

**NIVEL DE CUMPLIMIENTO DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL
MUNICIPIO DE LA UNION VALLE DEL CAUCA EN EL PERIODO GRAVABLE
2014**

CASO DE ESTUDIO: BARES Y RESTAURANTES

**ANGELA MARIA MOSQUERA SANCHEZ
VIDALINA ZORAYA TAMAYO SANCHEZ**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE ZARZAL
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
CONTADURIA PÚBLICA
ZARZAL VALLE
AÑO 2015**

**NIVEL DE CUMPLIMIENTO DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL
MUNICIPIO DE LA UNION VALLE DEL CAUCA EN EL PERIODO GRAVABLE
2014**

CASO DE ESTUDIO: BARES Y RESTAURANTES

TRABAJO DE GRADO

**ANGELA MARIA MOSQUERA SANCHEZ
VIDALINA ZORAYA TAMAYO SANCHEZ**

**ASESORA
NELSY DUQUE CARVAJAL
CONTADORA PÚBLICA**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE ZARZAL
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
CONTADURIA PÚBLICA
ZARZAL VALLE
AÑO 2015**

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Zarzal Valle (01 de Agosto de 2015)

DEDICATORIA

A Dios

Por brindarme la oportunidad de concluir mi carrera y darme el entendimiento necesario para lograr con éxito esta meta.

A mis padres

Por ser mi mayor ejemplo, por estar a mi lado y ofrecerme su apoyo incondicional en todo momento y sus consejos para hacer de mí una mejor persona.

A mi esposo

Por su paciencia, confianza, comprensión y amor, por ser ese apoyo en los momentos difíciles, y por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

A mi hijo

Simón eres mi orgullo y mi gran motivación, con tu ternura y amor le das sentido a mi existencia.

A mis hermanos

Por su apoyo y sus palabras, porque sé que celebran mi éxito.

A mi compañera de trabajo

Por su amistad y compromiso. Dios permitió que hiciéramos este trabajo juntas para que compartiéramos y aprendiéramos muchas cosas nuevas.

Ángela María Mosquera Sánchez

DEDICATORIA

A Dios

Por permitirme emprender este proyecto, por darme la sabiduría y la paciencia para superar las dificultades.

A mi papa

Por ser el motor que me impulsaba sin desfallecer y aunque hoy no se encuentra aquí, y la vida no le alcanzo para ver este sueño materializado sé que desde el cielo estará muy orgulloso de que su hija culmine esta meta.

A mis hermanas

Por siempre estar allí y brindarme su apoyo incondicional, por siempre ser esa luz en el camino y por hacerme sentir que siempre puedo contar con ustedes.

A mi Esposo

Por la paciencia, el amor y la comprensión durante este proceso de formación y aunque en momentos mi trabajo y mi estudio ocuparon toda mi atención siempre se mantuvo firme a mi lado.

A mi compañera de trabajo

Por ser la persona que emprendió conmigo esta última etapa, por ser esa persona dinámica, estudiosa, gran amiga siempre dispuesta a sacar este proyecto adelante.

Vidalina zoraya Tamayo Sánchez

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan sus agradecimientos a:

Principalmente nuestra gratitud está dirigida al Dios Todopoderoso por habernos dado la existencia y permitido llegar al final de nuestra carrera.

Igualmente agradecemos a todos los que hicieron posible la realización de este proyecto, entre los que se deben mencionar:

A nuestra universidad del Valle por habernos dado la oportunidad de ingresar al sistema de Educación Superior y cumplir este gran sueño.

A los docentes que nos han acompañado durante el largo camino, brindándonos siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos, especialmente a la profesora Nelsy Duque por haber guiado nuestro trabajo de grado y ayudarnos a la culminación del mismo.

A nuestros demás familiares compañeros y amigos, porque de una u otra forma estuvieron involucrados en este proceso por brindarnos su ayuda, su cariño, su amistad porque de cada uno aprendimos algo.

A todos quienes de una u otra forma han colocado un granito de arena para el logro de este Trabajo de Grado, agradecemos de forma sincera su valiosa colaboración.

CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCION	
1. ANTECEDENTES	17
2. PROBLEMA DE INVESTIGACION	21
2.1 PLANTEAMIENTO	21
2.2 FORMULACION DEL INTERROGANTE	25
2.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	25
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	26
3.1 OBJETIVO GENERAL	26
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	26
4. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	27
5. MARCO DE REFERENCIA	29
5.1 MARCO CONCEPTUAL	29
5.2 MARCO TEORICO	33
5.2.1 Origen de los impuestos	33
5.2.2 Sistema Tributario	35
5.2.3 Descripción del Sistema Tributario en Colombia	37
5.2.4 Fiscalización Tributaria	38
5.2.5 Fiscalización Tributaria en Colombia	39
5.2.6 Cumplimiento de las Obligaciones Fiscales e institucionalización de los impuestos	40
5.2.7 Impuesto Nacional al Consumo	41
5.3 MARCO LEGAL	47

5.4 MARCO GEOGRAFICO	49
5.5 MARCO DEMOGRAFICO	51
6. METODOLOGIA	54
6.1 TIPO DE ESTUDIO	54
6.2. MÉTODO DE INVESTIGACION	55
6.3. FUENTES	55
6.3.1 Fuente Primaria	55
6.3.2 Fuente Secundaria	55
6.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION	56
6.4.1 Encuesta	56
6.4.2 Muestra	57
6.4.2.1 Tamaño de la muestra	57
6.4.2.2 Tipo de muestreo	57
6.5. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION	58
6.5.1 Cuantitativo	58
6.5.2 Cualitativo	58
7. NIVEL DE CUMPLIMIENTO POR PARTE DE LOS CONTRIBUYENTES CON RESPECTO A LA DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO, EN EL MUNICIPIO DE LA UNIÓN VALLE DEL CAUCA, EN EL AÑO GRAVABLE 2014.	59
7.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR, CONFORMADO POR LAS EMPRESAS RESPONSABLES DE DECLARAR Y CONTRIBUIR CON EL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL MUNICIPIO DE LA UNIÓN VALLE.	59
7.2 PERCEPCIÓN DE LOS RESPONSABLES DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL MUNICIPIO DE LA UNIÓN VALLE	65
7.2.1 Caracterización de las Encuestas	65

7.3 PORCENTAJE DE CONTRIBUYENTES QUE HAN DECLARADO Y/O PAGADO EL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL MUNICIPIO DE LA UNIÓN VALLE, EN EL AÑO GRAVABLE 2014.	98
7.4 CAUSAS QUE HAN CONLLEVADO AL INCUMPLIMIENTO DE LA DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO AL CONSUMO.	103
8. CONCLUSIONES	109
9. RECOMENDACIONES	111
10. BIBLIOGRAFIA	113
11. WEBGRAFIA	115

LISTA DE TABLAS

	Pág
Tabla 1. Periodos de pago del Impuesto Nacional al Consumo	43
Tabla 2. Síntesis de Marco Legal	47
Tabla 3. Relación de empresas dedicadas al expendio de comidas y bebidas de la Unión Valle	60
Tabla 4. Antigüedad de los establecimientos	66
Tabla 5. Cantidad de empleados	68
Tabla 6. Ingresos mensuales de la muestra	70
Tabla 7. Monto de activos	71
Tabla 8. Definición de impuesto	73
Tabla 9. Importancia del impuesto	74
Tabla 10. Responsabilidad tributaria de la muestra	76
Tabla 11. Conocimiento de la responsabilidad frente al Impuesto Nacional al Consumo	77
Tabla 12. Régimen del Impuesto Nacional al Consumo	79
Tabla 13. Información referente al Impuesto Nacional al Consumo	80
Tabla 14. Conocimiento sobre la tarifa del INC para bares y restaurantes	82
Tabla 15. valor pagado por concepto del INC en el año 2014 para el caso bares y restaurantes	83
Tabla 16. Influencia del cambio del IVA al INC	85
Tabla 17. Especificación del INC en la factura de compra	86
Tabla 18. conocimiento sobre el pago de sanciones por incumplimiento del INC	88
Tabla 19. Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias	89
Tabla 20. Motivo de incumplimiento en la declaración y pago del INC	90

Tabla 21. Percepción sobre el impuesto como obligación o deber	92
Tabla 22. Participación en campañas que promuevan el pago de impuestos	93
Tabla 23. Opinión sobre la realización de campañas para minimizar la evasión de impuestos	94
Tabla 24. Responsables del impuesto al consumo en el municipio de la Unión Valle	98
Tabla 25. Restaurantes y bares responsables del INC ubicados en el municipio de la Unión Valle	100
Tabla 26. Restaurantes y bares pertenecientes al régimen simplificado del Impuesto Nacional al consumo	101

LISTA DE GRAFICAS

	Pág
Gráfica 1. Ubicación del municipio de la unión Valle	50
Gráfica 2. Población por sexo en el municipio de la Unión Valle	51
Gráfica 3. Estructura de la población por sexo y grupos de edad en el municipio de la Unión Valle	51
Gráfica 4. Pertenencia étnica en el municipio de la Unión Valle	52
Gráfica 5. Nivel educativo en el municipio	52
Gráfica 6. ubicación geográfica de las empresas con la actividad de expendio de comidas y bebidas en el municipio de la Unión Valle.	64
Gráfica 7. Antigüedad de los establecimientos	66
Gráfica 8. cantidad de empleados	68
Gráfica 9. Ingresos mensuales de la muestra	70
Gráfica 10. Monto de activos	72
Gráfica 11. Definición de impuesto	73
Gráfica 12. Importancia del impuesto	75
Gráfica 13. Responsabilidad tributaria de la muestra	76
Gráfica 14. Conocimiento de la responsabilidad frente al Impuesto Nacional al Consumo	78
Gráfica 15. Régimen del Impuesto Nacional al Consumo	79
Gráfica 16. Información referente al Impuesto Nacional al Consumo	81
Gráfica 17. Conocimiento sobre la tarifa del INC para bares y restaurantes	82
Gráfica 18. valor pagado por concepto del INC en el año 2014 para el caso bares y restaurantes	84
Gráfica 19. Influencia del cambio del IVA al INC	85

Gráfica 20. Especificación del INC en la factura de compra	87
Gráfica 21. conocimiento sobre el pago de sanciones por incumplimiento del INC	88
Gráfica 22. Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias	89
Gráfica 23. Motivo de incumplimiento en la declaración y pago del INC	91
Gráfica 24. Percepción sobre el impuesto como obligación o deber	92
Gráfica 25. Participación en campañas que promuevan el pago de impuestos	93
Gráfica 26. Opinión sobre la realización de campañas para minimizar la evasión de impuestos	95
Gráfica 27. Responsables del impuesto al consumo en el municipio de la Unión Valle	99
Gráfica 28. Restaurantes y bares responsables del INC ubicados en el municipio de la Unión Valle	100
Gráfica 29. Restaurantes y bares pertenecientes al régimen simplificado del Impuesto Nacional al consumo	101

LISTA DE ANEXOS

	Pág
Anexo A. Evidencia de trabajo de campo para la realización del Trabajo	118
Anexo B. Estadísticas registradas del impuesto al consumo	119
Anexo C. Encuesta	120

INTRODUCCION

Brooks & Hwong, definen los impuestos “como el precio que pagan los ciudadanos de un país por los bienes y servicios que se proveen a sí mismos en forma colectiva”¹, por tanto cada individuo debe cumplir con ellos, por el solo hecho de nacer y vivir en una determinada sociedad, y estos tributos aportados se verán reflejados en el bienestar social de la comunidad (salud, educación, vivienda) y en el mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de los habitantes de un país facilitando la labor de planificación por parte del Estado.

Si bien es cierto que niveles excesivos de tributación pueden limitar el crecimiento económico en países desarrollados, en los países en vías de desarrollo las políticas de tributación débiles son una importante causa de la falta de gobernabilidad, en tanto no se dispone de la autonomía presupuestal necesaria para implementar con éxito los planes y programas de gobierno.²

Existen impuestos que están regidos por diferentes normatividades las cuales determinan quien o quienes deben o no pagar estos tributos, así como el motivo de ello, la cantidad que deben pagar entre otros lineamientos para responder por la obligación de tributar. Sin embargo, dependiendo de las políticas de los gobiernos y del desempeño de su economía, esta estructura tiene constantes modificaciones. “A esta modificación se le denomina reforma tributaria, la cual puede cambiar uno o varios aspectos de la estructura tributaria, buscándose, a través de ella, aumentar o disminuir la cantidad de dinero que recibe el Estado por concepto de impuestos.”³

¹ BROOKS, Neil y HWONG, Thaddeus. The Social Benefits and Economic Costs of Taxation. 2006.

² TOBON ZAPATA, Santiago y MUÑOZ MORA, Juan Carlos. Impuesto predial y desarrollo económico. Aproximación a la relación entre el impuesto predial y la inversión de los municipios de Antioquia. 2013

³ <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo108.htm>

En Colombia, La Reforma tributaria Ley 1607 de 2012 creó el impuesto nacional al consumo (INC), a partir de entonces algunas actividades económicas dejaron de generar el impuesto sobre las ventas (IVA), para pasar a estar gravadas por este nuevo tributo, situación que involucra a los establecimientos que se encuentran dentro del sector de expendio de comidas y bebidas, por tanto este trabajo tiene el objetivo de identificar, mediante una investigación, el grado de cumplimiento respecto a la declaración y pago del impuesto al consumo en particular las actividades económicas de bares y restaurantes en el municipio de La Unión Valle del Cauca.

Con el fin de cumplir con la pretensión planteada en el párrafo anterior, este trabajo de investigación tendrá la siguiente estructura: En primer lugar, se hará una caracterización del sector, donde se identificarán las empresas responsables de declarar y contribuir con el impuesto nacional al consumo en dicho municipio. En segundo lugar, se reconocerá la percepción de los contribuyentes del Impuesto Nacional al Consumo en la población de la Unión Valle. En tercer lugar, se determinará el porcentaje de contribuyentes que han cumplido con la obligación de declarar el año gravable 2014, de igual manera se identificarán las posibles causas que han conllevado a la no declaración y pago del impuesto.

Considerando la importancia que ha tenido el tema del Impuesto Nacional al Consumo en la pasada reforma tributaria (ley 1607 de 2012), esta investigación es pertinente por cuanto pretende desarrollar un trabajo de investigación en el municipio de la Unión Valle identificando qué tan institucionalizado está el impuesto. En este sentido al investigar directamente a los obligados al cumplimiento de este deber, se podrá determinar el porcentaje de contribuyentes que han declarado el periodo gravable 2014; por consiguiente, puede representar un aporte para los entes competentes (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) a mejorar una estructura en términos de fiscalización, ya que suministrará evidencias sobre el cumplimiento y las posibles causas por las que se originan o no la institucionalización del impuesto al consumo.

1. ANTECEDENTES

Los antecedentes de la investigación se refieren a la revisión de trabajos previos sobre el tema en estudio que pueden ser trabajos de grado, postgrado, resultado de investigaciones institucionales, revistas especializadas entre otras, que serán de gran importancia, ya que se constituirán en uno de los principales referentes para soportar los argumentos del presente trabajo.

Los siguientes antecedentes permitirán tener una idea sobre la importancia que tienen los impuestos en la sociedad y la evolución que han tenido en los años a través de las diferentes reformas tributarias, logrando así un mayor acercamiento al objeto de investigación.

Sin duda los impuestos son una parte importante dentro del buscar un bienestar social, puesto que constituyen una singular fuente de recaudo para el Estado, es por esto que día a día nacen nuevos tributos con el fin de lograr una mayor tributación. En diciembre del año 2012, aparece un nuevo impuesto, llamado el impuesto nacional al consumo, que trajo varios cambios sustanciales en materia de responsabilidades tributarias para algunos contribuyentes.

A fin de conocer la institucionalización que ha tenido el impuesto nacional al consumo en el municipio de La Unión Valle del Cauca, es preciso examinar en aspectos documentales referentes a los antecedentes, que están relacionadas con el tema de investigación; así mismo, el estudio de dichos documentos es indispensable en el proceso de la búsqueda de estrategias de información con el fin de respaldar, conceptualizar, analizar y explicar de mejor manera el tema a indagar

Acerca de la revisión bibliográfica del proyecto de investigación se encontraron algunos temas relacionados con el mismo, los cuales se exponen a continuación.

- Como primer antecedente se encuentra la Maestría de investigación efectuada por Jairo Alonso Bautista. De la Escuela Superior de Administración Pública ESAP (2009), titulada: “la distribución de la carga tributaria en Colombia: aproximación a partir de las categorías de la contabilidad tributaria ”, la cual presenta los siguientes argumentos:

Señala que los impuestos constituyen además del mecanismo fundamental de financiación del Estado una forma importante de redistribución de la renta y la riqueza en una sociedad y, por ende, la forma en que los impuestos se asignan entre los diferentes grupos sociales, tiene impacto también en la forma en que se distribuye la riqueza entre estos grupos.

El documento es original en el uso de análisis derivados de categorías propias de la contabilidad tributaria para analizar la distribución de la carga tributaria en el impuesto de renta entre los diferentes sujetos del mismo, revisa la operación del mecanismo de recaudo del impuesto, y la forma en que este se revela y representa en la información estadística producida por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN ⁴

Concluye demostrando que la carga tributaria está concentrada en los sectores de la población, diferentes a los grandes capitales y que éstos han mantenido y ganado una amplia gama de exenciones y beneficios tributarios que amplían sus ventajas económicas y sociales, contribuyendo a ampliar la brecha de ingresos y riquezas.

- Se encontró un artículo de la Revista Derecho privado de la Universidad de los Andes, realizado por David Rueda Mantilla (2014) titulado: “Implicaciones de la creación del impuesto nacional al consumo en los aspectos fiscales y penales” Este artículo de reflexión pretendió, desde una perspectiva analítica e interpretativa de las normas que implementaron este impuesto, ser uno de los primeros textos en exponer sus principales implicaciones dentro del derecho tributario y el derecho penal.

⁴ <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/3110>

En la estructura de este artículo, como primer lugar se encuentra una clasificación doctrinaria de los distintos impuestos que gravan el consumo. En segundo lugar, se hizo una descripción del IVA en Colombia. Luego se elaboró una introducción al Impuesto al consumo junto con sus elementos. Posteriormente, se mencionaron las implicaciones de la incorporación de dicho impuesto en la legislación tributaria. De acuerdo con su contenido el alcance de este artículo fue:

El de hacer una breve comparación sobre la situación en el derecho penal y tributario con anterioridad y posterioridad a la creación del nuevo impuesto, mediante el análisis de las normas relevantes en estas dos áreas del derecho. El estudio concluye que el impuesto Nacional al Consumo generó una reforma a la estructura de los impuestos sobre el consumo de bienes en Colombia y, además, terminó destipificando unas conductas que anteriormente encuadraban dentro del delito de omisión de agente retenedor.⁵

- Otro trabajo que se constituye como antecedente de la presente investigación es la monografía realizada por Angélica María Lozano y Dora Marcela Pineda de la Universidad del Valle (2008) titulada “Impacto económico generado por las reformas tributarias 863 del año 2003 y la 1111 del año 2006. Sobre los contribuyentes del sector hortofrutícola del municipio de la Unión Valle”. Este trabajo manifestó la influencia económica de las reformas tributarias durante dos periodos en una actividad comercial de gran influencia dentro del municipio, utilizó la observación y la encuesta para su desarrollo y concluyó que la reforma tributaria 863 del año 2003 trajo consigo repercusiones negativas para el sector hortofrutícola dado que incrementó la sobretasa del impuesto de renta, creó el impuesto al patrimonio y cambió la tarifa del 3 por mil al 4 por mil lo que fue uno de los factores para que a largo plazo los niveles de liquidez de los contribuyentes fueran afectados considerablemente. Por el contrario la reforma 1111 del 2006 fue positiva, ya que trajo consigo algunas reducciones en cuanto a los porcentajes

⁵ RUEDA MANTILLA, Jorge. Implicaciones del Impuesto Nacional al Consumo. 2014

para deducir algunos impuestos y la inclusión de las plántulas para la siembra(semillas) dentro de la lista de los bienes excluidos.

- Finalmente, se encontró la monografía de investigación realizada por María Herica Cruz Benítez de la Universidad del Valle (2006) titulada “Factores sociales económicos y culturales que inciden en la evasión de impuestos en el municipio de Zarzal”. Esta investigación tuvo como finalidad determinar los factores que dieron origen a la evasión fiscal en dicho municipio y tiene como conclusión que entre las causas que más inciden en la práctica de la evasión de impuestos se encuentran los factores sociales como la educación, las políticas del Estado y la Corrupción, factores económicos como los ingresos, la cantidad de impuestos, el desempleo, las entidades bancarias, y la competencia, y como factores culturales: la honestidad, la solidaridad, la responsabilidad, las normas sociales, las costumbres, la moral y las creencias. Conclusiones que fueron producto de la información obtenida a través de las encuestas y entrevistas realizadas.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 PLANTEAMIENTO

La información financiera suministrada por las empresas, las entidades de control y el mismo Estado, sirven para que éste último tome decisiones en pro de lograr el desarrollo económico y social de una nación, y es en ese momento donde los impuestos surgen como mecanismo, no solo de recaudo de dinero, sino también de recolección de información de los contribuyentes sobre las operaciones comerciales realizadas, lo que le permitirá ejercer un mayor control y fiscalización sobre si se están cumpliendo con las normas en cuanto a las obligaciones tributarias adquiridas.

El Estado a través de impuestos o las cargas impositivas busca que todos los ciudadanos aporten al país según los ingresos y utilidades que obtengan, gracias a estas contribuciones puede invertir en aspectos prioritarios como servicios públicos, educación, salud, disminución de la pobreza entre otros, que mejoran la calidad de vida de los habitantes y ayudan a un mayor desarrollo económico. Esto se hace a través de leyes o reformas tributarias que logran realizar cambios sustanciales en la forma de tributar de los contribuyentes.

En Colombia la pasada reforma tributaria ley 1607 del año 2012, incorporo varios cambios en la normatividad tributaria y financiera del país. Algunos de estos cambios son impuesto de renta para personas naturales y sociedades, cambio en las tarifas de IVA, la creación de nuevos tributos como son el impuesto para la equidad CREE y el Impuesto Nacional al Consumo. Este último nace a través del artículo 71 que agrega al Estatuto Tributario el Art 512-1 y que es reglamentado posteriormente mediante el decreto 803 del 24 de Abril del 2013.

El nuevo impuesto nacional al consumo que se cobra en todo el país (excepto en Amazonas y en San Andrés y Providencia), es bimestral y solo se exige a los prestadores de servicios de restaurante (todo negocio que venda comidas o bebidas), cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías, bares, tabernas y discotecas, los operadores de telefonía móvil y los vendedores de algunos vehículos, botes y aerodinos⁶, que cumplan con unas características específicas, para todos los demás solo es obligación realizar una declaración informativa anual, dicho impuesto comenzó a regir a partir del 1º de enero del año 2013.

Como se dijo anteriormente el tema de los impuestos es determinante para ayudar a financiar el gasto social de la Nación, pero no todos los ciudadanos asumen la responsabilidad que tienen, y es allí donde aparece la evasión. En Colombia no es un secreto que existe evasión de impuestos, siendo éste “el acto de no declarar y pagar un impuesto en contradicción con el espíritu de la ley, que tenía por objeto gravar una determinada actividad⁷, lo cual ha sido una problemática que desde años atrás a tratado de combatirse, por tanto aparecen entidades como La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN que tiene como una de sus responsabilidades el cumplimiento de las obligaciones tributarias a través de la fiscalización y el control en diferentes instancias, con el propósito de identificar los posibles omisos de las obligaciones tributarias, así como detectar las posibles inexactitudes en las liquidaciones privadas de los contribuyentes⁸, aunque se hayan realizado esfuerzos para erradicar la evasión en Colombia por parte de este ente esto no ha sido posible. Así como lo expreso el periódico El Tiempo en su artículo del día 12 de enero del 2015 “a pesar de fiscalización de la Dian, evasión no cede⁹; porque aunque se haya aumentado el recaudo en el último año (2014)

⁶ COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPUBLICA. LEY 1607 DE 2012. POR LA CUAL SE EXPIDEN NORMAS EN MATERIA TRIBUTARIA Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.

⁷ <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/9720/S9600648.pdf?sequence=1>. P.19

⁸ http://www.dian.gov.co/descargas/Rendicioncuentas/2013/RC_2013_DIAN.pdf

⁹ <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/dian-evasion-no-cede/15088389>

aún sigue siendo escaso comparado con otros países de Latinoamérica, ya que es más grande el tamaño de la evasión en Colombia.

El Impuesto Nacional al consumo, siendo un nuevo tributo que debe cumplir un grupo de contribuyentes, no es ajeno a ese contexto de la evasión por parte de los mismos, y es una problemática que debe ser tratada y analizada por los diferentes entes competentes en donde el sector educativo también debe tener intervención a través de las monografías y trabajos de grado, ya que a través de la búsqueda de los antecedentes se identificó que existen vacíos frente al análisis de esta problemática.

De acuerdo con lo anterior se caracterizó la investigación, realizando un análisis exclusivo para “El impuesto nacional al consumo” dado que de acuerdo con indagaciones en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN seccional Tuluá y consultando con una de las funcionarias encargadas, la Doctora Silvia Liliana Aguirre se logró evidenciar que aún no se han realizado las investigaciones sobre el cumplimiento por parte de los responsables de declarar y pagar el impuesto al consumo en el municipio de la Unión Valle. De igual manera visitando algunas de las instituciones de educación superior que están en constante búsqueda y fomento de investigaciones cercanas a este municipio, como lo son el Instituto de educación técnica profesional INTEP de Roldanillo que ofrece carreras técnicas, tecnológicas y algunas profesionales, examinando con el funcionario encargado de la biblioteca el señor Jairo López y averiguando en el centro de investigaciones de la misma en bases de datos y tesis se observó que todavía no se han hecho estudios al respecto. Del mismo modo en la universidad del valle sede Zarzal revisando en la biblioteca regional Víctor Manuel Patiño Rodríguez en las bases de datos y trabajos de grado o monografías realizadas hasta el momento no se registran investigaciones referentes al tema del impuesto al consumo, posiblemente por ser un tributo relativamente nuevo.

De acuerdo con las indagaciones realizadas a la DIAN en su gran mayoría los responsables en declarar y pagar el impuesto al consumo han incumplido con esta obligación en lo relacionado a bares y restaurantes del municipio de la Unión Valle, posiblemente por desconocer el manejo del mismo y las consecuencias que trae el incumplimiento de esta ley, o simplemente lo están evadiendo, pero por esta falta de cumplimiento la economía del país se puede ver afectada ya que se estaría dejando de recibir los recursos destinados para llevar a cabo las actividades que debe cumplir el Estado.

Por todo lo anterior se hace pertinente reconocer el nivel de cumplimiento del impuesto nacional al consumo con respecto a su declaración y pago, ya que como profesionales se tiene la responsabilidad de contribuir con estudios que les permitan a las autoridades competentes tener bases para realizar acciones en pro de minimizar la evasión, así como poder identificar las diferentes factores que traen consigo el no cumplimiento de las cargas impositivas por parte de los ciudadanos.

2.2 FORMULACION DEL INTERROGANTE

Con base en lo anteriormente expuesto se dio respuesta al siguiente interrogante:

¿Cuál ha sido el nivel de cumplimiento por parte de los contribuyentes con respecto a la declaración y pago del Impuesto Nacional al Consumo, en el municipio de la Unión Valle del Cauca, en el año gravable 2014?

2.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son las empresas responsables de declarar y contribuir con el impuesto nacional al consumo en el Municipio de La Unión Valle?
- ¿Cómo ha sido la percepción de los responsables del impuesto Nacional al consumo en el municipio de La Unión Valle?
- ¿Qué porcentaje de contribuyentes han declarado y/o pagado el impuesto nacional al consumo en el municipio de la Unión Valle, en el año gravable 2014?
- ¿Cuáles son las posibles causas que han conllevado al cumplimiento o no cumplimiento de la declaración y pago del impuesto al consumo?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar el nivel de cumplimiento por parte de los contribuyentes con respecto a la declaración y pago del Impuesto Nacional al Consumo, en el municipio de la Unión Valle del Cauca, en el año gravable 2014.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Caracterizar el sector, identificando las empresas responsables de declarar y contribuir con el impuesto nacional al consumo en el Municipio de La Unión Valle.
- Reconocer la percepción de los responsables del Impuesto Nacional al Consumo en el municipio de La Unión Valle
- Determinar el porcentaje de contribuyentes que han declarado y/o pagado el impuesto nacional al consumo en el municipio de la Unión Valle, en el año gravable 2014.
- Identificar las posibles causas que han conllevado al cumplimiento o no cumplimiento de la declaración y pago del impuesto al consumo.

4. JUSTIFICACION

A pesar de que la realización de un trabajo de grado es uno de los requisitos para obtener el título de Contador Público, éste más que ser una exigencia se constituye en un fortalecimiento al conocimiento que se adquirió durante todo el proceso de formación, máxime cuando se trata de un tema que involucra la rama tributaria en donde todo profesional contable debe estar a la vanguardia de todos los cambios legales e implicaciones prácticas dadas la circunstancias particulares del país.

El Contador Público no solo tiene una responsabilidad como profesional contable, sino también como individuo social, que debe adquirir una escala de principios y reglas de conducta que sirvan para el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, además de esto debe ampliar sus conocimientos para permitir generar nuevos conceptos obteniendo una óptica más analítica que involucre temas sociales que mejoren el entorno social en el que se desenvuelve.

Además, proyectos que permitan evaluar o dar a conocer una problemática con respecto a un incumplimiento en término impositivo determinan responsabilidad social que debe tener el profesional contable, es importante que el contador público, como servidor social, se adelante a las necesidades de los usuarios de la información, sin esperar que estos manifiesten sus características. Sobra recordar la necesidad de actuar con apego a las realidades humanas y sociales que influyen en el medio que se desenvuelve, observando siempre la ética profesional como son el compromiso de obrar con objetividad, integridad, siendo independiente en la aplicación de normas profesionales, preocupación por el interés público y sensibilidad hacia las responsabilidades sociales

Este trabajo de investigación será una contribución al cumplimiento de la misión y visión de la responsabilidad de la carrera de Contaduría Pública de la Universidad del Valle que se basa en principios como la aptitud investigativa, la formación integral y el compromiso con la profesión, por lo tanto a través de los proyectos de grado se puede aprovechar esa opción para reflejar que esta cumpla con la razón de ser ente educativo.

En todo proyecto de investigación se debe dar a conocer la proyección que tiene con respecto a impactar en una sociedad, poder conocer el cumplimiento del impuesto nacional al consumo por parte de los contribuyentes, con respecto a su declaración y pago, necesariamente traerá consigo el beneficio a una comunidad, porque se constituye en una base para iniciar acciones en pro de su cumplimiento y si se identifica la razón de ser del tributo, este mismo se ve reflejado en la realización de proyectos que benefician a la Sociedad y al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes en materia de salud, cultura, vivienda y educación a través de proyectos de inversión por parte del Estado.

5. MARCO DE REFERENCIA

El marco de referencia tiene como principal objetivo suministrar información sobre los resultados de estudios anteriores y las principales definiciones en que está basado el problema de investigación¹⁰, dando claridad del tema que se está tratando, también permite conocer los lineamientos que se deben tener presentes en proyectos y destacar la importancia de la teoría a aplicar, por tanto este se constituirá en la principal herramienta para obtener los argumentos que soportarán el alcance de cada uno de los objetivos y por tanto dar solución a la problemática, es por esta razón que está compuesto por: El marco conceptual, el marco teórico, el marco legal, y el marco geográfico.

5.1 MARCO CONCEPTUAL.

El marco conceptual como su nombre lo indica contiene una serie de conceptos básicos que se utilizaron a lo largo del trabajo de investigación y que le ayudaran al lector a la comprensión del tema.

Impuestos

El concepto de impuesto está relacionado con la imposición de cargas impositivas por parte del Estado a sus miembros para lograr una equidad social, éste se ve reflejado en las diferentes obligaciones que son asignadas a los ciudadanos que cumplan con características especiales tales como ingresos, patrimonio o el ejercicio de una actividad económica en particular, buscando con su recaudo financiar los mismo gastos del Estado y a su vez utilizarlo en la inversión social. Como lo expresa (Giannini) Los impuestos son la “prestación pecuniaria que un

¹⁰ http://www.ecured.cu/index.php/Marco_Te%C3%B3rico

ente público tiene derecho a exigir en virtud de potestad de imperio, originaria o derivada, en los casos, en la medida y según los modos establecidos en la Ley, con el fin de conseguir un ingreso”.¹¹

Evasión tributaria

Para el presente trabajo la evasión tributaria no es el eje central, pero toma relevancia debido a que es una de las formas más comunes para el no cumplimiento de las obligaciones tributarias respecto a la declaración y pago de los impuestos. Como lo expresa la Dian en uno de sus Cuadernos de trabajo titulado: Evasión del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en Colombia.

Para el objeto de este estudio se entenderá por evasión tributaria el conjunto de acciones u omisiones orientadas a reducir parcial o totalmente el monto de impuestos que legalmente le corresponde aportar a un contribuyente. Estas prácticas van desde el ocultamiento total del sujeto del tributo, que trata de hacerse invisible ante la administración tributaria, hasta la falsificación de información que sirve de base para determinar la contribución.

Un contribuyente que reduce el monto de los impuestos a su cargo transgrediendo la ley es un evasor, pero solamente puede considerarse como defraudador si se comprueba la culpabilidad o el dolo de la acción. En ocasiones la evasión se produce por negligencia, y aunque en tales casos igualmente proceden las acciones administrativas encaminadas a recuperar el monto de los tributos evadidos y a aplicar las sanciones correspondientes, no se configura estrictamente un fraude tributario.

Frecuentemente, por sencilla y clara que pudiera parecer una norma, y en particular una ley tributaria, surgen algunos espacios para su interpretación, que generan controversia entre los contribuyentes y la administración de impuestos. Cuanto más

¹¹ GIANNINI, Amadeo. Instituciones de Derecho Tributario, Madrid, 1957, p. 46.

compleja es la legislación mayor será la probabilidad de hallar vacíos legales que permiten reducir la tributación a cargo de los contribuyentes sin que dicha práctica pueda calificarse como ilegal.

La evasión de impuestos es un fenómeno que tiene profundos efectos económicos y sociales. En primer lugar, los ingresos tributarios son la principal fuente de financiación de los gastos del sector público. Un menoscabo de estos recursos implica la reducción en la capacidad del Estado para desarrollar programas de gasto que son indispensables para el bienestar de la sociedad.

En segundo término se producen inequidades entre los miembros de la comunidad, llevando a que parte o la totalidad del faltante generado por la evasión se cubra con mayores impuestos a cargo de los contribuyentes que atienden efectiva y oportunamente sus obligaciones.¹²

Institucionalización

Para el caso de este trabajo la institucionalización se ve relacionada con el compromiso que adquieren los responsables de este nuevo impuesto no solo desde el ámbito legal, sino también la responsabilidad social, dado que el grado de cumplimiento contribuirá de manera importante a lograr los objetivos planteados por los cuales se creó dicho impuesto.

Prats (2002) puntualiza que Las instituciones son reglas de acción, expectativas y normas que determinan parcial o totalmente mediante incentivos y sanciones el comportamiento de los individuos en sociedad. El diseño institucional eficaz incentiva las conductas que maximizan los resultados y que repercute en el desempeño económico.¹³

¹² <http://www.dian.gov.co/descargas/servicios/oe-documentos/cuadernos/iva.pdf>

¹³ <http://www.revista.unam.mx/vol.6/num8/art84/int84.htm>

Contribuyente

Este concepto hace parte fundamental de la investigación, ya que constituye el sujeto sobre el cual recae la obligación de declarar y tributar y a quien se indagará para luego identificar el nivel de cumplimiento del impuesto nacional al consumo.

El estatuto tributario, define contribuyente como todo aquel sujeto (entendida toda persona natural o jurídica) respecto de quienes se realiza el hecho generador del tributo. Quiere decir esto, que cualquier persona natural o jurídica que realice un hecho considerado por la ley como generador de un impuesto, debe entonces contribuir con el pago del respectivo impuesto, lo cual lo convierte en contribuyente de ese impuesto.¹⁴

Fiscalización

Comprende el proceso que tiene por finalidad instar a los contribuyentes a cumplir sus obligaciones tributarias cautelando el correcto, íntegro y oportuno pago de los impuestos¹⁵, para esto tiene la facultad de examinar las declaraciones presentadas por los contribuyentes dentro de los plazos de prescripción que tienen.

Declarante

Para el caso del presente estudio el concepto de declarante se “refiere a la persona como ser humano y como sujeto de derecho o de relaciones jurídicas¹⁶, en este caso sujeto o no de una obligación tributaria que debe informar sobre las operaciones comerciales realizadas en un lapso determinado con el fin de brindar información a las entidades de control.

¹⁴ <http://www.gerencie.com/origen-el-termino-contribuyente-en-colombia.html>

¹⁵ http://www.sii.cl/principales_procesos/fiscalización.htm

¹⁶ <http://www.marylinmogollon-sena.blogspot.com/2010/10/tributaria-personas-declarantes.html>

5.2 MARCO TEÓRICO.

Es pertinente contar con las bases teóricas suficientes para dar alcance a cada uno de los objetivos propuestos en la presente investigación, razón por la cual antes de relacionar el concepto propio del proyecto que es el Impuesto Nacional al Consumo se tomó la decisión de presentar las características más relevantes del Sistema tributario, ya que a este sistema pertenece el impuesto para el cual se va a realizar la debida investigación.

5.2.1 Origen de los impuestos

El origen de los impuestos se puede remontar a la antigüedad y a los intereses políticos de las sociedades, los jefes de los estados necesitaban ejercer un control sobre sus súbditos y además de esto financiar el funcionamiento del estado.

Estos tributos también iban muy relacionados con la iglesia, ya que en la misma Biblia aparece que de lo obtenido en las cosechas una décima parte se debería destinar a esta para la mantención de los sacerdotes, dichas ofrendas recibidas se fueron convirtiendo en grandes extensiones de tierras ubicando a la iglesia en la principal latifundista del mundo medieval.

“Egipto fue el primer Estado centralizado del mundo, lo que significa que los egipcios fueron también los primeros en cumplir con una de las obligaciones ineludibles de los ciudadanos en todas las épocas y todos los lugares: pagar impuestos. Ya desde el IV milenio a.C., antes de la unificación del país, se recaudaban impuestos a pequeña escala, dentro de los límites geográficos de los reinos predinásticos del Alto Egipto como Abydos, Nagada e Hieracómpolis. Con la aparición de un Estado unificado en todo Egipto, en torno a 3100 a.C., los faraones

crearon un sistema recaudatorio que cubría el conjunto del país, y que se apoyaba en una burocracia especializada y eficiente”¹⁷.

Además de Egipto, civilizaciones como la romana cobraba grandes tributos a las colonias conquistadas, por lo que la carga tributaria no era tan fuerte hacia sus propios ciudadanos, por su parte los babilonios cobraban impuestos en especie a sus súbditos e imponía tributos a los vencidos en sus guerras, en cuanto a Grecia los impuestos se constituían como un auxilio al Estado y los otros llamados los personales eran cobrados para la construcción de navíos y equipar soldados.

Los impuestos como mecanismo de control y recaudo han ido evolucionando hasta lo que conocemos como cargas impositivas que se deben pagar, tanto de forma directa como indirecta por la adquisición de bienes y servicios, así como por la obtención de ingresos.

JIMENEZ TREJO Luis Alberto, en su libro los impuestos como instrumentos de política económica en México año 2005 se remite a dos autores que hablan sobre la evolución de las finanzas públicas, como disciplina la teoría neoclásica que registra dos corrientes en cuanto a los impuestos.

Para Marshall el campo de las finanzas públicas se reduce a los temas relacionados con la distorsión de los precios que generan los impuestos en una economía competitiva de equilibrio parcial, la preocupación principal es estudiar el concepto de la incidencia fiscal.

Pigou, por su parte, planteó una solución al problema de las externalidades negativas, por ejemplo, la contaminación de un río por una industria ubicada en la ribera, la solución consistía en gravar con un impuesto a la industria contaminante

¹⁷http://www.nationalgeographic.com.es/articulo/historia/secciones/8372/pago_los_impuestos_antiguo_egipto.html

para que este influyera en el costo de producción y se redujera la cantidad del producto elaborado.

Los impuestos y subsidios constituían para Pigou y Marshall mecanismos importantes para subsanar los fallos del mercado. En este marco, Pigou contempló el papel crítico del gobierno como legislador y regulador, al tiempo que recomendaba que el gobierno aplicara impuestos o subsidios correctivos cuando la actividad generadora de efectos externos permitiera una cuantificación del daño o del beneficio sobre los otros agentes¹⁸.

“Adam Smith en su libro la riqueza de las Naciones menciona que los ciudadanos de cualquier Estado deben contribuir al sostenimiento del Gobierno, en cuanto sea posible, en proporción a sus respectivas aptitudes, es decir, en proporción a los ingresos que disfruten bajo la protección estatal. Los gastos del Gobierno, en lo que concierne a los súbditos de una gran nación, vienen a ser como los gastos de administración de una gran hacienda con respecto a sus copropietarios, los cuales, sin excepción, están obligados a contribuir en proporción a sus respectivos intereses. En la observancia o en la omisión de esta máxima consiste lo que se llama igualdad o desigualdad de la imposición. Es necesario tener presente que cualquier impuesto que finalmente se pague por una sola de esas tres fuentes originarias de ingreso sin afectar a las otras dos, es esencialmente desigual”.¹⁹

5.2.2 Sistema Tributario

***Aspectos generales**

La estructura tributaria de un país influye directamente en su crecimiento económico y competitividad. A través de un buen sistema impositivo, el Estado no solo garantiza la generación de recursos suficientes para satisfacer las necesidades de sus ciudadanos y mantener la estabilidad de las finanzas públicas; también moldea los incentivos privados para invertir, generar empleo y explorar

¹⁸ JIMENEZ, TREJOS, Luis Alberto. Los Impuestos como Instrumentos de Política Económica En México, 2008.

¹⁹ SMITH, Adam, Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones, 1776

alternativas de negocio en nuevos sectores económicos, influyendo directamente en las posibilidades de transformación productiva del país.²⁰

Cuando un sistema tributario se caracteriza por tener una estructura tarifaria muy alta, un grado de complejidad innecesario, un sistema de exenciones tributarias incoherente con la política económica del Estado, una base impositiva pequeña, y gravámenes excesivos para ciertas inversiones, pone en riesgo la consecución de las metas de crecimiento económico, productividad, equidad y progresividad principios constitucionales artículo 363. Por esta razón, una estructura tributaria adecuada debe procurar, en la medida de lo posible, reducir las distorsiones que generan los tributos sobre las decisiones de los agentes económicos, al tiempo que genere los incentivos para que estos estén en una constante búsqueda por mayores niveles de productividad.²¹

Es así como el Estado recurre a mecanismos que buscan mejorar el sistema tributario en pro de lograr un modelo adecuado de tributación, a esto se le conoce como reforma tributaria.

Una reforma tributaria consiste en realizar un cambio a la estructura del Sistema tributario, como por ejemplo, eliminar un impuesto existente, crear un impuesto nuevo, reemplazar un impuesto por otro, cambiar los objetivos y la forma de calcular un impuesto, etc. El sistema tributario se compone del conjunto de impuestos que se aplican en una sociedad, incluyendo los elementos que forman parte de su administración, la recaudación y la fiscalización.²²

Dentro del ámbito de la creación de nuevos tributos o políticas fiscales es importante el entendimiento y la aceptación de que tienen estos por parte de la sociedad que posteriormente se convertirá en contribuyente, por eso es

²⁰ Consejo privado de Competitividad. Sistema tributario. Capítulo 9. Tomado de <http://www.compitem.com.co/site/wp-content/uploads/2011/11/Sistema-Tributario.pdf>

²¹ <http://www.compitem.com.co/site/wp-content/uploads/2011/11/Sistema-Tributario.pdf>

²² YÁÑEZ, HENRÍQUEZ, José. ELEMENTOS A CONSIDERAR EN UNA REFORMA TRIBUTARIA, 2012

determinante la posición que asumen los entes frente a las diferentes obligaciones tributarias el grado de cumplimiento no solo desde el término legal, sino también su compromiso con la sociedad de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de un país.

5.2.3 Descripción del sistema tributario en de Colombia

En Colombia los impuestos tienen su origen en la constitución, según el cual todos los nacionales están en el deber de contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de los conceptos de justicia y equidad, el Congreso es el encargado de establecer las rentas nacionales, fijar los gastos de la administración, determinar contribuciones fiscales y, excepcionalmente, contribuciones parafiscales, en los casos y condiciones que establezca la ley; pero a su vez las asambleas departamentales y los concejos distritales y municipales podrán imponer contribuciones fiscales y parafiscales a nivel regional o municipal en los mismos términos establecidos por la ley, y solo en tiempos de exención es decir cuando existan actos que afecten el orden económico, social y ecológico el Presidente podrá con la firma de todos los ministros, dictar decretos con fuerza de ley, destinados exclusivamente a controlar la crisis y a impedir la extensión de sus efectos.

El Sistema Tributario Colombiano se caracteriza por constantes cambios que producen inestabilidad para contribuyentes, complejidad para su interpretación e inequidad, sobre todo con relación al tratamiento de los diferentes sectores. Se requiere una reforma integral, en aras de mayor simplicidad y equidad, sin afectar de forma importante los ingresos tributarios totales. Se busca con esto contribuir a reducir la informalidad e incrementar la competitividad de la economía. Se considera que este es el principal cuello de botella que hoy por hoy impide un comportamiento más dinámico de la inversión, el empleo y, por tanto, el crecimiento económico.²³

²³ www.dian.gov.co/descargas/servicios/.../Tributacionycompetitividad.pdf

5.2.4 Fiscalización Tributaria

*Aspectos generales

Se entiende por fiscalización al conjunto de tareas que tienen por finalidad llevar a los contribuyentes a cumplir su obligación tributaria; buscando el correcto, íntegro y oportuno pago de los impuestos.

Con el proceso de fiscalización se busca verificar el cumplimiento y la aplicación de las normas tributarias, con el fin de aumentar el recaudo de impuestos ejerciendo un control que permita minimizar la evasión que se entiende como el no pago de los impuestos por parte de los contribuyentes.

La función de fiscalización, tanto en su tarea de análisis o estudio, selección de casos y pre auditoría, así como en la ejecución de la labor fiscalizadora, deberá reunir la información suficiente y elementos que le permita determinar razonablemente el valor justo de mercado en todo tipo de operaciones²⁴

La fiscalización tributaria es un procedimiento administrativo orientado a verificar el cumplimiento de las obligaciones y deberes formales tributarios, que eventualmente puede desembocar en un procedimiento de determinación de oficio sobre base cierta en la cual se determine el alcance y cuantía de la obligación que ha sido incumplida, se liquiden los intereses moratorios que resultaren procedentes y se impongan las sanciones correspondientes. Para ejecutar la fiscalización, la Administración Tributaria tiene competencia para requerir, examinar, copiar e incluso retener: libros de contabilidad, facturas y demás comprobantes, libros legales, contratos, soportes informáticos, entre otros²⁵

²⁴ LAMAGRANDE, Alfredo Julio. GLOBALIZACION, EVASION FISCAL Y FISCALIZACION TRIBUTARIA.1998

²⁵ RODRIGUEZ, GUERRERO, Mailin, Carolina, MEDIOS DE DEFENSA DE LOS CONTRIBUYENTES FORMALES ANTE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA VENEZOLANA.2012

5.2.5 Fiscalización Tributaria en Colombia

La fiscalización tributaria en Colombia está a cargo a Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), entidad adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, que se constituyó como Unidad Administrativa Especial, mediante Decreto 2117 de 1992, cuando el 1º de junio del año 1993 se fusionó la Dirección de Impuestos Nacionales (DIN) con la Dirección de Aduanas Nacionales (DAN).

Adicionalmente a esto entre 1999 y 2008 se han dado varias reestructuraciones y el 26 de abril de 2011 mediante el decreto 1321 se modificó la estructura de la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

La Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN- tiene como objeto coadyuvar a garantizar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, cambiarias, los derechos de explotación y gastos de administración sobre los juegos de suerte y azar explotados por entidades públicas del nivel nacional y la facilitación de las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.²⁶

La Dirección de impuestos y Aduanas Nacional tiene entre otras funciones la administración de los distintos impuestos de orden Nacional como lo son la administración de los impuestos de renta y complementarios, de timbre y sobre las ventas, los derechos de aduana y la administración de dichos impuestos, esto comprende su recaudación, fiscalización, liquidación, discusión, cobro, devolución, sanción y todos los demás aspectos relacionados con el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Dentro de las acciones de fiscalización que realiza la entidad está un control extensivo que consiste en prevenir el incumplimiento de las obligaciones

²⁶ <http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Laentidad?OpenDocument>

tributarias, el control intensivo que se refiere a verificar el cumplimiento de las obligaciones fiscales, la atención a solicitudes técnicas orientadas a confirmar los requisitos técnicos establecidos para la atención de los clientes que competen al área de fiscalización y liquidación y por último el reporte de operaciones sospechosas (ROS) Y RILO, que tienen que ver con el lavado de activos y terrorismo detectadas en las investigaciones.

El proceso de fiscalización y liquidación contempla el conjunto de disposiciones y actividades realizadas por la entidad para prevenir el incumplimiento de las obligaciones fiscales, controlar y verificar que los valores declarados y demás obligaciones de los clientes correspondan a su realidad económica y a su capacidad contributiva, de acuerdo con la norma correspondiente²⁷.

5.2.6 Cumplimiento de las obligaciones Fiscales e institucionalización de los impuestos

El nivel de cumplimiento de obligaciones fiscales de una comunidad muestra con evidencia la medida de integración que cada sujeto tiene con la sociedad que compone, en última instancia con su país. El tamaño de la brecha entre impuesto real e impuesto potencial (tax gap) depende de múltiples factores que se desarrollan en los contextos señalados según la sociedad de que se trate, influidas casi todas en la actualidad por el fenómeno de la globalización.²⁸

En cuanto a la institucionalización de los impuestos es importante analizar si se ha dado su legitimación política y social, si estos se ven reflejados dentro de un sistema democrático que tenga en cuenta los problemas de los efectos

²⁷http://www.dian.gov.co/descargas/convocatorias/128_2009/documentosguiano.2/orden_administrativa_03_de_5_abril_2010.pdf

²⁸ Op.cit. LAMAGRANDE (1998)

distributivos sociales y ambientales, asegurando la primacía de los gobiernos nacionales y locales como los pilares de la gobernabilidad.

Desde el enfoque de North 1990 en su libro instituciones cambio institucional y desempeño económico define la institucionalización como “las reglas de juego de una sociedad o son las restricciones humanamente entendidas que dan forma a las interacciones humanas y que en consecuencia estructuran los incentivos en el intercambio humano, ya sea político, social o económico.

Otro enfoque importante a la institucionalización la da Prats que define esta como “un conjunto de reglas formales e informales que inducen a comportamientos cooperativos. Los valores compartidos que reflejan un sistema de creencias de los miembros de una sociedad son un factor importante que contribuye en la legitimación de la institución política, económica y social”²⁹.

5.2.7 Impuesto Nacional al Consumo

La Ley 1607 de 2012, mediante la cual se aprobó la reforma tributaria de ese año, en su artículo 71 creó el denominado impuesto nacional al consumo (INC) como mecanismo sustitutivo y/o complementario del impuesto sobre las ventas. Además, y propendiendo a la formalización, se incluyó como hecho generador de este impuesto la prestación del servicio de restaurantes y bares.

“Adicionalmente, este impuesto, al igual que el IVA, es indirecto. No obstante, el INC no se causa en todas las fases o etapas del proceso de producción o comercialización del bien, como ocurre con el IVA, sino únicamente en la etapa final del bien o servicio, esto es, cuando lo recibe o lo adquiere el consumidor final”³⁰

²⁹ http://www.revista.unam.mx/vol.6/num8/art84/ago_art84.pdf

³⁰ RUEDA MANTILLA, Jorge. Implicaciones del Impuesto Nacional al Consumo. 2014

Hecho generador

El artículo 71 de la Ley 1607 de 2012 adicionó el artículo 512-1 al Estatuto Tributario para crear a partir del 1 de enero de 2013 el Impuesto Nacional al Consumo, el cual es generado por la prestación o la venta al consumidor final, o la importación por parte del usuario final, de los siguientes bienes y servicios:

- La prestación del servicio de telefonía móvil.
- La venta de algún bien corporal mueble de producción doméstica o importado (vehículos automóviles, barcos, aviones)
- El servicio de expendio de comidas y bebidas preparadas en restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías para consumo en el lugar, para ser llevadas por el comprador o entregadas a domicilio, los servicios de alimentación bajo contrato, y el servicio de expendio de comidas y bebidas alcohólicas para consumo dentro bares, tabernas y discotecas.

Este hecho generador a señalado como responsables a los prestadores del servicio de expendio de comidas y bebidas, excluyendo de la nueva obligación tributaria a los establecimientos de educación que presten el servicio de restaurante y cafetería, a los contratistas que presten el servicio de alimentación institucional o a empresas bajo contrato (catering) y a los restaurantes donde se desarrollen actividades bajo franquicia, concesión, regalía, autorización o cualquier otro sistema que implique la explotación de intangible.

Responsables

Se consideran responsables del impuesto al consumo al prestador del servicio de telefonía móvil, al prestador del servicio de expendio de comidas y bebidas preparadas, al importador como usuario final, al vendedor de los bienes sujetos al impuesto al consumo y, en la venta de vehículos usados, al intermediario profesional.

Causación

Este impuesto se causará al momento de:

a) La expedición de la cuenta de cobro, ticket de registradora, factura o documento equivalente por parte del responsable al consumidor final, se continúa utilizando las facturas previamente autorizadas o habilitadas por la Dian mediante resolución, discriminando el concepto, la tarifa y el valor de este impuesto.

Adicionalmente, es importante mencionar que la reforma tributaria en su artículo 79 sustituyó para algunos restaurantes la tarifa de IVA del 16 % por un impuesto al consumo del 8 %. Sin embargo, para los restaurantes que operen bajo franquicia, concesión, regalía o autorización seguirán gravados con una tarifa de IVA del 16 %. Por tal razón, cada restaurante cobrará IVA o Impuesto Nacional al Consumo dependiendo de su naturaleza.

b) La nacionalización del bien importado por el consumidor final o,

c) La entrega material del bien, de la prestación del servicio.

Periodo gravable

El periodo gravable para la declaración y pago del impuesto nacional al consumo será bimestral:

Tabla 1. Periodos de pago del impuesto nacional al consumo

Periodos bimestrales		
Enero-febrero	Marzo-abril	Mayo-junio
Julio-agosto	Septiembre-octubre	Noviembre-diciembre

Fuente: las Autoras, 2015.

Base gravable y tarifa

De conformidad con lo establecido desde el artículo 512-2 hasta el 512-11 del Estatuto Tributario, la base gravable del INC corresponde a la totalidad del bien vendido, la importación realizada o el servicio prestado. Además de lo anterior, vale la pena aclarar que este tributo tiene tarifas diferenciadas de la siguiente forma: el servicio de telefonía celular se encuentra gravado con una tarifa del 4%; algunos automotores, botes y aeronaves están gravados con una tarifa del 8% o del 16% dependiendo de sus especificaciones, de conformidad con el artículo 212-3 del Estatuto Tributario; y el servicio de bares y restaurantes está gravado con una tarifa del 8%.³¹

Definición de restaurantes.

Para los efectos del numeral tercero del artículo 512-1 del Estatuto Tributario, se entiende por restaurantes, aquellos establecimientos cuyo objeto es el servicio de suministro de comidas y bebidas destinadas al consumo como desayuno, almuerzo o cena, y el de platos fríos y calientes para refrigerio rápido, sin tener en cuenta la hora en que se preste el servicio, independientemente de la denominación que se le dé al establecimiento. También se considera que presta el servicio de restaurante el establecimiento que en forma exclusiva se dedica al expendio de aquellas comidas propias de cafeterías, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías y los establecimientos, que adicionalmente a otras actividades comerciales presten el servicio de expendio de comidas según lo descrito en el presente inciso.

Bares, tabernas y discoteca cualquiera fuera la denominación o modalidad que adopten.

³¹ RUEDA MANTILLA, Jorge. IMPLICACIONES DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO. 2014.

Para los efectos del numeral tercero del artículo 512-1 del Estatuto Tributario, se entiende por bares, tabernas y discotecas, aquellos establecimientos, con o sin pista de baile o presentación de espectáculos, en los cuales se expenden bebidas alcohólicas y accesoriamente comidas, para ser consumidas en los mismos, independientemente de la denominación que se le dé al establecimiento.³²

El decreto 803 de abril 24 de 2013, reglamentó parcialmente la Ley 1607 de 2012.

Los responsables del Impuesto al consumo se clasifican como Impuesto Nacional al Consumo y Régimen Simplificado del Impuesto Nacional al Consumo, esto dependerá del monto de los ingresos por el año 2012, el cual no debe superar las 4.000 UVT (\$ 104.196.000) para pertenecer al Régimen Simplificado del Impuesto Nacional al Consumo.

Adicionalmente se establece la obligación de declarar de manera anual el impuesto al consumo para los pertenecientes al régimen simplificado del impuesto nacional al consumo y la obligación de expedir factura o documento equivalente dentro de sus operaciones.³³

Periodicidad declaración de impuesto al consumo

Los responsables del régimen Simplificado del Impuesto Nacional al Consumo, presentan declaración anual.

Los responsables del Impuesto Nacional al Consumo presentan declaración bimestral.

³² COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPUBLICA LEY 1607 DE 2012. POR LA CUAL SE EXPIDEN NORMAS EN MATERIA TRIBUTARIA Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.

³³ COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPUBLICA. DECRETO 803 DEL 24 DE ABRIL DEL 2013 POR EL CUAL SE REGLAMENTA PARCIALMENTE LA LEY 1607 DE 2012.

La Ley 1739 de diciembre 23 de 2014, en su artículo 51 establece que las personas jurídicas no pueden pertenecer al Régimen Simplificado el Impuesto al Consumo

Régimen simplificado del impuesto nacional al consumo de restaurantes y bares.

Al régimen simplificado del impuesto nacional al consumo de restaurantes y bares al que hace referencia el numeral tercero del artículo 512-1 de este Estatuto, pertenecen las personas naturales que en el año anterior hubieren obtenido ingresos brutos totales provenientes de la actividad inferiores a cuatro mil (4.000) UVT.³⁴

³⁴ CONGRESO DE LA REPUBLICA LEY 1739 DE 2014. POR MEDIO DE LA CUAL SE MODIFICA EL ESTATUTO TRIBUTARIO, LA LEY 1607 DE 2012, SE CREAN MECANISMOS DE LUCHA CONTRA LA EVASION, Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.

5.3 MARCO LEGAL

Para dar a conocer el marco legal que sustenta este nuevo tributo se debe indagar en los primeros indicios sobre impuestos hasta lo que es hoy el Impuesto Nacional al Consumo, por esta razón se presentan las siguientes normas con sus descripciones generales:

Tabla 2. Síntesis de Marco Legal

NORMATIVIDAD	DESCRIPCION
Constitución Política de Colombia	Art 95 numeral 9: Los impuestos tienen su origen en el precepto Constitucional según el cual todos los nacionales están en el deber de contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de los conceptos de justicia y equidad.
Constitución Política de Colombia	Como el sistema tributario colombiano se ajusta al principio constitucional de legalidad, la facultad impositiva radica en el órgano legislativo del poder público, así lo expresan los numerales 11 y 12 del art. 150 de la carta constitucional, que enuncian la responsabilidad del Congreso de establecer las rentas nacionales, fijar los gastos de la administración, determinar contribuciones fiscales y, excepcionalmente, contribuciones parafiscales, en los casos y condiciones que establezca la ley.
Constitución Política de Colombia	Art 338: En tiempo de paz, solamente el Congreso, las asambleas departamentales y los concejos distritales y municipales podrán imponer contribuciones fiscales o parafiscales. La ley, las ordenanzas y los acuerdos deben fijar, directamente, los sujetos activos y pasivos, los hechos y las bases gravables, y las tarifas de los impuestos. La ley, las ordenanzas y los acuerdos pueden permitir que las autoridades fijen la tarifa de las tasas y contribuciones que cobren a los contribuyentes, como recuperación de los costos de los servicios que les presten o participación en los beneficios que les proporcionen; pero el sistema y el método para definir tales costos y beneficios, y la forma de hacer su reparto, deben ser fijados por la ley, las ordenanzas o los acuerdos. Las leyes, ordenanzas o acuerdos que regulen contribuciones en las que la base sea el resultado de hechos ocurridos durante un período determinado, no pueden aplicarse sino a partir del período que comience después de iniciar la vigencia de la respectiva ley, ordenanza o acuerdo.
Estatuto Tributario Colombiano	Se encuentran las normas que regulan los impuestos administrados por la DIAN. En el Estatuto Tributario se encuentran las normas correspondientes al

	contenido de los impuestos de renta y complementarios, ventas, timbre y retención en la fuente, como también los procedimientos respectivos. El Estatuto recoge y amplía los principios generales de la Constitución Nacional sobre esta materia, la cual es esencialmente compleja y extensa. Sus artículos definen términos, establece" sujetos de los tributos y aclaran situaciones que normalmente surgen de su aplicación.³⁵
Ley 1607 de 2012	Art 71: El artículo 71 de la ley 1607 de 2012 adicionó el artículo 512-1 al estatuto tributario para crear a partir del 1 de enero de 2013 el impuesto nacional al consumo, dentro del hecho generador señaló "...3. El servicio de expendio de comidas y bebidas preparadas en restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías para consumo en el lugar, para ser llevadas por el comprador o entregadas a domicilio, los servicios de alimentación bajo contrato, y el servicio de expendio de comidas y bebidas alcohólicas para consumo dentro bares, tabernas y discotecas".
Ley 1739 de 2014	Por medio de la cual se modifica el estatuto tributario, la ley 1607 de 2012, se crean mecanismos de lucha contra la evasión, y se dictan otras disposiciones. Artículo 51°. Modifíquese el artículo 512-13 del Estatuto Tributario el cual quedará así Artículo 512-13. Régimen simplificado del impuesto nacional al consumo de restaurantes y bares. Al régimen simplificado del impuesto nacional al consumo de restaurantes y bares al que hace referencia el numeral tercero del artículo 512-1 de este Estatuto, pertenecen las personas naturales que en el año anterior hubieren obtenido ingresos brutos totales provenientes de la actividad inferiores a cuatro mil (4.000) UVT.
Decreto 803 del 24 de Abril del 2013	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1607 de 2012. El Presidente de La República de Colombia, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas en los numerales 11 y 20 del artículo 189 de la Constitución Política; los artículos 426, 512-1, 512-8, 512-9, 512-10: 512-11, 512-12, 512-13, 615 Y 616-1 del Estatuto Tributario y considerando que la Ley 1607 de 2012 dictó normas en materia tributaria e introdujo modificaciones al Estatuto Tributario, entre las cuales se destacan las relativas al impuesto sobre las ventas y la creación del impuesto nacional al consumo, disposiciones que requieren ser precisadas para su correcta aplicación.

Fuente: las Autoras, 2015.

³⁵ <http://muchoemprendimiento.blogspot.com/2010/04/el-estatuto-tributario-colombiano.html>

5.4 MARCO GEOGRAFICO

Se refiere al área geográfica en la cual se va a realizar la investigación, es importante dentro del objeto de estudio delimitar el lugar donde se realizara la indagación.

Para el siguiente trabajo de investigación se toma como referencia el municipio de la Unión Valle que cuenta con alrededor de 90 establecimientos, entre bares y restaurantes, lo que permitirá tomar un tamaño de muestra considerable sobre el impuesto al consumo el cual es el objeto de estudio; por lo tanto se hace pertinente para realizar la investigación.

➤ Ubicación

La Unión es un próspero municipio situado al nor -occidente del departamento del Valle del Cauca, República de Colombia. De población medianamente grande, dista a 163 Km de Santiago de Cali, capital del departamento, estando ubicada además, en un eje de ciudades intermedias y de gran importancia como Pereira, la capital del departamento de Risaralda y Armenia, la capital del departamento del Quindío.

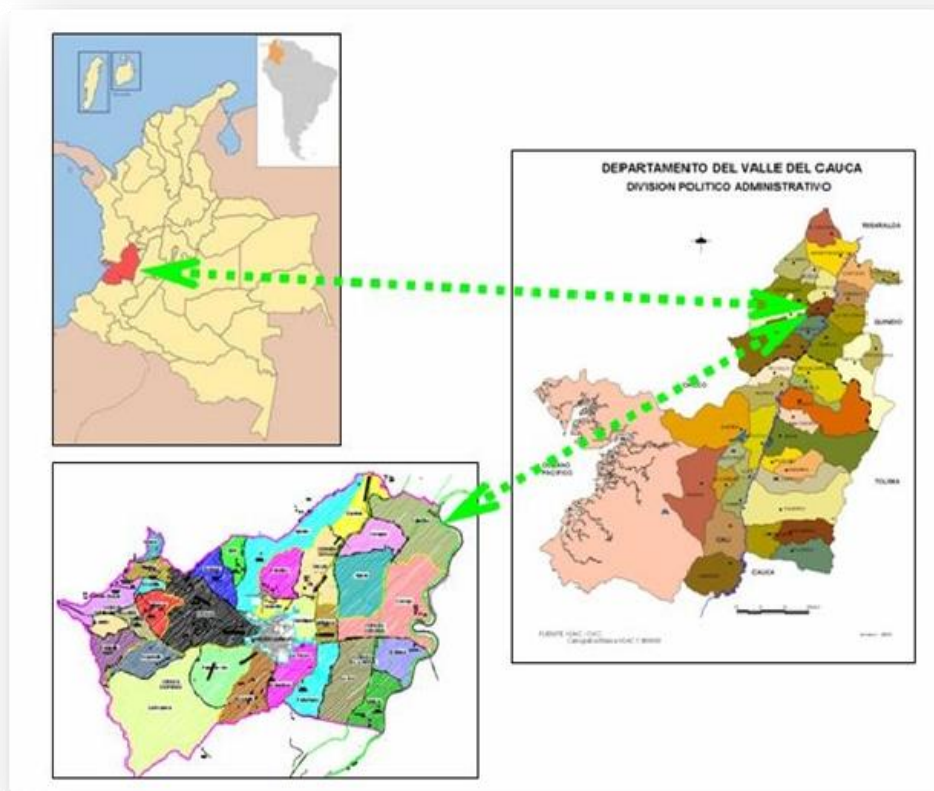
En el territorio de La Unión se encuentran dos regiones diferentes: Una plana, correspondiente al valle del río Cauca y otra montañosa en el occidente del municipio, que hace parte de la vertiente oriental de la cordillera de Los Andes.

➤ Limites

El municipio limita por el norte con Toro, por el oriente con Obando y La Victoria, por el sur con Roldanillo y por el occidente con Versalles. El municipio tiene una extensión de 125 kilómetros cuadrados, una temperatura promedio de 23 grados centígrados; tiene una población de 34.577 habitantes y posee adecuadas vías de

comunicación terrestre, por medio de las cuales se comunica con los municipios adyacentes y ciudades del resto del país.³⁶

Gráfica 1. Ubicación del municipio de la unión Valle



Fuente: http://www.launion-valle.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1785378

³⁶ <http://ciudad-vitivinicola.blogspot.com/p/historia-de-la-union-valle.html>

5.5 MARCO DEMOGRÁFICO:

Contiene las características demográficas pertinentes sobre la población a estudiar, entre ellas sexo, edad, nivel educativo entre otras.

La información se toma del último censo realizado por El Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE en el municipio de la Unión Valle en el año 2005.³⁷

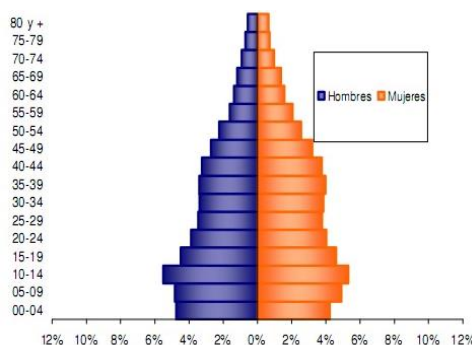
Gráfica 2. Población por sexo en el municipio de la Unión Valle



Fuente: www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/76400T7T000.PDF

Del total de la población de la Unión el 48.4% son hombres y el 51.6% mujeres.

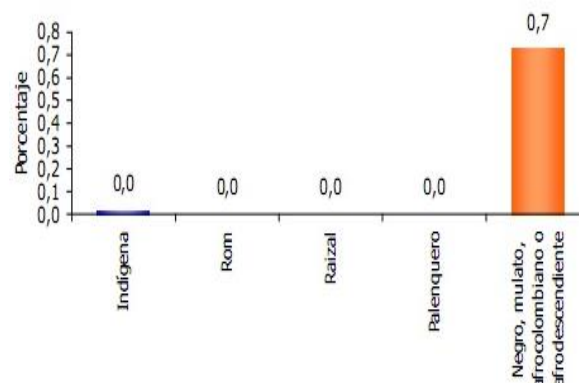
Gráfica 3. Estructura de la población por sexo y grupos de edad en el municipio de la Unión Valle



Fuente: www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/76400T7T000.PDF

³⁷ https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/76400T7T000.PDF

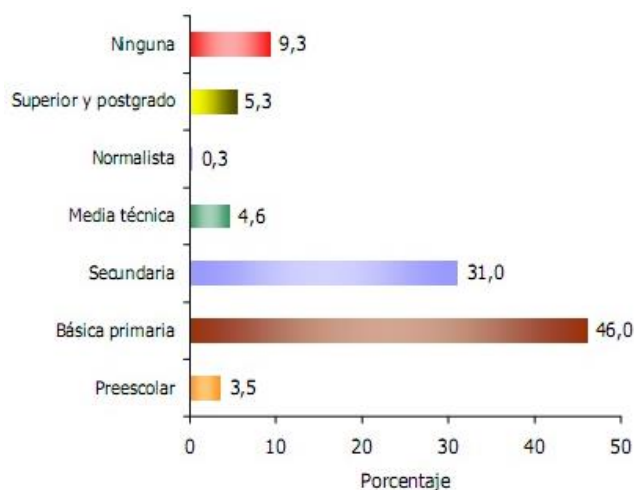
Gráfica 4. Pertenencia étnica en el municipio de la Unión Valle



Fuente: www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/76400T7T000.PDF

El 0.7% de la población residente en la Unión se auto reconoce como Negro, mulato, afrocolombiano o afrodescendiente.

Gráfica 5. Nivel educativo en el municipio



Fuente: www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/76400T7T000.PDF

El 46% de la población residente en La Unión, ha alcanzado el nivel básica primaria; el 31,0% ha alcanzado secundaria y el 5,3% el nivel superior y postgrado. La población residente sin ningún nivel educativo es el 9.3%.

Continuando con otras características el municipio de la Unión Valle tiene además una gran infraestructura hotelera entre las que podemos destacar el Hotel Los Viñedos, Hotel Bella Montaña, Hoteles del Parque y Primavera, Hotel Hacienda Casa Blanca y el Hotel El Mesón de Orlando y Balcones de Carolisa. Su principal actividad económica, está constituida por la agroindustria, destacándose la viticultura y la vinicultura, por lo que es reconocido internacionalmente. Es así, como hoy se ha constituido La Unión Valle en “La Despensa Horti-frutícola de Colombia”, por la variedad de cultivos de frutas y hortalizas de cuya producción, se distribuye al resto del país, siendo estos melón, papaya, mango, maracuyá, entre otros. Se destacan también los cultivos de cereales y granos, como soya, sorgo, maíz, a los que se suman otros cultivos como el algodón y la caña.

En la actualidad el municipio cuenta con todas las grandes ventajas que ofrece el desarrollo moderno, como son adecuados servicios públicos domiciliarios; hospital, círculo notarial, juzgados, las parroquias San Pedro Apóstol y San José; la capilla de la Ermita cinco instituciones educativas, cine, sala de bolos, fincas de recreo y los más espectaculares paisajes del Norte del Valle, que ofrecen a propios y visitantes la oportunidad de una grata estadía en la que podrán disfrutar además de la gran variedad de climas y pisos térmicos³⁸.

³⁸ <http://ciudad-vitivinicola.blogspot.com/p/historia-de-la-union-valle.html>

6. METODOLOGIA

La metodología es una de las etapas específicas determinantes en un trabajo o proyecto de investigación, porque permite adquirir una posición teórica que llevará a una selección de métodos para realizar la investigación.

6.1 TIPO DE ESTUDIO

La investigación sobre el nivel de cumplimiento del impuesto al consumo en el municipio de La Unión fue de carácter Descriptivo. Méndez expone que el estudio descriptivo “identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables”³⁹. Para el proyecto de investigación se tuvieron en cuenta variables como cultura, tamaño del establecimiento, nivel de formalización, ingresos entre otras, que llevaron a identificar la institucionalización del impuesto al consumo en el municipio de la Unión Valle del Cauca.

El propósito del estudio descriptivo es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, en este caso se centró en recolectar datos que describieron el contexto tal y cómo es, por consiguiente se describió el sector, sus características, las empresas responsables de declarar y contribuir con el impuesto, la percepción de los responsables de este tributo y las posibles causas que han conllevado al cumplimiento o no del mismo.

³⁹ MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá: McGraw-Hill, 2001, p.133.

6.2 MÉTODO DE ESTUDIO

El método de estudio que se utilizó fue el Método deductivo, teniendo en cuenta que este es el “proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general”⁴⁰ como lo plantea Carlos Méndez. Esta investigación aplicó una generalidad, ya que teniendo en cuenta las características del estudio esta corresponde al dinamismo del impuesto nacional al consumo con respecto a la población que ha cumplido con el deber de declarar y pagar este tributo, pero para hacer un estudio que involucre a este impuesto en pro de reconocer su cumplimiento, se llegó a la particularidad, siendo el caso de estudio el municipio de la Unión y exactamente los establecimientos (bares y restaurantes) para con ello conocer el nivel de cumplimiento que se tiene frente a este impuesto.

6.3 FUENTES

6.3.1 Fuente primaria

La fuente primaria fueron esencialmente los dueños de los establecimientos responsables de cumplir con el impuesto, igualmente funcionarios de la cámara de comercio de la Unión, y funcionarios de la Dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN.

6.3.2 Fuente secundaria

“Toda investigación implica acudir a este tipo de fuentes, que suministran información básica. Se encuentra en las bibliotecas y está contenida en libros, periódicos y otros materiales documentales, como trabajos de grado, revistas

⁴⁰ Ibíd., p. 141.

especializadas, enciclopedias diccionarios etc.”⁴¹. en este caso en particular la ley 1607 de 2012.

6.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

6.4.1 Encuesta

Para el presente trabajo de investigación se utilizó como instrumento de recolección de información la encuesta, la cual se realizó a los dueños de los establecimientos responsables del impuesto al consumo, exactamente los restaurantes y bares que se encuentran en el municipio de la Unión Valle del Cauca.

“La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación.”⁴² Estos datos obtenidos a través de la misma fueron analizados para de esta forma dar respuesta a la formulación del problema identificado.

Con el propósito de identificar el grado de cumplimiento del impuesto al consumo en dicho municipio se tuvieron en cuenta las siguientes variables para realizar el cuestionario: desconocimiento, cultura de evasión, tamaño del establecimiento, dedicación, ingresos, nivel de formalización, entre otras. En cuanto a las preguntas se adoptaron preguntas de tipo dicotómicas y con respuestas múltiples.

El segundo instrumento de recolección de información fue la revisión bibliográfica; debido a que contiene los elementos conceptuales y teóricos para resolver el problema de investigación.

⁴¹ MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá: McGraw-Hill, 2001, p.153.

⁴² *Ibíd.*, p. 155

6.4.2 Muestra

Es una representación que se toma de una población con características especiales y que se considera representativa del total y que es sometida a un estudio o análisis. En este caso la muestra se tomó de la población de bares y restaurantes del municipio de la Unión Valle.

6.4.2.1 Tamaño de la Muestra

Para el tamaño de la muestra se utilizó información suministrada por la cámara de comercio sobre el número de empresas que se encontraban registradas con la actividad comercial de expendio de comidas y bebidas específicamente restaurantes y bares del municipio de la Unión Valle.

Se utilizó la siguiente fórmula para hallar la muestra representativa y las variables del caso.

$$\frac{k^2 N p q}{e^2 (N - 1) + k^2 p q}$$

n= tamaño de la muestra

N= tamaño de la población: 90

P= probabilidad de ocurrencia: 50%

q= probabilidad de no ocurrencia: 50%

e= margen de error: 4%

K= tipificación o nivel de confianza: 95%

55 empresas a encuestar

6.4.2.2 Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo que se utilizó es el muestreo probabilístico reconociendo que “está basado en un proceso de azar y las unidades que componen la muestra se

seleccionan aleatoriamente”⁴³, lo cual brinda a todos los individuos de la población en este caso los responsables del impuesto las mismas oportunidades de ser seleccionados.

6.5 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

6.5.1 Cuantitativo

Para el procesamiento de la información en este trabajo se utilizó la estadística descriptiva recurriendo a las tablas de frecuencias y a las gráficas que permitieron visualizar el comportamiento de las respuestas en la encuesta.

6.5.2 Cualitativo

Teniendo en cuenta que el tratamiento cuantitativo es el que suministra la información en término de los datos y comportamiento de las variables, es decir en términos porcentuales y absolutos, se hizo necesario recurrir al tratamiento de la información también de manera cualitativa, ya que a través del mismo se logró identificar los diferentes argumentos que sustentaron el contenido del trabajo en pro de tener las bases suficientes para caracterizar o describir cada una de las particularidades que soportaron tanto la caracterización del sector para el cual se realizó la investigación, como el nivel de cumplimiento del impuesto Nacional al Consumo.

⁴³ ABASCAL FERNANDEZ, Elena y GRANDE, Ildefonso. Análisis de Encuestas. ESIC, 2005, p.70.

7. NIVEL DE CUMPLIMIENTO POR PARTE DE LOS CONTRIBUYENTES CON RESPECTO A LA DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO, EN EL MUNICIPIO DE LA UNIÓN VALLE DEL CAUCA, EN EL AÑO GRAVABLE 2014.

Conocer el nivel de cumplimiento del Impuesto Nacional al Consumo por parte de los contribuyentes, con respecto a su declaración y pago en el municipio de la Unión Valle, se constituye en el punto de partida de este trabajo de investigación. Los impuestos son determinantes para ayudar a financiar el gasto social de la Nación, pero no todos los ciudadanos cumplen con esta responsabilidad, razón por la cual es relevante realizar estudios que permitan reconocer el nivel de cumplimiento de los tributos, por tanto este proyecto permitió evaluar la cantidad de establecimientos (bares y restaurantes) que han cumplido con el deber de declarar y pagar el impuesto al consumo en el municipio de la Unión Valle.

7.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR, CONFORMADO POR LAS EMPRESAS RESPONSABLES DE DECLARAR Y CONTRIBUIR CON EL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL MUNICIPIO DE LA UNIÓN VALLE.

Desde una perspectiva investigativa “la caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica).”⁴⁴

La caracterización del sector de la Unión Valle en lo referente a Bares y Restaurantes parte de un trabajo de indagación documental, el cual se realizó en

⁴⁴ www.ucn.edu.co/.../instrumento%20para%20caracterizar%20experiencia...

la Cámara de Comercio de la Unión, jurisdicción Cartago Valle y en Industria y Comercio del municipio de La Unión, ya que para la realización del trabajo de investigación fue pertinente la información suministrada por estas entidades, que a continuación se presenta:

Tabla 3. Relación de empresas dedicadas al expendio de comidas y bebidas de la Unión Valle

RAZON SOCIAL	FECHA-MATRICULA	ULTIMO-AÑO-REN	DIRECCION	ACT-TOT	PERSONAL	CIU
PARADOR GRAJALES FACTORIA LA RIVERA	19851204	2014	CL 14 # 4-123 FACTORIA LA RIVERA	20,000,000	10	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
PIZZAS PICOLINI	19930906	2014	CL 14 NRO. 13-40	3,850,000	2	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
AQUI ES RAUL	19941228	2015	CL 14 NRO. 5-40	1,900,000	2	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
RESTAURANTE CALIMA	19970901	2014	CL 14 NRO. 9-57	3,250,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
YO SOY MR.SANDWICH	19980401	2014	CL 14 NRO. 6-38	1,750,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
RESTAURANTE BAR EL PEDREGAL	20010208	2014	K 2 VIA LA UNION-TORO	1,800,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
RESTAURANTE CHANG LONG	20020405	2015	KM 1 VIA LA UNION LA VICTORIA	46,100,000	2	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
CASA VIEJA LA UNION	20020510	2015	CR 16 Nro. 16-77	1,900,000	2	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
RICOSITAS	20030513	2014	CL 18 NRO. 16-27	1,750,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
RESTAURANTE LUZ LA UNION	20050707	2014	CR 15 NRO. 16-19 PT 43	1,170,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
DOG'S-KING	20050905	2014	CL 15 NRO. 12-72	1,100,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
PUNTO DELEITE	20051026	2014	CR 14 NRO. 21-34	1,500,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
YO SOY MR.SANDWICH 8	20051028	2014	VIA A LA VICTORIA CABECERA MUNICIPAL	1,750,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
LETY LA UNION	20060130	2015	CL 14 NRO. 7-27	1,400,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
RESTAURANTE COSITAS EL BUEN SABOR	20060330	2014	CR 13 Nro. 14-68	1,700,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
CEVICHERIA Y RESTAURANTE ALTAMAR	20060417	2014	CL 14 NRO. 6-80	6,700,000	6	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
PIZZAS DUFFER'S	20080318	2014	VIA A LA VICTORIA CABECERA MUNICIPAL	1,600,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
LA CHORIZADA DE MAURO	20090211	2015	CL 16 NRO. 5-45	1,900,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
RANCHERITO PAISA	20100201	2014	CL 14 NRO. 8-49	1,600,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
LA JARRA LA UNION	20100202	2014	CR 5 A CL 14 ESQ	1,800,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
CHORI-UNION	20100701	2014	KM 1 VIA LA UNION-LA VICTORIA PARQUE NACIONAL DE LA UVA	500,000	1	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas

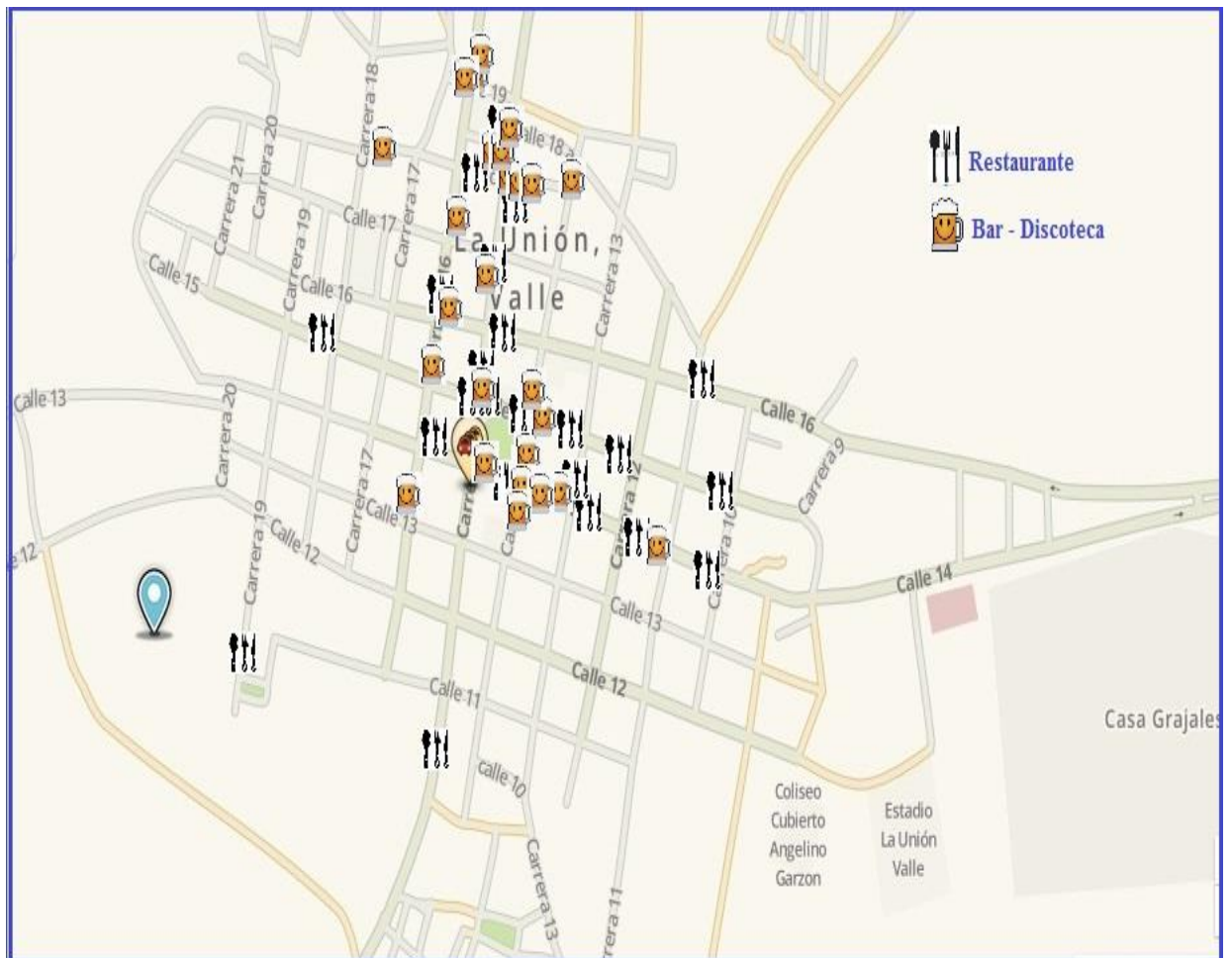
ASADERO CALI CALI LA UNION	20100920	2014	CL 15 NRO. 14-06	4,050,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
RESTAURANTE ASADERO LAURA	20110215	2014	CR 15 NRO. 19-43	1,800,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
CONFECCIONES Y BORDADOS NILA	20120120	2014	CR 15 NRO. 10-71	1,160,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
LAS DELICIAS DEL SANCOCHAZO	20120409	2014	CL 14 NRO. 3-70	2,150,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
YULI COLITAS	20120706	2014	CL 17 NRO. 15-71	1,800,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
DONDE DIEGO PIZZERIA SUPER RICA	20120718	2015	CL 14 NRO. 15-39	2,200,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
EL AREPAZO DE LA UNION	20120924	2014	CL 15 NRO. 15-88	1,800,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
LECHONERIA JJ	20121030	2014	CR 19 NRO. 10-28	1,250,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
RESTAURANTE PUNTO DE ENCuentro IDALY	20121106	2014	CL 18 NRO. 15-48 LC 037	1,750,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
RESTAURANTE MI RANCHITO COMIDA TIPICA	20121212	2014	CL 16 NRO. 5-44	1,300,000	2	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
EL PALACIO DEL SABOR	20130628	2015	CL 14 NRO. 12-52	2,500,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
DANNY LU	20130708	2014	CL 21 NRO. 17-65	2,050,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
LAS DELICIAS DE MI AMA EN LA UNION VALLE	20130724	2015	CL 12 NRO. 14-64	1,200,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
RESTAURANTE EL BUEN SABOR NATURAL	20131004	2014	CR 16 NRO. 16-18	1,750,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
PARADOR GRAJALES	20131031	2014	FACTORIA LA RIVERA	9,500,000	6	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
BRASAS LA UNION VALLE	20140108	2014	CR 16 # 14-56	4,000,000	2	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
LA SAZON DE JANETH	20140211	2014	CL 14 Nro. 3-12	2,000,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
RESTAURANTE LA CASONA	20140319	2014	CL 14 # 12-07	2,000,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
LECHONERIA AQUI ES RAUL "AMBI"	20140326	2015	CL 14 Nro. 5-24	2,050,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
DELICIAS DE ESTA TIERRA	20140523	2014	CR 11 # 16-58	2,000,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
RESTAURANTE SHOP SUEY	20140604	2015	CL 15 NRO. 13-54	30,100,000	2	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
DELI POLLO DANI	20140808	2014	CL 15 # 18-10	2,000,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
LISTO EL POLLO DEL VALLE	20140812	2014	CR 15 # 15-44	2,000,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
DELICIAS DE CHOCLO	20141017	2014	CL 14 # 10-72	1,000,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
LECHONERIA Y PIQUETEADERO AQUI ES RAUL UNO	20141023	2015	CL 14 NRO 5-36	2,050,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
EL RANCHO DE JOSE PARRILLA Y CARBON	20141024	2014	CL 14 NRO 6-104	2,000,000	4	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
ASADOS Y COMIDAS RAPIDAS LA PARRILLADA DE JULIAN	20150127	2015	CL 12 # 21-183	1,200,000	2	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
CERVECERIA ESPAÑOLA JEINEKEN TAPAS-BAR	20150204	2015	CL 14 # 5-80	15,000,000	1	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas
MY CRAVINGS COMIDAS Y BEBIDAS	20150212	2015	CL 15 # 15-69	2,500,000	2	I5611 ** Expendio a la mesade comidas preparadas

MI CASA VIEJA	20150223	2015	CL 15 # 10-34	1,900,000	2	I5611 ** Expendio a la mesa de comidas preparadas
TABERNA SAMURAY	20040714	2014	CL 14 NRO. 15-72	1,260,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
BAR EL REY DEL DESPECHO	20041001	2014	CL 18 NRO. 15-75	2,900,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
SAN ALEJO BAR RANCHO Y LICORES	20050316	2014	CR 14 Nro. 14-42	1,300,000	2	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
BAR EL DIAMANTE DE LA UNION	20050811	2014	CL 18 NRO. 15-63	1,700,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
BAR LOS PINOS - LA UNION	20051024	2015	CL 18 NRO. 15-73	1,800,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
SAN ALEJO RESTAURANTE BAR LA UNION VALLE	20061019	2014	CR 14 NRO. 14-32	1,800,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
BAR VOCES DEL RECUERDO LA UNION	20090113	2015	CL 18 NRO. 14-91	1,750,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
BAR LA ESTRELLA LA UNION	20090227	2014	CL 18 NRO. 18-02	1,800,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
CASA SHOW LOS CRISTALES DEL NORTE	20100504	2014	CR 16 NRO. 19-27	5,300,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
RANCHO Y LICORES LIMONCITO CON RON	20100712	2014	CL 21 NRO. 22-76	1,700,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
MY OFFICE LICOR BAR	20101214	2015	CL 14 NRO. 13-63	1,900,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
PIQUETEADERO Y FUENTE DE SODA LA 18	20110406	2014	CL 18 NRO. 15-17	2,150,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
ALBAR DISCOTEK	20110901	2015	CR 14 NRO. 14-14 LC 104	2,400,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
MARIA MULATA VIEJOTEKA	20120430	2014	CL 15 NRO. 14-76	19,100,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
ESTANQUILLO BAR DONDE POCHOLO	20130318	2014	CL 14 NRO. 11-68	1,800,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
ESTANQUILLO TUD LAY BAR	20130430	2014	CR 16 NRO. 16-56 P 1	1,800,000	2	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
ESTANQUILLO ARKOS	20130517	2014	CL 14 NRO. 13-62	1,750,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
RANCHO Y LICORES MORGAN LA UNION	20130613	2014	CL 23 NRO. 15-06	2,100,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
TIMBARA DISCOBAR	20130718	2014	CL 14 NRO. 13-48	2,100,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
LICORERA LA ESQUINITA	20130729	2014	CL 17 NRO. 15-54	7,100,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
MY BARRA LA UNION	20131113	2014	CL 18 NRO. 15-40 BL C LC 12 01 EL JARDIN CM LA UNION	2,100,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
TABERNA VIEJOTEK LOS AÑOS DORADOS	20140115	2014	CL 15 # 15SN 120 LC 201 LA CRUZ CM LA UNION	2,000,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
VIEJOTEK MADERAS	20140122	2014	CR 16 CL 19 # 15-18	2,000,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
BAR EL DESENGUAYABE LA UNION	20140123	2015	CL 18A NRO. 15-32	600,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento

FUENTE DE SODA LAS PALMITAS DE LA UNION	20140206	2014	CL 19 # 16-02	1,800,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
ESTANQUILLO Y MISCELANEA LA 14 LA UNION	20140331	2014	CL 14 # 13-63	2,000,000	2	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
LA ARRACADA DE LA UNION	20140402	2014	CL 14 # 13-67	1,800,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
TABERNA PARADIZE	20140403	2014	CR 16 # 17-72	2,000,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
BAR GATO PARDO LA UNION	20140414	2014	CR 15 CL 18 ESQ	2,000,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
LA ROK-BAR LA UNION	20140513	2014	CR 14 # 15-20	1,800,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
LA BARRA DE VIVI	20140612	2014	CR 16 # 13-27	2,000,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
FUENTE DE SODA SENEGAL	20140710	2015	CORR QUEBRADA GRANDE	2,100,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
LA CANTAleta POPULAR	20140908	2015	CL 18 A NRO. 15-19	2,100,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
MANGOS DISCOTEK	20140925	2014	CL 16 # 5-44	2,000,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
PACHA COCTEL`S DISCO BAR	20140925	2014	CR 14 # 13-80	2,000,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
CASA SHOW RUBY	20150114	2015	CL 18 A # 15-19	1,500,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
DISCO BAR SALSACHOKE	20150211	2015	CR 14 # 21-51	2,000,000	2	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento
VIEJOTEKA EL CAFETAL DE LA UVA	20150217	2015	CR 16 # 15-18	2,000,000	1	I5630 ** Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento

Fuente: Cámara de comercio La Unión Valle, 2015

Gráfica 6. Ubicación geográfica de las empresas con la actividad de expendio de comidas y bebidas en el municipio de la Unión Valle.



Fuente: las autoras, 2015

7.2 PERCEPCIÓN DE LOS RESPONSABLES DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL MUNICIPIO DE LA UNIÓN VALLE

Los impuestos resultan importantes dentro de una Nación porque a través de éstos se contribuye con el Estado a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, pero cuando éstos aparecen generan en los afectados diferentes reacciones que no siempre son positivas, razón por la cual cuando se crea una nueva carga impositiva es importante conocer la percepción de los contribuyentes sobre este impuesto, con respecto a si la información que se les suministra de una nueva obligación llena sus expectativas y si para ellos es importante cumplirla, teniendo en cuenta que a través de las cargas impositivas se contribuye con el bienestar social de todos.

El municipio de la Unión no es ajeno a esta problemática, por lo que resultó importante a través de una encuesta, conocer las diferentes opiniones de los contribuyentes con respecto a los impuestos, específicamente el Impuesto Nacional al Consumo, permitiendo obtener un mayor acercamiento sobre la apreciación que poseen sobre la importancia de su cumplimiento.

7.2.1 Caracterización de las encuestas

A continuación se relacionan los resultados de las encuestas aplicadas a los empresarios cuya actividad económica estaba relacionada con el expendio de comidas y bebidas (restaurantes y bares) en el municipio de la Unión Valle, a través de las preguntas contenidas en esta se logró indagar situaciones como antigüedad de las empresas, cantidad de empleados, nivel de ingresos y de activos, percepción del concepto impuesto y su importancia y obligaciones tributarias de los establecimientos encuestados, para luego centrarse en lo concerniente al impuesto Nacional al Consumo como tema central de la investigación donde se presentaron aspectos como conocimiento, régimen

tributario, tarifa del INC, monto a pagar, cumplimiento, posibles causas del incumplimiento de la declaración y pago del impuesto, sanciones y consecuencias del cambio del impuesto IVA por el nuevo impuesto a los bares y restaurantes. Por último se indaga sobre el reconocimiento y participación de campañas que promuevan el pago de impuestos y por ende minimizar la evasión, logrando así obtener una visión específica del tema de investigación.

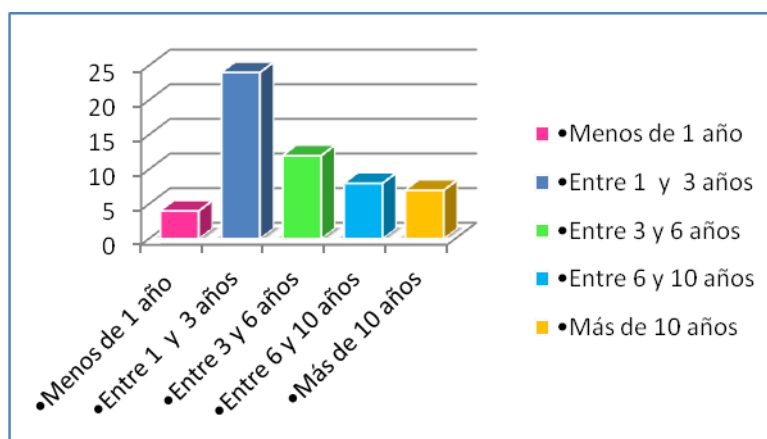
1. ¿Cuántos años lleva operando su empresa o negocio en el municipio de La Unión Valle?

Tabla 4. Antigüedad de los establecimientos

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Menos de 1 año	4	7,27%
•Entre 1 y 3 años	24	43,64%
•Entre 3 y 6 años	12	21,82%
•Entre 6 y 10 años	8	14,55%
•Más de 10 años	7	12,73%
Total	55	100,00%

Fuente: las autoras, 2015.

Gráfica 7. Antigüedad de los establecimientos



Fuente: las autoras, 2015.

Para conocer el grado de cumplimiento del Impuesto Nacional al Consumo en el municipio de La Unión Valle, se hizo necesario indagar en algunos aspectos generales de los establecimientos (bares y Restaurantes) que son importantes para la investigación, entre éstos se encuentra la antigüedad del negocio que permitió dar a conocer si los establecimientos se mantienen a lo largo de los años generando confianza a sus clientes o simplemente son negocios que están empezando a consolidarse y que se encuentran en proceso de organización y están adquiriendo una experiencia significativa en el mercado.

Con respecto a la pregunta número 1, la mayoría de los datos se centran en los establecimientos que llevan operando entre 1 y 3 años con un porcentaje de 43,64%, lo cual indica que en general los establecimientos bares y restaurantes de la Unión Valle del Cauca son relativamente nuevos, por lo que se puede deducir que están empezando a tener obligaciones tributarias entre éstas declarar el Impuesto Nacional al Consumo y demás tributos impuestos por el Gobierno.

Un porcentaje de 7,27% de los empresarios argumentó que tienen su establecimiento abierto al público hace menos de 1 año, este porcentaje aunque pequeño, es importante, ya que los dueños de estos establecimientos ven en estas actividades una oportunidad de negocio, que a su vez traerá responsabilidades con el Fisco.

Los negocios que se encuentran en un intervalo de entre 3 años y hasta 10 años tienen una participación total de 36,37%, siendo este un porcentaje significativo indicando que aunque no es demasiado alta su antigüedad se han podido consolidar a través del tiempo.

De los establecimientos encuestados solo un 12,73% llevan operando más de 10 años, lo que demuestra que existen negocios con un nivel de antigüedad muy alto que tienen una solides y políticas definidas para su funcionamiento y han logrado

gran prestigio y reconocimiento en el municipio y sus alrededores a través de los años, lo cual necesariamente aumenta en ellos la responsabilidad frente a los tributos.

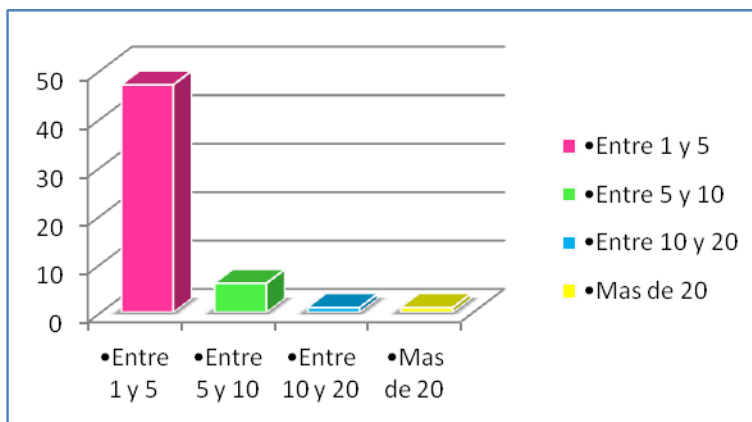
2. ¿Cuántos empleados tiene su establecimiento?

Tabla 5. Cantidad de empleados

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Entre 1 y 5	47	85.45%
•Entre 5 y 10	6	10.91%
•Entre 10 y 20	1	1.82%
•Mas de 20	1	1.82%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 8. cantidad de empleados



Fuente: Las Autoras, 2015

Reconocer la cantidad de empleados que maneja un negocio es un factor importante para medir la capacidad que va a tener la empresa para pagar un impuesto.

Con relación a la pregunta numero dos sobre la cantidad de empleados que tienen los establecimientos, la opción de respuesta que más sobresale es la de entre 1 y 5 empleados con un porcentaje de 85.45%, Indicando que son negocios relativamente pequeños (microempresas) administrados por sus propios dueños o familiares, por lo que sus ingresos se cree no deben ser muy altos como para pertenecer al régimen común del Impuesto Nacional al Consumo, Pero si tienen la obligación de hacer la declaración anual informativa.

Otra cifra importante que contrasta con la anterior es la de entre 5 y 10 empleados que correspondería a 6 negocios con un porcentaje de 10,91%, lo que demuestra que son establecimientos que se encuentran en expansión y que están logrando un posicionamientos frente al mercado del expendio de comidas y bebidas.

En cuanto al número de empleados que oscila entre 10 y 20 y más de 20, se encontró que solo un 3,64% responde a esta característica, por medio de lo cual se puede argumentar que solo dos de estos establecimientos cuentan con una infraestructura lo suficientemente grande y una planta de personal adecuada para atender gran cantidad de clientes.

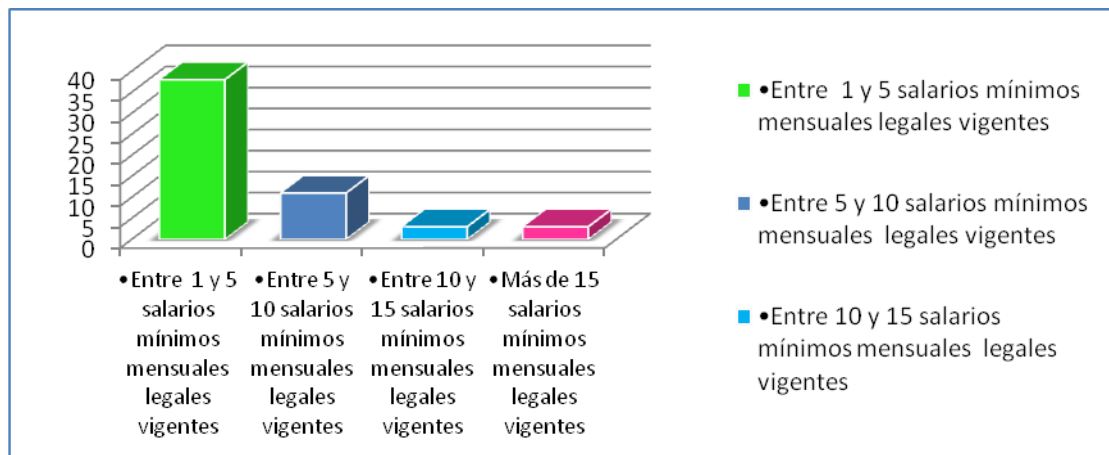
3. ¿A cuánto ascienden sus ingresos mensuales, teniendo en cuenta que un salario mínimo equivale a \$644.350 pesos?

Tabla 6. Ingresos mensuales de la muestra

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Entre 1 y 5 salarios mínimos mensuales legales vigentes	38	69.09%
•Entre 5 y 10 salarios mínimos mensuales legales vigentes	11	20.00%
•Entre 10 y 15 salarios mínimos mensuales legales vigentes	3	5.45%
•Más de 15 salarios mínimos mensuales legales vigentes	3	5.45%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 9. Ingresos mensuales de la muestra



Fuente: Las Autoras, 2015

Con relación a la pregunta número 3 que indaga sobre los ingresos mensuales recibidos por los dueños de los establecimientos bares y restaurantes, se puede determinar la responsabilidad tributaria que poseen frente al Impuesto Nacional al Consumo.

Con la información suministrada por los propietarios y/o encargados de los negocios, en términos porcentuales la opción de respuesta con mayor

participación es la que hace referencia a los ingresos mensuales que están en un rango de entre 1 y 5 salarios mínimos mensuales legales vigentes, con un porcentaje de 69.09%, sustentándose entonces que son negocios en su totalidad pequeños y con poco personal que solo serían responsables de presentar una declaración anual informativa sobre el INC.

Del mismo modo se encontró que 11 de los negocios encuestados que equivalen al 20%, tienen ingresos entre 5 y 10 SMLV, lo que hace deducir que pertenecen al régimen simplificado al consumo y así mismo contribuyentes del impuesto de renta.

En cuanto a la opción entre 10 y 15 y más de 15 SMLV ambas opciones de respuesta con un porcentaje de 5,45% evidencia que son establecimientos que están dentro del rango de los responsables de declarar y los de más de 15 SMLV de pagar el impuesto al consumo descrito en la ley 1607 del año 2012.

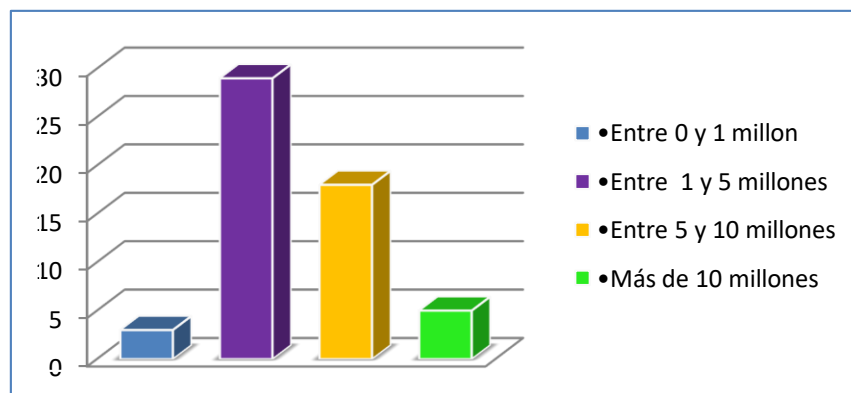
4. ¿A cuánto asciende el monto de sus activos?

Tabla 7. Monto de activos

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Entre 0 y 1 millón	3	5.45%
•Entre 1 y 5 millones	29	52.73%
•Entre 5 y 10 millones	18	32.73%
•Más de 10 millones	5	9.09%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 10. Monto de activos



Fuente: Las Autoras, 2015

Esta pregunta da a saber qué tanta infraestructura tienen los establecimientos anteriormente descritos, lo cual indica que ha medida en que el monto de sus activos sea mayor se podrá entender que son negocios grandes que manejan una cantidad considerable en su inventario, por lo cual posiblemente pueden obtener más ingresos, ya que sus ventas pueden ser mayores a los establecimientos que cuentan con un reducido monto en activos.

En términos porcentuales, el 52.73% de los encuestados respondieron que el monto de sus activos está en un rango de entre 1 y 5 millones de pesos, en los cuales se pudo observar que son establecimientos no muy grandes, con reducidas instalaciones.

La opción de respuesta de entre 5 y 10 millones de activos dio un porcentaje de 32,73% siendo este significativo y demuestra que son empresas que están en proceso de crecimiento.

Es necesario resaltar que el 9,09% de los establecimientos dio a conocer que tiene activos mayores a 10 millones de pesos, por tanto son negocios que en términos relativos son sólidos y estables en el sector, y presentan una buena solvencia lo que garantiza de una u otra forma la obligatoriedad que tienen de

hacer el cumplimiento de la declaración y pago del impuesto al consumo, ya que entre más activos tenga una organización también será vigilada con respecto a las entidades competentes para que cumplan con sus obligaciones .

Por último, entre 0 y 1 millón presenta una participación de 5,45% lo que permite identificar que dentro del mercado de lo que son bares y restaurantes subsisten empresas con activos bajos, lo cual se debe dar a conocer dado que sería uno de los factores para saber que empresas no declaran, ya que dentro de su dimensión son muy pequeñas.

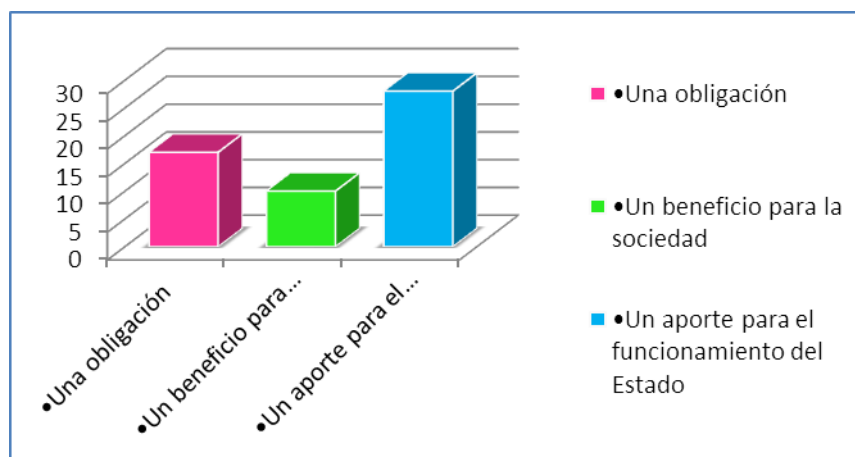
5. ¿Para usted un impuesto es?

Tabla 8. Definición de impuesto

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Una obligación	17	30.91%
•Un beneficio para la sociedad	10	18.18%
•Un aporte para el funcionamiento del Estado	28	50.91%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 11. Definición de impuesto



Fuente: Las Autoras, 2015

Con relación a la pregunta número 5, la cual hace referencia sobre la definición de lo qué es un impuesto, se observa la percepción individual de los encuestados acerca del mismo, obteniendo un porcentaje mayor de 50,91% la opción de respuesta que expresa que un impuesto es un aporte para el funcionamiento del Estado, ya que con este se puede financiar el gasto social aportando al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del país.

Aunque también es considerable el porcentaje de la opción en donde se hace alusión sobre el impuesto como una obligación, con 30,91%, ya que los dueños y/o encargados de los establecimientos afirman que al no pagar los tributos pueden verse afectados por el cierre de los locales comerciales y de igual manera se harán acreedores a sanciones monetarias por parte del gobierno.

El 18,18% de los encuestados opinaron que un impuesto es un beneficio para la sociedad, dando a entender que son pocos los empresarios que se han concientizado que los impuestos ayudan al bienestar social de la población.

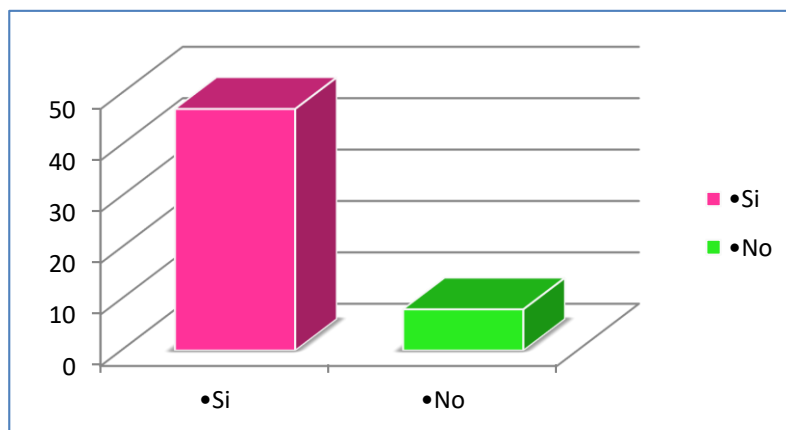
6. ¿Reconoce la importancia del impuesto?

Tabla 9. Importancia del impuesto

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Si	47	85.45%
•No	8	14.55%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 12. Importancia del impuesto



Fuente: Las Autoras, 2015

En cuanto a la pregunta 6, que da a conocer sobre si los dueños de los establecimientos bares y restaurantes reconocen la importancia del impuesto, se pretendió saber la percepción que tienen las personas frente a las cargas tributarias impuestas por el gobierno.

Casi en su totalidad, con un porcentaje del 85.45%, afirmaron que sí reconocen esta importancia, justificando la respuesta de que con las cargas impositivas impuestas por el gobierno se benefician muchas personas, ya que con estos recursos se invierten en la sociedad, y se paga el funcionamiento del Estado.

El 14,55% manifestó que los impuestos no son importantes, ya que solo afectan al contribuyente, disminuyéndole sus utilidades y no lo ven reflejado en inversión social, siendo esta una posible causa de evasión.

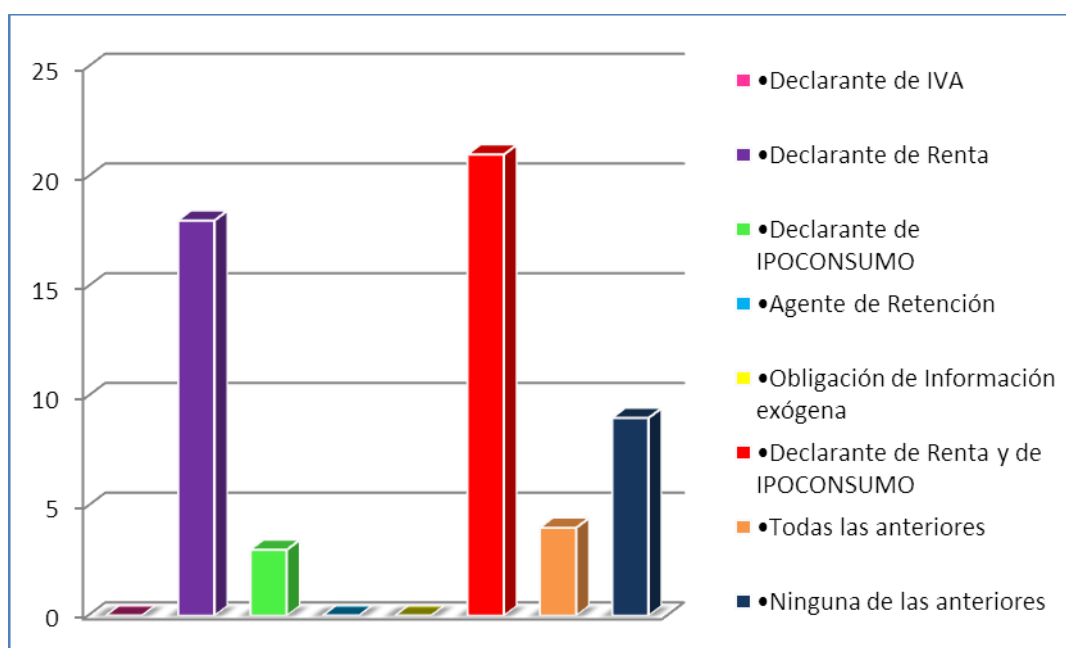
7. ¿Qué responsabilidad tributaria posee?

Tabla 10. Responsabilidad tributaria de la muestra

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Declarante de IVA	0	0,00%
•Declarante de Renta	18	32,73%
•Declarante de IPOCONSUMO	3	5,45%
•Agente de Retención	0	0,00%
•Obligación de Información exógena	0	0,00%
•Declarante de Renta y de IPOCONSUMO	21	38,18%
•Todas las anteriores	4	7,27%
•Ninguna de las anteriores	9	16,36%
Total	55	100,00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 13. Responsabilidad tributaria de la muestra



Fuente: Las Autoras, 2015

Con respecto a la pregunta que hace referencia a la responsabilidad tributaria, la opción de respuesta que mayor participación obtuvo fue la correspondiente a declarar renta y declarar el impuesto al Consumo con un porcentaje de 38,18%. Lo que da a entender que son negocios pequeños y de personas naturales.

Los responsables de solo el Impuesto de Renta tienen una participación de 32,73%. Argumentando que el deber mínimo de una persona que es dueño de un establecimiento de comercio es declarar renta lo que se muestra preocupante es que estos establecimientos no han actualizado el RUT para adquirir la obligación que compete este nuevo impuesto.

Solo un porcentaje muy pequeño de 5.45% manifestó ser solo responsable del impuesto al consumo, lo que demostraría que no realizan ningún aporte por concepto de impuestos a ninguna entidad competente.

Un porcentaje de 16,36% argumento que no poseía ninguna obligación, lo que es alarmante porque muestra un desconocimiento sobre la parte tributaria.

Finalmente, las opciones de respuesta que hacían alusión a declarante de IVA, agente de retención, obligación de información exógena, alcanzaron un resultado del 0%, ya que en la opción de respuesta de todas las anteriores tuvo una participación de 7.27%, estando inmersas todas las opciones anteriores

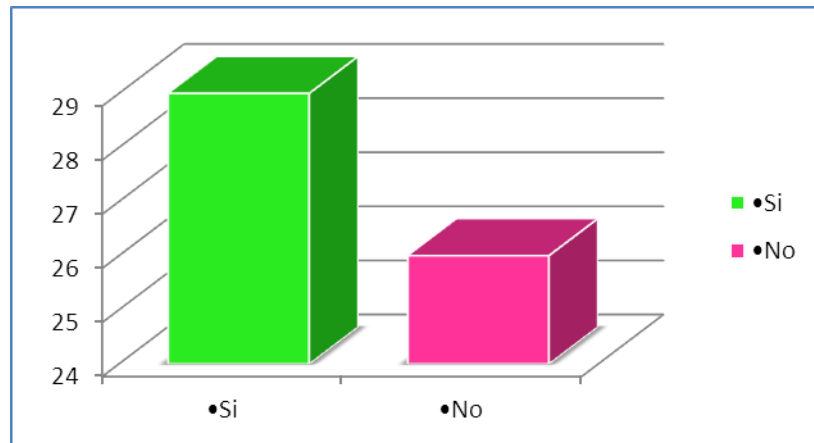
8. ¿Tiene conocimiento de que su establecimiento es responsable del Impuesto Nacional al Consumo?

Tabla 11. Conocimiento de la responsabilidad frente al Impuesto Nacional al Consumo

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Si	29	52,73%
•No	26	47,27%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 14. Conocimiento de la responsabilidad frente al Impuesto Nacional al Consumo



Fuente: Las Autoras, 2015

En relación a la pregunta número 8, en su gran mayoría los dueños y/o encargados de los establecimientos afirmaron que si tienen el conocimiento de que son responsables de declarar y en algunos casos de pagar el Impuesto al Consumo con un porcentaje de 52,73%, dado que sus establecimientos están dentro de la actividad gravada por el impuesto en la ley 1607.

El 47,27% afirmó no tener el conocimiento sobre este impuesto, algunos manifestaron que hace poco el establecimiento está abierto al público y aún no se han enterado de la normatividad que exige el tener un negocio con estas actividades, evadiendo de esta manera la ley, ya que una empresa que se va a poner en marcha debe indagar sobre las responsabilidades tributarias que va a adquirir y cumplirlas a cabalidad.

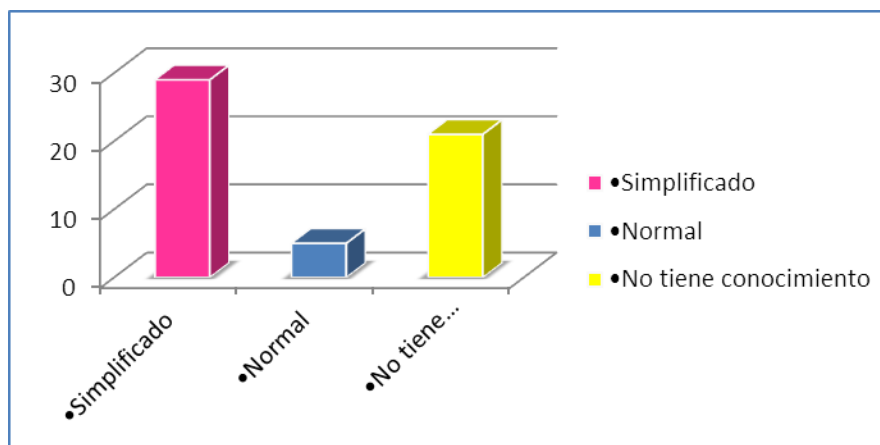
9. ¿A qué régimen del impuesto al consumo pertenece?

Tabla 12. Régimen del Impuesto Nacional al Consumo

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Simplificado	29	52,73%
•Normal	5	9.09%
•No tiene conocimiento	21	38,18%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 15. Régimen del Impuesto Nacional al Consumo



Fuente: Las Autoras, 2015

Con esta pregunta se buscó identificar la cantidad de establecimientos que tienen la obligación de declarar y así mismo los que tienen la obligación de pagar el impuesto Nacional al Consumo en el municipio.

Según el 52,73% de los establecimientos ubicados en el municipio de la Unión Valle afirman pertenecer al régimen simplificado, es decir las personas naturales que en el año anterior obtuvieron ingresos brutos totales provenientes de la

actividad expendio de comidas y bebidas inferiores a cuatro mil (4.000) UVT, por lo tanto solo tienen la obligación de declarar más no de pagar dicho impuesto.

En cuanto a los que tienen la obligación de declarar y pagar solo representa el 9,09%, debido a que son establecimientos que superaron el tope de ingresos y algunos por ser persona jurídica como lo establece en el artículo 51 La Ley 1739 de diciembre 23 de 2014.

Por último, el 38,18% de los empresarios o dueños de los establecimientos que fueron encuestados manifestó no tener conocimiento con respecto al régimen del impuesto al consumo, argumentando que no han recibido la suficiente información por parte de las autoridades competentes.

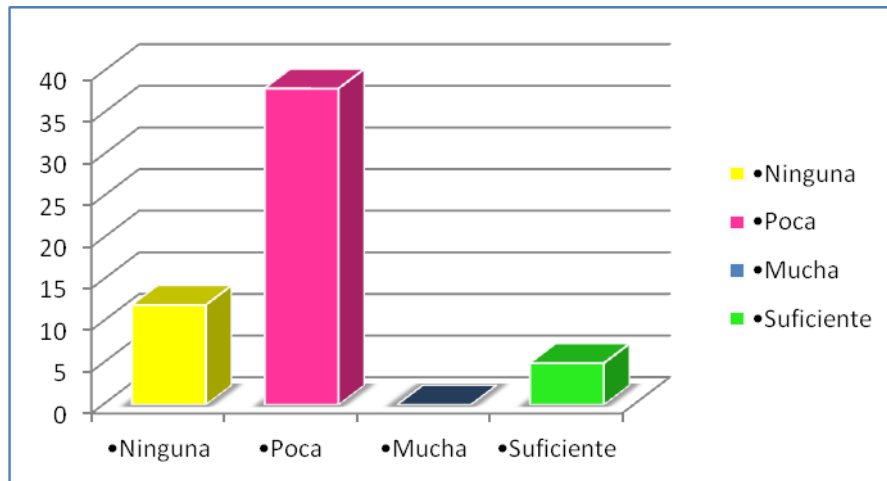
10. ¿Qué tanta información tiene sobre el impuesto al consumo?

Tabla 13. Información referente al Impuesto Nacional al Consumo

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Ninguna	12	21.82%
•Poca	38	69.09%
•Mucha	0	0.00%
•Suficiente	5	9.09%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 16. Información referente al Impuesto Nacional al Consumo



Fuente: Las Autoras, 2015

Con relación a la pregunta número 10, sobre qué tanta información poseen los dueños de los negocios acerca del impuesto en mención se observó que aún es poco el conocimiento de la normatividad del mismo, esto se debe a que son negocios en su gran mayoría familiares y no llevan un sistema de contabilidad organizado y solo se preocupan por los requisitos que tienen que presentar ante terceros. (Cámara y comercio, Rut e Industria y comercio).

Solo un 9.09% de los encuestados afirmó tener suficiente información, éstos son en su mayoría los negocios que llevan una larga trayectoria y que además son conscientes de la importancia de contar con un sistema de información contable y tributario que les permita lograr un crecimiento de su negocio y evitar problemas con el fisco.

En cuanto a los que manifestaron que no tienen ningún o poco conocimiento, alcanzaron un porcentaje del 21.82% y 69.09% respectivamente, lo que se muestra preocupante porque podría ser una causa por la que muchos de los

establecimientos obligados a declarar o pagar el impuesto al consumo no cumplan con su responsabilidad.

Y por último ninguno de los encuestados expresó haber tenido mucha información sobre el impuesto al consumo mostrando esto un porcentaje de 0% en participación.

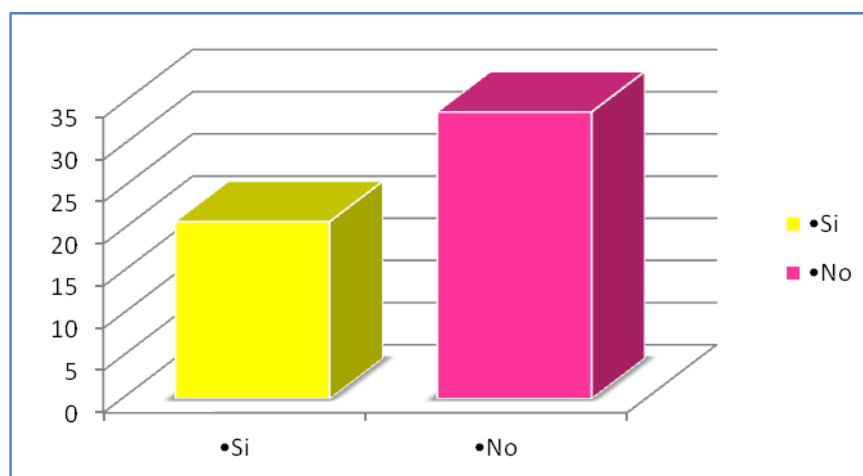
11. ¿Sabe cuál es la tarifa del impuesto al consumo, para el caso de bares y restaurantes?

Tabla 14. Conocimiento sobre la tarifa del INC para bares y restaurantes

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Si	21	38.18%
•No	34	61.82%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 17. Conocimiento sobre la tarifa del INC para bares y restaurantes



Fuente: Las Autoras, 2015

En cuanto a esta pregunta, el 61.82 % afirmó no conocer la tarifa del impuesto al consumo, lo que muestra que existe una gran desinformación por parte de los administradores y dueños de bares y restaurantes, haciendo evidente que no están cumpliendo con la obligación de realizar la declaración anual informativa, ni mucho menos llevando un registro de cuánto son sus ingresos en caso de que pasen a ser responsables de pagar.

Por otra parte, el 38.18 % restante expresó que sabe cuál es la tarifa (8%), aunque la mayoría manifestó que no son responsables de especificarla en las facturas que expiden a sus clientes.

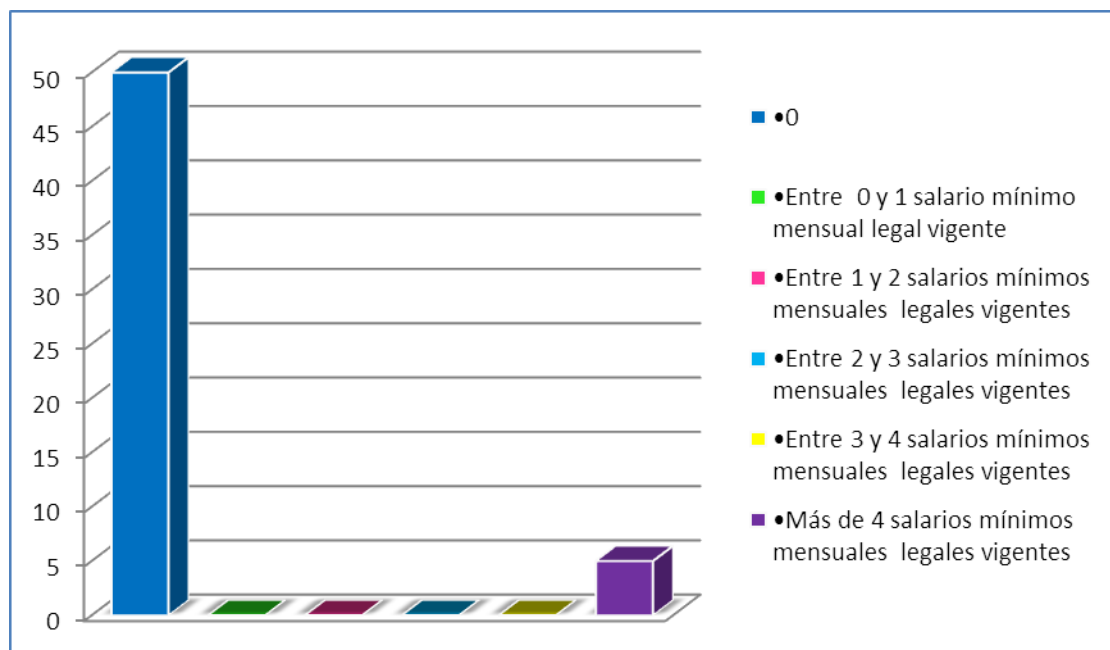
12. ¿A cuánto ascendió el valor a pagar en el año 2014 por concepto del Impuesto Nacional al Consumo, teniendo en cuenta que un salario mínimo equivale a \$644.350 pesos?

Tabla 15. Valor pagado por concepto del INC en el año 2014 para el caso bares y restaurantes

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•0	50	90.91%
•Entre 0 y 1 salario mínimo mensual legal vigente	0	0.00%
•Entre 1 y 2 salarios mínimos mensuales legales vigentes	0	0.00%
•Entre 2 y 3 salarios mínimos mensuales legales vigentes	0	0.00%
•Entre 3 y 4 salarios mínimos mensuales legales vigentes	0	0.00%
•Más de 4 salarios mínimos mensuales legales vigentes	5	9.09%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 18. Valor pagado por concepto del INC en el año 2014 para el caso bares y restaurantes



Fuente: Las Autoras, 2015

En relación a esta pregunta se puede evidenciar cuantos establecimientos (bares y restaurantes) de la Unión Valle aportaron a este impuesto en el año gravable 2014.

Se observó que son muy pocos los encargados de contribuir con este tributo, aunque cabe resaltar que los que pagaron, aportaron más de cuatro salarios mínimos mensuales legales vigentes equivalentes al 9.09 %.

La gran mayoría con un porcentaje de 90.91% manifestó que no canceló ningún valor por el concepto del INC en el año gravable 2014, ya que que muchos afirmaron no haber tenido el nivel de ingresos para estar obligados a pagar y el resto por desconocimiento de la normatividad.

Las opciones de respuesta que oscilaron entre 0 y 4 salarios mínimos legales mensuales vigentes dieron como resultado un 0%, no mostrando ninguna participación.

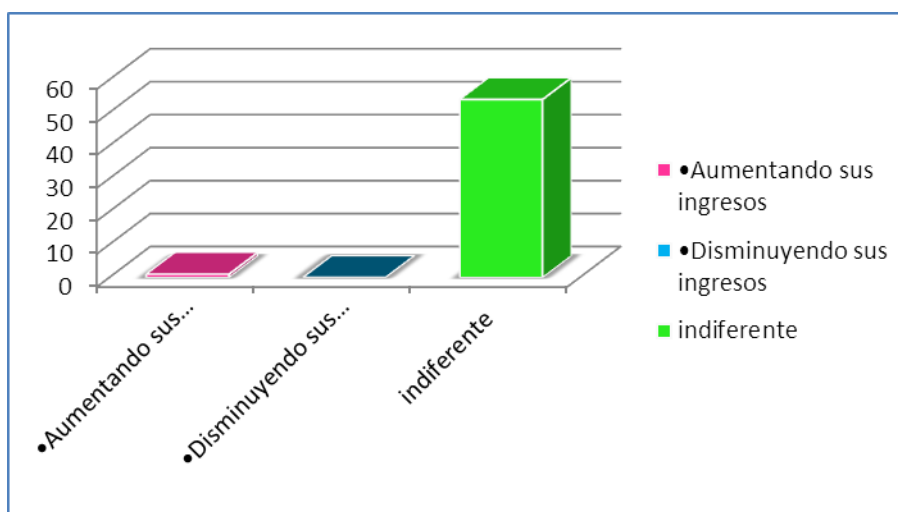
13. Considera usted, que el reemplazo del impuesto del IVA por el del impuesto al consumo, en el caso de los restaurantes y bares, ha influido en su negocio:

Tabla 16. Influencia del cambio del IVA al INC

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Aumentando sus ingresos	1	1.82%
•Disminuyendo sus ingresos	0	0.00%
•indiferente	54	98.18%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 19. Influencia del cambio del IVA al INC



Fuente: Las Autoras, 2015

Con esta pregunta lo que se buscó fue investigar en qué medida este nuevo tributo a afectado los ingresos de los dueños de los establecimientos bares y restaurantes de la Unión Valle

Como lo dice la Reforma Tributaria Ley 1607 del año 2012, el Impuesto Nacional al Consumo vino a remplazar el IVA en algunas de las actividades económicas entre estas se encuentra el expendio de comidas y bebidas preparadas que encierra lo que es el caso de estudio.

En general las personas afirmaron que el reemplazo del IVA por el impuesto al consumo les ha sido indiferente con un porcentaje de 98.18%, pues no sienten que sus ingresos hayan aumentado o disminuido gracias a esta nueva obligación, ya que para ellos la variación de ingresos se debe a otros factores como costos en la materia prima y aumento o disminución en los turistas que visitan la región.

Solo 1.82% de los establecimientos sintieron que sus ingresos han sido afectados de forma positiva por este nuevo tributo.

Y por último ninguno de los empresarios afirmó que le disminuyeron los ingresos con un porcentaje de 0%

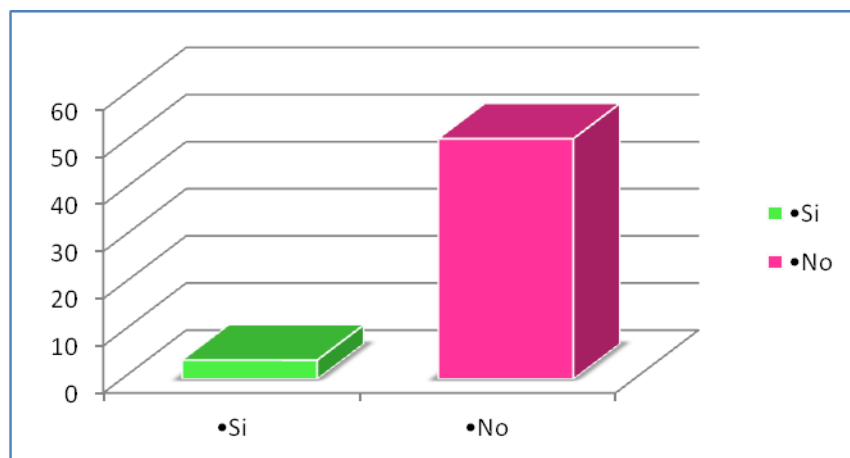
14. ¿Cuándo usted factura, le especifica a su cliente lo que este paga por el impuesto al consumo?

Tabla 17. Especificación del INC en la factura de compra

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Si	4	7.27%
•No	51	92.73%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 20. Especificación del INC en la factura de compra



Fuente: Las Autoras, 2015

Con esta pregunta se pretendía saber si las personas que están obligados a facturar el impuesto al consumo si están cumpliendo con el deber de informarle al cliente sobre el mismo.

El 7.27% de los contribuyentes afirmaron que en su factura hay una especificación del impuesto nacional al consumo, ya que por pertenecer al régimen normal del INC tienen esta obligación y como tal la cumplen.

Un porcentaje del 92.73 % manifestó que no cobra el impuesto al consumo, ya que pertenecen al régimen simplificado que aunque están obligados a facturar no deben cobrar dicho impuesto.

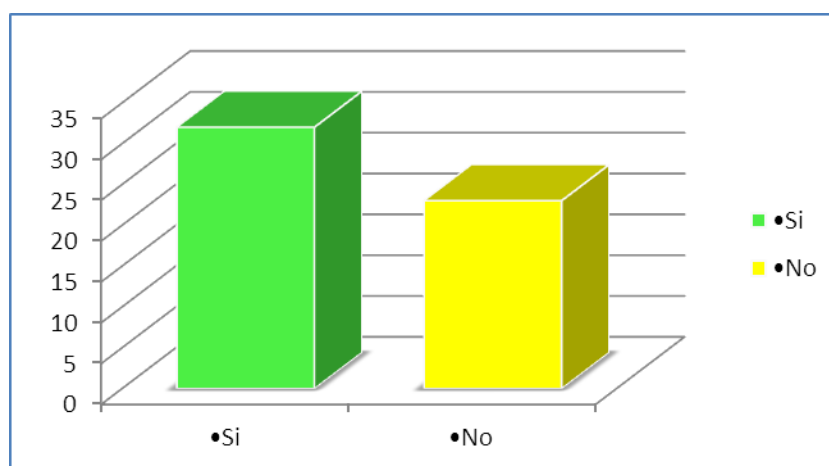
15. ¿Tiene conocimiento de que no declarar y pagar el Impuesto Nacional al Consumo es causante de una sanción?

Tabla 18. conocimiento sobre el pago de sanciones por incumplimiento del INC

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Si	32	58,18%
•No	23	41,82%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 21. conocimiento sobre el pago de sanciones por incumplimiento del INC



Fuente: Las Autoras, 2015

En cuanto a esta pregunta un 58,18% de las personas sabe y es consiente que no declarar y no pagar para algunos de los dueños de restaurantes y bares genera una sanción; pero simplemente hacen caso omiso a esto o no han intentado indagar sobre que consecuencia monetaria tiene no acatar la norma, ya que la mayoría creen que no van a ser requeridos por la autoridad tributaria.

Solo un porcentaje de 41,82% manifestó no tener el conocimiento de que al no cumplir con esta obligación tributaria generaba una sanción, justificando no contar

con el acompañamiento de autoridades competentes que brindaran la asesoría sobre el funcionamiento de este nuevo impuesto.

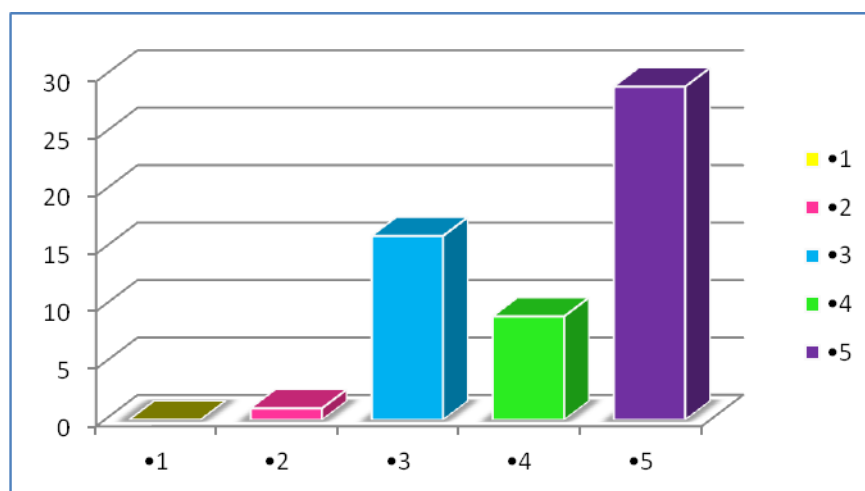
16. Defina en una escala de 1 a 5, en cuanto piensa que está el nivel de cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Tabla 19. Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•1	0	0.00%
•2	1	1.82%
•3	16	29.09%
•4	9	16.36%
•5	29	52.73%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 22. Nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias



Fuente: Las Autoras, 2015

En cuanto a pregunta 16 el 52,73% afirmó que se encontraba en el nivel máximo de cumplimiento según los parámetros establecidos para esta encuesta, lo que demuestra que en algunos casos sus respuestas son incoherentes a otra pregunta hecha anteriormente sobre las obligaciones tributarias que poseía respondiendo que ninguna. Además de esto se evidencio que la mayoría de ellos creen que el cumplir con industria y comercio, cámara y comercio y tener un Rut encierran todas sus responsabilidades tributarias.

En un intervalo entre la pregunta 3 y 4 con un porcentaje del 29.09 % y 16.36 % respectivamente manifestaron que aunque no cumplen en su totalidad las responsabilidades tributarias, cumplen según ellos con las que más necesitan para operar su negocio.

Para terminar ninguno de los entrevistados afirmó no cumplir con ninguna de las obligaciones es decir un equivalente a un 0% y solo uno de los encuestados que equivalente al 1.82 %, manifestó que su nivel de cumplimiento se encontraba en una escala de 2.

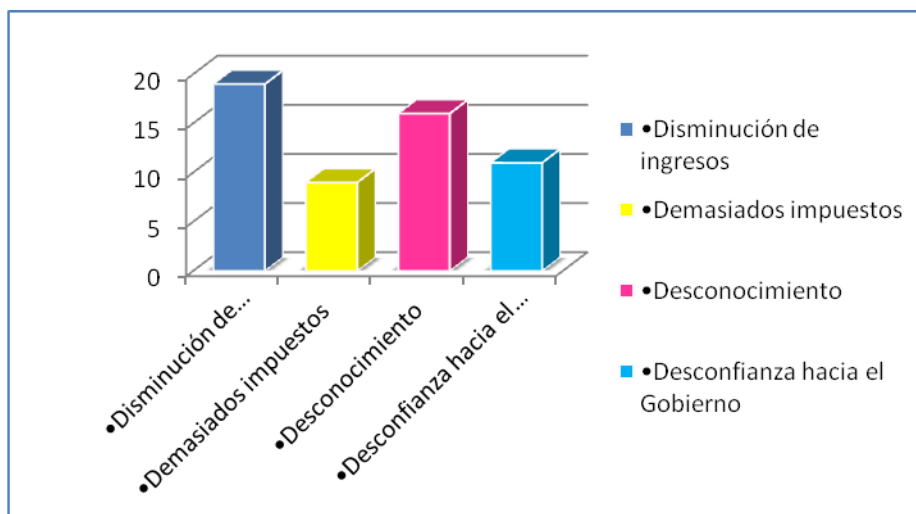
17. ¿Cuál de este puede ser un motivo de incumplimiento en la declaración y pago del impuesto al consumo?

Tabla 20. Motivo de incumplimiento en la declaración y pago del INC

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Disminución de ingresos	19	34.55%
•Demasiados impuestos	9	16.36%
•Desconocimiento	16	29.09%
•Desconfianza hacia el Gobierno	11	20.00%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 23. Motivo de incumplimiento en la declaración y pago del INC



Fuente: Las Autoras, 2015

Con relación a esta pregunta se logró identificar algunos de los factores que inciden en el incumplimiento por parte de los responsables del INC en el municipio de la unión valle, se evidenció que las opciones de respuesta estuvieron con unos porcentajes de participación muy similares pues todas las opciones de una u otra forma influyen en los contribuyentes para determinar la decisión de no pagar.

La disminución de ingresos con un porcentaje de 34.55% sobresalió, ya que los encuestados afirmaron que al no contar con los ingresos suficientes esto puede ocasionar que los mismos entren al mundo de los evasores del impuesto.

Otro porcentaje importante es el de un 29,09% que manifestó que no paga impuestos por desconocimiento debido a que las entidades encargadas de la parte tributaria solo hacen la labor de fiscalización y recaudo, y no se han preocupado por realizar un acompañamiento a los negocios que día a día emergen.

Con un porcentaje del 20% los encuestados aseguraron que no cumplen con su responsabilidad de tributar porque tienen mucha desconfianza hacia el Gobierno,

sobre el dinero que recaudan por concepto de impuestos y su destino lo ven como incierto y no aplicado al mejoramiento social.

Por último, un 16,36% de los empresarios encuestados afirmó que en Colombia existe demasiada carga tributaria y es muy inequitativa, lo que afecta a los dueños de las pequeñas empresas disminuyendo sus utilidades.

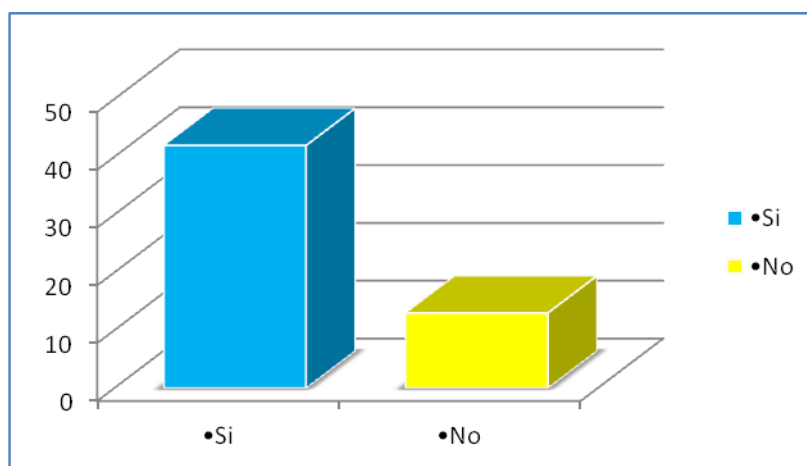
18. ¿Considera usted que pagar impuestos, y por ende no intentar evadirlos, no debe asumirse como una obligación, sino más bien, como un deber social para el beneficio de todos?

Tabla 21. Percepción sobre el impuesto como obligación o deber

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Si	42	76.36%
•No	13	23.64%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 24. Percepción sobre el impuesto como obligación o deber



Fuente: Las Autoras, 2015

Con relación a esta pregunta un 76,36% de los encuestados está de acuerdo con este enunciado, afirmando que con el pago de los impuestos todos nos beneficiamos, puesto que sin el recaudo de éstos no puede haber inversión social. Se supone que entre más impuestos maneje el gobierno tendrá más oportunidad para invertir en la comunidad.

Aunque el 23.64% de los encuestados perciben los impuestos como una obligación que no se ve reflejado en beneficios para la sociedad.

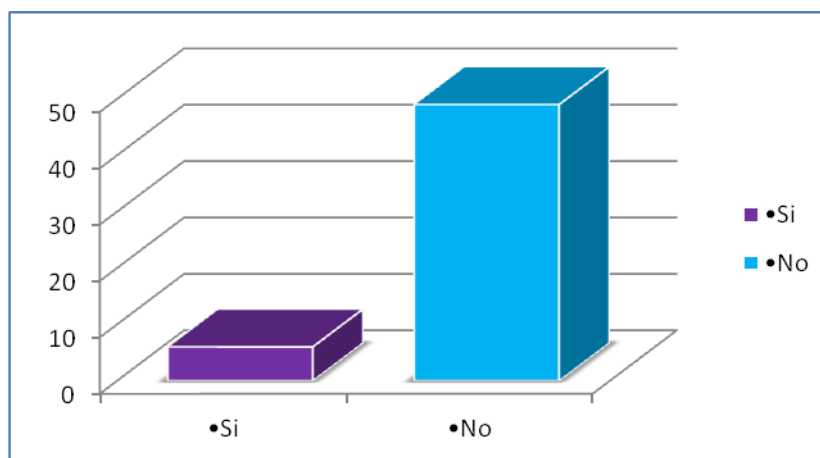
19. ¿Reconoce usted o ha participado en campañas a través de los cuales se explica el funcionamiento de los impuestos y la importancia de pagarlos?

Tabla 22. Participación en campañas que promuevan el pago de impuestos

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Si	6	10.91%
•No	49	89.09%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 25. Participación en campañas que promuevan el pago de impuestos



Fuente: Las Autoras, 2015

Casi en su totalidad los dueños de los establecimientos no han participado en campañas con respecto a los impuestos, su funcionamiento e importancia con un porcentaje de 89,09%, debido a que afirman que en este municipio estas campañas aún no son llevadas a cabo por parte de las autoridades competentes, considerando así que la DIAN no ha tenido realmente el compromiso de informar sobre el impuesto a los responsables del mismo, indicando que a menor interés de la DIAN sobre informar, mayor será el grado de evasión por parte de los contribuyentes.

Las personas que afirman haber participado en campañas que traten sobre los impuestos con un porcentaje de 10,91% manifiestan que ha sido a través de seminarios o por parte de la Cámara de Comercio hace ya bastante tiempo, pero que sobre el impuesto al consumo aún ningún organismo se ha hecho cargo de informarlo.

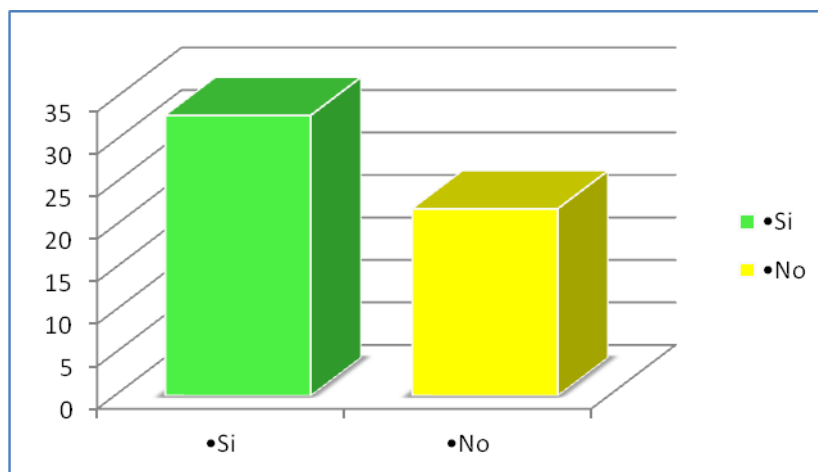
20. ¿Considera usted que la realización de campañas que promuevan el pago de impuestos permitirá minimizar la evasión de los mismos?

Tabla 23. Opinión sobre la realización de campañas para minimizar la evasión de impuestos

Opciones de Respuesta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
•Si	33	60.00%
•No	22	40.00%
Total	55	100.00%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 26. Opinión sobre la realización de campañas para minimizar la evasión de impuestos



Fuente: Las Autoras, 2015

En esta pregunta se evidenció que las opiniones están divididas, aunque es más representativa la opción de respuesta afirmativa con un 60%, ya que los encuestados manifestaron que si se informa bien acerca de los impuestos la gente puede concientizarse de la importancia de estos y también de pagarlos, al tener un conocimiento más preciso sobre los mismos y su destinación será más fácil contribuirle al Estado.

Es necesario resaltar que el 40% de los encuestados afirmó que el hecho de realizar campañas para incentivar el pago del impuesto no es significativo para minimizar la evasión, expresando que simplemente por cultura la gente no paga, puesto que siempre va a existir la cultura de la evasión, del desinterés y del inconformismo hacia el Estado y el manejo de sus recursos.

Síntesis

De acuerdo con las respuestas anteriormente descritas se debe destacar que existe un gran desconocimiento frente al Impuesto Nacional al Consumo en el municipio de la Unión Valle, teniendo la oportunidad de interactuar con algunos de los responsables propietarios y administradores de bares y restaurantes de esta región, se puede argumentar que aunque en su gran mayoría afirman que un impuesto es un aporte para el funcionamiento del Estado, y a pesar de que reconocen su importancia, no todos cumplen con este deber.

En lo referente al Impuesto Nacional al Consumo casi en su totalidad los empresarios reconocieron que la actividad que desarrollaban los hacia responsables de este nuevo tributo, de igual manera reconocían pertenecer al régimen simplificado por ser empresas pequeñas, pero esa era la única información que tenían, debido a que en el momento de indagar más a fondo sobre el INC, muchos de ellos no contaban con la información suficiente para responder, de allí que una de las preguntas que anunciaba sobre qué tanta información tenían referente al impuesto, dio como resultado un porcentaje significativo, siendo la respuesta poca información, que se evidenció en las respuestas dadas a preguntas como ¿sabe cuál es la tarifa del INC?, obteniendo la negación un resultado muy alto.

Cabe resaltar que las empresas que realizan las actividades de expendio de comidas y bebidas en el municipio son en su mayoría pequeñas administradas por sus propios dueños o familiares, que tienen como responsabilidad declarar mas no pagar el impuesto, pero que por desconocimiento no han elaborado ninguna declaración, incumpliendo así con esta obligación, pero afirmaron que si las autoridades competentes realizan campañas e informan en la región a estas microempresas en lo referente a temas tributarios se hace más fácil cumplir con lo estipulado por la Ley ,al tener un acompañamiento y un conocimiento más amplio sobre la destinación de los impuestos.

Sin embargo, en la región también se pudo corroborar la existencia aunque poca, de grandes empresas con gran trayectoria en el mercado, con un nivel de activos y de ingresos bastante alto y con un personal considerable, estas son empresas bien consolidadas que por su magnitud y experiencia ya tenían buen conocimiento referente al tema de investigación, responsables de declarar y contribuir no solo con el impuesto Nacional al Consumo sino también con los demás impuestos que causa tener un negocio de esta categoría.

Para concluir, interactuar con los dueños de los establecimientos permitió conocer más afondo sobre la forma en que operan estos negocios y las expectativas que se pueden generar en cuanto un tema tan importante como los impuestos, especialmente el INC como objeto de estudio de la investigación, así mismo con los diferentes temas tratados en la encuesta, se aportó en cuanto ampliar el conocimiento que ellos poseían acerca del impuesto, permitiendo de alguna manera informar un poco a los propietarios que aún no tenían los conceptos claros referentes a la parte tributaria que compete a sus establecimientos.

7.3 PORCENTAJE DE CONTRIBUYENTES QUE HAN DECLARADO Y/O PAGADO EL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO EN EL MUNICIPIO DE LA UNIÓN VALLE, EN EL AÑO GRAVABLE 2014.

Identificar la cantidad de contribuyentes que han cumplido con la obligación de declarar y pagar el Impuesto Nacional al Consumo en el municipio de la Unión Valle, es importante dado que da a conocer qué tan institucionalizado está el impuesto y la manera cómo ha sido aceptado, razón por la cual a continuación se presenta la información que permite concluir al respecto.

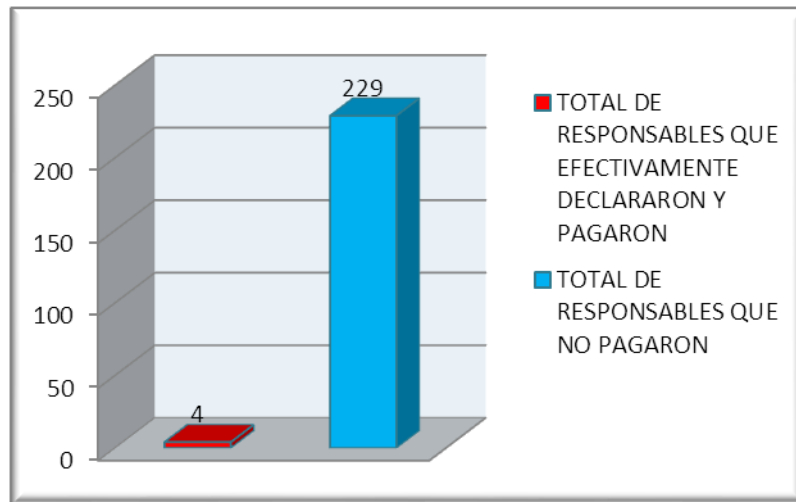
Descripción general del impuesto nacional al consumo en el municipio de la Unión Valle

Tabla 24. Responsables del impuesto al consumo en el municipio de la Unión Valle

DESCRIPCION	TOTAL	%
TOTAL DE RESPONSABLES DE DECLARAR Y PAGAREL INC EN EL AÑO 2014	233	
TOTAL DE RESPONSABLES QUE EFECTIVAMENTE DECLARARON Y PAGARON	4	2%
TOTAL DE RESPONSABLES QUE NO PAGARON	229	98%
TOTAL	233	100%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 27. Responsables del impuesto al consumo en el municipio de la Unión Valle



Fuente: Las Autoras, 2015

El impuesto Nacional al Consumo que se empezó a aplicar a partir del primero de enero del año 2013 grava los siguientes bienes y servicios, todo negocio que venda comidas o bebidas; cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías, bares, tabernas y discotecas, los operadores de telefonía móvil y los vendedores de algunos vehículos, botes y aerodinos.

De acuerdo con la información suministrada por la Dian del total de las personas responsables de declarar y de pagar, el 2% efectuó el respectivo pago, ya que cumplen todos los requisitos expuestos en la ley 1607 del 2012 para someterse a esta obligación, así mismo son empresas que por su tamaño y el historial tributario cuentan con una estructura contable y financiera sólida.

El 98% de estas personas no efectuó el pago, ya que se encuentran dentro del universo del régimen simplificado del INC, lo cual da a conocer que por ese concepto de impuesto, la Dian no percibió recursos.

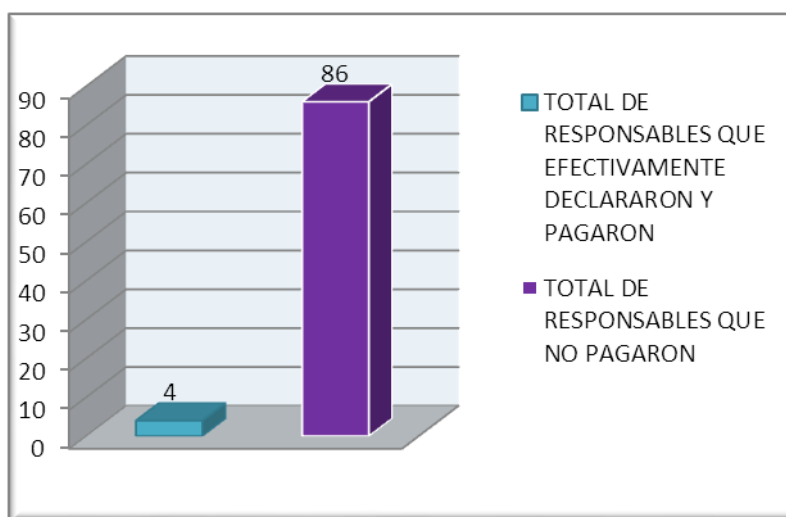
Descripción particular: Caso de estudio restaurantes y bares ubicados en el municipio de la Unión Valle

Tabla 25. Restaurantes y bares responsables del INC ubicados en el municipio de la Unión Valle

DESCRIPCION	TOTAL	%
TOTAL DE RESPONSABLES DE DECLARAR Y PAGAR EL INC EN EL AÑO 2014	90	
TOTAL DE RESPONSABLES QUE EFECTIVAMENTE DECLARARON Y PAGARON	4	4%
TOTAL DE RESPONSABLES QUE NO PAGARON	86	96%
TOTAL	90	100%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 28. Restaurantes y bares responsables del INC ubicados en el municipio de la Unión Valle



Fuente: Las Autoras, 2015

Teniendo en cuenta que el caso de estudio de la investigación fue el sector correspondiente a bares y restaurantes, a continuación se explica la dinámica con respecto a la cuantía de los que estaban obligados a pagar.

De un total de 90 negocios solo el 4% estaban obligados a declarar y pagar el respectivo impuesto, según la investigación realizada estas empresas efectivamente cumplieron con esta responsabilidad.

El 96% restante no pago el impuesto, ya que no se encontraban con la obligación de hacerlo, por ser empresas pertenecientes al régimen simplificado del INC.

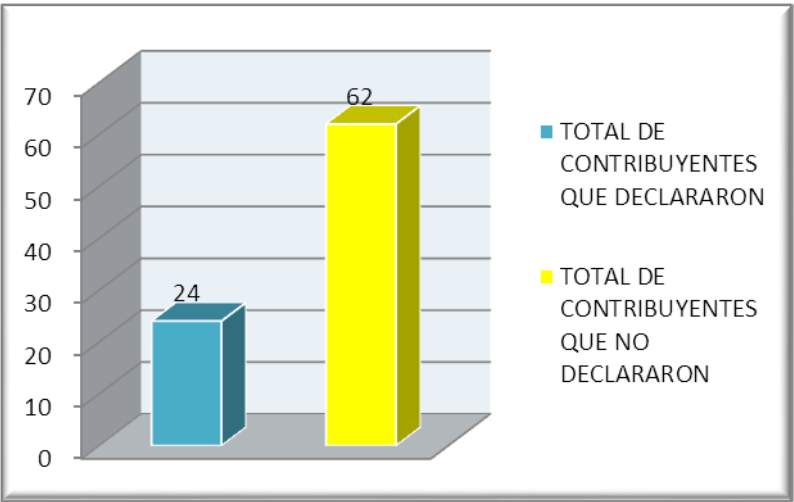
Caso de estudio restaurantes y bares pertenecientes al régimen simplificado del impuesto al consumo obligados a declarar más no pagar.

Tabla 26. Restaurantes y bares pertenecientes al régimen simplificado del Impuesto Nacional al consumo

DESCRIPCION	TOTAL	%
TOTAL DE CONTRIBUYENTES QUE DEBIAN DECLARAS MAS NO PAGAR	86	
TOTAL DE CONTRIBUYENTES QUE DECLARARON	24	28%
TOTAL DE CONTRIBUYENTES QUE NO DECLARARON	62	72%
TOTAL	86	100%

Fuente: Las Autoras, 2015

Gráfica 29. Restaurantes y bares pertenecientes al régimen simplificado del Impuesto Nacional al consumo



Fuente: Las Autoras, 2015

Teniendo en cuenta el trabajo de campo realizado, en el momento de tener un encuentro con cada uno de los dueños de los establecimientos, se puede afirmar que aproximadamente el 28% de estas personas declararon y el 72% incumplió con dicha obligación, siendo esto preocupante por ser un porcentaje muy representativo dentro de los responsables, lo que da a entender que existen factores diferentes al dinero que hacen que incumplan, puesto que declarar no significa en este caso que debían pagar.

De acuerdo con la anterior información se puede observar que el impuesto Nacional al Consumo no está institucionalizado en el municipio de la Unión Valle, por el solo hecho de que algunos de los responsables de declarar no lo hacen, aún reconociendo que no deben pagar.

7.4 CAUSAS QUE HAN CONLLEVADO AL INCUMPLIMIENTO DE LA DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO AL CONSUMO.

Poder conocer el cumplimiento del Impuesto Nacional al Consumo por parte de los contribuyentes, con respecto a su declaración y pago, necesariamente traerá consigo beneficios a la comunidad, como se ha mencionado al cumplir con esta obligación el Estado podrá invertir en la realización de proyectos que beneficien a la sociedad y al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, pero son muchas las causas que pueden llevar al incumplimiento de los impuestos, factores que fueron identificados, lo cual permitió tener las bases suficientes para realizar acciones en pro de minimizar la evasión del mismo.

La recaudación de los diferentes impuestos en la sociedad siempre suele generar conflicto entre las partes que intervienen, por un lado el Estado siempre va a estar interesado en recaudar la mayor cantidad de tributos posible, mientras que el contribuyente siempre va a preferir pagar lo menos que se pueda.

Estas son algunas de las posibles causas que inciden en el no cumplimiento de los contribuyentes a pagar los impuestos que por Ley les corresponde.

Disminución de ingresos

El municipio de la Unión Valle, es una región agrícola por naturaleza, lo que hace que se genere empleo en el campo, además de esto cuenta con un comercio activo y dinámico, gran infraestructura hotelera, y adecuados servicios públicos domiciliarios, pero que en la actualidad hay factores que inciden en la disminución de los ingresos en los establecimientos de comercio, para el caso de estudio bares y restaurantes, entre estos:

- **La apertura de nuevos negocios:** día a día aparecen negocios que abren sus puertas para ofertar bienes y servicios, entre estos los dedicados a la actividad de expendio de comidas y bebidas, creando de esta manera competencia entre los establecimientos de comercio que realizan la misma actividad, lo que por ende puede afectar de manera directa a los empresarios disminuyendo sus ingresos.
- **Costo de la materia prima:** otro de los factores importantes es el aumento en el costo de la materia prima, lo que genera un alza en el precio de sus productos, lo que conlleva a que los demandantes de estos servicios opten por un menor consumo de estos, ya que no son servicios básicos.
- **Aumento en la tasa de desempleo:** debido a que la mayoría de los habitantes del municipio reciben sus ingresos del sector agrícola el clima se vuelve un factor determinante para la obtención de ingresos, ya que un cambio extremo en la temperatura hace que las cosechas disminuyan o se afecten lo cual hace que la mano de obra a contratar sea mínima afectando de esta manera las finanzas de sus pobladores, lo que genera una disminución en los ingresos de los empresarios.

Dadas las razones por las cuales se disminuyen ingresos el contribuyente va disminuyendo su capacidad de tributar, lo que va generando un incumplimiento en las obligaciones con el Fisco.

Es importante tener en cuenta que no todos los dedicados a estas actividades de comercio deben pagar; pero si tienen el deber de hacer una declaración anual informativa, sin embargo no la realizan, debido a que no cuentan con la capacidad de ingresos suficientes para contratar a una persona especializada en la parte tributaria que los pueda asesorar sobre el cumplimiento de dichas obligaciones

Desconocimiento de la población sobre sus obligaciones tributarias

En Colombia se paga una gran cantidad de impuestos, ya sea de forma directa o indirecta, pero no todos los ciudadanos saben que impuestos se pagan, cuanto se paga y como se debe hacer para pagar.

Muchas personas afirman que cuando compran ya sea en la tienda, restaurante almacén o supermercado no queda totalmente claro lo que se paga por el producto, servicio o consumo y cuánto por impuestos.

Los impuestos más conocidos en Colombia son el IVA, el impuesto de Renta, y el impuesto Predial, pero aun siendo el impuesto IVA, el más conocido por todos, el nivel de información que se tiene sobre este, sigue siendo muy bajo, de igual manera hay que añadir que el ciudadano en muchas ocasiones no encuentra fácil pagar los impuestos y en muchos de los casos debe recurrir a un tercero.

En el municipio de la Unión la gran mayoría de empresarios saben que deben pagar impuestos, ya que con estos se financia el Estado, pero aún son pocos los que están al tanto en lo referente al Impuesto Nacional al Consumo. Este tributo viene a ser nuevo para ellos, y aunque los pequeños negocios de expendio de comidas y bebidas no aporten monetariamente a la Nación, los dueños de estos establecimientos si deben hacer una declaración anual de este impuesto, pero aún hay mucho desconocimiento en los temas tributarios que competen este tipo de actividades.

Demasiados impuestos

Se debe tener en cuenta que Colombia es uno de los países que más tributación tiene. Los ciudadanos deben pagar un tributo al Estado por la realización de un sin número de actividades; si quieren vestir, comer, utilizar el transporte público, entre

otras, esta realidad hace que muchas personas crean justo no pagar impuestos, ya que sienten por parte del Estado obtener muy poco o ningún beneficio.

Por otro lado la cantidad de impuestos hace confundir al contribuyente, puesto que es muy frecuente que en Colombia nazcan leyes y con ellas más impuestos; pero que al poco tiempo con la implementación de nuevas reformas tributarias cambian considerablemente, creando de esta manera un desconocimiento a los pequeños empresarios que no se están actualizando constantemente.

En diciembre del año 2012 nace un nuevo tributo llamado Impuesto Nacional al Consumo que pasa a ser otra carga tributaria más para los colombianos que ven cada día como sus utilidades se reducen. En el caso del municipio de la Unión, los propietarios de expendio de comidas y bebidas han manifestado que ven a dicho impuesto como otra obligación más que no se ve reflejada en pro del bienestar social, sino como otro problema que suma a la fuerte carga impositiva que llevan, siendo este un motivo por el cual los empresarios incumplen con el deber de tributar.

Desconfianza hacia el Gobierno

Las reformas tributarias buscan de alguna manera generar nuevos impuestos que financien los gastos del Estado ya sea desde el punto de vista social o de funcionamiento; pero los contribuyentes cada que surge un nuevo tributo manifiestan su descontento, ya que para ellos el dinero que aportan por materia de impuestos no se le da el uso adecuado y muchas veces este dinero va a parar a los bolsillos de los burócratas, además los diversos actos de corrupción que se presentan por parte de los mismos funcionarios públicos, acrecienta más la desconfianza hacia el Estado.

Casos como Agro Ingreso seguro, Desviación de recursos parafiscales de la salud, anticipos indebidos entregados por CAPRECOM a proveedores, entre otros se encuentran entre El Top 10 de los casos de corrupción⁴⁵ divulgados por el periódico El Espectador en su publicación del 20 de septiembre del 2013. Además de los fraudes por devoluciones de IVA realizados a la Dian, solo son algunos de los casos que hace que hoy en día los colombianos sean más reacios al realizar el pago de impuestos, y ven con incertidumbre si estos recursos se utilizaran en el fin con el que fueron creados o irán a enriquecer a unos pocos.

El municipio de la Unión no es ajeno a la desconfianza que genera el Estado en cuanto al manejo de dinero recaudado por las diferentes cargas fiscales, la creación de nuevos tributos y normas en cuanto a tributación; además de esto el no saber a ciencia cierta qué pasa con los dineros que pagan y la falta de penas severas a los que protagonizan actos de corrupción hacia el erario público, se convierte en una razón suficiente para incumplir con las obligaciones fiscales que poseen.

En el caso del impuesto al consumo el cumplimiento en cuanto a pagar por parte de los obligados según la normatividad si se ha realizado; pero en el caso de la declaración informativa que es responsabilidad de la gran mayoría que tiene establecimientos de expendio de comidas y bebidas solo unos pocos han asumido la obligación de presentarla, manifestando que no se preocupan por presentar esta información dado que no tienen una credibilidad frente a los organismos de fiscalización como la Dian.

⁴⁵ <http://www.elespectador.com/noticias/investigacion/el-top-10-de-los-casos-de-corrupcion-ad-portas-de-fallo-articulo-447582>

Colombia no tiene cultura tributaria

Por tradición muchos de los ciudadanos Colombianos no cumplen sus obligaciones tributarias, como titula el Espectador en su artículo por Jairo Bautista, miembro de la Red por la Justicia Tributaria, la raíz de esta problemática “es que en el país no hay cultura tributaria. La evasión de impuestos es general en Colombia, no discrimina estrato ni afiliaciones políticas”.⁴⁶

“Muchos empresarios o ciudadanos manifiestan que resulta más rentable no tributar, no pagar aportes fiscales o parafiscales, no declarar lo realmente recaudado, no presentar documentos en los procesos de introducción de mercancías al país o simplemente no reportar al Estado ningún tipo de transacción que estos realicen, no solamente con el fin de evadir los impuestos sino de no someterse a los diferentes trámites, a veces algo engorrosos y complicados.”⁴⁷

Los dueños de los establecimientos de expendio de comidas y bebidas de la Unión Valle no son ajenos a esta problemática, aunque muchos de estos empresarios afirman ser responsables con sus obligaciones tributarias, otros manifiestan, no cumplir con las mismas, no teniendo conciencia clara sobre el daño que produce la evasión de los impuestos en el país.

⁴⁶ <http://www.elspectador.com/noticias/economia/colombia-no-tiene-cultura-tributaria-articulo-543559>

⁴⁷ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-761090>

8. CONCLUSIONES

Indagar sobre el cumplimiento de declarar y pagar el Impuesto Nacional al Consumo en el año gravable 2014, caso particular bares y restaurantes del municipio de la Unión Valle del Cauca, permitió reconocer diferentes conceptos con respecto a la percepción y el conocimiento que tienen los contribuyentes en el municipio frente al impuesto.

La reforma tributaria ley 1607 del 2012 trajo consigo un nuevo impuesto de orden nacional llamado Impuesto Nacional al Consumo, por tanto todas aquellas actividades que son dedicadas al expendio de comidas y bebidas deben responder ante la obligación de declarar y/o pagar dicho impuesto, pero este al ser nuevo a generado desconocimiento y confusión con respecto a su tratamiento. El municipio de la unión no ha sido ajeno a esta situación ya que al indagar a los responsables de dicho impuesto se pudo observar este mismo problema.

Al analizar el caso de estudio generado en el municipio de la unión el cual está representado por 233 establecimientos responsables del Impuesto Nacional al Consumo de los cuales 90 son bares y restaurantes, determina que en ese lugar el desarrollo de esta actividad es significativo, y por tanto la incidencia que ha tenido este impuesto, debería ser representativo en cuanto a su cumplimiento, pero no lo ha sido debido a diferentes factores.

A través de la aplicación de encuestas se logró percibir que los responsables asumen ese impuesto como una obligación más frente a todas las demás cargas tributarias impuestas, sin embargo se evidencio un gran desconocimiento frente al mismo, siendo esto aceptable, ya que tanto impuesto tiende a confundir al contribuyente, máxime aun cuando se trata de personas que en su gran mayoría

no tienen la información suficiente acerca de todo lo que trae consigo esta normatividad.

Al comparar la información suministrada por la dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN seccional Tuluá y la obtenida del resultado de la investigación estadística presentada, haciendo un análisis general, se puede argumentar que una gran parte de los responsables de declarar el impuesto incumplió con este deber en el año gravable 2014, ya que al hacer una observación a las respuestas dadas en la encuesta y al tener una comunicación más precisa con los obligados a declarar, se percibe que los declarantes aún no conocen o tienen poca información con respecto a cuales son los deberes formales con los que deben cumplir en materia del Impuesto Nacional al Consumo.

La falta de información sobre los nuevos tributos por parte de las autoridades competentes y no contar con la suficiente formación en cultura tributaria por parte de los empresarios de esta región, influye directamente en el incumplimiento de las obligaciones con el Fisco, un factor determinante ha sido la falta de conciencia tributaria la cual tiene su origen en la poca educación tributaria de los contribuyentes, de ahí el desconocimiento factor que hace incumplir la ley, sumándole a esto la percepción que tienen algunos de los ciudadanos responsables sobre el Estado y su administración afirmando que esta se maneja de una manera poco transparente, igualmente siendo algunos de estos negocios tan pequeños y con bajos ingresos, hacen de estas las causas más comunes para la evasión.

9. RECOMENDACIONES

En cuanto a los responsables del Impuesto Nacional al Consumo

Es importante que los propietarios de los establecimientos de expendio de comidas y bebidas de la Unión cumplan con sus obligaciones tributarias, es un deber de todo ciudadano contribuir con el gasto público, ya que la cancelación de los tributos le permite al Estado obtener recursos para su funcionamiento, la realización de obras y servicios que benefician a toda la sociedad.

Es necesario que exista un interés propio de los contribuyentes de informarse acerca de los temas relacionados con los impuestos que les competen, y así lograr un mayor conocimiento sobre éstos y los efectos que pueden llegar a causar la falta de cumplimiento como las sanciones.

En cuanto al Estado y el organismo fiscalizador

Es fundamental el desarrollo y aplicación de programas de educación y cultura tributaria dirigidos a todos los empresarios del municipio de la Unión Valle, en especial a los dueños de establecimientos de expendio de comidas y bebidas, que permitan educar sobre los temas tributarios relacionados con las actividades que realizan, con el objeto de sensibilizar a los contribuyentes respecto a la importancia del pago y cumplimiento de sus obligaciones.

Motivar a los contribuyentes para que asuman un rol participativo en todos los aspectos relacionados con la materia tributaria, en función de valorar el aporte que los mismos prestan con sus impuestos al desarrollo del país.

Es necesario que la administración de impuestos evalúe los procedimientos actuales de control frente a la declaración y pago de los impuestos e implemente mejoras en busca de la eficiencia y la eficacia, con el fin de lograr una mayor fiscalización en el municipio, ya que con mayor control se reduce el incumplimiento por parte de los responsables, generando mayores ingresos en la recaudación.

10. BIBLIOGRAFIA

- ABASCAL FERNANDEZ, Elena y GRANDE, Ildefonso. Análisis de Encuestas. ESIC, 2005, p.70
- BAUTISTA, Jairo, LA DISTRIBUCION DE LA CARGA TRIBUTARIA EN COLOMBIA. 2009.
- BROOKS, Neil y HWONG, Thaddeus. The Social Benefits and Economic Costs of Taxation. 2006.
- COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPUBLICA.LEY 1607 DE 2012. POR LA CUAL SE EXPIDEN NORMAS EN MATERIA TRIBUTARIA Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.
- CONGRESO DE LA REPUBLICA LEY 1739 DE 2014. POR MEDIO DE LA CUAL SE MODIFICA EL ESTATUTO TRIBUTARIO, LA LEY 1607 DE 2012, SE CREAN MECANISMOS DE LUCHA CONTRA LA EVASION, Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES.
- CONGRESO DE LA REPUBLICA. DECRETO 803 DEL 24 DE ABRIL DEL 2013 POR EL CUAL SE REGLAMENTA PARCIALMENTE LA LEY 1607 DE 2012.
- CRUZ, María Herica. FACTORES SOCIALES, ECONOMICOS Y CULTURALES QUE INCIDEN EN LA EVASION DE IMPUESTOS EN EL MUNICIPIO DE ZARZAL. 2006.
- GIANNINI, Amadeo. Instituciones de Derecho Tributario, Madrid, 1957
- JIMENEZ, TREJOS, Luis Alberto. LOS IMPUESTOS COMO INSTRUMENTOS DE POLITICA ECONOMICA EN MEXICO, 2008.
- LAMAGRANDE, Alfredo Julio. GLOBALIZACION, EVASION FISCAL Y FISCALIZACION TRIBUTARIA.1998

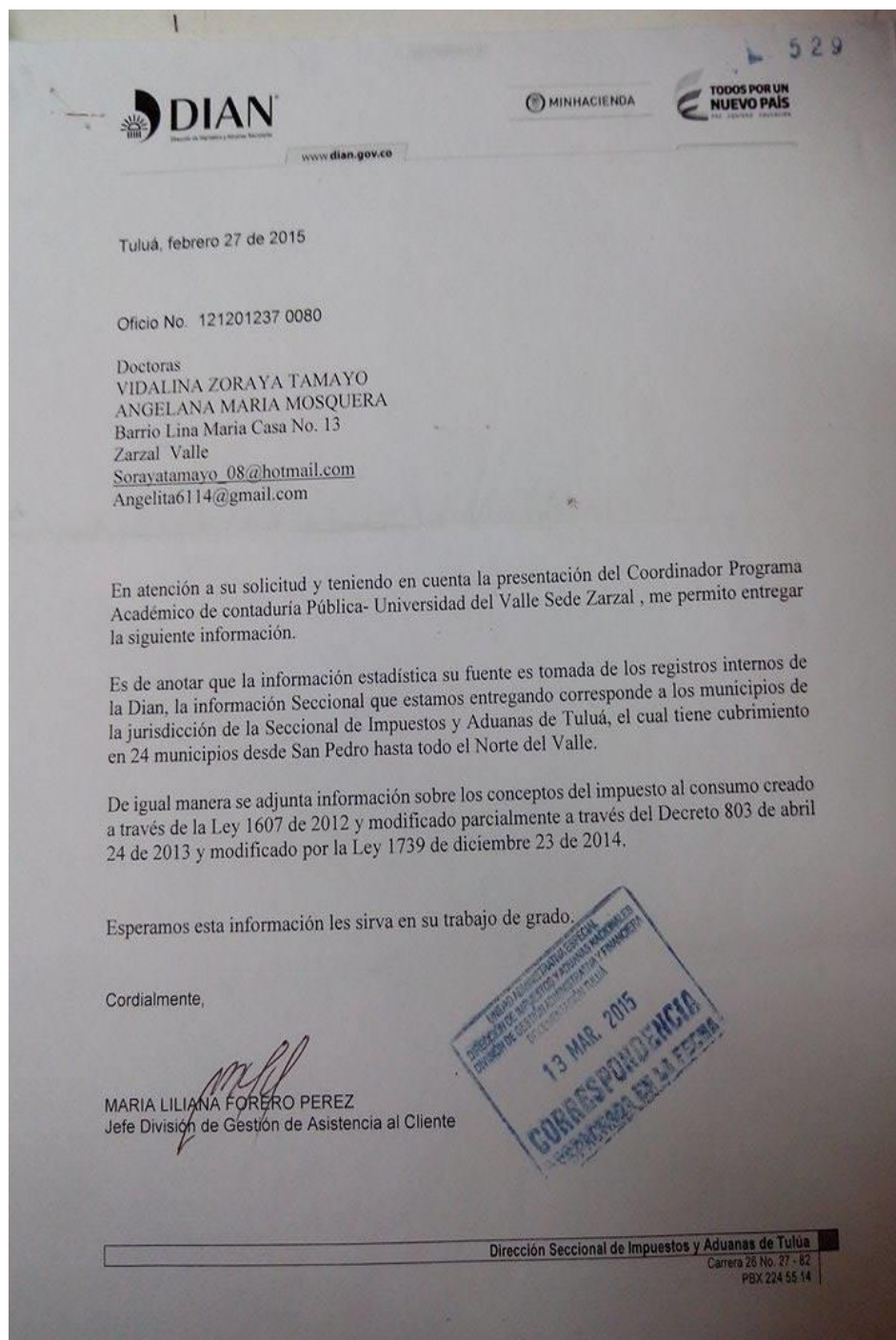
- LOZANO, Angélica María y PINEDA, Dora Marcela. IMPACTO ECONOMICO GENERADO POR LAS REFORMAS TRIBUTARIAS 863 DEL AÑO 2003 Y LA 1111 DEL AÑO 2006, SOBRE LOS CONTRIBUYENTES DEL SECTOR HORTOFRUTICOLA DEL MUNICIPIO DE LA UNION VALLE. 2008.
- MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá: McGraw-Hill, 2001.
- NORTH, Douglas C, INSTITUCIONES, CAMBIO INSTITUCIONAL Y DESEMPEÑO ECONÓMICO.
- RUEDA MANTILLA, Jorge. IMPLICACIONES DEL IMPUESTO NACIONAL AL CONSUMO. 2014.
- RODRIGUEZ, GUERRERO, Mailin, Carolina, MEDIOS DE DEFENSA DE LOS CONTRIBUYENTES FORMALES ANTE LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA VENEZOLANA.2012
- TOBON ZAPATA, Santiago y MUÑOZ MORA, Juan Carlos. Impuesto predial y desarrollo económico. Aproximación a la relación entre el impuesto predial y la inversión de los municipios de Antioquia.2013
- YÁÑEZ, HENRÍQUEZ, José. ELEMENTOS A CONSIDERAR EN UNA REFORMA TRIBUTARIA, 2012

11. WEBGRAFIA

- <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo108.htm>
- <http://www.revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/3110>
- http://www.dian.gov.co/descargas/Rendicioncuentas/2013/RC_2013_DIAN.pdf
- <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/dian-evasion-no-cede/15088389>
- http://www.ecured.cu/index.php/Marco_Te%C3%B3rico
- <http://www.dian.gov.co/descargas/servicios/oeedocumentos/cuadernos/iva.pdf>
- <http://www.revista.unam.mx/vol.6/num8/art84/int84.htm>
- <http://www.gerencie.com/origen-el-termino-contribuyente-en-colombia.html>
- http://www.sii.cl/principales_procesos_fiscalización.htm
- <http://www.compite.com.co/site/wp-content/uploads/2011/11/Sistema-Tributario.pdf>
- http://www.revista.unam.mx/vol.6/num8/art84/ago_art84.pdf
- <http://www.muchoemprendimiento.blogspot.com/2010/04/el-estatuto-tributario-colombiano.html>
- http://www.launion-valle.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1785378
- https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/76400T7T000.PDF
- <http://www.ciudad-vitivinicola.blogspot.com/p/historia-de-la-union-valle.html>
- http://www.nationalgeographic.com.es/articulo/historia/secciones/8372/pago_los_impuestos_antiguo_egipto.html

- <http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Laentidad?OpenDocument>
- http://www.dian.gov.co/descargas/convocatorias/128_2009/documentosguiano.2/orden_administrativa_003_de_5_abril_2010.pdf
- <http://www.elspectador.com/noticias/investigacion/el-top-10-de-los-casos-de-corrupcion-ad-portas-de-fallo-articulo-447582>
- <http://www.elspectador.com/noticias/economia/colombia-no-tiene-cultura-tributaria-articulo-543559>
- <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-761090>

ANEXOS



Anexo A. Evidencia de trabajo de campo para la realización del anteproyecto

Anexo B. Estadísticas Registradas del Impuesto al Consumo

DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES
ESTADISTICAS REGISTRADAS DEL IMPUESTO AL CONSUMO

2013				2014			
NIVEL NACIONAL				NIVEL NACIONAL			
RESPONSABILIDAD	PERSONAS JURIDICAS	PERSONAS NATURALES	TOTAL	RESPONSABILIDAD	PERSONAS JURIDICAS	PERSONAS NATURALES	TOTAL
33	2272	2108	4380	33	3613	3341	6654
34	887	79133	80020	34	2496	381255	383751

NIVEL SECCIONAL				NIVEL SECCIONAL			
33	12	34	46	33	23	53	76
34	7	1195	1202	34	14	5431	5445

MUNICIPIO LA UNION				MUNICIPIO LA UNION			
33	2	1	3	33	2	2	4
34	0	44	44	34	0	229	229

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, Seccional Tuluá.



ENCUESTA

Usted ha sido seleccionado para la realización de esta encuesta, así mismo le garantizamos que la información será utilizada solo con fines académicos.

OBJETIVO: Conocer la información y percepción de los contribuyentes con respecto al Impuesto Nacional al Consumo

Nombre del negocio _____

Actividad económica _____

I. ASPECTOS GENERALES

1. ¿Cuántos años lleva operando su empresa o negocio en el municipio de La Unión Valle?

- a) Menos de 1 año ☐
- b) Entre 1 y 3 años ☐
- c) Entre 3 y 6 años ☐
- d) Entre 6 y 10 años ☐
- e) Más de 10 años ☐

2. ¿Cuántos empleados tiene su establecimiento?

- a) Entre 1 y 5 ☐
- b) Entre 5 y 10 ☐
- c) Entre 10 y 20 ☐
- d) Más de 20 ☐

3. ¿A cuánto ascienden sus ingresos mensuales, teniendo en cuenta que un salario mínimo equivale a \$644.350 pesos?

- a) Entre 1 y 5 salarios mínimos mensuales legales vigentes ☐
- b) Entre 5 y 10 salarios mínimos mensuales legales vigentes ☐
- c) Entre 10 y 15 salarios mínimos mensuales legales vigentes ☐
- d) Más de 15 salarios mínimos mensuales legales vigentes ☐

4. ¿A cuánto asciende el monto de sus activos?

- a) Entre 0 y 1 millón ☐
- b) Entre 1 y 5 millones ☐
- c) Entre 5 y 10 millones ☐
- d) Más de 10 millones ☐

II. ASPECTOS ESPECIFICOS

5. ¿Para usted un impuesto es?

- a) Una obligación ☐
- b) Un beneficio para la sociedad ☐
- c) Un aporte para el funcionamiento del Estado ☐

6. ¿Reconoce la importancia del impuesto?

SI _____ NO _____

Porque _____

7. ¿Qué responsabilidad tributaria posee?

- a) Declarante de IVA ☐
- b) Declarante de Renta ☐
- c) Declarante de IPOCONSUMO ☐
- d) Agente de retención ☐
- e) Obligación de información exógena ☐
- f) Todas las anteriores ☐
- g) Ninguna de las anteriores ☐

8. ¿Tiene conocimiento de que su establecimiento es responsable del Impuesto Nacional al Consumo?

SI _____ NO _____

Porque? _____

9. ¿A qué régimen del impuesto al consumo pertenece?

- a) Simplificado ☐
- b) Normal ☐
- c) No tiene conocimiento ☐

Porqué? _____

10. ¿Qué tanta información tiene sobre el impuesto al consumo?

- a) Ninguna ☐
- b) Poca ☐
- c) Mucha ☐
- d) Suficiente ☐

11. ¿Sabe cuál es la tarifa del impuesto al consumo?

SI _____ ¿Cuál? _____ NO _____

12. ¿A cuánto asciende el valor a pagar en el año 2014 por concepto del Impuesto Nacional al Consumo, teniendo en cuenta que un salario mínimo equivale a \$644.350 pesos?

- a) 0 ☐
- b) Entre 0 y 1 salario mínimo mensual legal vigente ☐
- c) Entre 1 y 2 salarios mínimos mensuales legales vigentes ☐
- d) Entre 2 y 3 salarios mínimos mensuales legales vigentes ☐
- e) Entre 3 y 4 salarios mínimos mensuales legales vigentes ☐
- f) Más de 4 salarios mínimos mensuales legales vigentes ☐

13. Considera usted, que el reemplazo del impuesto del IVA por el del impuesto al consumo, en el caso de los restaurantes y bares, ha influido en su negocio:

- a) Aumentando sus ingresos ☐
- b) Disminuyendo sus ingresos ☐
- c) Le ha sido indiferente ☐

14. ¿Cuándo usted factura, le especifica a su cliente lo que este paga por el impuesto al consumo?

SI _____

NO _____

15. ¿Tiene conocimiento de que no declarar y pagar el Impuesto Nacional al Consumo es causante de una sanción?

SI _____

¿Cuál? _____

NO _____

16. Defina en una escala de 1 a 5, en cuanto piensa que está el nivel de cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

a) 1 ☐

b) 2 ☐

c) 3 ☐

d) 4 ☐

e) 5 ☐

17. ¿Cuál de este puede ser un motivo de incumplimiento en la declaración y pago del impuesto al consumo?

a) Disminución de ingresos ☐

b) Demasiados impuestos ☐

c) Desconocimiento ☐

d) Desconfianza hacia el Gobierno ☐

18. ¿considera usted que pagar impuestos, y por ende no intentar evadirlos, no debe asumirse como una obligación, sino más bien, como un deber social para el beneficio de todos?

SI _____

NO _____

Porque _____

19. ¿Reconoce usted o ha participado en campañas a través de los cuales se explica el funcionamiento de los impuestos y la importancia de pagarlos?

SI____ ¿Cuál? _____ NO____

20. ¿Considera usted que la realización de campañas que promuevan el pago de impuestos permitirá minimizar la evasión de los mismos?

SI____ NO____

Porque_____
