadas, se incluyen la modernización de los sistemas de información tributaria, la implementación de programas de educación fiscal para los contribuyentes y la creación de incentivos para fomentar el cumplimiento voluntario de las OT. Estas acciones buscan no solo aumentar la recaudación, sino también mejorar la relación entre la administración tributaria y los contribuyentes, promoviendo una cultura de cumplimiento y transparencia.

6.3.9. Acuerdo No. 0541 de 2022

El Acuerdo No. 0541 de 2022 del Concejo Distrital de Santiago de Cali introduce reformas y actualizaciones en la normativa tributaria del distrito. Este acuerdo se enfoca en la modernización del sistema tributario, la simplificación de trámites y la implementación de incentivos para fomentar el cumplimiento voluntario de las OT. Entre las principales reformas, se destacan la simplificación de los procedimientos para la declaración y pago de impuestos, la reducción de las cargas administrativas para los PC y la introducción de beneficios fiscales para aquellos que cumplan oportunamente con sus obligaciones. Además, el acuerdo establece mecanismos de control y fiscalización más eficientes, con el objetivo de reducir la evasión y elusión fiscal. Estas medidas buscan no solo facilitar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, sino también promover un entorno más justo y equitativo para todos los contribuyentes del distrito.

Un aspecto relevante, es la modificación al artículo 73 del Acuerdo 0321 de 2011, estableciendo que el periodo del ICA será bimestral para los grandes contribuyentes y anual para los demás contribuyentes no catalogados como grandes contribuyentes. Esto facilita la gestión tributaria para los PC, permitiéndoles una mayor flexibilidad en sus declaraciones y pagos.

7. Contexto Sectorial

El centro de la ciudad Santiago de Cali, específicamente los barrios de la comuna tres como Santa Rosa, La merced y San Pedro, son un espacio fundamental para la dinamización de la economía local. Según datos de la CCC en 2024, esta Comuna concentra 262 PC que aportan a la economía de la ciudad, y por ende a su desarrollo y formalización empresarial. El comercio y los comerciantes en Colombia, especialmente en el centro de Santiago de Cali, desempeñan un papel crucial debido a su ubicación estratégica y a la diversidad de actividades que se realizan en él. Además, es una zona histórica y altamente transitada, lo que lo convierte en un núcleo comercial y de intercambio en el que convergen personas de distintos sectores.

Los comerciantes del centro de Cali han experimentado una evolución significativa a lo largo del tiempo, marcada por el desarrollo económico, la modernización urbana y los retos de la informalidad. El centro de Cali no solo concentra la actividad económica, sino que es también un reflejo de la realidad comercial y social de la ciudad, un entorno que combina tradición, modernización y desafíos estructurales de la economía urbana.

La historia del comercio en Colombia se remonta a los procesos de industrialización y crecimiento económico de mediados del siglo XX. Durante este periodo, la actividad comercial se centraba en el intercambio de productos agrícolas y la expansión del sector industrial, impulsado principalmente por políticas de sustitución de importaciones. En la región del Valle del Cauca, Cali jugó un papel fundamental en este desarrollo, caracterizándose por una economía próspera basada en la agricultura, la

industria del azúcar, el café y un fuerte desarrollo del sector manufacturero (Dávila Ladrón de Guevara, 1997).

Durante la década de los cuarenta, la ciudad de Cali experimentó un importante desarrollo comercial impulsado con la llegada de nuevos comerciantes que contribuyeron a la diversificación y el crecimiento del sector. Negocios como joyerías, panaderías, droguerías, ópticas y zapaterías, fortalecieron significativamente el mercado local para esta época. Según Arroyo Reina (2014) también se encontraban presentes quienes lideraban el gremio y cumplieron un rol fundamental en este sector:

Un grupo de reconocidos comerciantes, entre los cuales se encontraban los dirigentes de Fenalco, que hicieron presencia en el centro de la ciudad: Alejandro Botero Salazar que se encontraba al frente de la firma G. Botero & Cía. y del almacén "Westinghouse", Jorge Gómez Londoño, Venancio Solórzano, Edmond Zaccour, Mizrachi, Antonio Obeso de Mendiola, Manuel Gallo G., Miguel Bernal, Miguel A. Correa, Carlos Gutiérrez, Jorge Steffens Glenn, Marco A. Paz y el dirigente empresarial José Manuel Ocampo Giraldo. (p.9)

De acuerdo con Otero (2012), a medida que Cali creció, se convirtió en un importante centro económico y comercial del país. Su ubicación estratégica y su conexión con el puerto de Buenaventura facilitaron el acceso a mercados internacionales, consolidando su papel en la economía nacional. Sin embargo, la evolución del comercio también estuvo influenciada por el auge del narcotráfico y las crisis económicas de los años 90, lo que llevó a un debilitamiento de las instituciones y al aumento de la informalidad en la región. El centro de Santiago de Cali ha sido testigo de un deterioro progresivo debido al traslado de actividades económicas hacia otras áreas de la ciudad y

al crecimiento desordenado hacia las periferias. Este fenómeno ha generado una disminución en la centralidad de la zona, afectando tanto su desarrollo económico como su capacidad para atraer inversión y mejorar la infraestructura (Cabrera Riaño, 2015).

En la actualidad, una gran parte de la actividad comercial en el centro de Cali es llevada a cabo por PC y trabajadores informales, quienes operan en condiciones precarias y con escasa protección social. Esta situación se agrava debido a las barreras para la formalización, que van desde altos costos operativos y regulaciones complicadas, hasta una falta de acceso adecuado al financiamiento y al apoyo gubernamental. Como resultado, se estima que el 45,8% de la población trabajadora, opera en la informalidad, lo que afecta negativamente la productividad y la competitividad del sector comercial (ADSC, 2022).

El comercio informal es una característica predominante en el centro de Cali, con una alta concentración de vendedores que enfrentan riesgos laborales y condiciones de trabajo inadecuadas. La falta de espacios adecuados y la necesidad de realizar largas jornadas laborales sin acceso a beneficios sociales son algunas de las dificultades que enfrentan estos trabajadores (Hernández et al., 2021). Además, los problemas de seguridad y la falta de un entorno regulado contribuyen a la vulnerabilidad de estos comerciantes, exponiéndolos a riesgos tanto económicos como legales. El estudio de la informalidad en el centro de Cali también destaca la necesidad de políticas efectivas para mejorar las condiciones laborales y fomentar la formalización del comercio.

El comercio en Colombia, y particularmente en el centro de Santiago de Cali, ha evolucionado desde una base económica fuerte y organizada hacia un panorama más complejo dominado por la informalidad y el deterioro urbano. A pesar de los esfuerzos

por revitalizar el centro urbano y fortalecer su infraestructura, la economía local aún enfrenta desafíos significativos en términos de formalización y sostenibilidad. Este contexto es crucial para entender las dinámicas de CT entre los PC en la región, quienes operan en un entorno marcado por la falta de apoyo institucional y las difíciles condiciones del mercado laboral informal.

8. Diseño Metodológico

8.1. Tipo de estudio y método

El presente trabajo se enmarca en un estudio de tipo descriptivo y analítico. Descriptivo, dado que se utiliza para caracterizar y describir las características demográficas, de cumplimiento, formación y percepción de los PC del centro de Santiago de Cali respecto de sus OT. Además, resulta apropiado para obtener una imagen precisa de una situación específica y comprender los diversos aspectos que la componen. Por otro lado, analítico, ya que se analiza las relaciones y efectos de los factores identificados sobre el CT de los comerciantes, no solo describiendo los factores, sino también entendiendo cómo influyen y se interrelacionan entre sí.

Por otra parte, se utilizará un método cuantitativo. Mediante la recolección de datos numéricos a través de encuestas aplicadas a una muestra representativa de PC, se identifican patrones, actitudes y tendencias que faciliten a su vez la comprensión del CT actual.

8.2. Fuentes y técnicas de recolección de información

8.2.1. Fuentes primarias

La fuente primaria para recolectar información en este trabajo es la encuesta, compuesta por 30 preguntas cerradas aplicada a una muestra representativa de PC del centro de Cali. La misma comprende cuatro grandes secciones de preguntas orientadas a la recolección de datos demográficos, sobre el conocimiento, cumplimiento y la STC de cada uno de ellos.

8.2.2. Fuentes Secundarias

En el presente trabajo, se utilizan fuentes secundarias como documentos oficiales, informes y estadísticas proporcionadas por la ADSC y otras entidades gubernamentales. Así como, una revisión de la literatura en artículos académicos, libros y estudios previos relacionados con la temática. Para ello, se consultaron bases de datos bibliográficas electrónicas y páginas web, como: e-libro, ProQuest, Science Direct, Dialnet y Legis, con énfasis en contaduría y ciencias administrativas. Escogidas principalmente porque recopilan información válida dentro del campo de estudio seleccionado. Igualmente se utilizaron otras fuentes secundarias informales, como tesis, estudios no publicados y noticias de actualidad.

8.3. Población y muestra

La población para este trabajo de grado comprende a doscientos sesenta y dos (262) PC en el centro de Cali, registrados y activos a julio de 2024 de acuerdo con la base de datos de la CCC (2023). El centro de Cali contiene específicamente los barrios, San Juan Bosco, San Pascual, Santa Rosa, El Calvario, La Merced, San Pedro y San Nicolas. Cabe señalar que, para esta investigación, se ha adoptado la definición de PC según la normativa vigente, con el propósito de garantizar el acceso a una base de datos confiable para la aplicación de las encuestas. Esto se debe a la dificultad de obtener información precisa sobre los PC informales y no siempre es confiable para el objetivo de este estudio.

En relación con las actividades comerciales comprendidas por la población estudiada en este trabajo, se acude a la clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) adoptadas en Colombia mediante la resolución No. 000114 de 21 de diciembre de 2020. En donde las actividades de comercio se encuentran estipuladas en la sección G

con tres (3) divisiones de este amplio listado de códigos. La división 45 designada “Comercio, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas, sus partes, piezas y accesorios”, la división 46 “Comercio al por mayor y en comisión o por contrata, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas” y la división 47 “Comercio al por menor (incluso el comercio al por menor de combustibles), excepto el de vehículos automotores y motocicletas” (DIAN, 2020).

Para el cálculo de la muestra se realizó un muestro estadístico para su determinación, junto con el método de selección aleatorio simple, puesto que este método permite una mayor confianza en los resultados finales. De esa manera, se propicia la indagación sobre el CT, actitudes y acciones que tienen la población descrita. Para esto, se utilizó la fórmula estadística contenida en la ecuación (1):

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(N-1) + Z^2 pq} \quad (1)$$

Donde:

n = Muestra.

Z = Nivel de confianza (1,96).

p = Grado de certeza (0,5).

q = Probabilidad de fracaso (0,5).

E = Margen de error muestral aceptado (0,10).

N = Población (262 pequeños comerciantes del centro de Cali).

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(262)}{(0,10)^2 (262 - 1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)} = 70$$

8.4. Instrumentos y variables

La encuesta como principal instrumento de recolección de datos se encuentra dividida en cuatro (4) secciones. Se detallan a continuación:

- Información personal: En esta categoría se hace una descripción de la población en términos de edad, género, estado civil y nivel educativo. Está compuesta por 5 preguntas correspondientes de la 2 hasta la 6.
- Información del negocio: Esta sección identifica aspectos como la actividad principal de la actividad económica, tiempo de operación, responsabilidades del negocio y contribuciones del mismo. Esté, cuenta con 7 preguntas, desde la 7 hasta la 13.
- Conocimiento y cumplimiento tributario: Este apartado evalúa el nivel de conocimiento que tienen los comerciantes del centro de Santiago de Cali con respecto a sus OT y cuáles son las acciones de cumplimiento y los principales desafíos de los comerciantes del centro de Santiago de Cali para su cumplimiento. Integrada por 9 preguntas, desde la 14 hasta la 22.
- Percepción y experiencia con el sistema tributario: Esta categoría analiza la percepción de los comerciantes sobre la recaudación efectiva de los tributos tanto municipales como nacionales, la ejecución de los recaudos por parte del gobierno y del sistema fiscal en general. Constituida por 10 preguntas, de la 23 hasta la 32.

8.5. Fases de la investigación

8.5.1. Fase 1: Identificación de Factores Sociodemográficos.

En esta primera fase, se realizará un análisis detallado de los elementos sociodemográficos que podrían influir en el CT de los comerciantes del centro de Cali. Para ello, se comenzará con una exhaustiva revisión de la literatura existente, centrada en aquellos factores sociodemográficos que han demostrado tener un impacto significativo en contextos similares. Posteriormente, se procederá al análisis de documentos y datos económicos pertinentes, como informes emitidos por la CCC y la ADSC, con el fin de contextualizar adecuadamente el marco económico local. Además, se diseñan y aplicarán preguntas específicas en una encuesta dirigida a los comerciantes, con el objetivo de recopilar datos sobre sus condiciones sociodemográficas. Estos datos serán analizados estadísticamente para identificar los factores sociodemográficos que más influyen en su comportamiento frente al cumplimiento de las OT.

8.5.2. Fase 2: Evaluación del Conocimiento y Formación Tributaria.

En la segunda fase, se examinará cómo el nivel de conocimiento y la educación fiscal de los PC inciden en su CT. Se iniciará con una revisión de la literatura que explora la relación entre el conocimiento tributario y el comportamiento fiscal, con el objetivo de comprender cómo una mejor educación en este ámbito puede influir en la adherencia a las normativas fiscales. A partir de este marco teórico, se desarrollan preguntas específicas para la encuesta, diseñadas para medir el nivel de conocimiento y educación tributaria de los comerciantes, así como su familiaridad con las normativas fiscales vigentes y las fuentes de información que utilizan. Estos datos cuantitativos serán recopilados mediante la aplicación de la encuesta, y posteriormente analizados para

determinar la correlación existente entre el nivel de conocimiento tributario y el cumplimiento efectivo de las OT.

8.5.3. Fase 3: Análisis de la Percepción del Sistema Tributario.

La tercera fase de estudio está enfocada en explorar cómo la percepción que tienen los comerciantes sobre el STC influye en su comportamiento fiscal. En primer lugar, se realiza una revisión de los estudios previos y las teorías que aborden la percepción del STC, especialmente en lo que respecta a su equidad, transparencia y efectividad, y cómo estas percepciones pueden influir en el comportamiento de los contribuyentes. Para posteriormente, diseñar preguntas destinadas a recoger información sobre cómo los comerciantes perciben el STC en términos de justicia y transparencia. Al aplicar la encuesta, se recopilarán los datos de la muestra seleccionada de PC, que finalmente, procederán al análisis de los resultados, con el fin de determinar el impacto de estas percepciones en su comportamiento frente al cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

9. Resultados

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos de las encuestas (véase el Anexo A), las cuales fueron enviadas a 262 PC del centro de Santiago de Cali, de las cuales fueron diligenciadas 52. Como se indicó en la metodología del trabajo, para la población objeto de estudio se obtuvo una muestra de 70 PC de esta zona de Cali establecida.

Debido a que fue difícil lograr que las personas respondieran las encuestas y dadas las restricciones de tiempo para el desarrollo del presente trabajo, se estableció un plazo de un mes para la recolección de datos, logrando un 74,2% de la muestra esperada y un 20% de la población objeto de estudio. Si bien es cierto, no se logró el número esperado, también es cierto que contar con 52 respuestas es significativo para realizar el análisis propuesto.

La encuesta que se llevó a cabo se estructuró en cuatro secciones:

- Información personal. En esta sección se incluyen 4 preguntas (de la 2 a la 6) mediante las cuales se busca determinar las características sociodemográficas de los PC del centro.
- Información del negocio. En este fragmento la encuesta está compuesta por 7 preguntas (de la 7 a la 13) en donde se busca conocer el tipo de negocio que tienen los encuestados y sobre sus responsabilidades tributarias.
- Conocimiento y cumplimiento tributario. Este apartado tiene 9 preguntas (de la 14 a la 22) enfocadas en el conocimiento y CT de los PC del centro de Cali a nivel nacional y municipal.

- Percepción y experiencia con el sistema tributario. La última parte de la encuesta está integrada por 10 preguntas (De la 23 a la 32) en donde se busca conocer la percepción que tienen los PC del centro de Cali frente al sistema tributario y la experiencia que han tenido con el mismo.

Las preguntas 1 y 2 no se incluyen en el análisis, dado que en la primera pregunta se solicita el consentimiento para el tratamiento de datos a los encuestados y la segunda pregunta, recopila un número de teléfono del encuestado con el objetivo de asegurar que las respuestas recolectadas provienen de una persona real, evitar duplicados y respaldar los resultados obtenidos en este estudio. Además, es importante señalar que la información personal proporcionada se maneja con estricta confidencialidad.

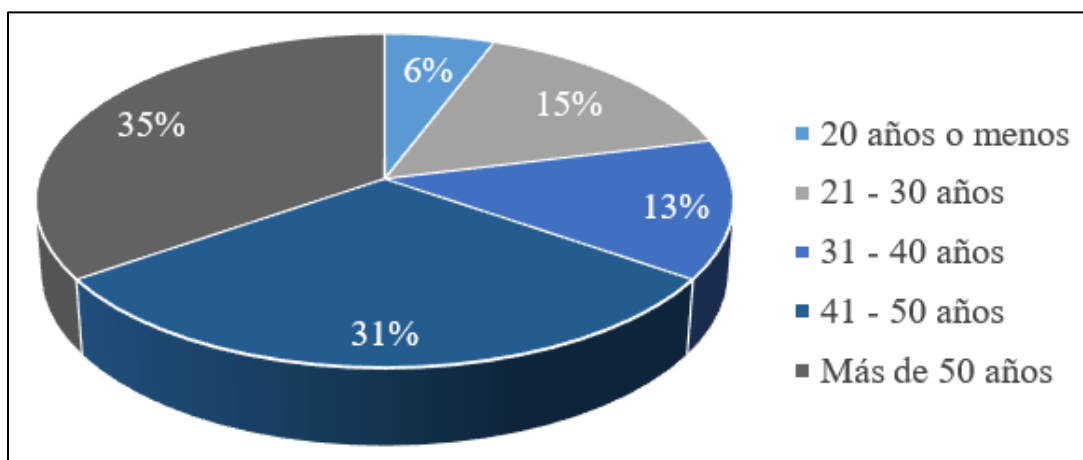
9.1. Factores sociodemográficos que afectan el cumplimiento tributario

9.1.1. Sección 1 – encuesta: Información personal

Pregunta 3. ¿Cuál es su rango de edad?

Figura 1.

Edad de los pequeños comerciantes (en rango de años)



Nota. Fuente: elaboración propia.

En cuanto al rango de edad, se observa en la Figura 1 que la mayoría de los comerciantes encuestados pertenecen al grupo de más de 50 años (35%) seguido por aquellos entre 41 y 50 años (31%). Esto indica que el sector comercial del centro de la ciudad está mayormente compuesto por personas en la etapa de adultez y/o próximos a pasar a la etapa de adultos mayores, de acuerdo con la lista de conceptos estandarizados del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2024). Lo que sugiere que las actividades comerciales en esta área están más consolidadas entre individuos con mayor experiencia y trayectoria en el mercado.

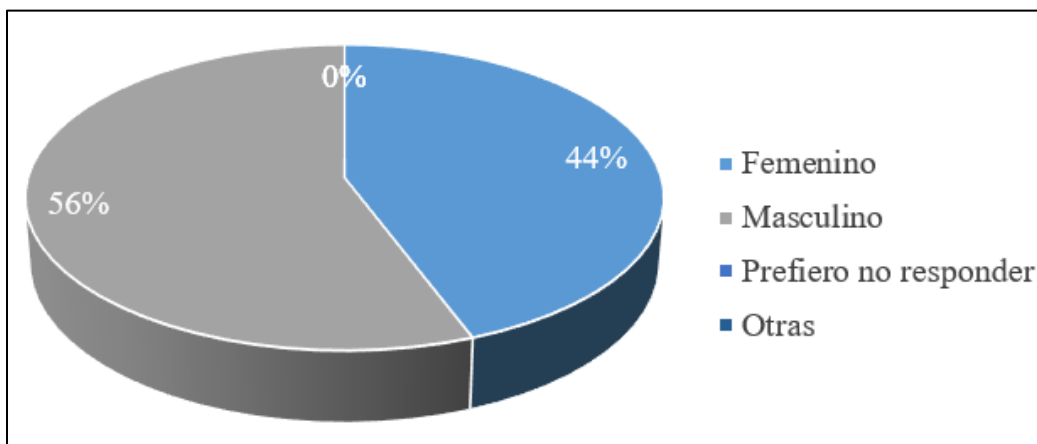
Las generaciones más jóvenes, específicamente entre los 31 y 40 años (13%) y entre 21 y 30 años (15%), tienen una considerable representación menor, mientras que los comerciantes menores de 20 años constituyen apenas el 6% del total de los encuestados. Este predominio de personas adultas puede estar relacionado con barreras de entrada que afectan especialmente a los jóvenes, como la falta de capital inicial o las dificultades para acceder a créditos. Según un estudio del DANE (2024) correspondiente al trimestre de junio-agosto de 2024, a nivel nacional solo el 7% de la población ocupada joven está en la categoría de empleadores, mientras que la mayoría (56,3%) se encuentran como empleados.

Además, es relevante considerar el análisis de Espinosa y Sarmiento (2020) quienes señalan que en América Latina la probabilidad de incumplimiento tributario aumenta con la edad, aunque este incremento tiende a disminuir a medida que las personas envejecen. Este hallazgo sugiere que, aunque los comerciantes mayores tienen una mayor estabilidad en el mercado, podrían enfrentar desafíos en cuanto al CT en determinadas etapas de su vida.

Pregunta 4. ¿Cuál es su género?

Figura 2.

Género de los pequeños comerciantes



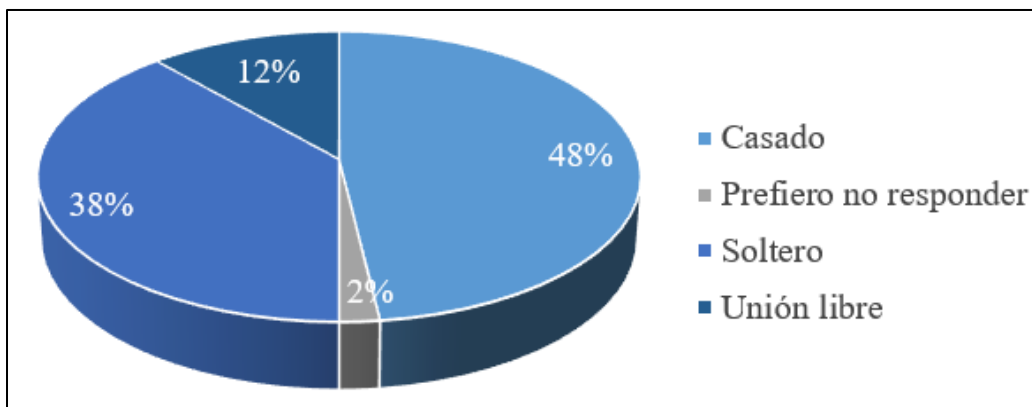
Nota. Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la Figura 2, se revela una ligera predominancia masculina frente a las mujeres, representando el 56% (29) de los encuestados los hombres y el 44% (23) las mujeres. Aunque los hombres dominan levemente el sector, el número considerable de mujeres muestra una participación importante de ellas en el comercio de la zona. Cabe aclarar que en esta pregunta se incluyó la opción de “prefiero no responder” al igual que la opción “Otras” sin embargo, la población encuestada no eligió ninguna de estas. Respecto a las diferencias de género en el comportamiento tributario, Espinosa y Sarmiento (2020) proponen que no existen diferencias significativas en la probabilidad de incumplimiento fiscal entre hombres y mujeres. Esto indica que, a pesar de la leve predominancia masculina, las diferencias de género no parecen influir directamente en el CT entre los PC. Tanto hombres como mujeres participan activamente en el comercio del centro de Cali.

Pregunta 5 ¿Cuál es su estado civil?

Figura 3

Estado civil de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 3 se resumen las respuestas relacionadas con el estado civil de los encuestados. Se observa una predominancia de personas casadas, quienes representan un 48% del total (25 respuestas). Este grupo es seguido de cerca por los solteros, que constituyen el 38% (20) de los encuestados. En el grupo más pequeño de 6 encuestados (un 12%) reporta estar en unión libre. Es interesante señalar que, solo una persona (2%) prefirió no responder a esta pregunta.

El predominio de personas casadas o en relaciones estables entre los comerciantes podría representar una mayor estabilidad financiera y la responsabilidad familiar, lo que a su vez influiría en una mayor disposición a cumplir con las OT. Este comportamiento estaría alineado con la necesidad de garantizar el bienestar del hogar, tal como señala Fajardo Morán (2021) quien sostiene que la mayoría de estos comerciantes son el principal sustento de sus familias. Azar et al. (2010) refuerza esta perspectiva al señalar que la probabilidad de un mayor nivel de moral fiscal aumenta en individuos casados o

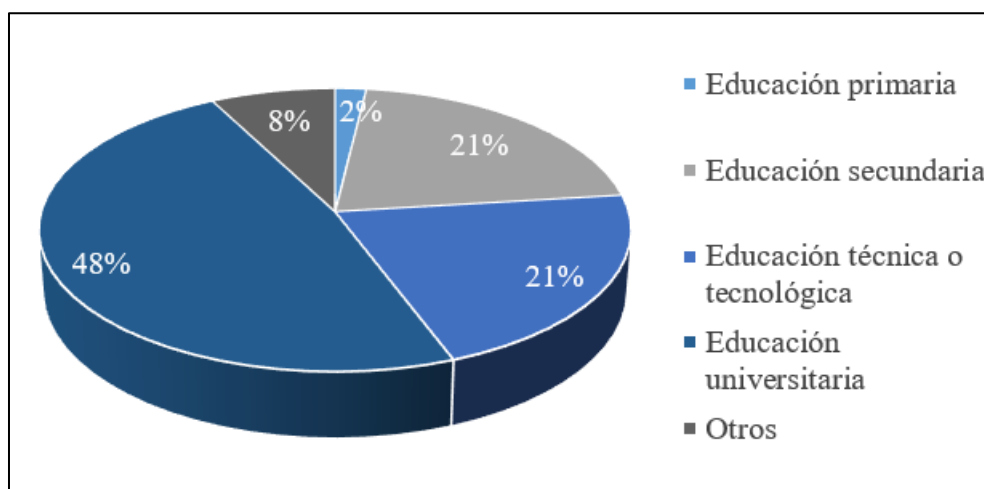
en unión libre, en comparación con los solteros, debido a las restricciones sociales y morales que operan con mayor fuerza en las personas que viven en pareja.

Por otro lado, la presencia significativa de comerciantes solteros podría indicar que, al no tener las mismas responsabilidades familiares, su percepción del riesgo y su enfoque hacia el CT son diferentes. Fajardo Morán (2021) sugiere que en muchos casos estos comerciantes trabajan por necesidad, debido a la falta de educación o por otras circunstancias, lo que podría influir en su flexibilidad financiera y en su gestión de riesgos. Al no estar sujetos a las presiones derivadas de una vida familiar, es posible que estos comerciantes tengan mayor flexibilidad en la toma de decisiones financieras y fiscales.

Pregunta 6. ¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?

Figura 4

Nivel educativo de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

En cuanto al nivel educativo, la Figura 4 revela que una proporción significativa de los encuestados ha alcanzado niveles altos de educación. El 48% (25) de los

comerciantes ha completado estudios universitarios, lo que representa una mayoría importante. Este alto nivel educativo puede tener implicaciones positivas en cuanto a la capacidad de comprender las regulaciones fiscales y la planificación financiera. Además, un 21% (11) de los comerciantes cuenta con educación técnica o tecnológica, lo que también indica un grado relevante de capacitación profesional.

Un grupo similar en tamaño, 11 de los encuestados (21%), han alcanzado únicamente la educación secundaria, mientras que solo 1 persona (2%) reporta la educación primaria como su nivel educativo más alto. Esto sugiere que, si bien la mayoría de los encuestados tiene niveles educativos altos, existe una minoría que podría enfrentar mayores desafíos en la comprensión y gestión de sus OT. Además, el 8% de los encuestados se ubica en la categoría de "otras" en cuanto a su educación, lo que podría incluir educación no formal.

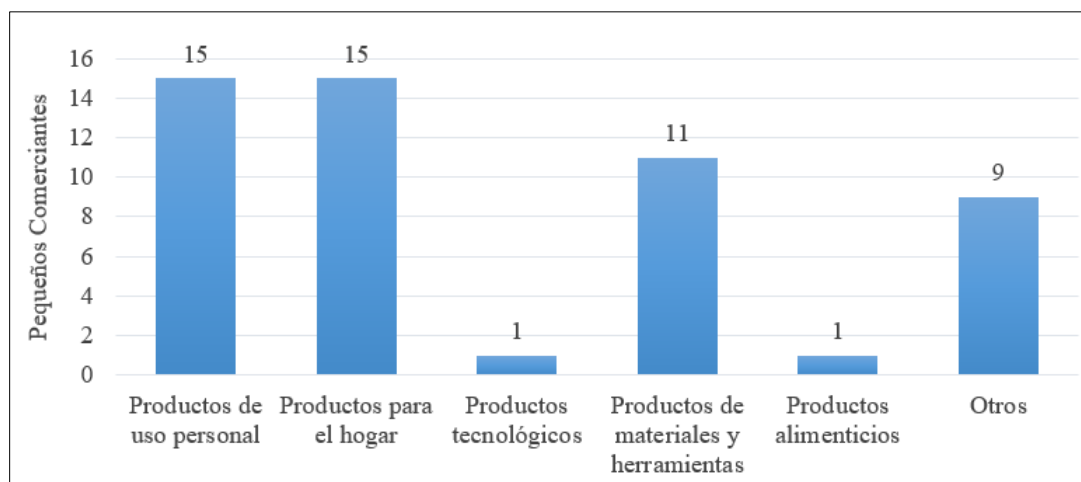
Azar et al. (2010) plantean que a medida que aumenta el nivel educativo, también lo hace el conocimiento tributario del individuo, lo que mejora su conciencia sobre los beneficios que el Estado proporciona a cambio del pago de impuestos. Se esperaría, por tanto, que un mayor nivel de educación conduzca a un mayor compromiso social con el sistema tributario, siempre y cuando los beneficios percibidos sean positivos. Por su parte, Espinosa y Sarmiento sugieren que la educación tributaria durante la infancia, en la que la influencia de los padres es clave, podría ser más relevante que el propio nivel educativo alcanzado por el individuo en la vida adulta (2020). Esto señala que no solo el nivel educativo formal es un factor importante para el cumplimiento fiscal, sino también la educación familiar y los valores transmitidos desde una edad temprana.

9.1.2. Sección 2 - encuesta: Información del negocio

Pregunta 7. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor la principal actividad económica que realiza su negocio?

Figura 5

Actividad económica de los pequeños comerciantes



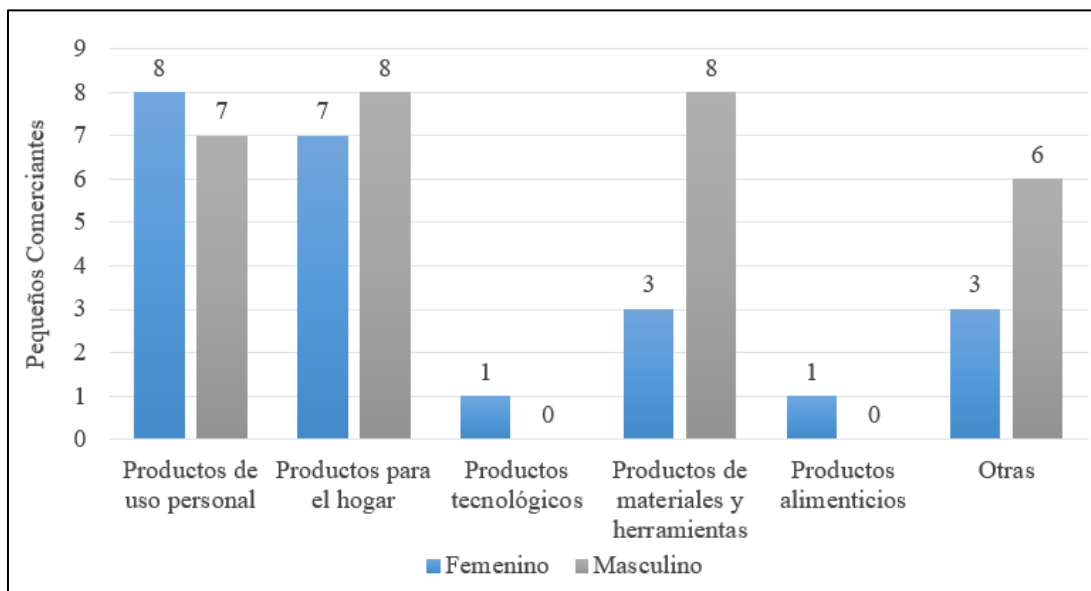
Nota. Fuente: elaboración propia.

La Figura 5, muestra que las principales actividades económicas de los PC encuestados, que desarrollan sus operaciones en el centro de Cali, se concentran mayoritariamente en la venta de productos de uso personal y productos para el hogar, con 15 respuestas cada una. Esto indica que una parte considerable de los negocios está orientada a satisfacer las necesidades cotidianas de los consumidores. En segundo lugar, destacan los productos de materiales y herramientas, con 11 respuestas.

Por otro lado, la categoría "Otros", con 9 respuestas, sugiere una diversidad de actividades comerciales que no encajan en las categorías predefinidas, lo cual podría ser indicativo de la heterogeneidad de negocios en la zona. En contraste, los productos tecnológicos y los productos alimenticios tienen la menor representación, con solo 1 respuesta cada uno, lo que indica una baja concentración de PC en estos sectores.

Figura 6

Actividad económica de los pequeños comerciantes según su género



Nota. Fuente: elaboración propia.

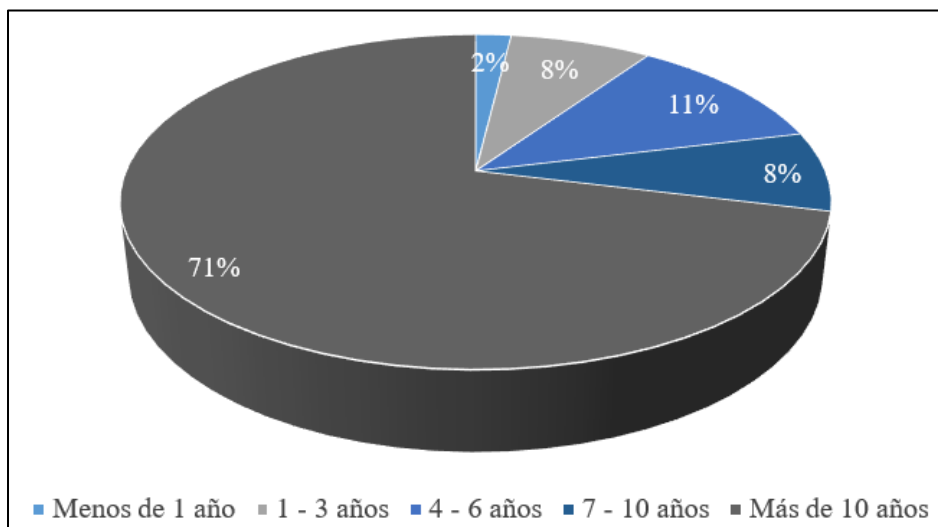
En relación con la distribución de la actividad económica de los PC según su género, la Figura 6 revela que, la participación es bastante equilibrada entre hombres y mujeres en varias categorías de actividades económicas. Por ejemplo, tanto en la categoría de productos de uso personal como en productos para el hogar, se observa una distribución similar, con entre 8 o 7 mujeres y hombres involucrados en ambas actividades. Sin embargo, hay ciertas diferencias en otras actividades. En la venta de productos tecnológicos, solo hay 1 mujer y ningún hombre, mientras que, en la categoría de productos de materiales y herramientas, la actividad es dominada por hombres (8) frente a solo 3 mujeres. Por otro lado, en la venta de productos alimenticios, también es mayor la participación masculina, con 3 hombres frente a 1 mujer. Finalmente, en la categoría de otras actividades, se observa que 6 hombres participan, mientras que solo 3 mujeres lo hacen. En resumen, hay una mayor representación femenina en sectores como

el hogar y el uso personal, mientras que los hombres dominan en actividades como materiales, herramientas y otras.

Pregunta 8. ¿Cuánto tiempo lleva operando su negocio?

Figura 7

Tiempo de operación del negocio de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

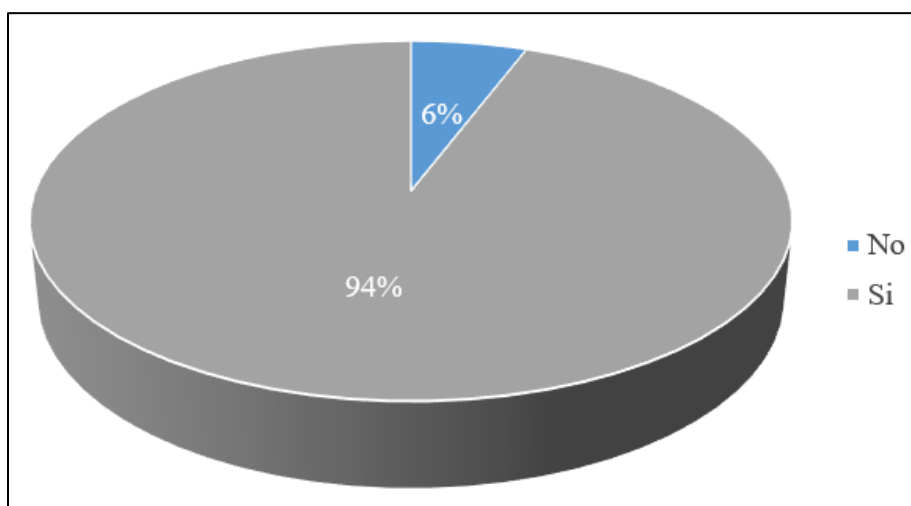
Como se observa en la Figura 7, la gran mayoría de los PC encuestados (71%), han estado operando sus negocios por más de 10 años. Este dato sugiere una alta estabilidad y permanencia de los comerciantes en esta área, lo que puede indicar una adaptación exitosa al entorno comercial local. Por otro lado, el 11% (6 comerciantes) de los encuestados tiene entre 4 y 6 años con su negocio en funcionamiento, lo que refleja una presencia considerable en el tiempo. Las otras categorías tienen una representación menor, un 8% de los negocios lleva entre 7 y 10 años o entre 1 y 3 años operando, mientras que apenas un 2% (1 comerciante) ha estado en funcionamiento por menos de 1 año. Estos resultados apuntan a que la mayoría de los comerciantes en esta zona son

experimentados, lo cual podría influir en su conocimiento y cumplimiento de las OT, dado su mayor tiempo de exposición al sistema fiscal.

Pregunta 9. ¿Su negocio se encuentra registrado en la Cámara de Comercio de Cali?

Figura 8

Registro en la Cámara de Comercio de Cali de los negocios de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

Los resultados contenidos en la Figura 8, revelan un alto nivel de formalización entre los PC encuestados. El 94% (49 comerciantes) afirma que su negocio está registrado, lo que sugiere que la mayoría de los comerciantes en el centro de Cali están cumpliendo con uno de los requisitos fundamentales para operar legalmente. Este alto índice de formalización refleja un compromiso significativo con el cumplimiento de la normativa legal y fiscal. Además, en términos de recaudación fiscal, la alta tasa de registro sugiere que la mayoría de estos comerciantes estén en condiciones de cumplir

con sus OT, lo que también contribuye a fortalecer la economía local y a generar ingresos para el Estado.

Sin embargo, un 6% (3 encuestados) indica que no están registrados, lo que plantea una preocupación relevante; La informalidad, que puede acarrear riesgos legales como las sanciones por parte de las autoridades fiscales, y comprometer la viabilidad de estos negocios a largo plazo. Fajardo Morán (2021) ofrece una perspectiva complementaria al señalar que las empresas permanecen en la informalidad debido a los costos elevados asociados al CT. Estos costos incluyen los cargos relacionados con el pago de remuneraciones y la necesidad de personas especializadas en asuntos contables y tributarios. Según este análisis, el cumplimiento de las obligaciones fiscales no solo implica el registro del negocio, sino también una gestión constante y costosa que algunos comerciantes no pueden asumir fácilmente. Esto explica por qué algunos comerciantes, aunque conscientes de la obligación de registro, optan por operar de manera informal para evitar estos costos.

Pregunta 10. ¿De qué impuestos municipales es responsable su negocio?

(Seleccione todas las que apliquen)

Tabla 1

Responsabilidad de los pequeños comerciantes del centro de Cali en cuanto a impuestos municipales

Impuestos Municipales	Pequeños Comerciantes
Impuesto de Industria y Comercio (ICA)	49
Impuesto Predial	29
No sabe, no responde	2
Otros	3

Nota. Fuente: elaboración propia.

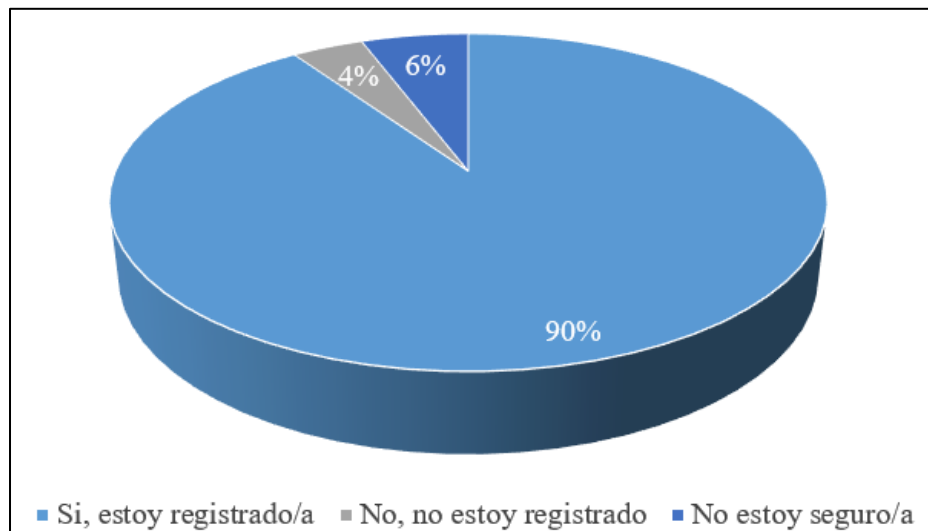
Como se observa en la Tabla 1, 49 de los encuestados identificó el ICA como su principal obligación tributaria a nivel municipal. Este dato subraya la importancia de este impuesto en el contexto de los PC, ya que es fundamental para la financiación de servicios locales y el desarrollo económico de la región. Por otro lado, 29 de los comerciantes manifestaron su responsabilidad frente al impuesto predial, lo que indica que una parte significativa de los encuestados también es consciente de sus obligaciones vinculadas a la propiedad de sus locales comerciales.

Sin embargo, el hecho de que 2 personas no sepan o no respondan la pregunta es relevante, ya que sugiere que existe un pequeño grupo que carece de información sobre sus responsabilidades tributarias. Este desconocimiento plantea un riesgo tanto para los comerciantes como para las autoridades fiscales, ya que podría resultar en un incumplimiento involuntario y, en consecuencia, en la pérdida de ingresos para el municipio. Villasmil et al. (2024) refuerzan esta preocupación al señalar que una de las principales barreras para el CT es precisamente la falta de conocimiento entre los contribuyentes. Por último, 3 de los encuestados seleccionó "otras" opciones, lo que sugiere que existen otros impuestos municipales que podrían estar aplicándose, pero que no se especificaron en la encuesta ni en las respuestas de los encuestados.

Pregunta 11. ¿Se encuentra registrado como contribuyente ante la administración tributaria - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)?

Figura 9

Registro ante la DIAN como contribuyentes de los negocios de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

Respecto al registro como contribuyente ante la DIAN, se analiza en la Figura 9 que 47 (90%) de los comerciantes encuestados se encuentran registrados, lo que refleja que la mayoría de los comerciantes son conscientes de la importancia de estar formalmente registrados para cumplir con sus OT y acceder a los beneficios que esto conlleva. Aunque la mayoría pueden reconocer la importancia de la formalización, la falta de registro se debe principalmente a la percepción negativa sobre los costos tributarios y los trámites administrativos (Fajardo Morán, 2021).

Sin embargo, un 4% (2) de los encuestados no están registrados, y un 6% (3) no está seguro de su estado. Este porcentaje de comerciantes que no están registrados o que tienen dudas sobre su situación, puede enfrentar riesgos significativos, como sanciones por parte de la DIAN y limitaciones para acceder a crédito o mecanismos de apoyo. La falta de registro también podría afectar su sostenibilidad a largo plazo, ya que operar en la informalidad restringe su crecimiento y exposición a oportunidades de negocio.

Pregunta 12. ¿De qué impuestos nacionales es responsable su negocio?

Tabla 2

Responsabilidad de los pequeños comerciantes del centro de Cali en cuanto a impuestos nacionales

Impuestos Nacionales	Pequeños Comerciantes
Impuesto de Renta	43
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	44
No sabe, no responde	2
Otros	4

Nota. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la Tabla 2, 43 de los encuestados indicó que su negocio es responsable del ISR, así mismo, 44 del total de los encuestados mencionaron El IVA. Estos valores en ambos impuestos son bastante similares, lo que sugiere que la mayoría de los comerciantes están al tanto de sus OT más relevantes. Sin embargo, 2 de los encuestados totales no sabe o no responde a la pregunta, lo que podría indicar una falta de conocimiento sobre sus responsabilidades tributarias. Este dato es preocupante, ya que el desconocimiento de las OT puede llevar a problemas de CT. Además, 4 de los comerciantes seleccionó "otras" opciones, lo que sugiere que hay una variedad de impuestos que podrían estar considerando, pero que no se especificaron en la encuesta.

Esto podría relacionarse con lo planteado por Álvarez y Montero (2023). Estos autores resaltan que, respecto a los tributos nacionales en Colombia, la evasión entre los contribuyentes obligados a declarar renta se sitúa entre un 35% y un 39%, mientras que la evasión en el IVA se encuentra cerca del 25%. Estos datos reflejan la magnitud del desafío para las autoridades fiscales y evidencian cómo la falta de conocimiento o el incumplimiento deliberado pueden tener un impacto significativo en la recaudación tributaria.

Pregunta 13. ¿Qué impuestos paga para contribuir con la financiación del Estado?

Tabla 3

Impuestos nacionales y municipales que pagan los pequeños comerciantes del centro de Cali

Impuestos	Pequeños Comerciantes
Impuesto de Renta	41
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	47
Impuesto de Industria y Comercio (ICA)	47
Impuesto Predial	31
Ninguno	1
Otros	3

Nota. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la Tabla 3, la mayoría de los encuestados (47) identifican estar pagando el IVA y el ICA. Esto refleja que estos tributos, al ser de carácter más generalizado y frecuentes en las transacciones comerciales, son ampliamente reconocidos por los PC. Asimismo, 41 de los encuestados manifiestan contribuir con el Estado por medio del ISR. Aunque esta cifra es ligeramente menor en comparación con quienes pagan el IVA y el ICA, sigue siendo significativa. Es posible que el ISR tenga menor presencia debido a la informalidad o por la percepción de que no todos los PC obtienen ingresos significativos.

Por su parte, el impuesto predial es reconocido por 31 comerciantes, lo que podría explicarse porque no todos los comerciantes son propietarios de los inmuebles donde operan, lo que disminuye su relevancia en comparación con otros tributos. Cabe destacar que solo 1 comerciante afirmó no pagar ningún impuesto y 3 personas mencionaron otros impuestos que no se especifican en la lista, lo que sugiere la presencia de tributos específicos relacionados con actividades particulares.

En línea con estos resultados, es importante resaltar la importancia de generar una mayor conciencia entre los contribuyentes sobre el valor del CT. El pago de impuestos no solo permite al país financiar su crecimiento, sino que también contribuye al fortalecimiento de la sociedad en su conjunto. Estos datos son muy importantes, pues a través de los ingresos fiscales, el Estado puede atender las necesidades colectivas, como la infraestructura, la salud y la educación, que son esenciales para el bienestar general y el desarrollo de las comunidades (Román Estrada, 2021).

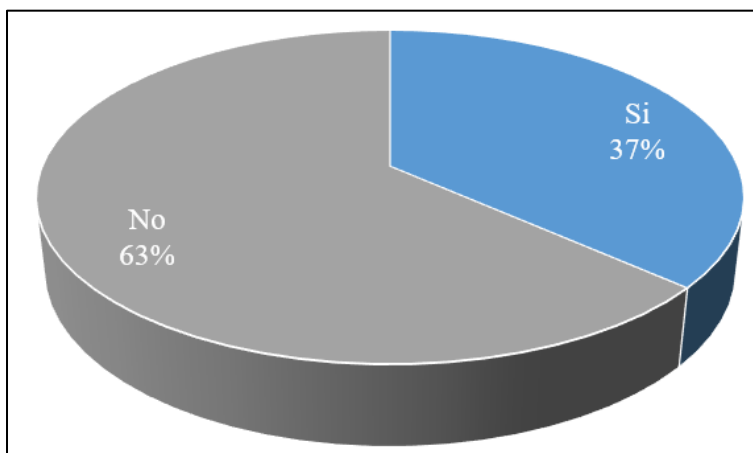
9.2. Conocimiento y formación tributaria

9.2.1. Sección 3 – encuesta: Conocimiento y cumplimiento tributario

Pregunta 14. En los últimos dos años, ¿ha recibido alguna capacitación o formación en temas tributarios?

Figura 10

Pequeños comerciantes que han recibido formación en temas tributarios en los últimos dos años



Nota. Fuente: elaboración propia.

Respecto a la formación en temas tributarios de los PC, se evidencia en la Figura 10 que un 63% de los encuestados, es decir, una mayoría considerable, indicaron no haber recibido capacitación en estos temas en los últimos 2 años, lo que puede ser un factor que influya directamente en el nivel de conocimiento y, por ende, en el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Los comerciantes que no están bien informados constantemente sobre sus responsabilidades tributarias o que no tienen claridad sobre el sistema fiscal pueden incurrir en incumplimientos, ya sea por desconocimiento o confusión.

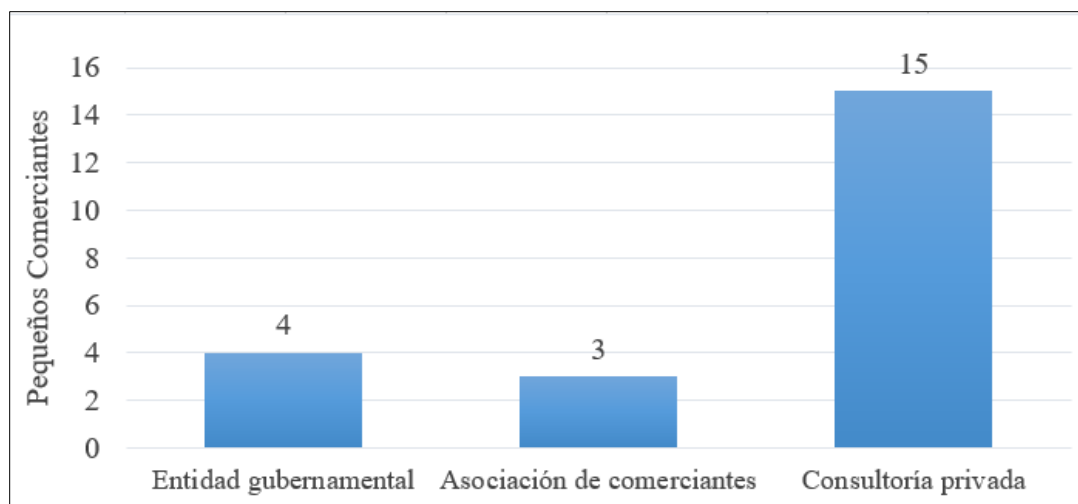
Por otra parte, aunque el 37% de los comerciantes encuestados sí han recibido capacitación, el hecho de que una mayor proporción no lo haya hecho sugiere la necesidad de implementar programas de educación fiscal más accesibles y amplios en esta población. Esto podría contribuir no solo a mejorar el CT, sino también a fomentar una cultura tributaria más sólida y consciente.

De acuerdo con Masbernat (2022) es fundamental impulsar iniciativas orientadas a crear una cultura de CT. Estas iniciativas deben centrarse en educar a los contribuyentes mediante la formación en profundidad y el desarrollo de nuevas competencias, así como en utilizar herramientas de comunicación efectivas para sensibilizar a los comerciantes sobre diversos aspectos fiscales, como sus obligaciones, los plazos de pago, los derechos de los contribuyentes y cómo se utilizan los ingresos fiscales. Además, la formación constante y actualizada facilitaría el cumplimiento de las OT para los comerciantes y contribuiría a disminuir los niveles de incumplimiento.

Pregunta 15. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿quién proporcionó la capacitación?

Figura 11

Fuente de capacitación de los pequeños comerciantes del centro de Cali



Nota. Fuente: elaboración propia.

Los resultados que se resumen en la Figura 11, muestran que, de los 22 encuestados que respondieron haber recibido capacitación en temas tributarios, la mayoría (15) recibieron su capacitación a través de una consultoría privada. En contraste, 4 PC indicaron que fue proporcionada por una entidad gubernamental, mientras que 3 la recibieron por medio de una asociación de comerciantes. No se reportaron capacitaciones ofrecidas por instituciones de educación superior ni por otras fuentes.

Este panorama sugiere que las consultorías privadas juegan un papel predominante en la formación tributaria de los comerciantes del centro de Santiago de Cali, probablemente porque estas consultorías personalizan su oferta de servicios a las necesidades empresariales. Sin embargo, la baja participación de entidades gubernamentales y asociaciones de comerciantes refleja una oportunidad para que estas organizaciones se involucren más en la educación tributaria. Así mismo, es importante destacar que las universidades deberían desempeñar un papel relevante en este ámbito como parte de su responsabilidad social, brindando herramientas y conocimientos a

aquellos que lo requieren. Con programas de educación tributaria que no solo se centre en el cumplimiento de la ley, sino también que aborde los fundamentos éticos y políticos del deber de contribuir al bienestar público (Masbernat, 2022). La creación de estos programas en universidades y otras instituciones de educación superior no solo beneficiaría a los profesionales asesores fiscales, sino también a la población en general. Lamentablemente, esto no se está observando entre el grupo encuestado.

Pregunta 16. ¿Cuáles son sus principales fuentes de información sobre sus obligaciones tributarias?

Tabla 4

Fuentes de información de los pequeños comerciantes del centro de Cali

Fuentes de Información	Pequeños Comerciantes
Contador / Asesor Fiscal	48
Internet	21
Cursos o Talleres	4
Medios de Comunicación	14
Otros	1

Nota. Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la Tabla 5, la fuente más utilizada, con una notable diferencia, es el contador o asesor fiscal, seleccionada por 48 encuestados. En segundo lugar, 21 comerciantes recurren a Internet como medio para informarse sobre sus responsabilidades tributarias. Otros medios menos frecuentados incluyen los medios de comunicación con 14 menciones y los cursos o talleres, que solo fueron señalados por 4 personas. Finalmente, 1 encuestado indicó recurrir a otras fuentes.

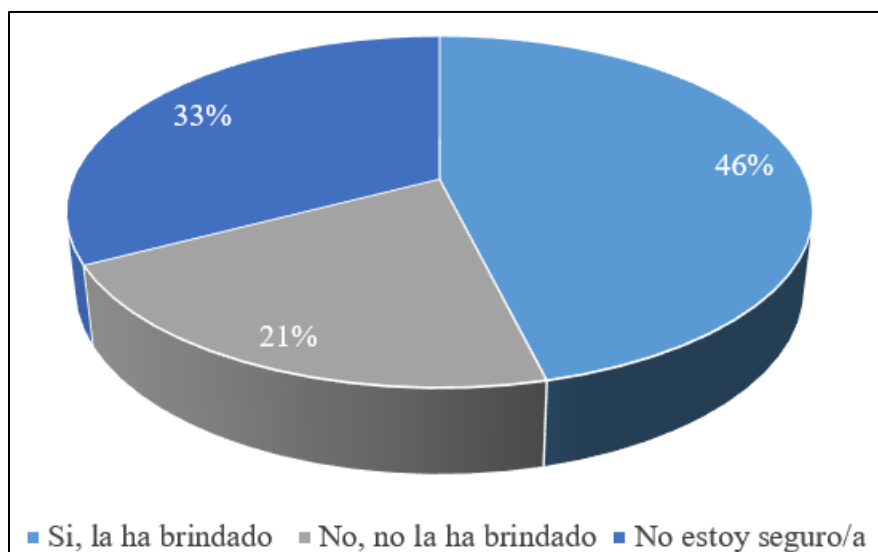
La preferencia por el asesor o contador es comprensible, ya que estos profesionales asisten directamente a los comerciantes en la preparación y presentación de

sus declaraciones tributarias. En cuanto a los medios de comunicación, su relevancia aumenta en periodos cercanos a los vencimientos fiscales, cuando se suelen publicar artículos y noticias informativas sobre el tema. Además, el uso de Internet refleja una tendencia creciente hacia la digitalización y el acceso rápido a la información, aunque puede requerir una mayor capacidad de discernimiento para identificar fuentes confiables. Por otro lado, la baja participación en cursos o talleres podría indicar una falta de tiempo o interés en la formación presencial, a pesar de los beneficios potenciales de una capacitación más estructurada y detallada.

Pregunta 17. ¿Usted sabe si la administración tributaria (DIAN) ha brindado información sobre las obligaciones tributarias a los comerciantes del sector?

Figura 12

Información brindada por la DIAN a los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 12, se observa que 24 personas (46%) de las encuestadas afirman que sí se ha brindado información sobre las OT en el sector. Por otro lado, el 21% (11) de los encuestados sostienen que la DIAN no ha brindado información. Finalmente, el 33% (17)

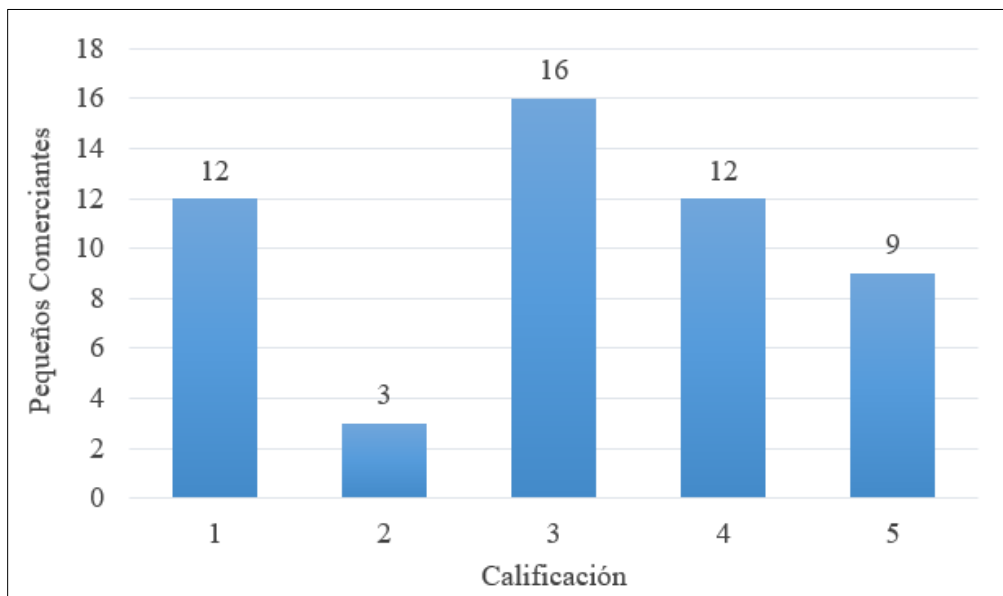
mencionan no estar seguros respecto a si esta información ha sido proporcionada o no. Este resultado sugiere que, una parte significativa de los comerciantes ha recibido o está consciente de los esfuerzos de la DIAN para informar sobre las OT, pero, también existe un número considerable que no ha percibido tal apoyo o no tiene claridad al respecto. Lo que indica que las campañas realizadas hasta el momento no resultan ser del todo efectivas, pues es probable que la información no llegue de manera concreta a los comerciantes más pequeños del centro de Cali.

Aunque un porcentaje importante de comerciantes no está seguro o cree no haber recibido información de este tipo por las autoridades fiscales, existen iniciativas, como la mencionada por la DIAN en su nota a final del año 2023, en la que informan sobre las visitas a más de 3,000 establecimientos comerciales en Cali, para supervisar y asegurar el cumplimiento de algunas responsabilidades tributarias específicas. Sin embargo, los resultados de las encuestas aplicadas en este trabajo, ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer las campañas de sensibilización e información, especialmente dirigidas a los PC. Es fundamental que estas campañas no se limiten únicamente a acciones de control y fiscalización, sino que incluyan un componente educativo sólido.

Pregunta 18. Califique de 1 a 5 que tan difícil le resulta cumplir con las normas fiscales municipales aplicables a su negocio. Siendo 1, nada difícil y 5 muy difícil.

Figura 13

Dificultad de los pequeños comerciantes para cumplir con las normas fiscales municipales



Nota. Fuente: elaboración propia.

Tal como se observa en la Figura 13, para los PC del centro de Cali la obligación de cumplir con las normas fiscales municipales tiene un nivel de dificultad moderado. Pues, los resultados obtenidos, indican que, para el 31% (16) de los encuestados, el nivel de dificultad para cumplir con la normativa fiscal municipal es 3; sin embargo, es necesario mencionar que, 12 (23%) de los encuestados considera que no es “nada difícil” cumplir con estas normas, lo cual, sería positivo porque refleja el entendimiento de estas por parte de los comerciantes, lo que contribuye a CT más eficiente. Otros 12 encuestados manifiestan de que les resulta “difícil” cumplir con la normativa fiscal municipal aplicable a sus negocios y el 17% (9) consideran que es “muy difícil”.

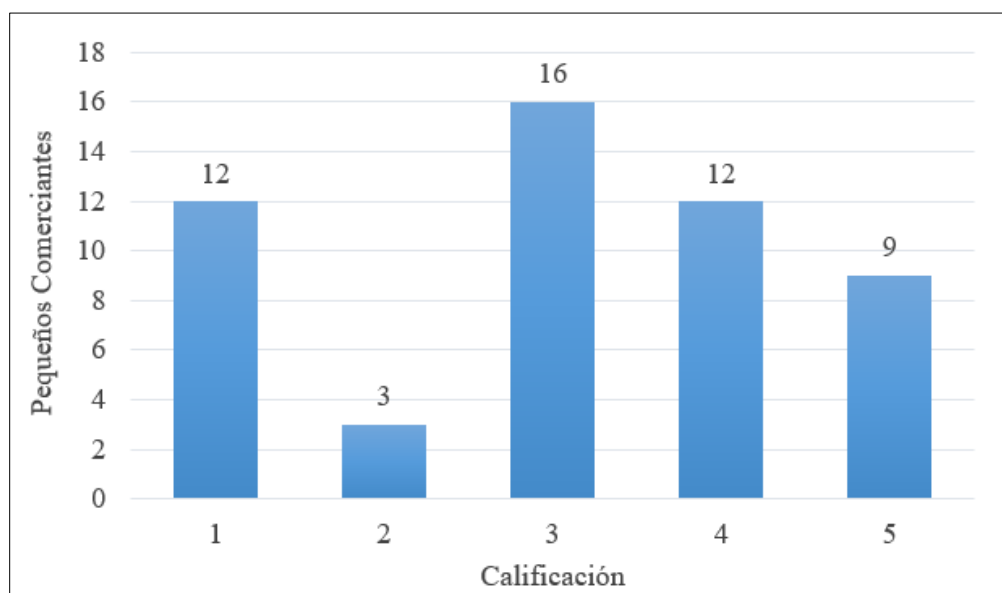
Teniendo en cuenta esto, es importante analizar qué factores impiden que estos logren interpretar de manera adecuada dichas normas, dado que esto puede incidir directamente con los recaudos fiscales esperados por las administraciones tributarias. En este sentido, sería importante que los entes encargados de la fiscalización y recaudación implementen medidas para reducir las barreras que enfrentan estos comerciantes, como

programas de capacitación o asistencia técnica, con el fin de mejorar su entendimiento y facilitar el cumplimiento de las normativas fiscales.

Pregunta 19. Califique de 1 a 5 que tan difícil le resulta cumplir con las normas fiscales nacionales aplicables a su negocio. Siendo 1, nada difícil y 5 muy difícil.

Figura 14

Dificultad de los pequeños comerciantes para cumplir con las normas fiscales nacionales



Nota. Fuente: elaboración propia.

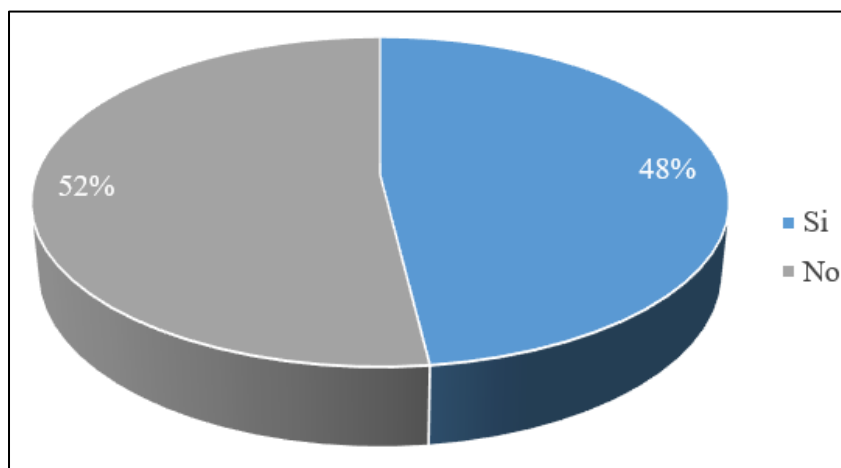
Los resultados presentados en la Figura 14 muestran que, en su mayoría, los comerciantes consideran que cumplir con las normas fiscales nacionales es moderadamente desafiante, ya que la calificación promedio obtenida fue de 3.06 es la escala de dificultad. La opción más seleccionada fue la opción 3, con 16 (31%) respuestas, seguida por las opciones 4 “difícil” y la opción 1 “nada difícil” con 12 (23%) respuestas cada una. Por su parte, la opción 5 “muy difícil”, obtuvo 9 respuestas (17%) y solo 3 comerciantes lo consideraron "poco difícil" (opción 2).

Este panorama sugiere que, aunque la normativa fiscal no es percibida como extremadamente difícil de cumplir, se reconoce que su cumplimiento requiere cierto nivel de esfuerzo y puede presentar desafíos para un número significativo de comerciantes. La variabilidad en las respuestas refleja que, si bien algunos comerciantes encuentran las normas manejables, otros enfrentan dificultades que pueden estar relacionadas con la comprensión de las normativas, la complejidad de los trámites o las capacidades administrativas necesarias para su cumplimiento. Este resultado refuerza la necesidad de implementar medidas que faciliten el cumplimiento fiscal, como campañas informativas o programas de asistencia técnica, especialmente dirigidos a aquellos comerciantes que enfrentan mayores retos en el cumplimiento de sus OT.

Pregunta 20. ¿Usted realiza planeación tributaria?

Figura 15

Pequeños comerciantes que realizan planeación tributaria



Nota. Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar en la Figura 15, se presenta una ligera inclinación hacia la no realización de planeación tributaria, con un 52% de los encuestados afirmando que no llevan a cabo esta práctica, mientras que un 48% de los comerciantes indicaron que sí

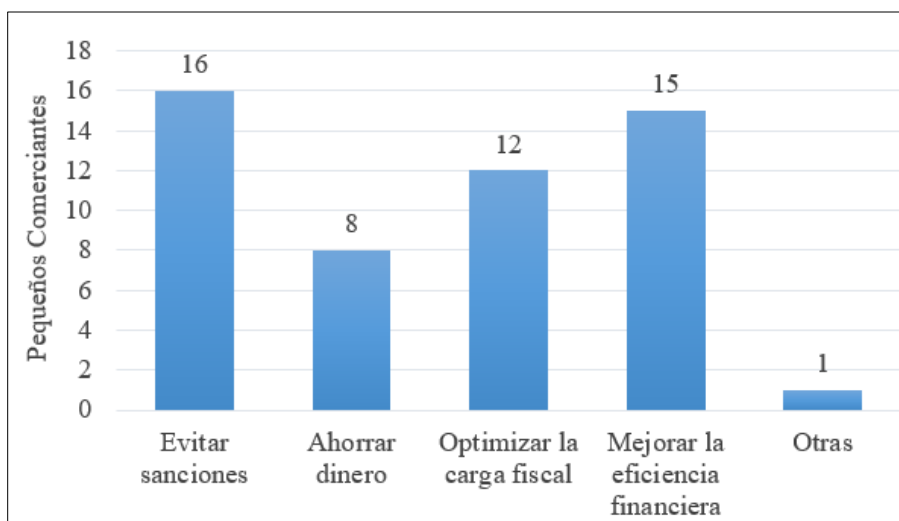
lo hacen. Este resultado sugiere que un poco más de la mitad de los PC no realizan planeación tributaria, lo que podría estar relacionado con varios factores, como la falta de conocimiento o recursos, la percepción de que este servicio es costoso o simplemente el desinterés en este tipo de planificación financiera. Sin embargo, la diferencia no es significativa, una porción considerable de ellos sí se ocupa de la planeación tributaria.

En relación con esto, Villasmil et al. (2024) sugieren la implementación de modelos de planeación tributaria como una medida fundamental para mejorar la gestión fiscal en las empresas. Además, su implementación junto con el uso de tecnologías, puede facilitar la comprensión de las OT, aspecto clave para que los PC puedan adoptar prácticas más eficientes. Integrar modelos tecnológicos y educativos que simplifiquen e informen para la realización de una adecuada planeación tributaria puede tener un impacto crucial en la estabilidad y el crecimiento de los pequeños negocios.

Pregunta 21. Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿Cuál es el objetivo de la planeación tributaria que realiza?

Figura 16

Objetivo de la planeación tributaria de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

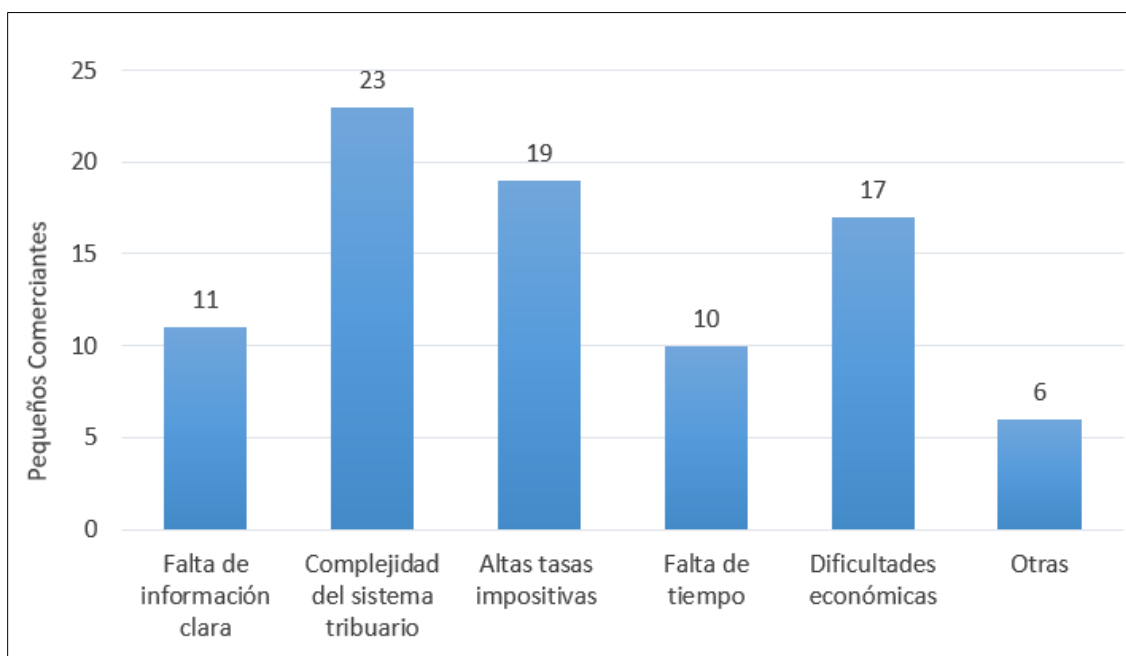
En la Pregunta 21, de los 27 encuestados que respondieron "Sí" a la pregunta sobre si realizan planeación tributaria, se les preguntó sobre los objetivos de dicha planeación. Los resultados revelan que el objetivo principal es evitar sanciones, con 16 respuestas. Le siguen de cerca mejorar la eficiencia financiera con 15 respuestas y optimizar la carga fiscal con 12 respuestas. Ahorrar dinero es un objetivo menos común, mencionado por 8 encuestados, y solo una persona indicó tener otros objetivos. Estos resultados destacan que la planeación tributaria entre los comerciantes que la realizan se enfoca principalmente en evitar problemas legales y mejorar la eficiencia en la gestión de sus recursos financieros.

La prioridad de evitar sanciones sugiere que los PC buscan minimizar riesgos legales antes que obtener ventajas fiscales o financieras. A su vez, la búsqueda de mejorar la eficiencia financiera y optimizar la carga fiscal indica que este grupo tiene un enfoque estratégico en la administración de sus recursos. Esto contrasta con lo señalado por De la Torre et al. (2019) quienes sostienen que "la mayoría de las empresas buscan asesores tributarios que los ayuden a evadir impuestos en lugar de generar una planeación tributaria orientada a disminuir impuestos dentro de los beneficios que otorgan las leyes" (p. 40). En este caso, los resultados muestran una tendencia opuesta: los PC no parecen tener una actitud evasiva, sino más bien buscan cumplir con las obligaciones fiscales, aunque esto se realice de manera reactiva para evitar sanciones.

Pregunta 22. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta para cumplir con sus obligaciones tributarias?

Figura 17

Principales desafíos que enfrentan los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

Los principales desafíos que enfrentan los comerciantes para cumplir con sus OT se centran en varios aspectos clave que se pueden observar en la Figura 17. El desafío más destacado, mencionado por 23 encuestados, es la complejidad del sistema tributario, lo que refleja la percepción de que las normativas fiscales son difíciles de entender y aplicar. Cabe señalar que esto contrasta con las respuestas a las preguntas previas sobre dificultad, donde los encuestados parecían considerar fácil el CT. Esto podría sugerir que los encuestados en su mayoría interpretaron ese cumplimiento desde el punto de vista del proceso operativo de presentación y pago, más que desde la normativa en sí. De lo contrario, existiría una contradicción en las respuestas.

Asimismo, 19 personas señalaron las altas tasas impositivas como un obstáculo significativo, lo que indica una preocupación por la carga fiscal que deben asumir los PC. 17 encuestados mencionaron las dificultades económicas como otro reto importante, lo cual sugiere que las condiciones financieras de los comerciantes influyen en su capacidad

para cumplir con sus responsabilidades fiscales. Las condiciones económicas inestables pueden reducir la liquidez disponible para cubrir las OT, lo que añade presión a estos pequeños negocios. Además, 11 personas identificaron la falta de información clara como una barrera, lo que apunta a la necesidad de mejorar la comunicación y la disponibilidad de información comprensible. Por último, la falta de tiempo fue mencionada por 10 encuestados, y 6 personas señalaron otras dificultades, lo que indica que existen varios factores que complican el CT. En conjunto, estos resultados destacan la necesidad de simplificar el sistema fiscal y mejorar el acceso a información clara para facilitar el cumplimiento por parte de los comerciantes.

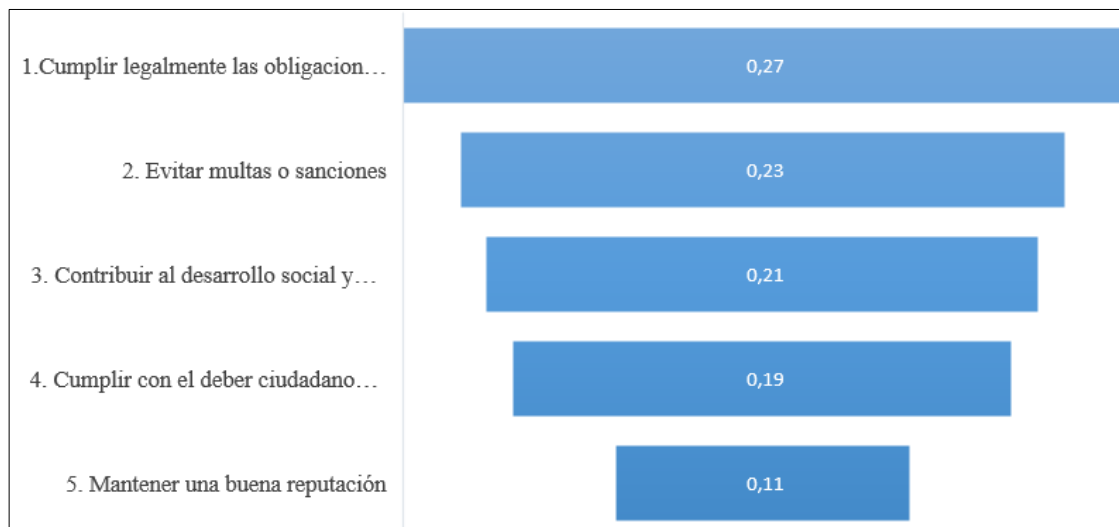
9.3. Influencia de la percepción del sistema tributario

9.3.1. Sección 4 – encuesta: Percepción y experiencia con el sistema tributario

Pregunta 23. ¿Qué tan importantes considera las siguientes razones para cumplir con sus obligaciones tributarias? Organice, deslizando las opciones de la más importante (posición #1) a la menos importante (posición #5).

Figura 18

Razones para cumplir con las obligaciones tributarias de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

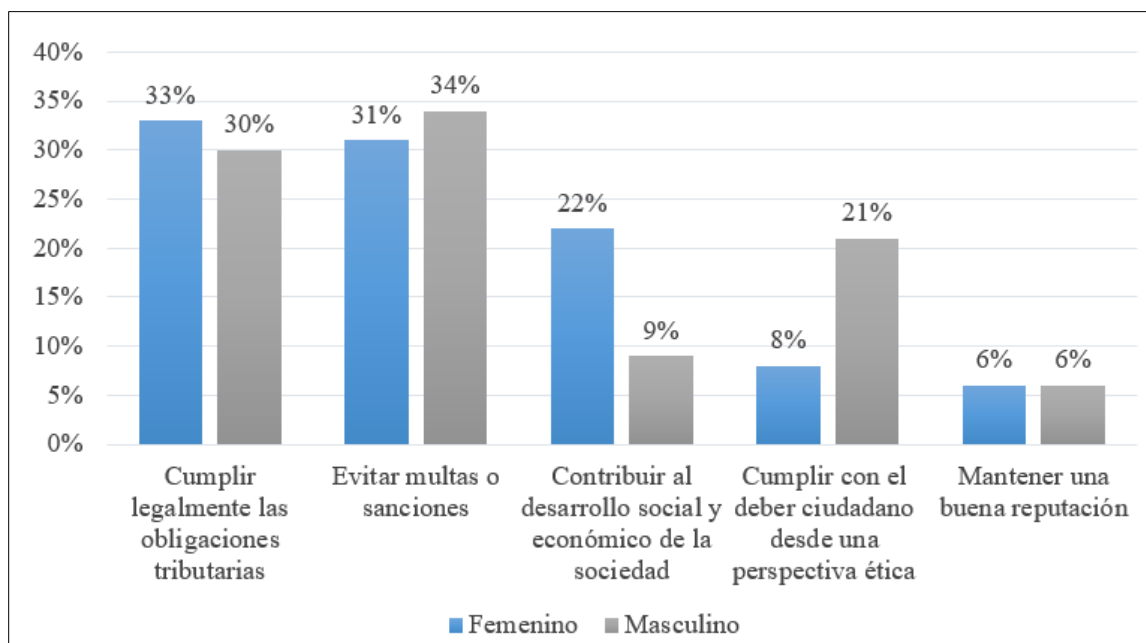
La Figura 18, muestra las razones que tienen los PC del centro de Cali para cumplir con sus OT. De acuerdo con lo que se observa, en el primer lugar se sitúa “cumplir legalmente con las obligaciones tributarias”. En segundo lugar, se ubica el cumplimiento para evitar multas y sanciones. Lo anterior indica, que los comerciantes del centro de Cali buscan evitarse problemas con las autoridades fiscales por el no cumplimiento de sus OT y, refleja el enfoque que tienen por evitar consecuencias económicas desfavorables por el incumplimiento. Ahora bien, la razón que ocupa el último lugar, pese a que es importante para algunos de ellos no resulta tan relevante como las anteriormente mencionadas, dejando demostrado que para estos PC mantener una buena reputación tiene una menor importancia que aquellos aspectos que inciden directamente con los asuntos legales y económicos de la organización.

De acuerdo con Espinoza y Sarmiento (2020) la moral tributaria, entendida como el reconocimiento del deber de pagar impuestos como algo "bueno" o "legítimo", independientemente de la existencia de mecanismos coercitivos. Según estos autores, un sistema basado exclusivamente en la coerción o en la disuasión puede no ser suficiente

para garantizar que los individuos reconozcan el deber de cumplir con sus OT. En el contexto de los PC del centro de Cali, parece que la coerción, en forma de sanciones económicas, es el principal motor del cumplimiento, en lugar de una internalización del deber tributario como algo moralmente necesario. Esto resalta la importancia de fortalecer la moral tributaria entre los contribuyentes, promoviendo una cultura donde el cumplimiento fiscal no sea solo una obligación legal, sino también una responsabilidad ética hacia la sociedad.

Figura 19

Razones para cumplir con las obligaciones tributarias de los pequeños comerciantes según su género



Nota. Fuente: elaboración propia.

La Figura 19 refleja cómo los pequeños comerciantes, diferenciados por género, priorizan diversas razones para cumplir con sus OT. Las dos razones principales para ambos géneros son “cumplir legalmente con las obligaciones tributarias” y “evitar multas o sanciones”, lo que sugiere que no hay diferencias marcadas entre hombres y mujeres

respecto del cumplimiento formal y la evitación de penalidades como las razones más importantes para cumplir con sus OT. Esta prioridad puede interpretarse como un reflejo de una orientación práctica y legalista hacia el CT. La primera siendo un poco más importante para las mujeres que los hombres, mientras que el “evitar multas o sanciones” también es ligeramente más significativa para el género masculino (34%) frente al género femenino (31%).

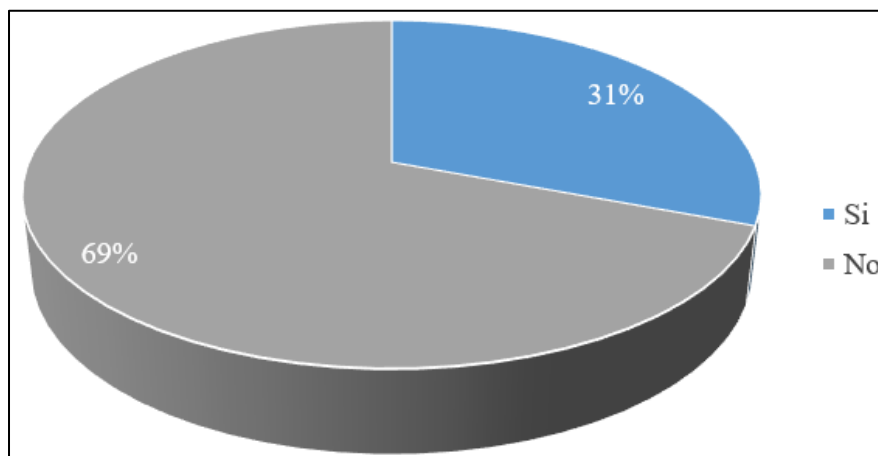
En términos de “contribuir al desarrollo social y económico de la sociedad”, las mujeres muestran en promedio una valoración más alta, el 22% de ellas, en comparación con los hombres (9%), indicando una posible percepción de mayor responsabilidad social en el cumplimiento de las OT. En contraste, la razón de “cumplir con el deber ciudadano desde una perspectiva ética” es poco significativa para los PC del género femenino, y mayor entre los hombres (21%). Por último, el objetivo de “mantener una buena reputación” por medio del cumplimiento de las OT, es la razón menos importante, con porcentajes del 6% para ambos géneros, reflejando que esta no es una motivación importante en el cumplimiento de las OT. Esto sugiere que la reputación puede percibirse como menos determinante en el cumplimiento tributario, especialmente en comparación con el cumplimiento legal y la evitación de sanciones.

Según estos resultados, se puede afirmar que existen ciertas diferencias de enfoque entre géneros respecto de las motivaciones para el CT. Ambos priorizan aspectos legales y sancionatorios, pero, mientras las mujeres destacan más el compromiso con el desarrollo social, los hombres consideran más importante cumplir con el deber ciudadano desde una perspectiva ética.

Pregunta 24. ¿Ha recibido sanciones por el incumplimiento de obligaciones tributarias?

Figura 20

Pequeños comerciantes que han recibido sanciones por incumplimiento de obligaciones tributarias



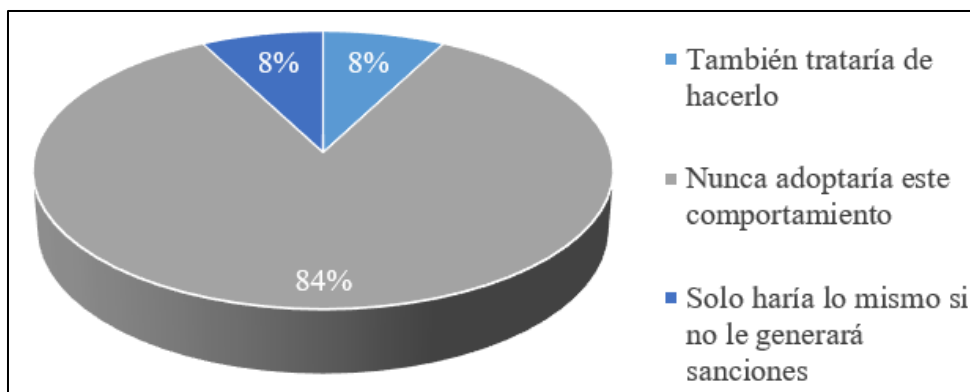
Nota. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la Figura 20, de los PC encuestados el 69% dice no haber recibido sanciones por el incumplimiento de OT, lo cual resulta positivo, puesto que este resultado puede ser un indicador que demuestra el compromiso de los encuestados por cumplir con sus OT, y así evitar sanciones que afecten el factor económico de sus negocios. Por otro lado, el 31% de los encuestados si ha recibido sanciones por el incumplimiento de estas obligaciones, dejando claro que, si bien es un porcentaje menor en relación con el otro, es importante identificar y analizar los motivos por los cuales este grupo de comerciantes se han visto afectados con sanciones. Además, se deben fortalecer las campañas de concientización sobre las consecuencias económicas de las sanciones, no solo a nivel individual, sino también en términos de la sostenibilidad y crecimiento de sus negocios en el largo plazo.

Pregunta 25. Si observa que en su entorno hay incumplimiento de obligaciones tributarias, usted

Figura 21

Posición de los pequeños comerciantes frente al incumplimiento de obligaciones tributarias



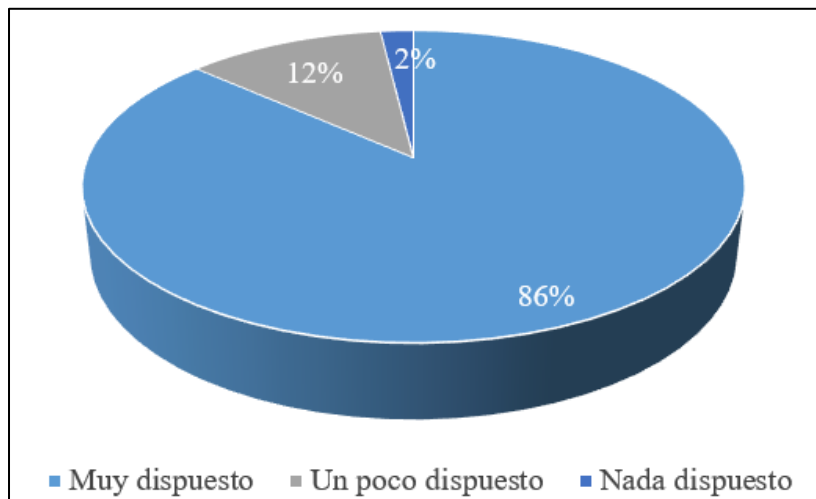
Nota. Fuente: elaboración propia.

La Figura 21 muestra que en una situación en la que los comerciantes observen incumplimientos de OT, el 84% (44 comerciantes) de ellos no adoptarían ese mismo comportamiento. Es pertinente resaltar que este es un indicador muy dicente del comportamiento ético que tienen los comerciantes del sector por no querer acogerse a prácticas indebidas, dejando una posición clara frente al incumplimiento de OT; sin embargo hay 4 comerciantes (8%) que estaría dispuesto a hacerlo también y otros 4 PC (8%) manifiestan hacerlo solo si supieran que esto no generaría sanción, aunque es un porcentaje mucho menor, esto puede indicar la importancia que le refleja a los comerciantes la imposición de sanciones por el incumplimiento de sus obligaciones.

Pregunta 26. Si observa que el gobierno nacional hace una mayor inversión en el sistema de salud, las vías, la seguridad, la educación, entre otros; ¿estaría más dispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias?

Figura 22

Disposición al cumplimiento de obligaciones tributarias por parte de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 22, se observa que los comerciantes manifiestan su disposición por cumplir con sus obligaciones si el gobierno nacional realiza una mayor inversión en los sectores que mejoran la calidad de vida de los ciudadanos, el 86% de los encuestados afirma estar “muy dispuesto” a cumplir con sus OT y un 12% manifiesta estar “un poco dispuesto”. Los resultados anteriores, reflejan el aumento del interés de los PC por observar una mejor asignación de los recursos del país, de manera que la calidad de vida de los ciudadanos mejore, asegurando así los derechos fundamentales con los que se debe contar en una población.

De acuerdo con la teoría de la psicología tributaria, que sugiere que las personas que perciben el sistema tributario como equitativo y justo tienen una mayor inclinación por el cumplimiento de las OT, es decir, la seguridad de una gestión de los recursos y la transparencia del sistema promueve el CT voluntario de los contribuyentes. Por otro lado, el enfoque sociológico se enfoca en comprender la cultura tributaria desde una

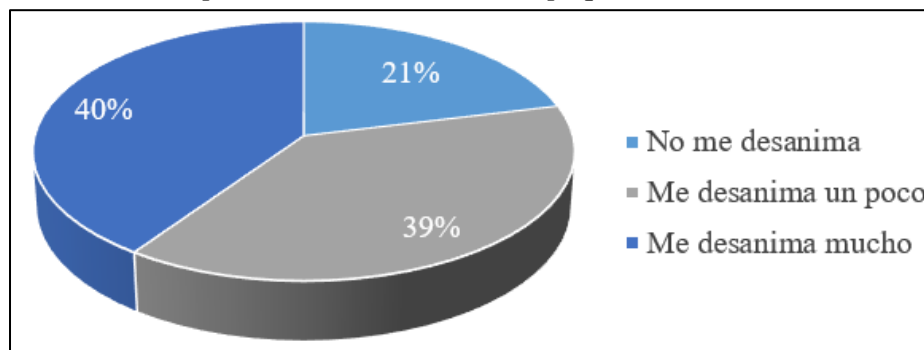
perspectiva más amplia, así pues, la actitud que toman los contribuyentes frente al CT tiene que ver con las normas y valores que se instauran dentro de una sociedad, de manera que no es una cuestión meramente individual para cada persona, sino que, la efectividad del recaudo tributario también se verá influenciado por los comportamientos que una comunidad determine como éticos y transparentes entorno al ámbito tributario.

Los resultados de la Figura 22, refleja lo que anteriormente se ha mencionado acerca del CT de los contribuyentes, tal como se observa, 45 de las personas encuestadas se sentirían muy dispuestos de cumplir con sus OT si el gobierno nacional realiza una mayor inversión en el sistema de salud, educación, vías y otros. Por lo tanto, esto indica que la buena gestión de los recursos es un incentivo para el CT de la comunidad, dado que al garantizar que los impuestos que se pagan se utilizan de manera adecuada, se entiende que la responsabilidad de cumplir con las OT tiene un objetivo importante para el desarrollo y crecimiento del país.

Pregunta 27. Si observa que personas con mayor capacidad económica pagan menos impuestos que usted, ¿qué tanto lo desanima de cumplir con sus obligaciones tributarias?

Figura 23

Desanimo en el cumplimiento tributario de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

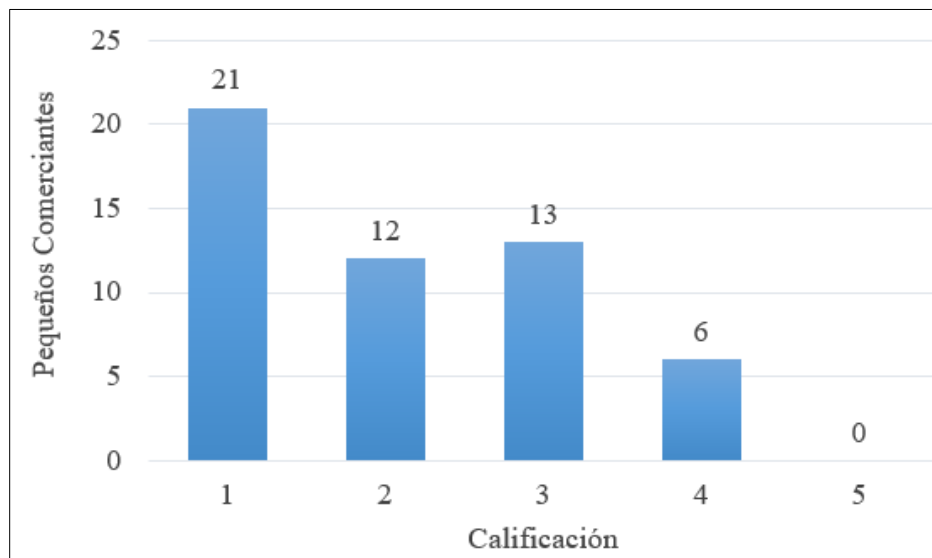
De acuerdo con la Figura 23, un 40% (21) de los PC encuestados se sentiría muy desanimado si observa que las personas que tienen una mayor capacidad económica están pagando menos impuestos, seguidamente, 20 PC, es decir el 39% dice desanimarse un poco si esto sucede y 11 de ellos (21%) no lo desanima esta posible situación. Con lo anterior, es importante resaltar que la mayor parte de los comerciantes encuestados siente un desincentivo al saber que existe una inequidad en temas tributarios, es decir, que la carga fiscal está concentrada en quienes tienen una menor capacidad económica.

Teniendo en cuenta lo que sugiere la teoría de la psicología tributaria sobre la influencia que tiene la percepción del sistema tributario en los individuos para el correcto cumplimiento, los resultados obtenidos que se observan en la Figura 23 indican que a los pequeños comerciantes del centro de Cali les desanima el hecho de que quienes tienen una mayor capacidad económica paguen menos impuestos, de manera que, se corrobora lo que anteriormente mencionado, ya que, se demuestra que cuando las personas no perciben el sistema tributario como justo y equitativo no hay una mayor motivación para cumplir con las OT lo que podría afectar la efectiva recaudación por parte de la administración tributaria.

Pregunta 28. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la gestión por parte del gobierno de los impuestos que paga? Donde 1 estrella es muy mala y 5 estrellas muy buena.

Figura 24

Percepción sobre la gestión del gobierno de los impuestos que pagan los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

Según los resultados presentados en la Figura 24, los comerciantes encuestados del centro de Cali califican la gestión del gobierno como muy mala, siendo esta la categoría con mayor número de respuestas (21). Este resultado es preocupante, ya que revela una percepción negativa sobre la administración de los recursos recaudados a través de los impuestos. Este malestar entre los comerciantes puede tener un impacto significativo, no solo en la imagen del gobierno, sino también en la relación de confianza entre el Estado y este sector económico que contribuye activamente a la dinamización de la economía municipal y nacional.

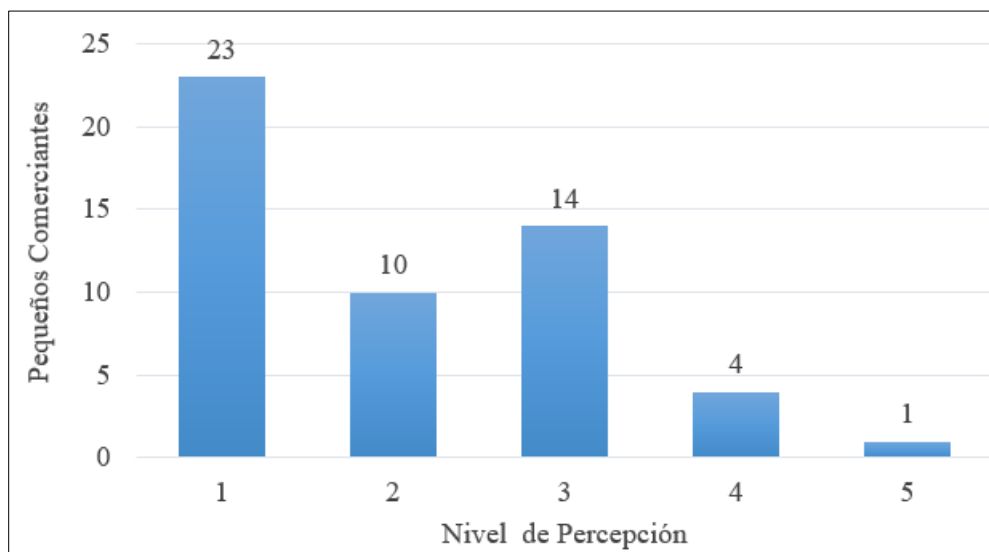
El hecho de que un grupo considerable de comerciantes perciba una mala gestión gubernamental podría generar desmotivación o resistencia para cumplir con sus OT. De acuerdo con la teoría de los *stakeholders*, los contribuyentes, como actores clave en el sistema fiscal, esperan que sus aportaciones se traduzcan en beneficios tangibles para la comunidad, tales como mejores servicios públicos, infraestructura y apoyo al sector comercial. Cuando no se percibe una gestión eficiente o justa de los recursos, los comerciantes pueden sentir que sus esfuerzos para cumplir con las OT no son

correspondidos de manera adecuada, lo que podría llevar a una disminución de la moral fiscal y, en consecuencia, a una menor disposición a cumplir con los pagos de impuestos.

Pregunta 29. En una escala del 1 al 5. ¿Cómo percibe la transparencia del sistema tributario en Colombia? Donde 1 es muy malo y 5 muy bueno.

Figura 25

Percepción sobre la transparencia del sistema tributario en los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la transparencia del sistema tributario, como se puede observar en la Figura 25, de los PC encuestados del centro de Cali, 23 la califican como muy malo. Este es un dato relevante y preocupante dado que refleja la poca confianza que hay hacia el sistema tributario en Colombia, lo cual no resulta ser beneficioso, ya que, al tener dicha perspectiva del sistema tributario del país se puede incentivar al incumplimiento de las OT, dado el nivel de confianza tan bajo que hay al no ver un resultado adecuado al pago de los impuestos que realizan los encuestados. De manera similar, 10 comerciantes le asignan un 2 “malo” a la transparencia, lo cual sigue indicando una percepción

desfavorable. Esto significa que, en total, 33 comerciantes (más de la mitad de los encuestados) tienen una opinión negativa de la transparencia del sistema tributario.

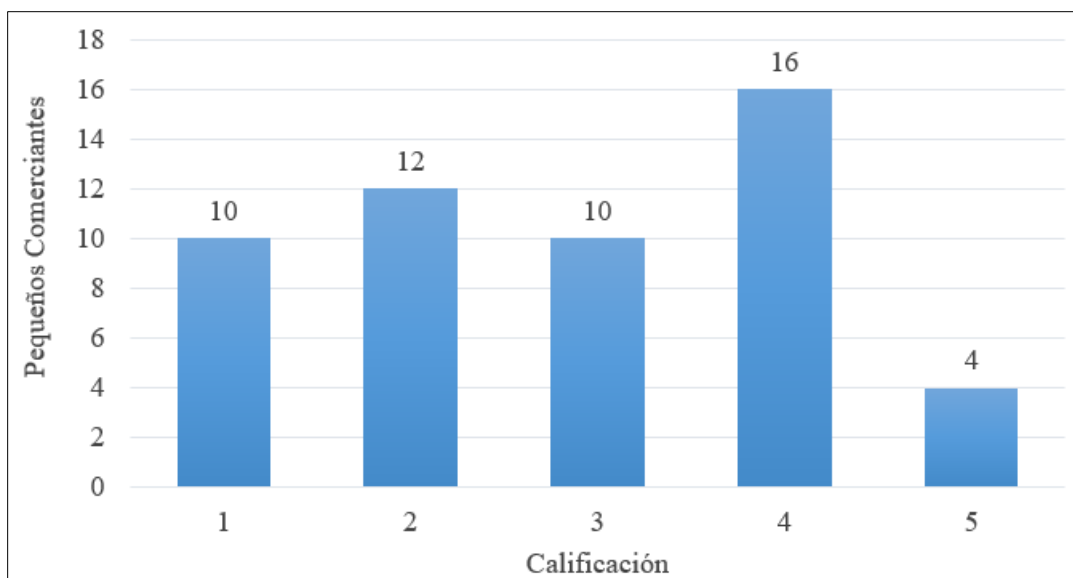
En contraste, 14 comerciantes califican el sistema con un 3, reflejando una percepción neutral o moderada, sin inclinarse ni por una visión completamente negativa ni positiva. Por otro lado, un número reducido de comerciantes tiene una percepción más positiva del sistema tributario. Solo 4 comerciantes lo evalúan con un 4 “bueno”, y apenas 1 comerciante considera que la transparencia es “muy buena”, calificándola con un 5. Esto pone en evidencia que la confianza en el sistema tributario es limitada entre los pequeños comerciantes del centro de Cali y esto, debilita el compromiso fiscal de los contribuyentes.

Este panorama puede estar relacionado con la falta de acceso a información clara y detallada sobre la gestión fiscal en el país. Como señala Dejusticia (2022) en Colombia no se dispone de información desagregada y confiable sobre quiénes pagan impuestos, la tasa efectiva de tributación, o la participación tributaria por sectores, regiones y edades, entre otros. La falta de transparencia en estos datos impide que los ciudadanos comprendan completamente cómo se administran los recursos fiscales y qué beneficios obtienen a cambio de sus contribuciones. La disponibilidad de esta información de manera pública podría ser una herramienta poderosa para fomentar una mayor conciencia sobre el papel de los tributos en el desarrollo del país, lo cual podría contribuir a fortalecer la percepción de transparencia y, en última instancia, mejorar el CT entre los PC y otros sectores de la sociedad.

Pregunta 30. ¿Cómo calificaría su experiencia con las autoridades fiscales? Donde 1 estrella, es muy mala y 5 estrellas, muy buena.

Figura 26

Calificación experiencia con las autoridades fiscales de los pequeños comerciantes



Nota. Fuente: elaboración propia.

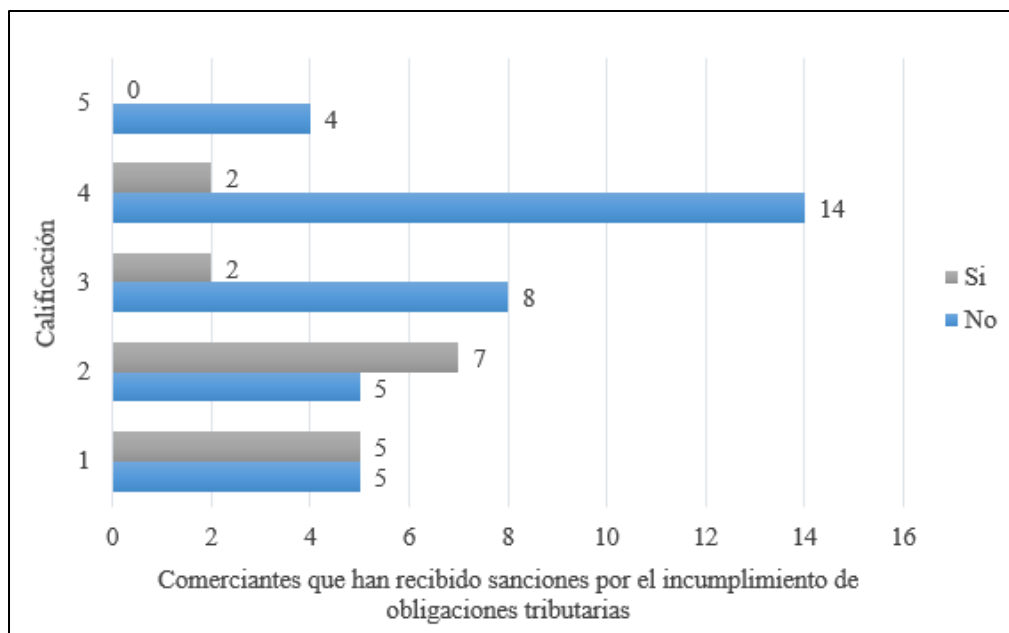
La Figura 26 presenta que una mayoría significativa de los comerciantes tuvo una experiencia positiva. Puesto que 16 comerciantes, dio una calificación de 4 “buena”, lo que sugiere una valoración favorable de las interacciones con las autoridades fiscales y 4 comerciantes otorgaron la máxima calificación de 5 “muy buena”, reflejando una experiencia muy positiva. Lo cual, es un factor importante debido a que el resultado refleja la buena imagen que tienen los PC del centro de Cali hacia estas autoridades fiscales. Esta buena percepción podría contribuir al cumplimiento y a una relación más amigable entre los contribuyentes y las administraciones tributarias.

Sin embargo, 10 comerciantes calificaron su experiencia con un 1 “muy mala”, lo que representa una percepción negativa de las autoridades fiscales. Otros 12 comerciantes otorgaron una calificación de 2 “mala”, indicando que también existe una parte importante que considera que su experiencia es insatisfactoria. Además, 10 PC optaron por la calificación de 3, que puede interpretarse como una experiencia neutral. Esta

distribución refleja un rango diverso de opiniones, donde una parte se inclina hacia una percepción positiva y la otra hacia una negativa.

Figura 27

Calificación experiencia con las autoridades fiscales según si ha recibido sanciones por el incumplimiento de obligaciones tributarias



Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 27 se observa la calificación de la experiencia con las autoridades fiscales entre comerciantes que han recibido o no sanciones. Un 42% de los encuestados que no han sido sancionados califican su relación con las autoridades fiscales de forma positiva, predominando la opción 4, seleccionada por 14 personas. Este resultado sugiere que los comerciantes que cumplen con sus obligaciones fiscales tienden a ver su experiencia con las autoridades de manera favorable, lo que podría estar vinculado a una percepción de trato justo y apoyo en el cumplimiento tributario.

Por otro lado, los comerciantes que sí han sido sancionados por el incumplimiento de OT, muestran una percepción menos favorable. Este grupo concentra sus respuestas en

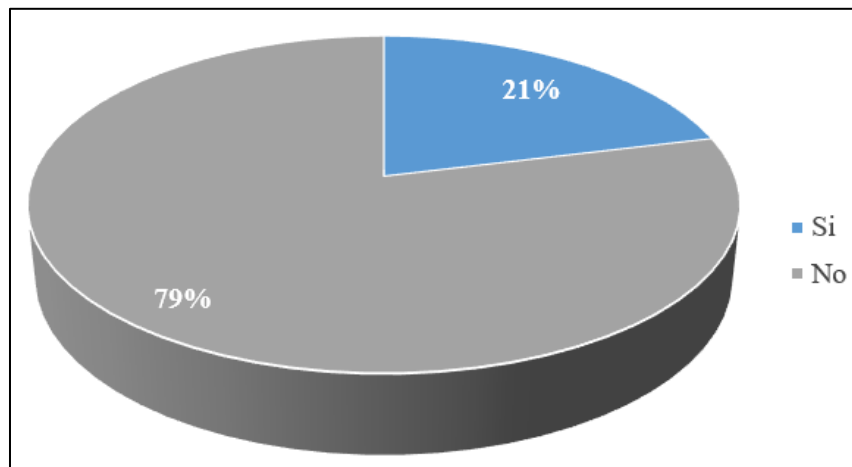
las calificaciones 2, reflejando una experiencia más negativa con las autoridades fiscales, posiblemente debido a la percepción de que el sistema de sanciones es complejo o excesivamente punitivo. Esto podría disminuir su motivación para cumplir de manera voluntaria con las OT, afectando negativamente su percepción del sistema.

Estos resultados resaltan la importancia de fortalecer la relación entre las autoridades fiscales y los pequeños comerciantes, especialmente mediante un enfoque preventivo y educativo que permita a los contribuyentes entender mejor sus obligaciones y evitar sanciones. Además, un sistema de sanciones justo y comprensible podría fomentar una relación más positiva, aumentando así la satisfacción y el cumplimiento fiscal en este sector clave de la economía local. Desde la perspectiva de la teoría de los *stakeholders*, la satisfacción de los comerciantes como contribuyentes influye en su compromiso y cumplimiento fiscal. Una percepción negativa, derivada de experiencias con sanciones, puede reducir la motivación de estos comerciantes para cumplir voluntariamente con sus OT, lo que podría llevar a un mayor incumplimiento.

Pregunta 31. ¿Alguna vez ha tenido problemas con las autoridades fiscales?

Figura 28

Pequeños comerciantes que han tenido problemas con las autoridades fiscales



Nota. Fuente: elaboración propia.

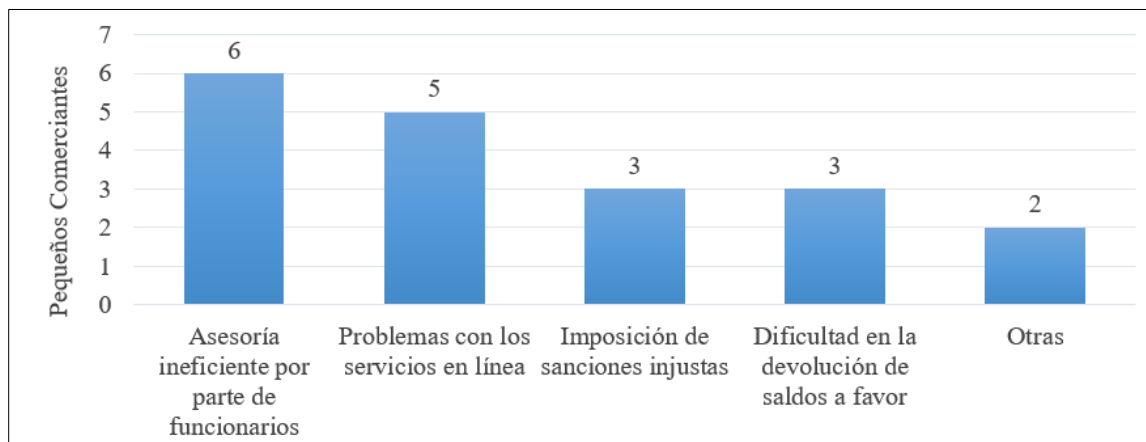
En la Figura 28, el 79% (41) de los PC del centro de Cali que fueron encuestados indican no haber tenido problemas con las autoridades fiscales, siendo este un factor positivo, dado que, demuestra el trabajo eficaz por parte de estos para cumplir adecuadamente con su trabajo de seguimiento y recaudación de impuestos. De manera que el contribuyente no se sienta afectado por el mismo, es decir, que quienes cumplen con sus respectivas OT, lo hacen sin tener algún inconveniente con los entes encargados.

Solamente 11 (21%) de los encuestados manifiestan que, aunque los problemas no son tan comunes, existe una fracción significativa de comerciantes que ha tenido conflictos o inconvenientes en sus interacciones fiscales. La combinación de estos datos sugiere que, en general, la relación entre los PC y las autoridades fiscales es mayormente estable y sin grandes contratiempos, aunque es importante considerar a aquellos que sí han reportado problemas para entender mejor las causas y buscar soluciones que puedan mejorar la experiencia para todos.

Pregunta 32. Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, selecciona la opción que mejor describa su situación con las autoridades fiscales.

Figura 29

Problemas que han tenido los pequeños comerciantes del centro de Cali con autoridades fiscales



Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 29 se puede apreciar las situaciones específicas que los PC del centro de Cali han enfrentado con las autoridades fiscales. De los 11 PC que respondieron afirmativamente a la pregunta anterior, la mayoría de ellos (6) señalaron que su principal problema ha sido la asesoría ineficiente por parte de los funcionarios. En segundo lugar, los otros 5 comerciantes, manifestaron haber tenido problemas con los servicios en línea, refiriéndose a dificultades técnicas o de accesibilidad en las plataformas digitales utilizadas para trámites fiscales.

Ejemplos de estos inconvenientes se han reportado en diferentes ocasiones, como el comunicado de la DIAN en agosto de 2024, donde se declaró la no disponibilidad de servicios por problemas en la firma y presentación de declaraciones justo cuando iniciaban los vencimientos de renta para personas naturales y de retención en la fuente. De igual forma, en abril de 2023, el Departamento Administrativo de Hacienda de Cali también enfrentó problemas con la plataforma tecnológica para la declaración del ICA, lo

que llevó a declarar contingencia debido a que estos inconvenientes técnicos impidieron cumplir con los plazos establecidos para los contribuyentes.

Por su parte, en menor proporción, 3 comerciantes señalaron haber sido objeto de la imposición de sanciones injustas, así como 3 enfrentaron dificultades en la devolución de saldos a favor. Finalmente, 2 comerciantes seleccionaron la opción "Otras", lo cual sugiere que algunos problemas no se encuadran en las categorías propuestas, lo que podría requerir un análisis más detallado. Estos resultados reflejan la diversidad de problemas que enfrentan los comerciantes, con un énfasis particular en la falta de asesoría adecuada y los problemas técnicos. Abordar estos aspectos es clave para mejorar la gestión tributaria y asegurar que los PC puedan cumplir con sus OT de manera eficiente y sin contratiempos.

10. Conclusiones y recomendaciones

El objetivo general de esta investigación era analizar los principales factores que inciden en el CT de los PC del Centro de Santiago de Cali. Para lograrlo se plantearon tres objetivos específicos.

El primero de ellos era identificar los principales factores sociodemográficos que afectan a los PC del centro para cumplir con sus OT. En relación con este objetivo se pudo concluir que:

1. En el rango de edad de los PC del centro de Cali encuestados predomina la de los adultos mayores a los 50 años, seguidamente los que se encuentran entre los 41 a 50 años con un 31% del total, teniendo en cuenta el análisis realizado, se concluye que el cumplimiento tributario de los PC se ve influenciado por el rango de edad, es decir, una edad más avanzada aumenta el grado de conciencia tributaria y por ende hay un mayor nivel de responsabilidad para cumplir con las OT. Sumado a lo anterior, de estos se evidencia que un grupo considerable se encuentran casados (48%) y seguidamente el 38% dice estar soltero, así pues, los casados y/o en relaciones estables representan una mejor estabilidad financiera y responsabilidad familiar, lo cual, indica una mayor disposición para cumplir con las OT.
2. El nivel educativo es un factor sociodemográfico relevante. La mayoría de los comerciantes encuestados (48%) presentan educación universitaria, mientras que el 21% cuenta con formación técnica o tecnológica. Niveles que contribuyen significativamente en la comprensión de las normativas fiscales y una adecuada planificación financiera, brindando a los PC mejores

herramientas para enfrentar y cumplir con las obligaciones del sistema tributario. Mientras que los PC cuyo nivel educativo más alto es la secundaria (21%) o primaria (2%), representan un grupo con mayores dificultades para acceder al conocimiento necesario sobre temas tributarios y adaptarse a las exigencias legales, lo que incrementa el riesgo de incumplimientos o complicaciones en la gestión de sus responsabilidades.

El segundo objetivo específico consistía en investigar el nivel de conocimiento y formación de los PC del centro frente al cumplimiento de sus responsabilidades tributarias. Los resultados del trabajo conducen a las siguientes conclusiones para este objetivo:

3. De los PC del centro de Cali que se encuestaron, un 90% dice estar registrado como contribuyente, el resultado hace constar que la población encuestada es consciente de la formalización empresarial y por ende busca cumplir con los requerimientos necesarios para esto. Así las cosas, los comerciantes cumplen con sus OT de las cuales son responsables, de acuerdo con los resultados de la encuesta realizada, los impuestos nacionales y municipales de los que son responsables los pequeños comerciantes son el impuesto sobre la renta (41 comerciantes), impuesto al valor agregado (47 comerciantes) y el impuesto de industria y comercio (47 comerciantes) siendo estos los más frecuentes en el sector.
4. Este estudio, ha permitido identificar que los PC del centro de Santiago de Cali enfrentan múltiples obstáculos para cumplir con sus OT. Los principales

factores que inciden en el incumplimiento están relacionados con una falta de asesoría adecuada, el desconocimiento de las normativas fiscales y la percepción negativa que tienen respecto al sistema tributario colombiano. Los resultados muestran que, aunque algunos comerciantes tienen una conciencia básica sobre sus responsabilidades fiscales, la falta de capacitación y los problemas en los canales de atención han generado una brecha significativa en el conocimiento y en la práctica del cumplimiento tributario.

En cuanto al tercer objetivo específico que buscaba examinar como influye la percepción del sistema tributario de los PC del centro en el cumplimiento de las OT, se concluye que:

5. Los comerciantes perciben inequidad y poca transparencia en el uso de los recursos públicos, lo cual desalienta su disposición al CT. La alta carga administrativa y la complejidad del sistema tributario se perciben como barreras adicionales que desalientan el cumplimiento y promueven prácticas incorrectas, afectando tanto a los comerciantes como al sistema económico de la ciudad. El impacto de estos factores resalta la necesidad de desarrollar estrategias orientadas a reducir estos obstáculos.
6. Los resultados sugieren que, para avanzar en el cumplimiento tributario en este sector, es esencial no solo una simplificación de los procedimientos y una mayor transparencia en la gestión de los recursos, sino también un acompañamiento constante que fomente una relación más cercana y de confianza entre los comerciantes y las autoridades tributarias.

Como parte del ejercicio de reflexión en esta investigación, se proponen las siguientes recomendaciones:

1. Es necesario implementar programas de educación tributaria específicamente dirigidos a los PC, que aborden desde una perspectiva práctica sus obligaciones y derechos tributarios. Esto debe incluir talleres y capacitaciones frecuentes en el centro de Cali, facilitadas por entidades como la DIAN y la ADSC, y con el apoyo activo de instituciones de educación superior, cuyo rol en la formación tributaria sería clave, puesto que permitiría aprovechar sus recursos académicos y experiencia en educación, para mejorar el conocimiento y CT en este sector.
2. El Estado debería trabajar en la simplificación de los trámites y la reducción de la carga administrativa para los PC. Un sistema tributario accesible y eficiente podría reducir las barreras actuales y promover el cumplimiento voluntario entre los comerciantes del centro de Cali.
3. Es necesario que se implementen a nivel nacional, mecanismos de transparencia y rendición de cuentas sobre el uso de los ingresos tributarios. Esto ayudaría a mejorar la percepción pública sobre la utilidad de los impuestos y fomentaría una mayor disposición para el cumplimiento tributario entre los contribuyentes.
4. Implementación de programas personalizados que le permitan al PC acceder a sus deberes tributarios y la forma de cumplirlos efectivamente. que permita a los PC acceder a orientación sobre sus deberes tributarios y la manera de cumplir con ellos de forma efectiva. Esto podría incluir asesoría directa o

canales en línea que respondan a consultas y se orienten en tiempo real, ayudando a resolver problemas comunes que afectan el cumplimiento.

Limitaciones

Durante el desarrollo de este trabajo de grado se presentaron algunas limitaciones. Por un lado, fue complejo conseguir que las personas respondieran las encuestas. Se empleó la base de datos proporcionada por la CCC, y se solicitó a los comerciantes del sector la respuesta a través de la dirección de correo electrónico, pero pocos respondieron. Además, algunas direcciones de correo electrónico ya no se encontraban en funcionamiento o parecen estar mal registradas o sin actualizar en la base de datos. Por lo que, fue necesario desplazarse de manera presencial al centro de la ciudad para encuestar a los PC que contaban en la cámara de comercio con la dirección registrada.

Cabe resaltar que, pese a que la mayoría de la recolección de las encuestas se hizo de manera presencial, algunos de los PC del sector optaron por no responder, lo que dificultó más obtener la cantidad de respuestas necesarias para alcanzar la muestra. Así mismo, es importante señalar que los resultados de este estudio no deben considerarse concluyentes para la población de comerciantes de otras zonas de la ciudad o de otras ciudades, ya que los factores y condiciones locales pueden variar considerablemente. Por tanto, se recomienda cautela al generalizar estos hallazgos a contextos diferentes del análisis en esta investigación.

Futuras líneas de investigación

A partir de los hallazgos de este trabajo, se proponen las siguientes líneas de investigación para ampliar y profundizar el conocimiento sobre el tema:

1. Efectividad de los incentivos tributarios para el CT y la formalización.
Evaluar el impacto de los incentivos tributarios frente al CT del sector comercial de la ciudad y determinar si existen barreras adicionales que limitan la efectividad de estos incentivos.
2. Análisis comparativo por zonas geográficas. Analizar el sector comercial en varias zonas de la ciudad de Cali, con el fin de determinar si el contexto geográfico influye en las dinámicas empresariales, el CT y la relación de estos con el sistema tributario.
3. Percepción del sistema tributario y su efecto en la formalización. Observar cómo las percepciones de los comerciantes sobre el sistema tributario afectan su disposición a formalizar sus negocios, explorando factores como la complejidad del sistema, la transparencia, y el retorno percibido de los impuestos.
4. Replicación del estudio en otras ciudades. Analizar los factores que inciden en el CT en otras ciudades del país, para identificar patrones comunes y diferencias en las dinámicas de CT, formalización del comercio, considerando factores locales, políticas de incentivo y la cultura tributaria de cada ciudad. .
5. Ampliación del tipo de contribuyentes analizados. Ampliar el análisis para incluir otros tipos de contribuyentes, tales como microempresarios, emprendedores y prestadores de servicios, con el fin de evaluar si existen diferencias significativas en los factores que inciden el CT y sus barreras.

11. Referencias

Acuerdo No. 0321 de 2011. (2011, 30 de diciembre). Concejo Distrital de Santiago de Cali.

https://servicios.cali.gov.co:9090/FormulariosAD/documents/Acuerdo_321_2011.pdf

Acuerdo 0541 de 2022. (29 de septiembre). Concejo Distrital de Santiago de Cali.

<https://www.concejodecali.gov.co/descargar.php?idFile=23785>

Alcaldía de Santiago de Cali. (2022). *Boletín #10 Informalidad Laboral*.

<https://www.cali.gov.co/desarrolloeconomico/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=descargar&idFile=81056#:~:text=La%20gr%C3%A1fica%20anterior%20muestra%20la,que%20ciudades%20c%C3%B3mo%20C%C3%BAcuta%2067%25.>

Alcaldía de Santiago de Cali. (2021). *Cultura Tributaria*.

https://www.cali.gov.co/hacienda/publicaciones/27303/programa_de_cultura_tributaria/

Alcaldía de Santiago de Cali. (2015). *Economía de Cali*.

https://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/106110/economia_de_cali/

Allingham, M. G., y Sadmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis.

Journal of Public Economics, 1(3-4), 323-338. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(72\)90010-2](https://doi.org/10.1016/0047-2727(72)90010-2)

Alvarez Gonzalez, K. y Montero Ballen, P. (2023). *La Administración Tributaria en*

Colombia y su Papel en el Cumplimiento del Recaudo del Impuesto. [Trabajo de

investigación aplicada, Universidad libre de Colombia] Repositorio Institucional.

<https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/25546>

Arroyo Reina, J. H. (2014). Historia de las prácticas empresariales en el Valle del Cauca Cali 1900-1940. Programa Editorial.

<https://books.google.com.co/books?id=GDTZxZLUKY0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Azar, K., Gerstenblüth, M. y Rossi, M. (2010). Moral fiscal en el Cono Sur. *Revista Desarrollo y Sociedad*, 1(65), 43-69. <https://doi.org/10.13043/dys.65.2>

Barberan Zambrano, N., Bastidas, T., Santillan, R., Manosalvas, C. y Peña, M. (2020). Factores que inciden en la intención del cumplimiento tributario de las microempresas. *Revisita Espacios*, 41(8), 19-30.

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n08/a20v41n08p19.pdf>

Bustamante Ruiz, A, Quintero, A y Preciado, S. (2020). *Programa de Difusión de Cultura Tributaria en Colombia* [Proyecto de grado, Universidad de Antioquia] Repositorio Institucional.

<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/18458>

Cabrera Riaño, J. (2015). *El espacio público como elemento articulador y generador de tejido social en el centro de Santiago de Cali (barrios: San Pascual, San Juan Bosco, Sucre, Guayaquil y Junin)* [Trabajo de Investigación, Pontificia Universidad Javeriana Cali]. Repositorio Institucional.

<http://hdl.handle.net/10554/18321>

Cámara de Comercio de Cali. (2024). *Estudio económico cámara de comercio de cali 2023*.

https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2024/01/ESTUDIO_ECONOMICO_ANUAL_CCC_-2024.pdf

Cámara de Comercio de Cali. (2024). Visor interactivo registro empresarial.

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNjI5OGRjNDYtMDYyZC00MjZmLWI5ODMtNmUzMzU1ZjdkMWEzIiwidCI6ImVkOTE5NjViLWQ2YjQtNDVhOS1iZWQ1LTA2M2VmNDc2ZTE5NSIsImMiOiR9>

Chonillo Mera, M., y Salazar Cobeña, G., (2023). La cultura tributaria y su incidencia en la recaudación de tributos a la actividad económica de los contribuyentes en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Portoviejo, 2021. 593 *Digital Publisher CEIT*, 8(6), 595-611.

<https://doi.org/10.33386/593dp.2023.6.2145>

Chuenjit, P. (2014). The Culture of Taxation: Definition and Conceptual Approaches for Tax Administration. *Journal of Population and Social Studies*, 22(1), 14-34.

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jpss/article/view/102374>

Chuenjit, P. (2014). La cultura tributaria: definición y enfoques conceptuales para la administración tributaria. *Journal of Population and Social Studies*, 22(1), 14-34.

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jpss/article/view/102374>

Condori, M., Villavicencio, A. C., y Reyna, G. A. (2022). Responsabilidad social universitaria: Percepción de docentes y autoridades de universidades públicas peruanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(E-6), 314-328.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8598059>

Constitución Política de Colombia. (1991, 20 de julio). Congreso de la República. Gaceta Constitucional No. 116.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Cote, M., Rondón, X. y Quiceno, D. (2019). *Incidencias de la reforma tributaria ley 1819 de 2016 en la declaración del impuesto de renta en personas naturales.*

[Tesis, Universidad Libre de Colombia seccional Cúcuta] Repositorio

Institucional Unilibre. <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/15448>

DANE. (2024). *Mercado laboral de la Juventud, Trimestre móvil junio - agosto 2024.*

<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHMLJ-jun-ago2024.pdf>

DANE. (2024). *Conceptos estandarizados.*

<https://conceptos.dane.gov.co/conceptos/demografica>

Dávila Ladrón de Guevara, C. (1997). Los comienzos de la historia empresarial en

Colombia, 1975-1995. *América Latina en la Historia Económica.* 4(7), 73-101.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4833343>

De La Torre Fernández, I, Miguél, R y Padilla, L. (2019). *La importancia de la implementación de la cultura tributaria en Colombia* [Trabajo de Investigación, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional.

<https://hdl.handle.net/20.500.12494/16533>

Decreto 1244 de 2013. (2013, 14 de junio). Presidente de la República de Colombia.

Diario Oficial No. 48.821.

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=53491

Decreto 1625 de 2016. (2016, 11 de octubre). Presidente de la República de Colombia.

Diario Oficial No. 50023.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=83233>

Decreto 410 de 19071 (1971, 27 de marzo). Presidente de la República de Colombia.

Diario Oficial No. 33339.

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Decreto 624 de 1989 (1989, 30 de marzo). Presidente de la República de Colombia.

Diario Oficial No. 38756.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6533>

Decreto 957 de 2019. (2019, 05 de junio). Presidente de la República de Colombia.

Diario Oficial No. 50975.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=94550>

Decreto Extraordinario No. 411.020.0259 de 2015. (2015, 06 de mayo). Alcalde de

Santiago de Cali.

https://www.cali.gov.co/aplicaciones/boletin_publicaciones/imagenes_documento/s/documentoId8226.pdf

Dejusticia. (2022). *Necesitamos una reforma tributaria que promueva la transparencia.*

<https://www.dejusticia.org/necesitamos-una-reforma-tributaria-que-promueva-la-transparencia/>

Departamento Administrativo de Hacienda de Cali. (2023). *Informe de gestión de enero a diciembre de 2023.*

https://www.cali.gov.co/hacienda/publicaciones/105466/informe_gestion_subdireccion_impuestos_y_rentas/

Departamento Administrativo de Hacienda de Cali. (2023). *Resolución 0174 del 2023.*

<https://www.cali.gov.co/hacienda/publicaciones/175125/contingencia-para-los-contribuyentes-calenos/>

DIAN. (2023). La DIAN visitará 3037 establecimientos de comercio en Cali.

<https://www.cali.gov.co/general/publicaciones/180149/la-dian-visitara-3037-establecimientos-de-comercio-en-cali/>

DIAN. (2024). *Comunicado de Prensa No. 047*.

<https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-Comunicado-de-Prensa-047-2024.aspx>

DIAN. (2020). *Resolución No. 000114 del 21 de diciembre de 2020*.

<https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%20000114%20de%2021-12-2020.pdf>

Espinosa Díaz, Y., Rodríguez, G., Díaz, F. y Porras, E. (2021). Cultura tributaria como estrategia para prevenir el incumplimiento de los deberes formales del contribuyente. *Apuntes Contables*, 31, 153–171.

<https://doi.org/10.18601/16577175.n31.09>

Espinosa, A., y Sarmiento, A. (2020). Factores determinantes de la probabilidad de incumplimiento tributario en América Latina. *Revista Economía y Política*, (31), 18–35. <https://doi.org/10.25097/rep.n31.2020.02>

European Business School. (2024). *Pequeña empresa: Qué es, ventajas y desventajas*.

<https://www.ceupe.com/blog/pequena-empresa.html#:~:text=Una%20peque%C3%B1a%20empresa%20es%20una,por%20encima%20de%20las%20microempresas>

Fajardo Morán, M (2021). *Percepción de los costos de cumplimiento tributario en los comerciantes informales del Mercado Indoamericano del Distrito de Trujillo*,

2021 [Tesis, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/83581>

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman Publishing. <https://archive.org/details/strategicmanagem00free/page/n1/mode/2up>

Gobena, L., y Van Dijke, M. (2016). Power, justice, and trust: A moderated mediation analysis of tax compliance among Ethiopian business owners. *Journal of Economic Psychology*, 52, 24–37.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167487015001397>

Gobena, L., y Van Dijke, M. (2016). Poder, justicia y confianza: un análisis de mediación moderada sobre el cumplimiento tributario entre los empresarios etíopes. *Journal of Economic Psychology*, 52, 24–37.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167487015001397>

Gómez Manzano, M. (2020). *Análisis de la importancia de la cultura tributaria en Colombia*. [Proyecto de grado, Fundación Universitaria de Popayán]. Archivo digital. <https://fupvirtual.edu.co/repositorio/s/repositorio/item/13459>

Hernández, P., De La Cruz, V., Campo, A., y Castillo, J. (2021). Los trabajadores informales, riesgo ergonómico en trabajadores informales de la zona céntrica de la ciudad de Cali, Valle. *Movimiento Científico*, 15(1), 10-17.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8301862>

Hofmann, E., Gangl, K., Kirchler, E., y Stark, J. (2014). Enhancing Tax Compliance through Coercive and Legitimate Power of Tax Authorities by Concurrently Diminishing or Facilitating Trust in Tax Authorities. *Law & Policy*, 36(3), 290–313. <https://doi.org/10.1111/lapo.12021>

- Hofmann, E., Gangl, K., Kirchler, E., y Stark, J. (2014). Mejorar el cumplimiento fiscal mediante el poder coercitivo y legítimo de las autoridades fiscales disminuyendo o facilitando simultáneamente la confianza en ellas. *Law & Policy*, 36(3), 290–313. <https://doi.org/10.1111/lapo.12021>
- Ley 590 de 2000. (2000, 10 de julio de 2000). Congreso de la República. Diario Oficial No. 44078. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>
- Ley 1819 de 2016. (2016, 29 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 50.101. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1819_2016.html
- Ley 2010 de 2019. (2019, 27 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 51.179. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=159687>
- Ley 2277 de 2022. (2022, 13 de diciembre). Congreso de la República. Diario Oficial No. 52.247. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2277_2022.html
- López Limas, J., y Mosucha Cruz, D. (2010). *Hábitos de contacto con medios publicitarios de los pequeños comerciantes de Bogotá*. [Especialización, Universidad Jorge Tadeo Lozano]. Archivo digital. <http://hdl.handle.net/20.500.12010/25524>
- Martínez Gonzales, C. (2020). La cultura tributaria como medida para elevar los niveles de recaudación de impuestos en panamá. *Revista FAECO Sapiens*, 3(2). https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/1361
- Martínez Vázquez, J., y Sanz Arcega, E. (2020). ¿Puede el borrador mejorar el cumplimiento tributario? Los efectos del programa Renta Web desde una

perspectiva de sociología tributaria. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (172), 81-100.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7586922>

Masbernat, P. (2022). Educación fiscal y desarrollo de una ética y cumplimiento tributario. *Revista De Educación Y Derecho*, (26).

<https://doi.org/10.1344/REYD2022.26.40701>

Méndez, M., Morales, N., y Aguilera, O. (2005). Cultura Tributaria y Contribuyentes: Datos y aspectos metodológicos. *Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 15(44), 332-352.

<https://www.redalyc.org/pdf/705/70504404.pdf>

Miranda, M. (2021). Evasión fiscal en Panamá-una revisión teórica al contexto. *Revista Orbis Cognitiona*, 5(1), 89-105.

https://revistas.up.ac.pa/index.php/orbis_cognita/article/view/1987/1554

Olivares, B. D. (2021). *El reto de regular la elusión fiscal: Hacia el derecho tributario basado en la evidencia. Hacia el Derecho Tributario basado en la evidencia.*

Aranzadi. <https://www.dykinson.com/libros/el-reto-de-regular-la-elusion-tributaria/9788413914336/>

Otero, A. (2012). Cali a comienzos del siglo XXI: ¿Crisis o recuperación? En A. S. Otero (Ed), *Economía de las grandes ciudades en Colombia: seis estudios de caso* (pp. 157-220). Banco de la República de Colombia.

<https://www.banrep.gov.co/es/node/27943>

Pablen Acuña, R., Campo, A. y Romano Provenzani, F. (2014, del 21 al 24 de octubre).

La teoría de la legitimidad y su impacto en la información contable social – ambiental. *Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría*

y *Administración*.

<https://repositorios.fca.unam.mx/alfec/docs/asambleas/xiv/ponencias/2.10.pdf>

Prieto, M. J. (1995). La percepción de la relación de intercambio entre contribuyentes y gobierno, y su incidencia en la evasión fiscal. *Revista Internacional de Sociología*, (12), 145-158.

<https://www.proquest.com/openview/6f3a6dcf8fc85399a1c7957bfbbe21e5/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1817790>

Ramos, N., Chero, S., Vidaurre, W., Urbina, M. y Rosas, C. (2021). Cultura tributaria como instrumento para una efectiva recaudación de impuestos. *Ciencia y Desarrollo*, 24 (4). <http://dx.doi.org/10.21503/cyd.v24i4.2328>

Román Estrada, J. (2021). *La cultura tributaria y contributiva en El Norte del Valle del Cauca: una herramienta de la política fiscal, para fortalecer la política de bienestar social. Caso estudio, DIAN, Seccional Tuluá*. [Proyecto de grado, Universidad del Valle]. Archivo digital.

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/entities/publication/01600e5b-4c1b-4892-9832-f02f72af5598>

Villasmil Molero, M., Maza, C. A., Barros, J., y Torres, J. C. (2024). Cultura tributaria en Colombia: Un análisis del cumplimiento de obligaciones fiscales. *Revista De Ciencias Sociales*, 30, 422-436. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i.42280>

Anexos

Anexo 1. Encuesta aplicada a los pequeños comerciantes.

Encuesta aplicada a los pequeños comerciantes del Centro de Santiago de Cali

Consentimiento informado

Hola, somos Yaidys Abadía Palomeque y Katherine Cameron Rodríguez Martínez, estudiantes del Programa de Contaduría Pública en la Pontificia Universidad Javeriana Cali y estamos realizando nuestro trabajo de grado bajo la supervisión de la Doctora Liliana Heredia Rodríguez.

El objetivo de esta investigación es analizar el conocimiento, las experiencias y las prácticas tributarias de los comerciantes del centro de Santiago de Cali. Tu colaboración al completar esta encuesta es fundamental para el desarrollo de nuestro trabajo de grado. Te pedimos que respondas de manera honesta y tranquila, de modo que la información sea confiable y segura para su análisis.

Toda la información proporcionada se utilizará únicamente con fines académicos, y será tratada conforme las disposiciones constitucionales establecidas en el artículo 15 de la constitución política de Colombia y la ley 1581 de 2012. Cabe recalcar que este estudio no está asociado a ninguna entidad gubernamental o comercial. Además, los datos recopilados serán analizados de forma anónima y agregada. Ninguna información personal o identificable será divulgada en los resultados del estudio ni compartida con terceros.

Al aceptar realizar este cuestionario, certificas que has sido informado(a) de manera clara y veraz sobre la investigación y sus objetivos. Tu participación en esta encuesta es completamente voluntaria. Puedes optar por no responder a cualquiera de las

preguntas y, en cualquier momento, tienes la libertad de dejar de participar sin que esto implique ninguna consecuencia negativa. Por lo tanto, afirmas que actúas de manera consciente, libre y voluntaria como participante en esta investigación. Asimismo, se te ha informado que tu participación es gratuita y que no recibirás ninguna remuneración por participar.

Agradecemos sinceramente su tiempo y disposición para colaborar en esta investigación. Su opinión y experiencia son fundamentales para el éxito de este trabajo de grado.

1. ¿Otorga su consentimiento de manera explícita para que se recolecten y procesen sus datos personales?
 - Si
 - No

Sección 1: Información personal.

2. ¿Cuál es su número de celular?

3. ¿Cuál es su rango de edad?

- Menos de 20 años
- 21 - 30 años
- 31 - 40 años
- 41 - 50 años
- Más de 50 años

4. ¿Cuál es su género?

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no responder
- Otro, ¿Cuál?: _____

5. ¿Cuál es su estado civil?
- Soltero
 - Unión libre
 - Casado
 - Prefiero no responder
6. ¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?
- Educación primaria
 - Educación secundaria
 - Educación técnica o tecnológica
 - Educación universitaria
 - Otro, ¿Cuál?: _____

Sección 2: Información del negocio

7. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor la principal actividad económica que realiza su negocio?
- Productos de uso personal
 - Productos para el hogar
 - Productos tecnológicos
 - Productos de materiales y herramientas
 - Productos alimenticios
 - Otro, ¿Cuál? _____
8. ¿Cuánto tiempo lleva operando su negocio?
- Menos de 1 año
 - 1 - 3 años
 - 4 - 6 años
 - 7 - 10 años
 - Más de 10 años
9. ¿Su negocio se encuentra registrado en la Cámara de Comercio de Cali?
- Sí
 - No

10. ¿De qué impuestos municipales es responsable su negocio? (Seleccione todas las que apliquen)

- Impuesto de industria y comercio
- Impuesto predial
- No sabe, no responde
- Otros

11. ¿Usted está registrado como contribuyente ante la administración tributaria –

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)?

- Si, estoy registrado
- No, no estoy registrado
- No estoy seguro

12. ¿De qué impuestos nacionales es responsable su negocio? (Seleccione todas las que apliquen)

- Impuesto de renta
- Impuesto al valor agregado (IVA)
- No sabe, no responde
- Otros

13. ¿Qué tipos de impuesto paga para contribuir con la financiación del Estado?

(Seleccione todas las que apliquen)

- Impuesto de renta
- Impuesto al valor agregado - IVA
- Impuesto de Industria y Comercio
- Impuesto predial
- Ninguno
- Otros, ¿Cuál?: _____

Sección 3: Conocimiento y cumplimiento tributario

14. En los últimos dos años, ¿Ha recibido alguna capacitación o formación en temas tributarios?

- Sí
- No

15. Si respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿Quién proporcionó la capacitación?

- Entidad gubernamental
- Asociación de comerciantes
- Consultoría privada
- Institución de educación superior
- Otro, ¿Cuál?: _____

16. ¿Cuáles son sus principales fuentes de información sobre sus obligaciones

tributarias? (Seleccione todas las que apliquen)

- Contador / Asesor Fiscal
- Internet
- Cursos o Talleres
- Medios de Comunicación
- Otro: ¿Cuál?: _____

17. ¿Usted sabe si la administración tributaria (DIAN) ha brindado información sobre las obligaciones tributarias para los comerciantes del sector?

- Sí, la ha brindado
- No, no la ha brindado
- No estoy seguro/a

18. Califique de 1 a 5 que tan difícil le resulta cumplir con las normas fiscales

municipales aplicables a su negocio. Siendo 1, nada difícil y 5 muy difícil.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

19. Califique de 1 a 5 que tan difícil le resulta cumplir con las normas fiscales nacionales aplicables a su negocio. Siendo 1 nada difícil y 5 muy difícil.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

20. ¿Usted realiza planeación tributaria?

- Si
- No

21. Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, ¿Cuál es el objetivo de la planeación tributaria que realiza? (Seleccione todas las que apliquen)

- Evitar sanciones
- Ahorrar dinero
- Optimizar la carga fiscal
- Mejorar la eficiencia financiera
- Otros, ¿Cuál? _____

22. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta para cumplir con sus obligaciones tributarias? (Seleccione todas las que apliquen)

- Falta de información clara
- Complejidad del sistema tributario
- Altas tasas impositivas
- Falta de tiempo
- Dificultades económicas
- Otro, ¿Cuál?: _____

Sección 4: Percepción y experiencia con el sistema tributario

23. ¿Qué tan importantes considera las siguientes razones para cumplir con sus obligaciones tributarias? Organice, deslizando las opciones de la más importante (posición #1) a la menos importante (posición #5).

- Evitar multas o sanciones _____
- Contribuir al desarrollo social y económico de la sociedad _____
- Cumplir legalmente las obligaciones tributarias _____
- Mantener una buena reputación _____

- Cumplir con el deber ciudadano desde una perspectiva ética _____

24. ¿Ha recibido sanciones por incumplimiento de obligaciones tributarias?

- Sí
- No

25. Si observa que en su entorno hay incumplimiento de obligaciones tributarias, usted:

- También trataría de hacerlo
- Nunca adoptaría este comportamiento
- Solo haría lo mismo si no le generara sanciones

26. Si observa que el gobierno nacional hace una mayor inversión en el sistema de salud, las vías, la seguridad, la educación, entre otros; ¿Estaría más dispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias?

- Muy dispuesto
- Un poco dispuesto
- Nada dispuesto

27. Si observa que personas con mayor capacidad económica pagan menos impuestos que usted, ¿Qué tanto lo desanima de cumplir con sus obligaciones tributarias?

- No me desanima
- Me desanima un poco
- Me desanima mucho

28. En una escala del 1 al 5, ¿Cómo calificaría la gestión por parte del gobierno de los impuestos que paga? Donde 1 estrella es muy mala y 5 estrellas muy buena.



29. En una escala del 1 al 5. ¿Cómo percibe la transparencia del sistema tributario en Colombia? Donde 1 es muy malo y 5 muy bueno.



30. ¿Cómo calificaría su experiencia con las autoridades fiscales? Donde 1 estrella, es muy mala y 5 estrellas, muy buena.



31. ¿Alguna vez ha tenido problemas con las autoridades fiscales?

- Sí
- No

32. Si respondió "Sí" en la pregunta anterior, selecciona la opción que mejor describa su situación con las autoridades fiscales. (Seleccione todas las que apliquen)

- Asesoría ineficiente por parte de funcionarios
- Problemas con los servicios en línea
- Imposición de sanciones injustas
- Dificultad en la devolución de saldos a favor
- Controversias jurídicas.
- Otro, ¿Cuál?: _____