



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ**

**ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA  
CULTURA TRIBUTARIA DE LOS  
CONTRIBUYENTES DE LA  
EMPRESAADMINISTRA AC  
& ASOCIADOS, C.A.**

**Autores: Oscar Céspedes  
Angélica Hidalgo**

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego  
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 87123

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE CONTADURIA  
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA

**ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA CULTURA TRIBUTARIA  
DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA EMPRESA  
ADMINISTRA AC & ASOCIADOS, C.A.**

Proyecto del Trabajo de Grado para optar al título de  
Licenciado en Contaduría Pública

Autores: Oscar Céspedes  
Angélica Hidalgo

Tutor(a): Claribel Mieres

San Diego, Mayo de 2019  
**ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Quien suscribe, Claribel Mieres portador de la cédula de identidad N° 10.268.485 en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por los ciudadanos Oscar Céspedes y Angélica Hidalgo portadores de la cédula de identidad N° 19.789.813 y N° 18.253.377 respectivamente, titulado ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA EMPRESA ADMINISTRATA AC & ASOCIADOS, C.A. Presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año 2019

---

Claribel Mieres

Ci. 10.268.485

CONTENIDO		pp.
ÍNDICE DE CUADROS.....		vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....		vii
RESUMEN INFORMATIVO .....		viii
INTRODUCCIÓN.....		1
CAPÍTULO		
I	EL PROBLEMA.....	3
	1.1Planteamiento del Problema .....	3
	1.1.1.Formulación del Problema.....	6
	1.2. Objetivos .....	6
	1.3. Justificación.....	6
II	MARCO TEÓRICO .....	8
	2.1. Antecedentes .....	8
	2.2. Bases Teóricas.....	13
	2.3. Definición de Términos.....	25
III	MARCO METODOLÓGICO .....	27
	3.1. Tipo y Diseño de la Investigación.....	27
	3.2. Fases Metodológicas.....	28
	Fase I Conocimiento de la Cultura Tributaria.....	29
	Fase II Importancia de la Cultura Tributaria.....	31
	Fase III. Diseño de Estrategias.....	32
IV	RESULTADOS .....	33
	4.1. Análisis y Presentación de los Resultados.....	33
	4.2. Análisis del Cuestionario.....	34

	4.3. Análisis de la Lista de Cotejo .....	46
V	LA PROPUESTA.....	48
	5.1. Presentación de la Propuesta.....	49
	5.2. Justificación de la Propuesta.....	49
	5.3. Objetivos de la Propuesta.....	49
	5.4. Factibilidad de la Propuesta.....	50
	5.5. Desarrollo de la Propuesta.....	51
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	
	REFERENCIAS .....	36
	ANEXOS.....	

## LISTA DE CUADROS

### CONTENIDO

<b>CUADRO</b>		<b>p.p</b>
1	Recaudación de los Impuestos .....	34
2	Cultura Tributaria.....	35
3	Incentivos.....	36
4	Mecanismos de Difusión .....	37
5	Programas de Educación Tributaria.....	38
6	Deberes Formales .....	39
7	Obligaciones Fiscales.....	40
8	Gestión Financiera.....	41
9	Personal Capacitado .....	42
10	Recaudación de los impuestos .....	43
11	Conocimiento de la Cultura Tributaria.....	44
12	Estrategias Tributarias.....	45
13	Lista de Cotejo .....	46

## LISTA DE GRÁFICOS

### CONTENIDO

<b>GRÁFICOS</b>		<b>p.p</b>
1	Recaudación de los Impuestos .....	34
2	Cultura Tributaria.....	35
3	Incentivos.....	36
4	Mecanismos de Difusión.....	37
5	Programas de Educación Tributaria.....	38
6	Deberes Formales .....	39
7	Obligaciones Fiscales.....	40
8	Gestión Financiera.....	41
9	Personal Capacitado .....	42
10	Recaudación de los impuestos .....	43
11	Conocimiento de la Cultura Tributaria.....	44
12	Estrategias Tributarias.....	45



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE CONTADURIA  
CARRERA DE CONTADURÍA PÚBLICA

**ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA CULTURA TRIBUTARIA  
DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA EMPRESA  
ADMINISTRA AC & ASOCIADOS, C.A.**

**Autores:** Oscar Céspedes  
Angélica Hidalgo

**Tutor:**

**Fecha:** Mayo de 2019

**RESUMEN INFORMATIVO**

La presente investigación va dirigida a la empresa Administra AC & Asociados, C.A. con la finalidad de proponer estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A., ya las empresas que maneja que presentan desinterés ocasionado por un bajo nivel de cultura tributaria. La investigación se considera un proyecto factible, ya que se va a presentar una alternativa de solución viable para la problemática planteada. También se apoya en diseño de campo y en una revisión bibliográfica documental. Como técnicas de recolección de información se empleará la encuesta, mediante un cuestionario que será aplicado a una población y muestra conformada por 19 analistas contables y 57 contribuyentes PYME. A través es este instrumento, se diagnosticará la situación actual que presentan los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. en cuanto al conocimiento de la cultura tributaria. Por otra parte, utilizará la observación directa, mediante una lista de cotejo para determinar la

importancia de la cultura tributaria como medio para el fortalecimiento de la planificación fiscal de los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. Una vez obtenida la información procedente de las técnicas de recolección, se procederá a la clasificación y agrupación de la misma para luego ser codificada, tabulada y analizada hasta llegar a resultados concretos y su respectiva interpretación, lo que permitirá lo permitirá diseñar estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A

**Descriptor.** Estrategias, Cultura Tributaria, Planificación Fiscal, Impuestos, Deberes formales

## INTRODUCCIÓN

La administración tributaria desempeña un papel altamente importante, como el de velar por el cumplimiento de reconocidas doctrina jurídica, de las cuales es fundamental mencionar la asistencia ciudadana, la que alcanza cada vez mucho más importancia en el mundo actual. Esta función forma parte de la visión de las administraciones tributarias modernas mundiales, donde el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes es un elemento fundamental para la recaudación de impuestos y depende principalmente de la cultura tributaria y del grado de aceptación del sistema tributario, para ello es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador,.

La existencia de una cultura tributaria, entre otros aspectos facilita el cumplimiento de los deberes formales de los contribuyentes y por ello es necesario y conveniente su formación y desarrollo en el ámbito nacional y organizacional, que constituye un factor de alto valor para lograr de manera voluntaria el aporte de los ciudadanos a los ingresos ordinarios por concepto de tributos.

Considerando lo antes expuesto, esta investigación tiene como objetivo la realización de una propuesta de estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A., que permita el cumplimiento de sus obligaciones tributaria, por lo que es necesario determinar el conocimiento tributario que poseen los contribuyentes y así identificar las deficiencias de la información fiscal que debe transmitir la Administración tributaria. La investigación se presenta de acuerdo a los siguientes capítulos:

**Capítulo I.** El Problema, se plantea la problemática de la empresa, se establecen los objetivos (Generales y Específicos), posteriormente se justifica el estudio, los alcances y la formulación del problema

**Capítulo II.** Marco Teórico, se describen los antecedentes del estudio y se adaptan las teorías relacionadas con la investigación, y se nombran sus bases teóricas y definiciones de términos básicos

**Capítulo III:** Comprende el marco metodológico de la investigación, compuesto por el tipo y diseño de la investigación, y las fases metodológicas, donde se muestra la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y las técnicas de análisis de datos.

**Capítulo IV.** En este capítulo se muestran los resultados de la investigación, una vez aplicada las diferentes técnicas de recolección de datos

**Capítulo V.** Contiene la presentación de la propuesta, los objetivos, la justificación, la factibilidad, el desarrollo de la propuesta, las conclusiones y las recomendaciones.

Finalmente se presentan las referencias bibliográficas y los anexos

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 Planteamiento del Problema**

El pago de impuesto a nivel mundial, se deriva de la necesidad que tienen los países de captar ingresos para ser reinvertido en el bienestar social. Ante el proceso de globalización, los sistemas tributarios son quizás las área más sensibles a la cuales los gobiernos deben prestar especial atención. La tributación adquiere un papel relevante, los ingresos de las personas y de las empresas provienen cada día más de fuentes ubicadas en otros países a causa de la apertura de los mercados que facilita la movilización de los factores de producción, en particular, la movilización de capital y trabajo, aunque no todas las empresas, trabajadores y productos tienen la misma movilidad.

Venezuela no escapa del proceso de globalización y todo lo que el implica, por lo tanto su sistema tributario ha pasado por una serie de cambios considerables debido, a

que por ser uno de los principales países exportadores de petróleo obtiene sus ingresos de este, por lo que no le había dado real importancia a las tributaciones, considerándose como uno de los países con más baja carga impositiva. Sin embargo, desde hace unos cuantos años estos ingresos se han hecho insuficientes para subsidiar los gastos y satisfacer servicios públicos, por lo que se recurrió a la implantación de un sistema tributario para generar mayores ingresos.

Cabe mencionar, que en el país se han promovido grandes cambios a nivel de las administraciones tributarias, a la par, los ciudadanos también han tenido que adecuarse a estas reformas; estos cambios por parte del Estado para conformar una plataforma que le permita obtener ingresos no petroleros y la necesidad de los ciudadanos de obtener información sobre la materia fiscal han generado en las administraciones tributarias la inquietud de difundir entre la sociedad la cultura tributaria.

Al respecto, la cultura tributaria, según Armas y Colmenares (2009: 4), “se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartido por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen”. Con la cultura tributaria, se pretende que los individuos de la sociedad se involucren en el proceso y puedan tomar conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a la misma colectividad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que éste cumpla con su función primaria, como lo es, la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes; así lo establece el artículo 133 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela: “Toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasa y contribuciones que establezca la ley”.

En este marco, es de suma importancia que los contribuyentes obtengan un mayor conocimiento en relación al sistema tributario del país tanto sus deberes como sus derechos en esta materia. Al respecto, las organizaciones requieren considerar la importancia de la planificación tributaria, ya que esta permite establecer un conjunto

de políticas y procedimientos estratégicos para tomar decisiones en las empresas, con la finalidad de lograr optimizar los objetivos propuestos.

Sin duda, la cultura tributaria y la planificación fiscal forman un binomio indispensable en cualquier empresa que persiga el éxito y consolidación de las actividades realizadas. En efecto, la cultura tributaria incide en la planificación del pago de los tributos, no sólo de los contribuyentes sino de todas las personas relacionadas con la empresa y, en consecuencia, amplía la posibilidad de fortalecer su economía, armonizar las distintas funciones laborales, minimizar costos y reflejar una imagen adecuada caracterizada por la responsabilidad y la ética empresarial.

En este contexto, se presenta la investigación en la empresa Administra Ac & Asociados, C.A., cuyas actividades están basadas estratégicamente en el ramo de los Servicios Contables y Tributarios. Sin embargo, presenta como problemática el desconocimiento que caracteriza a muchos contribuyentes de la empresa, en relación a la necesidad de planificar el pago de sus tributos como vía para el crecimiento y fortalecimiento de las actividades emprendidas por su empresa.

La mayoría de las organizaciones que maneja Administra Ac & Asociados, C.A., son pequeñas y Medianas Empresas (PYME) no desarrollan acciones que prevean los cambios y exigencias del mercado cambiante, más bien basan sus operaciones a corto plazo, se da mucho la improvisación, afrontan problemas en su ambiente de trabajo por variadas causas; entre ellas, la inestabilidad política, la falta de motivación, las formas de liderazgo, la desorganización, las funciones no definidas. Asimismo, no cuentan con personal capacitado en materia tributaria que mantenga a las organizaciones apegadas a la normativa legal, así como las pocas iniciativas gerenciales para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Se puede señalar, que presentan desinterés ocasionado por un bajo nivel de cultura tributaria, ya que carecen con un sistema de educación y planificación tributaria. La situación planteada podría generar riesgos tributarios, tales como sanciones y multas por parte del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), puesto que muchas veces se actúa de forma improvisada, y no

se tiene una planificación establecida para el cumplimiento de los deberes formales.

Es por ello, que el principal interés de esta investigación se centra en proporcionarles a los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. una herramienta de fácil comprensión para el logro de sus objetivos a mediano y largo plazo fomentando la educación para una mayor cultura tributaria y maneja prestar efectivamente un servicio de alta calidad (apegado a las exigencias tributarias vigentes). En este sentido, se proponen estrategias para fortalecer la Cultura Tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A,

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿Cuáles serían las estrategias que se requieren para fortalecer la Cultura Tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.?

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Proponer estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual que presentan los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. en cuanto al conocimiento de la cultura tributaria.
- Determinar la importancia de la cultura tributaria como medio para el fortalecimiento de la planificación fiscal de los contribuyentes de la

empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

- Diseñar estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

### **1.3 Justificación de la Investigación**

Un conocimiento amplio de la cultura tributaria de una entidad o población se convierte en un requisito central para lograr políticas fiscales exitosas que prevean aquellos factores sociales, culturales e institucionales determinantes del comportamiento tributario. Por lo tanto, la necesidad de guiar la conducta del contribuyente, para lograr que este adopte la decisión de cumplir voluntariamente con sus obligaciones tributarias conlleva a que se debe estimular el desarrollo de una educación tributaria en la sociedad a través de los medios de difusión, ya que la conducta humana se puede modificar y educar transformando los aspectos indeseables en productivos y aceptables por el conjunto social.

En este sentido, la investigación se justifica, porque proveerá a los contribuyentes una herramienta formativa a que facilite el conocimiento de los tributos, contribuyendo de esta forma a ampliar y promover la educación tributaria y a su vez la planificación que estas deben tener para evitar sanciones y desembolsos que pudieran ocasionarse por mala administración.

Igualmente, debe suscitar un aporte económico en primera instancia, ya que al lograr que los contribuyentes entiendan la importancia de cumplir pagando a tiempo sus impuestos, se estaría impulsando el incremento el ingreso fiscal en vías de contribuir con el desarrollo económico y social del país. Asimismo, ésta investigación proporciona a los administradores, contadores y conocedores de la materia tributaria, conceptos, herramientas, normas y principios establecidos, que servirán para determinar cuál será la realidad tributaria si el proceso de culturización implementado es acorde a la realidad económica del país, si realizan un programa amplio de cultura tributaria que llegue a todos los estratos de la sociedad. En el contexto económico social y académico la

investigación ayudaría a la apertura de puertas a otros investigadores con las mismas inquietudes.

Por otra parte, este estudio será de mucha utilidad a estudiantes la carrera de Contaduría Pública, contribuyendo a mejorar el proceso de ampliar los conocimientos en el área fiscal, profundizando y/o afianzando conocimientos en la contabilidad fiscal, ya que en Venezuela en los últimos años, existen numerosos cambios significativos en materia fiscal los cuales deben ser analizados a profundidad con el objeto de ofrecer un eficiente ejercicio profesional.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

El marco teórico es básicamente un sistema o marco conceptual que se convierte en el entorno y soporte teórico de todo proceso de investigación. Hernández, Fernández y Baptista (2013: 64), sugieren que el marco teórico “implica analizar teorías, investigaciones y antecedentes que se consideren válidos para el encuadre del estudio (parafrasear). No es sinónimo de teoría”. En este capítulo se incluyen investigaciones de estudios realizados por autores de investigaciones bibliográficas que se relacionan con el objeto de estudio de esta investigación, representan fuentes primordiales para su análisis y aporte relevante para la realización de esta investigación

## 2.1 Antecedentes de la Investigación

Para el desarrollo del estudio se realizó la búsqueda en trabajos de grado que cumplieran el rigor científico de una investigación, además de bibliografías estrechamente relacionados con el tema en estudio, los cuales de alguna manera contribuyen al análisis de la problemática planteada bajo situaciones similares. De acuerdo a Méndez (2010: 65):“Los antecedentes de la investigación son los que se toman en cuenta como conocimiento previamente construidos por lo que cada investigación hace parte de una estructura teórica ya existente”. A continuación se presentan los siguientes trabajos que de un u otra manera guardan relación con el objeto de estudio.

Pérez (2017), realizó un trabajo titulado: **“Modelo de Planificación Estratégica Fiscal para empresas del Sector Eléctrico, ubicada en el Estado Carabobo.”**, presentada en la Universidad de Carabobo para optar por el título de Especialista en Gerencia Tributaria. La investigación tuvo como propósito, proponer un modelo de plan estratégico fiscal para la empresa Interamericana de Cables Venezuela, S.A.; que permita cumplir oportunamente con las disposiciones fiscales, con el menor riesgo posible. Por otra parte se pretende en el presente estudio, establecer las mejores alternativas legales y estrategias adecuadas, para optimizar el pago de los impuestos, de acuerdo a las normativas legales vigentes en materia fiscal.

La naturaleza de la investigación, es de campo, y de carácter descriptivo. La población objeto de estudio, está conformada por 570 trabajadores, de los cuales 150 pertenecen a la nómina mensual y 420, a la nómina diaria, la muestra está representada por 12 trabajadores del área de contabilidad e impuesto y tesorería Como instrumento de recolección de información, se presenta un cuestionario conformado por 30 preguntas, con 2 alternativas de respuestas SI/NO, bajo el escalamiento dicotómico.

Posteriormente se analizaron los resultados, concluyendo que de no se cuenta con un plan estratégico fiscal que permita la cancelación de los impuestos con anticipación, lo que genera un riesgo de carácter objetivo, debido a que el cumplimiento de las obligaciones fiscales, representan erogaciones significativas que impactan en el flujo de caja de la organización.

El estudio sirve de antecedente, para esta investigación, puesto que establece un modelo de Planificación Estratégica Fiscal para el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las empresa, sirviendo de marco de referencia para la propuesta de estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

Por otra parte, Arrieta e Ynfante (2016), realizaron un trabajo de grado titulado: **“Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes”**, presentado en la Universidad Nacional de Tumbes, Perú como requisito para optar por el título de Profesional de Contador Público. La alta evasión tributaria es uno de los rasgos más característicos de la situación social en América Latina, especialmente en aquellos países de menor desarrollo debido a que no existe una cultura tributaria o la estructura del sistema tributario no es la adecuada. El objetivo general consistió en determinar como el programa de difusión tributaria incide en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes

La investigación se consideró de tipo es descriptiva– explicativa y el diseño es cuasi - experimental de pre y post test aplicado a una muestra de 33 comerciantes del mercado modelo de Tumbes y trata sobre la elaboración y aplicación de un programa de difusión de normas tributarias dirigido a los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, orientado a determinar su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes, alcanzando una incidencia significativa

Del diagnóstico efectuado de la situación tributaria de los comerciantes se ha podido concluir que un 61% de los comerciantes consideran deficiente la función de administración de los tributos internos del Gobierno Nacional por parte de la

Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, generando no solo una falta de cultura tributaria por parte de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes, sino también por parte de los consumidores. Por lo que se recomendó promover la implementación de nuevos programas de difusión tributaria orientada no solo a los contribuyentes del país sino a todos los ciudadanos con el objetivo de incrementar la cultura tributaria en el país.

Este antecedente, se tomó como referencia porque mide el nivel de cultura tributaria de los consumidores través de un programa de difusión de normas tributarias, por lo tanto aporta información relevante acerca de los distintos medios de comunicación de alcance a toda la población para mejorar los conocimientos de tributación en los contribuyentes.

Seguidamente, Agreda, Peralta y Tortolero (2016) realizaron un trabajo titulado: **“Propuesta de Herramienta Educativa para las Pequeñas y Medianas Empresas del Sector Comercio del Estado Carabobo para la adecuada Planificación y Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias”**, presentado en la Universidad de Carabobo para optar por el título de Licenciado en Administración Comercial y Contaduría Pública. La necesidad de inducir la conducta del contribuyente, para lograr que este adopte la decisión de cumplir voluntariamente con sus obligaciones tributarias conlleva a que se debe estimular el desarrollo de una educación tributaria en la sociedad a través de los medios de difusión, el trabajo tuvo como propósito presentar una herramienta educativa para las Pequeñas y Medianas empresas del sector comercio del estado Carabobo, siendo esta una medida a mediano y largo plazo para disminuir o evitar el incumplimiento de las obligaciones tributarias en el país, la propuesta consiste en la creación de un material educativo (video animado explicativo) que difunda imágenes y conceptos sobre materia tributaria y la importancia del cumplimiento de los las obligaciones correspondientes.

Esta investigación fue de carácter descriptivo, tratando de obtener información del fenómeno para así describir sus implicaciones, inclinándonos por una modalidad de proyecto factible ya que la propuesta estuvo orientada a resolver un problema o a

satisfacer una necesidad. Los resultados obtenidos, sirvieron para crear y fortalecer proyectos educativos diseñados a todos los contribuyentes de pequeñas y medianas empresas de todos los sectores y a nivel nacional, la muestra la conformaron 10 PYMES, a los que se les empleo el instrumento correspondiente, y a miembros del SENIAT, a los que se les realizó una entrevista para conocer el punto de vista desde el ente recaudador

Los resultados obtenidos, permitieron concluir que al momento de la aplicación de los instrumentos correspondientes, que los contribuyentes pertenecientes a las pequeñas y medianas empresas del sector comercio del estado Carabobo, no contaban con programas de educación tributaria, es decir, los entes reguladores del estado no les imparten información de contenido tributario, corroborando la desinformación que existe en las PYMES.

Este antecedente, se tomó como referencia porque aporta información referente a la educación, la cual es el medio más eficaz para desarrollar conciencia ciudadana y tributaria por su influencia en la formación de valores, en el desarrollo de actitudes, en la trasmisión de conocimientos y en la promoción de comportamientos deseables para el mejoramiento de la calidad de vida individual y social. Al respecto, proporciona elementos para construir la propuesta de estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

Asimismo, Colmenarez, (2015), realizó un trabajo de grado titulado: **“Estrategias de Planificación Tributaria para minimizar el Riesgo Fiscal en materia al Valor Agregado. Caso: Sistemas y Máquinas On Line S.A. (SMOL S.A).”**, presentado en la Universidad Centrooccidental Lisandro Alvarado como requisito para optar por el título de Especialista en Tributación en el Programa de Especialización en Gerencia Tributaria. La empresa objeto de estudio, no realizaba ninguna planificación tributaria, lo que no le permitía efectuar un análisis real de la situación financiera. En tal sentido, este trabajo tuvo como propósito fundamental diseñar estrategias de Planificación Tributaria para minimizar el Riesgo Fiscal en

materia al Valor Agregado en la empresa SMOL S.A.

El estudio se desarrolló bajo la modalidad de proyecto factible, apoyado en un diseño de campo. La población estuvo conformada por el personal administrativo del departamento de tributos de la empresa conformado por cinco trabajadores. La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario de 20 preguntas de tipo dicotómicas. Luego de analizar los resultados, se concluyó que no existen manuales de procedimientos para el departamento de tributos, ni se lleva un control para verificar el cumplimiento de los deberes formales. Aunado a ello, existen debilidades en el control interno, lo que no permite evaluar los riesgos que se presentan y que afectan el logro de los objetivos estratégicos.

Se tomó este material como antecedente a la presente investigación, ya que señala las estrategias de planificación tributaria para minimizar el riesgo fiscal en materia de impuestos. Lo cual sirve de referencia para desarrollar la educación y conciencia tributaria en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, con el objetivo de que estos puedan ser fundadores impulsores de una nueva cultura tributaria.

Del mismo modo, Moreno (2015), realizó un trabajo de grado titulado: **“Estrategias para la optimización de la Planificación Tributaria en la empresa Casagri Carabobo, C.A.”**, presentado en la Universidad José Antonio Páez como requisito para optar por el título de Licenciada en Contaduría Pública. La empresa Casagri Carabobo, C.A. presentaba debilidades en los procedimientos en la gestión de los tributos, ya que no cuenta con un nivel de control eficiente de planificación fiscal. En tal sentido, el objetivo general del estudio, consistió en proponer estrategias para la optimización de la planificación tributaria en la empresa. Como técnicas de recolección se empleó la observación directa para diagnosticar la situación actual que presenta la empresa con respecto al control de los tributos. También se utilizó la entrevista, la cual fue aplicada a la población objeto de estudio conformada por tres trabajadores para identificar los elementos que inciden en la planificación tributaria para el manejo eficiente de los tributos.

Una vez analizado los resultados, se concluyó que la empresa cumple con sus obligaciones tributarias, pero no tiene establecidas normas ni procedimientos para su gestión y control, lo que incide en la operatividad de la gestión tributaria. Aunado a ello, no se difunden buenas prácticas tributarias empresariales para evitar riesgos tributarios.

El aporte que se tomó de la investigación anteriormente mencionada con respecto a la presente consiste en la importancia que tiene el cumplimiento de los Deberes Formales para minimizar y evitar las sanciones establecidas por la Administración Tributaria, focalizándose en el planeamiento y mejora de la gestión de impuestos. En este caso, cumplir con los deberes formales de los impuestos.

## **2.2 Bases Teóricas**

Para Hernández, Fernández y Baptista (2013) las bases teóricas constituyen el fundamento científico del conocimiento en el trabajo de investigación, pues sobre esta gira el procedimiento en el recorrido en cada uno de los capítulos. Por consiguiente, las bases teóricas soportan la plataforma sobre la cual se construye el análisis de los resultados obtenidos en el trabajo, sin ellas no se pueden analizar los resultados. A continuación se nombran y definen las bases teóricas de esta investigación.

### **2.2.1 Cultura Tributaria**

Golía (2003:1) señala que es “el conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de creencia respecto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación”. Es decir, la cultura tributaria se refiere entonces al conjunto de conocimientos, valoraciones y actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de conciencia respecto de los

deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación tributaria.

Por otro lado, Corredor y Díaz (2007:5), explican que la cultura tributaria “es la conciencia o conocimiento de la norma, establecida constitucionalmente, que obliga a todos los individuos integrantes de la Nación a contribuir, mediante el pago de tributos, en la satisfacción de las necesidades de la colectividad”.

La cultura tributaria se entiende como un conjunto de valores, conocimientos y actitudes compartidos por los miembros de una sociedad respecto a la tributación y la observancia de las leyes que la rigen, esto se traduce en una conducta manifestada en el cumplimiento permanente de los deberes tributarios con base en la razón, la confianza y la afirmación de los valores de ética personal, respeto a la ley, responsabilidad ciudadana y solidaridad social, tanto de los contribuyentes, como de los funcionarios de las diferentes administraciones tributarias.

Rivera y Sojo (2002) expresan que la cultura tributaria no se puede entender como el conjunto de conocimientos que tienen los ciudadanos sobre las obligaciones y responsabilidades contributivas sino, la forma en que construyen una imagen de los impuestos a partir de una combinación de información y experiencias sobre la acción y el desempeño del Estado.

La cultura tributaria aporta al presente trabajo una gran cantidad de información como valores, creencias que deben poseer cada persona y a la vez siendo útil para la alcaldía que conlleven a un mejor cumplimiento de los deberes tributarios y al compromiso de los ciudadanos.

### **2.2.2 Elementos de la Cultura Tributaria**

En la cultura tributaria, los valores son vistos como las cualidades que deben guiar el comportamiento de los contribuyentes en relación al cumplimiento en el pago de los tributos, lo que se traduce en beneficios para la sociedad. Según Corredor y Díaz (2007), los valores en los cuales se fundamenta la cultura tributaria son:

- **Pacto social:** las instituciones sociales, los estados, los poderes, los gobiernos, los sistemas tributarios, que no se mueven en la dirección de crear un nuevo modelo de sociedad, se ven a sí mismos aislados, faltos de credibilidad y legitimidad, ya que los ciudadanos comunes se resisten a sólo ser administrados y aspiran ser actores responsables de la nueva sociedad.

- **La sociedad como proyecto:** es la percepción de la sociedad como proyecto, puesto que a la misma se le percibe como un proyecto de todos y entre todos sus miembros sin exclusión.

- **Dinámica:** percibir la sociedad como proyecto implica percibirla como una realidad en continua construcción.

- **La información y el conocimiento:** los ciudadanos demandan tener más y mejor información y conocimientos, para sentirse capaces de reivindicar y garantizar sus derechos.

- **Participación:** los ciudadanos deben participar en la concepción, diseño, planeación y conducción de la sociedad como proyecto, así como, en la definición y elaboración de las políticas tributarias y en la decisión del sistema tributario que se necesita.

En la medida en que los contribuyentes reconozcan el compromiso que tienen con la nación, asuman adecuadamente el rol que le ha sido asignado, se adapten al dinamismo social, adquieran datos relevantes para el desarrollo de sus actividades y finalmente, participen activamente en las transformaciones que se han ido experimentando, en esa medida se podría establecer una relación para la consolidación de las actividades productivas emprendidas como vía para el fortalecimiento de la economía nacional.

### **2.2.3 Los factores Estructurantes de la Cultura Tributaria**

Los factores estructurantes de la cultura tributaria son aquellas variables o

fenómenos que moldean las percepciones de los ciudadanos con respecto a la fiscalidad y, consecuentemente, influyen sobre la voluntad de éstos al momento de cumplir con sus obligaciones tributarias. Esper (2008). A continuación, se describen los factores, agrupados en (1) aspectos de corte político e institucional; (2) aspectos sociales o de cohesión social; (3) cultura política y (4) aspectos vinculados a la relación Fisco-contribuyente.

**Factores políticos e institucionales:** Este conjunto de factores hace énfasis en el vínculo entre Estado y sociedad y los aspectos institucionales y normativos de éste. Sin lugar a dudas, el nivel de apego a la ley de una sociedad, es un factor de primera importancia en el cumplimiento tributario. Consecuentemente, si una sociedad adolece de un alto nivel de informalidad (es decir, las normas que rigen a la sociedad en la realidad, difieren de lo que formalmente prescriben las leyes escritas), es esperable que el bajo nivel de acatamiento también se refleje en el cumplimiento impositivo, complejizando la tarea de la Administración Tributaria. Claramente, en este conjunto de percepciones, también influyen elementos como la sensación de impunidad de los incumplidores, por lo que percepción de la severidad y aplicación de los castigos es de relevancia para la legitimidad del sistema tributario, especialmente porque su ausencia puede proveer de una justificación para dejar de cumplir o hacerlo en menor medida.

**Factores sociales o cohesión social:** La cohesión social se define por la percepción de “sentirse parte” de una sociedad, sin la cual difícilmente los individuos muestren voluntad de cooperación hacia sus pares. Es poco probable que un ciudadano que no se sienta incluido, conserve la idea de que el sostenimiento de la sociedad es una responsabilidad compartida por la totalidad de la comunidad. Ferroni (2005).

Por otra parte, la solidaridad jugaría un rol amplio en la voluntad de cooperación de los ciudadanos. En términos generales, la idea de que el sistema impositivo es útil en tanto herramienta de redistribución, podría fomentar la voluntad de cumplimiento. Por el contrario, un sistema impositivo injusto e inequitativo, produciría el efecto

contrario Wenzel (2007). El “efecto-contagio” también constituye un elemento relevante para la sensación de pertenencia. Ya que los “cumplidores sociales” suelen ser muy permeables al escarnio social, se comportarán de acuerdo a cómo piensan que lo está haciendo la sociedad en general o su grupo en particular, tanto a favor como en contra del cumplimiento tributario. En una sociedad con mayor propensión al cumplimiento, podría esperarse que los ciudadanos se sientan constreñidos a cumplir.

**Cultura Política:** El conjunto de valores políticos revela cuáles son las percepciones de los contribuyentes en torno a lo que éstos consideran como ‘bueno’ o ‘deseable’ por parte del accionar estatal. Provee, asimismo, una clara percepción de la visión de la acción política, en general, como forma de mejorar la vida de la sociedad. La cultura democrática, asimismo, indica qué tan institucionalizados están los valores vinculados a la rendición de cuentas

**Factores vinculados a la relación Fisco- Contribuyente:** Si bien la Administración Tributaria no es el organismo a cargo del diseño del sistema impositivo, sí constituye la cara visible del Estado al momento de recaudar. Consecuentemente, en miras de fortalecer la relación Fisco-contribuyente, es imprescindible tomar en cuenta aspectos como la eficiencia, el profesionalismo, la discrecionalidad de los funcionarios, etc., en la medida que pueden predisponer positiva o negativamente la voluntad de cumplimiento del ciudadano

La cultura tributaria es el conocimiento reflexivo del ser humano en cuanto a la bondad del pago de los tributos, lo que le lleva a cumplir natural y voluntariamente con sus obligaciones tributarias. De igual forma, la cultura tributaria es la conciencia o conocimiento de la norma, establecida constitucionalmente, que obliga a todos los individuos integrantes de la Nación a contribuir, mediante el pago de tributos, en la satisfacción de las necesidades de la colectividad.

Finalmente, se puede decir que con la cultura tributaria se pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso, tomen conciencia en cuanto al hecho de que es un deber constitucional aportar al Estado y comunicar a esa

colectividad que las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que éste cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes.

#### **2.2.4 Planificación Fiscal Tributaria**

La planificación tributaria es una herramienta estratégica de decisión de los negocios, caracterizado por un conjunto coordinado de comportamientos empresariales, tendientes a crear relaciones y situaciones jurídicas orientadas a la optimización fiscal, dentro del marco de la legalidad, disminuyendo costos en otras palabras, un ahorro fiscal y aumentando así la competitividad, siendo una actividad perfectamente legítima. Sobre la base de las consideraciones anteriores, es oportuno mencionar a Parra (2006: 48), quién indica que “La Planificación Fiscal Tributaria establece un control de las diferentes obligaciones bien sea las generadas por los impuestos, tasas y/o contribuciones dentro de las operaciones de la empresa, permitiendo a su vez evaluar los logros obtenidos en la misma” Por otro lado, Sanmiguel (2005), señala lo siguiente:

La planificación tributaria está adecuada a los acontecimientos, las actividades y las transacciones financieras, dentro de los límites establecidos por las leyes fiscales y parafiscales, con el fin de disminuir los pasivos por este concepto. Constituye un proceso que permite racionalizar la toma de decisiones, dirigido a no pagar más impuesto de los que corresponden, pero pagando todos los impuestos que se deban pagar, previniendo ser víctima del Juego del Suma Cero social. (p.559).

Evidentemente, la planificación tributaria persigue minimizar la carga tributaria derivada del ejercicio de una actividad mercantil o la tenencia de un patrimonio mediante la elección de la vía de acción más eficiente entre todas las alternativas legales posibles. Al respecto, Parra (2006) comenta:

La planeación tributaria está ligada con la planeación general de la empresa, pero tiene modalidades específicas. El análisis comprende el nivel de imposición, así como las exenciones y alternativas que brinda la legislación para disminuir el impacto tributario y proporcionar incentivos que conduzcan, por la vía de la empresa privada, a impulsar el desarrollo económico del país. (p. 40)

Por ello, a la hora de realizar una planificación tributaria los gerentes de tributos deben adoptar metas que permitan cumplir todas las normas fiscales, sin incurrir en hechos que puedan aumentar el nivel de tributación e impidan que la organizaciones como la empresa objeto de estudio pueda verse afectada por sanciones al incurrir en el incumplimiento de la ley.

También es importante, tomar en consideración a la hora de realizar una planificación tributaria, el ambiente tributario empresarial, para de esta manera, establecer las características idóneas relativas al proceso de planificación, ya que busca aminorar la carga tributaria, es una herramienta muy poderosa que puede marcar la diferencia entre tener éxito en los negocios o no tenerlo, ya facilita al contribuyente el fiel cumplimiento de las obligaciones fiscales, aplicándolas al escenario y entorno corporativo que corresponde.

### **2.2.5 Objetivos de la Planificación fiscal Tributaria**

Según Galarraga (2002: 90), con “una planificación fiscal tributaria estratégicamente estructurada, se alcanza un control mayor del contexto tributario que afecta a la empresa”, vale decir, las normativas ya existentes además de una preparación más organizada, que facilite la adaptación ante las diferentes vicisitudes que podrían presentarse como modificaciones a las leyes, el anuncio de decretos o providencias que podrían generar crisis por el riesgo que la mismas implican. Al respecto, la planificación Tributaria tiene como finalidad lo siguiente:

- Cuando se planifica el tributo a pagar, se busca el menor impacto posible sobre los recursos financieros de la organización, lo cual no tiene que ver nada en

absoluto la práctica de excluir ingresos, rentas, ni para ocultarlos, disimularlos, ni para eludir obligaciones tributarias, ese no es el verdadero cometido de una sana planificación.

- Esta planificación procura una disminución del pasivo tributario, lo que se podría denominar como el ahorro fiscal, mediante la planificación adecuada de los acontecimientos, las actividades y operaciones financieras, dentro de los límites establecidos en la ley; la elusión tributaria, es la disminución de las obligaciones fiscales, mediante la utilización intencional de artificios legales. La elusión procura el ahorro tributario, haciendo mención a una ley o norma, cuya interpretación pudiese dar cabida, o inducir a una disminución del pasivo fiscal.
- La Planificación Fiscal Tributaria plantea lineamientos apropiados a la realidad de la Empresa, tomando en cuenta además sus expectativas a futuro.
- Sirve como guía para el personal especializado encargado del área de impuestos, mostrando la manera de realizar las actividades
- Un plan de impuestos implementa objetivos y describe la manera de lograr su cumplimiento, a través de la definición de estrategias, políticas y todo lo necesario para lograrlo como medidas de control, entre otros, posterior a un estudio sistemático y profundo de los antecedentes de la organización, las operaciones que esta realiza, y el resultado de sus ejercicios económicos

La planificación tributaria que sea desarrollada por la empresa debe estar íntimamente referenciada en las distintas normas que implican el tomar en consideración todos los aspectos vinculados con los tributos.

### **2.2.6 Impuesto**

Dentro de la clasificación de los tributos, el de mayor preponderancia por sus propias características es el impuesto, y no son más que cargas obligatorias que las

personas naturales y jurídicas están obligados a cancelar. En este sentido Villegas (2010), los define como:

...el tributo exigido por el Estado a quienes se hallan en las situaciones consideradas por la ley como generadoras de la obligación de tributar (hechos imponible), situaciones éstas que además son ajenas a toda concreta acción gubernamental vinculada a los pagadores. (p.157).

Partiendo de las explicaciones de Villegas, los impuestos son pagos que el Estado exige a toda persona que realice una actividad establecida en la ley y que es conocida como hecho imponible, la cual es generadora de la obligación tributaria; adicionalmente se tiene que dicho pago no genera una contraprestación por parte del Estado, lo que significa que el contribuyente que incurra en un hecho imponible señalado en la ley está obligado a pagar sin que el Estado le brinde algún servicio

Dentro de este orden de ideas, Rodríguez (2005: 4), hace referencia a que los impuestos son: "... una prestación pecuniaria, obtenida de los particulares autoritariamente, a título definitivo, sin contrapartida y para la cobertura de las cargas públicas, o para otros fines del Estado."

El Estado tiene la autoridad para decidir cómo funcionará su estructura, incluida el sistema tributario; razón por la cual, establece los impuestos que considere necesarios para poder cubrir sus gastos, por lo que exige a los ciudadanos a que den una parte de sus rentas; sin recibir una contraprestación directa

### **2.2.7 Deberes Formales**

Los deberes formales establecidos en el Código Orgánico Tributario (2014), en su artículo 155, refieren a la obligación de:

**(a)** Llevar en forma debida y oportuna los libros y registros especiales, conforme a las normas legales y los principios de contabilidad generalmente aceptados, referentes a actividades y operaciones que se vinculen a la tributación y mantenerlos en el

domicilio o establecimiento del contribuyente y responsable, tal es el caso de los libros de compras y ventas para los contribuyentes del IVA o el libro de ajustes fiscales para los contribuyentes del ISLR

**(b)** Inscribirse en los registros pertinentes, aportando los datos necesarios y comunicando oportunamente sus modificaciones, tal es el caso del RIF y el NIT

**(c)** Colocar el número de inscripción en los documentos, declaraciones y en las actuaciones ante la Administración Tributaria, o en los demás casos en que se exija hacerlo

**(d)** Solicitar a la autoridad que corresponda permisos previos o de habilitación de locales

**(e)** Presentar, dentro del plazo fijado, las declaraciones que correspondan

**(f)** Emitir los documentos exigidos por las leyes tributarias especiales, cumpliendo con los requisitos y formalidades en ellas requeridos, dentro de los cuales incluimos las facturas y los comprobantes de retención

**(g)** Exhibir y conservar en forma ordenada, mientras el tributo no esté prescrito, los libros de comercio, los libros y registros especiales, los documentos y antecedentes de las operaciones o situaciones que constituyan hechos impositivos

**(h)** Contribuir con los funcionarios autorizados en la realización de las inspecciones y fiscalizaciones, en cualquier lugar, establecimientos comerciales o industriales, oficinas, depósitos, buques, aeronaves y otros medios de transporte

**(i)** Exhibir en las oficinas o ante los funcionarios autorizados, las declaraciones, informes, documentos, comprobantes de legítima procedencia de mercancías, relacionadas con hechos impositivos, y realizar las aclaraciones que les fueren solicitadas

**(j)** Comunicar cualquier cambio en la situación que pueda dar lugar a la alteración de su responsabilidad tributaria, especialmente cuando se trate del inicio o término de las actividades del contribuyente

**(k)** Comparecer ante las oficinas de la Administración Tributaria cuando su presencia sea requerida

**(I)** Dar cumplimiento a las resoluciones, órdenes, providencias y demás decisiones dictadas por los órganos y autoridades tributarias, debidamente notificadas.

Los deberes formales exigen a los contribuyentes un esfuerzo que se traduce en recursos de tiempo, dinero y de administración, que poco o nada se relacionan con su actividad económica productiva, sin embargo, es necesario reconocer que con ellos se logra un mayor control tributario, que en definitiva garantiza una mayor justicia tributaria sustentada en la contribución “de todos y para todos”. En consecuencia, quien incumpla con cualquiera de estos deberes formales estará incurriendo en los ilícitos formales contemplados en la Ley, y por ende, será objeto de sanciones pecuniarias estipuladas en U.T. (multas), además de las de cierre, comiso, revocación y suspensión de las autorizaciones otorgadas a los contribuyentes. Por lo tanto, en un país donde es muy reciente la cultura tributaria, es importante tener en cuenta que además de pagar el tributo, hay que cumplir también con las obligaciones de hacer, es decir, cumplir con los deberes formales contemplados en el amplio ordenamiento jurídico que rige la materia tributaria

### **2.2.8 Estrategias Tributarias**

Una estrategia es un conjunto de acciones que son planificadas de manera tal que contribuyan a lograr un fin u objetivo que nos hemos determinado previamente. Las estrategias no sólo son utilizadas en ámbitos empresariales o a nivel organizacional, nosotros todo el tiempo estamos pensando estrategias para fines cotidianos. Koontz y Weihrich (2012: 123), definen la estrategia como la “...determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para alcanzarlos,” por lo tanto, la estrategia es un marco de referencia para las decisiones de una empresa que conforman su naturaleza y rumbo. Una estrategia será práctica y útil si un marco de referencia que especifique el alcance y los límites de cada área de decisión.

Sánchez Miranda (2008: 94) manifiesta que toda estrategia encaminada al correcto

pago de los impuestos debe tener al menos los siguientes objetivos básicos e indispensables:

- Reducción de la base del impuesto.
- Diferimiento de los impuestos por pagar.
- Recuperación de los saldos a favor.
- Cumplimiento correcto de las obligaciones fiscales.
- Certeza para planear en términos financieros.
- Marchar conjuntamente con la estrategia corporativa
- Administrar en forma proactiva los impuestos
- Disminuir carga impositiva
- Prever el impacto tributario de decisiones en la compañía
- Prever el impacto tributario de cambios en la normatividad
- Prever riesgos en procedimiento tributario
- No pagar más de lo correspondiente
- Aumentar rentabilidad de accionistas
- Programación anticipada de cumplimiento de obligaciones tributarias

El mismo autor señala, que una parte fundamental para lograr los objetivos anteriores es la aplicación estricta de las disposiciones fiscales siendo menester que sea como resultado de una interpretación armónica, producto de relacionar los preceptos fiscales con normas mercantiles, civiles y laborales, entre otras, con la finalidad de que al momento de implementarlas sea con el objetivo de lograr un beneficio económico en beneficio de los dineros, siendo sustancial dar pautas de acción para pagar un impuesto justo en correspondencia con las finanzas.

La estrategia tributaria está íntimamente relacionada con la planificación tributaria, el aplicar estrategias de orden impositivo puede hacer la diferencia entre un buen proyecto y un excelente proyecto. En efecto, la posibilidad de estructurar el negocio de una manera óptima, desde el punto de vista tributario, puede implicar un importante ahorro impositivo que implique que la evaluación del mismo sea

altamente positiva.

### 2.3 Definición de Términos Básicos

**Administración Tributaria:** Órgano competente del Ejecutivo Nacional para ejercer, entre otras, las funciones de recaudar los tributos, intereses, sanciones y otros accesorios, ejecutar los procedimientos de verificación y de fiscalización y determinación para constatar el cumplimiento de las leyes y demás disposiciones de carácter tributario por parte de los sujetos pasivos del tributo, liquidar los tributos, intereses, sanciones y demás accesorios, cuando fuere procedente, asegurar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. SENIAT (2011)

**Contribuyente:** aquel sujeto pasivo respecto del cual se verifica el hecho imponible. Dicha condición puede recaer en las personas naturales, personas jurídicas, demás entes colectivos a los cuales otras ramas jurídicas atribuyen calidad de sujeto de derecho y entidades o colectividades que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y de autonomía funcional. Moya (2009)

**Control Fiscal:** conjunto de mecanismos legales, técnicos y administrativos que utiliza el Estado para evitar la evasión y prescripción de los tributos. Moya (2009)

**Control Interno tributario:** se está en presencia de un control interno Tributario: “Cuando este control existe y su aplicación previene el incumplimiento de las obligaciones tributarias en las condiciones establecidas en las leyes tributarias y su reglamentos. Moya (2009)

**Fiscalización:** la necesidad y justificación de la fiscalización de toda administración hacendaria habrá que buscarla en la naturaleza del ser humano y su natural inclinación a incumplir con sus obligaciones y deberes tributarios. La fiscalización o inspección, como algunos prefieren llamarla tiene la finalidad de influir en el ánimo de los contribuyentes a efecto de que en lo sucesivo asuman conductas conformes a derecho. Villegas (2010),

**Gestión tributaria:** planifica y administra tanto los recursos destinados a cada

programa inherente a la contribución tributaria para el servicio público del Estado, como su financiamiento, con el objeto de mantener estabilidad macro económica en la medida que optimice los procedimientos de recaudación, retención y cancelación de impuestos. Villegas (2010),

**Normas Tributarias:** conjunto de cuerpos legales que norman o regulan las actividades de todos o de parte de los contribuyentes a través de leyes, Decretos Leyes, Decretos Supremos, entre otros de carácter tributario. Villegas (2010),

**Recaudación:** es la acción de recoger, recaudar, acumular elementos materiales a fin de concentrar una totalidad y ponerla a disposición de un objetivo, generalmente de orden público. Ejemplo: recaudación de impuestos. Moya (2009)

**Tributos:** “son prestaciones exigidas en dinero por el Estado en ejercicio de su poder de imperio en virtud de una ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines. Moya (2009)

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

Éste punto refleja de forma precisa el tipo de datos que se requiere indagar para el logro de los objetivos de la investigación, así como la descripción de los distintos métodos y las técnicas que posibilitarán obtener la información necesaria ya que es una serie de pasos, que permiten responder con lo que se quiere estudiar, los alcances y el porqué de la investigación, al igual que con los fundamentos teóricos y los aspectos que se quiere probar. De acuerdo Tamayo y Tamayo (2014: 175). “la metodología es un procedimiento general para lograr de manera precisa el objetivo de la investigación por lo cual nos presenta los métodos y técnicas para la realización de la investigación.

#### **3.1 Tipo y Diseño de la Investigación**

De acuerdo a los objetivos específicos de la investigación, se ajusta a los requerimientos y exigencia de un proyecto factible, apoyado en una investigación de campo – documental. El manual de trabajos de grado de especialización y maestrías y tesis doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (UPEL (2016: 7), define al proyecto factibles como; “la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar

problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos”.

Es por ello, que la presente investigación comprende: la recolección, tratamiento y análisis de los datos, ya que está orientada a dar soluciones a determinadas problemáticas que se presentan, a través del diseño de estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

A su vez, el tipo de investigación es de campo, apoyada en una base documental, ya que se analizó la planificación tributaria para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, con el propósito de describir, interpretar y entender los factores que la conforman, donde a través del uso de métodos se recogerán datos en forma directa para darle cumplimiento a los objetivos del estudio. La investigación de campo es definida por Balestrini (2012) como:

La delimitación de un diseño de campo, entendido el campo como una relativa y circunscrita área de estudio, a través de la cual los datos se recogen de manera directa de la realidad en su ambiente natural, con la aplicación de determinados instrumentos de recolección de datos son primarios por cuanto se recogen en su realidad cotidiana, natural, observando, entrevistando o interrogando a las personas vinculadas con el problema investigado. (p. 9).

Del mismo modo, dado a la naturaleza de la investigación, el estudio se considera documental. Según Chávez (2008 85): “los estudios documentales son aquellos que se realizan sobre la base de documentales o revisiones bibliográficas. Esas investigaciones se efectúan en función de documentos escritos: numéricos o estadísticos, cartográficos, imagen y sonido, memorias, anuarios, archivos, entre otros”. Por lo cual, se recolecta información de carácter documental, tales la cultura tributaria, la planificación tributaria, deberes formales, impuestos y estrategias tributarias, las cuales forman el marco teórico del estudio.

### 3.2 Fases Metodológicas

El presente trabajo de investigación se ha dividido en tres (3) fases, diseñadas para alcanzar los objetivos propuestos, las cuales se presentan a continuación

**Fase I. Diagnóstico de la situación actual que presentan los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. en cuanto al conocimiento de la cultura tributaria.**

Para llevar a cabo esta fase se seleccionó como técnica de recolección de datos la encuesta, cuyo principal objetivo será recabar información acerca de la situación actual que presentan los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. en cuanto al conocimiento de la cultura tributaria. Méndez (2010: 124). Señala que: “este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias”. Esta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para reunir información. Sabino, (2014) lo define como:

Un instrumento escrito que debe resolverse sin interacción del investigador, el cuestionario establece provisionalmente las consecuencias lógicas de un problema que, aunada a la experiencia del investigador y con la ayuda de la literatura especializada servirán para elaborar las preguntas congruentes con dichas consecuencias lógicas (p 72)

El cuestionario se estructuró con preguntas de tipo dicotómico cerrado; es decir, es aquel que ofrece dos opciones de respuesta (Sí y No) sin precisar alguna explicación evaluativo o adicional en las mismas que la justifique como tal y será aplicado a la población objeto de estudio.

Palella y Martins (2012: 93), definen a la población como “el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones”. Para el presente estudio, se tienen dos poblaciones: la población A

conformada por 19 analistas contables; y una población B conformada por 350 contribuyentes PYME que maneja la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

Por otro lado, la muestra es un subconjunto representativo de un universo o población. Arias (2016: 83), señala que: “es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. Para el caso de la presente investigación, los investigadores convienen en realizar un muestreo aleatorio simple sobre la población B. El muestreo aleatorio simple garantiza, en términos teóricos, que cada una de los individuos de la población tenga la misma oportunidad de aparecer en la muestra. La fórmula que utilizó el investigador para el cálculo de la muestra es la siguiente:

La fórmula del muestro simple aleatorio, se presenta a continuación:

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

$$n = \frac{350 \cdot 2,6896 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{2,6896 \cdot 0,50 \cdot 0,50 + 0,01 \cdot 349} = 57$$

Siendo:

**n** = Tamaño de la muestra.

**Z** = Nivel de confianza con el que se desea generalizar los datos a la Población total.

**p** = Variabilidad positiva.

**q** = Variabilidad negativa.

**e** = Precisión o error que se está dispuesto a aceptar en tal generalización.

**N** = Tamaño de la población

Es importante destacar que para los fines de aplicación de esta fórmula ha de tenerse en cuenta un 90% de confianza, un error muestral del 10% y se utilizará un valor máximo de variabilidad que para fines estadísticos representa 50% para p y 50% para q.

Después de haber aplicado la fórmula, la muestra quedó conformada por 57 PYME. El total de la muestra queda conformada de la siguiente manera:

Muestra A. 19 Analistas

Muestra B. 57 PYME

Total Muestra: 76 personas

**Fase II. Determinación la importancia de la cultura tributaria como medio para el fortalecimiento de la planificación fiscal de los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.**

En esta fase se empleó como técnica de recolección de información la observación directa, la cual es definida por Arias (2016: 69), como “una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos”. Esta técnica sirve para recopilar datos e información mediante la percepción visual para observar los hechos, realidades sociales y a las personas del contexto real en donde se desarrollan normalmente sus actividades. Como instrumento se empleó la lista de cotejo. De acuerdo a Arias (2016: 70): “la lista de cotejo o de chequeo, también llamada lista de control o lista de verificación, es un instrumento en el que se indica la presencia o ausencia de un aspecto o conducta a ser observada”. Este instrumento consistió en un listado estructurado en tres (3) columnas analizar para importancia de la cultura tributaria como medio para el fortalecimiento de la planificación fiscal de los contribuyentes. .

Una vez conocidas las técnicas de recolección de datos, se describen las distintas operaciones a las que fueron sometidos los datos que se obtengan, es decir, las técnicas de análisis de datos, las cuales son herramientas útiles para organizar, describir y analizar datos recogidos con los instrumentos de investigación. En este punto se describen las distintas operaciones a las que fueron sometidos los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso. En lo

referente al análisis, se definirán las técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis, síntesis), o estadísticas (descriptivas). En consecuencia a lo expresado, y una vez efectuado el proceso de recolección de datos relacionado con las variables objeto de estudio, se procedió a clasificar los datos obtenidos para la aplicación del análisis correspondiente.

### **Fase III. Diseño de las estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.**

En esta fase se planteó la propuesta, a través del diseño de las estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A., para lo cual se tomaron en cuenta los resultados obtenidos a través de las diferentes técnicas de recolección de información que se aplicaron. La propuesta se estructura de la siguiente manera:

- Presentación de las Propuesta

- Justificación del a Propuesta

- Objetivo General y Específicos de la Propuesta

- Factibilidad de la propuesta

- Desarrollo de las estrategias de marketing

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1 Análisis y Presentación de los Resultados**

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos luego de aplicar las técnicas de recolección de información, que dan origen a una serie de resultados que permitieron dar respuesta a los objetivos específicos propuestos en esta investigación. En primer lugar, se empleó un cuestionario para diagnosticar la situación actual que presentan los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. en cuanto al conocimiento de la cultura tributaria. El mismo estuvo conformado por doce (12) preguntas dicotómicas (SI/NO). Las primeras seis (6) referidas a la cultura tributaria aplicadas a los microempresarios o contribuyentes que maneja la empresa. Las siguientes preguntas referidas a las herramientas financieras fueron dirigidas a los analistas contables de la empresa.

Los resultados del cuestionario se tabularon y se codificaron en cuadros de frecuencias porcentuales, las respuestas se muestran en gráficos circulares facilitando así el análisis e interpretación de los resultados. Dichos cuadros contienen aspectos como el criterio de selección de respuestas, las secciones que fueron seleccionadas para el estudio, la frecuencia de las respuestas y el porcentaje que representan estas respuestas.

En segundo lugar, se empleó una lista de cotejo elaborada con seis aspectos, la cual permitió determinar la importancia de la cultura tributaria como medio para el fortalecimiento de la planificación fiscal de los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. Con los resultados obtenidos se diseñaron las estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

**4.2 Diagnóstico de la situación actual que presentan los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. en cuanto al conocimiento de la cultura tributaria.**

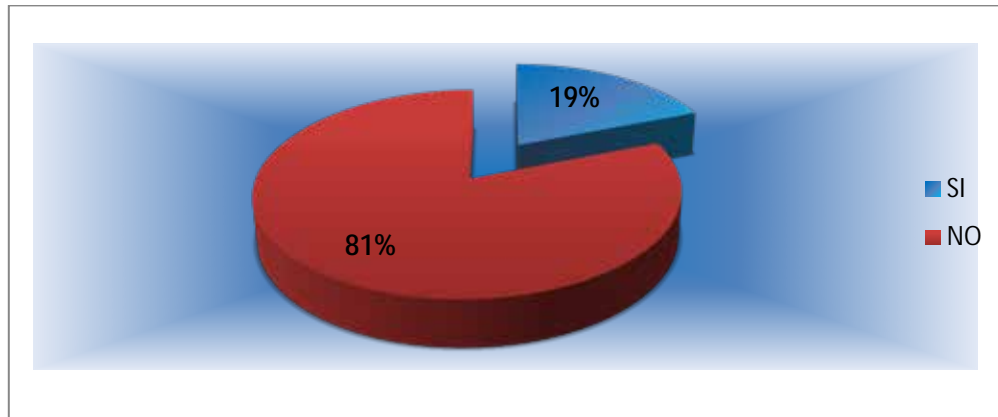
**Cuestionario aplicado a los contribuyentes PYME (Cultura Tributaria)**

Ítem 1. ¿Tiene usted conocimiento sobre la importancia que representa para la Administración tributaria la recaudación de los impuestos?

**Cuadro 1. Recaudación de los Impuestos**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	19%
NO	46	81%
Total	57	100%

Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 1.** Recaudación de los Impuestos

**Fuente:** Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

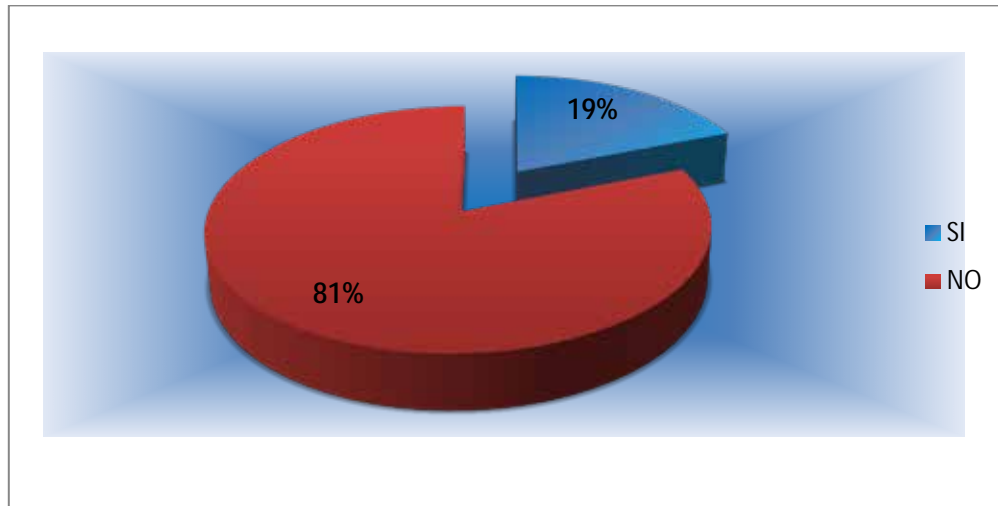
**Análisis.** Los resultados obtenidos muestran, que el ochenta y uno (81) % de los encuestados no tienen conocimiento acerca de la importancia que representa para la Administración tributaria la recaudación de los impuestos. Se observa la falta de una cultura tributaria en estas empresas. Por otra parte, el diecinueve (19) % indican lo contrario, ya lo recaudado por este concepto es utilizado para la mejora de los servicios públicos.

Ítem 2. ¿Considera que la cultura tributaria influye en la recaudación de los impuestos?

**Cuadro 2. Cultura Tributaria**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	19%
NO	40	81%
Total	57	100%

**Fuente:** Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 2.** Cultura Tributaria

**Fuente:** Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

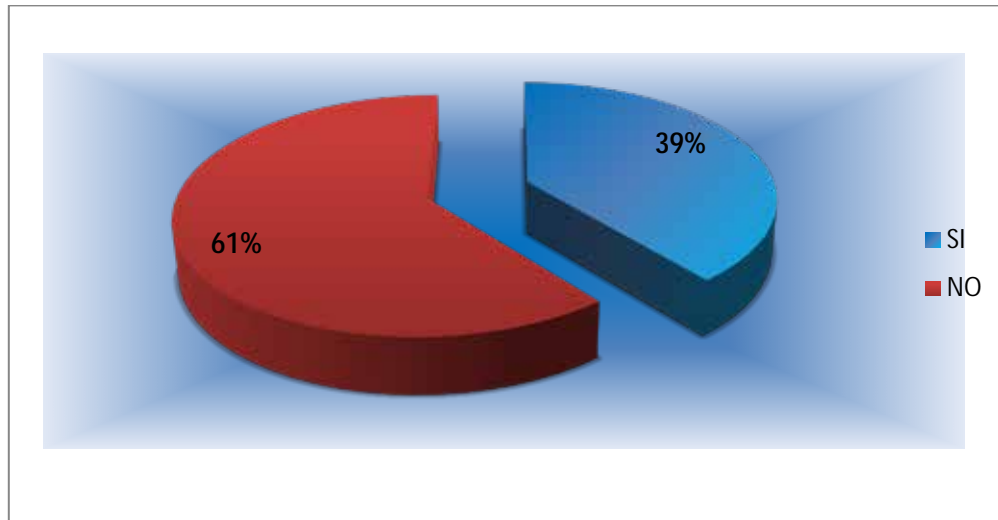
**Análisis.** En este ítem se observa, que el ochenta y uno (81) % de los encuestados no tiene conocimiento acerca de la cultura tributaria, por lo tanto desconocen si esta influye en la recaudación de los impuestos. Por otro lado, un diecinueve (19) % señalan, que si podría tener como beneficio el aumento de los servicios, la disminución de la evasión fiscal, contribuyentes informados oportunamente, entre otras, lo cual tienen gran importancia, debido a que mientras mayor sea la cultura tributaria de los contribuyentes, aumenta la cantidad de ingresos percibidos por concepto de impuesto.

Ítem 3. ¿Cree usted, que el órgano recaudador incentiva y fomenta en las PYMES la cultura tributaria para el pago de los impuestos?

**Cuadro 3. Incentivos**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	22	39%
NO	35	61%
Total	57	100%

**Fuente:** Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 3.** Incentivos

**Fuente:** Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

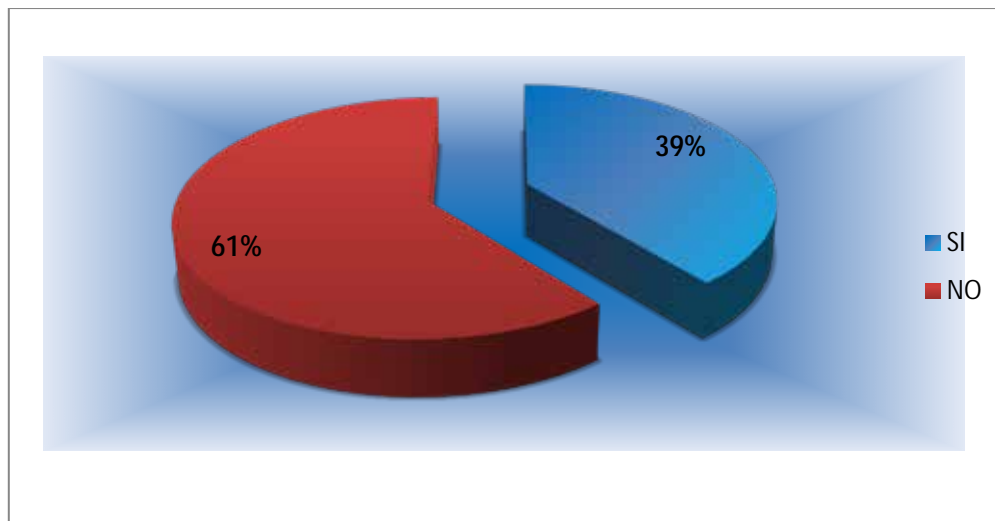
**Análisis.** Como se muestra en los resultados, un sesenta y uno (61) % de las personas encuestadas, señalan que el órgano recaudador (SENIAT) no incentiva y fomenta en las PYMES la cultura tributaria para el pago de los impuestos. En contraposición con el treinta y nueve (39) % que señalan que si motivan a las empresas a través de campañas publicitarias. La administración tributaria debe fomentar el aprendizaje en materia de cultura tributaria para generar conocimientos, valores y representaciones sociales que conduzcan al contribuyente a valorar como idóneo el proceso de cumplir con sus deberes tributarios en bien de la comunidad.

Ítem 4. ¿Tiene conocimientos de los mecanismos de difusión aplicados por la Administración Tributaria para promover el conocimiento de los deberes tributarios en relación al pago de los impuestos?

**Cuadro 4. Mecanismos de Difusión**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	22	39%
NO	35	61%
Total	57	100%

**Fuente:** Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 4.** Mecanismos de Difusión

**Fuente:** Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

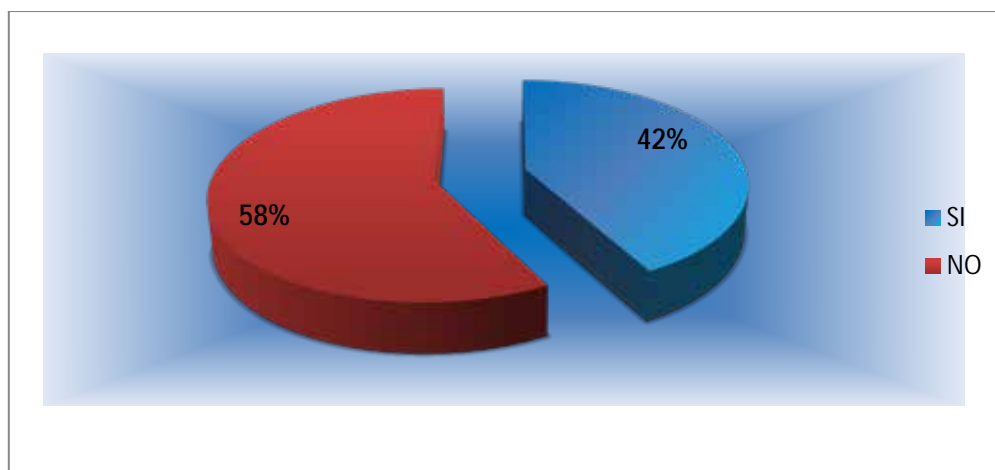
**Análisis.** Según los resultados obtenidos, el sesenta y uno (61) % de los contribuyentes encuestados no tiene conocimiento de los mecanismos de difusión aplicados por la Administración Tributaria para promover el conocimiento de los deberes tributarios en relación al pago de los impuestos. Otro treintainueve (39) % si tiene conocimiento, tales como visitas personalizadas, publicidad. Sin embargo, estos mecanismos no son del todo eficientes que no realizan campañas de divulgación de deberes, lo cual incide en la recaudación del impuesto

Ítem 5. ¿Conoce usted sobre los programas de Educación y Capacitación Tributaria implementados por la Administración Tributaria?

**Cuadro 5. Programas de Educación Tributaria**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	24	42%
NO	33	58%
Total	57	100%

**Fuente:** Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 5.** Mecanismos de Difusión

**Fuente:** Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

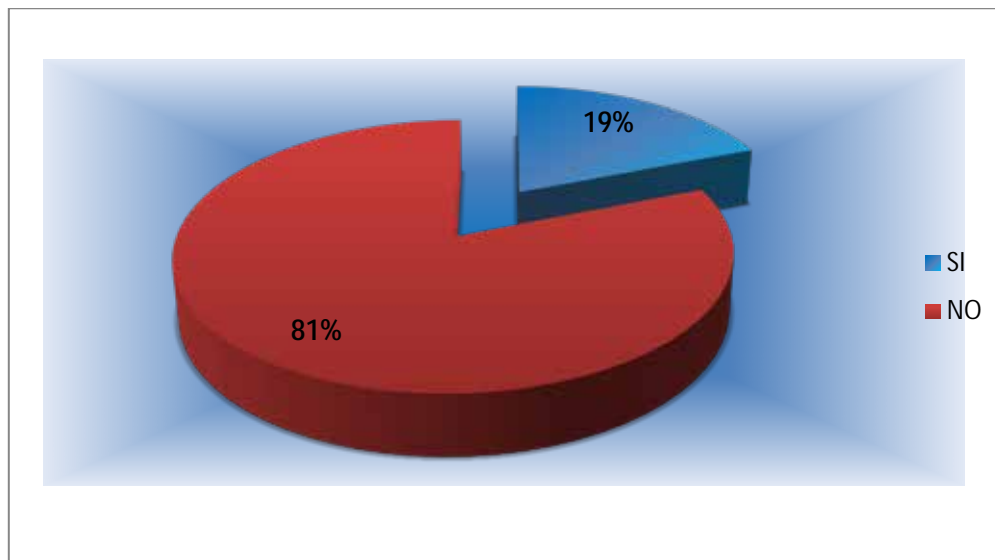
**Análisis.** Según los resultados obtenidos se evidencia que el cincuenta y ocho (58) % de los contribuyentes encuestados no conocen sobre los programas de educación y capacitación tributaria implementados por la Administración Tributaria. Se podría decir, que esto se debe a la falta de interés o la poca fe en el ente regulador tributario del país, más allá de esto, la creación de estos programas por parte del SENIAT exhorta a los contribuyentes a cumplir con sus obligaciones tributarias, así como crear conciencia en la participación del ciudadano y su importancia en la economía del país. Por otra parte, el cuarenta y dos (42) % señala que conocen las jornadas de capacitación tributaria

Ítem 6. ¿Cree usted que el contribuyente recibe orientación por parte de la Administración tributaria acerca de sus deberes formales?

**Cuadro 2. Deberes Formales**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	19%
NO	40	81%
Total	57	100%

**Fuente:** Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 6. Deberes Formales**

**Fuente:** Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

**Análisis.** El gráfico muestra que el ochenta y uno (81) % de los contribuyentes encuestados señalan que no reciben orientación por parte de la Administración tributaria acerca de sus deberes formales y el diecinueve (19) % consideran que si la reciben. Es importante que el contribuyente tenga asesoramiento sobre los deberes formales y de los procedimientos para la recaudación, ya que ello contribuye al éxito y eficiencia de la empresa, dado que le permitirá tomar las previsiones para optimizar los procedimientos internos y cumplir oportunamente con las obligaciones tributarias

**Cuestionario aplicado a los trabajadores. (Herramientas Tributarias)**

Ítem 7. ¿En la empresa se llevan a cabo normas administrativas para dar cumplimiento a las obligaciones fiscales oportuna y de manera correcta de las PYME que maneja?

**Cuadro 7. Obligaciones Fiscales**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
----------	------------	------------

SI	12	63%
NO	7	37%
Total	19	100%

Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)

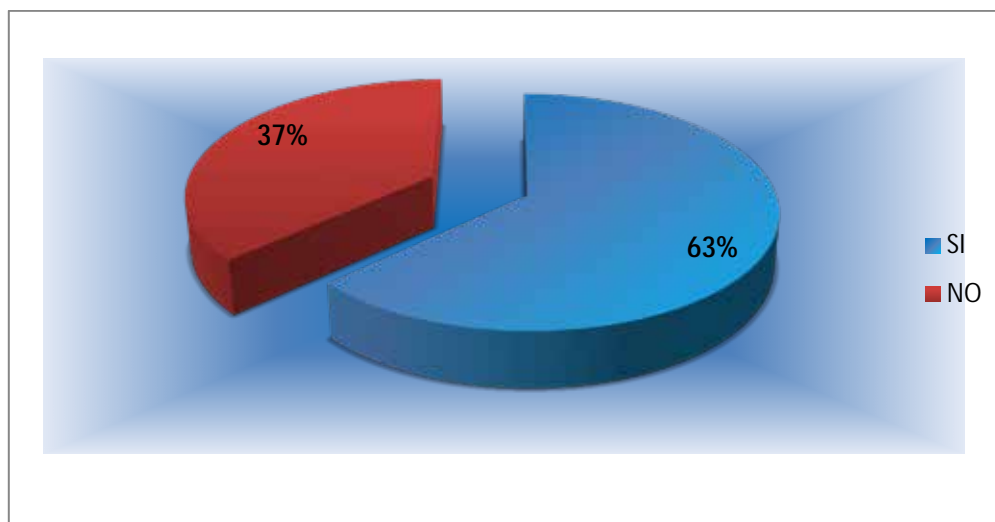


Gráfico. Obligaciones fiscales

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

**Análisis.** El sesenta y tres (63) % de las personas encuestadas, considera que en la empresa se manejan normas administrativas para dar cumplimiento a las obligaciones fiscales de las empresas que maneja oportuna y de manera correcta. Treinta y siete (37) % señala, señala lo contrario, aunque las normas están establecidas o se cumplen por parte del personal encargado de manejar los tributos. Esto crea efectos negativos en los resultados de la gestión administrativa de los contribuyentes

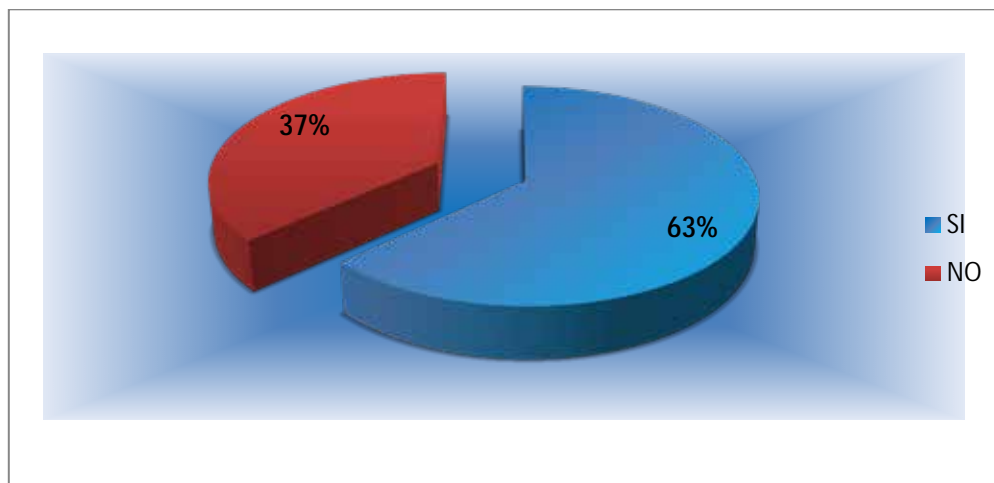
Ítem 8. ¿Cree usted, que la gestión financiera que se lleva en la empresa en materia de impuestos aporta información para la toma de decisiones tributarias para las empresas que manejan?

#### Cuadro 8. Gestión Financiera

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	63%

NO	7	37%
Total	19	100%

Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 8.** Obligaciones fiscales

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

**Análisis.** En este ítem se observa, que el sesenta y tres (63) % de las personas encuestadas, están de acuerdo en afirmar que en la empresa se lleva de manera eficiente la gestión financiera para el control tributario de las empresas que manejan, permitiendo tomar decisiones acertadas a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) con respecto a los tributos. Por otra parte, un treinta y de siete por ciento (37) % del personal opinan que la gestión no es eficiente, lo cual puede traer como consecuencia incumplimiento de las obligaciones tributarias de las PYME.

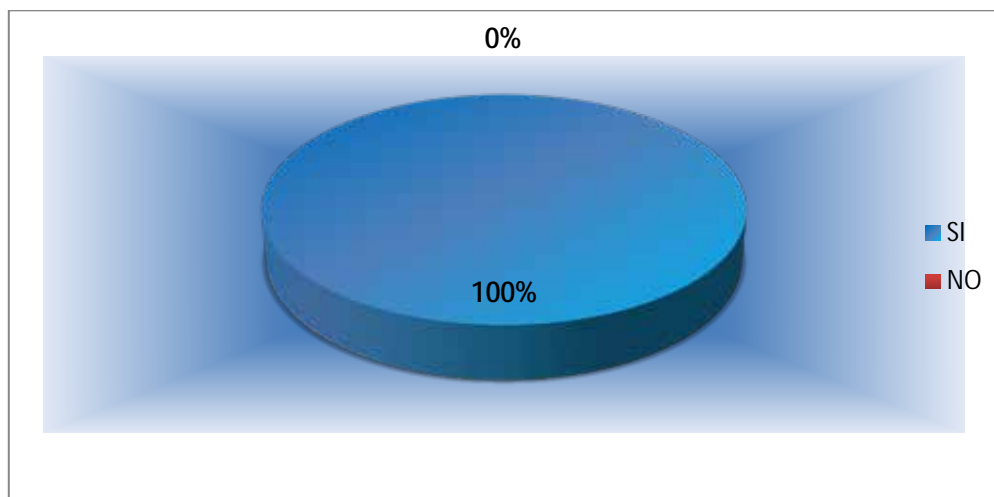
Ítem 9. ¿Considera usted, que el personal administrativo y contable recibe capacitación sobre actualizaciones fiscales y financieras?

**Cuadro 9. Personal Capacitado**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	100%
NO	-	-

Total	19	100%
-------	----	------

Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 9.** Personal Capacitado

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

**Análisis.** En este ítem se observa, que el cien (100) % de las personas encuestadas, considera que el personal administrativo y contable recibe capacitación sobre actualizaciones fiscales y financieras. Es importante para la organización poseer trabajadores que estén actualizados en materia tributaria. En tal sentido, la capacitación mejora el desempeño de los trabajadores y ayuda al cumplimiento de las metas organizaciones, porque se crea sentido de pertenencia hacia la empresa, es por ello necesario, establecer programas de adiestramiento en materia tributaria de forma permanente

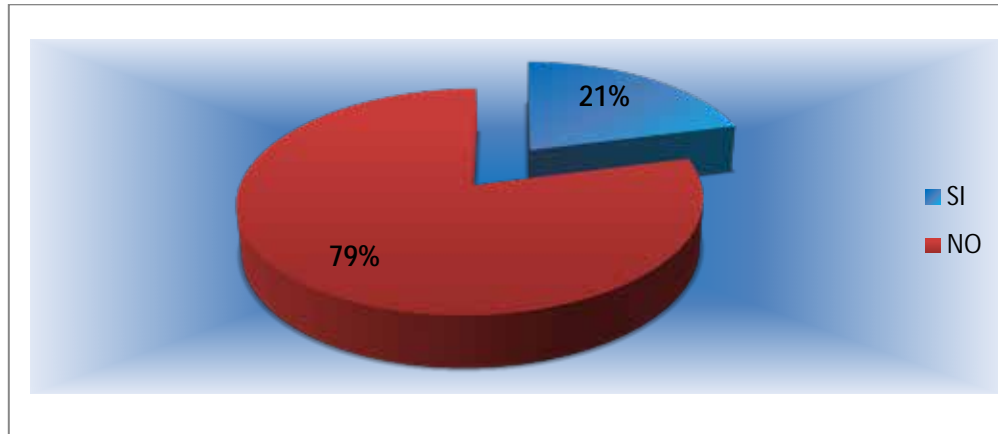
Ítem 10. ¿Cree usted, que los contribuyentes conocen la importancia que representa para la administración tributaria la recaudación de los impuestos?

**Cuadro 10. Recaudación de los impuestos**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	21%
NO	15	79%

Total	19	100%
-------	----	------

Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 10.** Recaudación de los impuestos

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

**Análisis.** El setenta y nueve (79) % de los trabajadores, consideran que los contribuyentes no conocen la importancia que representa para la administración tributaria la recaudación de los impuestos, aunque afirmaron reconocer que es un deber formal. Por otro lado, un veintiuno (21) % señalan que si la conocen. Los Impuestos son aportes establecidos por Ley que deben hacer las personas y las empresas, para que el Estado tenga los recursos suficientes para brindar los bienes y servicios públicos que necesita la comunidad. En este sentido, las organizaciones deben planificar sus impuestos para el cumplimiento a cabalidad de sus obligaciones tributarias.

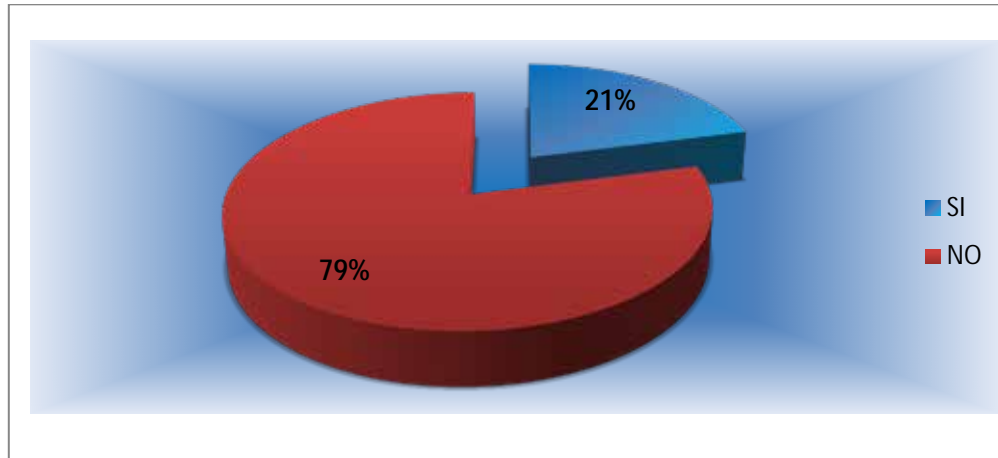
Ítem 11. ¿Cree usted, que los empresarios pyme tienen conocimiento acerca de la cultura tributaria?

**Cuadro 11. Conocimiento de la Cultura Tributaria**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	21%
NO	15	79%

Total	19	100%
-------	----	------

Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 11.** Conocimiento de la Cultura Tributaria

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

**Análisis.** De acuerdo a los resultados obtenidos, el setenta y nueve (79) % de los encuestados señalan que los empresarios pyme no tienen conocimiento acerca de la cultura tributaria, puesto que ignoran lo que significa tributar y ser formales, Por otro lado, el veintiuno (21) % indican que si tienen conocimientos. La cultura tributaria se identifica con el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente. Las razones fundamentales de la tributación son el proporcionar a la Nación los medios necesarios para que este cumpla con su función primaria como lo es la de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes

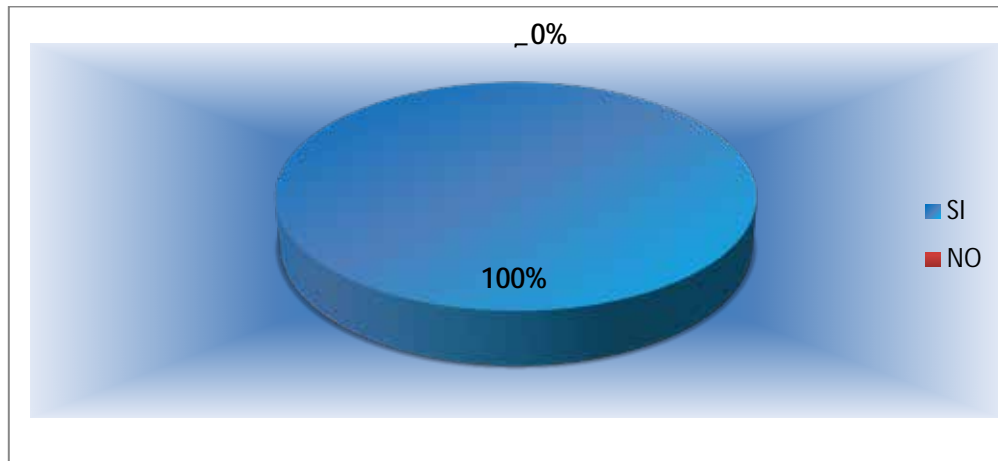
Ítem 12. ¿Considera necesario diseñar estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los contribuyentes de la empresa?

**Cuadro 12. Estrategias Tributarias**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	100%

NO	-	-
Total	19	100%

Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)



**Gráfico 12.** Estrategias Tributarias

Fuente: Datos obtenidos de la aplicación del instrumento

**Análisis.** En este se observa, que el cien (100) % de las personas encuestadas, está de acuerdo en afirmar, que a través del diseño de estrategias se fortalecerá la cultura tributaria de los contribuyentes de la empresa. Es importante acotar, que si se aplican herramientas formativas que facilite el conocimiento de los tributos a los contribuyentes que maneja la empresa Administra Ac & Asociados, C.A., se contribuirá ampliar y promover la educación tributaria y el cumplimiento de las obligaciones tributaria. Por lo tanto, desde este punto de vista, se hace factible la elaboración de la propuesta.

#### **4.3 Determinación la importancia de la cultura tributaria como medio para el fortalecimiento de la planificación fiscal de los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.**

**Cuadro 13.** Lista de Cotejo

Ítem	Aspecto a observar	Si	No
------	--------------------	----	----

1	Existencia de equipos y programas que posee la empresa con respecto al área tributaria están actualizados	X	
2	Conocimiento de los requisitos para el cumplimiento de los deberes formales de los contribuyentes	X	
3	La empresa tiene establecido programaciones para el control de los impuestos de los contribuyentes que maneja		X
4	Existencia realmente una cultura tributaria en la empresa		X
5	Conocimiento de las obligaciones tributarias de las empresas que maneja la organización	X	
6	Asesoramiento tributario a los contribuyentes para fortalecer la cultura tributaria		X

Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)

### **Análisis de la Lista de Cotejo**

**Ítem Uno.** Tal como se puede apreciar los equipos están actualizados ofreciendo esto un mejor rendimiento en sus actividades de acuerdo con se lleva a cabo una correcta planificación fiscal dentro de la empresa. Los empleados del departamento de administración y contabilidad están de acuerdo de que la empresa cumple con todos los requisitos establecidos en la ley ya que posee programas actualizados.

**Ítem Dos.** Como se observa, la empresa tiene conocimientos de los requisitos para el cumplimiento de los deberes formales, tales como el de llevar libros y registros exigidos, presentar la declaración. Sin embargo, no son cumplidos en forma adecuada por los contribuyentes (PYMES), puesto que no se tienen establecidos procedimientos administrativos para la gestión tributaria

**Ítem Tres.** Como se observa empresa no tiene establecido programaciones para el control de los impuestos de las empresas que maneja. Esto es debido a que los

procesos no se manejan de manera adecuada y no se cuentan con herramientas administrativas para acelerar el proceso..

**Ítem Cuatro.** No existe realmente una cultura tributaria. Es necesario que todos los ciudadanos posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los mismos son recursos que recauda el Estado y en carácter de administrador. La cultura tributaria es indispensable en toda sociedad, puesto que es la manera de vivir juntos, moldea el pensamiento, la imagen y el comportamiento, de manera que el sujeto pasivo pueda cumplir de manera voluntaria con las obligaciones tributarias.

**Ítem Cinco.** En este ítem se observa, que se conocen las obligaciones tributarias a las cuales están sujetas las empresas que maneja la organización. Sin embargo, es importante optimizar los procedimientos administrativos relacionados con la planificación tributaria, ya que se observa que no se han tomado las previsiones para mejorar los procedimientos internos y cumplir oportunamente con las obligaciones tributarias de los contribuyentes.

**Ítem Seis.** Los resultados que se muestran, que la empresa no otorga asesoramiento tributario a los contribuyentes para fortalecer la cultura tributaria. Sin embargo, se preocupa por las actualizaciones en cuanto a los lineamientos emitidos por el SENIAT, por lo que se requiere actualizar los procedimientos tributarios para una mayor efectividad de los mismos, ya que se incurre en errores a la hora de preparar las declaraciones de los impuestos por desconocimiento de las leyes vigentes. La capacitación mejora el desempeño de los trabajadores y ayuda al cumplimiento de las metas organizaciones, porque se crea sentido de pertenencia hacia la empresa

## **CAPÍTULO V**

### **LA PROPUESTA**

#### **5.1 presentación de la Propuesta**

La educación tributaria debe formar parte de la educación integral del contribuyente como parte de la iniciativa propia en el cumplimiento voluntario de las obligaciones que les son asignadas por las leyes, y no debe verse como la implantación de sanciones para recaudar los tributos bajo presión por temor al cierre de los negocios. En tal sentido, debe empezarse a crear el compromiso social que los ciudadanos tienen ante el fisco nacional y con la sociedad misma.

Dentro de lo planteado, el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria: (SENIAT) debe orientar recursos y estrategias en la formación de la cultura tributaria para de esta manera incentivar la cancelación de los impuestos. Por ello, debe trabajar en función a definir, impulsar y financiar dicha cultura, desarrollando políticas orientadas a un programa permanente, de manera que todos los actores involucrados, participen activamente en dicha estrategia, buscando apoyo y alianzas estratégicas entre las diferentes direcciones, institutos autónomos y departamentos que la conforman.

En este contexto, se presenta la propuesta de estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A., que promueva la adecuada planificación y cumplimientos de sus obligaciones tributarias, la misma viene dada por las debilidades que presentan los contribuyentes PYME en cuanto a la poca comprensión y adaptación de las leyes, normas, decretos y providencias tributarias, así como la carencia de principios y entendimiento en el tema tributarios que muestran el camino más apropiado para permanecer como entidades comprometidas y responsables ante sus deberes fiscales.

## **5.2 Justificación de la Propuesta**

De acuerdo con los resultados obtenidos en el capítulo anterior, donde se muestra la carencia de la educación tributaria de las pequeñas y medianas empresas que maneja Administra Ac & Asociados, C.A. se hace necesario crear una propuesta innovadora que permita a los contribuyentes conocer sus obligaciones y asumir las responsabilidades tributarias, dejando clara que la educación tributaria no es únicamente el pago de los tributos, sino que también se enfoca como factores primordiales como la responsabilidad y compromiso social. A su vez contribuirá el aumento de la recaudación tributaria, a través de campañas de concientización referidas al conocimiento e importancia que tiene la recaudación de los tributos.

El éxito fundamental de la propuesta depende de dos factores, la receptividad y voluntad suficiente del contribuyente para adaptar los conocimientos impartidos e implementarlos en su organización, y el interés e importancia que le del ente regulador en el área de estudio para adaptar este material como herramienta en sus programas de educación tributaria. La finalidad de la implementación de la misma es contribuir con el desarrollo regional, con miras a la sustentabilidad de la sociedad del país. La educación tributaria permitirá a dueños de pequeñas y medianas empresas alcanzar de una manera satisfactoria el cumplimiento de las obligaciones tributarias y el conocimiento pleno del área tributaria – administrativa – contable dentro de sus organizaciones.

## **5.3 Objetivos de la Propuesta**

### **5.3.1 Objetivo General de la Propuesta**

Diseñar estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de

los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

### **5.3.2 Objetivos Específicos de la Propuesta**

- Elaborar estrategias para la formación de valores ciudadanos a través de la educación tributaria para los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.
- Impulsar mecanismos de divulgación y promoción para los procesos tributarios
- Establecer un Programa de formación, orientación y cultura tributaria para los contribuyentes que maneja la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

### **5.4 Factibilidad de la Propuesta**

**Factibilidad Institucional:** existe la disponibilidad de los contribuyentes pyme poner en práctica de la propuesta planteada, así como el compromiso de los trabajadores de llevar a cabo las estrategias propuestas; por lo cual desde el punto de vista institucional la propuesta es viable

**Factibilidad Operativa:** la propuesta se considera viable puesto que no repercute ni estructural ni físicamente de las pyme. En este aspecto, se dispone de los recursos necesarios para llevarla a cabo operativamente, ya que se dispone tanto del talento humano, así como también de la infraestructura necesaria para la implementación de la misma.

**Factibilidad Técnica:** los contribuyentes que maneja la empresa Administra Ac & Asociados, C.A., cuentan con los equipos necesarios para la aplicación del diseño de estrategias para fomentar cultura tributaria, debido a que poseen equipos de computación, papelería, tecnología, soporte técnico, entre otros; por tanto es factible la aplicación de este diseño, ya que, no presenta ningún inconveniente en relación a

estos recursos.

**Factibilidad Económica:** se refiere al análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto. Es una herramienta imprescindible para conocer la totalidad gastos en que se incurra en la elaboración de la propuesta. Los costos involucrados en la propuesta dependerán directamente de la organización, siendo esto normalmente contemplado en los presupuestos anuales de las pyme.

### 5.5 Desarrollo de la Propuesta

#### Estructura de la Propuesta



Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)

**Objetivo 1. Elaborar estrategias para la formación de valores ciudadanos a través de la educación tributaria para los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.**

Estas estrategia están orientadas a desarrollar proyectos participativos que deben ser trabajados de una metodología que incentive las buenas prácticas ciudadanas al interior de las empresas, propiciando un clima democrático como condición para el desarrollo de la conciencia ciudadana y tributaria de los contribuyentes pyme. Se presenta el siguiente esquema:

**Finalidad:**

- Capacitar a los gerentes de las pyme en temas de Cultura Tributaria, como recurso educativo para la incorporación en los procesos tributarios de las empresas
- Fomentar en los trabajadores del área administrativa contable aprendizajes de Cultura Tributaria, además de conceptos como: ciudadanía, bienes y servicios públicos, estado, presupuesto, etc. mediante la práctica de los valores cívicos.
- Fomentar en los dueños de las pequeñas y medianas empresas y a los trabajadores en su cargo como contribuyentes la función social que cumplen los tributos en la dinámica económica del país.

**Estrategia 1: Capacitación del Gerente Pyme**

- La capacitación de los gerentes de las pyme en Formación Tributaria serán dictados por la Administración Tributaria
- Seguidamente, se convocan para el registro e inscripción a los gerentes,

coordinadores o supervisores que participarán en el programa Formación Tributaria

- Obligaciones tributarias de los contribuyentes con negocio: en este tema se les capacitará a cerca de los requisitos y obligaciones que deben tener las personas naturales y/o jurídicas que desarrollan una actividad económica en forma conjunta de rentas de capital y trabajo.
- Los gerentes de las pyme serán los encargados ejecutar el programa en la formación tributaria a los trabajadores del área administrativa y contable de las empresas. Por lo tanto, se requiere evaluar a los gerentes que han participado en la capacitación, otorgándoles una acreditación formal de capacitador
- Puesta en práctica de las actividades en la empresa por parte de los gerentes capacitados.

### **Estrategia 2. Seguimiento y Evaluación de la Capacitación**

Una vez concluida la capacitación se procederá a efectuar un programa de evaluación de conocimientos donde se realizarán una serie de preguntas de tipo tributario. La recepción del conocimiento por parte de las personas será inmediata y estimulada. Sin embargo, la asimilación y aplicación de los mismos se verá reflejada únicamente en la correcta clasificación y aplicación de las normas

### **Estrategia 3. Portal en Internet**

El SENIAT posee un portal web mediante el cual los contribuyentes o cualquier persona pueden informarse todo concerniente a impuestos. Sin embargo, esto no es suficiente como medio de difusión, la mayoría de los gerente tiene educación inicial, unos cuantos educación superior y unos muy pocos educación superior, por

desconocen el uso de internet, mostrándose muy poco útil la difusión que hace el SENIAT por su portal web, se debe de fortalecer esta estrategia con otros tipos de difusión

## **Objetivo 2: Impulsar mecanismos de divulgación y promoción para los procesos tributarios**

Se propone el uso de herramientas como charlas, seminarios, talleres, acciones de divulgación comunitaria. Es importante que cada herramienta utilizada implique el desarrollo de críticas reflexivas y educacionales, a fin de que el objetivo no se desvirtúa. La elaboración de estos talleres serán realizados por los trabajadores de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. en colaboración con la Administración Tributaria

### **1. Detectar los mecanismos de divulgación adecuados para suministrar la información concerniente a los procesos de fiscalización de los impuestos**

#### **Acciones:**

- Realizar actividades de difusión y publicidad centrados en la importancia de la formación un registro de información de contribuyentes pues esto fortalecerá a los ingresos propios del Municipio permitiendo mayor inversión en los servicios a la ciudadanía. Esta estrategia implica la utilización de instrumentos diversos y sencillos de publicidad y difusión
- Utilizar mecanismos de divulgación, tales como como foros sobre las actualizaciones tributarias y tópicos apropiados sobre los procesos de fiscalización, publicidad televisiva y publicidad móvil, apropiados para hacer llegar la información tributaria
- creación de un video, educativo, donde se muestra consecutivamente los conceptos básicos en los que se basa esta investigación, captando la atención de los

contribuyentes, e informándoles sobre los aspectos más importantes a tomar en cuenta en cuanto a la declaración y pago oportuno de sus impuestos

## **2. Utilizar herramientas promocionales para hacer llegar de manera efectiva la información de los procesos de fiscalización de los impuestos**

### **Acciones:**

- Difundir propagandas sobre los procesos de fiscalización de los impuestos
- Poner a disposición una línea de consulta y atención al contribuyente, para garantizar el seguimiento o acompañamiento en los procesos de fiscalización al contribuyente

## **3. Crear Incentivos que permitan profundizar más la cultura tributaria en los contribuyentes con relación al proceso de fiscalización de los impuestos**

### **Acciones:**

- Aplicar incentivos como descuentos, alargamiento del plazo o exoneraciones cuando los contribuyentes por situaciones gravosas por desastres naturales o por situaciones de utilidad pública su actividad se vea obstruida y no puedan pagar el impuesto en el momento correspondiente.
- Enfatizar en la importancia de los impuestos, con respecto a la declaración y pago de los mismos

**Objetivo 3. Establecer un Programa de formación, orientación y cultura tributaria para los contribuyentes que maneja la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.**

### **Finalidad:**

El Estado democrático exige de sus miembros el conocimiento de las normas vigentes como base imprescindible para una convivencia más justa. El sistema

tributario es parte integrante de este conjunto de normas. La tributación es el principal recurso económico para el sostenimiento del Estado, por ello es necesario comprender la correspondencia entre los derechos y las obligaciones cívicas y entre intereses privados y beneficios colectivos. Por lo tanto, el programa plantea los siguientes objetivos:

- Desarrollar una conciencia cívica que permita hacer coherentes los comportamientos frente al tributo.
- Adquirir competencias para analizar críticamente la realidad tributaria.
- Reconocer e identificar una norma tributaria y los principios constitucionales sobre tributo.
- Trabajar sobre valores y convivencia, en coincidencia con el diseño curricular de formación ética y ciudadana, aspirando a provocar un impacto cultural que promueva un cambio en el desinterés y apatía existentes por lo público.
- Identificar los bienes y servicios públicos y comprender su valor social y económico.

**Población involucrada:** los contribuyentes pyme que maneja la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

**Modalidad del Programa:** Taller interactivo teórico-práctico Presentación teórica del tema mediante discusiones dirigidas, motivando la participación de los asistentes, aclarando dudas y resolviendo preguntas.

**Lugar:** empresas pyme, se coordinará con la gerencia de cada empresa, lugar, día y hora para el dictado de la clase taller, con el objeto de concentrar a todas las divisiones para el dictado de la clase respectiva.

**Taller: Cultura Tributaria**

1. Introducción: la cultura de la tributación. ¿Por qué un programa de Formación Tributaria? El Estado Nacional, Provincial y Municipal.
2. Breve noción de la estructura municipal. El Gobierno Municipal. Autonomía. Normas tributarias.
3. Constitución Nacional. Ley Orgánica de las Municipalidades.
4. Principios constitucionales provinciales y nacionales. ¿De dónde surge un tributo?
5. Código Tributario Municipal: concepto de tasa, servicio público, contribución por mejoras o reembolso.
6. El contribuyente. Los tributos. Concepto. Elementos. Clasificación. Tributos que cobra un Municipio.
7. La tasa municipal. La contribución por mejoras. Concepto. Diferencias. El porqué de las tasas municipales.
8. Funciones del Estado. Necesidades. Recursos. Gasto público. Los servicios Públicos.
9. El presupuesto público. Importancia. ¿Para qué sirve? Responsabilidad tributaria. Valores.

## **2. Taller:** Actualización Tributaria

**Finalidad:** Realizar la actualización de los profesionales del área financiera, administrativa y de contraloría de las organizaciones, dotándolos de herramientas y conocimientos en cuanto a las principales obligaciones de los contribuyentes especiales ante la Administración Tributaria.

**Dirigido:** Al personal Administrativo y contable de la empresa

### **Objetivos Específicos**

- Brindar a los participantes una noción clara de los deberes a los cuales está

obligado como contribuyente de los Impuestos al Valor Agregado e Impuesto Sobre la Renta.

- Proveer a los participantes del conocimiento necesario para abordar correctamente la visita de la Administración Tributaria, estar preparado y al día.
- Ofrecer a los participantes una visión general y pormenorizada en su conjunto de las facultades que tiene la Administración Tributaria

**Contenido Programático:**

- Concepto de Sujeto Pasivo Especial.
- Legalidad de los Sujetos Pasivos Especiales.
- Deberes Formales de los SPE.
- Notificación y Trámites.
- Calendario de Obligaciones Fiscales.
- SPE ante los Impuestos Nacionales.
- Ilícito Tributarios.
- Actualización de las providencias y normativas en el área de facturación, IVA
- “Archivos TXT, Libros de Compra y Venta y Cierre Fiscal”.

Duración: 8 horas

Horario: A convenir por las empresas

Conclusiones y recomendaciones

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

En función al análisis de resultados y sobre la base de los objetivos de la investigación se establecen las siguientes conclusiones: de acuerdo al objetivo uno, se diagnosticó de la situación actual que presentan los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. en cuanto al conocimiento de la cultura tributaria, concluyendo que las pymes no le dan la importancia que representa para la Administración Tributaria la recaudación de los impuestos, ya que no tienen conocimiento acerca de la cultura tributaria, por lo tanto desconocen si esta influye en la recaudación de los impuestos. Asimismo, no conocen sobre los programas de educación y capacitación tributaria implementados por la Administración Tributaria, por lo que los contribuyentes encuestados señalan que no reciben orientación acerca de sus deberes formales

Por otro lado, en la empresa Administra Ac & Asociados, C.A. manejan normas administrativas para dar cumplimiento a las obligaciones fiscales de las empresas que

maneja oportuna y de manera correcta y el personal administrativo contable recibe capacitación sobre actualizaciones fiscales y financieras. Sin embargo, consideran que los contribuyentes no conocen la importancia que representa para la administración tributaria la recaudación de los impuestos, aunque afirmaron reconocer que es un deber formal.

En cuanto al segundo objetivo, se determinó la importancia de la cultura tributaria como medio para el fortalecimiento de la planificación fiscal de los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A., concluyendo que la empresa tiene conocimientos de los requisitos para el cumplimiento de los deberes formales, tales como el de llevar libros y registros exigidos, presentar la declaración. Sin embargo, no son cumplidos en forma adecuada por los contribuyentes (PYMES), puesto que no se tienen establecidos procedimientos administrativos para la gestión tributaria. También se observa, que la empresa no otorga asesoramiento tributario a los contribuyentes para fortalecer la cultura tributaria. Sin embargo, se preocupa por las actualizaciones en cuanto a los lineamientos emitidos por el SENIAT,

Por ello, se considera necesario diseñar estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A., que les ayude a conocer sus obligaciones y asumir las responsabilidades tributarias, dejando clara que la educación tributaria no es únicamente el pago de los tributos, sino que también se enfoca como factores primordiales como la responsabilidad y compromiso social.

## **Recomendaciones**

Luego de la obtención de las conclusiones mencionadas con anterioridad, se presentan a continuación las siguientes recomendaciones:

- Divulgación de la propuesta planteada para las pequeñas y medianas empresas para la adecuada planificación y cumplimiento de sus obligaciones tributarias, de

tal manera que obtenga la orientación adecuada sobre la importancia de cumplir con la obligación tributaria y las consecuencias que se originan por su incumplimiento, aumentando de esta manera la cultura tributaria

- Dentro del sector pymes, en sus actividades administrativas y contables se debe realizar un presupuesto financiera que las permita estimar sus cargas tributarias anualmente, el mismo debe ser revisado paulatinamente a fin de corregir desviaciones, así como también es recomendable calendarizar sus obligaciones tributarias, programar sus pagos de acuerdo al calendario fiscal, para evitar retrasos e inconvenientes.
- Asignar una partida dentro del presupuesto de la empresa para la capacitación y actualización en materia tributaria del personal involucrado, de manera que, tengan pleno conocimiento en cuanto a providencias, cambios, procesos y actualizaciones que emita la administración tributaria del país.
- Publicitar herramienta educativa para las pequeñas y medianas empresas del sector comercio del estado Carabobo, para la adecuada planificación y cumplimiento de sus obligaciones tributarias en las universidades e institutos tecnológicos y a fines, con el propósito de fomentar la educación en materia tributaria, tanto a futuros profesionales del área, así como a futuros contribuyentes del ente recaudador de la nación. De igual manera se puede publicitar en el resto del territorio nacional, a través de las redes sociales, que son de gran ayuda para fomentar cualquier información en la actualidad.
- Desarrollo sistemático y permanente de conductas favorables al cumplimiento fiscal y contrarias a las actitudes defraudadoras, por medio de la transmisión de ideas y valores que sean asimilados en lo individual y valorados en lo social, lo cual conlleva un cambio cultural que explica la condición de largo plazo que suele ser una de las características más importantes de toda estrategia para la formación de cultura tributaria

## REFERENCIAS

- Agreda Ángeles, Peralta Ruben y Tortolero Marcos (2016). **Propuesta de Herramienta Educativa para las Pequeñas y Medianas Empresas del Sector Comercio del Estado Carabobo para la adecuada Planificación y Cumplimiento de sus Obligaciones Tributarias**’, presentado en la Universidad de Carabobo.
- Arias Fidias (2016). **El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica**. 8va Edición. Editorial Episteme.
- Armas, Colmenares (2009) **Educación para el desarrollo de la Cultura Tributaria**: [documento en línea] Disponible: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>.
- Arrieta Yman Ynfante Seydi (2016), **“Programa de difusión tributaria y su incidencia en la cultura tributaria de los comerciantes del mercado modelo de Tumbes”**, presentado en la Universidad Nacional de Tumbes, Perú.

- Balestrini, M. (2013). **Elaboración de Proyectos de Grado**. Séptima edición Editorial Panapo. Caracas – Venezuela.
- Chávez, Nilda, (2008). **Introducción a la Investigación Educativa**. Venezuela: Editorial Graficas, S.A.
- Código Orgánico Tributario (2014) **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Extraordinaria**. 6.152; Noviembre 18, 2.014.
- Colmenarez, María (2015). **Estrategias de Planificación Tributaria para minimizar el Riesgo Fiscal en materia al Valor Agregado. Caso: Sistemas y Máquinas On Line S.A. (SMOL S.A)**, presentado en la Universidad Centrooccidental Lisandro Alvarado.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 36.860 Extraordinaria** de 30 de diciembre de 1999, reimpressa en Gaceta Oficial N° 5.453 de fecha 24 de marzo de 2000.
- Corredor, Melvy y Díaz, William. (2007). **La Cultura Tributaria Municipal**. Diagnóstico en la Parroquia El Valle del Municipio Bolivariano del Distrito Capital.
- Esper, Susana (2008). **La relación entre el pacto social y el sistema tributario: la subjetividad del ciudadano fiscal argentino**. Cuadernos del Instituto AFIP, Nro. 2, Buenos Aires.
- Ferroni, Mauro (2005). **Social cohesión in Latin America: The public finance dimensión**. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Galarraga, Alfredo. (2002). **Fundamentos de Planificación Tributaria**. Editorial: EDITORIAL HP Color, Caracas, Venezuela. Edición: 1era ed.
- Golía, J. (2003) SENIAT: **Evasión Cero**. **Revista Dinero 180**. Venezuela. Disponible en: <http://www.dinero.com.ve/180/portada/tributos>.
- Hernández, Roberto., Fernández, Carlos. y Baptista, Lucio. (2013). **Metodología de La Investigación**. México.
- Koontz, Harol y Weihrick, Heinz (2012). **Administración Una Participación Global**. McGraw Hill Editores. México.

Méndez, Carlos. (2010). Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. Editorial Mc.Graw Hill. Colombia.

Moreno, Desiré (2015). **Estrategias para la optimización de la Planificación Tributaria en la empresa Casagri Carabobo, C.A.**”, presentado en la Universidad José Antonio Páez.

Moya, Edgar. (2009). **Elementos de Finanzas Públicas y Derecho Tributario**. 3ra Edición. Caracas, Venezuela. Editado por Mobilibros.

Ordenanza de Impuesto sobre Actividades Económicas (2005). **Gaceta Municipal de Valencia, municipio Valencia N° 582 Extraordinario**.

**Ordenanza sobre las actividades económicas de industria, comercio, servicio o de índole similar del municipio Valencia del estado Carabobo. (2014).**

Palella, Santo. y Martins, bertoFili. (2012). **Metodología de la Investigación Cuantitativa**. (4a. ed.). Caracas: Fedupel.

Parra, Armando (2006). **Planeación Tributaria y Organización Empresarial**. (4a. ed.). Colombia: Legis.

Pérez, Luis (2017). **Modelo de Planificación Estratégica Fiscal para empresas del Sector Eléctrico, ubicada en el Estado Carabobo.**”, presentada en la Universidad de Carabobo.

Rivera, R. y Sojo, C. (2002). **La Cultura Tributaria en Costa Rica. Trabajo para la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)**, en [portal.sat.gob.gt/ct/portal/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=95](http://portal.sat.gob.gt/ct/portal/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=95).

Rodríguez, Jesús. (2005). **Curso Práctico de Impuesto Sobre la Renta** (5a ed). Caracas. Corporación Marca, S. A.

Sabino, Carlos (2014). **El proceso de investigación**. 3ª.Reimpresión, Ediciones Lumen/Humanitas. Venezuela.

Sánchez Miranda, Arnulfo. (2008). **Estrategias Financieras de los Impuestos**. En Prontuario de Actualización Fiscal. 1ra Edición. Núm. 446. México.

Sanmiguel, Efrain (2005). **Diccionario de Derecho Tributario**. Caracas: LizcaLibros, C.A.

Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria, SENIAT

(2004), **técnico de transmisión de información SENIAT N° 70.20.90.019**.  
[Documento en línea] disponible en Pagina Web [http //www. Seniat.gob.ve](http://www.Seniat.gob.ve).

Tamayo y Tamayo Mario (2014). **El proceso de la investigación científica**. México.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2016). **Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales**. Vicerrectorado de proyectos Especiales: Caracas, Venezuela.

Villegas, Hector. (2010). **Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario**. Quinta Edición. Buenos Aires, Argentina. Editorial Depalma.

Wenzel, Michael (2007). **La multiplicidad de identidades de los contribuyentes y sus Implicaciones para la ética fiscal**. Ley y Política, vol. 29, nro. 1

## **ANEXOS**

## ANEXO 1

### Cuadro Técnico Metodológico

Objetivo General: Proponer estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.

<b>Objetivos</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
Diagnosticar la situación actual que presentan los contribuyentes de la empresa Administra Ac &	Conocimiento de la cultura tributaria	Orientación y conciencia tributaria	Recaudación de los Impuestos	1	Técnica: Encuesta
			Cultura Tributaria	2	Instrumento: cuestionario
			Incentivos	3	
			Mecanismos de	4	

Asociados, C.A. en cuanto al conocimiento de la cultura tributaria.			Difusión Programas Deberes Formales	5 6	
Determinar la importancia de la cultura tributaria como medio para el fortalecimiento de la planificación fiscal de los contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.	Planificación Fiscal	Planificación tributaria	Equipos y programas Deberes Formales Cultura Tributaria Control de los impuestos Obligaciones Tributarias Asesoramiento Tributario	1 2 3 4 5 6	Técnica: Observación Directa Instrumento: Lista de Cotejo
Diseñar estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los Contribuyentes de la empresa Administra Ac & Asociados, C.A.	Estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria	Estrategias Tributarias	Obligaciones fiscales Decisiones tributarias Personal capacitado Recaudación Conocimiento de la Cultura Tributaria Estrategias	7 8 9 10 11 12	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario

Fuente: Céspedes e Hidalgo (2019)

## ANEXO 2 CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA  
CARRERA CONTADURIA PÚBLICA

Agradecemos su colaboración y disposición para con este estudio y el haber aceptado apórtanos estos datos, al igual que la honestidad y claridad en las repuestas.

Garantizamos la confiabilidad de la información. Este cuestionario está diseñado para tener una idea clara sobre los aspectos que Ud., como trabajador/cliente de la empresa en estudio pueda aportar para afianzar la propuesta de ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA CULTURA TRIBUTARIA DE LOS CONTRIBUYENTES DE LA EMPRESA ADMINISTRAC & ASOCIADOS, C.A.

Gracias por su atención.

**INSTRUCCIONES:**

- Lea detenidamente cada una de las preguntas
- Marque con una (X) la alternativa que considere correcta

**Cuestionario**

<b>Ítem</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
	<b>Cultura Tributaria</b>		
1	¿Tiene usted conocimiento sobre la importancia que representa para la Administración tributaria la recaudación de los impuestos?		
2	¿Considera que la cultura tributaria influye en la recaudación de los impuestos?		

3	¿Cree usted, que el órgano recaudador incentiva y fomenta en las PYMES la cultura tributaria para el pago de los impuestos?		
4	¿Tiene conocimientos de los mecanismos de difusión aplicados por la Administración Tributaria para promover el conocimiento de los deberes tributarios en relación al pago de los impuestos?		
5	¿Conoce usted sobre los programas de Educación y Capacitación Tributaria implementados por la Administración Tributaria?		
6	¿Cree usted que el contribuyente recibe orientación por parte de la Administración tributaria acerca de sus deberes formales?		
<b>Herramientas Tributarias</b>			
7	¿En la empresa se llevan a cabo normas administrativas para dar cumplimiento a las obligaciones fiscales oportuna y de manera correcta de las PYME que maneja?		
8	¿Cree usted, que la gestión financiera que se lleva en la empresa en materia de impuestos aporta información para la toma de decisiones tributarias para las empresas que manejan?		
9	¿Considera usted, que el personal administrativo y contable recibe capacitación sobre actualizaciones fiscales y financieras?		
10	¿Los contribuyentes conocen la importancia que representa para la administración tributaria la recaudación de los impuestos?		
11	¿Cree usted, que los empresarios pyme tienen conocimiento acerca de la cultura tributaria?		
12	¿Considera necesario diseñar estrategias que permitan el fortalecimiento de la cultura tributaria de los contribuyentes de la empresa?		

**Fuente:** Céspedes e Hidalgo (2019)

### ANEXO 3 LISTA DE COTEJO

Ítem	Aspecto a observar	Si	No
1	Existencia de equipos y programas que posee la empresa con respecto al área tributaria están actualizados		
2	Conocimiento de los requisitos para el cumplimiento de los		

	deberes formales de los contribuyentes		
3	La empresa tiene establecido programaciones para el control de los impuestos de los contribuyentes que maneja		
4	Existe realmente una cultura tributaria		
5	Conocimiento de las obligaciones tributarias de las empresas que maneja la organización		
6	Asesoramiento tributario a los contribuyentes para fortalecer la cultura tributaria		

**Fuente:** Céspedes e Hidalgo (2019)