



La cultura tributaria de los tenderos de Santiago de Cali, Valle del Cauca

Autora

Yuleidi Liliana Giraldo Soto

Pontificia Universidad Javeriana Cali

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Contaduría Pública

Santiago de Cali

2024



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

La cultura tributaria de los tenderos de Santiago de Cali, Valle del Cauca

Autora

Yuleidi Liliana Giraldo Soto

Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público

Directora

Liliana Heredia Rodríguez, PhD.

Pontificia Universidad Javeriana Cali

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Contaduría Pública

Santiago de Cali

2024

Santiago de Cali, Julio 12 de 2024

Doctor

Fabián Fernando Osorio Tinoco

Decano

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Pontificia Universidad Javeriana

Cali

Por medio de esta presente estoy entregando el Trabajo de Grado cuyo titulo es “La cultura tributaria de los tenderos de Santiago de Cali, Valle del Cauca”.

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

Atentamente,

Yuleidi Giraldo

Yuleidi Liliana Giraldo Soto

8956883

Santiago de Cali, mayo 15 de 2024

Doctor

Fabián Fernando Osorio Tinoco

Decano

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Pontificia Universidad Javeriana

La Ciudad

Por medio de la presente me permito comunicarle, que en mi calidad de director de trabajo de grado he leído detenidamente el informe final del estudio titulado “La cultura tributaria de los tenderos de Santiago de Cali, Valle del Cauca”, realizado por la estudiante de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Javeriana Yuleidi Liliana Giraldo Soto con código institucional 8956883, y considero que cumple con todos los requisitos requeridos para ser presentada a evaluación.

Atentamente,



Liliana Heredia Rodríguez
Tutora del Trabajo de Grado

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

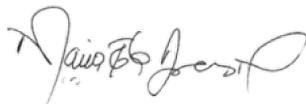
“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de Tesis. Sólo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y porque la Tesis no contenga ataques o polémicas puramente personales; antes bien, se vea en ellas al anhelo de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

“La cultura tributaria de los tenderos de Santiago de Cali, Valle del Cauca”

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



FABIÁN FERNANDO OSORIO TINOCO
Decano
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas



MARÍA FERNANDA ARENAS MÉNDEZ
Directora
Programa de Contaduría Pública



LILIANA HEREDIA RODRÍGUEZ
Directora del trabajo



MARÍA VICTORIA RODRÍGUEZ CHACÓN
Jurado

Santiago de Cali, 10 de julio del 2024

Contenido

	Pág.
Índice de acrónimos, abreviaturas y siglas	11
Introducción	12
1. Planteamiento del problema.....	15
2. Justificación y objetivos.....	18
2.1 Justificación.....	18
2.2 Objetivos	20
2.2.1 Objetivo general	20
2.2.2 Objetivos específicos	20
3. Revisión de literatura	21
4. Marcos de referencia.....	26
4.1 Marco contextual.....	26
4.2 Marco conceptual	31
4.2.1 Cultura y conciencia tributaria	31
4.2.2 Elusión y evasión fiscal	33
4.2.3 Impuestos.....	36
4.2.4 Tiendas y tenderos	38
4.3 Marco legal.....	39

	4
4.3.1 Constitución Política.....	39
4.3.2 Ley 2277 de 2022	40
4.3.3 Ley 1819 de 2016	41
4.3.4 Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016	44
4.3.5 Decreto 1468 de 2019.....	44
4.3.6 Acuerdo No. 0541 de 2022 del Consejo Distrital de Santiago de Cali	45
4.3.7 Acuerdo 0493 de 2020.....	46
5. Contexto histórico de los tenderos	47
6. Metodología	50
6.1 Tipo de estudio	50
6.2 Enfoque de investigación	50
6.3 Diseño experimental de la investigación.....	51
6.4 Fuentes y técnicas de recolección de información	51
6.5 Población y muestra	52
6.5.1 Cálculo de la muestra	53
7. Resultados	56
7.1 Análisis del perfil de los tenderos de Cali.....	56
7.1.1 Sección 1 - encuesta: perfil de los tenderos.....	57
7.2 Conocimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos	73

7.2.1 Sección 2 - encuesta: conocimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos.....	73
8. Recomendaciones para fomentar la cultura tributaria entre los tenderos de Cali	93
8.1 Sección 3 – encuesta: recomendaciones para fomentar la cultura tributaria entre los tenderos	94
8.2 Recomendaciones para fomentar la cultura tributaria.....	95
8.2.1 Educación tributaria.....	95
8.2.2 Acompañamiento por parte de las administraciones tributarias.....	97
8.2.3 Campañas de incentivos	98
8.2.4 Casos de éxito en el fomento de la cultura tributaria a nivel mundial.....	100
9. Conclusiones	103
Referencias bibliográficas.....	107
Consentimiento informado.....	125
Anexos	125

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Datos para el cálculo de la muestra</i>	54
Tabla 2 <i>Ingresos anuales promedio por estrato socioeconómico</i>	62
Tabla 3 <i>Ingresos anuales promedio de las tiendas por comuna</i>	63
Tabla 4 <i>Distribución de las tiendas por barrios</i>	70

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Género de los tenderos</i>	57
Figura 2 <i>Edad de los tenderos (en rango de años)</i>	58
Figura 3 <i>Estado civil de los tenderos</i>	59
Figura 4 <i>Grupo étnico de los tenderos</i>	60
Figura 5 <i>Ingresos anuales promedio de los tenderos</i>	61
Figura 6 <i>Nivel educativo de los tenderos</i>	64
Figura 7 <i>Estrato socioeconómico de los tenderos</i>	65
Figura 8 <i>Fuentes de ingresos/actividades secundarias</i>	66
Figura 9 <i>Ingresos adicionales a los generados por las tiendas</i>	67
Figura 10 <i>Contribución económica a el negocio/hogar por parte de otros familiares</i>	68
Figura 11 <i>Tiempo de funcionamiento de las tiendas</i>	69
Figura 12 <i>Número de empleados de la tienda (adicionales al propietario)</i>	72
Figura 13 <i>Registro de tienda en la Cámara de Comercio</i>	73
Figura 14 <i>Conocimiento de los tenderos respecto a los impuestos municipales que les corresponden</i>	75
Figura 15 <i>Impuestos municipales que pagan los tenderos</i>	76
Figura 16 <i>Tenderos con dificultades para entender o calcular los impuestos municipales</i>	77
Figura 17 <i>Conocimiento de los tenderos respecto a los impuestos nacionales que les corresponden</i>	78

Figura 18 <i>Impuestos nacionales que pagan los tenderos</i>	79
Figura 19 <i>Tenderos con dificultades para entender o calcular los impuestos nacionales</i>	80
Figura 20 <i>Tenderos con dificultades para administrar su tienda por las obligaciones tributarias</i>	81
Figura 21 <i>Tenderos con asesoramiento profesional para manejar las obligaciones tributarias</i>	82
Figura 22 <i>Razones que dificultan el pago de impuestos</i>	83
Figura 23 <i>Tenderos con información o formación sobre obligaciones tributarias</i>	84
Figura 24 <i>Fuentes de información sobre cultura tributaria</i>	85
Figura 25 <i>Nivel de utilidad de la educación tributaria</i>	87
Figura 26 <i>Percepción sobre la suficiencia del conocimiento de las obligaciones tributarias</i> ...	88
Figura 27 <i>Razones para el incumplimiento de las obligaciones tributarias</i>	89
Figura 28 <i>Experiencia de los tenderos al cumplir con las obligaciones tributarias</i>	90
Figura 29 <i>Razones para cumplir con las obligaciones tributarias</i>	91
Figura 30 <i>Disposición de los tenderos para participar en actividades sobre cultura tributaria</i>	92

Lista de Anexos

Anexo A <i>Encuesta aplicada a los tenderos</i>	125
--	-----

Resumen

Los tenderos desempeñan un papel importante en la dinámica económica de Cali; no obstante, enfrentan diversos desafíos en relación con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. De ahí, surge la necesidad de abordar estos desafíos para comprender la cultura tributaria entre los tenderos de esta localidad. Por tal razón, en esta investigación se identificaron los principales rasgos de la cultura tributaria de los tenderos de la ciudad, a partir de los cuales se formularon propuestas para fomentar el conocimiento y cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de estos comerciantes. El estudio se abordó desde un enfoque cuantitativo y la técnica de recolección de información empleada fue la encuesta estructurada, aplicada a 205 tenderos de la ciudad, con el fin de aproximarse a su perfil, su conocimiento respecto a las obligaciones tributarias que les conciernen. Entre los principales hallazgos se identificó poco conocimiento y evasión del pago de obligaciones tributarias por parte de estos comerciantes. La falta de formación en este campo, las limitaciones de tipo económico y el operar de manera informal, dificultan el desarrollo de los tramites y el pago de impuestos. Esto revela la importancia de emprender acciones para promover la cultura tributaria y adoptar las recomendaciones propuestas en este trabajo de investigación.

Palabras clave: cultura tributaria, tenderos, impuestos, desarrollo económico, educación.

La cultura tributaria de los tenderos de Cali y su contribución al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 16: Paz, justicia e instituciones sólidas

El análisis del perfil de los tenderos de Cali, en términos de sus características socioeconómicas, demográficas y educativas, permite comprender mejor su situación y diseñar políticas públicas más inclusivas y efectivas que promuevan la equidad y el desarrollo sostenible. Esta información contribuye directamente al ODS 16 al abordar la inclusión social y económica de este sector de la población.

Asimismo, el conocimiento de las obligaciones tributarias que recaen sobre los tenderos, tanto en el ámbito local como nacional, es fundamental para fortalecer las instituciones y fomentar la transparencia. Al asegurar el cumplimiento de estas obligaciones, se contribuye a un sistema fiscal más justo y equitativo, lo que a su vez fortalece el Estado de derecho y promueve la confianza en las instituciones. Todo ello está en consonancia con los principios del ODS 16.

Finalmente, las recomendaciones para fomentar la cultura tributaria entre los tenderos de Cali apuntan directamente a mejorar la eficacia de las instituciones locales y nacionales en materia de administración tributaria. Promover una cultura tributaria responsable no solo mejora el cumplimiento fiscal, sino que también fortalece la confianza en las instituciones y genera un entorno económico más estable y predecible, aspectos esenciales para el logro del ODS 16.

Índice de acrónimos, abreviaturas y siglas

CIIU: Clasificación Industrial Internacional Uniforme

DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística

DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

ICA: Impuesto de Industria y Comercio

INC: Impuesto Nacional al Consumo

IVA: Impuesto al Valor Agregado

MHCP: Ministerio de Hacienda y Crédito Público

Min Trabajo: Ministerio del Trabajo

MiPymes: Micro Pequeñas y Medianas Empresas

NAF: Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal

OECD: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

PIB: Producto Interno Bruto

RST / SIMPLE: Régimen Simple de Tributación

RUT: Registro Único Tributario

SMMLV: Salario Mínimo Mensual Legal Vigente

TIC: Tecnologías de la Información y Comunicaciones

Introducción

El financiamiento de un Estado depende de diversas fuentes que se pueden dividir en dos grandes grupos: ingresos tributarios e ingresos no tributarios. Estos ingresos representan los recursos que permiten el sustento del Estado. En este contexto, se resalta la importancia de la tributación y del sistema tributario. De acuerdo con Ludeña et al. (2019), es por medio de este sistema que se recaudan los fondos de los ciudadanos mediante los órganos del gobierno para cooperar con las cargas públicas. Es decir, la tributación comprende las normas y procedimientos para el recaudo de ingresos públicos, centrados principalmente en los impuestos, fondos con los que el Estado financia servicios de carácter público como: la educación, la salud la infraestructura, entre otros.

En Colombia existen impuestos de carácter nacional, departamental y municipal, “entre los impuestos nacionales encontramos impuesto a la renta, (IVA) y (GMF). Los impuestos departamentales se pueden ver los impuestos especiales y de registro. A nivel municipal se encuentran el Impuesto de Industria y Comercio y el Impuesto Predial” (Martínez et al., 2023, p. 2). Los impuestos nacionales permiten el financiamiento de la Nación, mientras que, los municipales y departamentales son recaudados para invertir en las localidades correspondientes.

Es importante para cada Nación que los ciudadanos cumplan con sus obligaciones tributarias, dado que, de estos ingresos depende en gran medida su funcionamiento. Sin embargo, es común que en diferentes sociedades se presente la evasión del pago de estas obligaciones, lo cual impacta de manera negativa las finanzas del país. Por tal razón, es necesario fomentar la cultura tributaria entre la población en favor de garantizar dichos ingresos.

En este sentido, el presente proyecto se centra en el contexto colombiano, específicamente en los tenderos de la ciudad de Santiago de Cali. De acuerdo con Rosas y Castro

(2016) este tipo de comerciantes son actores fundamentales en la cadena comercial local. En otras palabras, los tenderos son microempresarios que facilitan el acceso a la comunidad a los productos básicos, generan empleo y apoyan la economía local por medio de la reinversión de sus ganancias, y, contribuyen al financiamiento del Estado a través del pago de sus obligaciones tributarias.

Álvarez et al. (2018) enfatizan en la existencia de desafíos relacionados con la cultura tributaria y el cumplimiento de obligaciones fiscales. La comprensión limitada de las normativas tributarias específicas y la percepción de una carga administrativa excesiva han representado obstáculos para un cumplimiento tributario efectivo, lo que refuerza la necesidad de fomentar una cultura tributaria sólida.

Este estudio tiene como principal objetivo, identificar los principales rasgos de la cultura tributaria de los tenderos de la ciudad de Santiago de Cali, a partir de los comportamientos asociados al cumplimiento de las obligaciones tributarias. Para ello, se empleó una metodología con enfoque cuantitativo. Se recolectó la información a través de una encuesta aplicada a los tenderos de Cali que se seleccionaron como muestra para la ejecución del proyecto.

Tras el desarrollo del proyecto se identificó que una proporción importante de los tenderos encuestados no ha recibido formación respecto a las obligaciones tributarias, lo que, unido al hecho de presentar limitaciones económicas, conlleva a la dificultad para gestionar estos trámites, y en algunos casos, conduce al incumplimiento del pago de impuestos nacionales y locales. Por esto, en este trabajo se propone organizar sesiones educativas donde se integren las administraciones tributarias, las instituciones educativas y el uso de las TIC para formar e informar a los tenderos en materia tributaria. Así mismo, se recomienda la creación de incentivos

y descuentos económicos para los tenderos por su buen comportamiento con las obligaciones tributarias.

El documento está estructurado como se describe a continuación. En el capítulo 1, se aborda el problema de investigación centrado en la falta de cultura tributaria de los tenderos de Cali y el incumplimiento de sus obligaciones tributarias, lo cual impacta directamente en el desarrollo económico del país. El capítulo 2 contiene la justificación donde se destaca la pertinencia del trabajo e incluye los objetivos tanto general como específicos. En el capítulo 3 se presenta la revisión de literatura enfocada en investigaciones sobre la cultura tributaria de tenderos y comerciantes minoristas tanto a nivel nacional como internacional.

El capítulo 4 contiene los aspectos teóricos, contextuales, conceptuales y legales concernientes a este proyecto a través del marco de referencia. En el capítulo 5 se describe el contexto histórico de los tenderos, desde el origen de estos pequeños comercios en el siglo XVIII en el contexto internacional, hasta la creación y evolución de las tiendas de barrio en Colombia. El capítulo 6 está dedicado a la metodología donde se refieren las fases de la investigación, los procedimientos empleados para llevar a cabo el proyecto y se presentan la población y la muestra objeto de estudio.

En los capítulos 7 y 8 se presentan los resultados. Se describen las características socioeconómicas, demográficas y educativas de los tenderos, el conocimiento de sus obligaciones tributarias y se proponen recomendaciones específicas orientadas a mejorar su comprensión y adhesión a las normativas tributarias locales y nacionales; esto con el propósito de fomentar la cultura y el cumplimiento tributarios. Finalmente, el capítulo 9 presenta las conclusiones y las limitaciones del estudio.

1. Planteamiento del problema

La ciudad de Santiago de Cali es reconocida como una de las ciudades más importantes del país, debido a que posee una economía diversa y en constante crecimiento, en donde el comercio minorista desempeña un papel fundamental para el desarrollo económico y social de la región (Melchor y Lerma, 2016). De acuerdo con Caipe y Rojas (2020) los tenderos operan bajo una amplia variedad de negocios, desde pequeñas tiendas de abarrotes, ventas al por menor de ropa, pequeños restaurantes, entre otros; los cuales tienen impacto sobre la economía de la ciudad y sobre la construcción cultural de esta.

Es importante mencionar que el desarrollo económico y social de un país, una región o una ciudad está ligado no solo al desempeño de las empresas sino también, a la inversión estatal, la cual depende en gran medida de los recursos de los cuales dispongan los diferentes gobiernos. En este sentido, es de destacar el papel protagónico de los tributos y en especial de los impuestos, en donde para el año 2022 se tuvo un recaudo total de \$179,89 billones, reflejando un crecimiento del 28,5% en comparación con el año 2021 (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN], 2023a).

Por lo anterior, resulta valioso evaluar el estado actual de la cultura tributaria entre los tenderos de la ciudad de Cali, la cual juega un papel importante en el contexto económico y fiscal de la región (Petro y González, 2019). Así, los tenderos, como actores clave de la economía local, representan un potencial para la recaudación de impuestos y contribuciones que permitan financiar proyectos de mejora en los diferentes servicios públicos, así como en el desarrollo de la ciudad; no obstante, de acuerdo con Trujillo (2018), dentro de Cali se evidencia una ausencia de conciencia tributaria e informalidad en las prácticas tributarias de los tenderos. Cabe resaltar que, el presente estudio toma como base las apreciaciones de Trujillo (2018) para

sustentar la problemática en torno a la ausencia de cultura tributaria de los tenderos, no obstante, a partir del desarrollo de esta investigación se pretender validar dichas afirmaciones.

Según datos del Departamento Administrativo de Hacienda Municipal de Cali, los impuestos municipales y departamentales representan aproximadamente el 45% de los ingresos totales del gobierno local, alcanzando más de 3.5 billones de pesos colombianos anuales (Hernández, 2020). Por lo anterior una cultura tributaria sólida entre los tenderos resulta fundamental para asegurar la recaudación eficiente de estos ingresos, lo que, a su vez, permitiría una mayor inversión en servicios públicos esenciales como la educación, la salud y la infraestructura.

A pesar de la importancia de los impuestos para el desarrollo del Municipio de Santiago de Cali en particular y de Colombia en general. Uno de los desafíos más evidentes es el incumplimiento de las obligaciones tributarias, que de acuerdo con Cuestas y bravo (2022) se evidencia por ejemplo que muchos tenderos no registran adecuadamente sus ventas ni declaran sus ingresos de manera precisa, lo que tiene implicaciones negativas en términos de ingresos fiscales para la ciudad y, a largo plazo, puede afectar la capacidad del gobierno para financiar servicios públicos esenciales y proyectos de desarrollo (Rivera y Romero, 2023).

En relación con lo anterior, Duque (2012) afirma que un gran número de tenderos en Cali opera en la informalidad, lo que dificulta aún más el seguimiento de sus actividades económicas y la recaudación de impuestos. En la misma línea, Mora (2021) afirma que más del 60% de los negocios minoristas en la ciudad no están registrados formalmente, lo que se traduce en una pérdida sustancial de ingresos fiscales. Esto impacta negativamente en la capacidad del gobierno para financiar servicios públicos esenciales y crea una competencia desleal entre los tenderos

formales y aquellos que operan en la informalidad, generando desafíos adicionales para mejorar la cultura tributaria en Cali.

Es importante señalar que, la falta de cultura tributaria también puede conducir a la evasión fiscal, puesto que algunos tenderos pueden buscar activamente formas de reducir sus obligaciones fiscales, lo que afecta aún más los recursos disponibles para la inversión pública; que contribuyen a un ciclo de evasión fiscal que afecta negativamente a toda la sociedad. El Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Colombia advierte sobre desafíos en cuanto a la evasión de impuestos, que, según estimaciones de ese Ministerio representa alrededor del 6% del Producto Interno Bruto (PIB) del país (Avendaño y Garzón, 2023). Esta cifra pone de manifiesto la necesidad de mejorar la cultura tributaria entre los contribuyentes en general y, los tenderos en particular, dado que su compromiso con el cumplimiento de las obligaciones tributarias puede ser un factor determinante en la lucha contra la evasión y el aumento de los ingresos gubernamentales tanto a nivel local como nacional.

2. Justificación y objetivos

2.1 Justificación

Los tenderos representan un sector crucial en la economía local, contribuyendo significativamente a la generación de empleo y al abastecimiento de productos de consumo diario (Quiñones y Reina, 2018). Dada su importancia, comprender su cultura tributaria puede tener un impacto directo en la recaudación de impuestos municipales y nacionales, lo que a su vez influye en la capacidad del gobierno para financiar servicios públicos esenciales.

Pirela (2022) define la cultura tributaria como el conjunto de actitudes, percepciones y prácticas que los individuos tienen en relación con el pago de impuestos y el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Por su parte, Heredia (2022) afirma que el cumplimiento tributario es un pilar fundamental de un sistema fiscal justo y equitativo, es decir, si los tenderos no cumplen adecuadamente con sus obligaciones fiscales, se pueden generar desequilibrios en el sistema, lo que afecta negativamente a otros contribuyentes y a la capacidad del gobierno para brindar servicios de calidad. Por lo tanto, analizar la cultura tributaria de los tenderos es esencial para garantizar la equidad en el sistema fiscal y promover una distribución justa de la carga tributaria.

Por otra parte, es necesario promover la educación y la conciencia tributaria entre los tenderos, debido a que si estos actores económicos comprenden mejor sus responsabilidades en materia tributaria y los beneficios que obtienen a cambio, es más probable que cumplan voluntariamente con sus obligaciones, conllevando a una posible reducción de la evasión fiscal y, en última instancia, fortalecer la administración tributaria. Gonzáles (2019) argumenta que los tenderos, al comprender que sus contribuciones fiscales se destinan a servicios públicos esenciales como la salud, la educación y la infraestructura, pueden sentirse más motivados a

cumplir con sus obligaciones tributarias, al ver los beneficios concretos que generan para la sociedad en general; del mismo modo, Cartagena y Gómez (2020) enfatizan en que al comprender los incentivos fiscales y las ventajas de operar de manera legal, es más probable que los tenderos opten por registrar sus empresas, lo que a su vez aumenta la base tributaria y contribuye al desarrollo económico sostenible. Finalmente, es importante identificar posibles barreras o desafíos que enfrentan los tenderos en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, pues como afirman Lezama et al. (2023), esto requiere de mejoras en la legislación fiscal y en la comunicación entre las autoridades fiscales y los contribuyentes.

Así las cosas, en este estudio se analiza el perfil y contexto de los tenderos de la ciudad de Cali, lo que representa un insumo valioso para comprender la situación actual de este tipo de comerciantes a nivel social, económico, demográfico y educativo. Además, se describe el comportamiento de los tenderos en materia tributaria y el conocimiento que presentan en este campo, lo que permite evidenciar las dificultades y limitaciones por las que atraviesan estas personas al momento de realizar los trámites y pagos correspondientes a las obligaciones tributarias que les atañen.

De este modo, la información presentada en este documento sirve como base para desarrollo de estudios posteriores enfocados al fomento de la cultura tributaria entre los tenderos de la ciudad de Cali. Puesto que, al considerar las características de los tenderos descritas en este proyecto, es posible desarrollar estrategias adecuadas a las condiciones de estos comerciantes, lo que puede repercutir en una mejora de la cultura tributaria.

Por su parte, las recomendaciones propuestas en esta investigación surgen a partir de los hallazgos identificados en torno al comportamiento y conocimiento de los tenderos respecto a las obligaciones tributarias, por ende, al formular estas propuestas se tienen en cuenta las

administraciones tributarias y las instituciones educativas -que como entidades avaladas- están en la capacidad de desarrollar estrategias para formar e incentivar a los tenderos a cumplir con sus obligaciones tributarias. Por lo tanto, esta investigación representa un insumo importante para el campo académico, las administraciones tributarias, los creadores de políticas públicas y los tenderos, ya que estos últimos se verán beneficiados si se les otorga la oportunidad de formarse en cultura tributaria. En este sentido, el presente trabajo también sirve de base para replicar este tipo de estudios en otras localidades del país.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo general

Identificar los principales rasgos de la cultura tributaria de los tenderos de Santiago de Cali mediante la aplicación de una encuesta que indaga sobre su cumplimiento de las obligaciones tributarias.

2.2.2 Objetivos específicos

- Analizar el perfil de los tenderos de Cali, mediante el reconocimiento de sus características socioeconómicas, demográficas y educativas.

- Determinar el conocimiento de los tenderos respecto a las obligaciones tributarias que recaen sobre ellos en el ámbito local y nacional.

- Proponer recomendaciones que contribuyan a fomentar la cultura tributaria y por ende el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos de Cali.

3. Revisión de literatura

En la revisión de literatura inició con la búsqueda en Google académico –en octubre de 2023. En este proceso se identificó un aumento en los estudios asociados a la cultura tributaria de los tenderos en las últimas tres décadas. En principio, para el año 1993 la plataforma registraba 52 documentos relacionados con el tema, mientras que, en el año 2023 registra 1.030 publicaciones. En Colombia también se mantuvo una curva ascendente de estudios de este tipo, alcanzando los 61 documentos publicados en el año 2023. A continuación, se presentan las investigaciones más relevantes para el desarrollo de este proyecto, donde se utilizaron palabras clave para la búsqueda como: cultura tributaria, obligaciones tributarias, tenderos; las cuales fueron publicadas entre los años 2012 y 2023.

La comprensión de la cultura tributaria de los tenderos en la ciudad de Cali es tema de gran importancia para el desarrollo económico de este territorio, en donde la contribución de estos pequeños comerciantes es innegable. Los tenderos no solo desempeñan un papel fundamental en la oferta de bienes y servicios a la comunidad, sino que también representan un componente crucial de la base impositiva local. De acuerdo con Morales (2012a) su cumplimiento con las obligaciones tributarias, así como sus actitudes y percepciones hacia los impuestos, pueden influir de manera significativa en la capacidad del gobierno local para financiar servicios públicos esenciales y promover el crecimiento económico. Por ello, diferentes autores han analizado esta cultura en el mercado minorista no solo a nivel regional, sino en escalas geográficas mayores.

En primera instancia, se puede resaltar el estudio realizado por Díaz (2022) donde se parte de la hipótesis de que en la década de los 90, se pronosticó la desaparición de los tenderos por su “baja capacidad de aporte al mercado nacional”; por lo que su investigación se enfocó en

la identificación de factores determinantes para la gestión de la competitividad en el sector, mediante el uso de una metodología mixta. Para la recolección de información se aplicó un cuestionario a una muestra de tenderos representativa, el cual fue validado por expertos internacionales.

Los resultados de la investigación mostraron que los tenderos han implementado diversas estrategias para mantenerse competitivos en el mercado, incluyendo el uso de tecnología para la gestión y ventas en sus negocios, la fidelización de clientes y la adaptación a los cambios en los hábitos de consumo. También se identificaron factores como el personal ocupado, la forma de pago, sueldos, salarios, salud, pensión y gastos de arrendamiento como determinantes para la gestión de la competitividad en el sector tendero. Finalmente, se destacó la importancia de la inversión en tecnología y la adaptación a los cambios en el mercado para mantenerse competitivos en el sector tendero, siendo un factor concluyente que la entrada de nuevos competidores, como tiendas de bajo costo, representa una amenaza para los tenderos, pero, la inversión necesaria para entrar en el sector es grande, lo que representa una ventaja para los tenderos antiguos.

La investigación anterior, deja en evidencia que los tenderos en Colombia han logrado mantenerse fuertes y competitivos en el mercado a pesar de los desafíos que enfrentan; sin embargo, Cartagena y Gómez (2020) destacan que, aunque los tenderos han podido mantenerse en el tiempo y responder a las necesidades de la economía dinámica, existe entre ellos una cultura tributaria cuestionable. En su investigación analizaron la cultura tributaria de los tenderos en tres municipios de Antioquia: Envigado, Caldas y Medellín.

En su trabajo, desarrollaron una metodología cualitativa mediante una revisión documental, además de realizar un análisis cuantitativo a través de la aplicación de una encuesta

a una muestra de 29 tenderos dentro de la delimitación geográfica del estudio, lograron determinar que la ausencia de cultura tributaria en el sector tendero está asociada directamente a la falta de educación brindada por el Estado en este tema, lo que conlleva a que los tenderos consideren la tributación como una responsabilidad legal que los afecta directamente en su crecimiento económico, y no como un aspecto que fundamenta su relación con la economía y con el Estado.

En concordancia con lo anterior, Gonzáles (2019) realiza un estudio en el cual logra determinar que los niveles de recaudación de impuestos son directamente proporcionales al nivel de cultura tributaria en el mercado minorista de Pucallpa, Perú, en el periodo 2017. La metodología utilizada fue la técnica de encuesta con un cuestionario adaptado de Gonzáles y Gonzáles (citado en Gonzáles, 2019), que constaba de 40 ítems para medir la cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta. Los resultados mostraron que existe una relación directa y significativa entre la cultura tributaria y la recaudación del impuesto a la renta en los comerciantes del mercado minorista de Pucallpa. La correlación media entre ambas variables fue de 0.313, lo que sugiere que, a mayores niveles de cultura tributaria, se espera una mayor recaudación del impuesto a la renta, por lo que se debe fomentar la educación tributaria para mejorar la recaudación y el desarrollo económico.

En la investigación adelantada por De la Cruz et al. (2022), se aborda la idea de que la recaudación de impuestos en el mercado minorista está relacionada con la cultura tributaria que exista en este sector. En su estudio, evalúan la relación entre la recaudación tributaria en la Municipalidad Distrital de Olmos, en Perú, con los niveles de cultura tributaria durante el año 2021. Se realizó una investigación cuantitativa de naturaleza correlacional, basada en un enfoque no experimental, que contó con una muestra de 306 contribuyentes. Se aplicaron cuestionarios y

encuestas, y adicionalmente se elaboraron fichas de análisis documental para la evaluación de niveles de recaudación tributaria.

Los hallazgos arrojaron que, en el año 2021 la relación entre la cultura y la recaudación tributarias en la Municipalidad Distrital de Olmos se situó en un 51.3%, manteniendo un nivel de significancia inferior al 5%. Resultó relevante identificar que el 39.2% de los contribuyentes exhibieron un nivel medio de cultura tributaria, en tanto que el 41.2% presentó un nivel medio en términos de recaudación tributaria. Se pudo concluir que existe una relación directa y estadísticamente significativa entre la cultura y la recaudación tributarias; lo cual sugiere que una mejora o un incremento en la cultura tributaria podría traducirse en un aumento en la recaudación tributaria, siendo esto último acorde a lo afirmado por Cartagena y Gómez (2020) y sustentado en la fuerza de sostenibilidad del mercado minorista identificado por Díaz (2022).

Por su parte, Ordoñez y Delgado (2019) establecen que aún con la existencia de grandes regulaciones en el territorio colombiano, existen vacíos de cultura tributaria en las grandes empresas, entonces es cuestionable la esencia de exigirla dentro del mercado minorista; por lo que desarrollaron una investigación para la determinación de las causas y consecuencias de la falta de percepción de la cultura tributaria en los comerciantes de Timbío, Cauca. La metodología utilizada incluye la aplicación de encuestas para determinar el grado de conocimiento de las personas en materia tributaria, así como la realización de capacitaciones orientadas a la creación de conciencia tributaria. También se diseñaron estrategias para motivar a la ciudadanía y comprender la importancia de la cultura tributaria para el desarrollo económico, social y cultural del país.

Los principales resultados obtenidos en la investigación incluyen que el 58% de los comerciantes encuestados son propietarios de los establecimientos de comercio, mientras que el

42% no lo son. Además, se encontró que muchos comerciantes tienen una percepción negativa de la cultura tributaria y no comprenden la importancia de la contribución para el desarrollo económico, social y cultural del país, acorde con lo subrayado por Díaz (2022). Sin embargo, se espera que la implementación del proyecto ayude a fomentar la cultura tributaria en los comerciantes de Timbío y a mejorar la percepción de la contribución en la comunidad empresarial. En general, los resultados de la investigación sugieren que existe una necesidad de crear conciencia tributaria en la comunidad empresarial y de fomentar una cultura de la contribución en la zona lo que es acorde con las sugerencias de Cartagena y Gómez (2020) y Gonzáles (2019).

4. Marcos de referencia

4.1 Marco contextual

En diferentes países de Latinoamérica se han implementado regímenes tributarios especiales o simplificados que se enfocan a una minoría poblacional, incluyendo a personas naturales que tienen a su cargo emprendimientos o comercios de forma independiente, los cuales en la mayoría de los casos suelen estar asociados con el comercio informal (Quartesan et al., 2007). Por lo tanto, el régimen tributario es una herramienta muy importante, dado que, aporta a personas con micronegocios la forma de pagar impuestos según su capacidad económica, es decir, que puedan tributar de manera justa y equitativa. En definitiva, se promueve una economía formal y se aporta al recaudo tributario nivel global, pues el régimen tributario se ajusta a las condiciones de las personas para facilitar el pago de sus obligaciones tributarias.

De acuerdo con Rodrigues y Ferreira (2021) en el año 1996 se creó en Brasil, un primer enfoque tributario simplificado que permitió una reducción en los costos tributarios. El objetivo era fortalecer el empleo formal dentro de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), por tanto, lo que se buscaba era reducir el empleo informal y también, disminuir los costos tributarios.

Por otra parte, en el año 1998 mediante la Ley 24977 de la República de Argentina nace el monotributo, un mecanismo que facilitó el cumplimiento de las obligaciones tributarias de pequeños contribuyentes (Alderete y Abramovich, 2016). A través de esta alternativa, se proporcionó un método que le permitiera a las personas de bajos ingresos cumplir con sus obligaciones tributarias de manera adecuada, lo cual indica que se buscaba la formalización de pequeñas empresas o micronegocios para disminuir la evasión fiscal.

En el contexto colombiano, la Ley 1819 de 2016 que entró en vigor en 2017 incorporó también un régimen denominado monotributo, argumentado bajo un rediseño tributario para que los comercios minoristas pudieran realizar sus contribuciones tributarias sin retrasos por la administración de estos (Pinillos, 2018).

Es importante señalar que este régimen del monotributo no perduró por mucho tiempo y fue reemplazado por el Régimen Simple de Tributación (RST), también conocido como SIMPLE. Se caracteriza por simplificar las obligaciones tributarias para los comercios minoristas, en donde los contribuyentes pueden optar por pagar un porcentaje sobre sus ingresos brutos como impuesto, sin necesidad de llevar a cabo cálculos tributarios específicos (Olarte et al., 2019). El SIMPLE es más sencillo para los micronegocios que desean estar dentro de la formalidad y al mismo tiempo, aportar a la economía del país.

De acuerdo con Cortés et al. (2019), esta medida fue implementada con el objetivo de facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y reducir la informalidad involuntaria en el sector de comercio minorista. Pues, permite reducir la evasión fiscal, ya que se les facilita a las personas que cuentan con negocios pequeños el pago de sus impuestos y se les otorgan beneficios por su cumplimiento. Por ende, este régimen ofrece varios beneficios a los tenderos del país que se acojan a el -en este caso de la ciudad de Cali-, dado que, les permite simplificar sus obligaciones tributarias, reducir su carga tributaria y acceder a beneficios adicionales, como la formalización y el acceso a créditos.

Ahora bien, para conocer el funcionamiento de este régimen dentro del territorio se debe destacar la importancia de algunos tributos, tanto de carácter territorial como nacional, como lo son el impuesto de industria y comercio (ICA), la sobretasa bomberil, el impuesto nacional al consumo (INC) y el impuesto sobre la renta.

El ICA es un impuesto municipal que grava las actividades industriales, comerciales y de servicios a nivel local, y su inclusión en el RST busca simplificar la tributación para el sector minorista, permitiendo un mayor recaudo tributario en el país (Vargas, 2022). En este caso, el ICA es fundamental en el RST, porque, facilita el pago de tributos para los micronegocios y esto permite un mayor recaudo del impuesto que beneficia al municipio.

Por otra parte, de acuerdo con Sarmiento y Rico (2021) la sobretasa bomberil es un cargo adicional destinado para financiar los servicios de bomberos locales y otras actividades asociadas a la mitigación del riesgo que se origina por incidentes, incendios, rescates y atención de desastres. En otras palabras, es un recargo sobre un impuesto que se recauda para financiar la actividad bomberil en los municipios.

De acuerdo con el Art. 74 de la ley 2010 de 2019, El impuesto unificado bajo el régimen simple de tributación – SIMPLE comprende el Impuesto Nacional al Consumo, cuando se desarrollen servicios de expendio de comidas y bebidas (Congreso de la República de Colombia, 2019). Es decir, este impuesto se aplica a la venta y la importación de bienes y servicios por parte del usuario final, tales como: prestación del servicio de telefonía móvil, venta de un bien mueble de producción doméstica o importado y servicio de venta de comidas y bebidas preparadas (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2023). Cabe aclarar que, este impuesto se paga una única vez en el proceso comprendido entre la producción y la comercialización. Los objetivos de este impuesto son: financiar el gasto público, corregir distorsiones en el mercado y promover la equidad.

En relación con el impuesto sobre la renta, Gavilánez et al. (2023) indican que corresponde a un gravamen que incluye la renta bruta e ingresos ocasionales. Es decir, con este impuesto se logra gravar cada uno de los ingresos que el contribuyente pueda obtener en el año

fiscal que generen un aumento potencial en el patrimonio al momento de su obtención, siempre y cuando no haya ningún tipo de excepción asociada al proceso y considerando cada uno de los costos que se incurra en su producción. El impuesto a la renta es nacional, directo y de periodo, debido a que tiene una cobertura en todo el territorio colombiano, grava a la renta directa del sujeto pasivo, considera la utilidad neta para su aplicación y por regla general, el período o año gravable cubre desde enero 1 hasta diciembre 31 de cada año (salvo excepciones).

Por otra parte, es importante contextualizar sobre el Impuesto Sobre las Ventas (IVA), el cual corresponde al impuesto que asumen los consumidores al adquirir bienes o servicios gravados, es de orden nacional e indirecto y, se justifica en la producción y dinámica empresarial que conlleva su obtención (Rodríguez y Ávila, 2017). Es decir, el IVA es un impuesto que paga el consumidor final y es recaudado por el vendedor quien transfiere este dinero al Estado.

Por su parte, Valencia y Silva (2021) sostienen que el IVA se encuentra mediado por cada uno de los movimientos comerciales, asociados directamente al control ejercido por la DIAN en el flujo económico de mercado. En otros términos, las transacciones comerciales efectuadas están sujetas al pago de IVA, y es la DIAN la entidad reguladora de este impuesto en Colombia, por ende, supervisan y controlan el correcto pago de este impuesto.

La tarifa general del IVA en Colombia corresponde al 19%; sin embargo, algunos productos o servicios pueden estar exentos o aplicar una tarifa inferior según corresponda (Escorcía y Vargas, 2023). También, es importante aclarar que “las personas naturales inscritas al Régimen Simple de Tributación – SIMPLE que no superen las 3.500 UVT de ingreso, deberán presentar únicamente una declaración anual consolidada y pago anual” (DIAN, 2024a). Por lo que, aquellos tenderos que cuenten con un ingreso anual inferior al valor indicado no son

responsables de IVA. De este modo, tomando como referencia los ingresos de los tenderos encuestados en este proyecto, este impuesto no es objeto de estudio para esta investigación.

Finalmente, en favor de contextualizar el panorama actual respecto a los impuestos aplicables a la comercialización al por menor de productos básicos, como alimentos, bebidas, productos de aseo, entre otros -actividad a la cual se dedican los tenderos objeto de estudio de la presente investigación-, es preciso mencionar que “mediante la Ley 2277 de 2022 en el Título V denominado “Impuestos Saludables”, se establecieron impuestos a las bebidas ultra procesadas azucaradas y a los productos comestibles ultra procesados industrialmente” (DIAN, 2024b). Medida que ha afectado considerablemente a los tenderos de Colombia, pues, según cifras del informe trimestral del Índice de Confianza del Tendero (ICT) publicado por Dichter y Neira, el 87% de los tenderos afirma que las ventas de gaseosas, snacks y embutidos se vieron afectadas por la ley en mención (Orozco, 2024).

De este modo, se puede apreciar que los impuestos saludables han impactado negativamente la economía de los tenderos, pues, la venta de productos ultra procesados ha disminuido considerablemente. No obstante, esta normativa no fue considerada en el desarrollo de los objetivos del presente estudio, por lo que, se sugiere se contemple para la ejecución de futuras investigaciones asociadas a la tributación en Colombia.

El contexto presentado en relación con las responsabilidades tributarias a las que podrían estar expuestos los tenderos, conlleva a cuestionarse sobre la existencia de una “informalidad involuntaria” asociada directamente con el funcionamiento del sistema tributario, su robustez fiscal y los costos elevados que conlleva cumplir a detalle con todos sus requerimientos. En este sentido, Ladino (2017) sostiene que la raíz de la existencia de ese incumplimiento se asocia con la baja educación fiscal que tienen los comerciantes.

Visto de esta manera, los propietarios de los micronegocios informales al desconocer el funcionamiento del sistema tributario no tienen claridad sobre los tributos que deben pagar, dónde se deben pagar y los tramites concernientes a este proceso tributario y las consecuencias que puede acarrear su incumplimiento.

4.2 Marco conceptual

Este trabajo de investigación se inscribe en la línea teórica de la cultura tributaria, por lo que es necesario abordar conceptos asociados a este tema, los cuales brindan soporte teórico y conceptual al presente proyecto. Por tanto, entre los conceptos a desarrollar se encuentran: cultura y conciencia tributaria, elusión y evasión fiscal e impuestos, Además, se abordan los conceptos de: tiendas y tenderos, registro único tributario y la clasificación industrial internacional uniforme, los cuales brindan un contexto general de la población objeto de estudio y la formalización de su actividad económica. En tal sentido, se presentan a continuación los conceptos mencionados.

4.2.1 Cultura y conciencia tributaria

La cultura tributaria se refiere a la comprensión y el compromiso de los ciudadanos y las empresas con sus obligaciones tributarias, así como a su participación consciente en el sistema fiscal de su país. En este sentido, Valero y Briceño (2010) definen la cultura tributaria como el conocimiento y la voluntad de los ciudadanos y las empresas de cumplir con sus obligaciones fiscales de manera informada y responsable. Lo anterior, implica estar al tanto de las leyes y regulaciones fiscales, además, de entender la importancia de los impuestos en la financiación de servicios públicos esenciales y en el desarrollo de la sociedad en su conjunto.

De este modo, En esta misma línea, Rojas (2018) explica que la formación de la cultura tributaria es un proceso complejo que involucra múltiples factores, incluyendo determinantes como la educación fiscal, la divulgación de información, la promoción de la transparencia fiscal, la participación ciudadana, la promoción de la ética fiscal y la oferta de incentivos fiscales para aquellos que cumplen con sus obligaciones de manera consistente. En síntesis, la cultura tributaria se debe fomentar desde diferentes canales considerando el contexto y características particulares de cada comunidad, para contribuir al desarrollo de un país.

Por lo anterior, se subraya la necesidad de una conciencia tributaria, la cual es definida como “el cumplimiento de las obligaciones tributarias de manera voluntaria y no con la implementación de estrategias para incrementar la recaudación de tributos bajo presión por temor a las sanciones” (Armas y Colmenares, 2010, citados por Olguín y Aguilar, 2022, p. 31). la conciencia tributaria desempeña un papel crucial en la estabilidad económica y el bienestar social de un país, pues como lo señala Becerril (2017), los impuestos son la principal fuente de ingresos para los gobiernos y permiten financiar una amplia gama de servicios públicos, como la educación, la atención médica, la infraestructura y la seguridad social.

Así, Santa cruz (2018) asegura que una conciencia tributaria sólida garantiza que los ciudadanos comprendan que sus impuestos contribuyen directamente a la provisión de estos servicios esenciales. En este orden de ideas, es importante que la población este sensibilizada respecto al pago de impuestos, puesto que, de esta manera el Estado logra financiar el gasto público, lo cual es indispensable para el bienestar de la sociedad.

Por otra parte, Prado y Ascencio (2016) resaltan que una mayor conciencia tributaria puede ayudar a reducir la evasión fiscal. Es decir, cuando los ciudadanos y las empresas entienden la importancia de los impuestos y su impacto en la sociedad, es más probable que

cumplan con sus obligaciones fiscales de manera voluntaria y eviten prácticas de evasión fiscal. Además, Mayor (2018) asegura que la conciencia tributaria fomenta la transparencia en la recaudación y el gasto público, pues los contribuyentes conscientes están más inclinados a exigir responsabilidad y rendición de cuentas a sus gobiernos en el uso de los recursos fiscales, lo cual contribuye para que se logre una mayor transparencia y una gestión más eficiente de los fondos públicos.

En otras palabras, generar conciencia tributaria en los ciudadanos tiene como propósito sensibilizarlos respecto al pago de sus impuestos, pero además permite que obtengan el conocimiento necesario de sus derechos en este rubro y la capacidad para reclamarlos.

También se puede afirmar que una sociedad consciente de la importancia de los impuestos tiende a abogar por sistemas fiscales más justos y equitativos, siendo este, un factor importante que conlleva a reformas fiscales que redistribuyan la carga fiscal de manera más equitativa, asegurando que aquellos con mayores recursos contribuyan de manera proporcionalmente mayor al sistema tributario.

4.2.2 Elusión y evasión fiscal

La elusión y evasión fiscales son dos conceptos fundamentales en el ámbito de la fiscalidad, que tienen gran impacto en las finanzas de los países y en la distribución de las riquezas. Por ende, es importante definir cada concepto, pues, con frecuencia estos términos se usan de forma indistinta, pero, representan realidades fiscales diferentes (León, 2014). De acuerdo con Pineda y Martínez (2016) la elusión fiscal hace referencia al proceso de minimizar la carga fiscal de manera legal y ética, aprovechando al máximo diferentes ventajas tributarias que la legislación ofrece.

En esta misma línea Méndez (2016) afirma que se trata de una planificación fiscal que permite a las personas reducir su carga contributiva sin ir en contra de lo establecido en la ley. No obstante, Olaya (2021) considera la elusión de impuestos como una acción antiética que busca “disminuir el pago tributario a través de amparos legales o el no pago de la responsabilidad tributaria, como acto ilícito, por parte de los contribuyentes” (p. 1). En resumen, la elusión fiscal no es un acto de ilegalidad, sino, una forma de cumplir con las obligaciones tributarias, donde los individuos logran pagar menos impuestos haciendo uso de los beneficios que se otorgan dentro del marco legal; sin embargo, esta acción puede ser contemplada como poco ética, además, de generar desconfianza en el sistema fiscal y crear una ventaja injusta de unos contribuyentes sobre otros.

Por otra parte, Pinto y Tibambre (2019) exponen que la evasión fiscal es una práctica ilegal que implica ocultar, manipular o falsificar información financiera con el propósito de reducir o evitar el pago de impuestos que legalmente se deben, incluyendo esto la omisión de ingresos, la inflación de deducciones y la creación de cuentas en el extranjero para ocultar activos.

En esta misma línea, Palacio (2019) afirma que la evasión fiscal constituye una violación directa de las leyes fiscales y puede ser considerada como un delito. Es decir, contrario a lo que ocurre con la elusión fiscal que se considera una práctica ética y legal, la evasión fiscal va en contra de lo establecido por la ley, además es una acción injusta con los contribuyentes que si cumplen con el pago de sus impuestos. No obstante, vale la pena indicar que para el caso específico del territorio colombiano y en concordancia con el artículo 69 de la Ley 2277 de 2022, esta acción se considera delictiva cuando la omisión de activos, la disminución del valor de estos

o la inclusión de pasivos inexistentes sea igualo superior a 1000 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV)¹ (Congreso de la República de Colombia, 2022).

La elusión y la evasión llevan a discutir elementos como la legalidad, el efecto en los ingresos fiscales, la desigualdad económica, la confianza en el sistema tributario y la necesidad de reformas fiscales (Rodríguez, 2018). Si bien es cierto, que se trata de conceptos diferentes, también es cierto que la elusión y la evasión pueden disminuir los ingresos fiscales disponibles para financiar servicios públicos esenciales como la educación, la atención médica y la seguridad social, aumentando la presión sobre los contribuyentes con buena cultura tributaria, y limitando la capacidad del gobierno para atender las necesidades de la sociedad (Jiménez et al., 2010). Por tanto, este tipo de prácticas independientemente de su grado de legalidad representan un problema para el Estado, pues se reduce el dinero recaudado para el gasto público y esto puede afectar de manera directa el desarrollo de programas y servicios públicos.

Finalmente, como mencionan Cardona et al. (2007), la percepción de que algunos contribuyentes pueden evitar su responsabilidad fiscal legalmente (mediante la elusión) o ilegalmente (mediante la evasión) puede socavar la confianza en el sistema tributario. Es decir, estas prácticas generan una percepción de injusticia para aquellos contribuyentes que cumplen correctamente con sus obligaciones tributarias, lo cual puede implicar un aumento en el incumplimiento de estas obligaciones.

¹ Para el año 2024, un SMMLV es equivalente a \$1.300.000 (Ministerio de Trabajo [Min Trabajo], 2024).

4.2.3 Impuestos

Los impuestos son un componente esencial en la estructura socioeconómica de las naciones modernas. De acuerdo con Farfán (2022) los impuestos pueden considerarse como “pagos forzados”, requeridos por los gobiernos a individuos, empresas y otras entidades, los cuales representan la principal fuente de ingresos para los poderes gubernamentales, tanto a nivel nacional como local. Es preciso aclarar que, como se mencionó líneas arriba el Estado recauda dinero a través de los impuestos para financiar los programas y servicios de carácter público, lo cual representa un beneficio para la población.

Por su parte, García y Carreño (2021) añaden que los impuestos pueden entenderse como una contribución obligatoria que las personas y las organizaciones realizan a las autoridades gubernamentales, y estos tributos son determinados por las regulaciones y estructuras fiscales que rigen en cada país o jurisdicción. Por lo tanto, la necesidad de los impuestos radica en varios factores clave que sustentan la estabilidad y el desarrollo de una sociedad.

Los impuestos desempeñan un papel importante en la promoción de la equidad económica al redistribuir la carga tributaria de manera más justa. Por lo general, aquellos con ingresos más altos contribuyen en mayor medida en términos proporcionales a sus ingresos. Este enfoque busca asegurar que los costos de los servicios públicos se distribuyan equitativamente y que quienes poseen mayores recursos aporten más al sistema tributario (Toro, 2021). Así mismo, los impuestos son una herramienta de política económica que permite a los gobiernos influir en el comportamiento económico, por ejemplo, los impuestos sobre bienes y servicios pueden utilizarse para controlar la inflación, mientras que los incentivos fiscales pueden fomentar la inversión y el crecimiento económico (Obando, 2016).

En síntesis, los impuestos están diseñados para que sean pagados por todos los ciudadanos, ya que se tienen en cuenta las condiciones de cada comunidad para ser equitativos en la aplicación de estos tributos. Además, los impuestos influyen de manera directa en la economía de un país, pues, permiten la financiación del gasto público, la redistribución de riquezas y fomentan el crecimiento económico.

Adicionalmente, los impuestos fomentan la responsabilidad cívica al hacer que los ciudadanos y las empresas contribuyan al bienestar de la sociedad en su conjunto, siendo esta contribución esencial para financiar los servicios y programas públicos que benefician a toda la población (Ruiz et al., 2018). Lo anterior, guarda relación con la conciencia y la cultura tributaria, pues, es necesario que los ciudadanos conozcan la importancia de cumplir con sus obligaciones tributarias dados los beneficios que esto representa para el desarrollo del país.

Los impuestos se pueden clasificar en:

- Impuesto directo: “están relacionados con lo que posee la persona, es decir, “el contribuyente establecido en la norma jurídica recibe la carga del impuesto, siendo imposible trasladarlo a una tercera persona” (Benítez, 2009, citado por Beltrán et al., 2020, p. 5). Es decir, estos impuestos gravan directamente sobre las riquezas o ingresos de las personas y empresas.
- Impuesto indirecto: estos impuestos “gravan el consumo de bienes y servicios, por tanto, pueden trasladarse a terceros” (Fuenmayor, 2017, citado por Beltrán et al., 2020, p. 5). En otras palabras, gravan la capacidad económica de las personas indirectamente, estos se aplican al valor de los bienes y servicios y son proporcionales pues se aplican a todas las personas independiente de su capacidad económica.

4.2.4 Tiendas y tenderos

Un establecimiento comercial, ya sea en su forma física o virtual, constituye un lugar en donde los consumidores tienen la oportunidad de obtener productos y/o servicios a cambio de una contraprestación monetaria (Amado et al., 2018). Es decir, en estos establecimientos los clientes pueden comprar bienes tangibles (calzado, alimentos, productos tecnológicos, etc.) o intangibles (servicios de peluquería, tutorías, etc.) en tiendas tradicionales o a través de plataformas online.

Dentro del contexto colombiano, el término "tienda" se refiere a un establecimiento de tamaño reducido que se dedica a la venta de productos de consumo cotidiano, destinados a satisfacer las necesidades esenciales de las personas (Morales, 2012a). En estos lugares, los productos suelen exhibirse en vitrinas o estantes de manera accesible para que los clientes puedan elegirlos por sí mismos o, en ocasiones, con la asistencia del dueño del negocio, ya que esta dinámica establece una relación cercana entre el tendero, el cliente y los productos; en contraste con los grandes supermercados de cadenas, donde se diluye dicha relación (Morales, 2012b). Por ende, es preciso resaltar que estos establecimientos de amplitud reducida se encuentran ubicados principalmente en zonas barriales y es común observar un número importante de tiendas en estos sectores. Además, debido a que estos negocios son atendidos normalmente por el propietario se presenta una cercanía entre este y su clientela.

Por otra parte, los encargados de gestionar estos locales se denominan los tenderos, quienes desempeñan un papel fundamental al ofrecer orientación a los clientes y llevar un registro de las transacciones del negocio. En muchos casos, los tenderos son propietarios de sus propios establecimientos (Amado et al., 2018). En otras palabras, los tenderos son aquellas personas que laboran en una tienda bien sea en calidad de propietario o de empleado.

Los tenderos son actores dentro del ámbito del comercio minorista, responsables del suministro de bienes a la población y del movimiento de mercancías (Contreras et al., 2022). Tal vez por ello, las corporaciones de productos alimenticios y artículos para el hogar han identificado en estos tenderos una vía para conectar de manera más directa con los consumidores, llevando sus productos incluso a las áreas más alejadas del país, junto a ello participan activamente en la competencia del libre mercado, buscando consolidar su presencia en ciertos sectores y aumentar su influencia en el mercado (Hurtado, 2022).

4.3 Marco legal

La tributación en Colombia, enmarcada por los principios fundamentales establecidos en la Constitución Política de 1991, representa un pilar esencial para el funcionamiento equitativo y eficiente del sistema fiscal del país. Dentro de este marco legal, se destacan varios principios que orientan la relación entre el Estado y los contribuyentes, especialmente aquellos que representan el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) como los tenderos.

4.3.1 Constitución Política

En primer lugar, la obligación de pagar los tributos, como lo dispone el artículo 95 de la Carta Política, implica una responsabilidad compartida por todos los individuos y entes económicos para contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones estatales, con base en los principios de justicia y equidad. Esta disposición se puede vincular a la importancia de la contribución de los tenderos al desarrollo socioeconómico del país mediante el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Asimismo, el principio de legalidad, consagrado en el 150 de la Constitución, garantiza que la creación de tributos se realice mediante leyes emitidas por el Congreso Nacional, evitando

así decisiones arbitrarias y, asegurando la transparencia y legitimidad del sistema fiscal. Esta disposición protege los derechos de los contribuyentes, dentro de los cuales se encuentran los tenderos, porque establece un marco normativo claro y previsible en materia tributaria.

Por otro lado, los principios de equidad, eficiencia y progresividad, contemplados en el artículo 363 de la Constitución, orientan la aplicación del sistema tributario hacia una distribución justa de las cargas fiscales, promoviendo la eficiencia económica y evitando la aplicación retroactiva de las leyes tributarias. Lo anterior, implica que la regulación tributaria debe considerar la capacidad económica de los tenderos para imponerles su carga impositiva con el fin de evitar impactos desproporcionados en su actividad comercial.

4.3.2 Ley 2277 de 2022

La Ley 2277, promulgada el 13 de diciembre de 2022, ha introducido cambios significativos en el ámbito tributario en Colombia, con implicaciones directas para los tenderos y otros pequeños empresarios. Estos cambios afectan principalmente dos áreas clave para esta investigación: el impuesto sobre la renta y el régimen simple de tributación.

En cuanto al impuesto sobre la renta, la mencionada Ley, incorporó varias modificaciones que impactan tanto a personas jurídicas como a personas naturales; estas últimas las que interesan particularmente en el desarrollo de esta investigación.

Para las personas naturales, se ha mantenido la estructura de tres cédulas para declarar sus rentas, con tarifas marginales y progresivas. Se introdujo un descuento tributario del 19% para dividendos que excedan las 1.090 UVT.

En cuanto al régimen simple de tributación, la normativa ha tenido cambios significativos, algunos de ellos, afectados posteriormente por la decisión de la Corte

Constitucional de declararlos inexecutable, lo que tiene impacto especialmente en el caso de los prestadores de servicios relacionados con salud, educación y otras profesiones liberales. Estos cambios no han sido relevantes para el caso de los tenderos, para quienes el régimen simple sigue siendo una opción viable que les ofrece simplificación y facilidades en la tributación, lo que les permite cumplir con sus obligaciones fiscales de manera más sencilla y eficiente.

4.3.3 Ley 1819 de 2016

La Ley 1819 de 2016 representa un hito importante en el panorama tributario colombiano al introducir cambios significativos que afectan directamente a las MiPymes. Entre las disposiciones relevantes, se destacan aquellas relacionadas con el impuesto sobre la renta y el impuesto de industria y comercio (ICA), así como la implementación del régimen cédular para personas naturales.

En cuanto al impuesto sobre la renta de personas naturales, la Ley introdujo el régimen cédular, que implica que la depuración de las rentas se realiza de manera independiente según la procedencia de los ingresos, distinguiendo entre rentas del trabajo, pensiones, capital, dividendos y otras rentas. Cada una se trata por separado, con sus propias reglas de depuración. Además, se estableció que las pérdidas incurridas dentro de una cédula solo pueden compensarse contra las rentas de la misma cédula en los siguientes periodos gravables.

En relación con el ICA, la Ley 1819 no amplió el hecho generador ni los sujetos pasivos del tributo, pero sí actualizó los conceptos deducibles y clarificó qué ingresos no forman parte de la base gravable del impuesto, incluyendo actividades exentas, devoluciones, rebajas, descuentos, exportaciones y venta de activos fijos. Es importante resaltar que el ICA es un impuesto municipal que grava los ingresos brutos obtenidos por el ejercicio de actividades

industriales, comerciales y de servicios que ejerzan o realicen, directa o indirectamente, personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho en las respectivas jurisdicciones municipales. La base gravable de este impuesto la constituye el valor bruto obtenido por el contribuyente, menos las deducciones, exenciones y no sujeciones a que tenga derecho.

Al respecto en el artículo 342 se estableció una modificación a la base gravable del impuesto. En el Parágrafo 3° del artículo en mención, se indica lo siguiente: “las reglas previstas en el artículo 28 del Estatuto Tributario se aplicarán en lo pertinente para efectos de determinar los ingresos del impuesto de industria y comercio” (Leguis, 2018). En ese sentido, el artículo 28 del ET establece que por regla general los ingresos realizados fiscalmente son los ingresos devengados contablemente en el año o período gravable. La tarifa de este impuesto está definida por cada uno de los municipios dentro de los siguientes rangos, delimitados por la ley 1819 de 2016:

- Para actividades industriales, del 0,2% al 0,7%.
- Para actividades comerciales y de servicios, del 0,2% al 1%.

Este impuesto es deducible en un 100% en la declaración de renta, siempre que tenga relación de causalidad con la actividad productora de renta del contribuyente y se encuentre debidamente devengado. Como es bien sabido, la Constitución Política consagra el artículo 95, numeral 9, el deber de contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de los principios de justicia y equidad. El pago de impuestos constituye un deber ciudadano indispensable en la consecución de recursos que luego permiten una distribución del ingreso y coadyuvan para alcanzar los propósitos de una sociedad más justa, equitativa e incluyente. Todos los municipios tienen un estatuto tributario que señala los derechos, deberes y obligaciones de

los contribuyentes, el cual para el caso del presente trabajo se relacionará más adelante: el estatuto tributario de Cali.

La Ley 1819 de 2016 busca fortalecer los mecanismos de lucha contra la evasión y la elusión fiscal, estableciendo reglas claras para la tributación de las MiPymes. La inclusión del régimen cedular para personas naturales representa un cambio significativo en la forma en que se calculan y declaran las rentas, mientras que las modificaciones en el ICA buscan actualizar y clarificar la base gravable de este impuesto municipal.

Esta norma también introdujo un cambio notable al aumentar la tarifa general del IVA, la cual paso del 16% al 19%. Esta medida podría afectar a los tenderos, pues implica un aumento en el costo de los productos, lo que disminuiría su margen de ganancia o los obligaría a incrementar el precio y esto, podría afectar las ventas. Esto sucede porque, dado el volumen de ingresos y demás características de la mayoría de los tenderos, pertenecen al régimen de no responsables de IVA y, por consiguiente, no tienen IVA descontable, sino que, el pago que realizan por este impuesto se suma como un mayor valor de sus compras de mercancías.

El artículo 342 de la Ley 1819, se compila la definición de la base gravable del impuesto de industria y comercio, de igual forma se establecen los límites tarifarios que podrán ser aplicados a dicha base, a su vez en el artículo 343 se establecen las reglas para la determinación del principio de territorialidad del impuesto mencionado anteriormente y finalmente en el artículo 344 se define la forma como los contribuyentes deberán presentar la declaración del impuesto de industria y comercio por medio del formulario único nacional, diseñado por la Dirección General de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

4.3.4 Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016

El Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016 es importante en el panorama tributario de Colombia. Aunque no contiene disposiciones exclusivas para las MiPymes o los tenderos, regula aspectos generales que afectan a todos los contribuyentes.

En términos de régimen tributario, el Decreto 1625 de 2016 incorporó las pautas de la tributación en Colombia. A través de este se estableció que las MiPymes pueden acceder a ciertos beneficios fiscales contemplados en el mismo, como la tarifa reducida del impuesto sobre la renta para empresas con ingresos inferiores a ciertos umbrales. Esto proporciona un marco legal claro para las empresas de menor tamaño, incluidos los tenderos, que desean comprender y cumplir con sus obligaciones fiscales.

Además, el Decreto regula diversas obligaciones generales, como la presentación de declaraciones tributarias, los plazos, las retenciones en la fuente y las sanciones. Esto implica que tanto los tenderos como las MiPymes deben cumplir con las obligaciones fiscales establecidas, como la declaración de renta, el IVA, el ICA y otros tributos locales. Es esencial para estos negocios entender y cumplir con estas obligaciones para evitar posibles sanciones o penalizaciones.

4.3.5 Decreto 1468 de 2019

Por el cual se reglamenta el RST establecido en la Ley 1943 de 2018 y se adopta un diseño simplificado en el cumplimiento de las obligaciones tributarias para pequeños contribuyentes. El RST se presenta como una alternativa favorable para los tenderos en Colombia, ofreciendo un sistema tributario simplificado que se espera, permita la reducción de

gastos tanto en el cumplimiento de la obligación sustancial como en el cumplimiento de las formalidades.

En el numeral 7 del párrafo 3 del artículo 437 del Estatuto Tributario, reglamentado por el Decreto 1468 de 2019, las personas naturales que ejerzan actividades comerciales, industriales o de servicios no están sujetas al impuesto sobre el valor agregado (IVA) si sus ingresos brutos anuales no sobrepasan un monto específico. Por ende, las personas que realicen actividades que no estén adscritas al numeral 1 del artículo 908 del Estatuto Tributario están exentas de cumplir con el régimen de responsabilidad en IVA.

4.3.6 Acuerdo No. 0541 de 2022 del Consejo Distrital de Santiago de Cali

El Acuerdo No. 0541 de 2022, emitido por el Consejo Distrital de Santiago de Cali, introdujo modificaciones significativas en el Estatuto Tributario local, con repercusiones directas en los tenderos y otros contribuyentes del municipio. Estas disposiciones establecen nuevas reglas en relación con el ICA.

Una de las principales modificaciones introducidas por este acuerdo es la redefinición del periodo de pago del ICA, que ahora se divide en bimestral para los grandes contribuyentes y anual para los demás. Esta modificación afecta directamente la planificación financiera y administrativa de los tenderos, quienes deben ajustar sus procesos para cumplir con los nuevos plazos y requisitos establecidos. Además, se establece que el impuesto se causa al finalizar el periodo correspondiente en el que se llevó a cabo la actividad gravable, basándose en los ingresos incluidos en la respectiva declaración privada.

4.3.7 Acuerdo 0493 de 2020

El Acuerdo No. 0493 de 2020 del Concejo Distrital de Santiago de Cali presenta una serie de disposiciones que tienen un impacto directo en la tributación de los tenderos y otros contribuyentes locales. Este acuerdo introduce cambios significativos en el Estatuto Tributario de Santiago de Cali, con el objetivo de simplificar el proceso de tributación y ajustar ciertos aspectos relacionados con impuestos específicos.

Una de las disposiciones más relevantes es la adopción del impuesto unificado bajo el régimen simple de tributación, lo cual representa una simplificación administrativa para los tenderos y otros pequeños contribuyentes. Bajo este régimen, se consolida el pago de varios impuestos en uno solo, como el impuesto de renta, lo que podría resultar en una carga tributaria más sencilla para este sector. Esto implica una simplificación en los procesos de declaración y pago de impuestos para los tenderos, lo que podría beneficiar su gestión financiera y administrativa.

Además, el acuerdo introduce ajustes en el ICA, modificando el periodo de declaración y causación de este impuesto. Estos cambios implican que los tenderos deberán adaptarse a nuevos plazos y formas de presentación del ICA, lo que requiere una actualización y seguimiento adecuados por parte de los contribuyentes para evitar posibles incumplimientos.

5. Contexto histórico de los tenderos

En Estados Unidos entre los años 1750 y 1783, se forjó la figura de los “pequeños comercios”. Este tipo de negocio representó los cimientos de lo que hoy en día se reconoce como una tienda minorista, cuyo principal objetivo era satisfacer las demandas de los viajeros mientras ofrecían una diversidad de productos esenciales para sus extensos recorridos. Estas tiendas solían establecerse en zonas urbanas o en lugares de paso frecuente para aquellos que estaban en tránsito, de manera que, eran de fácil acceso (Macías, 2010). Los “pequeños comercios” fueron cruciales en la formación de lugares dedicados al comercio, consolidándose como la génesis de todas las variedades de espacios comerciales que se conocen en la actualidad, ya que estos establecimientos pioneros sentaron las bases para la evolución de las diferentes formas de superficies comerciales (Hoyos, 2020).

En la misma línea expuesta, pero centrándose en el contexto colombiano, es importante destacar el posicionamiento de tiendas similares, tales como las tiendas de barrio, que de acuerdo con Escobar y Escobar (2015) son negocios de dimensiones modestas que se enfocan principalmente en la venta al por menor de artículos de uso común y como afirman Montoya et al., (2020) en su mayoría, estas tiendas son gestionadas por familias y han surgido como respuesta a diversas circunstancias, incluyendo el desplazamiento ocasionado por la violencia y la falta de empleo, agravados por la situación económica que se vive en Colombia.

En hilaridad con lo anterior, Morales y Yepes (2017) enfatizan en que estas familias se ven en la necesidad de buscar estrategias para sobrevivir y generar ingresos que se basan en la experiencia práctica, ya que el capital necesario para establecer este tipo de tiendas es bajo y ofrece la posibilidad de emprender de manera independiente. No obstante, es importante aclarar que, lo anterior es posible si el negocio es de pequeña escala, pues, en la actualidad la inversión

puede ser elevada si se consideran la tecnología y los diferentes insumos que se requieren para que estas tiendas sean competitivas.

El origen de las tiendas de barrio se sitúa alrededor de las décadas de 1950 y 1960, cuando estos pequeños establecimientos desempeñaban un rol fundamental en la distribución económica de la ciudad (Ruíz y Estrada, 2013). No obstante, Aristizábal (2017) afirma que durante la década de 1980, la supervivencia de estas tiendas comenzó a verse desafiada por la aparición de grandes supermercados de cadena y establecimientos de autoservicio y adicionalmente, en la década de 1990, la importancia de las tiendas de barrio experimentó una disminución significativa debido a una serie de factores como el incremento de la competencia en el sector, la apertura económica, la introducción de novedosos métodos de compra como las tarjetas de crédito exclusivas para cadenas de gran envergadura, y el florecimiento de los supermercados. Espinel et al. (2019) exponen una diferencia significativa con lo sucedido en Portugal, en donde las pequeñas tiendas de barrio desaparecieron con la aparición de los grandes supermercados en la década de 1980.

En contraste, en Colombia, la influencia de los supermercados no se hizo sentir hasta 1994, y a pesar de estas nuevas modalidades comerciales, las tiendas de barrio han mantenido su relevancia y han continuado desempeñando un papel importante en la economía y el mercado colombiano, es decir, las tiendas de barrio han logrado sobreponerse y siguen siendo importantes en el contexto colombiano.

En la actualidad, las tiendas de barrio son los comercios más visitados en los vecindarios de varias ciudades Colombia, puesto que estos comercios desempeñan roles particulares en los diversos estratos socioeconómicos, siendo reconocidas como espacios donde las interacciones

van más allá de lo comercial y abordan cuestiones culturales y personales de importancia (Espinel et al., 2019).

En contraste con los supermercados, en las tiendas de barrio, los tenderos pueden proporcionar un servicio personalizado para destacar en comparación con otros establecimientos cercanos, cultivando vínculos sólidos con sus clientes. Es importante resaltar que los clientes aprecian especialmente la conveniencia de pago proporcionada por estas tiendas, ya que permiten ampliar los plazos cuando se trata de sumas pequeñas, en contraste con las grandes superficies donde esta opción no está disponible (Escobar y Escobar, 2015).

Las tiendas de barrio no solo representan sitios convenientes para los consumidores debido a su cercanía, posibilidades de trueque y opciones de pago flexibles, sino que, sirven como puntos de encuentro social donde los residentes locales pueden interactuar, compartir y negociar, por ello, las tiendas juegan un papel social que contribuye significativamente a la estabilidad económica de los hogares dentro de las comunidades.

6. Metodología

La metodología o diseño metodológico es “el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluyen las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo” se realizará el estudio” (Franco, 2011, citado por Azuero, 2019, p. 112). En este apartado se exponen: el tipo de estudio, el enfoque de la investigación y la técnica empleada para recolectar la información, esto con el fin de dar claridad sobre los procedimientos empleados para desarrollar este trabajo de investigación.

6.1 Tipo de estudio

La presente investigación se enmarca en un estudio de tipo descriptivo. Según Hernández et al. (2014), este tipo de estudios “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92). Es decir, en este proyecto se describen y analizan las características socioeconómicas, demográficas y educativas de los tenderos de la ciudad de Cali, además del grado de conocimiento respecto a las obligaciones tributarias que les conciernen por la actividad comercial que desempeñan.

6.2 Enfoque de investigación

El estudio actual indaga sobre la cultura tributaria entre los tenderos en el área urbana de Cali, Valle del Cauca. Por ende, es un estudio con enfoque cuantitativo, ya que examina la relación entre los elementos de análisis, emplea datos que pueden ser medidos numéricamente y examina los patrones de comportamiento y actitudes dentro de una muestra que refleje adecuadamente la población en estudio, acorde con lo descrito por Binda y Balbastre (2013).

Este enfoque permite evaluar cómo los comerciantes y tenderos de la ciudad de Cali interactúan con las cuestiones tributarias y qué conductas prevalecen en este contexto. Por su parte, Ortega et al. (2022), enfatiza que, el enfoque cuantitativo se focaliza en partes que pueden ser medidas y cuantificadas en los fenómenos sociales. Por lo tanto, en este estudio se utiliza este enfoque para evaluar el grado de cultura tributaria de los tenderos de la ciudad de Cali y algunos factores que podrían incidir en ella.

6.3 Diseño experimental de la investigación

La investigación se enmarca desde un diseño no experimental y transeccional, dado que las variables del estudio no fueron manipuladas y se midieron en un momento específico, pues, la encuesta empleada para la recolección de información fue aplicada en los meses de septiembre a octubre del 2023. Entre tanto, esta medición permitió analizar la cultura tributaria de Cali en este contexto particular en términos numéricos, como cantidades, porcentajes, gráficos, entre otros, que ayudaron a cuantificar y analizar aspectos específicos de la cultura tributaria de los tenderos, lo que facilitó la comprensión de la información obtenida, en concordancia con la propuesta de Acosta y Martínez (2022).

6.4 Fuentes y técnicas de recolección de información

En primera instancia, las fuentes primarias son aquellas fuentes que permiten la recolección de datos a partir de ya sea a través de relatos verbales o documentos escritos proporcionados por los participantes de un evento o situación, ya que estos datos pueden ser recolectados mediante métodos como la observación y la realización de encuestas (Torres et al., 2019). En este trabajo, la técnica seleccionada para recolectar la información es la encuesta, la cual se aplicó mediante un cuestionario compuesto por 30 preguntas cerradas con opción

múltiple de respuesta y 2 preguntas abiertas. Lo anterior, permitió obtener información asociada al perfil y al contexto de los tenderos, además de su grado de conocimiento de las obligaciones tributarias que recaen sobre ellos.

Las fuentes secundarias son aquellas que permiten la recolección de datos por medio de escritos originales o proporcionados por un testigo directo de un evento o situación específica (Torres et al., 2019). En el caso de este trabajo, se realizó una revisión de literatura enfocada en la consulta de documentos académicos como: libros, tesis y artículos de investigación, para extraer los conceptos, datos, teorías y normativas que sirvieron de sustento para el desarrollo de la presente investigación.

6.5 Población y muestra

En líneas generales, el término "población" se refiere al conjunto completo de elementos o unidades de observación que se toman en cuenta en un estudio, representando el universo de investigación y sirviendo como base para extrapolar los resultados (Otzen y Manterola, 2022). Por lo tanto, la población abarca a todos los individuos directamente relacionados con la investigación, de los cuales se recolectan datos esenciales.

De acuerdo con la Alcaldía de Santiago de Cali (2023) en el Municipio existen cerca de 15.000 tenderos, en los que se incluyen aquellos que tienen registro mercantil y los que no cuentan con este registro.

Por otro lado, la Cámara de Comercio ha reportado diversas actividades clasificadas según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU). Entre estas, se destacan tres categorías principales: la primera es el código 4711 que se centra en "Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas

(alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco” (DIAN, s. f.), que agrupa a 5.817 tenderos; la segunda, el código 4722 “Comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados” (DIAN, s. f.), con 518 tenderos; y la tercera, el código 4729 “Comercio al por menor de otros productos alimenticios n.c.p., en establecimientos especializados” (DIAN, s. f.), que cuenta con 900 tenderos.

En los datos anteriores se observa que la agrupación de los mencionados códigos CIU suma un total de 7.235 tenderos, cifra inferior a la proporcionada por la alcaldía. En este trabajo se optó por tomar los 15.000 como población para determinar la muestra a la cual se aplica la encuesta.

6.5.1 Cálculo de la muestra

Para determinar la muestra se empleó un método de selección aleatorio simple, esto significa que se seleccionarán los participantes de manera completamente al azar, sin ningún tipo de sesgo o preferencia, por lo que la ecuación empleada para determinar el tamaño de la muestra es una herramienta estándar en la investigación estadística que ayudará a determinar una muestra que sea un reflejo adecuado de la población en estudio (Otzen y Manterola, 2022). Es esencial destacar que esto asegura que los resultados obtenidos a partir de la muestra sean más confiables al aplicarse a toda la población con mayor confianza. La Ecuación 1 presenta la forma de calcular la muestra a partir de una población conocida.

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

En la tabla 1 se presentan los datos relacionados con el cálculo de la muestra:

Tabla 1*Datos para el cálculo de la muestra*

Símbolo	Descripción	Valor
n	Tamaño de la muestra	
N	Tamaño de la población	15.000
Z	Parámetro estadístico	1,96
E	Error de estimación máximo aceptado	0,05
P	Probabilidad de que ocurra el evento	0,5
Q	Probabilidad de que no ocurra el evento	0,5

Nota. Fuente: elaboración propia.

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 15000}{0.50^2 \times (15000 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50} = 374,59 \approx 375 \quad (2)$$

En síntesis, considerando un nivel de confianza del 95% y un error del 5%, el tamaño muestral es de 375 tenderos. No obstante, para efectuar la encuesta se presentaron algunas limitaciones, tales como: la reticencia de algunos tenderos para responder la encuesta por falta de tiempo o desinterés en temas de cultura tributaria; y, los recursos financieros limitados, dado que, no se contó con presupuesto para contratar personas que apoyaran aplicando la encuesta. Finalmente, la encuesta se aplicó a 205 tenderos de la ciudad, con los cuales se logró un acercamiento de dos maneras: 1) se visitaron algunas tiendas de diferentes zonas de la ciudad para aplicar la encuesta a los tenderos; 2) se tomó una base de datos de tenderos suministrada por

la Cámara de Comercio de Cali, la cual permitió enviar la encuesta a través de correo electrónico. Cabe aclarar que, la base de datos estaba compuesta por información de tenderos que pertenecen al código CIIU 4711, el cual contiene la mayor cantidad de registros de tenderos de la ciudad.

Es importante mencionar que, aunque los 205 tenderos no corresponden a la muestra inicial, es un número representativo que proporciona una perspectiva valiosa para realizar una aproximación general a las tendencias y las percepciones de los tenderos de Cali en temas de cultura tributaria.

7. Resultados

En este apartado se presentan los hallazgos obtenidos a través de las encuestas aplicadas a 205 tenderos de la ciudad de Cali. La encuesta se dividió en tres secciones, las cuales se describen a continuación:

- Perfil de los tenderos. Este apartado está compuesto por 13 preguntas (de la 1 a la 13), a través de las cuales se busca conocer las características socioeconómicas, demográficas y educativas de los tenderos.
- Conocimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos. Para este segmento se emplearon 18 preguntas (de la 14 a la 31), asociadas al conocimiento y comportamiento de los tenderos respecto de sus obligaciones tributarias de carácter nacional y local.
- Recomendaciones para fomentar la cultura tributaria entre los tenderos. En esta sección se realizó una pregunta abierta (la No. 32), en la cual se solicitó a los tenderos que brindaran una recomendación para mejorar la cultura tributaria entre el gremio, esto con el fin de conocer su opinión al respecto y tomarla en cuenta para enriquecer las recomendaciones del apartado 7.3 de esta investigación.

Con el fin de mantener la coherencia con la estructura de la encuesta y con los objetivos del trabajo, también los resultados se presentan en tres apartados.

7.1 Análisis del perfil de los tenderos de Cali

Para el desarrollo del primer objetivo “analizar el perfil de los tenderos, mediante el reconocimiento de características socioeconómicas, demográficas y educativas”, se tomó como base la información recolectada de la primera sección de la encuesta. En este apartado se

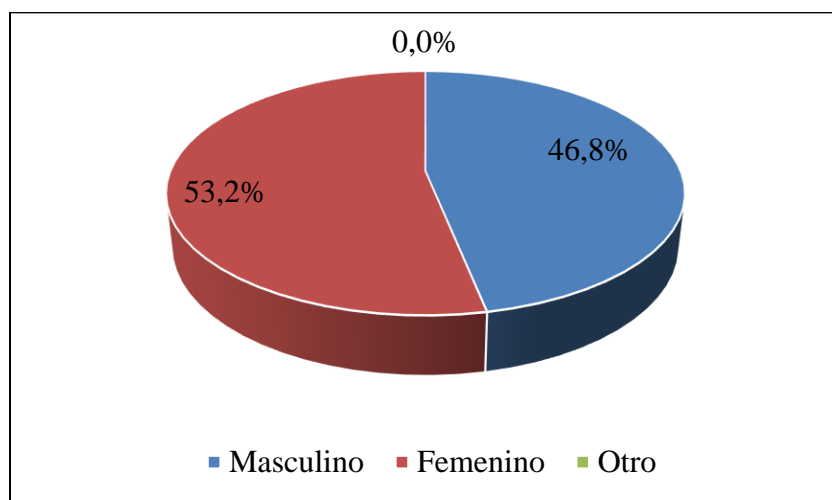
emplearon preguntas asociadas a las características socioeconómicas, demográficas y educativas de los tenderos, tales como: el género, la edad, el nivel educativo, el estrato socioeconómico, los ingresos de la tienda, la ubicación de la tienda, entre otros aspectos relevantes que tras el análisis permitieron definir el perfil y contexto de estos comerciantes. A continuación, se describen los resultados obtenidos en esta sesión de la encuesta.

7.1.1 Sección 1 - encuesta: perfil de los tenderos

Pregunta 1. ¿Cuál es su identidad de género?

Figura 1

Género de los tenderos



Nota. Fuente: elaboración propia.

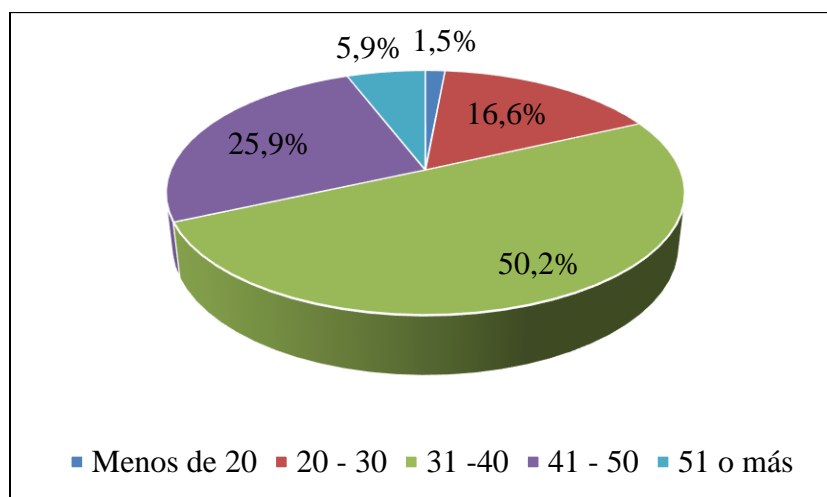
Como se observa en la Figura 1, el 53,2% de los encuestados pertenecen al género femenino, mientras que, el 47% al género masculino. Esto, revela que el sector de tenderos de Cali está casi balanceado en cuanto al género, con una ligera mayoría de mujeres a cargo de estos negocios. Este puede ser un indicador de que este tipo de emprendimientos son creados por todo tipo de personas sin distinción de género, caso contrario al de otros negocios cuya distribución por

género presenta una concentración mayor en hombres o en mujeres según la actividad económica que se desarrolla. En el contexto de la muestra analizada, se evidencia que este sector económico no cuenta con sesgos de identidad de género, lo cual facilita emprender este tipo de iniciativas en el mercado colombiano, que este compuesto en gran parte por micronegocios.

Pregunta 2. ¿En qué rango de edad se encuentra (en años)?

Figura 2

Edad de los tenderos (en rango de años)



Nota. Fuente: elaboración propia.

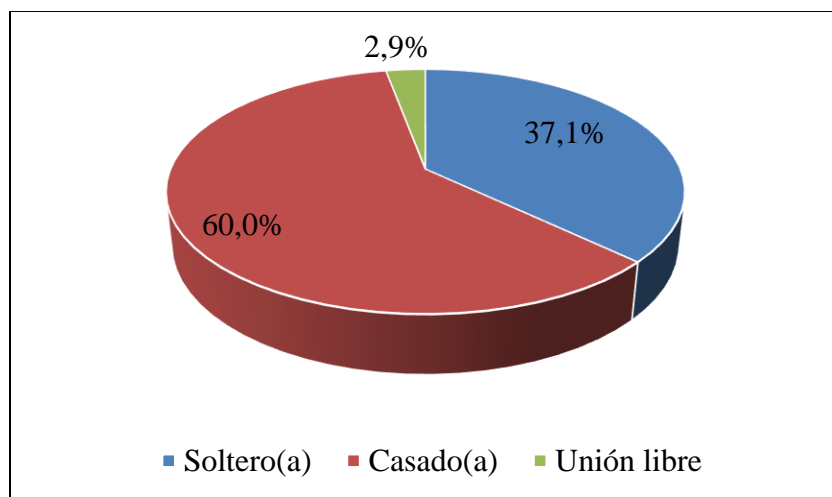
Con respecto a la edad de los tenderos encuestados (ver Figura 2), el rango de edad con mayor representación de estos comerciantes es el de 31 a 40 años, alcanzando el 50,2% del total (103 encuestados), seguido de aquellos que se encuentran entre los 41 a 50 años que representan el 25,9% (53 personas), mientras que, en los rangos de 20 a 30 años, 51 años o más y menos de 20 años, se encuentra la minoría de este grupo representados por el 16,6%, 5,9% y 1,5% respectivamente. En este contexto, se observa que las personas propietarias de estos micronegocios se encuentran en la etapa de adultez, de acuerdo con la clasificación del ciclo de

vida que sugiere el Ministerio de Salud y Protección Social (Minsalud, 2023), quienes afirman que esta etapa abarca un rango entre los 27 y 59 años.

Pregunta 3. ¿Estado civil?

Figura 3

Estado civil de los tenderos



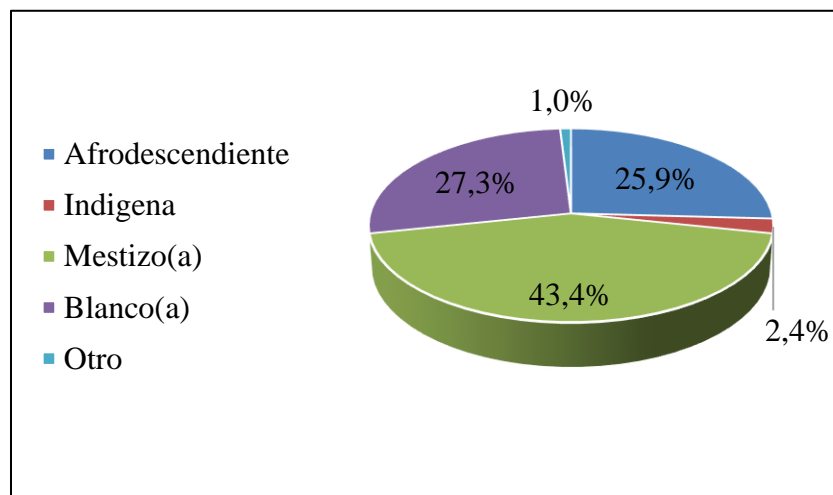
Nota. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la información presentada en la Figura 3, el 60% de los encuestados son personas casadas, el 37,1% son solteros y solo el 2,9% se encuentran en unión libre, lo cual equivale a 123, 76 y 6 personas respectivamente. Estos datos sugieren una presencia significativa de tenderos comprometidos en relaciones matrimoniales, en comparación a aquellos que aún se encuentran solteros.

Pregunta 4. ¿Grupo étnico con el que se identifica?

Figura 4

Grupo étnico de los tenderos



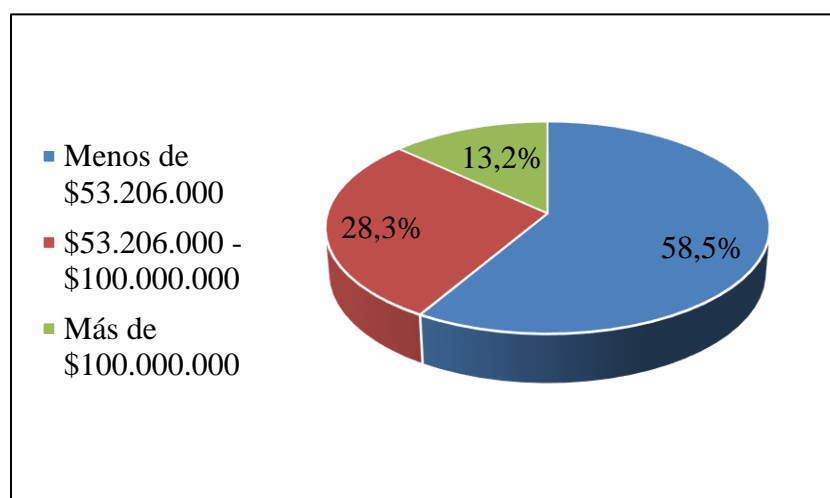
Nota. Fuente: elaboración propia.

Los resultados de la Figura 4 muestran que, la mayoría de los tenderos encuestados pertenecen a los grupos étnicos: mestizos, blancos y afrodescendientes, representados por 89 (43,4%), 56 (27,3%) y 53 (25,9%) personas respectivamente, mientras que, solo 5 (2,4%) personas se identifican como indígenas y 2 (1%) de ellas considera que pertenece a un grupo étnico diferente. Esta diversidad étnica en los tenderos de Cali podría reflejar también una mezcla cultural en la población dedicada a esta actividad económica, lo que contribuye a una perspectiva multifacética en el entorno laboral y a la diversidad de experiencias y conocimientos. Además, esta información refleja que, en la muestra analizada, el grupo étnico al que pertenece una persona no representa una limitación al momento de emprender este tipo de comercios, pues, a pesar de existir concentración en algunas etnias en particular, se evidencia una participación étnica variada entre los tenderos.

Pregunta 5. ¿En cuál de los siguientes rangos se ubica el nivel de ingresos anual de su tienda?

Figura 5

Ingresos anuales promedio de los tenderos



Nota. Fuente: elaboración propia.

En términos de ingresos anuales generados por las tiendas (ver Figura 5), se observa que, el 58,5% del total de encuestados obtiene una cifra menor a \$53.206.000 de pesos -que de acuerdo con la DIAN (2023b) si se obtienen ingresos brutos iguales o superiores a este monto en el año 2022 se debe presentar la declaración del Impuesto Sobre la Renta-, lo cual corresponde a un ingreso mensual promedio menor a los cinco millones de pesos. En este punto, es fundamental aclarar que no se trata de las ganancias sino de los ingresos, de los cuales deben deducirse costos y gastos para determinar el valor de sus utilidades. También, se evidencia que, un 28,29% de los tenderos tienen ingresos anuales que oscilan entre \$53.206.000 y \$100.000.000, mientras que, el restante 13,17% de los tenderos disfruta de ingresos superiores a \$100.000.000 anuales.

Cabe resaltar que, de los 120 tenderos encuestados que tienen ingresos inferiores a \$53.206.000 de pesos, 117 tienen sus tiendas ubicadas en los estratos 1, 2 y 3 (ver tabla 2); distribuidas principalmente en las comunas 14, 15 y 10 (ver tabla 3). Mientras que, de los 27 encuestados con ingresos superiores a \$100.000.000 de pesos, 11 tienen sus locales comerciales ubicados en el estrato 3, 9 en el estrato 5 y el restante en los estratos 1, 2 y 4 (ver tabla 2); los cuales están distribuidos en diferentes comunas, mayormente en la comuna 21 (5 tiendas), comuna 2 (3 tiendas) y comuna 10 (3 tiendas), (ver tabla 3).

Los datos anteriores sugieren una distribución desigual de los ingresos entre los tenderos de Cali, lo que podría reflejar diferencias en la rentabilidad de los negocios y la competencia en el sector minorista en la ciudad; de manera, que es importante considerar estrategias y políticas que puedan ayudar a mejorar las condiciones financieras de los tenderos con ingresos más bajos, promoviendo así la equidad y el crecimiento económico en este ámbito.

Tabla 2

Ingresos anuales promedio por estrato socioeconómico

Ingresos / Estrato	Menos de \$53.206.000	\$53.206.000 - \$100.000.000	Más de \$100.000.000
Uno	25	3	3
Dos	43	5	2
Tres	49	38	11
Cuatro	3	9	2
Cinco	0	3	9
Total	120	58	27

Nota. Fuente: elaboración propia.

Tabla 3*Ingresos anuales promedio de las tiendas por comuna*

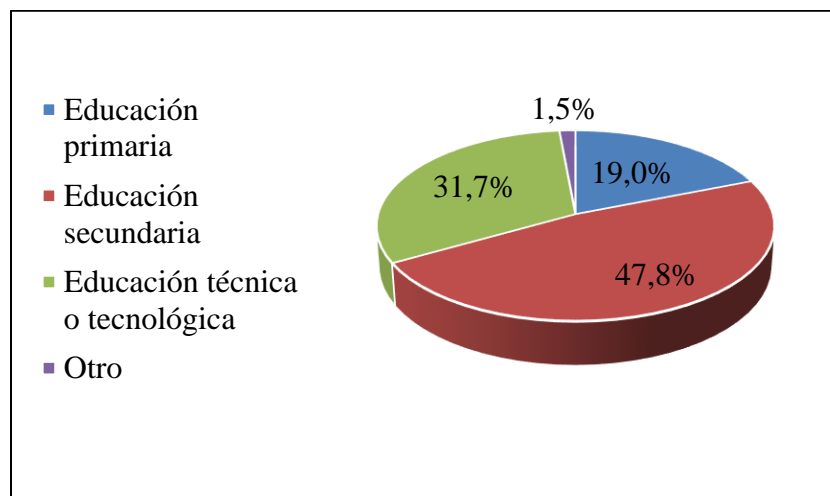
Ingresos / Comuna	Menos de \$53.206.000	\$53.206.000 - \$100.000.000	Más de \$100.000.000
1	1	0	0
2	0	3	3
3	4	3	1
4	10	4	1
5	2	1	0
6	7	1	0
7	1	2	1
8	9	3	2
9	8	6	1
10	11	11	3
11	7	6	0
12	6	2	0
13	8	3	1
14	18	2	2
15	13	2	2
16	6	3	0
17	2	3	2
18	1	1	0
19	4	1	2
20	2	1	0
21	0	0	5
22	0	0	1
Total	120	58	27

Nota. Fuente: elaboración propia.

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

Figura 6

Nivel educativo de los tenderos



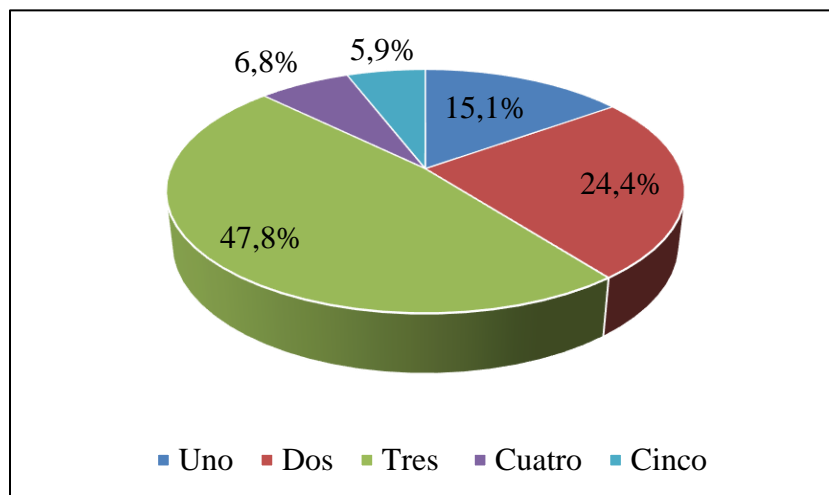
Nota. Fuente: elaboración propia.

Como se observa en la Figura 6, 98 (47,8%) encuestados son bachilleres, pues, son personas con la secundaria culminada, mientras que, 65 (31,7%) personas han alcanzado el nivel de educación técnica o tecnológica. Sin embargo, 39 (19%) tenderos solo cuenta con educación primaria y 3 (1,5%) son profesionales. En concordancia con lo anterior, se puede evidenciar que no todos los tenderos de Cali poseen una base educativa sólida, ya que el 66,8% del total de encuestados cuentan con un nivel de escolaridad máximo de primaria o secundaria, lo cual podría generar dificultades para comprender las complejidades del entorno comercial y tributario.

Pregunta 7. ¿Cuál es su estrato socioeconómico? Si no está seguro(a) puede buscarlo en su recibo de servicios públicos.

Figura 7

Estrato socioeconómico de los tenderos



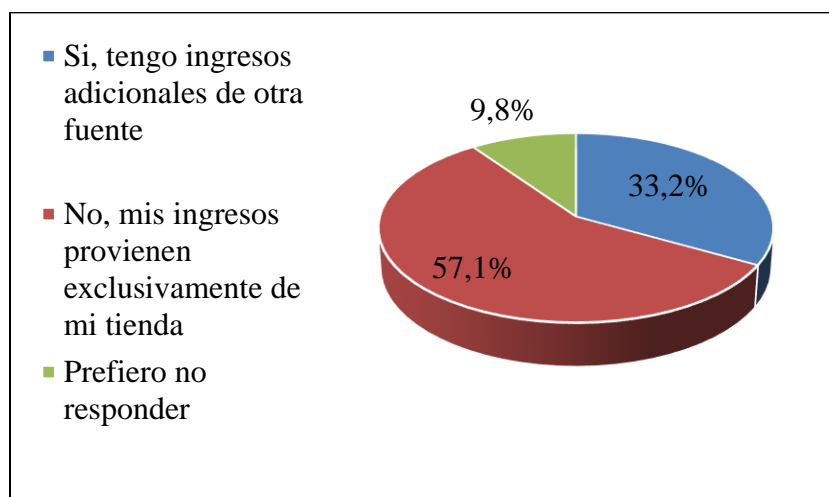
Nota. Fuente: elaboración propia.

En la figura 7 se puede apreciar cómo se distribuyen los tenderos a partir del estrato socioeconómico al que pertenecen. Los resultados de la encuesta indican que, el 47,8% del total pertenecen al estrato tres, el 24,4% al estrato dos y el 15,1% al estrato uno, correspondientes a 98, 50 y 31 personas respectivamente, lo cual refleja una concentración significativa en los estratos más bajos. Por su parte, tan solo el 6,8% (14 encuestados) y el 5,9% (12 encuestados) pertenecen a los estratos cuatro y cinco respectivamente. Lo anterior, permite inferir que el acceso limitado a la educación y las pocas oportunidades laborales conllevan a las personas de estratos medios y bajos a emprender este tipo de micronegocios, además que las tiendas de barrio pueden resultar un negocio poco atractivo para las personas con un nivel socioeconómico más alto.

Pregunta 8. ¿Además de los ingresos generados por su tienda, cuenta usted con otras fuentes de ingresos o actividades secundarias?

Figura 8

Fuentes de ingresos/actividades secundarias



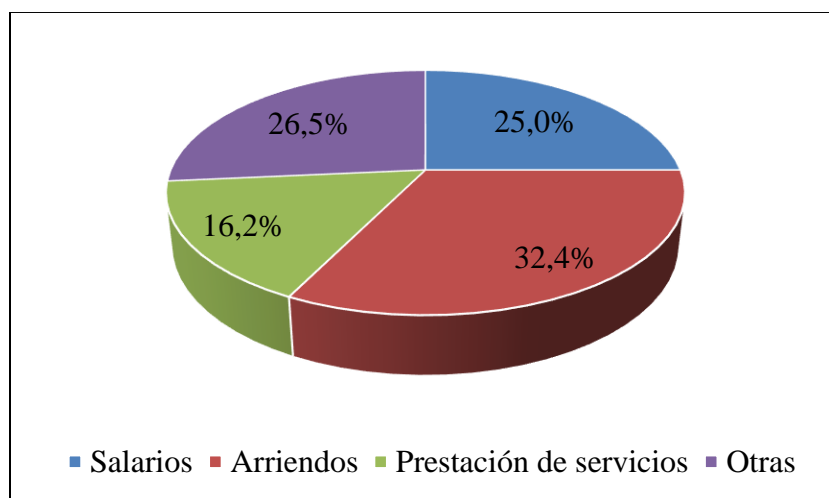
Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 8 se resume la respuesta sobre la obtención o no de fuentes de ingresos adicionales por parte de los tenderos encuestados. El 57,1% (117 personas) afirman que sus ingresos provienen exclusivamente de sus tiendas, mientras que, el 33,2% (68 personas) si cuentan con ingresos generados de otras fuentes. Por su parte, el 9,8% (20 personas) optó por no brindar esta información. Los anteriores datos sugieren que una proporción considerable de los tenderos en Cali obtienen su sustento exclusivamente de sus tiendas, no obstante, un grupo significativamente inferior, diversifica sus fuentes de ingresos. Esto se debe a que no todos cuentan con las condiciones económicas y laborales que les permita realizar inversiones adicionales a las de su tienda o contar con un empleo extra.

Pregunta 9. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿Que ingresos adicionales tiene? En esta pregunta los encuestados podían seleccionar más de una alternativa.

Figura 9

Ingresos adicionales a los generados por las tiendas



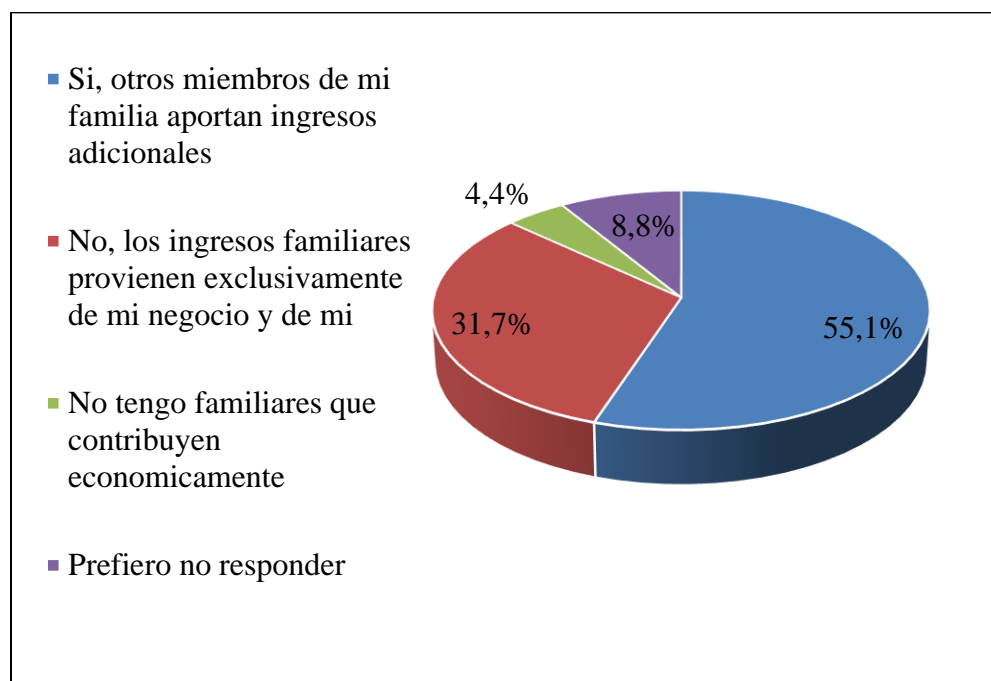
Nota. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la información presentada en la Figura 9, de los 68 tenderos que indicaron tener ingresos provenientes de otras fuentes, 22 (32,4%) reciben ingresos por concepto de arriendos, seguidos de aquellos que reciben salarios e ingresos de otras fuentes, representados por 18 (26,5%) y 17 (25%) encuestados respectivamente y, 11 (16,2%) personas recibe ingresos por prestación de servicios. Así las cosas, los tenderos que diversifican sus fuentes de ingresos pueden presentar mayor estabilidad económica, lo cual se asume como un factor positivo para la economía de estos comerciantes y sus familias, lo que podría contribuir al cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Pregunta 10. ¿Otros miembros de su familia contribuyen económicamente al negocio o al hogar?

Figura 10

Contribución económica a el negocio/hogar por parte de otros familiares



Nota. Fuente: elaboración propia.

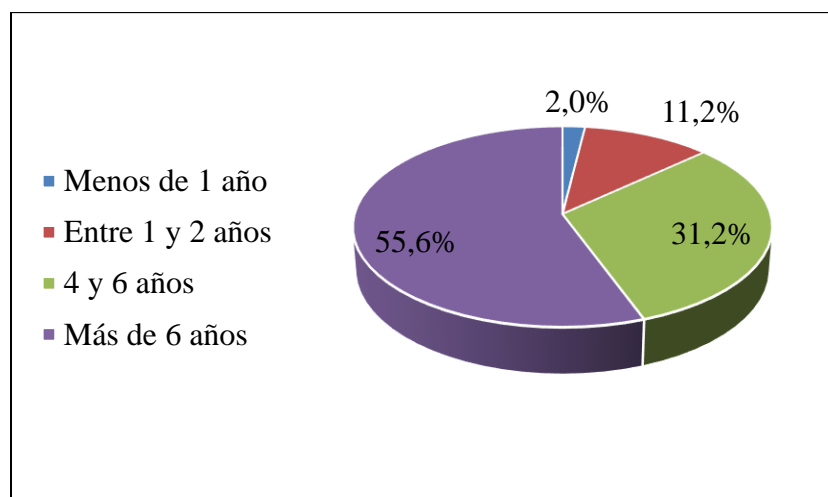
En cuanto a la contribución económica asociada a las tiendas y los hogares respectivos por parte de familiares adicionales al propietario del negocio (ver Figura 10), se evidenció que, el 55,1% (113 personas) del total de encuestados afirman que otros miembros de la familia generan un aporte económico a la tienda, el 31,7% (65 encuestados) indicó que los ingresos familiares provenían exclusivamente del propio negocio y de ellos mismos. Por su parte, el 8,8% (18 encuestados) optó por no responder y el 4,4% (9 encuestados) manifestó no tener familiares que contribuyan económicamente. Lo anterior, indica que la mayoría de los tenderos encuestados

cuenta con un hogar donde el resto de los familiares aportan dinero, lo cual disminuye su carga económica; no obstante, algunos de estos comerciantes y sus familias dependen estrictamente de lo que genere la tienda, lo que puede dificultar su estabilidad financiera y el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, especialmente para aquellos con ingresos bajos.

Pregunta 11. ¿Cuánto tiempo ha estado en funcionamiento la tienda?

Figura 11

Tiempo de funcionamiento de las tiendas



Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 11 se muestra la distribución de las tiendas según los años de funcionamiento. De un total de 114 tiendas (55,6%) han estado en funcionamiento más de 6 años, 64 de ellas (31,2%) entre 4 y 6 años, 23 tiendas más (11,2%) han estado activas entre 1 y 2 años y, solo 4 (2%) menos de 1 año. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados poseen tiendas que han estado en funcionamiento durante un período significativo, lo que implica una estabilidad y experiencia consolidada en el ámbito comercial en su sector de actividad. Esta longevidad en el funcionamiento de las tiendas podría indicar una base sólida de

clientes y una comprensión profunda de las dinámicas del mercado local, lo que contribuye a la resistencia y al éxito a largo plazo de los negocios de los tenderos en Cali.

Pregunta 12. ¿En qué barrio está ubicada su tienda?

Tabla 4

Distribución de las tiendas por barrios

Barrio	Tiendas	Barrio	Tiendas	Barrio	Tiendas
Acopi	1	El Retiro	3	Pilas de Cabuyal	1
Alcázares	2	El Rodeo	1	Prados de Oriente	1
Alfonso Barberena	1	El Vallado	4	Prados del Sur	1
Alfonso López	3	Farallones	1	Primitivo cresco	1
Altos de Normandía	2	Fepicol	1	Quiroga	1
Antonio Nariño	2	Guayacanes	2	Salomia	3
Bajo Jordán	1	Guayaquil	1	San Bosco	5
Barranquilla	1	Jorge Eliecer Gaitán	2	San Carlos	1
Belalcázar	3	Junín	1	San Judas	8
Belén	1	La Alameda	2	San Pedro	5
Bretaña	5	La Esmeralda	6	San Vicente	3
Brisas del Limonar	3	La Hacienda	1	Santa Anita	1
Bueno Madrid	1	La Independencia	1	Santa Elena	4
Cañasgordas	1	La Rivera I	1	Santa Fe	3
Cañaverales	1	La Selva	1	Santa Mónica	3
Ciudad 2000	1	La Vorágine	1	Santo Domingo	3
Ciudad Córdoba	6	Las Acacias	1	Simón Bolívar	1
Ciudad Modelo	4	Las Granjas	1	Sindical	4
Ciudadela del Río	3	Las Vegas	1	Sucre	3
Compartir	1	Lleras Camargo	1	Talanga	3
Comuneros II	2	Los Naranjos	4	UV Popular	3
Conquistadores	2	Manuela Beltrán	6	Valle del Lili	1
Cristales	1	Mariano Ramos	1	Vereda Atenas	1
Decepaz	1	Marroquín	14	Vereda el mango	1
El Caney	1	Miraflores	1	Vergel	1

El Diamante	2	Mojica	1	Villa del Lago	4
El Guabal	1	Morichal Comfandi	4	Villa del Sur	4
El Jardín	1	Nueva Floresta	4	Villa Flora	1
El Piloto	1	Olímpico	1	Villanueva	3
El Poblado II	3	Pampalinda	1	Vipasa	1
El Recuerdo	1	Panamericano	1		

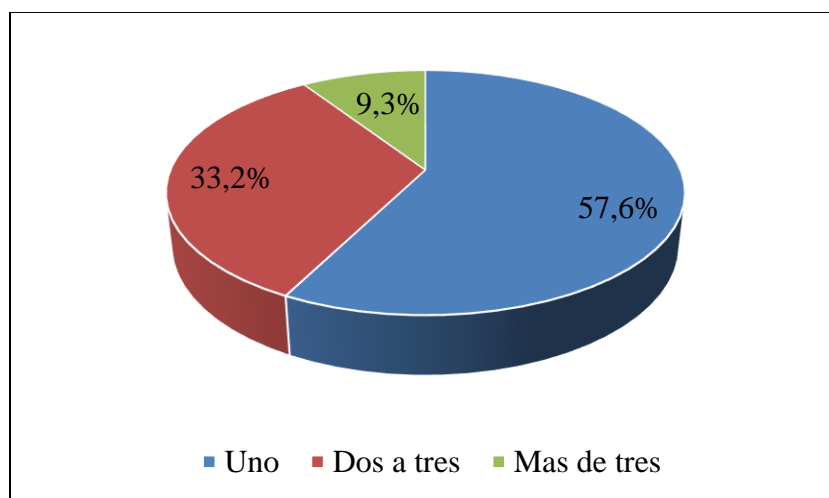
Nota. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la información de la tabla 2, donde se presenta la distribución de tiendas por barrio en Cali, se observa que algunos barrios destacan por tener una mayor concentración de tiendas en comparación con otros. Se destaca la presencia significativa de tiendas en Marroquín con un 6,83% (14 tiendas), San Judas con un 3,90% (8 tiendas), y Manuela Beltrán, Villa del Sur y Ciudad Córdoba con un 2,93% (6 tiendas) cada uno. Además, otros barrios como San Bosco con un 2,44% (5 tiendas), Los Naranjos y Unión de Vivienda Popular, ambos con un 1,95% (4 tiendas), muestran una presencia notable de actividades comerciales. Por otro lado, se identifican diversos barrios con una presencia más moderada de tiendas, como Barranquilla, La Esmeralda, Cañasgordas, y Santo Domingo, cada uno con un 1,46% (3 tiendas). Otros barrios muestran una presencia más modesta de tiendas, como El Retiro, El Rodeo, Prados de Oriente, Prados del Sur, Primitivo Crespo, y Quiroga, cada uno con solo una tienda. Esta distribución revela una variedad de niveles de actividad comercial en los diferentes barrios de Cali, lo que indica una dinámica diversa en el panorama económico de la ciudad.

Pregunta 13. ¿Tiene empleados trabajando en su tienda? (Es decir, si además de usted hay otras personas trabajando en su tienda). En caso afirmativo, ¿Cuántos empleados tiene actualmente?

Figura 12

Número de empleados de la tienda (adicionales al propietario)



Nota. Fuente: elaboración propia.

Los resultados de la Figura 12 reflejan que, el 57,6% (118 tenderos) del total de encuestados cuentan con un solo empleado en sus tiendas, el 33,2% (68 tenderos) tienen de dos a tres empleados, mientras que, solo el 9,3% (19 tenderos) tienen más de tres empleados. Desde la perspectiva de generación de empleo estas cifras son importantes, dado que, por cada tienda en funcionamiento se genera por lo menos un empleo, lo cual repercute en mayor cantidad de oportunidades laborales en la región. Es de resaltar que, la creación de nuevos puestos de trabajo no solo impulsa el desarrollo económico local, sino que también aporta a fortalecer la estabilidad social al brindar oportunidades laborales a un grupo considerable de personas.

Por otro lado, debido a que este estudio se ha enfocado en comprender la relación de los tenderos con los impuestos, no se ha profundizado en la calidad de las condiciones laborales de los empleados de cada tienda, como lo pueden ser: el salario, las horas trabajadas y las prestaciones sociales. Por tanto, este aspecto podría ser objeto de futuras investigaciones para obtener una comprensión más completa de las condiciones laborales de estos empleados.

7.2 Conocimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos

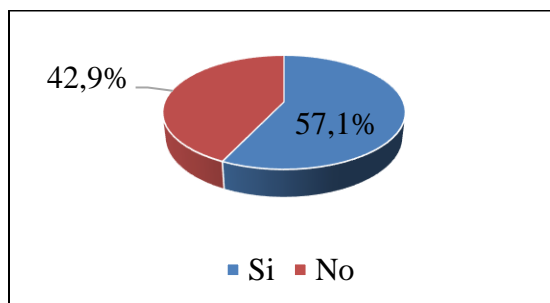
Para el desarrollo del segundo objetivo “determinar el conocimiento de los tenderos respecto a las obligaciones tributarias que recaen sobre ellos en el ámbito local y nacional”, se realizaron preguntas enfocadas en el conocimiento y comportamiento que tienen los tenderos de Cali respecto a las obligaciones tributarias, además de las razones principales que conllevan a estos aspectos. A continuación, se presentan los hallazgos de la sección 2 de la encuesta.

7.2.1 Sección 2 - encuesta: conocimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos

Pregunta 14. ¿Su tienda está registrada en la Cámara de Comercio?

Figura 13

Registro de tienda en la Cámara de Comercio



Nota. Fuente: elaboración propia.

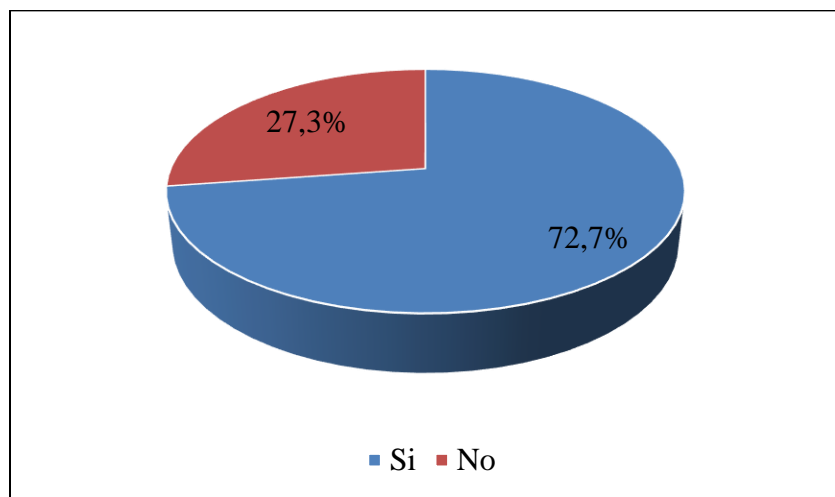
De acuerdo con la información presentada en la Figura 13, 117 de los tenderos (57,1%) encuestados afirman que su tienda se encuentra registrada en la Cámara de Comercio, mientras que, 88 de ellos (42,9%) no han realizado dicho registro. Lo anterior indica que, la mayoría de los tenderos encuestados cuentan con un negocio formalizado mediante el registro en la Cámara de Comercio, lo cual implica el acceso a una serie de beneficios legales como el acceso a créditos y la contratación formal de empleados, además, de generar confianza en sus proveedores y clientes.

Por otra parte, existe un número considerable de tiendas que no cuentan con este registro, lo que puede tener origen en diferentes motivos como los expuestos en el GEM, donde se afirma que algunos emprendedores no cuentan con este registro por ser un proceso con muchos tramites y, otros manifiestan que no consideran necesario el registro para llevar a cabo sus operaciones (Pereira et al., 2022, p. 107). Esta situación afecta a los tenderos sin registro que no pueden acceder a los beneficios que este genera, y, al Estado, que no recauda los impuestos de estos comercios, lo cual afecta la financiación del gasto público.

Pregunta 15. ¿Conoce usted los impuestos municipales que afectan a su tienda? (los impuestos municipales se pagan en cada municipio, en este caso en Cali).

Figura 14

Conocimiento de los tenderos respecto a los impuestos municipales que les corresponden



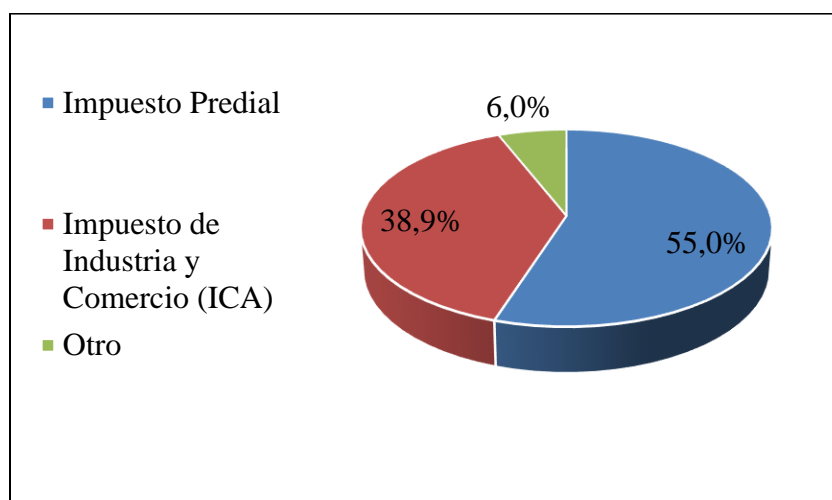
Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 14 se observa que, entre los tenderos encuestados 149 (72,7%) tiene conocimiento sobre los impuestos municipales que afectan sus tiendas y, solo 56 (27,3%) desconoce dichas obligaciones. Estos resultados sugieren que existe una oportunidad de mejora en cuanto a la capacitación de los tenderos respecto de los impuestos locales. De esta manera, los tenderos podrían comprender mejor estos tributos y el municipio podría obtener más recursos para financiar estos proyectos.

Pregunta 16. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿Qué impuestos municipales paga actualmente? (En esta pregunta los encuestados podían seleccionar más de una alternativa).

Figura 15

Impuestos municipales que pagan los tenderos



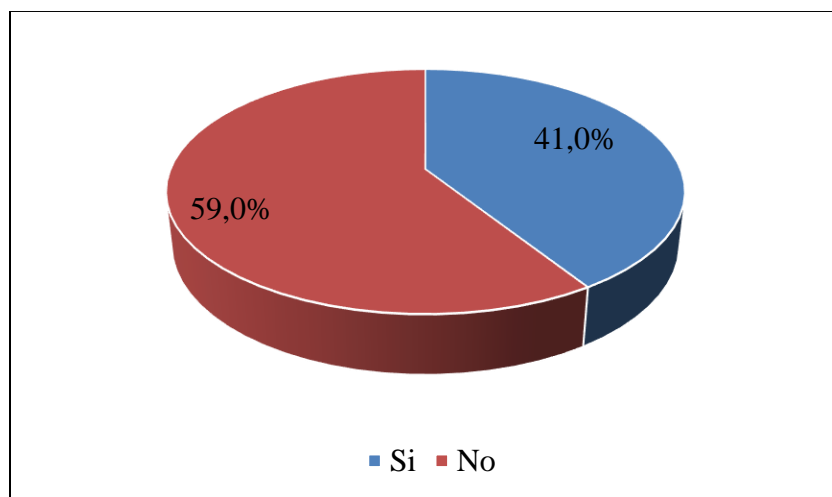
Nota. Fuente: elaboración propia.

Los resultados de la Figura 15 muestran que, el 55% (82 tenderos) del total de encuestados que afirmaron conocer los impuestos municipales que afectan sus tiendas pagan el impuesto predial, el 38,9% (58 tenderos) pagan el ICA y el 6% (9 tenderos) indica que no pagan ninguno de estos impuestos. La información anterior coincide con los resultados obtenidos en el seguimiento fiscal al primer semestre de 2022 de Cali, en el que la Dirección General de Apoyo Fiscal (2022) indican que los ingresos tributarios fueron obtenidos principalmente por el impuesto predial y el ICA. Por tanto, se puede inferir que en Cali hay una inclinación por el pago de ambos impuestos municipales.

Pregunta 17. ¿Usted ha experimentado dificultades para entender o calcular los impuestos municipales?

Figura 16

Tenderos con dificultades para entender o calcular los impuestos municipales



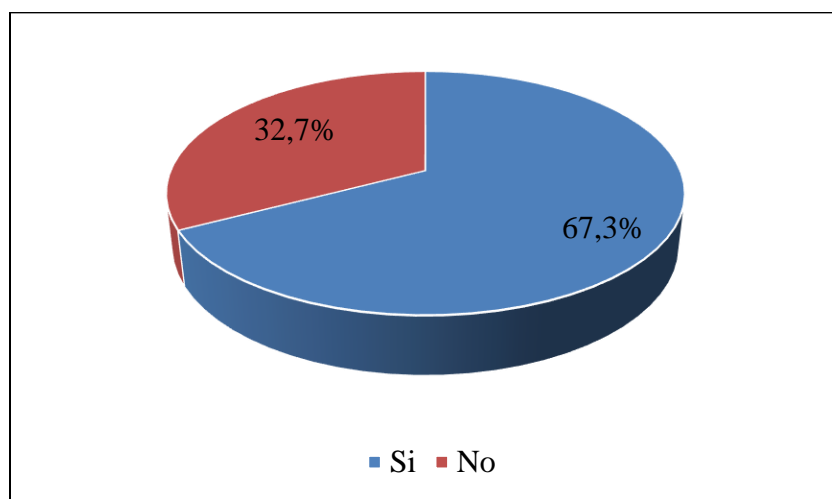
Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 16 se evidencia que, el 59% (121 personas) de los tenderos encuestados sostienen no haber tenido dificultades para entender o calcular los impuestos municipales, mientras que, el 41% (84 personas) si presentan dichas dificultades. Lo anterior sugiere que, una proporción importante de los tenderos ha tenido inconvenientes para comprender o calcular los impuestos locales. Esto puede reflejar la complejidad percibida en relación con los cálculos de los impuestos municipales y podría indicar que los tenderos requieren orientación clara en relación con el cumplimiento de sus responsabilidades tributarias, por consiguiente, se puede afirmar que existe una necesidad de capacitación y acompañamiento en este campo.

Pregunta 18. ¿Conoce usted los impuestos nacionales que afectan a su tienda? (los impuestos nacionales son los que recauda y administra la DIAN).

Figura 17

Conocimiento de los tenderos respecto a los impuestos nacionales que les corresponden



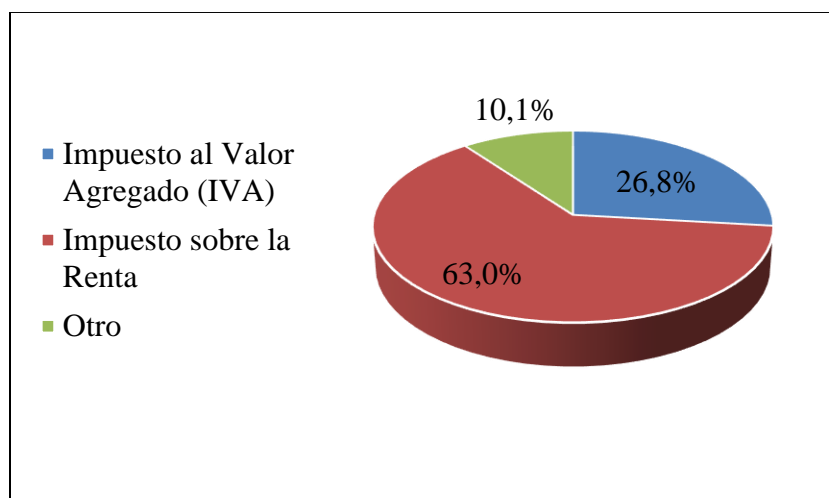
Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 17 se aprecia que, 138 (67,3%) de los tenderos encuestados conocen los impuestos nacionales que les corresponden en su calidad de tenderos, no obstante, 67 (32,7%) de estos tenderos afirman desconocer estas responsabilidades. Lo anterior indica que, a diferencia de lo que ocurre con los impuestos municipales, el desconocimiento de los impuestos nacionales por parte de los encuestados es mayor, por ende, se observa una gran necesidad de realizar capacitaciones y emprender iniciativas para dar a conocer esta información a estos comerciantes de la ciudad de Cali.

Pregunta 19. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿Qué impuestos nacionales paga actualmente? (En esta pregunta los encuestados podían seleccionar más de una alternativa).

Figura 18

Impuestos nacionales que pagan los tenderos



Nota. Fuente: elaboración propia.

Considerando la cantidad de encuestados que afirmaron conocer los impuestos nacionales que les corresponde pagar (138), en la Figura 18 se observa que el 63% (87 tenderos) pagan el impuesto sobre la renta, el 26,8% (37 tenderos) pagan el IVA y 10,1% (14 tenderos) no pagan ninguno de estos impuestos. Por tanto, se observa una proporción menor en el pago de impuesto nacionales respecto a los municipales, pues, según los datos arrojados por la encuesta son 124 encuestados que pagan los impuestos nacionales, mientras que, los impuestos municipales los pagan 140 de los tenderos encuestados.

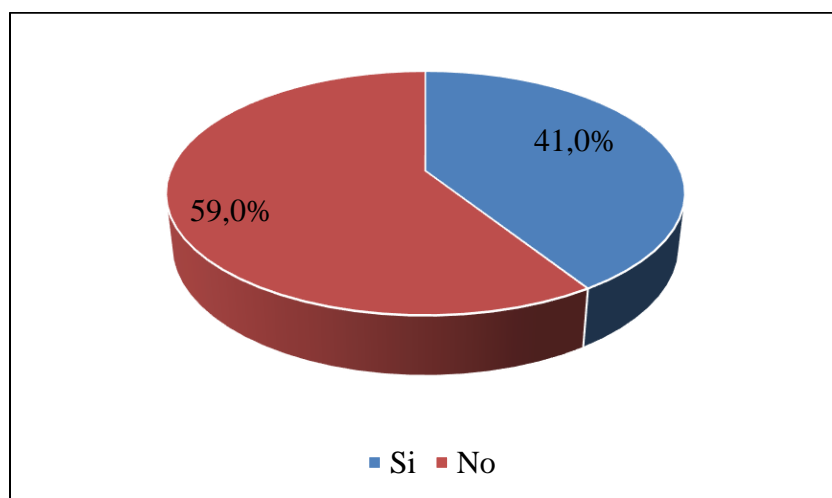
Es importante resaltar que, el desconocimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos puede ser una de las razones principales para omitir el pago de los impuestos. Lo

anterior, implica que algunos tenderos lleguen a ser sancionados por dicho incumplimiento, lo que representaría una dificultad financiera para estos comerciantes. Además, al no pagar los impuestos el Estado pierde recursos que pueden ser invertidos socialmente tanto a nivel nacional como municipal.

Pregunta 20. ¿Usted ha experimentado dificultades para entender o calcular los impuestos nacionales?

Figura 19

Tenderos con dificultades para entender o calcular los impuestos nacionales



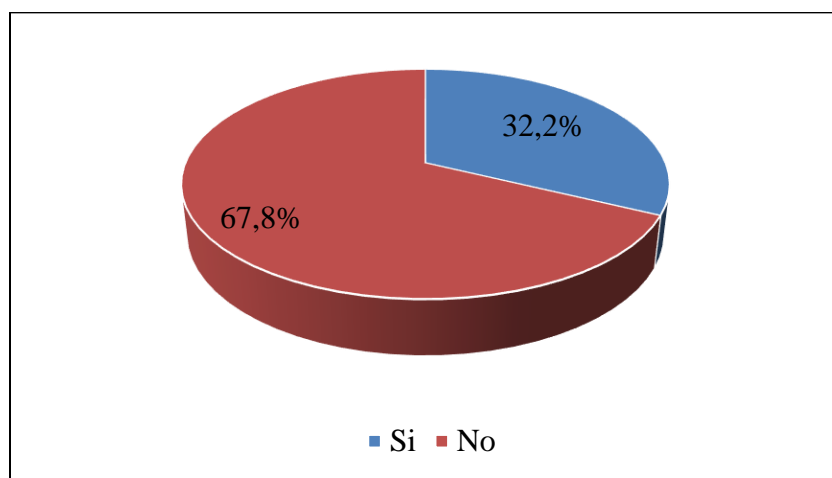
Nota. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos presentados en la Figura 19, 121 (59%) de los tenderos encuestados, indicaron que no presentan dificultades para entender o calcular los impuestos nacionales, pero, los 84 restantes (41%) si presentan estos inconvenientes. Este caso se asemeja a lo que ocurre con los impuestos municipales, por lo que se evidencia una oportunidad de mejora respecto a la orientación y acompañamiento a los tenderos en relación con su cumplimiento tributario.

Pregunta 21. ¿Usted ha sentido que las obligaciones tributarias dificultan su capacidad para administrar la tienda?

Figura 20

Tenderos con dificultades para administrar su tienda por las obligaciones tributarias



Nota. Fuente: elaboración propia.

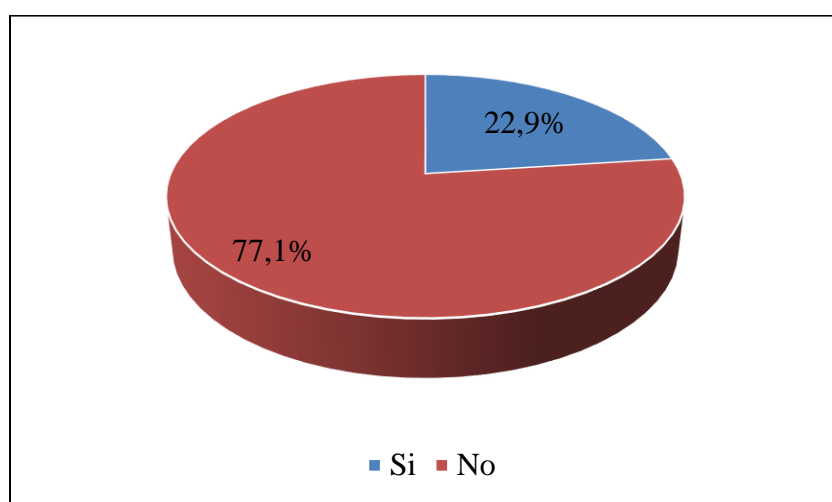
En la Figura 20 se aprecia que, el 67,8% (139) de los tenderos encuestados no ha presentado dificultades para administrar su tienda por las obligaciones tributarias, sin embargo, el 32,2% (66) si presenta estos inconvenientes. Lo anterior, permite inferir que una minoría de encuestados presenta dicha dificultades por diversos motivos como: la complejidad para interpretar las regulaciones tributarias, el amplio margen de tiempo que se debe emplear para realizar los trámites asociados, el desconocimiento sobre las obligaciones tributarias y los procedimientos que conllevan y la falta de asesoría profesional en torno a este tema. No obstante, se debe tener en cuenta que, como se ha mencionado anteriormente, algunos tenderos no cumplen con sus obligaciones tributarias, por lo que no realizan dichos tramites, además, hay

tenderos que cuentan con asesoría profesional para este tema, razones por las cuales, sus obligaciones tributarias no representan un problema para administrar sus tiendas.

Pregunta 22. ¿Usted cuenta con asesoramiento profesional para manejar sus obligaciones tributarias?

Figura 21

Tenderos con asesoramiento profesional para manejar las obligaciones tributarias



Nota. Fuente: elaboración propia.

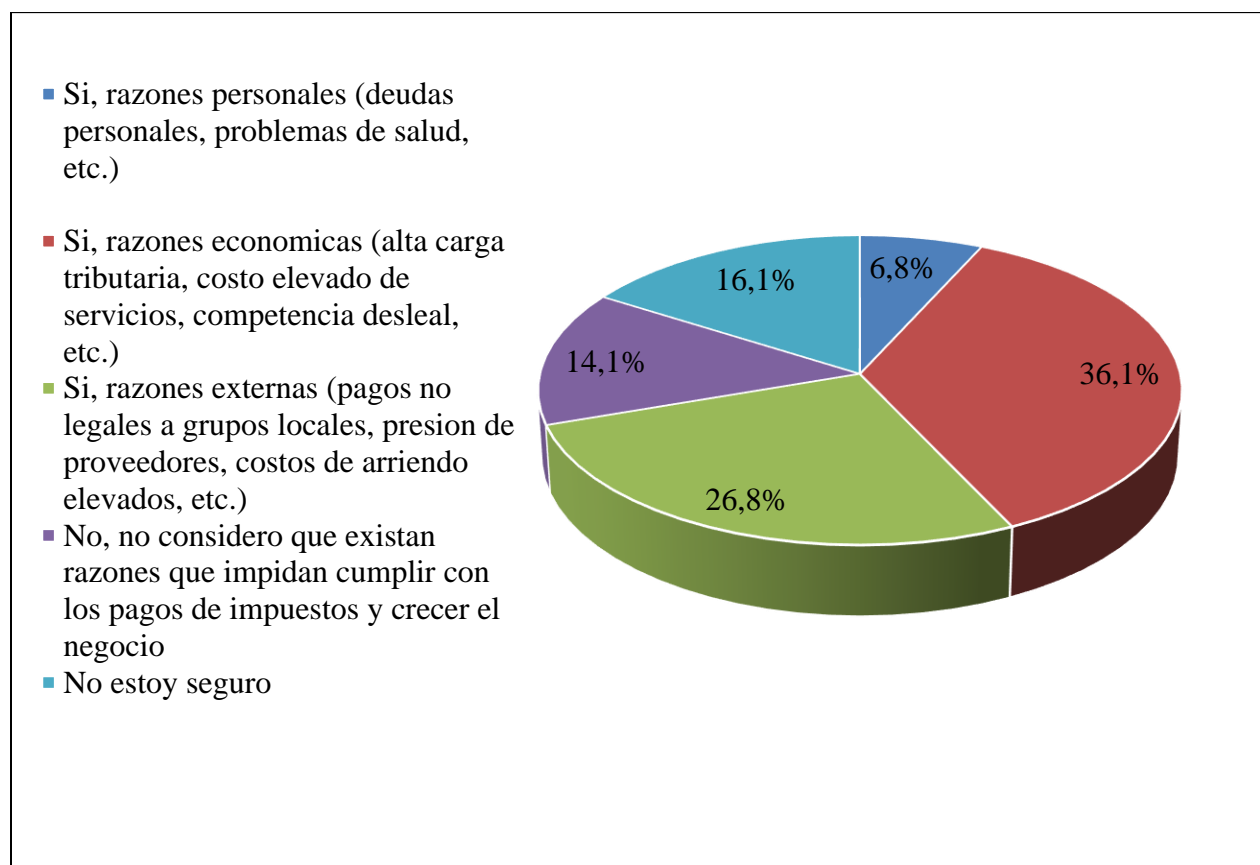
Los resultados de la Figura 21 muestran que, del total de encuestados 158 tenderos (77,1%) no cuentan con asesoramiento profesional para gestionar sus obligaciones tributarias, mientras que, el 22,9% (47 personas) si están asesorados por un profesional para dicha gestión. Esto podría significar que, en su mayoría, los tenderos confían en sus capacidades para abordar las obligaciones tributarias. No obstante, también podría reflejar la falta de recursos para contratar servicios profesionales para llevar a cabo estos procesos. Por otra parte, la proporción de tenderos que sí cuenta con asesoría profesional, en su mayoría, disponen de los recursos para contratar estos servicios, pues, de las 47 personas que cuentan con esta asesoría, 21 tienen

ingresos anuales superiores \$100.000.000 de pesos y, 14 ganan entre \$53.206.000 y \$100.000.000 de pesos al año.

Pregunta 23. ¿Identifica usted alguna de las siguientes razones personales, económicas o externas que puedan dificultar su capacidad para cumplir con los pagos de impuestos y obtener ganancias necesarias para el crecimiento tanto de su patrimonio personal como de su negocio?

Figura 22

Razones que dificultan el pago de impuestos



Nota. Fuente: elaboración propia.

De los resultados que se presentan en la Figura 22 se puede extraer que, el 36,1% (74) de los encuestados sostienen que las razones económicas como la alta carga tributaria y el costo

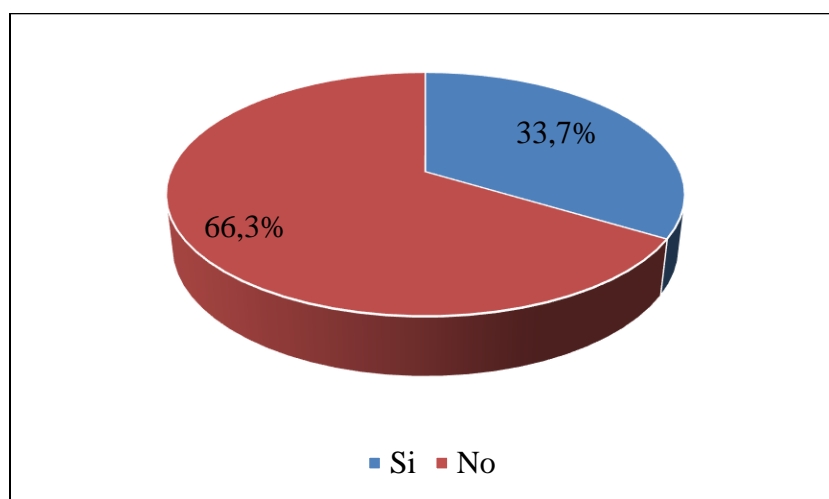
elevado de servicios les generan dificultades para el pago de sus obligaciones tributarias. El 26,8% (55) asocia estas dificultades a razones externas, el 16,1% (33) no están seguros de cuáles son las razones principales en este sentido, el 14,1% (29) afirman que no existen razones para el incumplimiento en el pago de impuestos y, el 6,8% (14) asocian estas razones a situaciones personales como deudas, problemas de salud, entre otras.

En los datos anteriores, se observa una distribución equilibrada entre los diferentes tipos de razones por las cuales se presenta o se puede presentar el incumplimiento en el pago de impuestos por parte de los tenderos que respondieron la encuesta. Por tanto, es necesario indagar a profundidad en este aspecto para formular estrategias que faciliten a los tenderos el pago de sus obligaciones tributarias considerando las situaciones por las que atraviesan.

Pregunta 24. ¿Usted ha recibido información o formación sobre impuestos y obligaciones tributarias en su actividad como tendero?

Figura 23

Tenderos con información o formación sobre obligaciones tributarias



Nota. Fuente: elaboración propia.

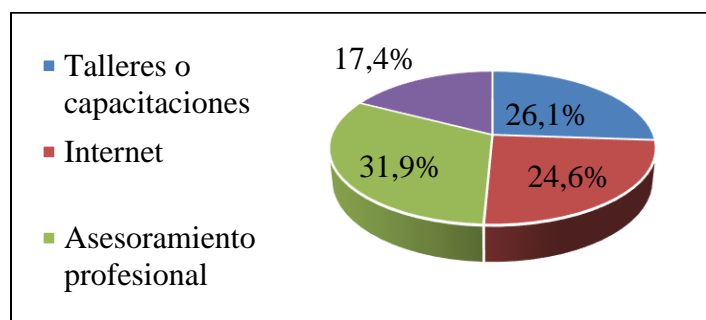
En la Figura 23 se observa que, 136 encuestados (66,3%) revelan no haber recibido información o formación sobre impuestos y obligaciones tributarias, mientras que, los 69 tenderos (33,7%) restantes si han tenido oportunidad de informarse y/o capacitarse en este aspecto. Estos resultados sugieren que, la mayoría de los tenderos en Cali pueden no estar suficientemente informados o capacitados en aspectos tributarios relacionados con su negocio. De hecho, 56 encuestados afirmaron desconocer los impuestos municipales que les corresponden y, 67 tenderos los impuestos nacionales. Esta falta de información o formación específica podría influir en la capacidad de los tenderos para comprender y cumplir con sus obligaciones tributarias de manera efectiva.

Asimismo, la presencia de un porcentaje significativo que ha recibido esta formación sugiere que existe un interés y reconocimiento de la importancia de estar bien informado en este aspecto, lo que podría ser fundamental para mejorar el cumplimiento fiscal y la salud financiera de sus negocios.

Pregunta 25. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿Usted donde ha obtenido esta información? En esta pregunta los encuestados podían seleccionar más de una alternativa.

Figura 24

Fuentes de información sobre cultura tributaria



Nota. Fuente: elaboración propia.

Del total de encuestados que afirmaron haber recibido información o formación sobre cultura tributaria (69), en la Figura 24 se puede observar que, el 31,9% (22) sostienen que esta información la obtuvo de asesoramiento profesional, el 26,1% (18) de talleres o capacitaciones, el 24,6% (17) de consultas en internet y el 17,4% (12) de otras fuentes de información. Lo anterior sugiere que un número importante de los tenderos está interesado en adquirir conocimientos especializados en esta área.

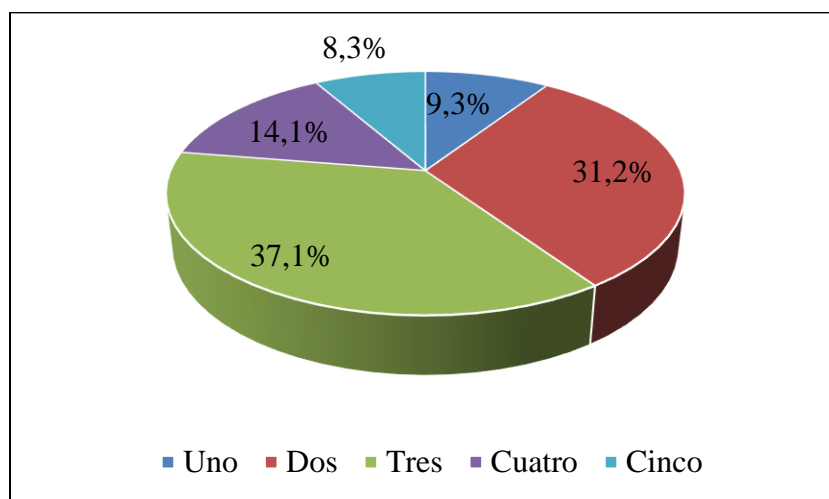
Lo anterior contrasta con un número significativo de tenderos que todavía no tiene la formación ni la información requerida en materia Tributaria. Esto indica existe la necesidad de desarrollar métodos de divulgación para que los tenderos conozcan las diferentes alternativas que presentan las entidades gubernamentales y educativas para sensibilizar a la población en temas tributarios. Ejemplo de estas iniciativas, son las que desarrolla la DIAN en su programa de Cultura de la Contribución, donde se ejecutan estrategias como: “lo público es nuestro” y “cultura de la contribución en la escuela” (DIAN, 2024a). En suma, es importante que se divulgue la información sobre iniciativas que fomentan la cultura tributaria, además de emprender nuevas estrategias con dicho propósito.

Pregunta 26. ¿Qué tan útil considera usted la educación tributaria que ha recibido?

Califique en una escala de 1 a 5, donde 1 es nada útil y 5 es muy útil.

Figura 25

Nivel de utilidad de la educación tributaria



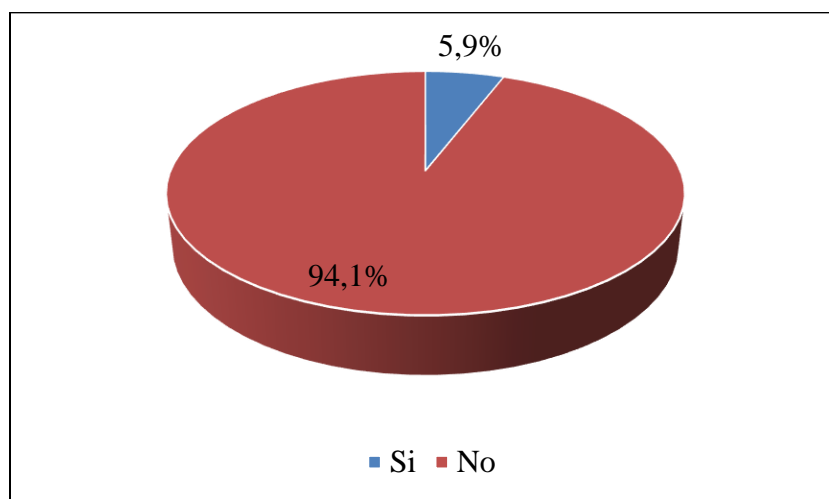
Nota. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con la información que se resume en la Figura 25, 76 de los tenderos encuestados (37,1%) que el nivel de utilidad de la educación tributaria que han recibido es medio, 64 de ellos (31,2%) que es baja, 29 (14,1%) que es alta, 19 (9,3%) que es muy baja y, 17 tenderos (8,3%) que es muy alta. En este sentido, se observa una distribución ligeramente equilibrada entre los niveles de utilidad que consideran los tenderos respecto a la educación tributaria recibida. No obstante, teniendo en cuenta que 159 tenderos (77,6%) afirmaron que el nivel de utilidad de la educación tributaria recibida esta entre muy baja y media, se observa que existe una oportunidad de mejora en los métodos educativos ofertados para fomentar la cultura tributaria entre los tenderos de Cali.

Pregunta 27. ¿Cree usted que los tenderos en general tienen suficiente conocimiento sobre sus obligaciones tributarias?

Figura 26

Percepción sobre la suficiencia del conocimiento de las obligaciones tributarias



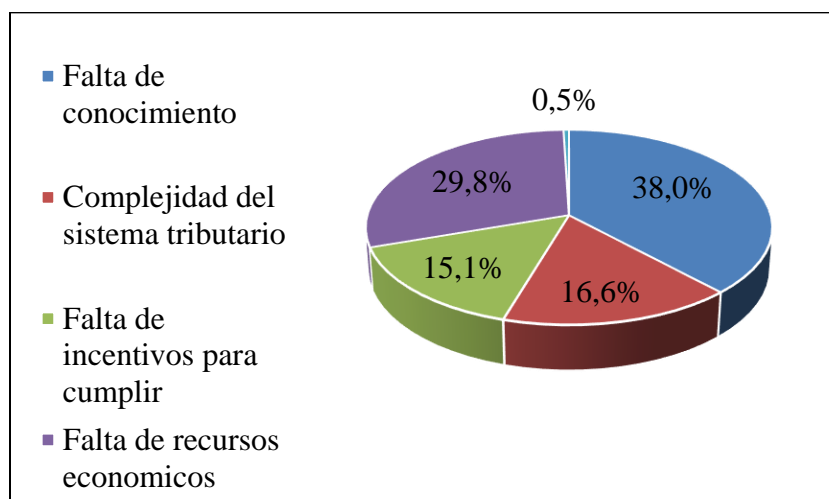
Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 26 se puede apreciar que, 193 (94,1%) de los tenderos encuestados considera que su gremio no cuenta con el conocimiento suficiente sobre sus obligaciones tributarias, mientras que, solo 12 (5,9%) de ellos afirman lo contrario. Esta opinión de los tenderos se debe a diversas razones mencionadas anteriormente, tales como: la poca educación, la falta de asesoramiento profesional y las dificultades para entender las obligaciones tributarias son una constante entre los tenderos de Cali.

Pregunta 28. ¿Cuál cree usted que es la razón principal por la que algunos tenderos no cumplen adecuadamente con sus obligaciones tributarias?

Figura 27

Razones para el incumplimiento de las obligaciones tributarias



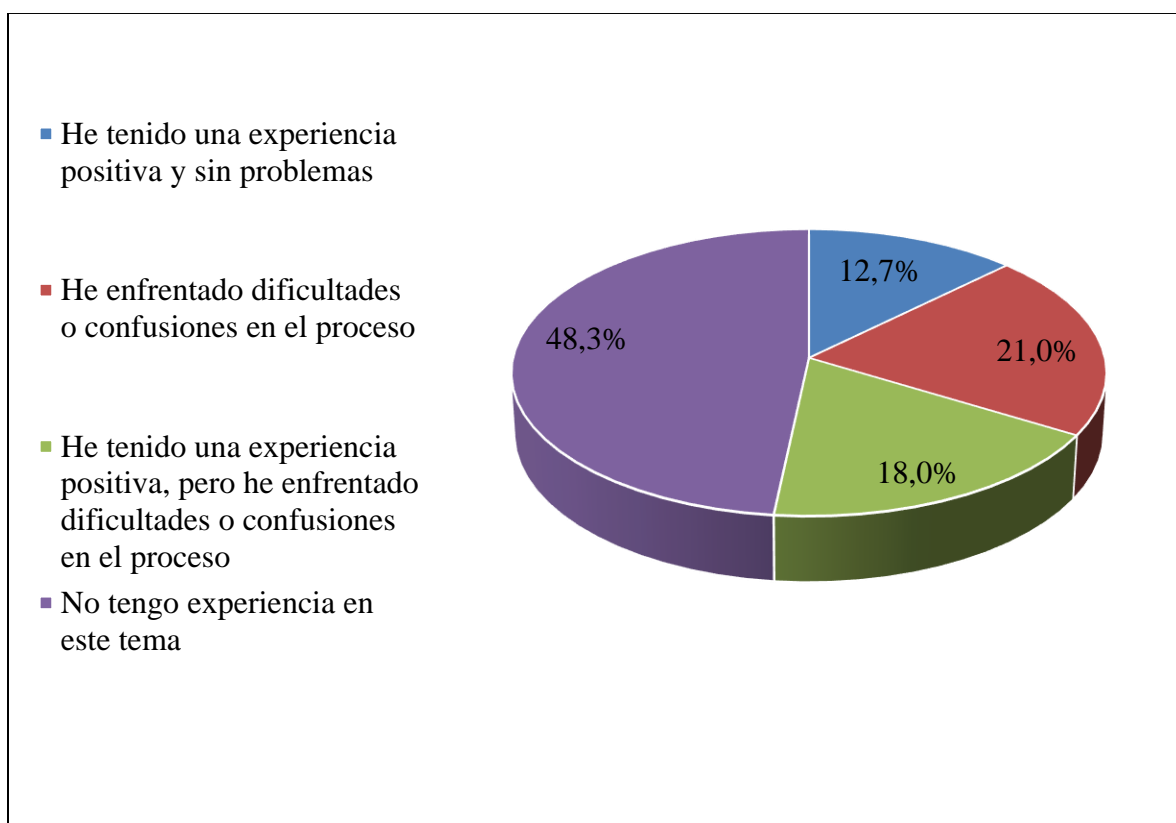
Nota. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 27 se observa la opinión de los tenderos encuestados sobre las razones de incumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de algunos colegas, la cual se describe a continuación: el 38% (78 personas) consideran que es por falta de conocimiento, el 29,8% (61 personas) por falta de recursos económicos, el 16,6% (34 personas) por complejidad del sistema tributario, el 15,1% (31 personas) por falta de incentivos y el 0,5% (1 persona) por falta de cultura tributaria. Por lo tanto, se evidencia que las razones principales son la falta de conocimiento (educación), la falta de recursos económicos y la complejidad del sistema tributario, por lo que, son tres de los factores más relevantes a considerar al momento de diseñar estrategias para fomentar la cultura tributaria y el pago de impuestos.

Pregunta 29. ¿Cuál cree usted que ha sido su experiencia al cumplir con las obligaciones tributarias en su negocio?

Figura 28

Experiencia de los tenderos al cumplir con las obligaciones tributarias



Nota. Fuente: elaboración propia.

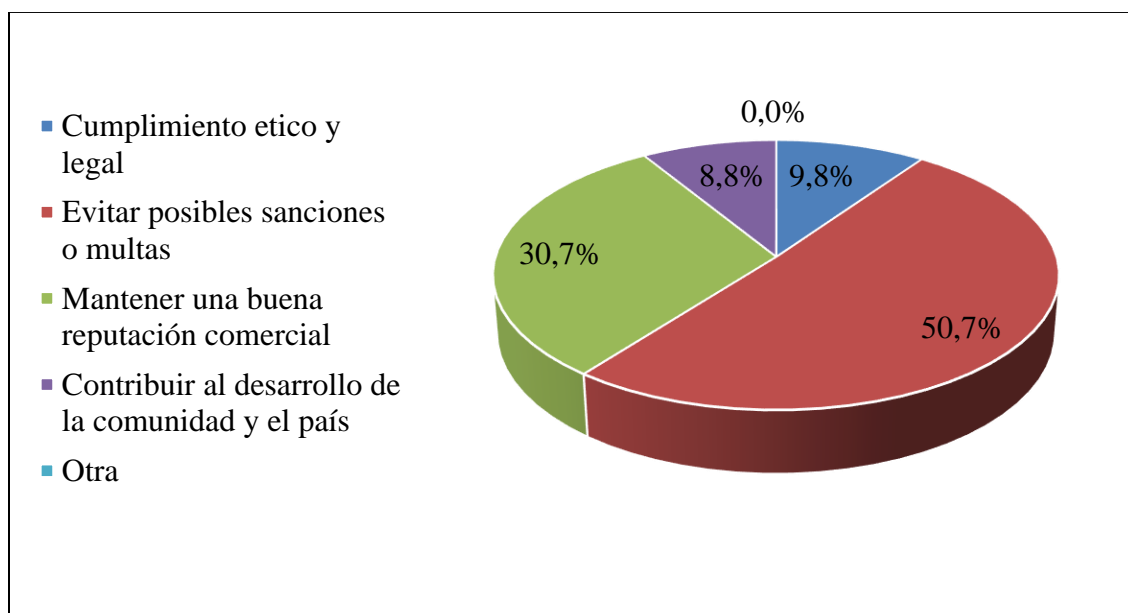
De acuerdo con los resultados que se muestran en la Figura 28 se observa que, el 48,3% de los tenderos encuestados no tiene experiencia en el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el 21% han presentado dificultades en el proceso, el 18% ha tenido una experiencia positiva, pero ha enfrentado dificultades o confusiones en el proceso y solo el 12,7% ha tenido una experiencia positiva y sin problemas.

Solo una minoría de tenderos (12,7% - 26 personas) han tenido buenas experiencias respecto del cumplimiento tributario. La gran mayoría (87,3% - 179 personas) han tenido experiencias negativas o simplemente no han atravesado por ese proceso. Lo anterior, se asocia de manera directa con los resultados generales de la encuesta donde factores como el desconocimiento y la falta de recursos de los tenderos, les impide o dificulta entender y cumplir con sus obligaciones tributarias.

Pregunta 30. ¿Cuál cree usted que es la razón principal para cumplir con sus obligaciones tributarias?

Figura 29

Razones para cumplir con las obligaciones tributarias



Nota. Fuente: elaboración propia.

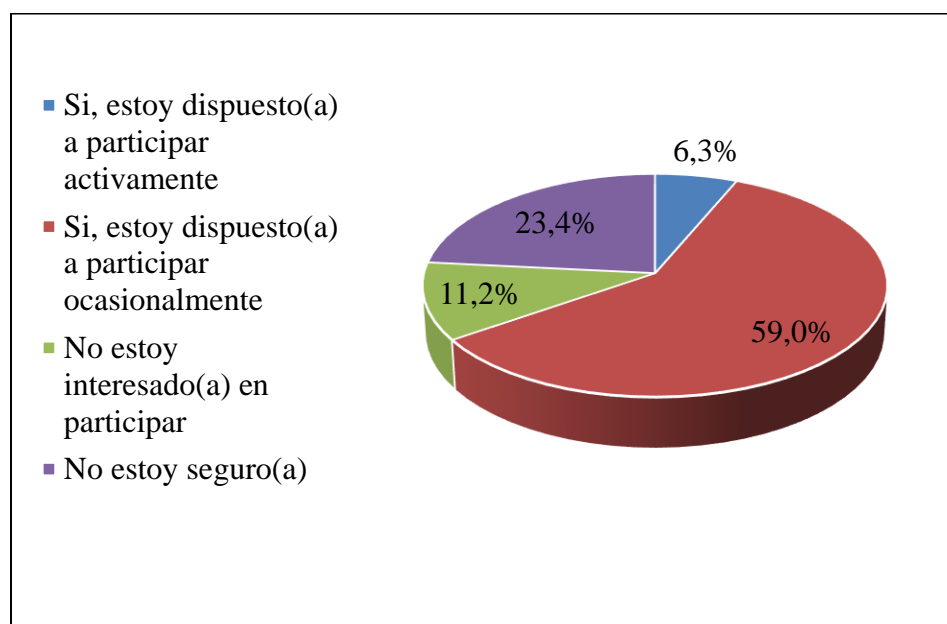
Los resultados de la Figura 29 muestran que, el 50,7% (104) de los tenderos encuestados consideran que las obligaciones tributarias se deben cumplir para evitar sanciones o multas, el

30,7% (63) para mantener una buena reputación comercial, el 9,8% (20) por cumplimiento ético y legal y el 8,8% (18) por contribuir con el desarrollo de la comunidad y el país. En síntesis, la mayoría de los tenderos considera que se debe cumplir con estas obligaciones para evitar repercusiones negativas que puedan afectar su economía o la estabilidad de su negocio, además de mantener una buena imagen en el ámbito comercial, lo cual refleja la falta de cultura tributaria, pues, se deja de lado el compromiso de contribuir a la comunidad y los beneficios que conlleva un adecuado comportamiento tributario.

Pregunta 31. ¿Usted estaría dispuesto(a) en participar en actividades o iniciativas comunitarias y gratuitas que promuevan la cultura tributaria entre los tenderos de Cali?

Figura 30

Disposición de los tenderos para participar en actividades sobre cultura tributaria



Nota. Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los resultados que se muestran en la Figura 30, del total de encuestados el 59% (121 tenderos) estarían dispuestos a participar ocasionalmente en actividades gratuitas que promuevan la cultura tributaria entre los tenderos, el 23,4% (48 tenderos) no están seguros en participar en estas actividades, el 11,2% (23 tenderos) no les interesa participar y solo el 6,3% (13 tenderos) están dispuestos a participar de manera frecuente. Por ende, debido a que la disposición de los tenderos es limitada para participar de dichas actividades, es necesario sensibilizar a estos comerciantes sobre la importancia de la cultura tributaria. Además, de difundir entre el gremio la información asociada a este tipo de iniciáticas que realizan entidades como la DIAN -mencionadas anteriormente- y, de emprender desde la institucionalidad y entidades del gobierno estrategias para promover la cultura tributaria.

8. Recomendaciones para fomentar la cultura tributaria entre los tenderos de Cali

Para el desarrollo del objetivo tres “fomentar la cultura tributaria mediante recomendaciones que permitan el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos”, se tuvieron en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta aplicada, asociados al perfil, contexto y conocimiento sobre las obligaciones tributarias que presentan estos comerciantes. En este apartado se presenta un análisis de las sugerencias efectuadas por los tenderos para mejorar la educación y cultura tributaria entre el gremio, las cuales fueron desarrolladas a partir de la sección 3 de la encuesta (Recomendaciones para fomentar la cultura tributaria entre los tenderos). Además, se presentan las recomendaciones formuladas a partir de los hallazgos generales obtenidos a partir del desarrollo de esta investigación.

8.1 Sección 3 – encuesta: recomendaciones para fomentar la cultura tributaria entre los tenderos

Pregunta 32. ¿Tiene usted alguna sugerencia o comentario adicional para mejorar la educación y la cultura tributaria entre los tenderos?

Análisis

En primera instancia es de analizar que la cultura tributaria de los tenderos es de un nivel bajo, puesto que la mayoría propone una educación tributaria a través de capacitaciones dirigidas únicamente a los tenderos, pero no solamente de cargar información en la página web, sino, buscar estrategias de una educación presencial y virtual. Además, implementar medidas de asesoramiento por los entes que regulan los procesos tributarios; es importante en este caso que se realicen talleres, asesorías y mayor vigilancia desde la institucionalidad, es decir, que el Gobierno tenga mayor atención en el comercio regional para maximizar beneficios en el mercado, ya que, los tenderos forman parte importante para una economía que busca crecer, de esta forma, ayudaría a obtener beneficios para las dos partes, en definitiva, los tenderos buscan más atención y beneficios en los procesos tributarios.

Respecto a los beneficios, los tenderos esperan que los canales institucionales y redes sociales tengan un mejor acceso a la información del sistema tributario. De esta forma, se establezcan canales de comunicación efectivos entre los entes tributarios y los tenderos. Por ende, especifican crear una comunidad en línea donde sea posible la interacción para adquirir conocimiento del sistema tributario; crear una línea telefónica dirigida a los tenderos; la creación de una aplicación móvil y sencilla de consultar; la creación de una biblioteca en línea exclusiva sobre el sistema tributario para tenderos.

Por otra parte, una minoría de tenderos optó por no responder o en su defecto indicaron no tener sugerencias o el conocimiento adecuado para formularlas. En este sentido, al igual que en otros resultados arrojados por la encuesta, se evidencia que la educación tributaria y el compromiso de los tenderos por adquirirla presenta una oportunidad de mejora. Por ende, es importante tomar acción frente a las situaciones planteadas y desarrollar estrategias a partir de las sugerencias otorgadas por los propios tenderos, además de las recomendaciones formuladas en el siguiente apartado.

8.2 Recomendaciones para fomentar la cultura tributaria

Los resultados de la encuesta dejan en evidencia una serie de oportunidades de mejora en cuanto a la gestión de la cultura tributaria de los tenderos de Cali. Razón por la cual, se formularon recomendaciones que contribuyan a la solución de esta situación, dichas recomendaciones se han efectuado a partir de los hallazgos principales de la encuesta y las sugerencias otorgadas por los mismos tenderos. Por ende, se han clasificado en categorías como: educación tributaria, acompañamiento por parte de las administraciones tributarias y campañas de incentivos, las cuales se presentan a continuación.

8.2.1 Educación tributaria

Los resultados de la encuesta dejan en evidencia que, los tenderos encuestados presentan poco conocimiento respecto a las obligaciones tributarias que les corresponden, tanto de carácter nacional como local. Además, aquellos que cumplen en el pago de estas, sufren algunas dificultades para entenderlas, calcularlas y realizar los trámites correspondientes, pues han recibido formación discreta o nula en torno a las obligaciones tributarias. Finalmente, una

proporción importante de estos comerciantes desconoce las iniciativas y programas desarrollados por entidades como la DIAN para fomentar la cultura tributaria.

En este sentido, es necesario organizar talleres y sesiones educativas para los tenderos en materia tributaria, abordando los conceptos y procedimientos principales para el pago de impuestos, destacando la importancia de estos y los beneficios que genera el cumplimiento de estas obligaciones para el desarrollo económico del país, además de las implicaciones legales que se derivan del incumplimiento. En estos procesos podrían participar instituciones u organismos como el SENA, la DIAN y la Secretaría de Hacienda Municipal, con el fin de fomentar la cultura tributaria de los tenderos de Santiago de Cali.

Otra estrategia puede ser la de proporcionar materiales educativos claros y accesibles como: folletos, posters y recursos publicitarios impresos que, desglosen los conceptos tributarios y expliquen los procedimientos de pago. Además, utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) en el desarrollo de estrategias para divulgar información asociada a las obligaciones tributarias, mediante la creación de: cursos virtuales, contenido audiovisual disponible en las principales plataformas digitales gratuitas como YouTube, Facebook, Instagram y TikTok, también, se podría considerar la creación de una aplicación móvil con interfaz sencilla -atendiendo a la solicitud de los tenderos encuestados- con el objeto de facilitar el acceso a la información tributaria y dinamizar el proceso de aprendizaje sobre estos temas.

Asimismo, es importante que en las Instituciones de Educación Media y Superior se creen cursos asociados a la educación tributaria, en conjunto con el desarrollo de estrategias como el programa Cultura de la Contribución en la Escuela dirigido por la DIAN, el cual “es una estrategia pedagógica dirigida a escolares de primaria y secundaria que se orienta al fortalecimiento de la educación fiscal apoyado en el desarrollo de las competencias ciudadanas”

(DIAN, 2024a). Esto con el propósito de educar a todas las personas en general en este campo, pues de esta forma llega a los jóvenes, lo cual implica que al momento de emprender un negocio tengan los conocimientos necesarios sobre el sistema tributario.

Por último, se considera oportuno que las Instituciones de Educación Superior contribuyan con la educación tributaria para los tenderos, a través de actividades de responsabilidad social, tales como: programas educativos para las MiPymes, asesoría tributaria gratuita o a bajo costo y, fomentar la participación de profesores y estudiantes en actividades de formación tributaria para los tenderos. Además, impulsar las acciones de las instituciones que tienen incorporados los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF), puesto que, de acuerdo con la Universidad de la Costa (2022), el propósito de esta iniciativa es orientar a Personas Naturales y Jurídicas en materia tributaria sin ningún costo.

8.2.2 Acompañamiento por parte de las administraciones tributarias

La poca formación que han recibido los tenderos en materia de cultura tributaria, los inconvenientes que presentan al momento de realizar de cumplir con sus responsabilidades tributarias, y el hecho de que solo el 23% de los encuestados cuenta con asesoramiento profesional para manejar sus obligaciones tributarias, son algunos de los factores principales que dificultan el cumplimiento tributario de los tenderos.

De este modo, es recomendable brindar asistencia personalizada a los tenderos en las instalaciones y los canales de comunicación de las entidades públicas gestoras de la tributación, con el fin de facilitar los procedimientos de pago de impuestos de los tenderos. Se propone el diseño e implementación de *chatbots* en las plataformas de comunicación utilizadas por los tenderos para brindarles atención personalizada y resolver sus dudas en tiempo real. Además, de

crear espacios para ubicar puestos móviles de atención en las comunas de mayor concentración de tenderos, en los que se brinde asistencia personalizada y resolución de dudas a estos comerciantes

Adicionalmente, se sugiere realizar investigaciones y crear mesas de trabajo entre las administraciones tributarias y los representantes de los tenderos, para comprender mejor las necesidades, condiciones y comportamientos de los tenderos en materia tributaria. Esto con el objeto de ajustar las estrategias y programas diseñados en torno a estos temas, en función de los resultados obtenidos en los estudios.

Finalmente, es necesario monitorear y evaluar el impacto de las medidas implementadas para fomentar la cultura tributaria y las estrategias de comunicación entre las administraciones tributarias y los tenderos de Cali.

8.2.3 Campañas de incentivos

La encuesta aplicada a los tenderos revela que, el 32% y el 40% de los encuestados no paga impuestos municipales y nacionales respectivamente. Pues, estos afirman que además de la falta de conocimiento sobre tributación, la razón principal para el incumplimiento de las obligaciones tributarias es la falta de recursos económicos, lo cual tiene sentido si se considera que el 59% de estas tiendas no supera los cinco millones de pesos en ingresos promedio mensuales. Además, el 87% de los encuestados pertenece a los estratos medios y bajos, y, solo el 33% tiene ingresos adicionales a los generados por su actividad en sus tiendas.

Es importante insistir en que el 59% de los encuestados están interesados en participar en iniciativas para fomentar la cultura tributaria entre tenderos, pero el 41% restante o dudan sobre su participación o definitivamente, no están interesados. Por ende, se evidencia la necesidad de

crear incentivos, descuentos y facilidades de pago para motivar a estas personas respecto del cumplimiento de sus obligaciones tributarias. En el contexto económico es importante ofrecer incentivos a los tenderos que cumplan con sus obligaciones tributarias en las fechas estipuladas.

Por otra parte, generar reconocimiento público a los tenderos que tengan buen comportamiento tributario, para aumentar sus ventas y fomentar su crecimiento en general. Además, de la creación de alianzas entre las entidades de administración tributaria como la DIAN y las principales empresas proveedoras de las tiendas para generar descuentos en la adquisición de productos por parte de los tenderos, en caso de cumplir de manera oportuna con sus obligaciones tributarias y participar en actividades asociadas a fomentar la cultura tributaria.

Asimismo, informar sobre los beneficios a largo plazo de contribuir al sistema tributario, como acceso a servicios gubernamentales y desarrollo de infraestructura local, mediante las principales plataformas virtuales de las administraciones tributarias del país, y la divulgación de esta información a través de correos electrónicos masivos y las plataformas de mensajería instantánea como WhatsApp, haciendo uso de las bases de datos de tenderos con que cuenta la Cámara de Comercio de Cali.

Finalmente, considerando la iniciativa ejecutada por la DIAN denominada “Premio fiscal 2023”, que reconoce a las Personas Naturales, que exigen la expedición de la factura electrónica en sus compras, por medio del sorteo de bonos con diferentes sumas de dinero (DIAN, 2024b). Se sugiere tomar como referencia esta iniciativa, para la creación de un premio fiscal para MiPymes del cual puedan ser partícipes los tenderos, que mediante sorteo se premie a aquellos que han cumplido con sus obligaciones con el ICA.

En síntesis, otorgar descuentos o beneficios en el pago de impuestos, además de, realizar sorteos, premiaciones y otorgar acceso gratuito a servicios, para los tenderos que paguen sus impuestos de manera oportuna y participen en actividades para fomentar la cultura tributaria.

8.2.4 Casos de éxito en el fomento de la cultura tributaria a nivel mundial

A nivel global diversos países han desarrollado estrategias para fomentar la cultura tributaria entre su población o parte de ella. Por ende, tomando como referencia los casos de éxito en este aspecto, expuestos por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) en el año 2015, en su informe: *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía: Guía sobre educación tributaria en el mundo*, se presentan las siguientes sugerencias:

Incluir la formación en impuestos en los planes de estudio

En países como Kenia impartir clases sobre fiscalidad genera un impacto positivo en los alumnos quienes adoptan conocimientos en materia tributaria desde temprana edad, además de ser una estrategia en evolución constante, pues para el año 2015 ya habían participado más de 25.000 estudiantes. Por su parte, en Argentina esta iniciativa se llevó a cabo mediante la alianza de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y el sistema educativo, la cual se considera exitosa, pues a través de una evaluación externa se identificó el alto nivel de satisfacción y de retención de conocimientos por parte de los estudiantes (OECD, 2015).

En este sentido, pese a que no es una estrategia que se pueda aplicar directamente a los tenderos, se considera apropiada su adaptación y ejecución en el contexto colombiano, ya que la formación en tributación desde edades tempranas ayuda al fomento de la cultura tributaria en personas que a futuro serán contribuyentes como los tenderos de la ciudad de Cali.

Entablar una relación positiva entre los tenderos y las administraciones tributarias

Esta iniciativa puede ser implementada mediante la creación de ferias y participación en eventos nacionales por parte de las administraciones tributarias. En Bangladesh se lleva a cabo de manera anual la Feria del Impuesto sobre la Renta, en la cual se brinda asistencia tributaria gratuita, información fiscal como formularios y folletos y, se premia a los contribuyentes con mejor comportamiento tributario; esta iniciativa permitió llegar a un millón de personas. En Burkina Faso la administración tributaria participa en eventos nacionales e internacionales que brindan espacios comunicativos como el Festival Panafricano de Cine y Televisión de Uagadugú, en los cuales se hacen visibles para los contribuyentes (OECD, 2015).

De este modo, se sugiere la adopción de estas estrategias para incentivar a los tenderos de Cali y el país a participar en actividades sobre cultura tributaria, puesto que, por medio de estas iniciativas se llega a una gran cantidad de personas y se genera motivación en ellas para conocer y cumplir con el pago de sus impuestos a través de beneficios y premiaciones tributarias.

Asistir a los tenderos en el uso de herramientas y servicios digitales

Los canales de información digital y plataformas para realizar trámites tributarios pueden ser de difícil manejo para los contribuyentes, por ende, la necesidad de asistirlos en este aspecto. En Finlandia la administración tributaria por la amplitud de su programa de reformas creó la plataforma MyTax, por lo que envió folletos a todos los hogares a nivel nacional con la descripción de los cambios en tributación y la presentación del portal electrónico.

En indonesia, la Dirección General de Tributos realizó una transición de los servicios e informes analógicos a servicios en línea, para lo cual creó videos tutoriales de publicación periódica para explicar los cambios ejercidos y el manejo de la plataforma. En Reino Unido se

digitalizaron las declaraciones de IVA, para lo cual la Agencia Tributaria Británica subió videos a YouTube e informó por escrito a todos los contribuyentes obligados a pagar este impuesto (OECD, 2015).

En concordancia con lo anterior, se sugiere la adopción de las medidas descritas para el manejo de plataformas digitales creadas para la realización de trámites tributarios por parte de las Personas Naturales. Dado que, a través de la divulgación masiva de información mediante el uso de diferentes canales de comunicación, es posible dar a conocer, a la mayor cantidad de contribuyentes de una localidad -en este caso los tenderos de Cali-, la información sobre los cambios e iniciativas implementadas en torno a las plataformas digitales enfocadas a la tramitación tributaria.

9. Conclusiones

Tras el análisis del perfil de los tenderos de Cali, se identificaron las siguientes características socioeconómicas, demográficas y educativas:

1. Se evidencia que los tenderos de la ciudad de Cali son personas de los géneros masculino y femenino, con una ligera mayoría de mujeres (6% más), distribuidos principalmente en tres grupos étnicos: mestizos, blancos y afrodescendientes. Estas personas atraviesan la etapa de adultez y la mayoría (el 67%) solo han culminado la primaria o secundaria. Además, un porcentaje representativo de tenderos (60%) son personas casadas.
2. Un 87% de las tiendas de las personas encuestadas están en funcionamiento hace más de cuatro años, lo que demuestra su estabilidad y la capacidad administrativa de sus propietarios. No obstante, el ingreso promedio mensual de estos negocios - en su mayoría (59%)- no supera los cinco millones de pesos colombianos, lo cual genera un desafío económico para las personas y familias que dependen financieramente de estos recursos, que corresponden al 57% del total de encuestados.
3. Los tenderos encuestados establecen sus micronegocios en zonas barriales y pertenecen a los estratos 1, 2 y 3 (87%), lo que concuerda con su nivel de ingresos, resaltando la existencia de una minoría (33%) que cuenta con ingresos adicionales distribuidos en conceptos como salarios, arriendos o prestación de servicios. Adicionalmente, es de destacar que el 55% de los tenderos (55%) cuenta con el apoyo financiero de sus familiares, lo que representa un alivio económico para ellos, considerando los ingresos modestos que obtienen de sus

tiendas, las cuales en su mayoría (58%) -son de pequeña escala- atendidas por el propietario y con máximo, un empleado adicional.

Por otra parte, respecto al conocimiento de los tenderos sobre las obligaciones tributarias que recaen sobre ellos en el ámbito local y nacional se evidenció lo siguiente:

4. En primer lugar, el 57% de los encuestados cuenta con registro en Cámara de Comercio; en segundo lugar, el 68% de los tenderos paga impuestos de carácter municipal y, el 60% del total de encuestados que paga impuestos nacionales. Sin embargo, esto demuestra que existe una proporción importante de tenderos que no cumple con sus obligaciones tributarias y continúan operando sus negocios en la informalidad.
5. El 28% de los tenderos encuestados desconoce los impuestos municipales que les corresponde pagar y, el 33% de estas personas no conocen los impuestos nacionales que recaen sobre ellos. Además, en promedio el 41% de los tenderos manifestó presentar dificultades para entender y calcular los impuestos a su cargo y, solo el 23% cuenta con asesoramiento profesional para dicho fin. También, se destaca la falta de educación en materia tributaria. Solo el 33% de estos comerciantes afirma haber recibido información o formación en este campo, información a la cual otorgan -en promedio- una calificación media en su nivel de utilidad.
6. Los comerciantes encuestados consideran que las razones principales para el incumplimiento de las obligaciones tributarias son la falta de conocimiento (38%) y de recursos económicos (30%). Asimismo, consideran que evitar sanciones (51%) y mantener la buena reputación comercial son los motivos centrales para

cumplir con dichas obligaciones. En suma, estas personas presentan falencias en su educación tributaria y falta de recursos, lo cual les impide tener un panorama claro en materia de tributación y cumplir con las obligaciones correspondientes.

7. La disposición de los tenderos a participar de actividades donde se promueva la cultura tributaria es destacable. El 66% de los encuestados estarían dispuestos a recibir formación al respecto.

Finalmente, atendiendo a las recomendaciones de los tenderos encuestados para mejorar la educación y cultura tributaria entre el gremio se destaca que:

8. Los tenderos sugieren desarrollar estrategias educativas para capacitarse en temas tributarios y establecer una mejor comunicación con las administraciones tributarias local y nacional. Además, consideran necesario que se creen incentivos por el cumplimiento de obligaciones tributarias.

En resumen, los tenderos de la ciudad de Cali presentan características socioeconómicas, demográficas y educativas particulares, que deben ser tenidas en cuenta por las entidades que regulan la tributación en el país y el municipio, al momento de desarrollar programas dirigidos a fomentar la cultura tributaria entre estos comerciantes. El presente estudio muestra que existen oportunidades de mejora en este aspecto para promover el conocimiento y el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos de la ciudad de Cali. Sin duda, se requiere del compromiso, la participación y el trabajo conjunto entre las administraciones tributarias, las instituciones educativas, los gremios y los tenderos para conseguir dicho propósito y contribuir con el desarrollo económico del país en general y de Cali en particular.

Limitaciones

Cabe resaltar que, el desarrollo de este trabajo de investigación presentó algunas limitaciones centradas principalmente en el desarrollo de la encuesta, puesto que, se dificultó el desplazamiento para aplicar la encuesta a los tenderos de forma presencial, además, algunos tenderos presentaron diversas excusas para no responder la encuesta, lo que llevó a buscar más de estos comerciantes para cumplir con la muestra planteada.

Por otra parte, se debe tener en cuenta que los resultados de este trabajo están centrados específicamente en los tenderos de la ciudad de Cali, por lo que no se consideraron otro tipo de comercios. Sin embargo, es posible que la falta de cultura tributaria en este gremio se presente en otras ciudades, por ende, se sugiere replicar y adaptar el desarrollo metodológico de este proyecto en otras localidades del país.

Futuras líneas de investigación

Se sugiere que tomando como base este estudio se emprendan investigaciones en las siguientes líneas: implementación y evaluación de las propuestas presentadas en este proyecto, estudio de la cultura tributaria de los tenderos en diferentes regiones de Colombia, análisis comparativo de la cultura tributaria de los tenderos en Colombia con otros países, indagar sobre la contribución de empleabilidad que generan las tiendas en la ciudad y el país y, replicar este estudio en otros sectores comerciales de pequeña escala.

Referencias bibliográficas

- Acosta, J. H., y Martínez, I. D. (2022). *Plan de formación a tenderos de barrio de ciudad de Valledupar*. [Tesis de especialización, Universidad ECCI]. Repositorio ECCI.
<https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/2964/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- Alcaldía de Santiago de Cali (2023). Gobierno Nacional y Alcaldía de Cali apoyan a tenderos con capital e insumos. <https://www.cali.gov.co/gobierno/publicaciones/174434/gobierno-nacional-y-alcaldia-de-cali-apoyan-a-tenderos-con-capital-e-insumos/#:~:text=Se%20estima%20que%20en%20Cali%20hay%20cerca%20de%2015.000%20tenderos%20registrados>
- Alderete, G. D., y Abramovich, M. (2016). Determinación del impacto de las transferencias gubernamentales sobre la convergencia de las NBI en las provincias argentinas durante el período 2007-2014. <https://repositorio.unne.edu.ar/handle/123456789/27528>
- Álvarez, C. V., Vásquez, A. E., Tigua, G. P., Sánchez, E. R., Cercado, M. D., Chiquito, G. X., y Pilay, M. G. (2018). Desconocimiento de obligaciones tributarias y su incidencia en el Impuesto a la Renta. *Dominio de las Ciencias*, 4(3), 294-312.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6560186>
- Amado, J. B., Molina, J. D., González, Y. M., y Rodríguez, K. L. (2018). Las tiendas de barrio: una opción para enfrentar el desempleo. *Ploutos*, 8(2).
<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/2195>
- Aristizábal, D. M. (2017). “Supermercados made in”. Conexiones, consumo y apropiaciones. Estados Unidos y Colombia (siglo XX). *Historia Crítica*, (65), 139-159.
<https://journals.openedition.org/histcrit/3366>

Avendaño, C. A., y Garzón, L. C. (2023). *La efectividad de la planeación fiscal del Estado para reducir la evasión de IVA en Colombia*.

<http://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/25489>

Azuero, Á. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 110-127. Recuperado de: <https://doi.org/10.35381/r.k.v4i8.274>

Becerril, B. H. (2017). Los impuestos: algunas generalidades y su importancia social. *Encrucijada revista electrónica del Centro de Estudios en Administración Pública*, (26), 35-46. <http://revistas.unam.mx/index.php/encrucijada/article/view/59968>

Beltrán, P., Gómez, J. C., y Pico, A. L. (2020). Los impuestos directos e indirectos y su incidencia en el crecimiento económico en el Ecuador. *Identidad bolivariana*, 4(2), 103-128. Recuperado de: <https://identidadbolivariana.itb.edu.ec/index.php/identidadbolivariana/article/view/153>

Binda, N. U., y Balbastre, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias económicas*, 31(2), 179-187. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730>

Caipe, O., y Rojas, W. (2020). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de asesorías de gestión de inventarios para tenderos ubicados en el barrio Villa del Prado de la ciudad de Cali. <https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/805>

Cardona, H. A., Henao, L. F., y Ramírez, M. R. (2007). Los métodos para medir la evasión de impuestos: una revisión. *Semestre económico*, 10(20), 67-85. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/681>

Cartagena, M. A., y Gómez, M. V. (2020). *La cultura tributaria de una parte de la población de los tenderos en el municipio de Envigado, Caldas y parte de la ciudad de Medellín*

[Trabajo de Grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio UCC.

<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/ddefd7c9-05b5-4863-8716-6188732a4af0/content>

Congreso de la República de Colombia. Constitución Política de la República de Colombia

(1991). (Segunda edición corregida). Gaceta Constitucional No. 116, 20 de julio de 1991

Congreso de la República de Colombia. Ley 1819 de 2016 (diciembre 29). Por medio de la cual

se adopta una reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial No. 50.101.

Congreso de la República de Colombia. Ley 2010 de 2019. Por medio de la cual se adoptan

normas para la promoción del crecimiento económico, el empleo, la inversión, el fortalecimiento de las finanzas públicas y la progresividad, equidad y eficiencia del sistema tributario, de acuerdo con los objetivos que sobre la materia impulsaron la ley 1943 de 2018 y se dictan otras disposiciones.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=159687>

Congreso de la República de Colombia. Ley 2277 de 2022 (diciembre 13). Por medio de la cual

se adopta una reforma tributaria para la igualdad y la justicia social y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial Año CLVIII No. 52.247.

Consejo de Santiago de Cali. Acuerdo No. 0493 de 2020.

<https://www.concejodecali.gov.co/documentos/891/acuerdos->

2020/#::~:~:text=Descripci%C3%B3n-
 ,Acuerdo%20No.,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.

Consejo de Santiago de Cali. Acuerdo No. 0541 de 2022.

<https://www.cali.gov.co/documentos/5018/Acuerdos/>

Contreras, M. M., Rojano, Y. N., y Paramó, D. (2022). Padrinazgo comercial como fenómeno socioeconómico en la tienda de barrio en el caribe colombiano: práctica de la grand theory. *Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 16(16), 1367-1384. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/2174>

Cortés, A. P., Díaz, K. B., y Rodríguez, G. L. (2019). *Análisis del Monotributo y el Régimen simple de tributación en Colombia, comparados con sistemas tributarios similares en Latinoamérica*. [Tesis de pregrado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano]. <http://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/7289>

Cuestas, W. F., y Bravo, D. A. (2022). *Análisis de los cambios que afectaron económicamente tras el paso de la pandemia, caso tenderos del barrio el Limón de la Comuna 7 en la Ciudad de Ibagué* [Tesis de pregrado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. Repositorio Uniminuto. <http://uniminuto-dspace.scimago.es/handle/10656/14779>

De La Cruz, E., Gonzáles, E. Y., Sevilla, M. A., y Calvanapón, F. A. (2022). La cultura y recaudación tributarias municipal distrital de Olmos al 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(3), 3530-3551. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2482

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]. (2023). *Impuesto al consumo*. <https://conceptos.dane.gov.co/conceptos/conceptos/3623/ficha/>

Díaz, C. A. (2022). Factores determinantes del sector tendero para la gestión de su competitividad. *Revista Internacional De Cultura Visual*, 10(4), 1-8.

<https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3613>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (2020). Abecé actividad económica comercio al por menor. *Apréndelo en un DIAN-X3*.

[https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Actividad-Economica-Comercio-al-por-](https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Actividad-Economica-Comercio-al-por-Menor.aspx#:~:text=4711%20Comercio%20al%20por%20menor,y%20no%20alcoh%C3%B3licas)%20o%20tabaco.)

[Menor.aspx#:~:text=4711%20Comercio%20al%20por%20menor,y%20no%20alcoh%C3%B3licas\)%20o%20tabaco.](https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Actividad-Economica-Comercio-al-por-Menor.aspx#:~:text=4711%20Comercio%20al%20por%20menor,y%20no%20alcoh%C3%B3licas)%20o%20tabaco.)

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (2023a). DIAN superó meta de recaudo fijada para 2022. *Comunicado de Prensa No. 005*.

[https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-Comunicado-de-Prensa-005-](https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-Comunicado-de-Prensa-005-2023.aspx#:~:text=Tambi%C3%A9n%20es%20importante%20mencionar%20que,al%20ser%20comparado%20con%202021)

[2023.aspx#:~:text=Tambi%C3%A9n%20es%20importante%20mencionar%20que,al%20ser%20comparado%20con%202021](https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-Comunicado-de-Prensa-005-2023.aspx#:~:text=Tambi%C3%A9n%20es%20importante%20mencionar%20que,al%20ser%20comparado%20con%202021)

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (2023b). Quienes están obligados a declarar renta. *Comunicado de Prensa No. 046*.

[https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-Comunicado-de-Prensa-046-](https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-Comunicado-de-Prensa-046-2023.aspx#:~:text=Si%20en%202022%20las%20personas,31%20de%20diciembre%20de%202022.)

[2023.aspx#:~:text=Si%20en%202022%20las%20personas,31%20de%20diciembre%20de%202022.](https://www.dian.gov.co/Prensa/Paginas/NG-Comunicado-de-Prensa-046-2023.aspx#:~:text=Si%20en%202022%20las%20personas,31%20de%20diciembre%20de%202022.)

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (2024a). *Cultura de Tributación en la Escuela*. <https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/CulturaContribucion/Cultura-de-la-Contribucion/Paginas/Cultura-de-la-Contribucion-en-la-Escuela.aspx>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (2024a, 15 de enero). *Régimen Simple de Tributación*. <https://www.vue.gov.co/tramites-y-consultas/regimen-simple-de-tributacion#:~:text=Los%20contribuyentes%20inscritos%20en%20el,Nacional%20al%20Consumo%20en%202022.>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (2024b). *Premio Fiscal 2023, la factura electrónica me premia*. Consultado el 15 de abril de 2024.
<https://micrositios.dian.gov.co/sistema-de-facturacion-electronica/premio-fiscal-2023/>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (2024b, 20 de febrero). Impuestos saludables. <https://www.dian.gov.co/aduanas/Paginas/Impuestos-Saludables.aspx#:~:text=Los%20Impuestos%20saludables%20fueron%20establecidos,a%20C3%B1adidos%20sodio%20o%20grasas%20saturadas.>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (S. f.). Abecé actividad económica comercio al por menor. <https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Abece-Actividad-Economica-Comercio-al-por-Menor.aspx>

Dirección General de Apoyo Fiscal. (2022). Seguimiento fiscal al primer semestre de 2022, Distrito de Santiago de Cali.
https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=%2FConexionContent%2FWCC_CLUSTER-207229%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased

Duque, R. A. (2012). *Manejo financiero de la actividad informal de venta de frutas, ensaladas de frutas y salpicón, en el noroccidente de la ciudad de Santiago de Cali en el año 2011*. [Monografía, Universidad del Valle]. Repositorio Univalle
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/10966/0503268.pdf?sequence=1>

- Escobar, E. A., y Escobar, G. (2015). Tiendas De Barrio Responsabilidad Social: Caso Fusagasugá, Colombia (Neighborhood Stores Social Responsibility. Case: Fusagasugá, Colombia). *Revista Global de Negocios*, 3(3), 17-29.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2658305
- Escorcia, Á., y Vargas, C. (2023). Impuesto al Valor Agregado en Colombia. Consideraciones sobre su incidencia distributiva y propuestas de reforma. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, (39), 9-33. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2074-47062023000100009yscript=sci_arttext
- Espinel, B. I., Monterrosa, I. J., y Espinosa, A. (2019). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor de los negocios al detal y supermercados en el Caribe colombiano. *Revista Lasallista de investigación*, 16(2), 4-27.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-44492019000200004yscript=sci_arttext
- Farfán, M. (2022). Morosidad tributaria y recaudación del impuesto predial en una municipalidad distrital de la Convención, Cusco–2021.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/104454>
- García, M. V., y Carreño, A. V. (2021). Análisis comparativo del IVA: gestión de impuestos de Colombia y de Venezuela de acuerdo con la normativa vigente. *Gestión y Desarrollo Libre*, 6(11). https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/gestion_libre/article/view/8087
- Gavilánez, V. I., Chicaiza, M. A., Gavilánez, E. S., y Armas, I. R. (2023). Las reformas tributarias y el efecto en el cálculo del impuesto a la renta. Caso de estudio. *Revista de investigación Sigma*, 10(01).
<https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/2915>

- Gómez, M. A., Gómez, V. N., y Sánchez, F. Y. (2019). Codificación de las actividades comerciales y financieras según el ciiu de la cámara de comercio de Bogotá para el municipio de Ubaté. <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/2752>
- González, S. G. (2019). Cultura tributaria y recaudación del impuesto a la renta desde la percepción de los contribuyentes del mercado minorista de Pucallpa. *Balance´s*, 6(8), 20-27. <https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/158>
- Heredia, J. S. (2022). *Cultura tributaria y su relación en la evasión tributaria de los comerciantes minoristas del mercado de Juanjuí, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPEU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/5900>
- Hernández, P. (2020). *Fortalecimiento fiscal del municipio de Santiago de Cali. Análisis de las transformaciones que resultaron de la gestión en el Departamento Administrativo de Hacienda entre 2016 y 2018*. [Tesis de maestría, Universidad del Valle]. Repositorio Univalle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/15232>
- Hernández, R. Baptista, M., y Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). McGraw-Hill. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hoyos, R. (2020). *Marketing más de un siglo de historia: antecedentes, génesis y evolución*. Universidad Piloto de Colombia. <https://acortar.link/5Fyfgw>
- http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2277_2022.html
- Hurtado, P. V. (2022). Tecnologías 4.0 y marketing digital para las tiendas de barrio como adaptación a la Omnicanalidad en el barrio Chapinero central. <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/11822>

Jiménez, J. P., Gómez, J. C., y Podestá, A. (2010). Evasión y equidad en América Latina.

<https://repository.eclac.org/handle/11362/3762>

Ladino, O. L. (2017). Qué efectos tiene sobre las personas naturales contribuyentes de renta y complementarios la reforma tributaria estructural ley 1819 de 2016.

<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/16293>

León, M. O. (2014). Elusión o evasión fiscal. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 3(5), 18-46.

<https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5063717.pdf>

Lezama, A. A., Rojas, L., Palomino, H. Y., y Gamarra, S. C. (2023). Cultura Tributaria y su impacto en la Gestión Pública en los gobiernos locales. *Revista de Climatología Edición Especial Ciencias Sociales*, 23, 670.

<https://reclimatol.eu/wp-content/uploads/2023/06/Articulo-cS23-Azael11.pdf>

Ludeña, Y. M., Martínez, R. G., y Feijoo, M. E. (2019). La Tributación y su interacción disciplinal. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 286-298.

<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n2/2218-3620-rus-11-02-286.pdf>

Macías, A. (2010). Competitividad de México en el mercado de frutas y hortalizas de Estados Unidos de América, 1989-2009. *Agroalimentaria*, 16(31), 31-48.

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542010000200003

Martínez, M., Cardona, D., Salazar, R., y Bruno, M. (2023). Importancia de los impuestos para Colombia. *Saber, Ciencia Y Libertad En Germinación*, 15, 119-123.

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/germinacion/article/view/10063>

- Mayor, J. M. (2018). La conciencia fiscal y sus factores explicativos: un estudio empírico sobre la influencia de la participación ciudadana. *Proyecto de investigación*.
<https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/64459>
- Melchor, M., y Lerma, C. E. (2016). Decisión De Compra En Tiendas Y Supermercados: Evidencias De Consumidores Por Estratos En Cali-Colombia (Purchase Decision in Neighborhood Stores and Supermarkets: Evidence of Consumers by Socioeconomic Strata in Cali-Colombia). *Revista Global de Negocios*, 4(2), 97-107.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2665375
- Méndez, M. K. (2016). *Elusión y evasión del impuesto a la renta en empresas comerciales, en el Ecuador para el período del 2010 al 2015*. [Tesis de maestría, de Universidad de Guayaquil]. Repositorio UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/13919>
- Ministerio de Salud y Protección Social (Minsalud). (2023). Ciclo de vida.
[https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/paginas/ciclovida.aspx#:~:text=La%20siguiente%20clasificaci%C3%B3n%20es%20un,\(60%20a%C3%B1os%20y%20m%C3%A1s\).](https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/paginas/ciclovida.aspx#:~:text=La%20siguiente%20clasificaci%C3%B3n%20es%20un,(60%20a%C3%B1os%20y%20m%C3%A1s).)
- Ministerio de Trabajo (Min Trabajo). (2024, 9 de enero). *En el 2024 el salario mínimo es de un millón 300 mil pesos y auxilio de transporte de 162 mil pesos*. Consultado el 15 de febrero de 2024. <https://www.mintrabajo.gov.co/comunicados/2023/enero/en-el-2024-el-salario-minimo-es-de-un-millon-300-mil-pesos-y-auxilio-de-transporte-de-162-mil-pesos#:~:text=En%20el%202024%20el%20salario,mil%20pesos%20%2D%20Ministerio%20del%20trabajo>
- Montoya, J. W., Rodríguez, J. C., y Cabrera, R. S. (2020). Aproximación a la percepción social sobre el sistema tributario colombiano a partir de una revisión teórica. *ECONÓMICAS*

CUC, 41(2), 197-210.

<https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/2824>

Mora, J. J. (2021). Análisis del desempleo y la ocupación después de una política estricta de confinamiento por COVID-19 en Cali. *Lecturas de Economía*, (94), 165-193.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-25962021000100165yscript=sci_arttext

Morales, D. P. (2012a). Tiendas de barrio en Colombia. *Pensamiento y gestión*, (32), vii-xi.

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64623932001.pdf>

Morales, D. P. (2012b). El tendero tradicional colombiano, un estratega al natural. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 18(52), 103-118.

<http://revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/309>

Morales, E., y Yepes, L. F. (2017). Asociatividad como base del crecimiento minorista de las tiendas de barrio de la localidad de Engativá-Etapa 3. [Tesis de pregrado, Universidad de la Salle]. Repositorio LaSalle.

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1642ycontext=administracion_d_e_empresas

Obando, J. A. (2016). Beneficios en impuesto sobre la renta relacionados con la responsabilidad social empresarial en personas jurídicas. *Contexto*, 5, 7-20.

<https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/649>

Olarte, J. L., Rodríguez, L. G., y Echeverría, J. P. (2019). Análisis de régimen simple de tributación en Colombia. *Reflexiones contables UFPS*, 2(1), 90-97.

<https://revistas.ufps.edu.co/index.php/RC/article/view/3000>

- Olaya, E. (2021). Análisis de la evasión de impuestos como acto de detrimento a la ética profesional del contador, artículo de revisión.
<http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/1629/1/2021ErikaOlayaMedina.pdf>
- Oleas, R. B., Alvarado, F. Y., Lima, M. S., y González, F. G. (2017). El impuesto al valor agregado IVA en Ecuador y su incidencia en las recaudaciones tributarias. *Sur Academia: Revista Académica-Investigativa de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa*, 4(7).
<http://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/482>
- Olguín, M. M., y Aguilar, Y. D. (2022). La conciencia tributaria como herramienta para combatir la evasión en el Perú. *Revista Lidera*, (17), 30-36. Recuperado a partir de
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/26666>
- Ordoñez, O. A., y Delgado, F. J. (2019). *Contribución a la creación de cultura tributaria en los comerciantes de la cabecera municipal de Timbío, a través del Núcleo de Apoyo Fiscal y Contable - NAF* [Tesis de pregrado, Corporación Universitaria Comfacauca]. Repositorio Unicomfacauca. <https://repositorio.unicomfacauca.edu.co/xmlui/handle/3000/62>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OECD]. (2015). *Fomentando la cultura tributaria, el cumplimiento fiscal y la ciudadanía: Guía sobre educación tributaria en el mundo* (2da edición). https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/fomentando-la-cultura-tributaria-el-cumplimiento-fiscal-y-la-ciudadania_17a3eabd-es
- Orozco, B. A. (2024, 9 de marzo). *Nueve de cada 10 tenderos se vieron afectados en ventas por impuestos saludables*. La República. <https://www.larepublica.co/economia/tenderos-afectados-por-impuestos-saludables-3817658>

- Ortega, C., Corral, S. F., Meruelo, L. L., Martínez, I. L., y Gutiérrez, V. M. (2022). Investigación cuantitativa. *Qué es y cómo realizarla. QuestionPro*. <http://www.index-f.com/nuberos/2016/2012r.php>
- Otzen, T., y Manterola, C. (2022). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 1(2), 2. http://www.intjmorphol.com/es/resumen/?art_id=4049
- Palacio, C. A. (2019). Análisis de la implementación de la factura electrónica en Colombia como mecanismo de control al fraude fiscal. https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/990/
- Pereira, F., Osorio, F. F., Pinzón, N., Moreno, J. A., Martínez, A. C., López, M., Gómez, E., Parra, L. D., y Gómez, B. L. (2022). *Nuestro reto: impactar la dinámica emprendedora colombiana. GEM Colombia 2021-2022*. Pontificia Universidad Javeriana de Cali. <https://www.gemconsortium.org/report/nuestro-reto-impacta-la-dinamica-emprendedora-colombiana-gem-colombia-2021-2022>
- Petro, A. P., y González, H. P. (2019). *Evaluación de la cultura tributaria a comerciantes y tenderos del casco urbano del municipio de San Pelayo, departamento de Córdoba*. [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio UCC. <http://repository.ucc.edu.co/items/4834fd7d-9bf4-4e5d-809a-e8c68190f66b>
- Pineda, C. M., y Martínez, O. H. (2016). El deber de tributar, la elusión, la evasión, los costos y la responsabilidad social. *Science of Human Action (revista descontinuada)*, 1(2), 243-259. <https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/SHA/article/view/2157>
- Pinillos, J. A. (2018). Cambio de enfoque en la determinación del impuesto de renta para personas naturales en Colombia a partir de la Ley 1819 de 2016. *Revista Espacios*, 39(18). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n18/18391830.html>

- Pinto, F., y Tibambre, K. (2019). Determinantes de la evasión de impuestos en Colombia 2007-2017. https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/972/
- Pirela, W. A. (2022). Influencia de la educación universitaria en la formación de la cultura tributaria del contador público. *Visión de futuro*, 26(1), 1-21.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-87082022000100001yscript=sci_arttext
- Prado, C. E., y Ascencio, O. F. (2016). Programa para incrementar la conciencia tributaria. *UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura*, 5(2).
<https://www.redalyc.org/journal/5217/521754663014/521754663014.pdf>
- Presidente de la República de Colombia. Decreto 1468 de 2019 (agosto 13). Por el cual se reglamenta el numeral 7 del párrafo 3 del artículo 437 y los artículos 555-2 y 903 al 916 del Estatuto Tributario, se modifica y adiciona el Decreto 1625 de 2016, Único Reglamentario en Materia Tributaria, y se adiciona el Decreto 1068 de 2015, Único Reglamentario del Sector Hacienda y Crédito Público.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=99372>
- Presidente de la República de Colombia. Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016 (octubre 11). Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario en materia tributaria
- Quartesan, A., Romis, M., y Lanzafame, F. (2007). Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades. *BID*. https://ec.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/10/0_23_Las-industrias-culturales-en-America-Latina-y-el-Caribe-Desafios-y-oportunidades.pdf
- Quiñones, S. V., y Reina, J. C. (2018). *Impacto de la incursión en el mercado de las tiendas DI, para los tenderos de barrio en el norte de la ciudad de Cali*. [Tesis de pregrado,

- Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium]. Repositorio Unicatólica.
<https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/877/FUCLG0016236.pdf>
- Rivera, A., y Romero, C. A. (2023). *Razones que dificultan la formación de la cultura tributaria en las organizaciones*. [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio UCC. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/7e6108d3-57b4-4c78-9f4e-a03f0e166670/content>
- Rodrigues, M. E., y Ferreira, J. M. (2021). Análise da legislação do Simples Nacional e sua aplicação em microempresas do município de Varjão de Minas/MG. *Revista do Fórum Gerencial*, 1(3), 123-135.
<https://revistas.unipam.edu.br/index.php/forumgerencial/article/view/2503>
- Rodríguez, J. A., y Ávila, J. (2017). La carga tributaria sobre los ingresos laborales y de capital en Colombia: el caso del impuesto sobre la renta y el IVA. *Cuadernos de Economía*, 36(SPE72), 99-138. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-47722017000300099yscript=sci_arttext
- Rodríguez, J. O. (2018). *Análisis y estimación de la evasión y elusión de impuestos en Colombia durante el periodo 1997-2017, e identificación de los principales cambios tributarios generados para combatirlos* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio UNAL. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/68799>
- Rojas, G. D. (2018). La Conciencia Tributaria y sus efectos en el cumplimiento de las Obligaciones Tributarias de los Contribuyentes del Nuevo Régimen Único Simplificado del Distrito de Cajamarca en el año 2015.
<https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/2156>

- Rosas, C. E., y Castro, O. F. (2016). Programa para incrementar la conciencia tributaria. *UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura*, 5(2).
<https://www.redalyc.org/journal/5217/521754663014/521754663014.pdf>
- Ruiz, J., Enderica, O., Armijos, V., D'armas, M., Chamba, S., Palomeque, M., y Bermeo, J. (2018). Beneficio tributario del impuesto a la renta en la contratación de trabajadores con discapacidad. *Revista Espacios*, 39(04).
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n04/18390427.html>
- Ruíz, M. F., y Estrada, S. (2013). *¿Por qué las tiendas de barrio en Cali no han fracasado frente a la llegada de las grandes superficies?* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente].
<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/5264/TMD01649.pdf?sequence=1>
- Santa Cruz, D. M. (2018). Cultura Tributaria y Conciencia Tributaria del impuesto predial de los contribuyentes de la Municipalidad Distrital de Pulán. Noviembre 2018.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/29570>
- Sarmiento, A. J., y Rico, Y. M. (2021). Posibilidades y dificultades del Régimen Simple de Tributación. *Visiones*, 4, 33-46.
https://editorial.ucentral.edu.co/ojs_uc/index.php/visiones/article/view/3201
- Toro, J. G. (2021). El impacto fiscal a la luz de los principios constitucionales del sistema tributario colombiano y la necesidad de moderar los beneficios tributarios en el impuesto sobre la renta (The Fiscal Impact in Light of the Constitutional Principles of the Colombian Tax System and the Need to Moderate Income Tax Benefits). *Revista Derecho Fiscal*, (19). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3864546

- Torres, M., Salazar, F. G., y Paz, K. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/2817>
- Trujillo, S. (2018). *Evaluación de la cultura tributaria como herramienta de política pública para las personas naturales obligadas a tributar, según la ley 223 de 1995: caso comuna 1 municipio de Yumbo*. [Tesis de maestría, Universidad del Valle]. Repositorio Univalle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/15516>
- Universidad de la Costa. (2022). *¿Qué son los NAF?* <https://www.cuc.edu.co/contaduria-publica/consultorio-contable/nucleo-de-apoyo-contable-y-fiscal#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20los%20NAF%3F,las%20instituciones%20de%20educaci%C3%B3n%20superior.>
- Valencia, V., y Silva, H. (2021). Causas y mecanismos para la evasión de los impuestos de IVA y renta en Colombia. [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio UCC. <https://repository.ucc.edu.co/items/3779fe81-2e46-486b-bfc7-9a7a848da32f>
- Valero, M. T., y Briceño, F. M. (2010). Ética y Cultura Tributaria en el Contribuyente. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 5(1). [http://www.spentamexico.org/v5-n1/5\(1\)58-73.pdf](http://www.spentamexico.org/v5-n1/5(1)58-73.pdf)
- Vargas, S. R. (2022). *Régimen simple de tributación en Colombia 2022*. [Tesis de especialización, Universidad Santo Tomás]. Repositorio USTA. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/44162>

Para el caso del manejo de información que incluya datos personales, los investigadores darán estricto cumplimiento a las disposiciones constitucionales y legales sobre la protección del derecho fundamental de habeas data, en particular lo dispuesto en el artículo 15 de la Constitución Política y la ley 1581 de 2012.

Los investigadores se obligan a no divulgar a terceras partes, la información personal que reciba por parte suya y se comprometen a efectuar una adecuada custodia y reserva de la información y gestión -es decir tratamiento- de los datos suministrados por usted al interior de las redes y bases de datos (físicas y/o electrónicas) en donde se realice su recepción y tratamiento en general.

Anexos

Anexo A

Encuesta aplicada a los tenderos

Consentimiento informado

Mi nombre es Yuleidi Liliana Giraldo Soto estudiante del Programa de Contaduría Pública de la Pontificia Universidad Javeriana Cali y estoy elaborando mi trabajo de grado en el área tributaria bajo la dirección de la Doctora Liliana Heredia Rodríguez.

Agradecemos su apoyo diligenciando esta encuesta, la cual es clave para el desarrollo de mi trabajo de grado.

Las siguientes preguntas tienen como objetivo recopilar información relevante sobre cómo los tenderos comprenden y cumplen con sus obligaciones fiscales. Se pide su colaboración para responderlas de la manera más honesta y tranquila posible, para que esta información sea confiable y segura para su respectivo análisis.

Aceptando realizar este cuestionario, certifico que he sido informada con la claridad y veracidad debidas respecto al curso de la investigación, sus objetivos y procedimientos. Que actúo consciente, libre y voluntariamente como participante de la presente investigación. Soy conocedora de la autonomía suficiente que poseo para abstenerme de responder las preguntas que me sean formuladas y prescindir de mi colaboración cuando a bien lo considere y sin necesidad de justificación alguna y de igual forma, se me informó que mi participación se hará a título gratuito, por lo que no recibiré remuneración alguna por participar.

Los datos aquí suministrados serán utilizados únicamente para los fines de este trabajo académico y bajo ninguna circunstancia serán compartidos o entregados a terceros.

¿Ha otorgado su consentimiento de manera explícita para que recopilemos y tratemos sus datos personales?

- Sí
- No

Por favor escriba su número de celular

Sección 1: Perfil de los tenderos

1. ¿Cuál es su identidad de género?

- Masculino
- Femenino
- Otro. ¿cuál? _____

2. ¿En qué rango de edad se encuentra (en años)?

- Menos de 20
- 20 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 o más

3. ¿Estado civil?

- Soltero/a
- Casado/a

- Otro. ¿cuál? _____
4. ¿Grupo étnico con el que se identifica?
- Afrodescendiente
 - Indígena
 - Mestizo/a
 - Blanco/a
 - Otros. ¿cuál? _____
5. ¿En cuál de los siguientes rangos se ubica el nivel de ingresos anual de su tienda?
- Menos de \$53.206.000
 - \$53.206.000 - \$100.000.000
 - Más de \$100.000.000
6. ¿Cuál es su nivel educativo más alto terminado?
- Educación primaria
 - Educación secundaria
 - Educación técnica o tecnológica
 - Otros. ¿cuál? _____
7. ¿Cuál es su estrato socioeconómico? Si no está seguro(a) puede buscarlo en su recibo de servicios públicos.
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5

8. ¿Además de los ingresos generados por su tienda, cuenta usted con otras fuentes de ingresos o actividades secundarias?
- Sí, tengo ingresos adicionales de otra fuente
 - No, mis ingresos provienen exclusivamente de mi tienda
 - Prefiero no responder
9. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿Que ingresos adicionales tiene? En esta pregunta los encuestados podían seleccionar más de una alternativa.
- Salarios
 - Arriendos
 - Prestación de servicios
 - Otros. ¿cuáles? _____
10. ¿Otros miembros de su familia contribuyen económicamente al negocio o al hogar?
- Sí, otros miembros de mi familia aportan ingresos adicionales
 - No, los ingresos familiares provienen exclusivamente de mi negocio y de mí
 - No tengo familiares que contribuyen económicamente
 - Prefiero no responder
11. ¿Cuánto tiempo ha estado en funcionamiento la tienda?
- Menos de 1 año
 - Entre 1 y 3 años
 - Entre 4 y 6 años
 - Más de 6 años
12. ¿En qué barrio está ubicada su tienda?
- _____

13. ¿Tiene empleados trabajando en su tienda? (es decir, si además de usted, hay otras personas laborando en la tienda). En caso afirmativo, ¿cuántos empleados tiene actualmente?
- 1
 - 2 a 3
 - Más de 3

Sección 2: Conocimiento de las obligaciones tributarias por parte de los tenderos

14. ¿Su tienda está registrada en la Cámara de Comercio?
- Sí
 - No
15. ¿Conoce usted los impuestos municipales que afectan a su tienda? (los impuestos municipales se pagan en cada municipio, en este caso en Cali).
- Sí
 - No
16. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿Qué impuestos municipales paga actualmente? En esta pregunta los encuestados podían seleccionar más de una alternativa.
- Impuesto Predial
 - Impuesto de Industria y Comercio (ICA)
 - Otros. ¿cuál? _____
17. ¿Usted ha experimentado dificultades para entender o calcular los impuestos municipales?
- Sí
 - No

18. ¿Conoce usted los impuestos nacionales que afectan a su tienda? (los impuestos nacionales son los que recauda y administra la DIAN).
- Sí
 - No
19. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿Qué impuestos nacionales paga actualmente? En esta pregunta los encuestados podían seleccionar más de una alternativa.
- Impuesto al Valor Agregado (IVA)
 - Impuesto sobre la Renta
 - Otro, ¿cuál? _____
20. ¿Usted ha experimentado dificultades para entender o calcular los impuestos nacionales?
- Sí
 - No
21. ¿Usted ha sentido que las obligaciones tributarias dificultan su capacidad para administrar la tienda?
- Sí
 - No
22. ¿Cuenta usted con asesoramiento profesional para manejar sus obligaciones tributarias?
- Sí
 - No
23. ¿Identifica usted alguna de las siguientes razones personales, económicas o externas que puedan dificultar su capacidad para cumplir con los pagos de impuestos y obtener ganancias necesarias para el crecimiento tanto de su patrimonio personal como de su negocio?

- Sí, razones personales (deudas personales, problemas de salud, etc.)
- Sí, razones económicas (alta carga tributaria, costo elevado de servicios, competencia desleal, etc.)
- Sí, razones externas (pagos no legales a grupos locales, presión de proveedores, costos de arriendo elevados, etc.)
- No, no considero que existan razones que impidan cumplir con los pagos de impuestos y crecer el negocio
- No estoy seguro

24. ¿Usted ha recibido información o formación sobre impuesto y obligaciones tributarias en su actividad como tendero?

- Sí
- No

25. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿Usted donde ha obtenido esta información? En esta pregunta los encuestados podían seleccionar más de una alternativa.

- Talleres o capacitaciones
- Internet
- Asesoramiento profesional
- Otro, ¿cuál? _____

26. ¿Qué tan útil considera usted la educación tributaria que ha recibido? Califique en una escala de 1 a 5, donde 1 es nada útil y 5 es muy útil.

- 1
- 2

- 3
- 4
- 5

27. ¿Cree usted que los tenderos en general tienen suficiente conocimiento sobre sus obligaciones tributarias?

- Sí
- No

28. ¿Cuál cree usted que es la principal razón por la que algunos tenderos no cumplen adecuadamente con sus obligaciones tributarias?

- Falta de conocimiento
- Complejidad del sistema tributario
- Falta de incentivos para cumplir
- Falta de recursos económicos
- Otro, ¿cuál? _____

29. ¿Cuál cree usted que ha sido su experiencia al cumplir con las obligaciones fiscales en su negocio?

- He tenido una experiencia positiva y sin problemas
- He enfrentado dificultades o confusiones en el proceso
- He tenido una experiencia positiva, pero he enfrentado dificultades o confusiones en el proceso
- No tengo experiencia en este tema

30. ¿Cuál cree usted que es la razón principal para cumplir con sus obligaciones tributarias?

- Cumplimiento ético y legal

- Evitar posibles sanciones o multas
- Mantener una buena reputación comercial
- Contribuir al desarrollo de la comunidad y del país
- Otro, ¿cuál? _____

31. ¿Usted estaría dispuesto/a en participar en actividades o iniciativas comunitarias y gratuitas que promuevan la cultura tributaria entre los tenderos de Cali?

- Sí, estoy dispuesto/a para participar activamente
- Sí, estoy dispuesto/a para participar ocasionalmente
- No estoy interesado/a en participar
- No estoy seguro/a

Sección 3: Recomendaciones para fomentar la cultura tributaria entre los tenderos

32. ¿Tiene usted alguna sugerencia o comentario adicional para mejorar la educación y la cultura tributaria entre los tenderos?
