



Proponer acciones para la Secretaría de Hacienda Distrital asociadas a la Cultura Tributaria como política de Responsabilidad Social en la ciudad de Bogotá.

Martha Liliana Nieto Sánchez

Universidad Santo Tomás

Maestría en Administración de Negocios – MBA c4

Bogotá, Colombia

2017

Proponer acciones para la Secretaría de Hacienda Distrital asociadas a la Cultura Tributaria como política de Responsabilidad Social en la ciudad de Bogotá.

Martha Liliana Nieto Sánchez

**Trabajo de investigación presentada(o) como requisito para optar al título de:
Magister en Administración MBA.**

Tutor (a):

Norha Castillo Castro

Línea de Investigación:

Responsabilidad Social.

Universidad Santo Tomás

Maestría en Administración de Negocios – MBA c4

Bogotá, Colombia

2017

Dedicatoria

A mi madre Luz Marina Sánchez Castellanos, gracias a ella soy la mujer que soy. Gracias a su apoyo he logrado capacitarme, trabajar y aprender incesante de cada decisión tomada en mi vida.

Es la mujer que más admiro y aprecio. Todos los días me enseña que la vida es extraordinaria aún con sus tristezas, tropiezos e inconvenientes, lo verdaderamente importante es vivirla y disfrutarla sin dejar de agradecer cada suspiro.

“Cuando yo tenía cinco años, mi madre me decía que la felicidad era la clave de la vida.

Cuando fui a la escuela me preguntaron que quería ser cuando yo fuera grande. Yo respondí ‘feliz’. Me dijeron que yo no entendía la pregunta y yo les respondí, que ustedes no entendían de la vida”. – John Lenon.

Resumen

La Secretaria de Hacienda Distrital por medio de la Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá en los últimos años ha venido avanzando en la ejecución de acciones dentro de su Plan Estratégico para fomentar la cultura tributaria que influya positivamente en el cumplimiento oportuno de los tributos. No obstante, los ciudadanos encuestados para la presente investigación evidencian el desconocimiento de las acciones de la Administración Tributaria, así como niegan la existencia de cultura tributaria en Bogotá.

Es fundamental que las acciones asociadas a cultura tributaria sean una política de responsabilidad social en la ciudad de Bogotá, de tal manera que se cree conciencia y se retribuya a la ciudad por medio de los tributos la posibilidad de desarrollar proyectos que favorezcan al mejoramiento de la calidad de vida de todos sus habitantes.

Las acciones deben estar basadas en educación, alianzas público-privadas, continuidad y permanencia para su éxito. Se debe velar por la construcción de confianza en las instituciones por parte de los ciudadanos, el sentido de pertenencia por la ciudad, y el pago voluntario de los tributos, que a su vez disminuyan las tasas de evasión, incrementen el recaudo sin sanciones ni intereses, reduzcan los costos administrativos de la SHD, y reconozcan la importancia del pago de los impuestos en todas las generaciones desde su formación escolar.

Palabras Clave: Responsabilidad Social, Cultura, Cultura Tributaria, Tributo, Evasión, Recaudo, Cumplimiento Oportuno.

Abstract

The Secretaria de Hacienda Distrital through the Direccion Distrital de Impuestos of Bogotá in recent years has been progressing in the implementation of actions within its Strategic Plan to promote the tax culture that positively influences the timely compliance of taxes. However, the citizens surveyed for the present investigation show the ignorance of the actions of the Tax Administration, as well as deny the existence of a tax culture in Bogotá.

It's essential that the actions associated with tax culture be a policy of social responsibility in the city of Bogota, in such a way that awareness is created and the city is rewarded through taxes to develop projects that favor the improvement of quality of life of all its inhabitants.

Actions must be based on education, public-private partnerships, continuity and permanence for its success. Care must be taken to build trust in the institutions by citizens, a sense of belonging to the city, and voluntary payment of taxes, which in turn reduce evasion rates, increase collection without penalties or interest, reduce the administrative costs of SHD, and recognize the importance of paying taxes in all generations since their school education.

Keywords: Social Responsibility, Culture, Tax Culture, Tribute, Evasion, Security, Timely Compliance.

Tabla de contenidos

Planteamiento del Problema.....	3
Justificación.....	6
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Capítulo 1 Descripción de la Situación Actual de la Cultura Tributaria en la Secretaria de Hacienda	9
Estadísticas generales impuestos distritales	17
Resultados Cultura Tributaria en la ciudad de Bogotá 2006 – 2016.....	22
Capítulo 2 Revisión de la literatura referente a Responsabilidad social, Cultura y Cultura Tributaria	32
Responsabilidad social.....	32
Cultura.....	38
Cultura tributaria.....	41
Capítulo 3 Identificación casos exitosos a nivel nacional e internacional.....	44
Capítulo 4 Propuesta de acciones asociados a la Cultura Tributaria.....	49
Metodología Investigación	49
Encuesta de Percepción sobre el pago de los Impuestos en la ciudad de Bogotá	50
Resultados de la Encuesta de percepción sobre el pago de los impuestos en la ciudad de Bogotá.....	52
Plan Estratégico 2016, Secretaria de Hacienda Distrital – Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá.....	62
Resultados vigencia 2016, Secretaria de Hacienda Distrital – Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá.....	69
Propuesta de acciones asociadas a Cultura Tributaria, Secretaria de Hacienda Distrital – Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá.....	77
Conclusiones	94
Recomendaciones.....	98
Anexos	100
Anexo 1. Encuesta respuesta No 13.	100
Anexo 2. Información consolidada Encuesta respuestas, preguntas No 1 a la 12.	100
Lista de referencias	101
Bibliografía.....	105

Lista de tablas

Tabla 1: <i>Composición del recaudo tributario total en la ciudad de Bogotá, 2009-2015.</i>	18
Tabla 2: <i>Definiciones sobre responsabilidad social según autores e instituciones.</i>	33
Tabla 3: <i>Definiciones sobre la cultura según autores e instituciones</i>	39
Tabla 4: <i>Posturas sobre el concepto de cultura tributaria</i>	42
Tabla 5: <i>Cultura tributaria en países hispanos</i>	44
Tabla 6: <i>Casos exitosos a nivel nacional</i>	46
Tabla 7: <i>Cumplimiento oportuno: Incrementar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el cuatrienio 2012 a 2016 al 92%.</i>	63
Tabla 8: <i>Recaudo tributario total: Recaudo cuatrienio 2012 -2016</i>	63
Tabla 9: <i>Cumplimiento Oportuno 2016</i>	69
Tabla 10: <i>Programas fidelización</i>	70
Tabla 11: <i>Programas Control Extensivo</i>	71
Tabla 12: <i>Estadísticas Servicio al Contribuyente</i>	72
Tabla 13: <i>Visitantes página WEB</i>	72
Tabla 14: <i>Tiempos de atención</i>	73
Tabla 15: <i>Estadísticas utilización dispositivos autoayuda</i>	73
Tabla 16: <i>Pagos electrónicos</i>	74
Tabla 17: <i>Sensibilización contribuyentes 2016</i>	74
Tabla 18: <i>Acciones de cultura tributaria</i>	75
Tabla 19: <i>Escuela Tributaria</i>	76

Lista de figuras

<i>Figura 1.</i> Recaudo Impuestos Distritales en la ciudad de Bogotá, 2009 – 2015.	17
<i>Figura 2.</i> Comportamiento Recaudo Impuestos Distritales en la ciudad de Bogotá, 2009 – 2015.	18
<i>Figura 3.</i> Tasas de Evasión de los impuestos distritales con mayor recaudo en la ciudad de Bogotá, 2009 – 2015..	19
<i>Figura 4.</i> Número de Contribuyentes únicos con declaración y/o pago de los impuestos distritales en la ciudad de Bogotá, año gravable 2009 – 2015..	20
<i>Figura 5.</i> ¿Usted se siente motivado para el pago de sus impuestos?	53
<i>Figura 6.</i> ¿Usted se siente motivado para pagar el aporte voluntario adicional a sus impuestos, como fuente de financiación de proyectos sociales en la ciudad de Bogotá?.....	54
<i>Figura 7.</i> ¿Cree usted que en Bogotá existen altas tasas de evasión de impuestos?.....	55
<i>Figura 8.</i> ¿Conoce campañas para incentivar el pago de los impuestos por parte de la secretaría de hacienda distrital?	56
<i>Figura 9.</i> ¿Ha asistido a los encuentros informativos realizados por secretaria de hacienda distrital para facilitar el pago de sus impuestos?.....	57
<i>Figura 10.</i> ¿Conoce las jornadas de apoyo y guía para el pago de sus impuestos desarrolladas por la secretaría de hacienda distrital en las localidades de la ciudad de Bogotá?.....	57
<i>Figura 11.</i> ¿Sabía usted que la secretaria de hacienda distrital adelanta conferencias respecto a la importancia de la tributación en colegios y universidades?.....	58
<i>Figura 12.</i> ¿Usted está de acuerdo con que es necesario educar para el pago de sus impuestos en la formación académica de niños, niñas y adolescentes?.....	59
<i>Figura 13.</i> ¿Conoce la escuela tributaria organizada por la secretaría de hacienda distrital?	60
<i>Figura 14.</i> ¿Usted se siente satisfecho con los canales de servicio (presencial en los SUPER CADES, telefónico, chat tributario, etc.), que ofrece la secretaria de hacienda distrital?	60
<i>Figura 15.</i> ¿Usted se siente satisfecho con la gestión de la secretaría de hacienda distrital?.....	61
<i>Figura 16.</i> ¿Usted se siente satisfecho con la gestión de la secretaría de hacienda distrital?.....	61
<i>Figura 17.</i> Unidad móvil de la Secretaria de Hacienda Distrital.	80
<i>Figura 18.</i> Mapa de localidades de Bogotá – Ubicación de los SuperCades y Cades.....	82
<i>Figura 19.</i> Edificio de la Secretaria Distrital de Hacienda, sede administrativa 2017.	83
<i>Figura 20.</i> Escuela tributaria	85
<i>Figura 21.</i> Educación tributaria para los niños de la Secretaria de Hacienda Distrital 2017.	86
<i>Figura 22.</i> Establecimientos educativos según tipo y localidad – 2015.	88
<i>Figura 23.</i> Educación tributaria para los futuros ciudadanos	89
<i>Figura 24.</i> Cronograma de acciones asociadas a Cultura Tributaria – Estrategia uno..	91
<i>Figura 25.</i> Cronograma de acciones asociadas a Cultura Tributaria – Estrategia dos.....	92
<i>Figura 26.</i> Presupuesto acciones propuestas asociadas a Cultura Tributaria 2018 a 2020.....	93

Planteamiento del Problema

En la actualidad no existen acciones asociadas a la Cultura Tributaria como política de Responsabilidad social en la Secretaria de Hacienda Distrital.

La Misión y la Visión de la Secretaría de Hacienda Distrital promulgan las finanzas públicas como su responsabilidad para la ejecución de los planes de desarrollo. Para el progreso de una ciudad como Bogotá, la cual actúa como eje económico del país, es necesario garantizar y promover la recaudación tributaria no como un pago obligatorio sino como una tradición voluntaria en pro de la construcción de ciudad.

En cuanto al tributo, la ciudadanía debería actuar de manera voluntaria y no por miedo a las acciones coercitivas que por ley la administración puede ejecutar por el incumplimiento de una obligación. Los impuestos más allá de su composición y atribuciones legales, deberían establecerse a partir de una educación y por ende el fortalecimiento de una Cultura, es decir una “Cultura Tributaria” en la ciudad de Bogotá. (Bonilla, 2014: 21 – 35).

Aunque el recaudo de tributos ha permitido la ejecución de los planes de desarrollo de las administraciones de turno, se debe tener en cuenta la informalidad cada vez más evidente y su potencial en cuanto a recursos para Bogotá, la desconfianza en las instituciones públicas, el inconformismo en cuanto al mayor cobro de impuestos, y la evasión y elusión persistente, que pueden poner en riesgo las finanzas de la ciudad.

Por lo anterior es importante una política de responsabilidad social asociada a la Cultura Tributaria, ya que el comportamiento de pago de los contribuyentes afecta directamente las finanzas públicas de la ciudad las cuales son utilizadas para el mejoramiento de la calidad de vida y satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

Es vital que desde la Secretaria de Hacienda Distrital se establezcan acciones que fomenten, fortalezcan y promuevan la cultura tributaria en la ciudad de Bogotá, de tal manera que cumpla con los lineamientos de responsabilidad social del Distrito establecidos en el año 2015, en los cuales se promulgan los objetivos de gestionar y administrar los impactos positivos y negativos sobre la ciudadanía.

Se debe tener en cuenta que la responsabilidad social no es un tema innovador en el sector público, ejemplo de ello, es la gestión organizacional basada en principios y valores, que permiten establecer relaciones éticas y transparentes entre los actores internos y externos, con el propósito de generar impactos positivos en la ciudad a partir de los manuales de funciones y los productos según la misión de cada entidad.

El crecimiento de la ciudad de la última década hace necesario que la administración tributaria sea socialmente responsable respecto a la necesidad de promover una cultura tributaria para los habitantes de Bogotá, ya que no solo enfatiza en el cumplimiento de su misión sino fortalece los lazos entre institución y ciudadano, lo cual permite acciones transparentes que refuerzan el sentido de pertenencia de la ciudad, la importancia de los tributos y la ejecución de los planes de

desarrollo, obteniendo como resultado la transformación de comportamientos de pago y la reducción de la evasión y la elusión.

Justificación

La formación de una Cultura Tributaria que permita no solo el desarrollo de una ciudad sino el respeto y agradecimiento por el lugar que brinda oportunidades y goce a las personas que la habitan, debe iniciarse en todos los niveles; nivel se refiere a la educación recibida desde la familia y las instituciones, es decir desde que nacen los bogotanos deberían concebir la importancia de aportar por medio de tributos a su sostenimiento y solución de problemáticas sociales.

No obstante los medios de comunicación masiva han evidenciado los problemas de corrupción y la perturbación de los niveles de confianza que han cobijado la ciudad en las últimas administraciones, y por ende afectado la prosperidad de la ciudad. Por esta razón, la Cultura Tributaria debería ser instruida y establecida en primera instancia por la administración tributaria, de tal manera que se piense en reconstruir confianza y transformar mentalidades individualistas.

La administración tributaria debe comenzar una transformación a través de los lineamientos de responsabilidad social existentes, es decir establecer una política de responsabilidad social asociada a la cultura tributaria. En efecto el aporte ciudadano será el que retribuya los servicios y las oportunidades brindadas por Bogotá; a su vez que favorece el mejoramiento de las condiciones de vida, y por ende se establece un “dar y recibir” constante.

Los beneficios futuros por aportes presentes, deberían estar pensados como una manera de fortalecer conciencia del entorno que se desea para las generaciones futuras.

Claramente la Cultura Tributaria como política de Responsabilidad Social debe ser concebida desde todos los stakeholders de la administración tributaria: los trabajadores, los proveedores, las instituciones financieras, las empresas públicas y privadas, los contribuyentes, la ciudadanía, los medios de comunicación, la Alcaldía Mayor de Bogotá, y las instituciones educativas públicas y privadas.

La forma de lograr que los ciudadanos perciban el pago de tributos de manera voluntaria, con la concepción de aportar progresivamente en la construcción de ciudad y por ende fortalecer el sentido de pertenencia por Bogotá, es proponer acciones asociadas a la Cultura Tributaria como política de Responsabilidad Social en la Secretaría de Hacienda Distrital en la ciudad de Bogotá.

Las acciones propuestas en el presente trabajo, al ser aplicadas por la Administración Tributaria en los restantes años del Plan de Desarrollo, es decir del año 2018 al año 2022, lograrán la construcción de Cultura Tributaria que permitirá el cumplimiento oportuno por medio de pagos voluntarios de los tributos por parte de los ciudadanos, de tal manera que se incrementará de forma progresiva el recaudo de los impuestos para el cumplimiento de proyectos en la ciudad, así como la reducción de las tasas de evasión, la disminución de la cartera, y bajos costos operativos.

Objetivo general

Proponer acciones para la Secretaría de Hacienda Distrital asociadas a la Cultura Tributaria como política de Responsabilidad Social en la ciudad de Bogotá que permita incentivar el cumplimiento oportuno de los tributos por parte de los ciudadanos.

Objetivos específicos

1. Describir la situación actual de la Secretaría de Hacienda Distrital referente a la cultura tributaria en la ciudad de Bogotá.
2. Revisar literatura referente a Responsabilidad social, cultura y cultura tributaria con el fin de fortalecer la importancia de proponer acciones asociadas a la Cultura Tributaria.
3. Identificar casos exitosos a nivel nacional e internacional para comparar, aprender y adaptar en la propuesta acciones asociadas a la Cultura Tributaria en la ciudad de Bogotá.
4. Proponer acciones asociadas a la Cultura Tributaria como política de Responsabilidad Social en la ciudad de Bogotá que permita incentivar el cumplimiento oportuno a partir de un pago voluntario de los tributos por parte de los ciudadanos.

Capítulo 1 Descripción de la Situación Actual de la Cultura Tributaria en la Secretaria de Hacienda

La Secretaria de Hacienda Distrital posee noventa años de vida institucional, en Bogotá su sede administrativa se encuentra ubicada en la Carrera 30 N° 25-90 y la atención presencial a la ciudadanía se encuentra en los Módulos de la Red SuperCade, las personas se pueden dirigir según su ubicación a los SuperCade de las Américas, Bosa, CAD, Calle 13, Suba y Veinte de Julio.

Su creación se dio por la expedición de la Ley 72 de noviembre 29 del año 1926 “Sobre atribuciones del municipio de Bogotá”, la cual se dio en el contexto de la presidencia de Miguel Abadía Méndez y la alcaldía de José María Piedrahita.

En la ley 72 se estableció la creación de una entidad especializada en el manejo de las finanzas, y el perfil del funcionario a cargo el cual sería el ordenador del gasto. Sin embargo, la ley 72 no entregaba detalles del funcionamiento de la misma. Su estructura y funciones se establecieron mediante el Decreto 106 de junio 30 del año 1927, justo el día que se posesionaría el primer Secretario de Hacienda: Alipio Pabón G.

En el Decreto se estipularon los temas de responsabilidad de la nueva entidad: Presupuesto, estadística, accidentes de trabajo y seguros de vida, recaudo de rentas, contabilidad, cuentas,

contratos, reconocimiento de créditos, empréstitos, Junta de Hacienda, Empresas Municipales, y parte fiscal del teatro Municipal de la época.

La creación de la Secretaría de Hacienda se dio en el momento en que la capital se consolidaba como centro financiero, cultural y político del país, respondía a necesidades administrativas específicas como el crecimiento urbano, la explosión demográfica y nuevas exigencias sociales que demandaron asistencia por parte del Estado. Estas demandas solo podrían ser solucionadas por una entidad que se encargará exclusivamente de la administración de los recursos económicos y financieros, a través del sistema tributario, del recaudo de las rentas y la asignación de recursos para toda la administración municipal (Secretaria de Hacienda Distrital, 2017).

Desde el año 1926 hasta la actualidad, la Secretaria de Hacienda Distrital ha demostrado su gran importancia, debido a la responsabilidad de gestionar los recursos y distribuirlos dentro de la Administración Distrital para el cumplimiento de los Planes de Desarrollo de turno. Una de las principales fuentes de financiación son los recursos tributarios los cuales dependen del recaudo de los impuestos distritales, los cuales han venido evolucionando respecto al crecimiento de la población, y los bienes y servicios suministrados dentro del Distrito Capital.

El gran desafío de la Administración Tributaria consiste en hacer que todos los contribuyentes paguen sus obligaciones sin ninguna excepción y de acuerdo a la ley. El crecimiento de la población en la ciudad de Bogotá desde el año 1926 ha generado construcciones masivas de vivienda, compra de vehículos, creación de empresas, etc., que de acuerdo al Estatuto Tributario

Distrital son hechos generados que pueden ser gravados y por ende sujetos al pago de impuestos dentro del Distrito Capital.

No es un secreto que existen contribuyentes evasores y morosos, que afectan negativamente el recaudo de los impuestos en la ciudad y por ende el financiamiento de los proyectos destinados a mejorar la calidad de vida de los habitantes, razón por la cual es importante hacer una revisión de la Responsabilidad Social de la Administración Tributaria respecto a la Cultura de los ciudadanos en cuanto al cumplimiento oportuno por pago voluntario de las obligaciones.

A continuación se describirá la situación actual de la Secretaria de Hacienda Distrital referente a la cultura tributaria de cumplimiento oportuno y la responsabilidad social en la ciudad de Bogotá, se hará énfasis en el periodo comprendido del Plan de Desarrollo Distrital 2012 a 2016. .

En el año 2012 la Alcaldía Mayor de Bogotá se compromete con los principios del Pacto Mundial¹, a su vez el Concejo de Bogotá procede a expedir el Acuerdo 494² para estimular la responsabilidad social en el distrito.

¹ Organización de las Naciones Unidas (1999). Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia. Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos. Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Principio 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil. Principio 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. Principio 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad. Principio 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente. Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

² ARTÍCULO PRIMERO. La Administración Distrital promoverá la Responsabilidad Social en el Distrito Capital. A través de los medios de comunicación y tecnologías de la información de los que disponga, estimulará las buenas

La Secretaría de Gobierno Distrital ordena adherir como subsistema la responsabilidad social empresarial al Sistema Integrado de Gestión Distrital. Razón por la cual se conformó una mesa técnica, la cual acordó que la “responsabilidad social para el sector público distrital hace referencia al conjunto de decisiones, instrumentos y acciones que desarrolla la entidad u organismo distrital para administrar y gestionar el impacto tanto negativo como positivo sobre la misma entidad, la ciudadanía y el medio ambiente, generado por el ejercicio de sus funciones y procesos” (Acuerdo 494, 2012).

En el año 2015, el Distrito procedió a realizar un diagnóstico y a establecer los lineamientos que deben ser cumplidos por las entidades. El Distrito enfocará sus esfuerzos en articular seis ejes fundamentales: Gobernanza, Derechos humanos, Prácticas laborales, Gestión ambiental, Transparencia y anti-corrupción, y Atención y servicio a la ciudadanía. Es decir, en el periodo

prácticas de Responsabilidad Social en el Distrito Capital, en los distintos ámbitos de actuación pública y/o privada, así como a las personas naturales y jurídicas que hayan sido reconocidas ante el Concejo de Bogotá, D.C.

ARTÍCULO SEGUNDO. Día de la Responsabilidad Social en el Distrito Capital. Declárese el primer viernes del mes de Septiembre, como Día de la Responsabilidad Social en el Distrito Capital.

ARTÍCULO TERCERO. El Concejo de Bogotá, D.C., para el día de la Responsabilidad Social en el Distrito Capital, sesionará conforme al procedimiento vigente para la Corporación, incorporando en la agenda correspondiente la temática de la Responsabilidad Social como un punto en el orden del día.

ARTÍCULO CUARTO. Presentación de buenas prácticas de Responsabilidad Social en el Distrito Capital. En la sesión de que trata el artículo tercero del presente acuerdo, se permitirá que personas naturales y/o personas jurídicas a través de su representante legal, presenten las buenas prácticas que hayan incidido positivamente en el desarrollo de la Responsabilidad Social en el Distrito Capital, como espacio para reflexionar sobre dicha temática.

PARÁGRAFO. Las personas naturales y jurídicas, que deseen presentar sus buenas prácticas de Responsabilidad Social, deberán inscribirse previamente en la Secretaría General del Concejo de Bogotá, para efectos de su intervención en la sesión de que trata el artículo segundo del presente Acuerdo.

ARTÍCULO QUINTO. Reconocimiento a la Responsabilidad Social en el Distrito Capital. Las buenas prácticas de Responsabilidad Social que hayan incidido positivamente en el desarrollo del Distrito Capital, de conformidad con sus resultados e impacto social, serán objeto de un público reconocimiento por parte del Concejo de Bogotá, D.C., en la sesión de que trata el artículo tercero del presente Acuerdo, de conformidad con el procedimiento, reglamentación y criterios que se definan para este fin, por parte de la Mesa Directiva del Concejo de Bogotá, D.C., mediante resolución respectiva.

ARTÍCULO SEXTO. El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

comprendido entre el año 2012 – 2015, el Distrito no posee un Sistema de Responsabilidad Social formalizado. Aunque las entidades distritales han hecho un esfuerzo indirecto por promover acciones que den cumplimiento a los ejes transversales establecidos.

Si se analiza la Misión hacendaria “Orientar y liderar la formulación, ejecución y seguimiento de las políticas y de la planeación y programación fiscal para la operación sostenible del Distrito Capital y el financiamiento de los planes y programas de desarrollo económico, social y de obras públicas” (SHD, 2016), es notoria la importancia de proteger y garantizar las finanzas públicas de la ciudad; ahora bien la Visión establece que “Bogotá contará con una Secretaría Distrital de Hacienda garante de la financiación de las inversiones de la ciudad, que administra y gestiona nuevos recursos, a través de un modelo sostenible y transparente; que promueve la participación ciudadana y la eficiencia en la orientación del gasto público” (SHD, 2016).

La Misión y la Visión de la SHD, evidencia la importancia de la participación ciudadana en el cumplimiento del financiamiento de los planes de desarrollo de la ciudad que permita una “Bogotá Mejor Para Todos”. No obstante, la SHD tiene una serie de funciones y deberes³ con la

³ De acuerdo al Decreto 601 de 2014: Las Funciones y Deberes de la Secretaría de Hacienda Distrital son: (A) Diseñar la estrategia financiera del Plan de Desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas del Distrito Capital y del Plan de Ordenamiento Territorial, de conformidad con el marco fiscal de mediano plazo y el marco de gasto de mediano plazo. Preparar el Presupuesto Anual de Rentas e Ingresos y de Gastos e Inversiones y el Plan Financiero Plurianual del Distrito; (B) Formular, orientar y coordinar las políticas en materia fiscal y de crédito público, en este sentido, tendrá a su cargo el asesoramiento y la coordinación de préstamos, empréstitos y créditos de recursos de la banca multilateral y extranjera; (C) Formular orientar y coordinar las políticas en materia pensional, obligaciones contingentes y cesantías; (D) Formular, orientar, coordinar y ejecutar las políticas tributarias, presupuestal, contable y de tesorería; (E) Proveer y consolidar la información, las estadísticas, los modelos y los indicadores financieros y hacendarios de la ciudad; (F) Asesorar a la Administración Distrital en la priorización de recursos y asignación presupuestal del gasto distrital y local; (G) Gestionar la consecución de recursos de donaciones, cooperación y aportes voluntarios que financien el presupuesto distrital; (H) Gestionar, hacer el seguimiento y controlar los recursos provenientes del orden nacional.

ciudad enmarcadas en el marco ético hacendario⁴ (SHD, 2016), resaltando valores como la vocación de servicio, la equidad, el respeto, la probidad y la solidaridad.

La Secretaría para dar un cumplimiento eficaz y eficiente de su Misión y Visión identifico cinco objetivos principales dentro del Direccionamiento Estratégico de la SHD, “Por la gestión responsable, transparente y sostenible de los recursos de la ciudad” (SHD, 2016):

1. Gestionar la financiación del Plan de Desarrollo, generando nuevos Ingresos y garantizando los existentes.
2. Promover la sostenibilidad de los ingresos de la ciudad, por medio de reformas tributarias con equidad y progresividad.
3. Asignar eficientemente los recursos y reducir el gasto.
4. Establecer un modelo de atención al ciudadano para mejorar la satisfacción de sus usuarios.
5. Contar con una estructura organizacional acorde con los retos de la SDH.

Adicional se establecen medios de interacción, componente fundamental en el eje de interés de Atención y Servicio a la Ciudadanía. La SHD en la actualidad promueve puntos de atención presenciales, virtuales y telefónicos; un chat tributario disponible de lunes a viernes en jornada laboral en el cual los ciudadanos pueden conectarse en línea y exponer sus inquietudes respecto

⁴ (A) Vocación de Servicio: Actitud de vida del servidor hacendario para ayudar a resolver o satisfacer una necesidad, demanda, solicitud o expectativa, de modo que, tanto quien da como quien recibe, se sientan agradados. (B) Equidad: Es la disposición del servidor hacendario para actuar en condiciones de justicia, sin hacer diferencias entre unos y otros. (C) Respeto: Valorar a los demás como sujetos de derechos y deberes, reconociendo la adecuada utilización de los bienes públicos. (D) Probidad: Es la cualidad del servidor hacendario que lo define como una persona coherente, honesta, transparente y veraz. (E) Solidaridad: Es la voluntad activa del servidor hacendario para contribuir y cooperar en búsqueda del bienestar de las personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad o desprotección.

al pago de sus obligaciones; recepción de Peticiones, Quejas, Reclamos, y Sugerencias PQRS; y se establece la cartilla de trato digno al ciudadano.

Lo anterior se articula con el enfoque basado en el cliente de los sistemas de gestión que se desarrolla en el marco del Sistema Integrado de Gestión que debe corresponder al sistema de códigos y formas institucionales, para salvaguardar el entendimiento, la cooperación y la integración que debe tener la cultura institucional”. Según el Décimo Quinto Lineamiento de Responsabilidad Social, el eje de Atención y Servicio al Ciudadano “establece que para todas las entidades del Distrito Capital el eje central es la ciudadanía como el deber ser del servicio y lo eleva a categoría de derecho desde una perspectiva de corresponsabilidad ciudadana que convoca los diferentes actores (ciudadanía, servidores y servidoras públicos y privados) a trabajar por la defensa y cuidado de lo público en la ciudad” (Secretaría Distrital de Planeación, 2015) .

La SHD promueve herramientas de comunicación con la ciudadanía, con el objetivo de incrementar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y por ende ser consecuentes con la misión y visión institucional. De tal manera que la ciudadanía tenga toda la información de sus obligaciones y pueda pagarlas de forma oportuna, lo cual garantiza tener los recursos necesarios para llevar a cabo los diversos planes y programas del gobierno de turno.

Ahora bien para comprender la fuente de las finanzas públicas de la ciudad, la importancia de la Atención y Servicio al ciudadano, y la responsabilidad social entorno a la tributación en Bogotá, se debe observar el recaudo de los impuestos distritales en los últimos años.

En la Secretaría de Hacienda Distrital, el recaudo total de los impuestos distritales se clasifica por recaudo oportuno y recaudo por gestión anti-evasión. El recaudo oportuno es aquel que es pagado por los contribuyentes (ciudadanos con obligaciones tributarias) en las fechas estipuladas cada año por la administración tributaria, las cuales pueden tener algún tipo de descuento, como es el caso de los impuestos a la propiedad (predial unificado y vehículos automotores) que tienen dos vencimientos, el primero con el 10% de descuento y el segundo vencimiento sin descuento sin sanciones e intereses. En el caso de los impuestos de producción y consumo (Industria y Comercio, consumo de cerveza, sobretasa a la gasolina, cigarrillos extranjeros, plusvalía, estampillas, unificado de azar y espectáculos, publicidad exterior visual, delineación urbana, entre otros) solo tienen una fecha sin descuento sin sanciones ni intereses.

Por otro lado, el recaudo por Gestión Anti –Evasión es aquel que comprende los contribuyentes que pagan fuera de las fechas establecidas por la administración tributaria, por lo cual asumen costos de intereses y sanciones. Este tipo de contribuyentes es aquel que la administración debe propender por “aconductar”, es decir transformar su incumplimiento en cumplimiento oportuno, sin descuidar el comportamiento de los contribuyentes “juiciosos” que pagan sus obligaciones oportunamente.

Los contribuyentes que pagan de manera incumplida son aquellos que se denominan en la administración como evasores, y a su vez se pueden clasificar en inexactos, omisos y morosos:

1. Inexactos: Son aquellos sujetos que han incurrido en errores de cálculo en la liquidación del impuesto que conlleva a declarar un menor impuesto del que están obligados a pagar.

2. Omisos: Son aquellos sujetos que no han declarado y no aparecen registrados en la base de soportes de pagos.

3. Morosos: Son aquellos sujetos a los que se les ha emitido un acto oficial, o han declarado y no han pagado la totalidad de su obligación y por consiguiente tienen una deuda con el Distrito.

Estadísticas generales impuestos distritales

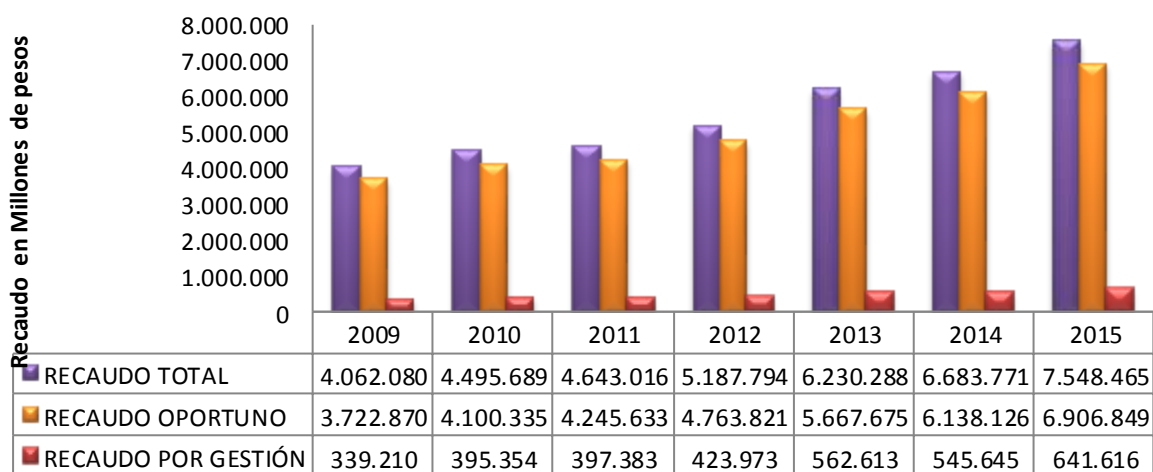


Figura 1. Recaudo Impuestos Distritales en la ciudad de Bogotá, 2009 – 2015. Fuente: Secretaría de Hacienda Distrital. Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá.

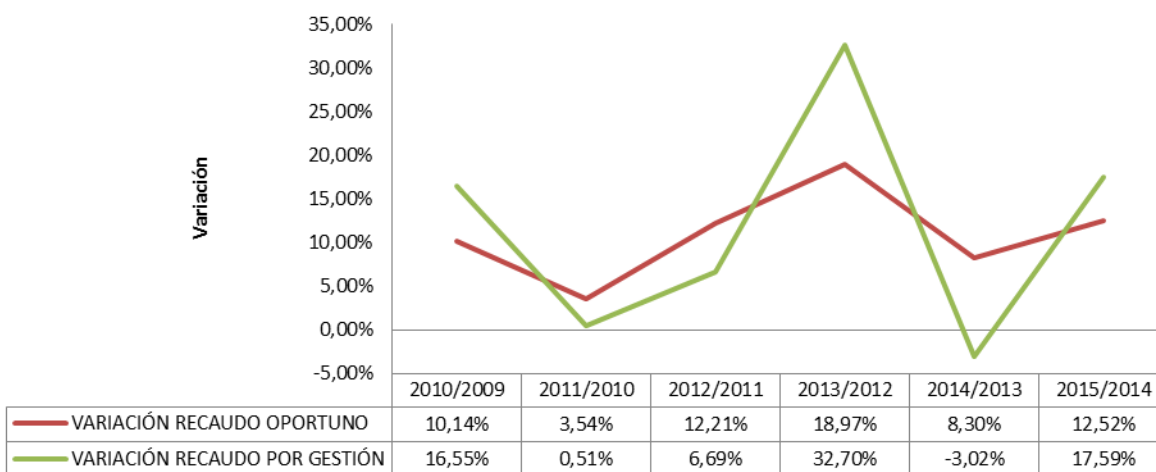


Figura 2. Comportamiento Recaudo Impuestos Distritales en la ciudad de Bogotá, 2009 – 2015. Fuente: Secretaría de Hacienda Distrital. Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá.

El recaudo efectivo de los impuestos en la ciudad de Bogotá a primera vista según la Figura 1, muestra un crecimiento permanente los últimos siete años. En la Figura 2 se observa el comportamiento del recaudo oportuno significativo y en el recaudo por gestión anti – evasión un comportamiento dinámico.

Tabla 1:

Composición del recaudo tributario total en la ciudad de Bogotá, 2009-2015.

Año	Participación recaudo oportuno respecto a recaudo total	Participación recaudo por gestión respecto a recaudo total
2009	91,65%	8,35%
2010	91,21%	8,79%
2011	91,44%	8,56%
2012	91,83%	8,17%
2013	90,97%	9,03%
2014	91,84%	8,16%
2015	91,50%	8,50%

Nota. Fuente: Secretaría de Hacienda Distrital. Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá.

En cuanto a la composición del recaudo total de impuestos distritales desde al año 2009 se evidencia un comportamiento similar, el recaudo oportuno representa alrededor del 90% del recaudo total y el recaudo por gestión representa el 10% del recaudo total. En el 10% se encuentran todos aquellos contribuyentes incumplidos a los cuales la administración tributaria interviene para cambiar su comportamiento, de tal manera que se recuperen recursos para las finanzas públicas.

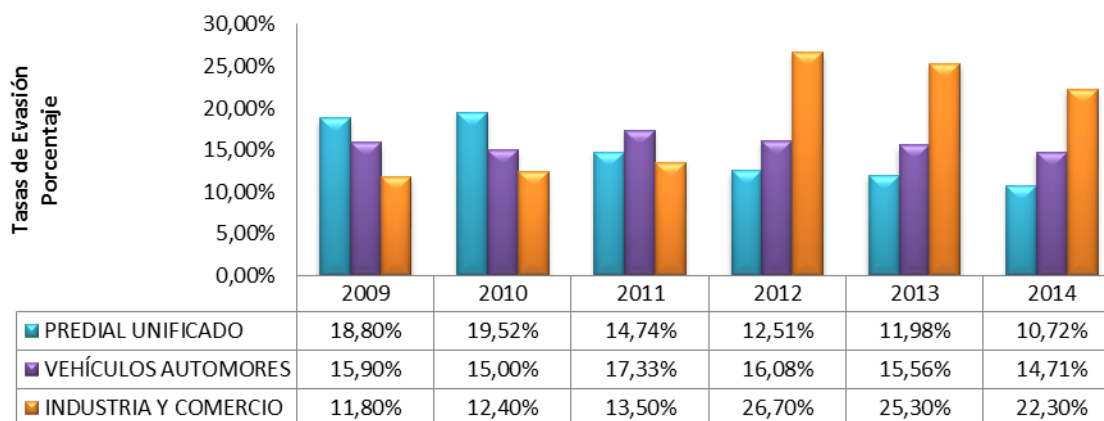


Figura 3. Tasas de Evasión de los impuestos distritales con mayor recaudo en la ciudad de Bogotá, 2009 – 2015.

Fuente: Secretaría de Hacienda Distrital. Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá.

Nota: Cálculo de evasión ICA 2012, 2013 y 2014, posee cambio de metodología.

Las tasas de evasión de impuestos a la propiedad (predial unificado y vehículos automotores) muestran un comportamiento estable, en cambio el comportamiento de la tasa de evasión de ICA refleja un cambio brusco del año 2011 a 2012, aunque se debe al cambio de metodología en el cálculo.

La evasión ocurre por “el desconocimiento de las obligaciones tributarias por parte de algunos contribuyentes, la desarticulación en los procesos de intercambio de información entre las diferentes entidades del Distrito, las falencias en la información fuente para liquidar los impuestos territoriales, las falencias en la definición normativa de ley en el impuesto de industria y comercio en temas estructurales como la territorialidad del tributo, el cambio en la dinámica económica en los últimos años, y la percepción de los bogotanos frente a la administración Distrital” (Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá, 2015) .



Figura 4. Número de Contribuyentes únicos con declaración y/o pago de los impuestos distritales en la ciudad de Bogotá, año gravable 2009 – 2015. Fuente: Secretaría de Hacienda Distrital. Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá, Base de Información Tributaria – BIT.

Nota 1: Contribuyentes únicos con declaración y/o pago por año gravable. Año gravable es el pago realizado por cada vigencia a lo largo de los siete años, ejemplo: Pago de vigencia 2009 en el periodo comprendido entre enero 01 de 2009 a diciembre 31 de 2015.

Nota 2: La información suministrada corresponde a los impuestos distritales predial unificado; vehículos automotores; industria y comercio; delineación urbana; cigarrillos extranjeros; consumo de cerveza; unificado fondo de pobres, azar y espectáculos públicos; estampilla pro cultura; estampilla pro adulto mayor; publicidad exterior; y sobretasa a la gasolina.

Cada vigencia los contribuyentes realizan un aporte significativo a las finanzas distritales, aunque en los años 2014 y 2015 se observa un comportamiento más estático de pago. Este comportamiento puede convertirse en una alerta para la administración tributaria en cuanto al crecimiento del recaudo tributario a mediano plazo.

De forma generalizada se evidencia un comportamiento efectivo y positivo para la ciudad respecto al recaudo tributario dentro el periodo 2009 a 2015. Sin embargo las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas que afronta año tras año la ciudad de Bogotá junto a una estructura estática los últimos quince años, promovieron que la Secretaría de Hacienda Distrital a

partir de noviembre del año 2015 entrará en una reestructuración según el acuerdo 600 y 601 de 2014, en la cual se transformó la distribución de cargas laborales y se establecieron nuevas oficinas con el propósito de mejorar la gestión y cumplir adecuadamente con la Misión y la Visión, en pro del bienestar de la ciudad.

Según los nuevos mapas de procesos de la Secretaría de Hacienda Distrital y de su Dirección Distrital de Impuestos, no se desconoce la importancia de una educación tributaria, lo cual es un aliciente en cuanto a la conformación de una Cultura Tributaria en la ciudad. Sin embargo se debe esclarecer desde que punto de vista y con qué objetivo es concebida la educación tributaria en la nueva era administrativa de la SHD, puesto que en los lineamientos distritales de Responsabilidad Social no aparece la Cultura Tributaria en la Atención y Servicio a la ciudadanía, por lo tanto se podría inferir que puede ser solo una estrategia para el cumplimiento de metas presupuestales en las finanzas de la ciudad, y no como una política de Responsabilidad Social para la ciudad, lo cual si generaría de manera permanente el cumplimiento de las metas presupuestales sin riesgo.

Respecto a lo anterior el orden de los factores si altera el producto, es decir la forma de adoptar e instaurar políticas en la administración tributaria podría cambiar los resultados esperados de manera momentánea o permanente.

Resultados Cultura Tributaria en la ciudad de Bogotá 2006 – 2016

Año 2006: Se habilitaron los SuperCades de Bosa, Suba y Calle 13, ampliándose la oferta de servicios tributarios. Adicional se depuraron y validaron 663.000 registros, esto ha permitido incrementar la confianza de los ciudadanos frente a la información recibida.

Se realizó una fuerte divulgación y comunicación a través de medios tradicionales, se estableció el calendario tributario, recordando las obligaciones tributarias a los ciudadanos, los plazos y descuentos por pronto pago, además de los canales dispuestos para el recaudo de los ingresos tributarios.

La Administración estableció el programa “Pacto por el Tesoro” como instrumento para fortalecer la cultura tributaria en el Distrito Capital, el cual pretendía que “los gremios, los empresarios y la ciudadanía tengan clara su responsabilidad con Bogotá, mediante programas que inviten a pagar oportunamente los impuestos y contribuciones y a hacer partícipes del proceso a las comunidades de los diferentes barrios y localidades. En desarrollo del programa del “Pacto por el tesoro”, en 2006 se sensibilizaron 153.300 estudiantes y 16.328 ciudadanos en temas tributarios” (SHD, 2006).

Año 2007: No se evidencian avances en Cultura Tributaria por parte de la Administración en su informe de Gestión correspondiente.

Año 2008: Se evidencia la ejecución del proyecto de inversión denominado “Fortalecimiento de Cultura Tributaria” por \$3.352 millones de pesos y cuya ejecución fue del 94,6%. Sin embargo no se evidencian los resultados en el correspondiente informe de gestión.

Año 2009: La Secretaría de Hacienda Distrital tiene como propósito “Aumentar la proporción del gasto flexible y mantener la calificación de riesgo crediticio, garantizando la financiación de las inversiones estratégicas de la ciudad, mediante mecanismos de planeación, gestión, y control fiscal y financiero”, una de las estrategias establecidas para lograr este propósito fue “Promover comportamientos, actitudes y valores para una cultura tributaria” (SHD, 2009).

Dentro del Plan de Desarrollo correspondiente se define el programa “Optimización de los ingresos distritales”, es decir la Administración Tributaria debe ejercer mayor control a la evasión, la morosidad y la elusión, a través de mejores prácticas, el fortalecimiento de la cultura tributaria, el servicio al contribuyente y la realización de programas de impacto sobre contribuyentes omisos e inexactos.

Para fortalecer el cumplimiento voluntario se cuenta con una infraestructura de 5 supercades y 5 cades, además de aproximadamente 1.200 puntos de pago convenidos con la red bancaria. Simultáneamente se envió al domicilio de los contribuyentes aproximadamente 2.570.476 formularios sugeridos (predial y vehículos), ofreciendo simultáneamente canales virtuales para mayor comodidad de los ciudadanos, capacitaciones, acercamientos y una amplia campaña de medios (SHD, 2009).

Igualmente se resaltan actividades como: el agendamiento telefónico para trámites de impuestos, la actualización mensual de la guía de servicios y trámites dispuesta en el portal web y la planeación inicial del servicio de pagos electrónicos para 1.200 contribuyentes del Impuestos de Industria y Comercio (SHD, 2009).

Año 2010: Con el fin de garantizar un servicio oportuno en la prestación del servicio a los ciudadanos, se desarrollaron las siguientes acciones que permitieron ampliar la capacidad de atención, disminuyendo los tiempos de espera y agilizar la atención (SHD, 2010):

- Esquema de autoservicio en punto de contacto a través de la implementación de cades virtuales en donde el ciudadano puede acceder a servicios Web de manera gratuita.
- Convenio con 5 telecentros de la ciudad ubicados en supercades en donde el ciudadano puede acceder a servicios Web de manera gratuita
- Fortalecimiento de la capacidad instalada garantizando ocupación del 100% ventanillas en el horario de atención.
- Implementación del Chat tributario.

Se impulsó la promoción y divulgación de los programas de fiscalización y cobro bajo la campaña publicitaria “Con razón y Corazón le cumplo a Bogotá”, mediante la cual se informó oportunamente a los contribuyentes sobre sus deudas pendientes evitando mayores costos y la apertura de procesos de cobro coactivo. Por lo tanto se gestionó el apoyo necesario para la divulgación de las obligaciones y las herramientas disponibles para que los contribuyentes se pusieran al día. Del mismo modo se prepararon las comunicaciones de control extensivo para los contribuyentes por los diversos canales establecidos: telefónico, virtual y escrito (SHD, 2010).

Con el fin de facilitar el cumplimiento de los contribuyentes se publicaron en el portal de la Secretaría de Hacienda www.haciendabogota.gov.co fichas informativas, con los formatos e

información necesaria para que los contribuyentes se pusieran al día o hicieran uso de las facilidades de pago establecidas por la Administración Tributaria.

En este año se diseñaron y modificaron todos los formularios comercializables, sugeridos y asistidos para la vigencia fiscal 2011 de acuerdo a las solicitudes de las áreas, así como actualización de información y elaboración de cartillas para garantizar su oportuna publicación en la página web de la Secretaría de Hacienda. De igual manera se realizó la actualización de información en el portal web en temas relacionados con calendario tributario, actualización normativa y actualización de trámites y servicios (SHD, 2010).

Año 2011: Para el proceso de atención al contribuyente se encuentran dispuestos cuatro canales de atención: presencial, telefónico, virtual (opinión tributaria y chat) y escrito. Se realizó la emisión de formularios para el impuesto predial y vehículos, y adicionalmente se dispusieron para declaración y pago electrónico los formularios sugeridos de los dos impuestos.

Se continuó con el fortalecimiento del modelo de atención al contribuyente en puntos de contacto, y se generaron boletines tributarios (SHD, 2011).

Año 2012: Desde el componente de educación fiscal, se desarrollaron programas de comunicación: información, formación, motivación, fidelización y control preventivo.

Se llevaron a cabo capacitaciones externas y se adelantaron actividades de capacitación interna dirigidas a funcionarios de la DIB, a funcionarios de otras entidades públicas que tienen contacto con contribuyentes de los diferentes impuestos distritales y otros actores como empresas y gremios interesados en temas especializados tributarios (SHD, 2012).

En desarrollo de esta actividad se brindó formación sobre:

- Procedimiento tributario: Atención a contribuyentes de los impuestos Predial y vehículos, víctimas de catástrofes naturales.
- Uso de medios electrónicos
- Medios magnéticos.
- Simplifica

En total se brindaron 35 capacitaciones a 1.613 contribuyentes (SHD, 2012).

En cuanto a las Jornadas de acercamiento tributario, se visitaron 13 localidades, 36 comunidades, se repartieron 22.600 volantes y se atendieron 3.883 ciudadanos. En las campañas de Fidelización, se realizaron diferentes contactos con los contribuyentes obligados de los impuestos, predial unificado y vehículos, dirigidos a incentivar y mantener el cumplimiento voluntario, estimulando adicionalmente el uso de los canales virtuales para cumplir obligaciones (SHD, 2012).

A su vez se continuó con el fortalecimiento del modelo de atención al contribuyente en puntos de contacto. Se busca desincentivar el uso del canal presencial por parte de los contribuyentes, por el costo administrativo que genera y por los largos tiempos de espera que representa para los contribuyentes.

Por lo anterior, se trabajó en la aplicación de mejoras a través de herramientas tecnológicas que permitan agilizar la atención en los puntos de atención presencial. En la actualidad se

adelantan los estudios previos para la adquisición de elementos que permitan agilizar y mejorar el servicio (digiturno, señalización, agilizadores, equipos audiovisuales, etc). (SHD, 2012).

Año 2013: Se adelantaron 23 conversatorios en las Juntas de Acción Local, 21 conversatorios en colegios, 7 conversatorios en universidades, 18 conversatorios con gremios, 76 acercamientos tributarios, y 14.904 contribuyentes atendidos en los acercamientos tributarios (SHD, 2013).

Los conversatorios desarrollaron la temática “Defensa del impuesto como activo de la Ciudad”, además de resaltar la importancia de los recursos públicos tributarios para la ejecución de planes y proyectos del Plan de Desarrollo de la Ciudad “Bogotá humana”, información del proceso de actualización Catastral y su impacto en el impuesto predial.

En las Instituciones educativas se realizaron talleres y capacitaciones a los estudiantes para explicar en qué momento de su vida se convertirán en contribuyentes de la ciudad para avanzar en el desarrollo de la ciudad con el mensaje “El pago de mis Impuestos da frutos”. Los conversatorios en Colegios Distritales contaron con la participación de 2.726 estudiantes (SHD, 2013).

En el caso de las Universidades, el Director de Impuestos participó en la presentación de los deberes de la entidad, resaltando temas como: Qué son los impuestos, los principios de los impuestos, el origen de los impuestos, cómo se recaudan los impuestos, la diferencia entre impuestos locales de los nacionales, la destinación del recaudo de los recursos públicos, la

necesidad de los recursos públicos, la importancia de la tributación y las cifras actuales de recaudo en cuanto al cumplimiento oportuno.

Respecto a los Gremios se realizaron 18 eventos con la participación y apoyo de FENALCO, CAMACOL, Asamblea Regional de Bogotá, Asofiduciarias, Asopartes, Congregaciones Cristianas, Imprenta Nacional entre otros; conservando la misma temática trabajada con las Universidades (SHD, 2013).

Por último los acercamientos tributarios se realizaron con el objetivo de informar de manera oportuna a los contribuyentes el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, facilitando los medios virtuales y presenciales para consulta, liquidación y pago. Los acercamientos se desplegaron como ferias de servicio al ciudadano con la Alcaldía Mayor en los centros comerciales, los Cades y zonas de alta afluencia de ciudadanos con las Unidades móviles (SHD, 2013).

Año 2014: Se realizaron 83 jornadas de acercamientos tributarios con Unidades Móviles, 42 capacitaciones en colegios, 45 capacitaciones en entidades públicas de orden nacional y distrital, 24 conversatorios con gremios, 30 capacitaciones en localidades y 17 conversatorios en universidades. Lo anterior obtuvo una participación de 31.290 contribuyentes (SHD, 2014).

Adicional la Administración Tributaria adelanto programas de fidelización, control extensivo y control persuasivo por medio de llamadas, mensajes de texto y carta, enfocados en los impuestos distritales predial, vehículos e ICA.

Se impulsó la Escuela Tributaria, la cual adelantó 55 eventos con una asistencia presencial de 2.142 personas y de 252 online. La Escuela tiene como finalidad llevar a cabo capacitaciones en temas relacionados con impuestos municipales y nacionales, y la actualización de la normatividad (SHD, 2014).

De forma paralela se trabaja en el fortalecimiento del servicio al contribuyente, incentivando el uso de canales WEB para el cumplimiento de obligaciones, el mejoramiento de servicios como el Registro de Información Tributaria que permite mejorar la información de los contribuyentes, el fortalecimiento del servicio presencial con la introducción de mejoras tecnológicas, y los canales de autoservicio ubicados en los Supercades, disminuyendo el uso de las ventanillas de atención directa (SHD, 2014).

Año 2015: La Cultura Tributaria surge con fuerza a partir del año 2012, a través de la cual la Administración tributaria se acerca a la comunidad en un ejercicio de presencia institucional y transformación de sentimientos ciudadanos vinculados al incumplimiento tributario. En este sentido, se han fortalecido los acercamientos tributarios, los conversatorios con los estudiantes y los gremios y las campañas de fidelización de los contribuyentes (SHD, 2015).

Se realizan los acercamientos tributarios a grupos de contribuyentes con el objetivo de felicitar, informar, educar, y efectuar acciones de fidelización. La Dirección Distrital de Impuestos desarrolló el componente de formación y sensibilización en Cultura Tributaria con las siguientes actividades: 1 colegio con 400 estudiantes, 1 jardín infantil con 73 niños y niñas, 4 gremios con 176 representantes empresariales, 2 Universidades con 101 participantes, y

participación en 1 festival Distrital con 2000 participantes involucrados en la campaña “El pago de mis impuestos da frutos” (SHD, 2015).

Sin embargo la Administración continua con el fortalecimiento de los canales de servicio al contribuyente y el mejoramiento de información, los cuales van de la mano con el acercamiento a los contribuyentes.

Año 2016: En este año se lograron los acercamientos tributarios con Unidad Móvil por todas las localidades de la ciudad, se continua de forma permanente con la realización de programas de Fidelización, Control Extensivo y Persuasivo, se afianzo la ejecución del Plan de medios y de campañas locales de comunicación, se fortaleció la orientación tributaria al contribuyente por canales como: el presencial, la atención telefónica, el Chat tributario, el correo electrónico “opinión tributaria”, las respuestas a solicitudes escritas, y los liquidadores de impuestos por vía WEB (SHD, 2016).

Este año los programas de fidelización se enfocaron no solo en el cumplimiento de las obligaciones tributarias sino que también en la divulgación de la Simplificación Tributaria aprobada mediante el Decreto Reglamentario 474 de 2016 y a incentivar la cultura tributaria, a través de los acercamientos tributarios.

Se realizaron, 6 presentaciones con gremios, 27 jornadas con colegios públicos, 4 jornadas con un colegio privado, 18 jornadas de capacitaciones en los temas de impuestos ciudadanos y empresariales, y 7 jornadas de formación teórico-práctica. Atendiendo a un total de 39.338 ciudadanos (SHD, 2016).

Continuando con la Escuela Tributaria, se realizaron seminarios de intensidad larga o corta, en temas relacionados con: Impuestos territoriales, Impuesto sobre la renta para personas naturales, taller NIIF, Régimen sancionatorio, Procedimiento tributario, Plusvalía, ética y principios del Derecho Tributario, Derecho probatorio, Autoridad forense y tributaria, Protección de datos personales, Matemáticas financieras aplicadas a estándares internacionales, entre otros temas. Los seminarios obtuvieron una asistencia por medio presencial de 501 personas y por medio on-line de 528 personas (SHD, 2016).

Dada la simplificación tributaria se llevó a cabo la producción de 6 videos, la publicación en la revista semana y LatinPyme, la mención en los canales de televisión: CityTv, noticias Caracol, noticias RCN, noticias Uno y noticiero CM&, y por último la publicidad por medio digital en Youtube, Google Search, Google Display y facebook (SHD, 2016).

Los resultados de acciones asociadas a Cultura Tributaria entre el año 2006 - 2016 tienen en común la importancia en cuanto a la atención presencial que la Administración le brinda a los contribuyentes en los SuperCades disponibles en la ciudad. Es el canal de comunicación directo con los ciudadanos, por tanto se han hecho esfuerzos para mejorar la infraestructura, incrementar la cantidad de funcionarios que presten atención personalizada, reducir los tiempos de atención, y solucionar de forma ágil las inquietudes de los ciudadanos respecto al pago de sus impuestos. No obstante desde el año 2012 se observa una transformación en cuanto a mayores acercamientos tributarios con la ciudadanía que promuevan el pago de los tributos.

Para comprender la importancia del Capítulo I, se mostrará a continuación la revisión de la literatura en cuanto a términos de Responsabilidad Social, Cultura y Cultura Tributaria.

Capítulo 2 Revisión de la literatura referente a Responsabilidad social, Cultura y Cultura Tributaria

Responsabilidad social

La responsabilidad social en las últimas décadas ha cobrado gran importancia en la escena internacional debido a los impactos ambientales, sociales y económicos que los sectores productivos han provocado en el mundo. Según la Real Academia Española, la responsabilidad es “la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente”, social es definido como “perteneciente o relativo a la sociedad, y sociedad es un “conjunto de personas, pueblos o naciones que conviven bajo normas comunes”. Por tanto, Responsabilidad Social puede ser inicialmente comprendida como la habilidad que las personas tienen para aceptar las consecuencias de sus actos en el entorno donde se desenvuelven, y el cual está regido por un conjunto de reglas establecidas para su funcionamiento.

Muchos autores e instituciones se han encargado de definir la responsabilidad social, a continuación se expondrán algunos de ellos:

Tabla 2:

Definiciones sobre responsabilidad social según autores e instituciones.

Autor	Definición
Bowen (1943)	“Obligación del empresario de tomar decisiones, acompañar líneas de acción deseables y adoptar políticas sociales, según los objetivos y valores de la comunidad y sociedad”.
Friedman (1970)	“Existe solo una responsabilidad de la empresa: utilizar su recursos y organizar sus actividades con el objetivo de aumentar sus beneficios, siguiendo las reglas de juego del mercado”.
Zenisek (1979)	“Preocupación de las empresas por las expectativas del público. La utilización de los recursos humanos, físicos, y económicos para fines sociales más amplios, y no simplemente para satisfacer el interés de las personas u organizaciones en particular”.
Barbosa (2000)	"Conjunto de decisiones que trasciendan las acciones filantrópicas, pues una empresa socialmente responsable es aquella que tiene en cuenta los problemas sociales existentes en el país en el que trabaja”.
Libro verde (2001)	“Integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.
Ethos (2002)	“Relación que la empresa establece con todas sus partes interesadas en el corto, mediano y largo plazo”.
Ventura (2003)	“Una perspectiva estratégica donde se identifican las

	oportunidades de los negocios”.
Lipovestky (2004)	“Se centra en la ética de los negocios y considera que en el ámbito social, los agentes son portadores de la moral y de la ética”.
Schmidheiny (2006)	“Compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”
Porter (2006)	“La responsabilidad social de una empresa consiste básicamente en tomar recursos del negocio e invertirlos en ser un “buen ciudadano”. El valor compartido en cambio, se refiere al negocio mismo de la compañía, pero operarlo de una diferente manera para poder solucionar problemas sociales y ambientales”.
Jimenez, gomez y villegas (2007)	”Surgió como una noción teórica con capacidad explicativa de la realidad de la empresa”.
Correa (2007)	“En el siglo XX surge la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales”.
Comprometerse (2007)	“Sistema de gestión que considera las expectativas de los grupos de interés además de los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de la actividad empresarial”.
Berrío y rua (2009)	“Una estrategia que promoviera el desarrollo social, industrial, ambiental y comercial de los países afectados por

	los conflictos”.
Iso 26000 (2010)	“La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético”.
Organización internacional del trabajo (2010)	“Una nueva manera de hacer negocios, en la cual las empresas tratan de encontrar un estado de equilibrio entre la necesidad de alcanzar objetivos económicos, financieros y de desarrollo; y el impacto social o ambiental de sus actividades”.
Forum empresa	“Nueva forma de hacer negocios, en la que la empresa gestiona sus operaciones en forma sostenible, en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos grupos con los que se relaciona (propietarios, empleados, comunidad, proveedores, clientes)”.

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

Para el objetivo de la presente investigación se partirá de la noción de responsabilidad social de Michael Porter, puesto que propone la responsabilidad social más allá de un acto de beneficencia y de filantropía, como una fuente de oportunidad de negocio, de innovación y de ventaja competitiva.

La Responsabilidad Social puede ser acogida por las organizaciones como una estrategia competitiva que puede convertirse en una fuente de progreso social, establecida a través de obligación moral, sustentabilidad, licencia para operar y reputación. La obligación moral se refiere al hacer lo correcto y ser buenos ciudadanos, la sustentabilidad es la relación entre el

medio ambiente y la comunidad, la licencia para operar es el permiso que las organizaciones necesitan para hacer sus negocios por parte de sus stakeholders, y la reputación es la que permite mejorar la imagen de una organización, fortalecer su marca, elevar la moral e incrementar su valor en el mercado.

La responsabilidad social empresarial en tanto es el fortalecimiento de relaciones entre la sociedad y las organizaciones. El éxito de las organizaciones radica en el óptimo estado de la sociedad donde operan, puesto que esto garantizará bajos costos y elevadas utilidades.

La clave son los puntos de convergencia entre la sociedad y la organización, pues la dependencia implica que las decisiones y las políticas deben establecerse a partir del principio de “valor compartido”, es decir que los negocios, las estrategias, las alternativas y las soluciones deben beneficiar a todos; esta vez no solo importa las utilidades individuales sin medir el impacto en los demás, lo que interesa es el beneficio común y permanente.

Se debe tener claro que bajo esta propuesta una empresa no puede solucionar todos los problemas sociales de una comunidad, pues para solucionar todos los problemas existentes primero el costo es muy alto y segundo estarían reemplazando la función de instituciones creadas para ello; lo ideal es que la empresa seleccione aquellas problemáticas que convergen a su negocio. De tal manera que al solucionarlas se refuerce la estrategia organizacional mediante el progreso social obtenido.

La responsabilidad social empresarial es estratégica cuando establece su cadena de valor con dimensión social, convirtiendo el impacto social en parte integral de su beneficio en el mercado. La cadena de valor tiene como objetivo identificar las actividades que se realizan en una organización con el objetivo de buscar aquellas fuentes de ventaja competitiva.

Según Porter, la ventaja competitividad de la cadena de valor del sector servicios, “proviene del conjunto de actividades discretas que la empresa realiza en el diseño, producción, marketing, entrega, y apoyo de su producto y servicio”. Lo anterior establece un análisis sistemático de todas las actividades, permitiendo identificar las actividades estratégicas con el fin de potencializarlas y lograr la diferenciación en el mercado.

Porter (2006) clasifica las actividades fuente de ventaja competitiva en primarias y de apoyo. Dentro de las primarias agrupa aquellas de logística, operaciones, marketing y ventas, y servicio; las de apoyo son aquellas de aprovisionamiento, desarrollo tecnológico, gestión de los recursos humanos e infraestructura de la empresa. Se debe recordar que Bogotá tiene el sector servicios y comercio como principales componentes del PIB, por tal razón no es imposible pensar en que la ciudad explore la responsabilidad social como estrategia competitiva, diferenciando sus bienes y servicios en el mercado interno y externo.

Es interesante promover la responsabilidad social como oportunidad de negocio, puesto que en economías en desarrollo ayuda no solo a generar conciencia social sino a activar la economía en cuanto a progreso y productividad; permitiendo ganancias a nivel corporativo y a nivel ciudad.

No obstante, para el éxito de la responsabilidad social deben establecerse bases culturales sólidas, puesto que es un cambio de paradigma, en cuanto a la transformación de formas de actuar, la conciencia de las acciones, la preocupación por las generaciones futuras y la búsqueda

de soluciones; sin descuidar desde luego en el sentido organizacional, las ganancias económicas y la ventaja competitiva (Alarcón, sf: 1-32).

Cultura

La Real Academia Española, define la cultura como “un conjunto de modos de vida y costumbres, conocimiento y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época y grupo social”, también la define como “conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”. Se puede inferir que la cultura va de la mano de la educación, pues se establece con base a la adquisición de conocimientos, la RAE define educación como “crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes”.

Es necesario el fortalecimiento cultural antes de establecer paradigmas, pues del fortalecimiento depende el éxito o el fracaso de una ideología, un sistema, una operación, una norma o un cambio general. La cultura en países en desarrollo como Colombia con tanta desintegración social debería ser la estrategia principal para cualquier transformación.

Para los países en desarrollo un cambio de paradigma se dificulta debido a la baja calidad de los niveles educativos y a la escasa cobertura de los existentes; adicional a la densidad poblacional que incrementa las problemáticas sociales y por ende pone en alto riesgo la cultura de un país.

Muchos autores e instituciones se han encargado de definir la cultura, a continuación se expondrán algunos de ellos:

Tabla 3:*Definiciones sobre la cultura según autores e instituciones*

Autor	Definición
Tyler (1871)	“Un todo complejo que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y todas las otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”.
Boas (1930)	“Todas las manifestaciones de los hábitos sociales en una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres”.
Malinowski 1931)	“Es la herencia social. Es una realidad instrumental que ha aparecido para satisfacer las necesidades del hombre que sobrepasan su adaptación al medio ambiente. La cultura es un todo integrado”.
Linton (1940)	“Cultura es la suma de conocimientos y modelos de comportamiento que tienen en común y que transmiten los miembros de una sociedad particular”.
Radcliffe – brown (1943)	“La cultura es una abstracción. Lo que observan son los seres humanos y las relaciones que establecen entre sí”.
Kluckhohn (1943)	“Son los modelos de vida históricamente creados, explícitos e implícitos, racionales y no racionales que existen en cualquier tiempo determinado como guías potenciales del comportamiento de los hombres”.
Goudenough (1968)	“Aquello que realmente necesitamos saber o creer en una

	determinada sociedad de manera que podamos proceder de una forma que sea aceptable para los miembros de esa sociedad. Es más bien la forma en la mente de la población y los modelos de la misma para percibirlas, relacionarlas e interpretarlas”.
Leach (1970)	“Hace hincapié en el componente de los recursos acumulados, materiales así como inmateriales que las personas heredan, utilizan, transforman, aumentan y transmiten”.
M. Harris (1981)	“La cultura alude al cuerpo de tradiciones socialmente adquiridas que aparecen de forma rudimentaria entre los mamíferos, especialmente entre los primates. Cuando los antropólogos hablan de una cultura humana normalmente se refieren al estilo de vida total, socialmente adquirido, de un grupo de personas, que incluye los modos pautados y recurrentes de pensar, sentir y actuar.”
Anthony giddens (1989)	“Se refiere a los valores que comparten los miembros de un grupo dado, a las normas que pactan y a los bienes materiales que producen. Los valores son ideales abstractos, mientras que las normas son principios definidos o reglas que las personas deben cumplir.”
Unesco	"Debe ser considerara como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias" .
Rappaport (1998)	“En sí pertenece a la naturaleza. Emergió en el curso de la evolución mediante procesos de selección natural. Aunque las culturas pueden imponerse a los sistemas ecológicos, hay límites

para esas imposiciones, ya que las culturas y sus componentes están sujetos a su vez a procesos selectivos”.

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

Cultura tributaria

Para el caso de la investigación, la cultura se desea indagar desde el punto de vista tributario, es decir caracterizar la cultura como una herramienta de expresión social necesaria para lograr el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, de tal manera que se genere, responsabilidad social en cuanto al sentido de pertenencia y el financiamiento necesario para la sostenibilidad y desarrollo de la ciudad.

Se propende por dejar a un lado el sentimiento de temor por las sanciones que la administración puede aplicar y la desconfianza por la falta de ejecución de los dineros disponibles para el bienestar de la ciudad.

Es preciso aclarar que la cultura tributaria parte de una formación educativa, y en principio el Estado tiene el deber de fomentarla y difundirla por medio de sus instituciones, con el apoyo de las organizaciones privadas.

Para entender el concepto de cultura tributaria a continuación se expondrán las posturas de algunos autores:

Tabla 4:*Posturas sobre el concepto de cultura tributaria*

Autor	Definición
Cortázar (2000)	“Permitir que los ciudadanos conciban las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, acorde con los deberes democráticos”.
Rivera & sojo (2002)	“Forma en que construyen a una imagen de los impuestos a partir de una combinación de información y experiencias sobre la acción y el desempeño del Estado”.
Golia (2003)	“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”.
Méndez (2004)	“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, 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 de los contribuyentes”.

Guaiquirima (2004)

“La formación de la conciencia tributaria requiere tiempo, ya que implica un proceso continuo de aprendizaje y asimilación por parte de la sociedad”.

Armas & colmenares (2009)

“Se pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso tomen conciencia en cuanto al hecho 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”.

Bromberg (2009)

“Conjunto de acciones con pretensiones de sistematicidad que se financian mediante presupuesto de inversión y se diseñan con objetivos directos e impactos indirectos con el fin de mejorar un sistema político a aceptar voluntariamente la carga y procedimientos de tributos, tasas y contribuciones que se destinan a la provisión de bienes y servicios comunes”.

Rodríguez (2011)

“Problema social que consiste en conseguir que la ciudadanía se convenza de la posibilidad, la necesidad y la conveniencia de una fiscalidad justa”.

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

Dada la situación actual referente a la Cultura Tributaria en la Secretaria de Hacienda Distrital del Capítulo I, y los términos de Responsabilidad Social, Cultura y Cultura Tributaria que permiten contextualizar, expuestos en el presente Capítulo II, es de vital importancia conocer casos exitosos a nivel nacional e internacional en el tema de Cultura Tributaria, de tal manera que se conozca la relevancia del tema para otros territorios, y así adaptar las mejores prácticas para la ciudad de Bogotá.

Capítulo 3 Identificación casos exitosos a nivel nacional e internacional

La cultura tributaria es desarrollada en varios países hispanos, sin embargo su objetivo cambia en cada país, para algunos es más importante ampliar la base de contribuyentes obligados y para otros incrementar el recaudo tributario.

Los países que han evolucionado en la implementación de cultura tributaria son: Argentina, Brasil, Chile, España, Guatemala, México, Perú, Bolivia, Paraguay, Nicaragua y Ecuador.

Tabla 5:

Cultura tributaria en países hispanos

País	Cultura tributaria
Argentina	La Administración Federal de Ingresos Públicos incentiva el programa llamado “Educación tributaria”, basado en estrategias educativas y culturales destinadas a la población infantil y juvenil, con el objetivo de desarrollar la función social de los tributos. (AFIP, 2016). Las actividades que se desarrollan son: obras de teatro, juegos, actividades recreativas, y materiales didácticos.

Brasil	La Secretaría de Ingresos Federales de Brasil estableció el Programa Nacional de Educación Fiscal, con el objetivo de promover la educación fiscal y la construcción de la conciencia ciudadana de los presupuestos públicos. (2016).
Chile	El Servicio de Impuestos Internos promueve el Programa de Educación Fiscal, diseñado bajo tres ejes: Formación en valores, Construcción de la ciudadanía y Cultura Fiscal (SII, 2016).
España	La Agencia Estatal de Administración Tributaria promueve la Educación Cívico – Tributaria en el país con el objetivo de proporcionar a los ciudadanos más jóvenes, bases conceptuales sobre la responsabilidad fiscal que los incentiven a incorporarse como contribuyentes en una sociedad democrática (Agencia Tributaria, 2016).
Guatemala	La Superintendencia de Administración Tributaria promueve el Programa de Cultura Tributaria en los estudios del nivel primario, complementada por la distribución de textos escolares y juegos de mesa de educación tributaria (SAT, 2016).
México	El Servicio de Administración Tributaria tiene la concepción de cultura tributaria como “Civismo Fiscal”, cuyo objetivo busca generar una cultura fiscal en la que el ciudadano es el eje de las acciones (SAT, 2016).
Perú	La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria promueve la Cultura Tributaria a nivel académico y profesional a través de capacitaciones denominadas “Ciudadanía y Cultura Fiscal” (SUNAT, 2016).
Bolivia	El Servicio de Impuestos Nacionales a través del Servicio de Atención al Contribuyente promueve el Programa “Creando Cultura Tributaria”, cuyo objetivo es fomentar e incentivar la creación de cultura tributaria en la población, formando actitudes y prácticas favorables que permitan el cumplimiento de deberes y obligaciones, así como el ejercicio de derechos ciudadanos (Impuestos, 2016).

Paraguay	La Superintendencia Nacional de Administración tributaria promueve el Programa de Cultura Tributaria a través de talleres a los servidores públicos e incluyó el tema en el Diseño Curricular Nacional de las instituciones educativas con el objetivo que los alumnos conozcan la importancia de la tributación en el desarrollo del país (SET, 2016).
Nicaragua	La Dirección General de Ingresos transformó su visión institucional “Recaudar los tributos internos con equidad, transparencia y eficiencia, promoviendo la cultura Tributaria y cumpliendo con el Marco Legal, aportando al Gobierno recursos para el desarrollo económico y social del país”. Se establece un convenio Interinstitucional con el Ministerio de Educación, cuyo objetivo es promover la cultura tributaria en los futuros contribuyentes, niños, adolescentes, jóvenes y adultos (DGI, 2016).
Ecuador	Servicio de Rentas Internas incentiva la cultura tributaria a través de capacitaciones presenciales, virtuales, ciudadanía fiscal y guías tributarias (SRI, 2016).

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6:

Casos exitosos a nivel nacional

Ciudad	Cultura Tributaria
Medellín	El Objetivo de la Alcaldía de Medellín es brindar información y formación a los contribuyentes para que asuman con ética la obligación tributaria. (Medellín, 2016). Por lo anterior realiza:

-
1. Actividades informativas basadas en las campañas de declaración privada, las campañas de sensibilización de responsabilidad tributaria, el ofrecimiento de un portafolio de servicios tributarios, y la divulgación del estatuto tributario.
 2. Facilidades para el cumplimiento de los deberes tributarios por medio de la simplificación, la declaración virtual, el chat tributario, la orientación tributaria y la consulta virtual.
 3. Actos pedagógicos dirigidos a jóvenes para conocer los impuestos y la importancia de una tributación ética y responsable, junto a obras de teatro.

Adicional a lo anterior la Alcaldía de Medellín desarrolló un juego tributario en la web para promover la transparencia y el sentido de pertenencia de la ciudad. Es un juego a modo de escalera cuyas casillas tienen información y preguntas referentes al país, las inversiones de Medellín, el Plan de Desarrollo de la ciudad, las finanzas públicas, la destinación de los recursos, la historia de los impuestos (línea de tiempo), la gestión tributaria, el comportamiento fiscal, que son los tributos, los derechos de los contribuyentes, los deberes de la Administración Tributaria, entre otros temas (Medellín, 2016).

En la página web de la Alcaldía de Medellín, se encuentra estructurado el “Portal Tributario”, el cual ofrece los siguientes servicios:

- a. Ayudas tributarias para la liquidación adecuada de los impuestos.
 - b. Servicios en línea, tales como: trámites y expedición de documentos (certificados, formularios, facturas, reportes, etc.).
 - c. Publicaciones como la “Guía del buen Contribuyente”.
 - d. Descarga de formatos como el Registro de Información Tributaria – RIT, la solicitud de devolución, la actualización de datos de los
-

contribuyentes, entre otros.

- e. Ciclo de vida del contribuyente: La inscripción en el Impuesto de industria y comercio - ICA, el pago mensual de los impuestos, la declaración anual, la actualización de datos en el RIT. y la información de cese de actividades.
- f. El juego tributario explicado anteriormente.
- g. Noticias tributarias.
- h. Adicional se encuentra el chat tributario, la normatividad tributaria, los códigos y tarifas, la liquidación y pago de impuestos vía web.

Cali En el año 2014, el Departamento Administrativo de Hacienda Municipal de la Alcaldía de Santiago de Cali creo “la Cartilla de Cultura Tributaria” para la comunidad estudiantil.

La Cartilla se divide en cuatro unidades en las cuales se evidencian temas como: la cultura ciudadana, la historia del tributo, el Impuesto y el Estado social de derecho, y los principales recaudos. A su vez las unidades contienen reflexiones y actividades para desarrollar (Cali, 2016).

En el año 2015 se llevó a cabo su lanzamiento, cuyo objetivo era la entrega de 4.750 cartillas a estudiantes de grado noveno, decimo y once. Sin embargo a las convocatorias de capacitaciones para los docentes no hubo asistencia masiva, por lo que se entregaron 1.720 en una primera etapa (Cali, 2016).

Junto a la Cartilla y los boletines tributarios, se suma el Programa de Cultura Tributaria conformado por capacitaciones en los impuestos municipales, los medios magnéticos y las estampillas, las jornadas móviles y la creación de piezas educativas.

Cartagena La Secretaria de Hacienda de Cartagena promueve “La Campaña de Pedagogía

Tributaria, Mi Tributo – Mi ciudad” cuyo objetivo son las intervenciones lúdico-pedagógicas en las localidades, las actividades de sensibilización a comerciantes y ciudadanos, y la implementación de asesorías (Hacienda Cartagena, 2016).

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

En esta instancia al observar la situación actual de Cultura Tributaria en la Secretaria de Hacienda Distrital – Capítulo I, la revisión de literatura de los términos de interés – Capítulo II, y la exploración de los casos exitosos a nivel nacional e internacional de Cultura Tributaria – Capítulo III, se tienen las herramientas para desarrollar a continuación la propuesta de acciones asociadas a la Cultura Tributaria como política de Responsabilidad Social en el Capítulo IV.

Capítulo 4 Propuesta de acciones asociados a la Cultura Tributaria

Metodología Investigación

Para obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos de estudio, se propone utilizar un método mixto es decir cualitativo y cuantitativo, con un diseño de campo por medio de encuestas que permita desarrollar un tipo de investigación explicativo que determine las causas de los fenómenos y generen un sentido de entendimiento.

Para dar sentido al presente trabajo, y luego de plasmar la información secundaria en capítulos anteriores, se implementa un instrumento para obtener la percepción ciudadana respecto al tema de Cultura Tributaria en la ciudad de Bogotá.

Se procede a aplicar la siguiente encuesta con doce preguntas cerradas, utilizando escala de likert y la última pregunta abierta. Para la selección de la muestra, se seleccionó un muestreo no probabilístico por conveniencia; debido a que la información de los contribuyentes tiene reserva tributaria, por tanto no es posible acceder a la misma. Anexo 1. Encuesta respuesta No. 13.

Para la investigación se aplicó un total de quinientas (500) encuestas en cinco supercades: Calle 26, Calle 13, Suba, 20 de julio y Américas, se realizaron cien (100) encuestas a cien (100) ciudadanos en cada uno de los Supercades mencionados. Anexo 2. Información consolidada tabulación.

Encuesta de Percepción sobre el pago de los Impuestos en la ciudad de Bogotá

El objetivo de la encuesta es conocer la opinión de los ciudadanos respecto a su tradición en el pago de sus impuestos en la ciudad de Bogotá.

La información contenida en esta encuesta es de uso netamente investigativo. Por favor conteste según su criterio.

1. ¿Usted se siente motivado para el pago de sus impuestos?

Totalmente
desmotivado
☐

Desmotivado
☐

Ni motivado ni
desmotivado
☐

Motivado
☐

Totalmente
Motivado
☐

2. ¿Usted se siente motivado para pagar el Aporte Voluntario adicional a sus impuestos, como fuente de financiación de proyectos sociales en la ciudad de Bogotá?

Totalmente
desmotivado
☐

Desmotivado
☐

Ni motivado ni
desmotivado
☐

Motivado
☐

Totalmente
Motivado
☐

3. ¿Cree usted que en Bogotá existen altas tasas de evasión de impuestos?

SI ☐

NO ☐

4. ¿Conoce campañas para incentivar el pago de los impuestos por parte de la Secretaría de Hacienda Distrital?

SI ☐

NO ☐

5. ¿Ha asistido a los encuentros informativos realizados por la Secretaría de Hacienda Distrital para facilitar el pago de sus impuestos?

SI ☐

NO ☐

6. ¿Conoce las jornadas desarrolladas por la Secretaría de Hacienda Distrital en las localidades de la ciudad de Bogotá?

SI ☐

NO ☐

7. ¿Sabía usted que la Secretaría de Hacienda Distrital adelanta conferencias respecto a la importancia de la tributación en colegios y universidades?

SI ☐

NO ☐

8. ¿Usted está de acuerdo con que es necesario educar para el pago de los impuestos en la formación académica de niños, niñas y adolescentes?

Totalmente en
desacuerdo

☐

En
desacuerdo

☐

Ni de acuerdo ni
en desacuerdo

☐

De acuerdo

☐

Totalmente
de acuerdo

☐

9. ¿Conoce la Escuela Tributaria organizada por la Secretaría de Hacienda Distrital?

SI ☐

NO ☐

10. ¿Usted se siente satisfecho con los canales de servicio que ofrece la Secretaría de Hacienda Distrital?

Totalmente
insatisfecho☐

Insatisfecho

☐Ni satisfecho ni
insatisfecho☐

Satisfecho

☐Totalmente
Satisfecho☐

11. ¿Usted se siente satisfecho con la Gestión de la Secretaría de Hacienda Distrital?

Totalmente
insatisfecho☐

Insatisfecho

☐Ni satisfecho ni
insatisfecho☐

Satisfecho

☐Totalmente
Satisfecho☐

12. ¿Usted considera que existe un pago cultural de los impuestos en la ciudad de Bogotá?

SI ☐NO ☐

13. ¿Cómo cree usted que se puede promover la Cultura Tributaria de los impuestos en la ciudad de Bogotá?

La Universidad Santo Tomás agradece su participación.

Resultados de la Encuesta de percepción sobre el pago de los impuestos en la ciudad de Bogotá

A continuación se expondrán los resultados para el objetivo de la investigación.

A la pregunta número uno, ¿Usted se siente motivado para el pago de sus impuestos?, la ciudadanía encuestada es muy clara en responder que no se encuentra motivada para el pago de los impuestos. Sin embargo, en las cifras de recaudo ya analizadas en capítulos anteriores se observa un comportamiento positivo de los ciudadanos que pagan oportunamente y de forma

constante, es decir que se podría percibir que hay un pago obligatorio para evitar sanciones e intereses, no por sentido de pertenencia de la ciudad y el desarrollo de la misma.

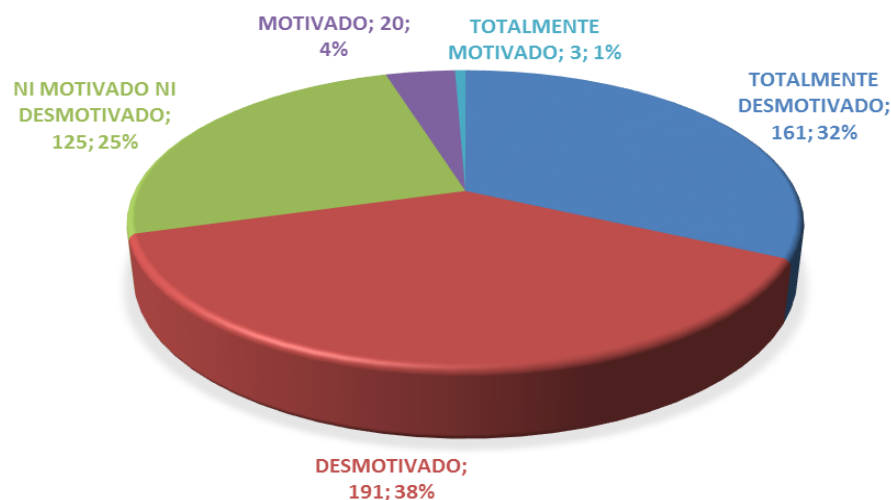


Figura 5. ¿Usted se siente motivado para el pago de sus impuestos?

Nota. Fuente: Elaboración propia.

A la pregunta número dos, ¿Usted se siente motivado para pagar el aporte voluntario adicional a sus impuestos, como fuente de financiación de proyectos sociales en la ciudad de Bogotá?, la ciudadanía egncuestada evidencia que se encuentran totalmente desmotivados en brindar a la ciudad un aporte adicional a los impuestos que se pagan para la realización de proyectos.

Por ejemplo para la vigencia 2017 el proyecto al que los ciudadanos podían destinar su aporte voluntario del 10% respecto al valor total a pagar, era el denominado “Fortalecimiento de la Seguridad Ciudadana” el cual consistía en “El programa vincula los proyectos estratégicos para la seguridad ciudadana, en coordinación interinstitucional con operadores de justicia y de seguridad, la nación, la región, el departamento y las localidades. Las principales acciones a desarrollar están orientadas a dotar e implementar nuevos equipamientos y medios de seguridad,

defensa y justicia y sostenibilidad, y hacer mantenimiento a los existentes; proveer medios de transporte, tecnologías de la información y logística; producir información y conocimiento en relación a la situación de la seguridad y convivencia en la ciudad; consolidar el sistema único para emergencias y seguridad –NUSE-123–; y, actualizar el plan maestro de equipamientos de seguridad, defensa y justicia, en la perspectiva de darle coherencia a través de la creación de la Secretaría de Seguridad Ciudadana” (SHD, 2017).

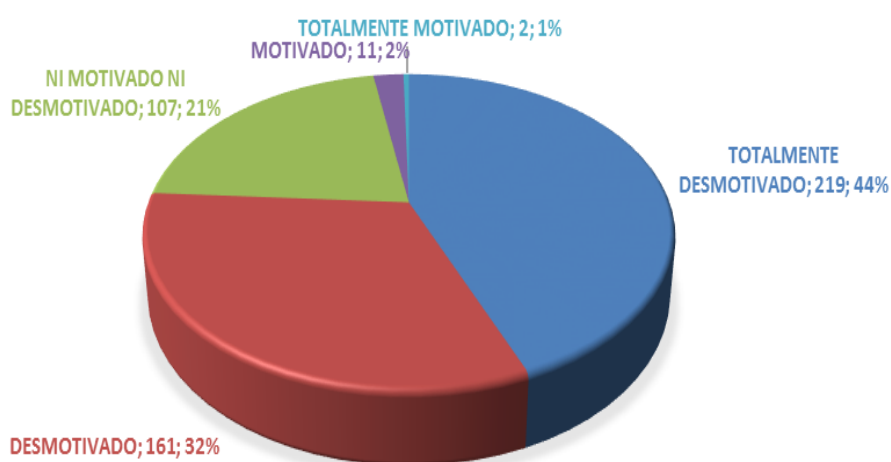


Figura 6. ¿Usted se siente motivado para pagar el aporte voluntario adicional a sus impuestos, como fuente de financiación de proyectos sociales en la ciudad de Bogotá?

Nota. Fuente: Elaboración propia.

A la pregunta número tres, ¿Cree usted que en Bogotá existe altas tasas de evasión de impuestos?, los ciudadanos encuestados responden de forma contundente en su mayoría de forma afirmativa. La evasión de los impuestos es una realidad a nivel ciudad y a nivel país, como se evidencio en capítulos anteriores los cálculos de evasión son mayores al 10 % en los impuestos a la propiedad y se estima que la evasión del impuesto de Industria y Comercio es mayor al 30%.

Si no existiera evasión, el recaudo de los impuestos no solo sería mayor sino que evitaría el incremento de los mismos años a año, provocando que aquellos contribuyentes oportunos paguen por aquellos contribuyentes que evaden, y que probablemente sacan provecho de los bienes y servicios de la ciudad.

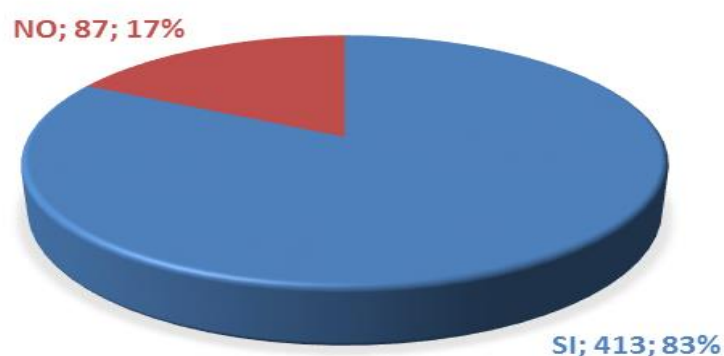


Figura 7. ¿Cree usted que en Bogotá existen altas tasas de evasión de impuestos?

Nota. Fuente: Elaboración propia.

A la pregunta número cuatro, ¿Conoce campañas para incentivar el pago de los impuestos por parte de la secretaria de hacienda distrital?, se evidencia en los encuestados el desconocimiento de las campañas que realiza la Secretaría, y que la misma Administración plasma en sus informes de gestión anuales.



Figura 8. ¿Conoce campañas para incentivar el pago de los impuestos por parte de la secretaría de hacienda distrital?

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

A la pregunta número cinco, ¿Ha asistido a los encuentros informativos realizados por secretaria de hacienda distrital para facilitar el pago de sus impuestos? De forma significativa y rotunda los ciudadanos responden que No han asistido, lo cual no corresponde respecto a lo evidenciado en los informes de gestión de la SHD puesto que la Secretaría adelanta encuentros en los Supercades, Centros comerciales, juntas de acción local, colegios, universidades entre otros lugares.

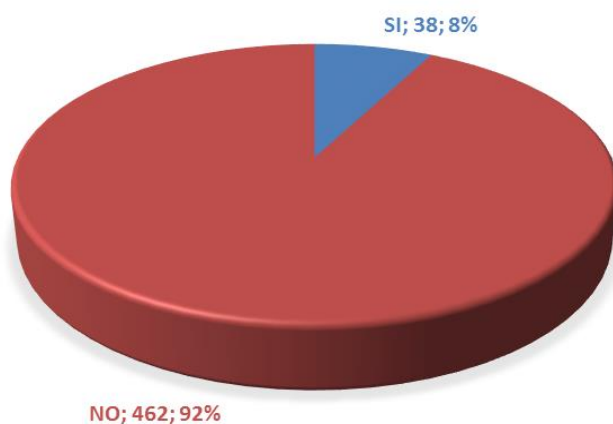


Figura 9. ¿Ha asistido a los encuentros informativos realizados por secretaria de hacienda distrital para facilitar el pago de sus impuestos?

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

A la pregunta número seis, ¿Conoce las jornadas de apoyo y guía para el pago de sus impuestos desarrolladas por la secretaria de hacienda distrital en las localidades de la ciudad de Bogotá? Los ciudadanos reiteran que no conocen las jornadas de apoyo que realiza la SHD, se evidencia que aunque se llevan a cabo dichas actividades no ha tenido la promoción suficiente para que la ciudadanía perciba que existen jornadas donde los ciudadanos pueden acercarse y obtener una guía para el pago de los impuestos o resolver otras inquietudes respecto al tema.

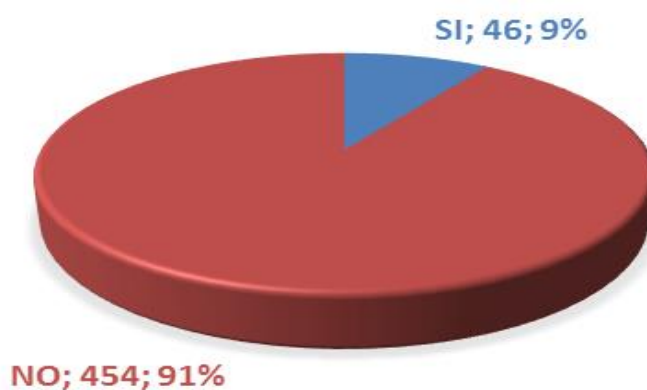


Figura 10. ¿Conoce las jornadas de apoyo y guía para el pago de sus impuestos desarrolladas por la secretaría de hacienda distrital en las localidades de la ciudad de Bogotá?

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

A la pregunta número siete, ¿Sabía usted que la secretaria de hacienda distrital adelanta conferencias respecto a la importancia de la tributación en colegios y universidades?, se

evidencia que los ciudadanos encuestados desconocen si a sus hijos, nietos o familiares estudiantes han recibido en sus instituciones educativas conferencias por parte de la Secretaría en el tema tributario.

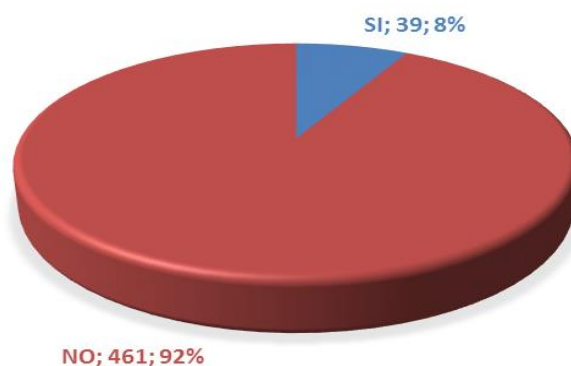


Figura 11. ¿Sabía usted que la secretaria de hacienda distrital adelanta conferencias respecto a la importancia de la tributación en colegios y universidades?

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

A la pregunta número ocho, ¿Usted está de acuerdo con que es necesario educar para el pago de sus impuestos en la formación académica de niños, niñas y adolescentes?, los ciudadanos encuestados en su mayoría evidencian indiferencia, tal vez por la desmotivación predominante en el pago tributario.

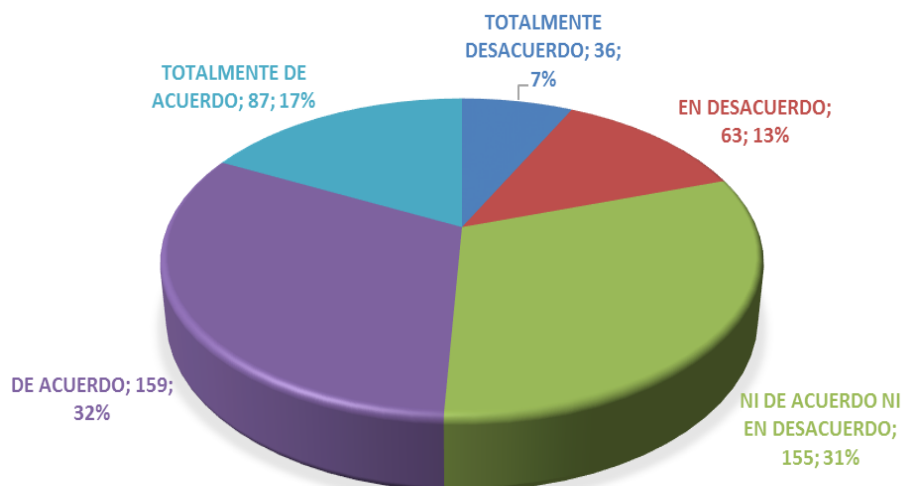


Figura 12. ¿Usted está de acuerdo con que es necesario educar para el pago de sus impuestos en la formación académica de niños, niñas y adolescentes?

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

A la pregunta número nueve, ¿Conoce la escuela tributaria organizada por la secretaria de hacienda distrital? Los ciudadanos encuestados desconocen la escuela tributaria en un 95%. La Secretaría en los últimos años inicio una escuela tributaria donde se realizan cursos cortos y foros en donde se precisan términos tributarios y se dan a conocer las nuevas normas tributarias con su determinada aplicación.

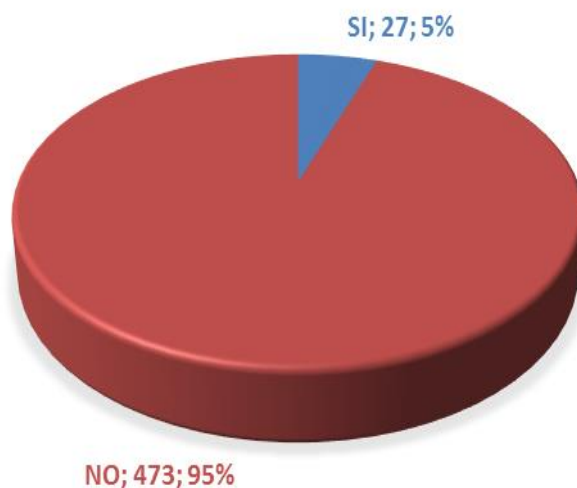


Figura 13. ¿Conoce la escuela tributaria organizada por la secretaría de hacienda distrital?

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

A la pregunta número diez, ¿Usted se siente satisfecho con los canales de servicio (presencial en los SUPER CADES, telefónico, chat tributario, etc.), que ofrece la secretaria de hacienda distrital? Los ciudadanos encuestados evidencian que no se sienten totalmente satisfechos con el servicio suministrado por la Secretaria.

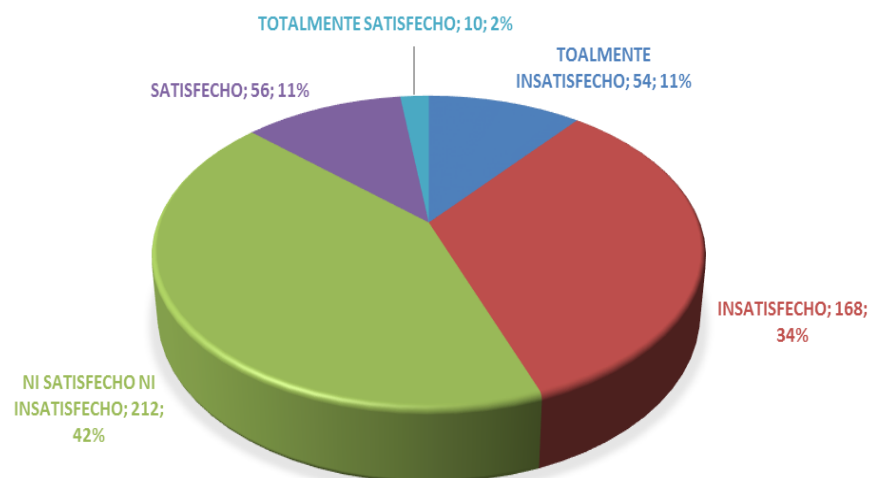


Figura 14. ¿Usted se siente satisfecho con los canales de servicio (presencial en los SUPER CADES, telefónico, chat tributario, etc.), que ofrece la secretaria de hacienda distrital?

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

A la pregunta número once, ¿Usted se siente satisfecho con la gestión de la secretaria de hacienda distrital?, se observa que predomina la insatisfacción y la indiferencia por parte de los encuestados, así la Administración cree espacios de acercamiento.

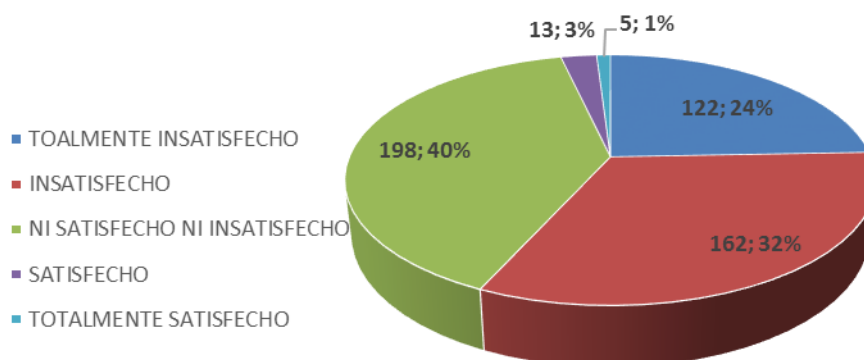


Figura 15. ¿Usted se siente satisfecho con la gestión de la secretaria de hacienda distrital?

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

A la pregunta número doce, ¿Usted considera que existe un pago cultural de los impuestos en la ciudad de Bogotá? De forma significativa los ciudadanos encuestados manifiestan que no existe un pago cultural de los impuestos, se evidencia que es claro que no existe cultura tributaria en la ciudad de Bogotá.

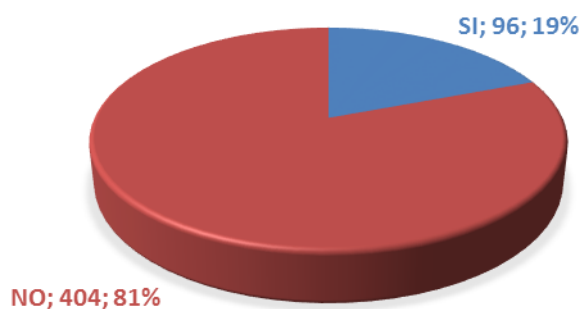


Figura 16. ¿Usted se siente satisfecho con la gestión de la secretaria de hacienda distrital?

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

A la pregunta abierta número trece, ¿Cómo cree usted que se puede promover la Cultura Tributaria de los impuestos en la ciudad de Bogotá?, se evidencia la frecuencia de las palabras: corrupción, robo, comunicación, comunidad, ciudad, educación, incentivos, evasión, resultados, participación, socializar, campañas, capacitaciones, transparencia, honestidad, destinación, recursos, promoción, administración, obligación, desconfianza, ajuste tarifas, capacidad económica, y publicidad.

De manera continua los ciudadanos encuestados manifiestan su percepción de corrupción dado que no se evidencia la ejecución de obras ni el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad. Por otro lado declaran que no perciben una relación directa con la Secretaria de Hacienda ni se sienten capacitados ni guiados respecto al tema tributario, además opinan que no se realizan acciones que reduzcan la evasión de impuestos ni se comunica la destinación de los recursos por recaudo de impuestos.

A continuación se mostrará el Plan Estratégico de la Secretaria de Hacienda Distrital por medio de la Dirección Distrital de Impuestos, para comprender la forma de actuar de la Administración en cuanto al tema de Cultura Tributaria en Bogotá.

Plan Estratégico 2016, Secretaria de Hacienda Distrital – Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá

Se precisaron dos metas directamente relacionadas con los compromisos del plan de desarrollo:

- Meta uno:

Tabla 7:

Cumplimiento oportuno: Incrementar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en el cuatrienio 2012 a 2016 al 92%.

2012	2013	2014	2015	2016
88%	89%	90%	91%	92%

Nota. Fuente: Secretaria Distrital de Hacienda – Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá, DIB.

- Meta dos:

Tabla 8:

Recaudo tributario total: Recaudo cuatrienio 2012 -2016.

		2012*	2013*	2014*	2015*	2016*	TOTAL
TOTAL	META	4.960.869	5.982.416	6.353.755	6.845.182	7.600.000	31.742.222

(incluye proyección de transferencia a la CAR)

(Millones de pesos corrientes)

Nota. Fuente: Estrategia financiera plan de desarrollo. Presupuestos aprobados para la ciudad 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016.

Notas:

*2012, 2013, 2014, 2015, 2016: Cifras incluidas en el presupuesto anual aprobado para la ciudad de Bogotá.

En 2013 se incorporaron mayores valores en la meta resultado de la proyectada aprobación de Reformas normativas referidas a "Modernización tributaria".

En 2014 se incrementaron las metas respecto a lo inicialmente previsto en la estrategia financiera, referidas al aumento de avalúos catastrales, incorporación oportuna de predios nuevos, resurgimiento del impuesto al deporte y mayor eficiencia en ICA... Incluye 9% estimado transferencia CAR y meta recaudo por contrato de obra pública

En 2015 se incorporaron mayores valores en la meta resultado de la proyectada aprobación de Reformas normativas referidas a "Modernización tributaria".

2016: Mayores retos de recaudo DIB difiere de presupuesto anual

Para el cuatrienio 2012 – 2016 se propusieron los siguientes objetivos y estrategias (SHD, 2017):

OBJETIVO ESTRATÉGICO SHD 1: Gestionar la financiación del Plan de Desarrollo “Bogotá Humana 2012–2016”, buscando nuevos ingresos y potencializando los recursos existentes.

- **OBJETIVO DIB 1:** Asegurar la calidad, oportunidad, seguridad y el uso inteligente de la información tributaria.

Estrategia 1: Desarrollar un modelo de administración de la información que garantice confiabilidad, completitud, control, validez y consistencia de los datos.

Acciones: Mejoramiento de la información tributaria, Intervención de datos, Depuración de cartera, Obtención información externa, Actualización y fortalecimiento del Registro de información tributaria, Impuestos ciudadanos, Impuestos empresariales e Institucionalizar la base única de contribuyentes y asegurar su utilización e incorporación en el sistema tributario.

Estrategia 2: Calificar, caracterizar y focalizar a los contribuyentes y precisar su estrategia específica de intervención en servicio y control tributario conforme la calificación del riesgo obtenida.

Acciones: Caracterización, calificación, segmentación y perfilamiento de los contribuyentes basada en el riesgo, Diseño de programas de servicio y control conforme los resultados del proceso, Asignación y seguimiento de poblaciones en el plan de servicio y control tributario conforme reglas de priorización, Aplicación de reglas de transición para balancear capacidad

operativa, Estudios sectoriales y por impuesto, Estudio costo / ingreso, Estudios de evasión y Otros estudios.

Estrategia 3: Administrar tributariamente en el territorio: Desarrollo y fortalecimiento de alianzas con otras entidades y otras administraciones tributarias que incrementen la capacidad de control en el territorio y optimicen la gestión

Acciones: Unificar con la DIAN esquemas de intervención: información, control compartido, registro empresarial, servicio al contribuyente, Establecer alianzas con otras entidades que permitan intervenciones conjuntas orientadas a la disminución de la evasión (Min de salud, Secretaria de Desarrollo Económico, Cámara de Comercio, y Fortalecer alianzas de control con las ciudades más importantes del país para unificar tratamiento a grandes contribuyentes.

Estrategia 4: Consolidar el modelo de operación tributaria, asegurando la disposición de los servicios tecnológicos que contribuyan al recaudo tributario y virtual.

Acciones: Consolidar las mejores prácticas, Revisión estratégica del sistema de información tributario y Aseguramiento del Sistema de Información tributario que soporta el recaudo y el servicio al contribuyente.

- **OBJETIVO DIB 2:** Incentivar el cumplimiento oportuno de los contribuyentes.

Estrategia 1: Consolidar el servicio al cliente- contribuyente a través de la atención especializada según perfiles y la sistematización de las interacciones con la administración tributaria.

Acciones: Traslado de la atención presencial a la virtual a través del fortalecimiento de servicios virtuales y de autoservicio y el apoyo en otras redes de servicio, Atención diferenciada

según calificación, Línea especializada grandes contribuyentes, Optimización de trámites y Capacitación a funcionarios de servicio.

Estrategia 2: Educar tributariamente al cliente - contribuyente y responsables tributarios.

Acciones: Escuela tributaria – desarrollo que programas de formación a funcionarios y clientes contribuyentes y asesoría jurídica que fortalezca la relación directa de los clientes contribuyentes con la Administración tributaria, Posicionamiento marca tributaria, a través de la gestión comunicativa que evidencie los logros de ciudad y mejore la comprensión sobre el tributo, Fortalecer la interacción virtual con los ciudadanos y contribuyentes, Fortalecer la confianza en lo público: Acercamientos tributarios integrados que posicionen la acción unificada de la Administración e incrementen el riesgo subjetivo, Asegurar eficacia y oportunidad en la gestión masiva preventiva, Emisión de impuestos ciudadanos y empresariales y Fortalecimiento de códigos de ética y gestión transparente en los funcionarios tributarios.

- **OBJETIVO DIB 3:** Ejercer el control coherente, consistente y oportuno en función de la focalización y segmentación de contribuyentes y la seguridad jurídica.

Estrategia 1: Identificación, análisis y ejecución de programas de control intensivo y coactivo para poblaciones específicas en función de su caracterización, aseguramiento del debido cobrar y cierre de rezagos.

Acciones: Aseguramiento de la gestión documental de la DIB, Aplicación de políticas de gestión tributaria (priorización de la gestión), Fortalecimiento de alianzas con otras entidades y/o administraciones tributarias para mejorar impacto de actuaciones de control sobre poblaciones incumplidas, Control en el territorio georreferenciando poblaciones caracterizadas, a través de la unificación de esfuerzos servicio, cultura, determinación – cobranza, Aplicación de reglas de

transición, depuración y organización de inventarios para viabilizar priorización, Control anti contrabando y Control especializado para disminuir evasión ICA y mantener resultados de evasión predial y vehículos.

Estrategia 2: Línea de gestión, seguimiento y trazabilidad especial para grandes contribuyentes en el ciclo tributario.

Acciones: Adopción grandes contribuyentes bogotanos, Consolidación línea de administración grandes en todo el ciclo tributario, y Fortalecimiento de alianzas con otras entidades y otras administraciones tributarias para optimizar el control y disminuir la evasión y elusión de los grandes contribuyentes.

OBJETIVO ESTRATÉGICO SHD 2: Hacer sostenibles los ingresos de la ciudad mediante una modernización tributaria con equidad y progresividad.

- **Objetivo DIB 1:** Proporcionar reglas claras entre la Administración tributaria y los contribuyentes, con marcos jurídicos justos, sencillos y eficientes.

Estrategia 1: Asegurar un contexto normativo fácil, seguro, equilibrado y que atienda al perfil de riesgo de los contribuyentes

Acciones: Unificación doctrinal, Discusión oportuna en vía gubernativa, Administración de riesgo antijurídico, y Revisión de estructura normativa tributaria.

Se establecieron las siguientes políticas tributarias:

- Desarrollo de la gestión por sujeto / contribuyente.

- Aseguramiento de la información como activo fundamental para el desarrollo de los procesos.
- Emisión impuestos ciudadanos primer acto de control impuestos a la propiedad.
- Registro Información Tributaria empresarial primer acto de control impuestos empresariales.
- Priorización de programas sobre grandes contribuyentes; fidelización y control extensivo para asegurar el recaudo.
- Posicionamiento de la cultura tributaria y el servicio al contribuyente sistematizado.
- Acciones de servicio y control secuenciales y oportunos “de lo reciente a lo antiguo”.
- Acciones de control focalizadas y segmentadas según riesgo, costo beneficio, calidad de la información y capacidad de gestión.
- Cierre de rezagos y desarrollo de programas de depuración que permitan consolidar el modelo de gestión tributaria.

Además se constituyeron Políticas de servicio al contribuyente (SHD, 2017):

- Atención de contribuyentes atendiendo a la caracterización de su comportamiento tributario.
- Atención especializada a grandes contribuyentes.
- Traslado de la atención presencial a la atención virtual a través del mejoramiento de los servicios tecnológicos, los dispositivos de auto atención, el mejoramiento de la página WEB.
- Facilitar el servicio a través de la optimización de trámites tributarios.

- Aseguramiento del momento de verdad de interacción con los ciudadanos actualizando su información de registro e informando sobre el estado de obligaciones tributarias.
- Rotación especializada de funcionarios de gestión en servicio para asegurar el momento de interacción con los contribuyentes incumplidos y/o morosos.

Al exponer los objetivos de la SHD según Plan de Desarrollo con los objetivos correspondientes de la DIB y sus estrategias y acciones, se pretende conocer la ejecución en la vigencia 2016. Sin embargo para el interés de la presente investigación se enfocarán los siguientes resultados en el Objetivo Estratégico SHD 1, Objetivo DIB 2.

Resultados vigencia 2016, Secretaria de Hacienda Distrital – Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá.

Según el informe de gestión de 2016 expuesto por la SHD, se evidencian los siguientes resultados en cuanto al cumplimiento oportuno del pago de los impuestos distritales (SHD, 2016):

Tabla 9:

Cumplimiento Oportuno 2016

Año	Valor programado*	Valor Ejecutado	% de Avance
2016	2.174.042	2.325.114	107%

Nota. Fuente: Base de datos tributaria. Fecha de corte 31 diciembre 2016. -Pesos de 2016

Nota: * Valor reprogramado con el memorando 2016IE23024 del 15/11/2016 teniendo en cuenta las metas de recaudo para el 2016.

“Partiendo del proceso de armonización realizado en el mes de mayo y junio de 2016, y que las metas establecidas para el Plan de Desarrollo Bogotá Mejor para Todos inician a partir del 1 de Julio de 2016, dentro de las actividades desarrolladas, se encuentran los acercamientos tributarios los cuales buscan sensibilizar a los ciudadanos y contribuyentes en la importancia del pago de los tributos e incentivar el cumplimiento oportuno” (SHD, 2016).

Asimismo, se han establecido programas de fidelización y control extensivo que busca que los contribuyentes de los diferentes impuestos cumplan con sus obligaciones oportunamente antes del vencimiento establecido por la Secretaria Distrital de Hacienda, los cuales han contado con la información consolidada en la Base Única de Contribuyentes.

Tabla 10:

Programas fidelización

	2016	
	No de Actuaciones	Población Objetivo
Fidelización Predial Segundo vencimiento 2016	4	334.301
Fidelización Vehículos Segundo vencimiento 2016	3	617.974
Fidelización Contribuyentes ICA periodo 4	1	80.479
Fidelización Contribuyentes ICA periodo 5	1	83.669
Total	9	1.116.423

Nota. Fuente: Oficina de Educación Tributaria. Julio a Diciembre de 2016

Nota: Las actuaciones corresponden a la cantidad de envíos masivos que se realizan del programa correspondiente.

Tabla 11:*Programas Control Extensivo*

	2016	
	No de Actuaciones	Población Objetivo
Control Extensivo ICA Periodo 2-2016	1	10.179
Control Extensivo ICA Periodo 3-2016	1	11.258
Control Extensivo Predial 2016	2	113.526
Control Extensivo ICA Periodo 4-2016	1	8.906
Control Extensivo Omisos Predial 2016	1	27.047
Control Extensivo Omisos Vehículos 2016	1	112.568
Total	7	283.484

Nota. Fuente: Oficina de Educación Tributaria. Julio a Diciembre de 2016

Nota: Las actuaciones corresponden a la cantidad de envíos masivos que se realizan del programa correspondiente.

Los programas de fidelización y control extensivo consisten en enviar comunicaciones por correo electrónico o correo físico, recordando las fechas límite de pago de los impuestos distritales a los que los contribuyentes son obligados en la respectiva vigencia. Se busca lograr que los contribuyentes paguen oportunamente y se eviten sanciones e intereses si pagan en fechas diferentes al calendario tributario.

En la vigencia 2016, la Administración Tributaria ha enfatizado en los acercamientos tributarios con Unidad Móvil por todas las localidades de la ciudad, la realización de programas de Fidelización, Control Extensivo y Persuasivo, la ejecución del Plan de medios y de campañas locales de comunicación; han permitido generar recordación e invitación al cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias. Así mismo la orientación tributaria al contribuyente por canales como: presencial en la Red Cade, y sede DIB, atención telefónica línea 195, Chat

tributario, correo opinión tributaria, respuestas a solicitudes escritas, terminales de auto atención y liquidadores WEB, siendo este último uno de los más visitados de acuerdo al nuevo modelo de servicio de auto atención (SHD, 2016).

Es preciso aclarar que la atención a contribuyentes por los diferentes canales es un resultado de los programas que se ejecutan de control y cultura tributaria y que en parte son financiados por el proyecto de inversión 703 (SHD, 2016). Es así como las actividades generan un movimiento en la ciudadanía que se refleja en el uso de los diferentes canales de interacción. Por ello se presentan a continuación el balance de contribuyentes atendidos.

Tabla 12:

Estadísticas Servicio al Contribuyente

Canal de Atención	2016*
Presencial	214.661
Chat Tributario	12.593
Correo Opinión Tributaria	3.668
Escritos	1.883
Total	136.583

Nota. Fuente: Oficina de Educación Tributaria. Julio a Diciembre de 2016

Tabla 13:

Visitantes página WEB

Ítem	2016 (Julio 1 a Diciembre 31)
www.shd.gov.co	2.393.603

Nota. Fuente: Oficina de Educación Tributaria. Julio a Diciembre de 2016

Tabla 14:*Tiempos de atención*

Ítem	2016*
Tiempo de Atención en Ventanilla	0:08:38
Tiempo Promedio de Espera	0:13:20

Nota. Fuente: Oficina de Gestión del Servicio. Julio a Diciembre de 2016.

La Dirección de Impuestos cuenta con la operación de módulos de atención que entrega copias de formularios y certificaciones de pago. A través de los quioscos de autoservicio provistos en modalidad de outsourcing se han impreso con corte del 1 de julio al 30 de diciembre de 2016, 29.501 servicios, toda vez que la mayor demanda de este servicio se presenta en fechas de los vencimientos de los impuestos, ya que se centra en el apoyo al servicio presencial en una forma ágil que reduce los tiempos de espera (SHD, 2016).

Tabla 15:*Estadísticas utilización dispositivos autoayuda*

Módulo de Auto atención	
Ítem	2016
Trámites Realizados	29.501

Nota. Fuente: Supervisión del contrato. Julio 1 Diciembre 31 de 2016

Se evidencia el fortalecimiento de los canales electrónicos, los cuales se han ido acondicionando a las necesidades de los contribuyentes, así como los programas de comunicación, tales como videos tutoriales y Banner con información en la página WEB, volantes y sensibilización en los acercamientos con los contribuyentes desarrollados por la oficina de Educación Tributaria; que buscan el reconocimiento y uso de las herramientas

dispuestas por la Dirección de Impuestos de Bogotá para facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias (SHD, 2016).

Tabla 16:

Pagos electrónicos

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL PAGOS A LA FECHA DE CORTE	3.050.410	3.218.573	3.425.733	3.493.571	3.495.298	3.622.570	3.705.162	4.088.297
PAGOS ELECTRONICOS RECIBIDOS	81.751	132.239	175.631	251.708	307.035	314.504	395.339	482.820
EJECUTADO	2,68%	4%	5%	7%	9%	8,68%	10,67%	11,80%

Nota. Fuente: Oficina de Administración Funcional corte Diciembre 31 de 2016

En el año 2016, la Administración inicio la “Sensibilización a los Contribuyentes” con el objetivo que cumplan oportunamente las obligaciones tributarias.

Tabla 17:

Sensibilización contribuyentes 2016

Año	Valor programado*	Valor Ejecutado	% de Avance
2016	23.520	40.367	172%

Nota. Fuente: Oficina Educación Tributaria. Julio a Diciembre de 2016.

Se han establecido acciones encaminadas a dar a conocer la Simplificación Tributaria aprobada mediante el Decreto Reglamentario 474 de 2016 y a incentivar la cultura tributaria, a través de la realización de acercamientos tributarios a grupos de contribuyentes con el fin de felicitar, informar, y educar.

Partiendo de las actividades desarrolladas en el plan operativo con el apoyo logístico concebido a través del Proyecto de Inversión 703 – Control y Servicios Tributarios, durante el periodo julio a septiembre de 2016 se desarrollaron las siguientes actividades (SHD, 2016):

- Seis (6) presentaciones con gremios, llegando a 720 personas.
- Veintisiete (27) jornadas con colegios públicos con la sensibilización de 33.064 ciudadanos.
- Cuatro (4) jornadas con un colegio privado sensibilizando 2.344 ciudadanos.
- Dieciocho (18) jornadas de capacitaciones llegando a 2.884 personas, centrándose en los temas de impuestos ciudadanos y empresariales.
- Siete (7) jornada de formación teórico-práctica en la cual se atendió 326 participantes.

De manera consolidada en desarrollo de las actividades previstas en este Plan de Desarrollo se ejecutaron los siguientes eventos de Cultura Tributaria:

Tabla 18:

Acciones de cultura tributaria

Acciones de Cultura Tributaria	2016	
	Eventos	Personas
Jornadas de Acercamientos Tributarios y/o Unidad Móvil, Ferias de servicio; Estaciones pedagógicas	9	1.211
Capacitaciones Colegios	31	35.408
Capacitaciones - Conversatorios Gremios	22	2.719
Total	161	39.338

Nota. Fuente: Informes de gestión. Datos a diciembre 31 de 2016

Otro mecanismo, mediante el cual se sensibilizan a los contribuyentes es a través de la escuela tributaria, la cual forma a funcionarios y ciudadanos en temas relacionados con la parte tributaria; así para el periodo aquí reportado se ejecutaron las siguientes actividades:

Tabla 19:*Escuela Tributaria*

Mes	Evento	Tema	Intensidad	Asistencia	
				Presencial	On line
Julio	seminario largo	Otros impuestos territoriales	10	50	59
	seminario corto	Impuesto sobre la renta para personas naturales	5	51	47
	seminario corto	Taller niif relacionado con los impuestos	5	60	49
	seminario corto	Régimen sancionatorio	5	20	31
Agosto	seminario largo	Procedimiento tributario	5	30	50
	seminario corto	Participación en plusvalía	5	17	33
	seminario largo	Ética y principios en derecho tributario	10	25	48
Septiembre	seminario corto	Cómo funciona el negocio de la construcción	5	22	9
Octubre	seminario largo	Procedimiento tributario y régimen sancionatorio	30	49	71
Noviembre	seminario largo	Estándares internacionales de información financiera	30	61	44
	seminario largo	Derecho probatorio	30	31	46
	seminario corto	Auditoría forense y tributaria	5	15	16
Diciembre	seminario largo	Habeas y protección de datos personales	10	38	25
	seminario largo	Matemáticas financieras	10	32	0

	aplicadas a estándares internacionales		
Total		501	528

Nota. Fuente: Informes de gestión. Datos a diciembre 31 de 2016

Con respecto a las Estrategias de comunicación de carácter masivo, con el fin de divulgar la información relacionada con el proceso de Simplificación Tributaria, se realizaron las siguientes actividades (SHD, 2016):

- Producción de 6 videos con duración de 1 minuto cada uno.
- Publicación en la revista semana y LatinPyme.
- Mención en CityTv, Noticias Caracol, Noticias RCN, Noticias Uno, Noticiero CM&.
- Publicidad por medio digital Youtube, Google Search, Google Display y facebook.

Propuesta de acciones asociadas a Cultura Tributaria, Secretaria de Hacienda Distrital – Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá.

Efectivamente existe un Plan Estratégico en la SHD, desarrollado por la Dirección Distrital de Impuestos de Bogotá, con objetivos para el fortalecimiento del pago oportuno de ingresos tributarios para la ciudad. Dentro del informe de gestión del año 2016 se evidencian las acciones realizadas en pro del cumplimiento oportuno.

Sin embargo en la encuesta de percepción aplicada a los ciudadanos en los diferentes SuperCades de la ciudad se demuestra que los mensajes para un cumplimiento oportuno de los

impuestos distritales para el fortalecimiento de Cultura Tributaria, así como los canales de comunicación entre la Administración Tributaria y los contribuyentes no están siendo efectivos.

Revisado anteriormente el Plan Estratégico 2016 y el Informe de Gestión 2016, así como los resultados de la encuesta de percepción. Se proponen acciones respecto al “Objetivo Estratégico SHD 1: Gestionar la financiación del Plan de Desarrollo buscando nuevos ingresos y potencializando los recursos existentes” y el “Objetivo DIB 2: Incentivar el cumplimiento oportuno de los contribuyentes” (SHD, 2016).

Es de vital importancia que año tras año la Administración Tributaria fortalezca los medios de comunicación con los contribuyentes, de tal manera que logre asertividad en los mensajes tributarios que permita contribuir a establecer una cultura tributaria en la ciudad de Bogotá, que admita un pago voluntario de los tributos distritales (CIAT, 2008).

La Administración Tributaria debe ser consciente de su responsabilidad social en cuanto al cumplimiento de su misión para el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos, así que es de vital importancia promover la Cultura Tributaria en la ciudad de Bogotá que origine pagos oportunos voluntarios de los tributos distritales que permitan el acatamiento de los Planes de Desarrollo y por ende el progreso de la Ciudad y sus habitantes.

Las acciones tienen como objetivo establecer una guía que permita a la Secretaría de Hacienda Distrital promover Cultura Tributaria en la ciudad de Bogotá, teniendo en cuenta los resultados de la encuesta de percepción anteriormente expuestos.

De tal manera que para dar cumplimiento al Objetivo estratégico SHD número uno y el objetivo DIB número dos dentro del Plan de Desarrollo 2016 – 2020, se proponen las siguientes acciones para las estrategias establecidas:

Estrategia 1: Consolidar el servicio al cliente- contribuyente a través de la atención especializada según perfiles y la sistematización de las interacciones con la administración tributaria.

Acciones

2016: Traslado de la atención presencial a la virtual a través del fortalecimiento de servicios virtuales y de autoservicio y el apoyo en otras redes de servicio, Atención diferenciada según calificación, Línea especializada grandes contribuyentes, Optimización de trámites y Capacitación a funcionarios de servicio (SHD, 2016).

Propuesta:

- Establecer puntos de atención simultáneos con Unidades Móviles en todas las localidades de la ciudad de Bogotá con un cronograma público, informando las fechas y los lugares específicos con semanas de antelación, de tal manera que los contribuyentes tengan el conocimiento y se agenden para participar de las jornadas.

Se debe propender por una comunicación masiva efectiva y continua de la información a todos los rincones de la ciudad.

Lo ideal es que estas visitas se desarrollen de forma continua y durante toda la vigencia, así los contribuyentes se sentirán acompañados e incluidos por la Administración Tributaria y por tanto fomentar confianza entre las partes.

No pueden ser esporádicas o limitadas a ciertas localidades ya que no se genera recordación, no hay cobertura a la ciudadanía, y se generaría alto flujo de contribuyentes en los SuperCades, como sucede en la actualidad.



Figura 17. Unidad móvil de la Secretaría de Hacienda Distrital. Fuente: Secretaría Distrital de Hacienda. 2016

- Enviar información tributaria a los contribuyentes de forma permanente por correo electrónico referente no solo a las fechas de pago de los impuestos sino a la ejecución de obras en la ciudad gracias al pago de los tributos, así los ciudadanos perciben que el recaudo de los impuestos se ejecuta en obras o proyectos que propenden por el progreso de la ciudad.

Lo ideal es incluir a la ciudadanía en la ejecución de los recursos tributarios recaudados para consolidar la confianza entre la Administración y los contribuyentes.

El éxito se debe enfocar en el diseño y las palabras clave que la Administración quiera transmitir en sus comunicaciones de tal manera generar recordación e interés.

Se propone la utilización de neuromarketing⁵ para los avisos, noticias y/o información tributaria, el objetivo es conocer y comprender los niveles de atención que muestran las contribuyentes a diferentes estímulos, de tal manera poder identificar que es del agrado de las personas, para influir directamente en los comportamientos y toma de decisiones en cuanto al pago voluntario de los tributos en la ciudad de Bogotá.

- Realizar capacitaciones en las localidades de la ciudad de Bogotá y en cada SuperCade enfocadas en los contribuyentes de la tercera edad, para los pagos y trámites virtuales de tal manera que se sientan incluidos en la consolidación de ciudad.

Es una realidad que cada vez más las personas utilizan los medios electrónicos para realizar innumerables transacciones que evitan traslados y tiempos de espera. Es un tema muy claro para las recientes generaciones, sin embargo para las generaciones correspondientes a la tercera edad no se les suministra una atención especializada que les permita aprender y utilizar de la misma manera las plataformas tecnológicas.

⁵ Stephen Genco, Andrew Pohlmann y Peter Steidl lo definen como “cualquier marketing o investigación de mercados que use los métodos y técnicas de la ciencia del cerebro o que es informado de hallazgos y revelaciones de la ciencia del cerebro. Neuromarketing es resolver exactamente los mismos problemas que todos los tipos de investigación de mercado quieren resolver: cómo una compañía debe gastar mejor su presupuesto de publicidad y mercadotecnia para comunicar su valor a sus consumidores, mientras genera ingresos y ganancias para sus accionistas”.

La idea es incluir a todos los contribuyentes por igual, y que aprovechen las facilidades que brinda la Administración Tributaria para realizar pagos y trámites por página web y aplicaciones de software.



Figura 18. Mapa de localidades de Bogotá – Ubicación de los SuperCades y Cades Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría General. 2016

- Optimizar los trámites con la capacitación de todos los funcionarios públicos de la Secretaría de Hacienda Distrital, de tal manera que el sentido de pertenencia de ciudad comience por casa, así en la atención al ciudadano se brindan las instrucciones claras para agilizar los trámites y tiempos de atención personalizada.

Es de vital importancia que exista sentido de pertenencia desde el funcionario público que a su vez es contribuyente para que trasmita el mensaje adecuado según la necesidad de los contribuyentes que contactan a la Administración Tributaria por algún trámite o inquietud.

Es relevante reducir el riesgo de entrega de información errónea a los contribuyentes, que afecte los tiempos de atención, la percepción de la Administración ante la ciudadanía y la confianza en las instituciones.



Figura 19. Edificio de la Secretaria Distrital de Hacienda, sede administrativa 2017. Fuente: Secretaria Distrital de Hacienda. 2017

Estrategia 2: Educar tributariamente al cliente - contribuyente y responsables tributarios.

Acciones

2016: Escuela tributaria – desarrollo que programas de formación a funcionarios y clientes contribuyentes y asesoría jurídica que fortalezca la relación directa de los clientes contribuyentes con la Administración tributaria, Posicionamiento marca tributaria, a través de la gestión comunicativa que evidencie los logros de ciudad y mejore la comprensión sobre el tributo, Fortalecer la interacción virtual con los ciudadanos y contribuyentes, Fortalecer la

confianza en lo público: Acercamientos tributarios integrados que posicionen la acción unificada de la Administración e incrementen el riesgo subjetivo, Asegurar eficacia y oportunidad en la gestión masiva preventiva, Emisión de impuestos ciudadanos y empresariales y Fortalecimiento de códigos de ética y gestión transparente en los funcionarios tributarios (SHD, 2016).

Propuesta:

- Promover la Escuela Tributaria y establecer alianzas con empresas públicas y privadas que no solo se especialicen en el tema tributario para el desarrollo de la Escuela en sus instalaciones, que permita convocatoria masiva de ciudadanos.

Realizar promoción de la Escuela en empresas de toda índole como un paso de responsabilidad social empresarial para la construcción de Cultura Tributaria como beneficio para todos.

Conviene un cronograma anual con empresas público y privadas donde se traten temas de la importancia de contribuir, como contribuir, las consecuencias legales y sociales de no contribuir, entre otros.

De esta forma no solo se capacita sino se cultiva confianza de la forma en que se recauda y se utilizan los tributos distritales.

En la ciudad de Bogotá aportan más del 50% del recaudo de los impuestos distritales, 1.982 empresas pertenecientes al régimen común, los cuales son denominados como Grandes Contribuyentes. Para el Impuesto ICA en el año 2015 pagaron oportunamente 199.964 contribuyentes únicos pertenecientes a régimen común y a régimen simplificado

(SHD, 2015). La SHD posee la información de los contribuyentes que generan alguna actividad económica en el distrito, por tanto es posible realizar el contacto para instituir alianzas y promover espacios para la participación de sus empleados en la Escuela Tributaria.

Se debe establecer que las alianzas son vitales para la construcción de cultura tributaria, y que permitir espacios de participación y capacitación es una forma de responsabilidad social, en el sentido que con cultura tributaria se retribuye a la ciudad con bienes y servicios para el provecho y disfrute de todos sus habitantes.



Figura 20. Escuela tributaria Fuente: Secretaria Distrital de Hacienda. 2017

- Divulgar de forma incesante por todos los medios de comunicación público y privados las formas de pago virtual y que trámites son posibles por la página web de la SHD.

Los contribuyentes deben disponer de toda la información virtual posible, de tal manera que se minimicen riesgos y se maximice no solo el recaudo sino la confianza en la Administración.

Realizar además tutoriales en plataforma Youtube, página web y enviados por correo electrónico a los contribuyentes de forma continua. Deben ser generalizados de forma permanente, para mantener y afianzar la comunicación.

En la actualidad se realizan notas respecto al pago de los impuestos en los medios masivos de comunicación solo en vísperas de las fechas de vencimiento para el pago de los impuestos. También se publica la información en página web y se ha iniciado con la elaboración de tutoriales en plataforma Youtube, sin embargo no son dados a conocer de forma masiva a la ciudadanía, razón por la cual queden públicos pero no obtiene masivas visitas ni comentarios para conocer opiniones al respecto.



Figura 21. Educación tributaria para los niños de la Secretaria de Hacienda Distrital 2017. Fuente: Secretaria Distrital de Hacienda. 2017

- Instaurar dentro del Proyecto Educativo Institucional del Distrito, un módulo de Educación Tributaria en los colegios públicos y privados de forma permanente.

El Ministerio de Educación con la Secretaria de Educación Distrital deben establecer la importancia que los niños y jóvenes se eduquen en el aspecto tributario, para fomentar la cultura tributaria en las generaciones futuras que aseguren el sentido de pertenencia por la ciudad, el recaudo tributario y por ende los recursos necesarios para el cumplimiento de los Planes de Desarrollo de cada Administración.

Lo ideal es incluir educación tributaria en Preescolar, Básica Primaria, Básica Secundaria y Educación Media por medio de cartillas y juegos didácticos.

En el año 2015 según información de la Secretaria de Educación Distrital, la población en edad escolar (PEE), que corresponde a niños, niñas y adolescentes entre 3 y 16 años es de 1.695.501, a quienes se les debe garantizar el acceso a la educación. En Bogotá operan 1.697 colegios privados, 121 colegios privados con matrícula contratada, 360 colegios públicos y 22 colegios distritales en concesión (SDE, 2015).

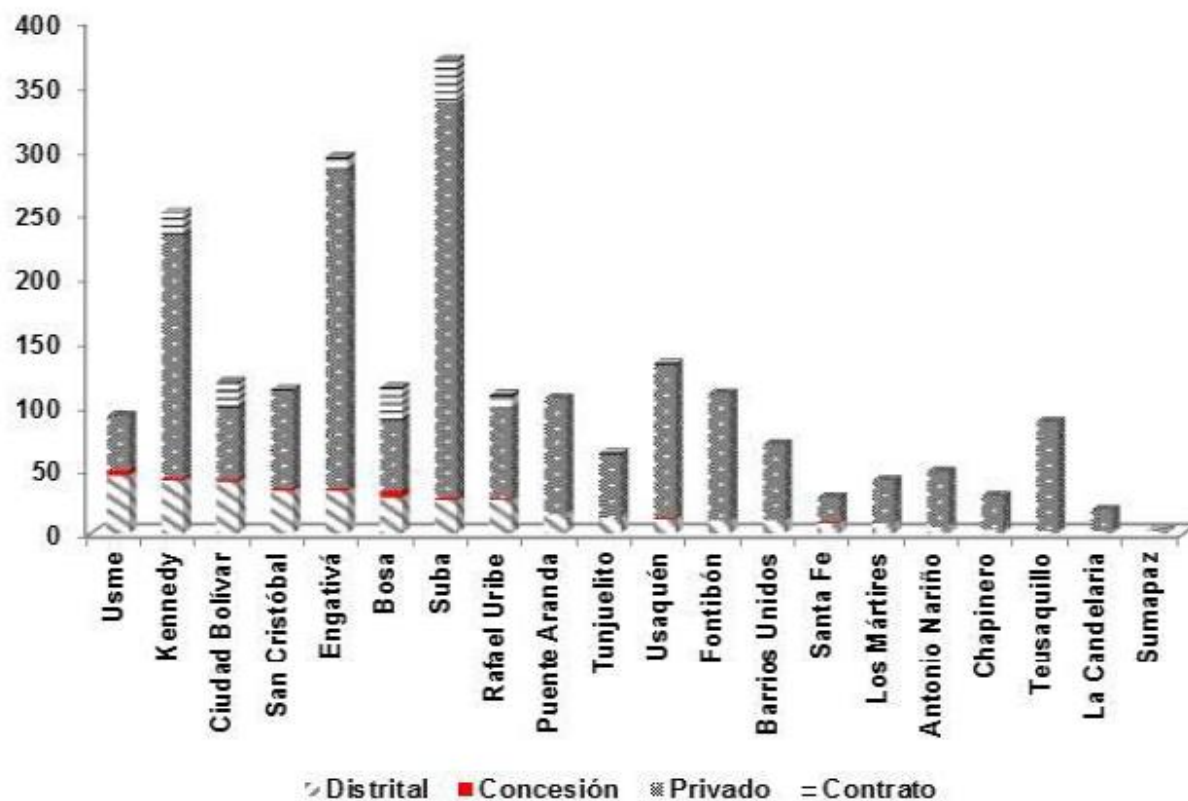


Figura 22. Establecimientos educativos según tipo y localidad – 2015. Fuente: Directorio de Establecimientos Educativos en Bogotá, SDE. 2015

El objetivo es que todos los colegios de la ciudad de Bogotá contribuyan en la Educación Tributaria de sus estudiantes de forma permanente en todos sus niveles.

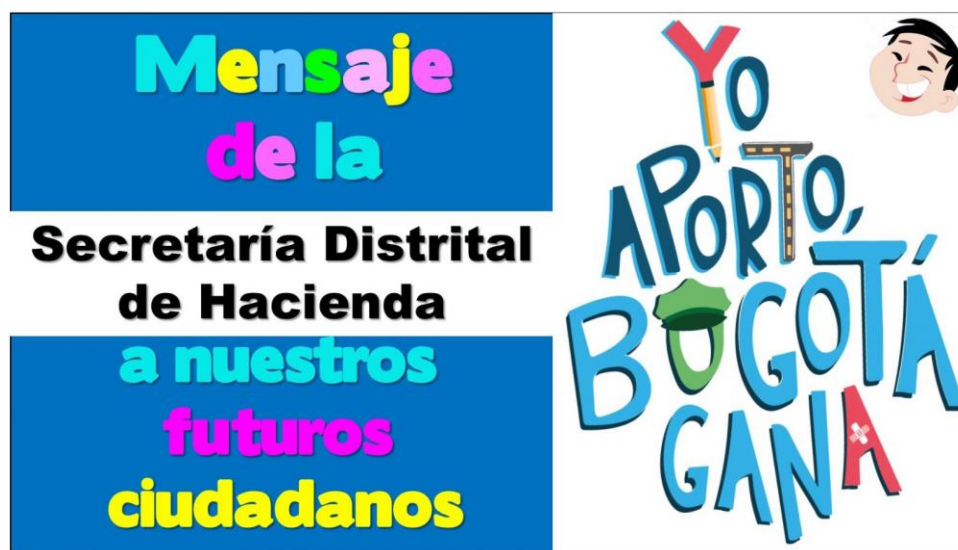


Figura 23. Educación tributaria para los futuros ciudadanos Fuente: Secretaria Distrital de Hacienda. 2017

- Establecer convenios con medios masivos de comunicación público y privados que permitan brindar información tributaria de forma permanente. Tener en cuenta los canales de televisión y emisoras con mayor afluencia de público.

Es una forma que tendrían de retribuir las empresas de medios masivos de comunicación para el beneficio de la ciudad, su responsabilidad social con Bogotá.

Ejemplo: Caracol televisión, RCN televisión, Citytv, Capital, Uno, Caracol radio y RCN radio.

- Instaurar espacios en los canales de televisión privada por ley para divulgar información tributaria de Bogotá, en cuanto al recaudo, la evasión y la ejecución de obras y proyectos.

Así como lo hace el Noticiero del Senado en los canales privados.

La creación de un espacio de esta índole debe contar con contenidos prácticos e interesantes para la ciudadanía.

- Decretar para las empresas privadas incentivos en el pago de sus impuestos, mientras promuevan y evidencien el pago de los impuestos de sus empleados, asimismo difundan en su entorno la cultura tributaria como responsabilidad social empresarial.

Para la ejecución de las acciones, en el Plan de Desarrollo 2016 – 2020 se aprobó en el Plan de Inversión 703 un total de \$7.949 millones de pesos corrientes. Sin embargo para los años 2018, 2019 y 2020, en los cuales se realizarían las acciones propuestas, se dispondría con un total de \$5.133 millones de pesos corrientes.

Los recursos presupuestados junto a alianzas público-privadas con el apoyo directo de la Alcaldía Mayor de Bogotá permitirán el cumplimiento de las acciones propuestas. Los resultados esperados son la construcción y promoción de Cultura Tributaria en la ciudad de Bogotá como política de Responsabilidad Social, afianzar la confianza de los contribuyentes en la Administración Tributaria, emitir transparencia en cuanto al recaudo de tributos y el uso de los mismos en la ciudad, y consolidar la Educación tributaria en todos los niveles académicos así como en las empresas público-privadas. (Armas y Colmenares, 2009: 141 -160).

La Administración debe fortalecer habilidades de comunicación con todos los contribuyentes de la ciudad, encontrar los mensajes adecuados y los canales de emisión acertados que logren que los contribuyentes obtengan la información esperada, forjando confianza en la institución que construya y fortalezca la cultura tributaria en cuando al pago voluntario de los tributos en la construcción de ciudad y progreso de sus habitantes.

Cronograma de Acciones asociadas a Cultura Tributaria - Estrategia Uno

Estrategia Uno	Accciones Propuestas	Meses																												Responsable																				
		Ene				Feb				Mar				Abr				May				Jun				Jul					Ago				Sep				Oct				Nov				Dic			
		Semanas																																																
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4																
Consolidar el servicio al cliente-contribuyente a través de la atención especializada según perfiles y la sistematización de las interacciones con la administración tributaria.	Puntos de atención en unidades móviles en todas las localidades de la ciudad de Bogotá.			X				X				X				X				X				X				X				X				Subdirección de Educación Tributaria y Servicio por medio de su Oficina de Gestión del Servicio.														
	Capacitaciones en los SuperCades para contribuyentes de la Tercera Edad.				X				X				X				X				X				X				X				X			Subdirección de Educación Tributaria y Servicio por medio de su Oficina de Educación Tributaria, y la Oficina de Atención al Ciudadano.														
	Capacitación a todos los funcionarios públicos de la Secretaría de Hacienda Distrital referente a Cultura Tributaria y Servicio al Contribuyente.	X				X				X				X				X				X				X				X				X			Subdirección de Educación Tributaria y Servicio por medio de todas sus Oficinas (4), y la Oficina de Atención al Ciudadano.													

Figura 24. Cronograma de acciones asociadas a Cultura Tributaria – Estrategia uno. Fuente: Elaboración Propia.

Presupuesto Acciones Propuestas 2018 a 2020.

Presupuesto 2018 a 2020						
Estrategias 1 y 2	Acciones Propuestas	Insumos	2018	2019	2020	Total
			Programado			
			\$ 1.658	\$ 1.685	\$ 1.790	\$ 5.133
Consolidar el servicio al cliente- contribuyente a través de la atención especializada según perfiles y la sistematización de las interacciones con la administración tributaria.	Puntos de atención en unidades móviles en todas las localidades de la ciudad de Bogotá.	Alquiler (10) Unidades Móviles	\$ 600	\$ 612	\$ 615	\$ 1.827
		Papelería	\$ 30	\$ 30	\$ 40	\$ 100
	Capacitaciones en los SuperCades para contribuyentes de la Tercera Edad.	Contratación personal (10), profesionales en áreas de Derecho, Economía, Contaduría, Ingeniería Industrial y Administración Público	\$ 360	\$ 363	\$ 370	\$ 1.093
		Papelería	\$ 20	\$ 20	\$ 30	\$ 70
	Capacitación a todos los funcionarios públicos de la Secretaría de Hacienda Distrital referente a Cultura Tributaria y Servicio al Contribuyente.	Con los funcionarios pertenecientes a la Subdirección de Educación Tributaria y Servicio por medio de todas sus Oficinas (4), y la Oficina de Atención al Ciudadano.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Educar tributariamente al cliente - contribuyente y responsables tributarios.	Escuela Tributaria : Alianzas público-privadas con colegios, universidades y empresas.	Con los funcionarios de la Oficina de Educación Tributaria.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		Papelería	\$ 150	\$ 151	\$ 160	\$ 461
		Refrigerios	\$ 120	\$ 121	\$ 140	\$ 381
		Imagen Corporativa	\$ 108	\$ 115	\$ 130	\$ 353
		Otros	\$ 30	\$ 30	\$ 45	\$ 105
	Divulgación de información tributaria en medios masivos público-privados de mayor difusión.	Contratación (2) profesionales especializados en Neuromarketing.	\$ 120	\$ 121	\$ 130	\$ 371
	Realización y publicación de tutoriales en Youtube y en página web de la SHD.	Contratación (2) profesional especializado en Diseño Gráfico y herramientas digitales.	\$ 120	\$ 121	\$ 130	\$ 371
	Comité representante de la SHD que lleve a cabo un piloto en los colegios públicos y privados de un Módulo de Educación Tributaria con la aprobación de la Secretaria de Educación Distrital y el Ministerio de Educación Nacional.	Con funcionarios de la Subdirección de Educación Tributaria, la Subdirección Jurídico Tributaria, la Oficina Asesora de Comunicaciones y la Oficina Asesora de Planeación.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Aprobación y Divulgación de incentivos a las empresas privadas que promuevan y demuestren el pago de los impuestos de sus empleados en la ciudad.	Con funcionarios de la Subdirección de Educación Tributaria y Servicio, la Subdirección Jurídico Tributaria, y la Subdirección Jurídica de Hacienda.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Figura 26. Presupuesto acciones propuestas asociadas a Cultura Tributaria 2018 a 2020. Fuente: Elaboración Propia.

Nota: Total Presupuesto aprobado por Plan de Desarrollo para los años 2018, 2019 y 2020.

Conclusiones

La Secretaria de Hacienda Distrital debe ser consciente que el cumplimiento de los Planes de Desarrollo de cada Administración depende de las fuentes de financiación disponibles, entre ellas los recursos provenientes de ingresos tributarios.

Para velar por el recaudo de los tributos en cada vigencia y así cumplir con la misión establecida de “gestionar recursos y distribuirlos entre los sectores de la Administración Distrital, para cumplir con las metas establecidas en el Plan de Desarrollo, bajo el principio de sostenibilidad fiscal”, como institución la SHD debe enfocarse en construir cultura tributaria como política de Responsabilidad Social en la ciudad.

En los últimos cinco años se evidencia un comportamiento sostenible del pago oportuno de los impuestos distritales, es decir los contribuyentes cumplidos que siempre pagan sus impuestos entre las fechas de vencimiento sin sanciones ni intereses son aquellos que pagan por evitar inconvenientes con la Administración y poner en riesgo su patrimonio, en lugar de pagar por sentido de pertenencia con la ciudad en pro del progreso de sus habitantes.

En contraparte existen aquellos contribuyentes que evaden y eluden impuestos, generando no solo un costo mayor para la ciudad y los contribuyentes cumplidos sino un gran reto para la Administración de identificarlos e iniciar un proceso coactivo para el logro del pago de sus impuestos.

La inexistencia de cultura tributaria del pago voluntario para la construcción de obras y ejecución de proyectos para una ciudad ejemplo de desarrollo, ocasiona mayores tasas de evasión, costos de la Administración en procesos coactivos que pueden durar varios años, incremento de los impuestos para subsanar el hueco fiscal, desconfianza de la ciudadanía en la institución recaudadora de tributos, y sin lugar a dudas el estancamiento de la ciudad en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

La construcción de cultura tributaria como política de responsabilidad social, permitirá a la SHD no solo cumplir con una obligación moral de hacer lo correcto y ser buenos ciudadanos sino una oportunidad de negocio e innovación en cuanto al progreso social y el fortalecimiento de la confianza en las instituciones públicas.

La cultura tributaria parte de una formación educativa, por tanto el Estado tiene el deber de fomentarla y difundirla por medio de sus instituciones, con el apoyo de las organizaciones privadas. De tal manera que las generaciones futuras tengan claro la importancia de pagar los impuestos para el mejoramiento de las condiciones de una sociedad que habita en un territorio determinado.

Para la construcción y promoción de cultura tributaria es vital contar con las percepciones de la ciudadanía, que permitan conocer de antemano opiniones, sugerencias, consideraciones entre otros pensamientos que tienen los ciudadanos en cuanto al pago de los impuestos distritales. Todas las percepciones son valiosas para la puesta en marcha de acciones acertadas que permitan satisfacer las necesidades de los ciudadanos, dar solución a los problemas latentes, verificar la

existencia de pertenencia por la ciudad, y permitir la solicitud de implementación de programas o proyectos que mejoren la confianza en las instituciones.

Para el caso de la presente investigación, se aplica un instrumento que permite ver la percepción de pago de los impuestos de los ciudadanos que asisten a los SuperCades de la ciudad. Los resultados son extraordinarios ya que evidencian los sentimientos que tienen los ciudadanos en cuanto a la corrupción, la desconfianza, la evasión y la deshonestidad, asimismo la inexistencia de cultura tributaria y la solicitud a la Administración Tributaria de mostrar en que se ejecuta el recaudo de los impuestos, evidenciar la honestidad de sus funcionarios, mejorar la comunicación con los contribuyentes en todos los niveles, luchar para reducir los evasores y la formación educativa en el aspecto tributario.

Aunque en la revisión de los informes de gestión anuales que entrega la SHD, se muestran las diferentes acciones que se ejecutan en la vigencia en el tema tributario, y los cuales son importantes para el incremento del pago oportuno de los impuestos tributarios y el inicio de la promoción de cultura tributaria. Hay que establecer que la cobertura de las acciones ejecutadas es mínima respecto al total de contribuyentes que declaran y/o pagan (alrededor de 2.700.000) y al total de contribuyentes obligados (3.500.000) en todos los impuestos distritales.

Por tanto la Administración debe establecer acciones de gran cobertura en todas las localidades de la ciudad de forma permanente en cada vigencia, así como constituir alianzas público-privadas con empresas, medios masivos de comunicación, colegios y universidades que

permitan la emisión de mensajes asertivos a toda la sociedad de la importancia del pago voluntario de los impuestos para la construcción de ciudad.

Además es compromiso de la Administración mejorar los canales de comunicación con la ciudadanía que fomente la confianza en la institución, la transparencia de las gestiones tributarias y la inclusión de todos los contribuyentes de la ciudad que impulse la participación para el beneficio de todos.

Recomendaciones

La instauración de nuevas acciones que ejecuta la Secretaria de Hacienda Distrital por medio de la Dirección de Impuestos de Bogotá, basadas en el establecimiento de alianzas público-privadas con empresas, colegios, universidades y medios masivos de comunicación, la aplicación del neuromarketing en los mensajes que la Administración emite y la propuesta al Ministerio de Educación y la Secretaria de Educación Distrital de la instauración de módulos de Educación Tributaria en todos los colegios de la ciudad en los niveles: Preescolar, Básica Primaria, Básica Secundaria y Educación Media con ayuda de cartillas y juegos didácticos, debe realizarse de forma inmediata.

Las acciones propuestas tienen como objetivo la construcción de Cultura Tributaria en toda la ciudadanía como política de Responsabilidad Social de la SHD, de tal forma que se fortalezca e incremente el recaudo oportuno de los tributos distritales, se reduzcan las tasas de evasión, exista sentido de pertenencia por la ciudad por parte de las generaciones futuras que se forman en los colegios públicos y privados, y se evidencie la confianza en la institución tributaria.

Sin embargo es trascendental que la Administración Tributaria se acerque a la ciudadanía de forma permanente no solo para recordar las fechas de pago de los impuestos distritales sino para comunicar la importancia de los mismos y la ejecución de obras y proyectos gracias al pago de los tributos. Se debe permitir la participación de los ciudadanos para las mejoras en la gestión de la Administración.

Es claro y evidente que es un trabajo arduo debido a la cantidad total de contribuyentes obligados en los impuestos distritales. No obstante, hay que tener conciencia que las acciones actuales a un número mínimo de población en algunas localidades de la ciudad no genera impacto en los resultados esperados de pago oportuno de los impuestos distritales respecto al total de contribuyentes obligados a pagar.

Es probable que la voz a voz sea una maniobra que pueda provocar resultados, pero si el mensaje no es ni asertivo ni interesante, las personas no lo promulgan a otras. Hay que tener precaución en la publicidad que se desea entregar pues todos los aspectos influyen en el éxito de la entrega del mensaje, como la cantidad de personas y la ubicación geográfica de las mismas, por lo anterior el Neuromarketing es una opción que ayudará a crear el mensaje adecuado y efectivo.

La Administración debe evitar dejar a un lado a la ciudadanía, en cambio debe concebir a los ciudadanos como sus principales aliados en el desarrollo de su gestión, así como en la construcción conjunta de Cultura Tributaria, para lograr la sostenibilidad de la ciudad y el cumplimiento de los Planes de Desarrollo de cada Alcaldía sin ningún inconveniente ni demora.

Anexos

Anexo 1. Encuesta respuesta No 13.

Anexo 2. Información consolidada Encuesta respuestas, preguntas No 1 a la 12.

Lista de referencias

Alarcón, G., y Martínez, A. La conciencia fiscal en Europa: Análisis de los valores determinantes 1-32.

Armas, M. y Colmenares, M. (2009). Educación para el desarrollo de una cultura tributaria. *Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 6, 141 – 160.
Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>

Bonilla, E. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: La experiencia de Bogotá. *Ciudades, Estado y Política*, 1(1), 21 – 35. Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/revcep/index>

Centro interamericano de administraciones tributarias. (2008). Estrategias para la formación de la cultura tributaria, Superintendencia de Administración Tributaria. Guatemala.
Recuperado de http://portal.sat.gob.gt:8080/documentos/Cul_tributaria.pdf

Porter, M., y Kramer, M. (2006). Estrategia y Sociedad. *Harvard Business Review, América Latina*. 84(12), 1 - 14. Recuperado de <http://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/12/Estrategia%20y%20Sociedad.pdf>

Secretaria de Hacienda Distrital, (2007). Informe de Gestión y resultados 2006. Bogotá.
Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/informe_Gestion_2006.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2008). Informe de Gestión y resultados 2007. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2007.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2009). Informe de Gestión y resultados 2008. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2008.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2010). Informe de Gestión y resultados 2009. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2009.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2011). Informe de Gestión y resultados 2010. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2010.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2012). Informe de Gestión y resultados 2011. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/informe_Gestion_2011.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2013). Informe de Gestión y resultados 2012. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2012.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2014). Informe de Gestión y resultados 2013. Bogotá.

Recuperado de

<http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe%20de%20Gestion%202013%20febrero%2018.pdf>

Secretaria de Hacienda Distrital, (2015). Informe de Gestión y resultados 2014. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Plan_de_Accion/Informe_Gestion_2014.pdf

Secretaria Distrital de Planeación. (2015). Sistema Integrado de Gestión Distrital, Décimo quinto

lineamiento: Responsabilidad Social. Bogotá. Recuperado de

http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/Noticias2015/Nuevo_lineamiento_del_Subistema_de_Responsabilidad_Social

Secretaria de Hacienda Distrital, (2016). Informe de Gestión y resultados 2015. Bogotá.

Recuperado de <http://www.shd.gov.co/shd/informes-de-gestion>

Secretaria de Hacienda Distrital, (2016). Plan de Desarrollo “Bogotá Mejor Para Todos”, Plan de Acción 2016 – 2020, componente de inversión por equidad. Bogotá. Recuperado de http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Plan_de_Accion/2017/PA_Inversi%C3%B3n_2017.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2017). Informe de Gestión y resultados 2016. Bogotá. Recuperado de <http://www.shd.gov.co/shd/informes-de-gestion>

Secretaria de Hacienda Distrital, (2017). Formulación Plan de Acción por área 2017. Bogotá. Recuperado de <http://www.shd.gov.co/shd/node/16645>

Bibliografía

Alarcón, G., y Martínez, A. La conciencia fiscal en Europa: Análisis de los valores determinantes 1-32.

Armas, M. y Colmenares, M. (2009). Educación para el desarrollo de una cultura tributaria. *Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 6, 141 – 160.
Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>

Bonilla, E. (2014). La cultura tributaria como herramienta de política fiscal: La experiencia de Bogotá. *Ciudades, Estado y Política*, 1(1), 21 – 35. Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/revcep/index>

Borges, E., y Perera, J. (2014). Educación fiscal y eficiencia pública: Un estudio de sus relaciones a partir de la gestión de recursos municipales. *Educación e investigación en contabilidad*. 8 (4), 438-454. Doi: 10.17524/repec.v8i4.1162

Centro interamericano de administraciones tributarias. (2008). Estrategias para la formación de la cultura tributaria, Superintendencia de Administración Tributaria. Guatemala.
Recuperado de http://portal.sat.gob.gt:8080/documentos/Cul_tributaria.pdf

Cepal, Oxfam y Naciones Unidas. (2016). Tributación para un crecimiento inclusivo. 1-21.

Corpo visionarios, (2013). Alcaldía de Medellín, Indicadores de cultura ciudadana en Medellín.
Recuperado de

<https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://ce1e6ea244cf5e4223e7fe428d796458>

Cosío, R., Sandoval, M., y Hernández, L. (2013). Educación fiscal universitaria con perspectiva de género. *Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*. (10), 1-15.

Recuperado de <http://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/index>

Delgado, M., Fernández-Cuartero, M., Maldonado, A., Roldán, C., y Valdenebro, M. (2005). La educación fiscal en España. 1-34. Recuperado de

http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/documentos_trabajo/2005_29.pdf

Departamento Administrativo De Hacienda Municipal, Subdirección De Impuestos Y Rentas Municipales, (2014). Informe de gestión Subdirección de Impuestos y rentas municipales vigencia 2013. Cali. Recuperado de

http://www.cali.gov.co/hacienda/publicaciones/105466/informe_de_gestion_subdireccion_de_rentas_e_impuestos/

Departamento Administrativo De Hacienda Municipal, Subdirección De Impuestos Y Rentas Municipales, (2014). Informe de gestión Subdirección de Impuestos y rentas municipales vigencia 2014. Cali. Recuperado de

http://www.cali.gov.co/hacienda/publicaciones/105466/informe_de_gestion_subdireccion_de_rentas_e_impuestos/

Departamento Administrativo De Hacienda Municipal, Subdirección De Impuestos Y Rentas Municipales, (2014). Informe de gestión Subdirección de Impuestos y rentas municipales vigencia 2015. Cali. Recuperado de

http://www.cali.gov.co/hacienda/publicaciones/105466/informe_de_gestion_subdireccion_de_rentas_e_impuestos/

Departamento Administrativo De Hacienda Municipal, Subdirección De Impuestos Y Rentas Municipales, (2014). Informe de gestión Subdirección de Impuestos y rentas municipales vigencia 2016. Cali. Recuperado de http://www.cali.gov.co/hacienda/publicaciones/105466/informe_de_gestion_subdireccion_de_rentas_e_impuestos/

Departamento Administrativo de Hacienda, (2015). Cartilla cultura tributaria. Cali. Recuperado de http://www.cali.gov.co/hacienda/publicaciones/108623/cartilla_cultura_tributaria/

Díaz, D. (2014). Creación de valor compartido más allá de la Responsabilidad Social: Un estudio cualitativo (tesis de maestría, Universidad internacional de la Rioja). Recuperado de <http://reunir.unir.net/handle/123456789/2385?show=full>

Duran, A., y Buxade, S. (2014). Fraude fiscal y educación tributaria en España. *Derecho y sociedad*. (43), 207-214.

Estévez, A., y Esper, S. Nuevos abordajes para el estudio de la cultura tributaria. 1-13.

Ferré, E. (2014). Tributo, Responsabilidad Social y Administraciones Tributarias. *Administración Tributaria*, 36. 44-56. Recuperado de <http://www.ciat.org/index.php/es/productos-y-servicios/publicaciones/revista.html>

Fondo monetario internacional. (2001). La política tributaria en los países en desarrollo. 1-25

Franco, B., Betancur, C., y Posada, D. La responsabilidad social empresarial: una mirada desde el cooperativismo. *Lupa Empresarial*, 15. 1-34. Recuperado de <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/132/260>

Fundación Europea Sociedad y Educación. Crisis fiscal, finanzas universitarias y equidad contributiva (7). 1-39 Recuperado de <http://www.studixxi.com/cuadernos-de-trabajo/>

Gallardo, F. Velazquez, M. y Sandoval M. (2013). Realidades y desafíos de la educación fiscal en México. *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*. ISSN 2007 – 2619. México. Recuperado de <http://ride.org.mx/1-11/index.php/RIDSESECUNDARIO/article/view/372/364>

Gardetti, M. El pacto global y las pequeñas y medianas empresas: Primeras notas introductoras. *Instituto de Estudios para la sustentabilidad corporativa*. 1-7. Recuperado de <http://pactoglobal.org.ar/wp-content/uploads/2015/02/Pacto-Global-para-PyMEs.pdf>

Garraalda, J. (1999). La cadena de valor. *IE Business School*, 113(2), 1 – 9. Recuperado de <http://openmultimedia.ie.edu/openproducts/cdv/cdv/cadena%20de%20valor.pdf>

Gordo, M. (2009). El cumplimiento tributario voluntario en Colombia: Notas para la discusión. 1 – 16. Recuperado de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan006819.pdf>

Gorrochategui, N. Las dimensiones del análisis del clima organizacional en el marco de la responsabilidad social pública (RSP), *Ciencias Administrativas* Año 4 – N° 7 Enero / Junio 2016, ISSN 2314 – 3738. Recuperado de <http://revistas.unlp.edu.ar/CADM>

Guía de responsabilidad social. ISO 26000, (2010). Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Gutierrez, M. (2007). Tendencias de la política tributaria en la unión europea. Nuevas tendencias en política fiscal. (835), 1-20.

Hernandez, P., y Lopez, D. (2014). Estructura impositiva y capacidad recaudatoria en España: Un análisis comparado con la UE.

Illera, A. (2009). El significado de la responsabilidad social empresarial. *Gestión & Sociedad*. 3(1), 95 – 104. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/view/977>

Johnson, M., Christensen, C., y Kagermann, H. (2008). Cómo reinventar su modelo de negocios. Harvard Business Review, América Latina. Recuperado de <http://es.slideshare.net/JoseMendozaCastillo/como-reinventar-su-modelo-de-negocio-42962030>

Lara, I. (2014). Hacia una concepción de gestión de la cultura tributaria en las instituciones de educación superior colombianas: un estudio de caso. *Plumilla Educativa*. (14), 132 – 150. Recuperado de <http://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/plumillaeducativa/article/view/758/842>

Mejía, C. (2007). CRESE Consultores en Responsabilidad Social Empresarial. Bogotá.

Mockus, A. (2003). Cultura ciudadana y comunicación. *Revista La Tadeo* (68), 106 – 111.

Recuperado de

<http://avalon.utadeo.edu.co/dependencias/publicaciones/bartes/revista68.php>

Oxfam intermón. (2015). La ilusión fiscal: demasiadas sombras en la fiscalidad de las grandes empresas. (36).

Pereira, Luz. (2010). Experiencia internacional sobre medidas de reorganización de las administraciones tributarias en la lucha contra el fraude fiscal. *Crónica tributaria*. (134), 143-178.

Plan de Desarrollo “Bogotá Mejor para todos”, (2016). Acuerdo 645 de 2016. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/documentos/Acuerdo_645_2016_Plan_Desarrollo_Bogot%C3%A1_Mejor_para_Todos.pdf

Porter, M., y Kramer, M. (2006). Estrategia y Sociedad. *Harvard Business Review, América Latina*. 84(12), 1 - 14. Recuperado de

<http://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/12/Estrategia%20y%20Sociedad.pdf>

Ramírez, A, y Cancino, D. (2009). Cultura ciudadana y encuestas de cultura ciudadana. Bogotá.

Recuperado de

<http://www.docentes.unal.edu.co/pnpachecod/docs/cultura%20ciudadana.pdf>

Rica, L. (2014). El fraude fiscal en espala (tesis de pregrado). Universidad de La Rioja. España.

- Rivillas, Borja., y Henrique, A. (2015). Educación fiscal y construcción de ciudadanía. *CIAT* (38), 1-29. Recuperado de <http://educacionfiscal.org/noticia/educacion-fiscal-y-construccion-de-ciudadania>
- Ruelas-Gossi, A. (2004). Innovar en mercados emergentes: El paradigma de la T grande. *Harvard Business Review, America Latina*. 82(2), 1 - 9. Recuperado de <http://www.abes.cl/archivos/El%20Paradigma%20de%20la%20T%20Grande%20%20Ruelas-gossi.pdf>
- Ruiz-Huera, J. (2011). Tendencias de la fiscalidad en Europa: La armonización fiscal y el futuro de la unión. *Euro y crisis económica*. (863), 1-6.
- Ruiz, C. (2014). Responsabilidad social pública y calidad democrática. *Revista Derecho y cambio social*. ISSN: 2224-4131, Depósito legal: 2005-5822. Recuperado de www.derechoycambiosocial.com
- Secretaria de Hacienda Distrital, (2007). Informe de Gestión y resultados 2006. Bogotá. Recuperado de http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/informe_Gestion_2006.pdf
- Secretaria de Hacienda Distrital, (2008). Informe de Gestión y resultados 2007. Bogotá. Recuperado de http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2007.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2009). Informe de Gestión y resultados 2008. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2008.pdf

Secretaria de Hacienda, (2009). Boletín N° 1, Gestión Tributaria Transparente, Medellín.

Recuperado de

<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Hacienda/Secciones/Publicaciones/Documentos/2009/gestiontributariatransparente.pdf>

Secretaria de Hacienda Distrital, (2010). Informe de Gestión y resultados 2009. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2009.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2011). Informe de Gestión y resultados 2010. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2010.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2012). Informe de Gestión y resultados 2011. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/informe_Gestion_2011.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2013). Informe de Gestión y resultados 2012. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe_Gestion_2012.pdf

Secretaria de Hacienda Distrital, (2014). Informe de Gestión y resultados 2013. Bogotá.

Recuperado de

<http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Informes%20de%20Gestion/Informe%20de%20Gestion%202013%20febrero%2018.pdf>

Secretaria de Hacienda y Crédito Público, (2014). Plan Estratégico del SAT 2014 – 2018, Servicio de Administración Tributaria. Ciudad de México.

Secretaria de Hacienda Distrital, (2015). Informe de Gestión y resultados 2014. Bogotá.

Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Plan_de_Accion/Informe_Gestion_2014.pdf

Secretaria Distrital de Planeación. (2015). Sistema Integrado de Gestión Distrital, Décimo quinto

lineamiento: Responsabilidad Social. Bogotá. Recuperado de

http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/Noticias2015/Nuevo_lineamiento_del_Subistema_de_Responsabilidad_Social

Secretaria Distrital de Educación. (2015). Caracterización del Sector Educativo. Bogotá.

Secretaria de Hacienda Distrital, (2016). Informe de Gestión y resultados 2015. Bogotá.

Recuperado de <http://www.shd.gov.co/shd/informes-de-gestion>

Secretaria de Hacienda Distrital, (2016). Plan de Desarrollo “Bogotá Mejor Para Todos”, Plan de Acción 2016 – 2020, componente de inversión por equidad. Bogotá. Recuperado de

http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/files/despacho/planeacion/Plan_de_Accion/2017/PA_Inversi%C3%B3n_2017.pdf

Secretaria de Hacienda, (2016). Balance financiero del Distrito primer semestre 2016. Cartagena.

Secretaria de Hacienda Distrital, (2017). Informe de Gestión y resultados 2016. Bogotá.

Recuperado de <http://www.shd.gov.co/shd/informes-de-gestion>

Secretaria de Hacienda Distrital, (2017). Formulación Plan de Acción por área 2017. Bogotá.

Recuperado de <http://www.shd.gov.co/shd/node/16645>

Soria, D. (2014). La Responsabilidad social pública. XXIII Encuentro anual de administradores fiscales. Depósito legal: 2005-5822, ISSN: 2224-4131. Recuperado de

www.derechocambiosocial.com

Uribe, C. (2003). El integrismo de Mockus, una apreciación de la “cultura ciudadana”.

Colombiana de Sociología. (20), 209 – 216. Doi: 10.15446/rcs

Valero, E. (2014). La tributación en la cultura de los colombianos. *Humanismo y Sociedad*. 2 (1),

73 – 78. Doi: 10.22209/rhs