



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL TÁCHIRA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**

**Cultura tributaria del sector Turístico en el Municipio San Cristóbal con
relación al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley
Orgánica de Turismo.
Trabajo de Grado para optar al Título de Especialista en Gerencia
Tributaria
Línea de investigación: Gerencia y Derecho Tributario**

**Autor: Pedro Alfonso Castañeda Restrepo
Tutora: Neida Albornoz Arias**

San Cristóbal, 08 de Junio de 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de tutora del Trabajo de Grado presentado por **Castañeda Restrepo Pedro Alfonso** para optar al título Especialista en Gerencia Tributaria en Gerencia cuyo título es **Cultura tributaria del Sector Turístico en el Municipio San Cristóbal con relación al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley Orgánica de Turismo**, aprobado por el Consejo General de Postgrado, en su reunión de fecha 10 de Marzo de 2014, según acta N° 113; considero que este trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación correspondiente.

Neida Albornoz Arias

C.I. V-9.345.864

DEDICATORIA

Quiero darle la gloria y la honra a YHWH, al único y verdadero Dios, él merece de mi todo, pues no soy nada, si no fuera por su amor, su misericordia y su justicia nada de esto lo hubiese logrado. El capítulo 38 del libro de Job expresa lo pequeño que somos y lo poco que sabemos:

38 Entonces el Señor le habló a Job de en medio de la tempestad.² ¿Quién eres tú para dudar de mi providencia y mostrar con tus palabras tu ignorancia? 3 Muéstrame ahora tu valentía, y respóndeme a estas preguntas: 4 ¿Dónde estabas cuando yo afirmé la tierra? ¡Dímelo, si de veras sabes tanto! 5 ¿Sabes quién decidió cuánto habría de medir, y quién fue el arquitecto que la hizo? 6 ¿Sobre qué descansan sus cimientos? ¿Quién le puso la piedra principal de apoyo, 7 mientras cantaban a coro las estrellas de la aurora entre la alegría de mis servidores celestiales? 8 Cuando el mar brotó del seno de la tierra, ¿quién le puso compuertas para contenerlo? 9 Yo le di una nube por vestido y la niebla por pañales. 10 Yo le puse un límite al mar y cerré con llave sus compuertas. 11 Y le dije: «Llegarás hasta aquí, y de aquí no pasarás; aquí se romperán tus olas arrogantes.» 12 ¿Alguna vez en tu vida has dado órdenes de que salga la aurora y amanezca el día? 13 ¿Y de que la luz se difunda por la tierra y los malvados vayan a esconderse? 14 Entonces aparecen los relieves de la tierra y se tiñen de color como un vestido; 15 se les niega la luz a los malvados y se pone fin a su amenaza. 16 ¿Has visitado el misterioso abismo donde tiene sus fuentes el océano? 17 ¿Has visto dónde están las puertas del tenebroso reino de la muerte? 18 ¿Tienes idea de la anchura de la tierra? ¡Dímelo, si en verdad lo sabes todo! 19 ¿En dónde están guardadas la luz y las tinieblas? 20 ¿Sabes hacerlas llegar hasta el último rincón y que luego regresen a su casa? 21 ¡Debes de saberlo, pues tienes tantos años que para entonces ya habrías nacido!²² ¿Has visitado los depósitos donde guardo la nieve y el granizo 23 para enviarlos en tiempos de desgracia, en tiempos de

batallas y de guerra? 24 ¿Qué caminos sigue la luz al repartirse? ¿Cómo se extiende el viento del este sobre el mundo? 25 ¿Quién abre una salida al aguacero y señala el camino a la tormenta, 26 para que llueva en el desierto, en lugares donde nadie vive, 27 para que riegue la tierra desolada y haga brotar la hierba? 28 ¿Quién es el padre de la lluvia y del rocío? 29 ¿Quién es la madre del hielo y de la escarcha? 30 ¿Quién vuelve el agua dura como la piedra y congela la superficie del océano? 31 ¿Eres tú quien mantiene juntas a las Pléyades y separadas las estrellas de Orión? 32 ¿Eres tú quien saca a su hora al lucero de la mañana? ¿Eres tú quien guía a las estrellas de la Osa Mayor y de la Osa Menor? 33 ¿Conoces tú las leyes que gobiernan el cielo? ¿Eres tú quien aplica esas leyes en la tierra? 34 ¿Puedes dar órdenes a las nubes de que te inunden con agua? 35 Si mandas al rayo que vaya a alguna parte, ¿acaso te responde: «Aquí estoy, a tus órdenes»? 36 ¿Quién dio instinto inteligente a aves como el ibis o el gallo? 37 ¿Quién es tan sabio que sepa cuántas nubes hay? ¿Quién puede vaciarlas para que den su lluvia, 38 para que el polvo se convierta en barro y se peguen los terrones entre sí? 39 ¿Eres tú quien busca presa para las leonas, para que coman sus cachorros hasta llenarse, 40 cuando se esconden en su guarida o se ponen al acecho en la maleza? 41 ¿Quién da de comer a los cuervos, cuando sus crías andan buscando comida y con grandes chillidos me la piden?

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DEDICATORIA.....	III
ÍNDICE GENERAL	V
LISTA DE GRÁFICOS	VIII
LISTA DE CUADROS	XI
RESUMEN	XII
INTRODUCCIÓN	13
CUADRO 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	20
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	26
CAPÍTULO I.....	30
<i>¿Qué es cultura?</i>	30
<i>Cultura tributaria</i>	31
<i>Elementos de la cultura tributaria</i>	33
Valores	33
Valores del contribuyente.....	34
Honestidad	34
Responsabilidad.....	34
Conducta moral y social.....	35
Integridad	35
Corresponsabilidad	36
<i>¿Qué es tributo?</i>	36
Principios constitucionales de los tributos.....	38
Principio de Legitimidad	38
Principio de Generalidad	38
Principio de Igualdad	39
Principio de Progresividad	39
Principio de Capacidad Contributiva	40
Principio de la No Confiscatoriedad.....	41
Fundamento legal de los tributos	42
<i>Clasificación de los tributos</i>	42
Impuestos	43
Impuestos directos	43
Impuestos indirectos	44

Impuestos progresivos.....	44
Impuestos personales.....	44
Tasas	44
Contribuciones parafiscales y especiales	45
Contribución parafiscal.....	45
Contribución especial	46
<i>Obligación tributaria.....</i>	<i>47</i>
<i>Relación jurídica tributaria</i>	<i>47</i>
Elementos de la relación jurídica tributaria	48
Sujeto activo	48
Sujeto pasivo	49
Hecho imponible	51
La base imponible.....	52
Alícuota.....	52
Periodo impositivo.....	53
Establecimiento permanente	53
Deberes formales y materiales.....	55
Evasión Fiscal	59
CAPÍTULO II.....	65
FACTORES QUE IMPIDEN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	65
Clasificación de variables macroeconómicas	65
Producto Interno Bruto (PIB).....	66
Control cambiario (devaluación de la moneda).....	67
Inflación	69
Gasto público.....	71
Exportaciones	73
Importaciones.....	74
CAPITULO III.....	76
ANÁLISIS DE RESULTADOS Y FORMULACIÓN DE LAS ESTRATERIAS PARA DESARROLLAR UNA CULTURA TRIBUTARIA	76
CAPÍTULO IV.....	103
ESTRATEGIAS QUE PERMITEN DESARROLLAR LA CULTURA TRIBUTARIA.....	103
<i>Formulación de la estrategia</i>	<i>104</i>
Análisis del entorno	105
Análisis FODA.....	106
<i>Diseño de la estrategia</i>	<i>108</i>

a) Formular la misión	108
b) Formular la visión.....	108
c) Análisis del entorno	108
d) Análisis FODA del caso objeto de estudio	109
e) Estrategias para desarrollar la cultura tributaria	110
CONCLUSIONES	111
RECOMENDACIONES.....	113
<i>Referencias bibliográficas</i>	114
ANEXOS	118
ANEXO N° 1: VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS POR EL JUICIO DE LOS EXPERTOS.	118
ANEXO N° 2. ENCUESTA PARA LOS CONTRIBUYENTES	121
ANEXO N° 3. ENCUESTA PARA EL ENTE RECAUDADOR	128
ANEXO N° 4. LISTA DE CONTRIBUYENTES DEL SECTOR TURISTICO DEL MUNICIPIO SAN CRISTOBAL EMITIDA POR EL INATUR	132

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad de los contribuyentes	77
Gráfico 2: Grado de instrucción de los contribuyentes.....	78
Gráfico 3: Género de los contribuyentes.....	79
Gráfico 4: Clasificación de la empresa.....	79
Gráfico 5: Reconocimiento de la contribución establecida en la Ley Orgánica de Turismo.....	80
Gráfico 6: ¿Cumple la empresa con los deberes formales establecidos en la Ley Orgánica de Turismo, reglamentos y resoluciones?	81
Gráfico 7 ¿Paga usted la contribución establecida en la Ley Orgánica de Turismo?	82
Gráfico 8 ¿Considera usted que cumplir con el Estado es ser responsable con la sociedad?.....	83
Gráfico 9 ¿Conoce en qué consiste la contribución especial destinada al INATUR?	83
Gráfico 10 ¿Cuál es la institución encargada de recaudar la contribución especial?.....	84
Gráfico 11 ¿Ya canceló su empresa lo correspondiente de la contribución especial al INATUR?.....	84
Gráfico 12 ¿Por cuál de las siguientes razones usted paga la contribución especial?.....	87
Gráfico 13 ¿A través de que medio se enteró que debe pagar esta contribución especial?	88
Gráfico 14 ¿Qué se toma como base imponible para el cálculo de esta contribución especial?	88
Gráfico 15 ¿Qué alícuota se aplica a la base imponible de esta contribución especial?.....	88
Gráfico 16 ¿Considera usted que el porcentaje aplicado al cálculo de la contribución especiales?.....	89

Gráfico 17¿Con qué frecuencia debe pagar la contribución especial al INATUR?	90
Gráfico 18¿Está usted inscrito en el Registro Nacional de Turismo RTN? ...	90
Gráfico 19¿Tiene usted la licencia de turismo emitida por el INATUR?	91
Gráfico 20¿Sabe con qué frecuencia hay que renovar la licencia de turismo?	91
Gráfico 21¿Tiene usted en un lugar visible las tarifas por los servicios que presta su empresa?	92
Gráfico 22¿Tiene usted en un lugar visible las normas aplicables para la prestación del servicio?	92
Gráfico 23: ¿Tiene usted en su establecimiento el Libro oficial de Sugerencias y Reclamos que este visible y disponible para los turistas y visitantes?	93
Gráfico 24¿Siente que el ente recaudador de la contribución ha cumplido su función de órgano divulgativo en pro de la formación y consolidación de una cultura tributaria en el municipio San Cristóbal?	96
Gráfico 25A su criterio ¿Considera que el Producto Interno Bruto, conocido como el valor de los bienes y servicios finales producidos en un país durante un período determinado, incide en el pago de la contribución especial pautada en la Ley Orgánica de Turismo?	96
Gráfico 26¿Qué consecuencia considera usted que ha causado en su negocio la devaluación de la moneda?	97
Gráfico 27¿Cree usted que el control cambiario es una buena política económica por parte del gobierno, la cual ha ayudado a impulsar el sector turístico?	97
Gráfico 28¿Siente que los altos niveles de Inflación, definido como un fenómeno caracterizado por el aumento continuo y generalizado de los precios de bienes y servicios que se comercializan en la economía que tiene un país, puede traer como consecuencia el incumplimiento en el pago de la contribución especial?	98

Gráfico 29 ¿Considera usted positivo para su empresa turística que sean controlados los gastos y los costos por medio de la Ley Orgánica de Precios Justos?	98
Gráfico 30A su criterio: ¿En qué se invierte el dinero recaudado de la contribución especial recaudada por INATUR?	99
Gráfico 31 ¿Cuál de los siguientes servicios considera usted que deberían mejorarse con el dinero recaudado a través de la contribución especial?	99
Gráfico 32A su criterio ¿Considera que a través de la exportación de su servicio, es decir, que a nivel internacional sus servicios sean reconocidos le haría expandir su negocio e incrementar su capital?	100
Gráfico 33A su criterio ¿Considera que a través de importaciones efectivas y oportunas para adquirir productos le ayudarían a mejorar sus servicios en el turismo?	100
Gráfico 34 ¿Cómo valora usted los servicios de seguridad del Estado?	101
Gráfico 35 ¿Cómo valora usted el servicio de agua del Estado?	101
Gráfico 36 ¿Cómo valora usted el servicio de electricidad del Estado?	102
Gráfico 37 ¿Cómo valora usted el servicio de transporte público del Estado?	102

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: operacionalización de variables.	20
Cuadro 2: Matriz FODA del caso objeto de estudio	109

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL TÁCHIRA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**

**Cultura tributaria del sector Turístico en el Municipio San Cristóbal con
relación al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley
Orgánica de Turismo.**

**Autor: Castañeda, Pedro
Tutora: Albornoz Neida
Año: 2014**

RESUMEN

El presente trabajo tiene como propósito conocer a fondo la cultura tributaria con relación al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley Orgánica de Turismo, en el Municipio San Cristóbal (2014). En cuanto al incumplimiento de dicha ley, sin lugar a dudas se demuestra lo débil de la cultura tributaria y por lo tanto de la recaudación tributaria local. Por consiguiente se plasma estrategias al INATUR, para resolver los problemas y quejas que presentan los contribuyentes del sector turístico. Se establece el diagnóstico a nivel de la investigación a través de un diseño de campo, que se planteó por medio de las técnicas de recolección de datos, con el uso de la observación directa y el diseño de encuesta estructurada, aplicado a una población finita. Los resultados se muestran en tablas, gráficos de barras y tortas, por lo cual permitirá conocer los factores que limitan el compromiso de los sujetos pasivos con el cumplimiento de los deberes formales y materiales. INATUR no ha formado parte de la nueva visión enmarcada en la modernidad, donde el cumplimiento voluntario y la concepción del contribuyente deben ser considerados como factor principal. Se recomienda mejorar su proceso administrativo y de recaudación, de este modo dicho ente tendrá indudablemente más recursos económicos para invertir en proyectos de desarrollo local.

Palabras clave: cultura tributaria, sector turístico, análisis DOFA, obligaciones tributarias, sanción tributaria.

INTRODUCCIÓN

Venezuela es un país cuya economía se ha basado principalmente en los ingresos obtenidos por la renta petrolera, pero al crecer la demanda social, el Estado se vio en la necesidad de aplicar programas y estrategias acordes a los cambios que se habían experimentado y en respuesta a las necesidades colectivas, tuvo que implementar un sistema tributario que abarca un conjunto de tributos, entre los que se incluyen los impuestos, tasas y contribuciones especiales que deben ser pagados por los contribuyentes de la nación con la finalidad de ser utilizados en la solución de los problema sociales.

Por consiguiente, el Estado para cubrir las necesidades públicas colectivas, institucionales, sociales y políticas, necesita disponer de recursos. Dichos recursos se obtienen en parte, a través del ejercicio de su derecho de recaudación de tributos.

En consecuencia, el tributo es la base para cubrir el gasto público del Estado y debe ser recaudado eficientemente, de forma tal que sean suficientes para cubrir las necesidades presupuestadas en los planes y proyectos propuestos por el Estado.

En este sentido, es evidente la importancia de la existencia de cultura tributaria en los contribuyentes. Ahora bien, al hablar de cultura tributaria, se refiere al alcance del pago voluntario de los tributos por parte del contribuyente, es necesario y fundamental promoverla para que así, la administración tributaria, que se apoya en las leyes y vela por el cumplimiento de las obligaciones de los contribuyentes evite presionar y sancionar constantemente al sujeto pasivo.

Al mismo tiempo, según Gómez y Macedo¹, sostienen que la cultura tributaria debe sustentarse en **valores, creencias y actitudes** que tiendan al bien común, y la definen como el nivel de **conocimiento** que tiene los individuos de una sociedad respecto al sistema tributario, sus funciones y el acatamiento de las leyes que la rigen, esto se entiende como una conducta que muestra el cumplimiento constante de los deberes tributarios que tienen las personas bien sea con la república, el estado, los municipios o entes públicos.

No obstante, para contar con una cultura tributaria que permita la transformación del comportamiento de los contribuyentes se requiere dedicación por parte del Estado, porque la tendencia de un determinado comportamiento cultural en aspectos sociales, políticos y económicos necesita que el Estado eduque al ciudadano, administre eficientemente los recursos y rinda cuentas transparentemente, por lo tanto, esa transformación de comportamiento no se puede improvisar.

Es por esto, que la cultura tributaria es importante, porque pretende que los individuos de la sociedad involucrados en el proceso de recaudación, 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 proporcionar a la nación, los medios necesarios para que ésta cumpla con su función primaria de garantizar a la ciudadanía servicios públicos eficaces y eficientes.

En la presente investigación se pretende analizar la cultura tributaria en el Municipio San Cristóbal, porque se presume ausencia en el pago de la contribución tributaria por parte del contribuyente del sector turístico

¹ GÓMEZ L. Y MACEDO J., (2008). “La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano”. *Revista electrónica Investigación Educativa*. [revista en línea], fecha de consulta: 04 de Julio de 2013, disponible en http://200.62.146.19/bibvirtualdata/publicaciones/inv_educativa/2008_n21/a11v12n21.pdf

establecido en la Ley Orgánica de Turismo, cuyo pago debe hacer el contribuyente ante INATUR, que es el ente recaudador.

El Instituto Nacional de Turismo (INATUR), como ente recaudador de las contribuciones especiales para el turismo, debe ofrecer a los contribuyentes una atención que permita fluidez al desarrollo de la actividad turística generadora de dicha contribución.

Por otra parte, el turismo es una actividad económica de interés nacional en Venezuela, dado las inmensas potencialidades naturales, algunas insuperables en el mundo, concebidas como atracciones para el turismo internacional, también por la gran cantidad de costa en el Mar Caribe, y también por las montañas andinas, selvas tropicales amazónicas, amplias llanuras, formaciones rocosas elevadas y antiguas. Estas empresas pertenecen al sector terciario de la economía (servicios) y genera múltiples beneficios económicos, que se origina cuando se desplazan personas venezolanas o extranjeras de manera temporal hacia otras localidades y como consecuencia arrastran y generan divisas.

Por lo tanto, el sector turístico, es uno de los sectores de importancia, dado que promueve a otras empresas de otros sectores de la economía como por ejemplo el comercio, comida y bebidas, entre otros que generan renta gravable para otros tributos del Estado.

Al respecto, conviene decir que el Estado Táchira tiene potencial en términos de turismo, ya que tiene una gran riqueza por lo que su vegetación es muy diversa, su fauna muy rica, sus ríos grandes caudales que nutren la agricultura y gran variedad de parques nacionales, es decir toda una gama de recursos naturales que impulsarían el turismo ecológico, un mercado innovador y productivo. Debido a esto, el Táchira podría ser considerado como una potencia en turismo. Y si esta actividad se manejara con

efectividad y eficiencia se tendría como resultado un aumento en el bienestar social y ciudadano, según Castillo L.D, Morffe M.A, Albornoz N y Mazuera R².

Como fundamento legal, la Ley Orgánica de Turismo típica a los sujetos pasivos que están orientados a satisfacer los requerimientos de los turistas y visitantes mediante la prestación de algún servicio turístico o realicen actividades como: alojamiento con fines turísticos, agencias de turismo, recreación y deportes con fines turísticos, guías de turismo, transporte turístico, alimentos y bebidas, viviendas vacacionales, operadoras de inmuebles con fines turísticos, protección y seguridad para el turista, de salud y estética con fines turísticos, actividades comerciales y culturales con fines turísticos en ferias y fiestas tradicionales, servicios de apoyo al turismo, entre otros³.

Existen diversas modalidades de establecimientos del negocio turístico, por esta razón, al Estado le conviene promover esta actividad para sustentar el gasto, a través de la recaudación de contribuciones especiales pero además fomentar el empleo.

Como se dijo antes, se presume que los contribuyentes que prestan servicios turísticos, incumplen con las obligaciones tributarias que emana la Ley Orgánica de Turismo.

Por consiguiente, la evasión fiscal producto de la ausencia de cultura tributaria en los contribuyentes del sector turístico constituye un fenómeno que erosiona los ingresos de la Nación. Posiblemente esto se debe, a una carencia de conciencia tributaria, un sistema tributario poco transparente,

² CASTILLO L.D., MORFFE M.A., ALBORNOZ N., MAZUERA R. *El Táchira en cifras 2013: vocación productiva, oferta de empleo y oferta en el nivel superior en el Estado Táchira*. Primera edición. Universidad Católica del Táchira, Táchira Venezuela, 2013. pp. 70-73.

³ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. Gaceta Oficial N° 6.152, 18/11/2014. Base de datos de Tribunal Supremo de Justicia. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 31 de marzo de 2015. Disponible en <http://www.tsj.gob.ve/gaceta-oficial> Artículo 34.

una administración tributaria poco flexible y un bajo riesgo en ser detectado el contribuyente evasor.

Es evidente entonces, que dichos contribuyentes, no están cumpliendo con los deberes materiales y formales en relación a la Ley Orgánica de Turismo del Municipio San Cristóbal.

La cultura tributaria en el sector turístico debe promoverse y una de las vías es cuando INATUR pueda ofrecer a los contribuyentes un manejo transparente y eficiente de los recursos que estos aportan, mediante una constante capacitación y sensibilización turística, un mejoramiento y recuperación en la infraestructura turística pública, gasto no dispendioso, mejores servicios públicos, seguridad social, es decir una mejor calidad de vida para el turista tanto nacional como del exterior.

En este marco de referencia, se pretende promover la cultura tributaria, que permita a los sujetos pasivos del sector turístico del Municipio San Cristóbal, concebir las obligaciones tributarias como un deber sustantivo, con valores éticos para el funcionamiento de la sociedad, de la misma forma evaluar los motivos estructurales de los niveles tan elevados de evasión y elusión, y formular estrategias que contribuirían en un incremento saludable en la recaudación de la contribución especial en relación a la Ley Orgánica de Turismo. Por esta razón, se plantean las siguientes interrogantes:

¿Existe cultura tributaria con relación a los deberes formales y materiales establecidos en la Ley Orgánica de Turismo en el Municipio San Cristóbal?

¿Cuáles son los conocimientos y prácticas que tiene los contribuyentes con relación al cumplimiento de las obligaciones tributarias establecidas en la Ley Orgánica de Turismo?

¿Qué factores impiden el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el sector turístico del Municipio San Cristóbal?

¿Qué estrategias permiten desarrollar la cultura tributaria para fortalecer el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias en el Municipio San Cristóbal?

En este sentido, se formula como objetivo general:

Analizar la cultura tributaria del sector turístico en el Municipio San Cristóbal con relación al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley Orgánica de Turismo.

Por tanto, los objetivos específicos planteados son:

1. Diagnosticar los conocimientos y prácticas en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los prestadores de servicios turísticos de acuerdo a la Ley Orgánica de Turismo en el Municipio San Cristóbal.
2. Identificar los factores que impiden el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el sector turístico del Municipio San Cristóbal.
3. Formular estrategias que contribuyan al fortalecimiento de la cultura tributaria en los prestadores de servicios de acuerdo a la Ley Orgánica de Turismo en el Municipio San Cristóbal.

Quedan expresados en los objetivos específicos, los términos o variables básicos determinados respecto de la cultura tributaria como son: (a) conocimiento, (b) practicas, (c) factores y (d) estrategias, variables que se convertirán en dimensiones que serán analizadas desde el punto de vista teórico.

En este orden, el conocimiento como elemento de la cultura tributaria de los contribuyentes está conformado por valores como honestidad, que se

refiere al sentido de responsabilidad ante el cumplimiento de los deberes establecidos en las normas legales, respeto de los valores del hombre y fortalecimiento de su conducta moral y social; integridad, que describe el obrar con estima y respeto hacia uno mismo y a los demás, con apego a las normas morales y sociales; y solidaridad, que se refiere al sentimiento de unidad basado en metas o intereses comunes.

Así mismo, por la creencia del cumplimiento del principio de reciprocidad, es decir el Estado retribuye a los ciudadanos los tributos pagados con servicios públicos de calidad.

En segundo lugar, están las prácticas, conformadas por la declaración y pago de la contribución especial al INATUR, base imponible para el cálculo, alícuota, frecuencia de pago, inscripción en el RNT, licencia para Turismo y normas visibles que deben tener los establecimientos para cumplimiento de los deberes formales de la Ley Orgánica de Turismo.

En tercer lugar, se manifiesta los factores que impiden el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el sector turístico del Municipio San Cristóbal, entre ellos están los factores político-económicos (externos) y los factores organizacionales y procedimientos del ente recaudador.

En cuarto lugar, el desarrollo de estrategias que permitan educar y orientar a los contribuyentes con el objeto de que cada uno obtenga la información que necesita para la toma de decisiones.

Desde el punto de vista metodológico, el estudio se ubicará de forma cuantitativa, con énfasis en el diseño de instrumentos, del sector turístico en el Municipio San Cristóbal, utilizando técnicas de la encuesta dirigida a contribuyentes y funcionarios del ente recaudador para la obtención de datos que permitan el análisis de la cultura tributaria.

Cuadro 1: operacionalización de variables.

Objetivo General: Analizar la cultura tributaria del sector turístico en el Municipio San Cristóbal con relación al cumplimiento de los deberes formales y deberes materiales establecidos en la Ley Orgánica de Turismo.									
Objetivos específicos	Variables	Dimensión	Indicador	Sub-indicadores	Instrumento	Ítems			
1- Diagnosticar la cultura tributaria en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los prestadores de servicios de acuerdo a la Ley Orgánica de Turismo en el Municipio San Cristóbal	Datos socio demográficos del contribuyente			Edad	Encuesta para los contribuyentes	1			
				Grado de Instrucción		2			
				Género		3			
				Tipo de establecimiento		4			
	Cultura tributaria			Conocimientos (valores y creencias)		Honestidad	5		
						Responsabilidad	6, 7		
						Conducta moral y social	8		
						Integridad	9		
						Corresponsabilidad	10		
				Deberes formales y materiales en relación a la Ley Orgánica de Turismo			Prácticas (Actividades)	Declaración y pago de la contribución especial al turismo	11, 12, 13, 14, 15
								Base Imponible para el cálculo	16
								Alícuota	17, 18
								Frecuencia de pago	19
								Inscripción en el Registro Nacional de Turismo	20
	Licencia para Turismo	21, 22							
	Normas visibles para los turistas	23, 24, 25							
	Rol ente recaudador	26							

2- Identificar los factores que eventualmente impidan el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el sector turístico del Municipio San Cristóbal	Factores que impiden el cumplimiento	Político-económico	Producto Interno Bruto	Encuesta para los contribuyentes	27
			Control cambiario (devaluación de la moneda)		28, 29
			Inflación		30
			Costos y gastos no reconocidos por la Ley Orgánica de Precios Justos		31
			Gasto público		32, 33
			Exportaciones e importaciones		34, 35
			Seguridad ciudadana y jurídica		36
			Servicios públicos		37, 38, 39
			Procedimentales del ente recaudador		Datos socio-demográficos
	Estado civil	2			
	Género	3			
	Grado de instrucción	4			
	(conocimiento) Deberes formales y materiales en relación a la Ley Orgánica de Turismo	Declaración y pago de la contribución especial al turismo		5, 6, 7	
		Base imponible para el cálculo		8	
		Alícuota		9, 10	
		Frecuencia de pago		11	
		Inscripción en el Registro Nacional de Turismo		12	
		Licencia para turismo		13, 14	
	Normas visibles para los turistas	15, 16, 17			
Rol ente recaudador	18				
3- Formular estrategias que contribuyan en el fortalecimiento de la cultura tributaria en los prestadores de servicios de acuerdo a la Ley Orgánica de Turismo en el Municipio San Cristóbal	Estrategias de aprendizaje	Acciones	Actualización tributaria	Estrategias de elaboración	Talleres educativos
				Estrategias de organización	Material divulgativo Trípticos
				Estrategias de planificación	
				Estrategias de regulación, dirección y supervisión	Técnica de preguntas
				Estrategias de apoyo	Análisis de producción escrita

Fuente: Castañeda Restrepo P.A (2014).

Una vez descritas las variables, en las que se basa el análisis sobre la cultura tributaria del sector turístico en el Municipio San Cristóbal, es necesario determinar la metodología sobre la cual se apoya la investigación.

Esta investigación se realiza bajo el enfoque cuantitativo, por lo cual se plantea un estudio delimitado y concreto, Hernández S.R., Fernández C.C., y Baptista L.P la definen “como aquella investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables”⁴.

En la investigación planteada se analizan, todos aquellos factores que impiden el impulso de la cultura tributaria en el sector turístico del Municipio San Cristóbal, con el fin de formular estrategias que contribuyan al fortalecimiento en el cumplimiento de los deberes formales y materiales con respecto a la Ley Orgánica de Turismo.

Ahora bien, el diseño que ha tomado esta investigación es **no experimental** que según Hernández S.R., Fernández C.C., y Baptista L.P está definida como “aquella que realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”⁵.

Por lo tanto, se observan situaciones ya existentes y hechos que no pueden ser manipulados y así, ver las reacciones de tales situaciones.

En este sentido, se debe entender que la investigación está orientada a ser de tipo descriptiva, ya que la finalidad es describir el objeto de estudio mediante sus características, permitiendo tener una visión clara del

⁴ HERNÁNDEZ S.R., FERNÁNDEZ C.C., y BAPTISTA L.P. (2010). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. Universidad Católica del Táchira, Táchira Venezuela, p.210

⁵ HERNÁNDEZ S.R., FERNÁNDEZ C.C., y BAPTISTA L.P. (2010). *Metodología de la investigación*. *ibíd.* pp.

fenómeno que se va analizar en relación a la cultura tributaria existente en el sector turístico del Municipio San Cristóbal. Cabe resaltar que según Hernández S.R., Fernández C.C., y Baptista L.P el objetivo de la investigación descriptiva es:

Indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción⁶.

Por lo tanto, la investigación presentará las siguientes características:

- Una investigación de campo, debido a que las estrategias a utilizar permitirán reconocer información de forma directa con la realidad que se vive, pues se aplicará una encuesta al personal del departamento de recaudación de INATUR y a una muestra de contribuyentes.
- Una investigación documental, debido a que se han tomado datos provenientes de libros, revistas, tesis, leyes y otros materiales informativos, para fundamentar teóricamente las variables de estudio.

En consecuencia, esta investigación debe proceder a definir la población y una muestra que va a ser indagada. Por consiguiente, la población es definida por Hernández S.R., Fernández C.C., y Baptista L.P “como el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”⁷. Es decir, la población es el conjunto de elementos de los cuales se pretende indagar y conocer una o varias características y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas de dicho estudio.

⁶ HERNÁNDEZ S.R., FERNÁNDEZ C.C., y BAPTISTA L.P. (2010). *Metodología de la investigación*. *ibíd.* p. 23.

⁷. *Ibíd.* p. 23.

Para esta investigación se definieron dos muestras la primera corresponde al número total de contribuyentes del sector turístico inscritos en el RTN del INATUR del Municipio San Cristóbal. Esta población asciende a 68 empresas (ver el anexo 4).

La segunda población está conformada por el número total de funcionarios del departamento de recaudación del INATUR del Municipio San Cristóbal. Esta población está representada por 8 funcionarios.

Es importante resaltar que Hernández S.R., Fernández C.C., y Baptista L.P define la muestra “como un subgrupo o subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que se le llama población”⁸.

En esta investigación se calcula el tamaño de la muestra para los contribuyentes del sector turístico del Municipio San Cristóbal. La fórmula que se utilizó para calcular el tamaño de la muestra es la que corresponde a poblaciones finitas para estimación de proporciones poblacionales.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Para el cálculo de n se tomó un error muestral del 5%, un nivel de confianza del 95% que corresponde en la tabla de la distribución normal a un valor de Z = 1,96. Los valores de p y q se tomaron de 0,5 para obtener el máximo tamaño de muestra posible. El tamaño de la población N = 58 empresas. En este servicio el tamaño de la muestra son 58 empresas.

En el caso de los funcionarios del departamento de recaudación de INATUR, se aplicará un censo dado que el tamaño de la población es pequeño.

⁸ *Ibíd.* pp. 23.

Ahora bien, la técnica de recolección de datos se basa en la aplicación de un instrumento estructurado (encuesta). Esta técnica Hernández S.R., Fernández C.C., y Baptista L.P la define como un “conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”⁹.

Por consiguiente, se busca datos referidos al grado de cultura tributaria que poseen los prestadores de servicios turísticos en el Municipio San Cristóbal, desde el punto de vista de sus conocimientos, su actitud y las prácticas relacionadas con el cumplimiento a los deberes formales y materiales de la Ley Orgánica de Turismo.

En consecuencia, como el proceso de recopilación de información que se utiliza es la encuesta, esto conlleva a un análisis e interpretación de datos. Expresa Moncada L. (2012)¹⁰ que son técnicas lógicas como la inducción, deducción y síntesis, para interpretar los datos recolectados y luego se presentan en términos porcentuales, en cuadros de resumen y gráficos de sectores.

⁹ HERNÁNDEZ S.R., FERNÁNDEZ C.C., y BAPTISTA L.P. (2010). *Metodología de la investigación. ibíd.* p. 310.

¹⁰ MONCADA L. (2012). *Estrategias de gestión administrativos para la recaudación de los ingresos propios en la alcaldía del Municipio Uribante*. Trabajo de grado de especialización publicada. Universidad Católica del Táchira, Táchira, Venezuela. p. 28.

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Las investigaciones que se citarán posteriormente, son útiles para el análisis de la cultura tributaria del sector turístico en el Municipio San Cristóbal, con relación al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley Orgánica de Turismo. Para tal efecto, se efectuó una búsqueda de fuentes escritas y electrónicas, de trabajos realizados en el ámbito internacional, nacional y regional, en los cuales se consultaron las bases teóricas, marco metodológico empleados con el propósito de guiar el desarrollo de la presente investigación.

En este sentido, se menciona el trabajo de Duarte D. (2012)¹¹. Estrategias de control interno para evaluar la gestión tributaria en empresa del sector construcción. Este fue un trabajo de grado para optar al título de Especialista en Gerencia Tributaria en la Universidad Católica del Táchira de San Cristóbal, Estado Táchira. Esta investigación desarrolló un conjunto de conceptos y bases teóricas, relacionadas con la aplicación de diversas estrategias que desarrolla un plan de acción con el fin de cumplir los objetivos y metas tributarias que deben cumplir las empresas del sector constructor. Entre los objetivos se encontraron: diagnosticar la situación actual la empresa en el sector construcción en el área tributaria; identificar los elementos gerenciales y tributarios que intervienen en el control interno como soporte de la gestión tributaria y por último formular las estrategias de acción para la gestión tributaria.

La metodología empleada fue descriptiva, de naturaleza de campo, por lo cual pretendió evaluar y analizar el desempeño interno de la empresa con respecto al control de la gestión tributaria. El aspecto concluyente de la investigación explicó el diseño de estrategias de control interno para evaluar

¹¹ DUARTE D. (2012). *Estrategias de control interno para evaluar la gestión tributaria en empresa del sector construcción*. Trabajo de grado de especialización publicada. Universidad Católica del Táchira, Táchira, Venezuela. pp. 11-115.

la gestión tributaria de las empresas en el sector construcción, dichas estrategias deben ser vigiladas, seguidas y evaluadas para así cerrar el ciclo del proceso.

Otra investigación digna de citar fue realizada por Chicas M. (2011)¹² cuyo trabajo se tituló: Propuesta para crear una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala. Este correspondió a un trabajo de grado para optar al título de Maestría en Ciencias en la Universidad de San Carlos de Guatemala. Esta investigación tiene como objetivo el fortalecimiento de la cultura tributaria, utilizando como herramienta una unidad móvil de capacitación para tal fin. Por consiguiente esta meta surgió para responder a una cultura tributaria inexistente en Guatemala, por cual se fomentó una estrategia a largo plazo orientada a cumplir de forma voluntaria las obligaciones tributarias, con base en principios y valores congruentes con el deber ciudadano de contribuir para que el Estado cumpla con sus deberes constitucionales.

La metodología empleada en este trabajo se enmarcó en un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal de tipo descriptivo. Esta investigación arrojó como resultado un sistema efectivo de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala. Esta unidad móvil es idónea para desarrollar al recurso humano del país, mediante la entrega de conocimientos y el desarrollo de actitudes necesarias a favor de la cultura tributaria.

Esta investigación reflejó como conclusión, que encarar los problemas actuales que enfrenta la inexistencia o equivocada cultura tributaria en Guatemala, se evidencia en el conocimiento y desinterés de la población de dicho país hacia el correcto y oportuno pago de impuestos, por tanto el fin

¹² CHICAS M., (2011). *Propuesta para crear una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Trabajo de grado de maestría publicada. Guatemala. pp. 1-90.

último sería divulgar la cultura tributaria para contribuir e incrementar la recaudación por medio de las unidades móviles.

Otro aporte investigativo fue desarrollado por León C. (2010)¹³, cuyo trabajo se intituló: Estrategias de cultura tributaria para los comerciantes de expendio de licores de la Parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio Barinas. Fue un trabajo especial de grado para optar al título de Especialista en Contaduría mención Auditoría en la Universidad Centro Occidental “Lisandro Alvarado”. Este incorporó como objetivos: diagnosticar el grado de conocimiento sobre cultura tributaria; evaluar, determinar y proponer que estrategias actuales se pueden utilizar por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT) para fomentar la cultura tributaria; todo ello aplicado en los comerciantes de expendio de licores de la Parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio Barinas.

Esta investigación estuvo sustentada bajo un estudio descriptivo y diseño de campo, con el fin de determinar las necesidades de diseñar estrategias para incrementar la cultura tributaria en dicho sector. Como resultado, presentó un porcentaje de contribuyentes que no tienen educación en materia tributaria, por consiguiente se llegó a la conclusión de diseñar de forma contante, estrategias que fomenten la cultura tributaria con el fin de perfeccionar la recaudación de impuestos de los contribuyentes y de este modo el Municipio podrá tener recursos económicos para invertir en proyectos de desarrollo local.

¹³ LEÓN C. (2010). *Estrategias de cultura tributaria para los comerciantes de expendio de licores de la parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio Barinas*. Trabajo de grado de especialización publicada. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, Barinas, Venezuela. pp. 27-104.

Por último, merece la pena reseñar la investigación realizada por Moncada L. (2012)¹⁴ la cual se tituló: Estrategias de gestión administrativas para la recaudación de los ingresos propios en la Alcaldía del Municipio Uribante, correspondió a un trabajo de grado para optar al título de Especialista en Gerencia Tributaria en la Universidad Católica del Táchira de San Cristóbal, Estado Táchira. Su objetivo fue identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del proceso de recaudación para realizar un diagnóstico y así diseñar las estrategias necesarias para una gestión administrativa en cuanto a los ingresos propios que recibe la alcaldía del Municipio Uribante.

Esta investigación empleó una metodología de carácter descriptivo, bajo un diseño de campo, con el fin de conocer la situación actual del proceso de recaudación de ingresos propios del Municipio Uribante. De esta manera, el trabajo mostró como resultados que el proceso de recaudación es ineficiente y por consiguiente se le hace difícil el cumplimiento de los compromisos sociales con la comunidad del Municipio. Además, logró identificar las debilidades; entre ellas está el poco interés en el proceso de recaudación, divulgación y fomento de la cultura tributaria, que tienen que ver directamente con la gestión eficiente y eficaz de la gestión municipal.

De esta forma, este trabajo de grado concluyó recomendando un perfeccionamiento en el proceso administrativo del Municipio para aumentar la recaudación de los tributos, pero a su vez incentivar a través de la asistencia ciudadana el pago voluntario y oportuno de impuestos; también fortalecer institucionalmente al Municipio Uribante mediante la asistencia de procesos administrativos y diseñar planes de fiscalización y tener estricto cumplimiento en la aplicación de sanciones y multas.

¹⁴ MONCADA L. (2012). *Estrategias de gestión administrativas para la recaudación de los ingresos propios en la alcaldía del Municipio Uribante*. Trabajo de grado de especialización publicada. Universidad Católica del Táchira, Táchira, Venezuela. pp. 11-99.

CAPÍTULO I

Con la finalidad de hacer un diagnóstico sobre los conocimientos y prácticas en el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los prestadores de servicios de acuerdo a la Ley Orgánica de Turismo en el Municipio San Cristóbal, se hace necesario definir términos conceptuales, que sustentarán y complementarán la investigación, para que dichos contribuyentes tengan un mayor conocimiento y se pueda transformar sus prácticas y actitudes frente al cumplimiento de los deberes formales y materiales establecidos en la referida Ley.

¿Qué es cultura?

Para entender la cultura, se debe saber que ésta se relaciona con la transmisión de **valores**, ritos, **creencias**, sentimientos, **costumbres**, tradiciones, mitos, lenguajes, jergas, dichos, historias, representaciones simbólicas, **modos de vida**, **pensamientos comunes**, experiencias compartidas, entre otros, y que en su conjunto se transmiten de generación en generación por medios no genéticos.

Según la Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura de las Naciones Unidas (UNESCO), la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los **sistemas de valores**, las tradiciones y las **creencias**, y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella **el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo**, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas

significaciones, y crea obras que lo trascienden¹⁵. (Negrillas propias).

Esta definición, puede entenderse como una manera de vivir, con un comportamiento ordenado y responsable que moldea nuestro modo de pensar, creer y conforme al sistema de valores que se posea se direcciona el comportamiento.

Cultura tributaria

Tomando como base la definición y explicación previa con respecto a la cultura que marca el rumbo del comportamiento de las personas; la cultura tributaria viene siendo el conjunto de **conocimientos, valoraciones, actitudes, prácticas, acontecimientos o experiencias adquiridos por los miembros de una sociedad respecto a las leyes que rigen la materia tributaria** conllevando a una conducta permanente en el cumplimiento de los deberes formales y materiales y derechos con base en la razón, la confianza, la honestidad, la responsabilidad y la solidaridad, tanto de los contribuyentes como del Estado ya sea en el nivel nacional, regional o local.

Asimismo, la cultura tributaria, es un conjunto de manifestaciones que nos ayudan a generar el bien común, fomentando valores, acciones y actitudes que nos ayudan a vivir en comunidad. Por consiguiente conlleva a informar, educar y crear conciencia en la población sobre la importancia de contribuir en forma responsable¹⁶.

Según el Centro Interamericano de Administraciones Tributarias de Panamá, la cultura tributaria es “la tradición tributaria de un país y su

¹⁵ PARIS. ORGANIZACIÓN PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA DE LAS NACIONES UNIDAS (UNESCO). Sectores de trabajo, líneas generales, cultura. Fecha de la consulta: 08 de Julio de 2013. Disponible en <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>.

¹⁶ GUATEMALA. SISTEMA ADMINISTRATIVO TRIBUTARIO. Cultura tributaria. Fecha de la consulta: 09 de julio de 2013. Disponible en <http://portal.sat.gob.gt/ct/portal/>

interacción con **valores** culturales de los contribuyentes, tales como la **honestidad**, el sentido del deber, o la justicia”¹⁷. (Negrillas propias).

También señalan que es “un conjunto de información y el grado de **conocimientos** que en un determinado país se tiene sobre los impuestos, así como el conjunto de percepciones, criterios, **hábitos y actitudes** que la sociedad tiene respecto a la tributación”¹⁸. (Negrillas propias).

La cultura tributaria significa entonces, el pago voluntario de los tributos por parte de los contribuyentes, siendo este un hecho individual de trascendencia social. Sin embargo, no se puede hablar de cultura tributaria si la sociedad no tiene, aunque sea de modo elemental, información respecto al fenómeno tributario, noción o criterios que abarca obligaciones y derechos, procedimientos administrativos, tipos de infracciones y sanciones, los órganos competentes a acudir según sea el caso, las facultades y limitaciones de éstos, las estructuras administrativas y jurisdiccionales instituidas para la aplicación de las leyes tributarias.

Sin embargo, no basta con tener un conocimiento en cultura tributaria, sino que además de ello debe haber una fuerte conexión con los valores éticos y morales, otorgándole al individuo sentido de responsabilidad, pertenencia, humanismo, valoración de trabajo, y de esta manera se podrá consolidar una verdadera cultura tributaria.

Por consiguiente, la ley, la moral y la cultura, son tres sistemas regulatorios que funcionaban con relativa independencia. Encontrando que la moral es el más exigente de todos, por lo cual premia con satisfacción y castiga con remordimiento, seguido por la cultura, en el que premia con

¹⁷ PANAMÁ. CENTRO INTERAMERICANO DE ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS. Fecha de consulta: 9 de julio de 2013. Disponible en http://www.ciat.org/index.php/blog/item/93-choques-y-brechas-de-las-culturas-tributarias.html#_ftn1

¹⁸ PANAMÁ. CENTRO INTERAMERICANO DE ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS. *Ibid.*

reconocimiento y castiga con la exclusión social como el rechazo y por último la ley, que castiga con sanciones privativas de libertad o multas y premia con derechos desprendidos de su cumplimiento.

Elementos de la cultura tributaria

La cultura tributaria está formada por una diversidad de elementos que le atribuyen características, conduciendo la conducta o comportamiento de los contribuyentes hacia la retribución al Estado por medio de los tributos, y así éste puede cumplir con su deber socio económico de revertir estos ingresos en servicios públicos de calidad para sus ciudadanos.

Entre los elementos que caracterizan la cultura tributaria tenemos los valores: honestidad, responsabilidad, conducta moral y social, integridad y corresponsabilidad.

Valores

Según Jiménez J. C (2008), los valores permiten orientar el comportamiento de las personas en una sociedad. Son creencias fundamentadas desde la infancia, la cual ayuda a tomar decisiones para obtener unas cosas en lugar de otras, para conseguir sueños y aspiraciones, para formular metas y propósitos personales o colectivos¹⁹.

Al mismo tiempo, cabe destacar que en la actualidad se habla de valores socio – culturales y estos viene con una trayectoria a lo largo de la historia, el cual pueden coincidir con los valores familiares o personales, pero que sin embargo imperan en la sociedad en la que vivimos²⁰.

¹⁹ JIMENEZ, J. C. (2008). *El valor de los valores en las organizaciones*. Madrid. 3era edición. Editorial Reviews, p. 28.

²⁰ *Ibid*, p. 28.

Para Cabrera D. y Llamas G. (1994)²¹, determina que un valor “es una creencia duradera en que un modo específico de conducta o estado final de existencia es personal o socialmente preferible a un opuesto modo de conducta o estado final de existencia”.

Por consiguiente, el contribuyente debe estar convencido de esos ideales llamados valores y manifestarlos para así, tener un incremento progresivo de la cultura tributaria.

Valores del contribuyente

Honestidad

Armas, M. E y De Eizaga, M. C (2009)²², la define como “el sentido de responsabilidad que tiene el ciudadano ante el cumplimiento de las obligaciones tributarias tipificadas en las leyes, respeto de los valores del hombre y fortalecimiento de su conducta moral y social”.

La honestidad es un rasgo que forma parte de la integridad de la persona de los intereses institucionales, el respeto a los valores del hombre y fortalecimiento de sus acciones morales y sociales ante lo público.

Responsabilidad

Como valor es conocida como la capacidad u obligación de responder de los actos propios de manera eficaz y eficiente, y en algunos casos de los ajenos. Para el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), la responsabilidad es aquella que “el sujeto pasivo que

²¹ CABRERA D. y LLAMAS G. (1994). Los valores en el deporte. *Revista Complutense de Educación* [revista en línea], fecha de la consulta: 31 de julio de 2014, Disponible en: http://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?qu岸ysDismax.DOCUMENTAL_TODO=valores%3A+respeto

²² ARMAS, M. E Y DE EIZAGA, M. C. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *REDHECS: revista electrónica de humanidades, educación y comunicación social*. [revista en línea], fecha de la consulta: 10 de julio de 2014, disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2937210>

sin tener el carácter de contribuyente debe, por disposición expresa de la ley, cumplir las obligaciones atribuidas a éste”²³.

Por consiguiente, todo ciudadano debe entender que no se debe cumplir las leyes por miedo a ser sancionados, sino por ese sentimiento que impacta en el ámbito social, medioambiental, laboral, humano, entre otros como lo es la responsabilidad.

Conducta moral y social

Es un conjunto de actitudes que incita a la persona a respetar las leyes, a cumplir con sus deberes y obligaciones hacia la comunidad a la cual se pertenece. Supone la observación de unas pautas mínimas de comportamiento social que permiten a los seres humanos vivir en colectividad.

Las bases que propone esta conducta social son el respeto hacia el prójimo, hacia el entorno natural, hacia los objetos y las instituciones públicas, la buena educación, la urbanidad y la cortesía.

Integridad

Para Gómez R. (2014)²⁴, la integridad es en su totalidad una persona recta y virtuosa de quien se puede predecir su comportamiento, porque su forma de actuar es prudente, correcta y siempre está apegado a las normas sociales y morales en el medio que habita.

²³ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA. (SENIAT) Glosario de tributos internos. Fecha de la consulta: 15 de Junio de 2014. Disponible en http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/03TRIBUTOS/3.8GLOSARIO/3.8GLOSARIO_TRIBUTOS_INTERNOS.pdf

²⁴ GÓMEZ R. (2014). Integridad. *Cuadernos de bioética.com*. [revista en línea], fecha de la consulta: 31 de julio de 2010, Disponible en: <http://aebioetica.org/revistas/2014/25/83/123.pdf>

También, hace referencia en que la integridad abarca la autonomía actuando de forma intacta y completa tanto en lo psicológico, fisiológico y espiritual del individuo.

Por tanto, la integridad es expresión de equilibrio entre los elementos corporales, psicológicos e intelectuales de esta forma, se convierte en salud y armonía para el ciudadano y para la sociedad.

Corresponsabilidad

Al respecto, Anzola A. (2010)²⁵, expone que la corresponsabilidad es un principio que está basado en la carta magna y por consiguiente define las funciones del Estado y de la misma forma, las obligaciones que deben cumplir los ciudadanos en los ámbitos económicos, sociales, políticos, culturales, geográficos y militares.

Por consiguiente, al tomar conciencia de manera voluntaria del pago de tributos, se contribuiría no solo en recursos para las arcas del Estado, sino en la sensibilización de las necesidades del pueblo de una nación como la pobreza, la salud, la alimentación, la seguridad, la educación, entre otros.

¿Qué es tributo?

Para diagnosticar la cultura tributaria no basta con saber que es la cultura tributaria, sino conocer también la definición de tributo y todo lo que este implica.

No obstante, Hernández R. (1998) define el tributo como:

Una prestación exigida normalmente a los particulares, sean estas personas naturales o jurídicas, cuando respecto a ellos o a sus

²⁵ ANZOLA A. (2010). Desarrollo humano, principio de corresponsabilidad y tecnologías de información y comunicación en Venezuela. *Revista científica Gestión y Gerencia* [revista en línea], fecha de la consulta: 31 de julio de 2014, Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=18299>

bienes se verifica concretamente el presupuesto de hecho previsto por la ley que da nacimiento a la obligación tributaria. Dicha prestación, en la mayoría de las veces, comporta un sacrificio económico para el contribuyente, quien ve significativamente mermado el patrimonio que le es propio, por efecto de la traslación de parte del mismo a las arcas del sujeto activo del tributo, con lo cual aquel disminuye la posibilidad de adquirir para sí y para los miembros de su familia, bienes y servicios necesarios, e incluso, suntuarios²⁶.

De forma breve, este autor define los tributos como prestaciones que nacen de un compromiso establecido entre el sujeto activo (Estado entendiéndose este como Nación, Estados, Municipios o entes públicos) y sujeto pasivo (personas naturales o jurídicas), este vínculo exige prestaciones pecuniarias, exigidas por una administración pública como consecuencia de la realización del hecho imponible al que la ley vincula en el deber de contribuir. Su fin primordial es el de obtener los ingresos necesarios para el sostenimiento del gasto público.

Cabe señalar que el sistema tributario es la organización legal, administrativa y técnica que el Estado crea y armoniza con la finalidad de ejercer de una manera eficaz el poder tributario que soberanamente le corresponde. La misión principal del sistema tributario es promover los ingresos del Estado. Aunado a esto, el Estado para sustentar el gasto estatal acude al sistema tributario como uno de los elementos para la recaudación de ingresos a través de impuestos, tasas y contribuciones especiales con el fin de cubrir los gastos públicos. Por ende, se conoce que un sistema tributario goza de total legitimidad, cuando se fundamenta en principios los cuales se exponen en el próximo apartado.

²⁶ HERNÁNDEZ R. (1998). La cultura tributaria frente a la cultura empresarial. *Revista de ciencias sociales*. [revista en línea], fecha de la consulta: 31 de julio de 2014, Disponible en: http://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTAL_TODO=la+cultura+tributaria+frente+a+la+cultura+empresarial

Principios constitucionales de los tributos

Principio de Legitimidad

El artículo 317 la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, establece que:

No podrá cobrarse impuesto, tasa ni contribución alguna que no estén establecidos en la ley, ni concederse exenciones y rebajas, ni otras formas de incentivos fiscales, sino en los casos previstos por la ley que cree el tributo correspondiente. Ningún tributo puede tener efecto confiscatorio²⁷.

Este principio es de gran importancia porque señala que sólo corresponde a la ley establecer los elementos relativos a la existencia, estructura y cuantía de la obligación tributaria es decir, el hecho imponible, los sujetos que la componen, la base de cálculo, alícuota, exenciones, así como lo relativo a la responsabilidad tributaria, tipificación de infracciones, imposición de sanciones y establecimiento de limitaciones de derechos y garantías individuales.

Principio de Generalidad

Este principio está contemplado en el artículo 133 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela el cual establece que “toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley”²⁸.

Es evidente entonces, que la ley marca el deber de contribuir sin hacer acepción de personas, por lo cual toda persona física o jurídica está obligada a coadyuvar con el gasto público de la nación. Sin duda este principio es una

²⁷ CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. Gaceta Oficial N° 5.908, 19/02/2009. Base de datos de Ministerio del Poder Popular para el Turismo. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 10 de julio de 2014. Disponible en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/leyes-resoluciones-y-normas-del-ministerio-de-turismo/>

²⁸ CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. *Ibid.*

de las bases fundamentales de cualquier sistema tributario moderno, por cuanto la generalidad implica un carácter justo, no importando la categoría social, sexo, nacionalidad, edad, entre otros.

Principio de Igualdad

Se encuentra establecido en el artículo 21 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en el que establece que “todas las personas son iguales ante la Ley”²⁹.

Con referencia a lo anterior, se debe entender que la igualdad que cita el artículo 21 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, se refiere a la igualdad de tratar a quienes se encuentran en similares situaciones.

Por consiguiente, la igualdad es la base de la relación jurídica tributaria, es decir, la relación entre Estado y contribuyente conllevando a un mismo diseño de absoluta igualdad.

Principio de Progresividad

Conocido como el de la proporcionalidad y consiste en que la fijación de tributos a los ciudadanos de la nación esté acorde a sus ingresos o a su capacidad contributiva, el cual debe cumplirse para que el Estado proporcione un elevado nivel de vida a la población. Dicho principio se encuentra en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en el artículo 316, el cual establece:

El sistema tributario procurará la justa distribución de las cargas públicas según la capacidad económica del o la contribuyente, **atendiendo al principio de progresividad**, así como la protección de la economía nacional y la elevación del nivel de vida de la

²⁹ CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. *Ibid.*

población; para ello se sustentará en un sistema eficiente para la recaudación de los tributos³⁰. (Negrillas propias).

Ahora bien, Atencio G. y Azuaje M. (2008) definen este principio como:

La regla de la progresividad, adoptada por casi todas las legislaciones que gravan las rentas, se origina en la famosa teoría económica de la utilidad marginal aplicada al mayor ingreso, la cual presupone que a medida que se incrementa el ingreso de cada sujeto, en la misma proporción decrece la utilidad de su aplicación a la satisfacción de necesidades vitales, y aparece entonces el margen o excedente como objeto para una imposición inversamente creciente según una escala gradual ascendente³¹.

Principio de Capacidad Contributiva

Este principio también tiene como base el artículo 316 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, por lo cual Atencio G. y Azuaje M. (2008) expresan en materia fiscal que la capacidad contributiva es:

La aptitud económica del contribuyente y es la razón de ser, la causa de que el tributo exista, de tal forma que donde no exista tal capacidad no puede existir el tributo. Podrá haberse establecido en la ley, pero no llegara a ser realidad social, porque no podrá ser pagado y soportado por aquellos a quienes está dirigido³².

Es conveniente que se entienda, que la capacidad contributiva es la base fundamental para el reparto de la carga tributaria, por lo tanto de una forma directa este principio constitucional obliga al legislador a constituir un sistema tributario en el que la cooperación del ciudadano en la distribución del gasto público, se realice de acuerdo con sus posibilidades económicas.

³⁰ CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. *Ibid.*

³¹ RUAN G. (2001). "Principios sustantivos en la Constitución de 1999". (Apud. ATENCIO G., y AZUAJE M. (2008). Los principios de capacidad contributiva y progresividad en la imposición sobre la renta en Venezuela. *Revista de Ciencias Jurídicas* [revista en línea]. Fecha de consulta: 10 de julio de 2014. Disponible en <http://200.35.84.134/index.php/cj/article/viewFile/115/108>).

³² ATENCIO G., y AZUAJE M. (2008). Los principios de capacidad contributiva y progresividad en la imposición sobre la renta en Venezuela. *Revista de Ciencias Jurídicas* [revista en línea]. Fecha de consulta: 10 de julio de 2014. Disponible en <http://200.35.84.134/index.php/cj/article/viewFile/115/108>).

Principio de la No Confiscatoriedad

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela garantiza el derecho de propiedad y que toda persona tiene derecho al uso, goce, disfrute y disposición de sus bienes. Por lo tanto, ningún tributo debe exceder la capacidad contributiva del ciudadano, con el fin de disminuir su patrimonio e impidiéndole realizar su actividad.

Por consiguiente, el artículo 317 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela expone que “ningún tributo puede tener efecto confiscatorio”³³.

En atención a esto, el Tribunal Supremo de Justicia (2006), ha establecido lo que en particular, el sistema tributario venezolano debe entenderse por “no confiscatoriedad”, lo siguiente:

Respecto a la **no confiscatoriedad del tributo**, aprecia este Supremo Tribunal que su concepción encuentra fundamento en la **inviolabilidad del derecho de propiedad por vía de una tributación desproporcionada y fuera del contexto de la capacidad para contribuir con las cargas públicas**, tal postulado se concibe como un límite a la imposición exagerada y como una garantía a la propiedad de los particulares. Esto en virtud de que si bien el derecho individual a la propiedad queda sujeto a determinadas limitaciones impuestas por el propio ordenamiento jurídico en atención a fines relativos a la función social, la utilidad pública y el interés general, tales restricciones deben entenderse respetando el propio derecho constitucional, sin vaciarlo de contenido.

En el estricto ámbito impositivo, **la confiscatoriedad de un tributo supone la apropiación indebida de los bienes particulares por parte del Estado**, en virtud de la aplicación de una determinada normativa que desborda los límites de la razonabilidad por lo exagerado y grosero de su *quantum*, en abierto detrimento de la capacidad de los particulares para contribuir con las cargas fiscales. Así, para determinar el efecto confiscatorio de un tributo se impone precisar hasta qué límites puede llegar la tributación

³³ CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. *Ibid.*

para no afectar la capacidad contributiva de los particulares y el derecho de propiedad de éstos³⁴. (Negrillas propias).

Fundamento legal de los tributos

Dentro de las normas legales que regulan los tributos está en primer lugar, el Código Orgánico Tributario (COT), el cual establece en su artículo 3 lo siguiente:

Sólo a las leyes corresponde regular con sujeción a las normas generales de este Código, las siguientes materias:

1. Crear, modificar o suprimir tributos, definir el hecho imponible, fijar la alícuota del tributo, la base de su cálculo e indicar los sujetos pasivos del mismo.
2. Otorgar exenciones y rebajas de impuesto.
3. Autorizar al Poder Ejecutivo para conceder exoneraciones y otros beneficios o incentivos fiscales.
4. Las demás materias que les sean remitidas por este Código³⁵.

Por consiguiente, en el artículo 12, “somete al imperio de este código, los impuestos, las tasas, las contribuciones de mejoras, de seguridad social, y las demás **contribuciones especiales**, salvo lo dispuesto en el artículo 1”³⁶. (Negrillas propias).

Clasificación de los tributos

Los tributos de acuerdo con la clasificación que ha sido más aceptada por la doctrina y el derecho positivo se dividen en impuestos, tasas y contribuciones especiales.

³⁴ TRIBUNAL SUPREMO DE JUSTICIA, N° 01415, 01-06-2006 (MAVESA, S.A). (TSJ) Bases de datos de Tribunal Supremo de Justicia. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 10 de julio de 2013. Disponible en <http://www.tsj.gov.ve/decisiones/spa/Junio/01415-010606-2005-4570.htm>

³⁵CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. Gaceta Oficial N° 6.152, 18/11/2014. Base de datos de Ministerio del Poder Popular para el Turismo. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 10 de diciembre de 2014. Disponible en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/leyes-resoluciones-y-normas-del-ministerio-de-turismo/>

³⁶ CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. *Ibid.*

Impuestos

Los impuestos son tributos que están dictados por la ley, cuyo hecho imponible es independiente de cualquier actividad del Estado o cualquier servicio prestado por la administración pública y el fin que persiguen es sufragar los gastos públicos.

En este sentido, Corral L. (1995) define los impuestos como:

Tributos exigidos sin contraprestación, cuyo hecho imponible está constituido por negocios, actos o hechos de naturaleza jurídica o económica, que ponen de manifiesto la capacidad contributiva del sujeto pasivo, como consecuencia de la posesión de un patrimonio, la circulación de los bienes o la adquisición o gasto de la renta³⁷.

Actualmente, los impuestos se clasifican en impuestos directos, indirectos, progresivos y personales.

Impuestos directos

Se puede formular el concepto de esta manera. Se considera impuestos directos cuando la obligación recae directamente sobre el sujeto que ocasiona el hecho imponible. El Banco Central de Venezuela (BCV) lo define como “el gravamen que pecha los ingresos directamente del contribuyente”³⁸. El ejemplo más representativo en este caso sería el Impuesto sobre la Renta.

También, León C. (2010) lo define como:

Los que afectan las riquezas de los contribuyentes gravando derechamente sus capitales o rentas, no se traslada de un contribuyente a otro, en ellos el sujeto llamado por la ley a recibir el

³⁷ CORRAL L. (1995). El impuesto: un enfoque integrador. *Cuaderno de estudios empresariales* [revista en línea]. Fecha de consulta: 10 de julio de 2014. Disponible en http://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querry=Dismax.DOCUMENTAL_TODO=el+impuesto+un+enfoque+integrador

³⁸ VENEZUELA. BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. (BCV) base datos del Banco central de Venezuela. [base de datos en línea], fecha de consulta: 09 de julio de 2013, disponible en: <http://www.bcv.org.ve/c1/abceconomico.asp#/>

impacto del pago del impuesto es el mismo que sufre la incidencia o carga total y definitiva derivada de dicho pago, sin que opere el fenómeno de la traslación³⁹.

Impuestos indirectos

En los impuestos indirectos, León C. (2010) lo define como “el tributo que recae sobre la actividad y no sobre el sujeto en sí, permitiendo el traslado del impuesto hacia otros sujetos”⁴⁰; tal es el caso del Impuesto al Valor Agregado, el Impuesto sobre Actividades Económicas, entre otros.

Impuestos progresivos

También está dentro la clasificación de impuestos, por lo que el BCV lo define como “el gravamen que se incrementa a medida que aumenta el nivel de ingreso de los contribuyentes”⁴¹; por ejemplo el Impuesto Sobre la Renta.

Impuestos personales

Para Corral L. (1995) los impuestos personales “se conciben en función de aquellos hechos indicadores de la renta adquirida, en la fase de su obtención, sin tener en consideración la fase de su producción ni la renta gastada”⁴².

Tasas

Se encuentran dentro de la clasificación de los tributos y el SENIAT la define como “la utilización de un bien del dominio público, la prestación de un servicio público o la realización por parte de la administración de una actividad que se refiera, afecte o beneficie de forma especial, a determinado

³⁹ LEÓN C. (2010). *Op.cit.* p. 50.

⁴⁰ LEÓN C. (2010). *Ibid.* p. 50.

⁴¹ VENEZUELA. BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. *Op. cit.*

⁴² CORRAL L. (1995). El impuesto: un enfoque integrador. *Op. cit.* p. 87.

sujeto pasivo”⁴³. El ejemplo más representativo en este caso sería la tasa aeroportuaria.

Contribuciones parafiscales y especiales

Las contribuciones completan la diversificación de los tributos, pero éstas se dividen en:

Contribución parafiscal

El SENIAT, las define como “exacciones recaudadas por ciertos entes públicos para asegurar su financiamiento autónomo”⁴⁴, en otras palabras, las contribuciones parafiscales son imposiciones tributarias sobre sus usuarios con el fin de asegurar una financiación independiente, por lo cual sus ingresos no ingresan al Tesoro Nacional sino a sus propios fondos; por ejemplo el Instituto Venezolano de los Seguros Sociales (IVSS), el Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES), entre otros.

En este orden de ideas se puede citar, la Corte Constitucional de Colombia en el que define la contribución parafiscal:

En nuestro ordenamiento jurídico la figura de la **parafiscalidad** constituye un instrumento para la generación de ingresos públicos, caracterizado como una forma de gravamen que se maneja por fuera del presupuesto -aunque en ocasiones se registre en él- afecto a una destinación especial de carácter económico, gremial o de previsión social, en beneficio del propio grupo gravado, bajo la administración, según razones de conveniencia legal, de un organismo autónomo, oficial o privado. No es con todo, un ingreso de la Nación y ello explica porque no se incorpora al presupuesto nacional, pero no por eso deja de ser producto de la soberanía fiscal, de manera que sólo el Estado a través de los mecanismos

⁴³ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). Glosario de tributos internos. Fecha de la consulta: 15 de Junio de 2014. Disponible en http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENIDO_SENIAT/03TRIBUTOS/3.8GLOSARIO/3.8GLOSARIO_TRIBUTOS_INTERNOS.pdf

⁴⁴ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Ibid.*

constitucionalmente diseñados con tal fin (la ley, las ordenanzas y los acuerdos) puede imponer esta clase de contribuciones como ocurre también con los impuestos. Por su origen, como se deduce de lo expresado, las contribuciones parafiscales son de la misma estirpe de los impuestos o contribuciones fiscales, y su diferencia reside entonces en el preconditionamiento de su destinación, en los beneficiarios potenciales y en la determinación de los sujetos gravados⁴⁵. (Negrillas propias).

Contribución especial

El SENIAT define la contribución parafiscal como “tributos debidos en razón de beneficios individuales o de grupos sociales, derivados de la realización de obras o gastos públicos o de actividades especiales del Estado”⁴⁶; es evidente entonces que estos tributos se obtienen por un beneficio o un aumento de valor de los propios bienes del sujeto pasivo, debido a la realización de obras públicas o ampliación de servicios públicos. El ejemplo más representativo en este caso sería la contribución al INATUR.

De la misma manera que, la contribución especial como la parafiscal son manejadas por entes públicos independientes y que por consiguiente sus ingresos son manejados de manera autónoma, sin embargo, los ingresos obtenidos por las contribuciones parafiscales persiguen un fin social, mientras que, las contribuciones especiales van dirigidas por una actividad estatal que beneficia o afecta de modo especial al sujeto pasivo que está obligado a ella.

⁴⁵ CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA, N° C-132/09, 24-09-2009 (Contribución parafiscal) Bases de datos de la Corte Constitucional de Colombia. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 10 de agosto de 2014. Disponible en <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2009/C-132-09.htm>

⁴⁶ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Op. cit.*

Obligación tributaria

Ahora bien, al nacer la ley de carácter tributario, surge una obligación entre el Estado y el contribuyente. De hecho, según el COT en su artículo 13, expresa lo siguiente:

La obligación tributaria surge entre el Estado en las distintas expresiones del Poder Público y los sujetos pasivos en cuanto ocurra el presupuesto de hecho previsto en la ley. Constituye un vínculo de carácter personal aunque su cumplimiento se asegure mediante garantía real o con privilegios especiales⁴⁷.

Relación jurídica tributaria

Para entender la tributación y la obligación que surge de este hecho, es necesario entender que se genera una relación tributaria o un vínculo jurídico que existe entre el sujeto llamado activo (Estado) y otro sujeto llamado pasivo (contribuyente), cuya única fuente es la ley, por cuya realización el contribuyente se encuentra en la necesidad jurídica de cumplir con ciertas obligaciones formales y materiales, generalmente pago de dinero, y que éste a su vez debe ser destinado a la satisfacción del gasto público.

Por consiguiente, dicha relación da nacimiento a la obligación tributaria, y según el SENIAT, es el “vínculo jurídico obligacional que se entabla entre el Fisco como sujeto activo, que tiene la pretensión de una prestación pecuniaria a título de tributo, y un sujeto pasivo, que está obligado a dicha prestación”⁴⁸.

De igual forma, para Maya F. y Guerrero F (2013), la relación jurídica tributaria es:

Por todo lo antes descrito, intentando integrar las diferentes definiciones de Relación Jurídica Tributaria, el autor de la presente

⁴⁷ CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. *Ibid.*

⁴⁸ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Op. cit.*

investigación la define como el nexo existente entre el sujeto activo y el pasivo, derivado de una norma jurídica que establece una obligación de dar al contribuyente y la facultad al Estado de hacer cumplir dicha obligación, así como el deber de realizar un manejo adecuado de los recursos provenientes de la recaudación⁴⁹.

Elementos de la relación jurídica tributaria

Del referido de relación jurídica concepto es importante destacar los siguientes aspectos:

Sujeto activo

Es aquel que en figura de fiscal llámese este estado, municipios, administración pública, entes autónomos, por su poder coercitivo, exige el pago de los tributos, en otras palabras, el COT determina al “sujeto activo de la obligación tributaria el ente público acreedor del tributo”⁵⁰.

En la presente investigación, la Ley Orgánica de Turismo, señala en sus artículos 12 y 13, la potestad que da al INATUR de ser el sujeto activo, “el cual recibirá ingresos procedentes de su actividad conformidad con la presente ley entre ellos la contribución especial por la prestación de servicios turísticos o la realización de actividades turísticas dentro del territorio nacional”⁵¹.

También, es importante mencionar que INATUR es un “instituto público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, adscrito al Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo”⁵².

⁴⁹ MAYA F. y GUERRERO F. (2013). Consideraciones sobre la relación jurídica tributaria en Venezuela. *Revista de ciencias jurídicas*. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 10 de agosto de 2014. Disponible en: <http://www.publicaciones.urbe.edu/index.php/civitas/article/viewFile/2438/3659>

⁵⁰ CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. *Ibid.* Artículo 18

⁵¹ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. Gaceta Oficial N° 6.152, 18/11/2014. Base de datos de Tribunal Supremo de Justicia. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 31 de marzo de 2015. Disponible en <http://www.tsj.gob.ve/gaceta-oficial>

⁵² LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Ibid.* Artículo 10.

Cabe agregar, que la contribución especial será distribuida por INATUR, para promociones nacionales e internaciones del país como destino turístico, cumplir con sus atribuciones como el desarrollo de planes diseñados en materia de capacitación y sensibilización turística dirigidos a las comunidades y a los integrantes del sistema turístico nacional, dirigidas al desarrollo y la ejecución de programas y proyectos con competencia en turismo, en materia de mejoramiento y recuperación de la infraestructura turística pública⁵³.

Sujeto pasivo

Es el deudor de la obligaciones tributaria, es decir, el sujeto pasivo es el obligado a cumplir con declarar y pagar los tributos correspondientes, sea en calidad de contribuyente o de responsable⁵⁴.

Después de lo anterior expuesto, los deudores de la relación jurídica tributaria lo conforman los contribuyentes, ya que estos “son los que realizan el hecho generador, por lo que es deudor a título propio y es quien tiene capacidad contributiva, mediante la cual sufren sus bienes el detrimento económico tributario”⁵⁵.

En el artículo 22 del COT, señala lo siguiente:

Artículo 22: Son contribuyentes los sujetos pasivos respecto de los cuales se verifica el hecho imponible.

Dicha condición puede recaer:

1. En las personas naturales, prescindiendo de su capacidad según el derecho privado.
2. En las personas jurídicas y en los demás entes colectivos a los cuales otras ramas jurídicas atribuyen calidad de sujeto de derecho.

⁵³ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Ibid.* Artículo 14.

⁵⁴ CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. *Op. cit.* Artículo 19

⁵⁵ MAYA F. y GUERRERO F. (2013). *Op. cit.*

3. En las entidades o colectividades que constituyan una unidad económica, dispongan de patrimonio y tengan autonomía funcional⁵⁶.

Seguidamente, están los responsables, definido por el SENIAT, como personas obligadas que sin tener el carácter de contribuyente debe, cumplir las obligaciones atribuidas a éste⁵⁷. Asimismo, el artículo 25 del COT señala que los “responsables son lo sujetos que sin tener el carácter de contribuyentes deben, por disposición de la ley, cumplir las obligaciones atribuidas a éstos”⁵⁸.

Como fundamento legal para esta investigación, la Ley Orgánica de Turismo en su artículo 52 define “los sujetos pasivos de esta contribución especial las personas naturales y personas jurídicas, como de derecho público o derecho privado, que realizan actividades turísticas dentro del territorio nacional”⁵⁹.

De esta manera el artículo 34 tipifica a los prestadores de servicios turísticos de la siguiente manera:

Artículo 34. —Se consideran servicios turísticos los siguientes:

- 1.- Alojamiento con fines turísticos.
- 2.- Agencias de turismo.
- 3.- Recreación y deportes con fines turísticos.
- 4.- Guías de turismo.
- 5.- Transporte turístico.
- 6.- Alimentos y bebidas Mantener.
- 7.- Viviendas vacacionales.
- 8.- Operadoras o administradoras de inmuebles con fines turísticos o vacacionales.

⁵⁶ CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. *Op. cit.*

⁵⁷ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Op. cit.*

⁵⁸ CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. *Op. cit.*

⁵⁹ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Op. cit.*

9.- Protección, auxilios, higiene y seguridad para el turista o visitante.

10.- De salud y estética con fines turísticos.

11.- Actividades comerciales y culturales que exclusivamente presten servicios turísticos en ferias y fiestas tradicionales y populares.

12.- Servicios de apoyo al turismo.

13.- Cualquier otro que no estando enmarcado en los supuestos antes referidos, el ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo, lo considere prestador de servicios turísticos.⁶⁰.

Hecho imponible

A los fines del COT, el hecho imponible “es el presupuesto establecido por la ley para tipificar el tributo y cuya realización origina el nacimiento de la obligación tributaria”⁶¹. Así pues, que un hecho material, jurídico o lucrativo genera el tributo, a cuyo apreciamiento la ley vincula el nacimiento de la obligación tributaria. No obstante, toda situación para poder convertirse en hecho imponible debe estar fundada en la ley, puesto que sigue el principio de legalidad establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

Por consiguiente, el COT establece las circunstancias bajo las cuales considera un hecho generador del tributo:

Artículo 37: Se considera ocurrido el hecho imponible y existente sus resultados:

1. En las situaciones de hecho, desde el momento que se hayan realizado las circunstancias materiales necesarias para que produzcan los efectos que normalmente les corresponden.

2. En las situaciones jurídicas, desde el momento en que estén definitivamente constituidas de conformidad con el derecho aplicable⁶².

⁶⁰ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Ibid.*

⁶¹ CÓDIGO ORGÁNICO. *Op. cit.* Artículo 36.

⁶² CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. *Ibid.*

En relación con este artículo se considera hecho generador de la Ley Orgánica de Turismo todo aspecto material, que se relaciona directamente con el dar, hacer, recibir, entregar o transferir, aun sin que haya cumplido las formalidades y obtenido las autorizaciones para el ejercicio de la actividad⁶³.

De la misma forma, se genera desde el aspecto personal, por cuanto la obligación de pagar la contribución establecida en dicha ley recae sobre el sujeto pasivo y finalmente el aspecto temporal, que se refiere al tiempo o periodo impositivo, porque sin este no se produce el efecto jurídico otorgado por la ley, un ejemplo claro de esto es el pago mensual de la contribución especial establecida en la ley mencionada anteriormente.

La base imponible

El SENIAT conceptualiza la base imponible como la “expresión cuantitativa que mide la dimensión económica del hecho imponible y es aplicado para liquidar el tributo”⁶⁴. En otras palabras, la base imponible es un parámetro, una cifra, mediante el cual será objeto de aplicar el tipo de gravamen para determinar la cuota correspondiente a cada tributo.

Para efectos de este trabajo, en el artículo 52 de la Ley Orgánica de Turismo considera como base imponible “todos los ingresos brutos obtenidos mensualmente por los respectivos sujetos pasivos provenientes de fuente territorial y provenientes de la misma actividad de fuente extraterritorial”⁶⁵.

Alícuota

La alícuota está definida por el SENIAT, “como la cantidad fija, porcentaje o escala de cantidades que sirven como base para la aplicación

⁶³ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Op. cit.* Artículo 52.

⁶⁴ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Op. cit.*

⁶⁵ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Op. cit.*

de un gravamen. Cuota parte proporcional de un monto global que determina el impuesto a pagar”⁶⁶.

En ese mismo sentido, el artículo 52 de la Ley Orgánica de Turismo establece que “la alícuota de esta contribución especial será del (1%), la cual será aplicada a la base imponible por los ingresos brutos obtenidos mensualmente provenientes de fuente territorial y provenientes de la misma actividad de fuente extraterritorial”⁶⁷.

Periodo impositivo

Según el SENIAT, “es el intervalo temporal tomado en consideración para efectuar el cálculo de las cantidades a pagar como consecuencia del devengo de un impuesto”⁶⁸.

Precisando de una vez, la Ley Orgánica de Turismo señala que “dicho pago debe ser hecho por los respectivos sujetos pasivos dentro de los 15 días continuos siguientes al término de cada periodo impositivo”⁶⁹.

Establecimiento permanente

El establecimiento permanente es considerado por el SENIAT, donde el contribuyente en figura de persona natural, persona jurídica o cualquier otra forma organizacional, desarrolle total o parcialmente actividades gravadas, incluyendo las sucursales, firmas personales, entre otros⁷⁰.

⁶⁶ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Ibid.*

⁶⁷ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Op. cit.*

⁶⁸ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Op. cit.*

⁶⁹ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Op. cit.* Artículo 53.

⁷⁰ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Op. cit.*

Cabe destacar, que el Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo, en el artículo 10 clasifica por tipos de establecimientos a los prestadores de servicios turísticos de la siguiente forma:

Hotel de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado, ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios, según su categoría, siendo su tarifa diaria de alojamiento por tipo de habitación y número de ocupantes.

Hotel-Residencia de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en apartamentos o cabañas, ofreciendo al huésped un mínimo de servicios básicos y complementarios según su categoría; siendo sus tarifas de alojamiento, diarias y especiales para estancias prolongadas, por tipo de apartamento o cabaña y número de ocupantes.

Motel de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado, ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios según su categoría; ubicados generalmente en las proximidades de las vías automotores, fuera de las zonas urbanas, con estacionamiento contiguo o próximo a las unidades habitacionales y cuya disposición de planta física permita a los huéspedes el acceso individual, principal y directo a sus habitaciones desde el área de estacionamiento, siendo sus tarifas de alojamiento diarias por tipo de habitación y número de ocupantes.

Hospedaje o Pensión de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones privadas, colectivas, con servicio sanitario privado o colectivo; el cual podrá ofrecer servicios de alimentación, debiendo cumplir con los requisitos mínimos según su categoría, teniendo una tarifa de alojamiento que podrá ser periódica, diaria, semanal, quincenal o mensual por tipo de habitación o por cama.

Posada de Turismo: aquel establecimiento de pequeña escala, localizado en centros poblados, áreas rurales, playas y carreteras en rutas o circuitos turísticos, administrado por una familia ó por pequeños empresarios, destinado a satisfacer la demanda de los servicios de alojamiento y alimentación, el cual será autóctono de la zona donde esté ubicado.

Campamento de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma periódica o permanente servicio de alojamiento y actividades al aire libre; que facilita el pernoctar en tiendas de campaña, remolques habitables, cabañas u otros alojamientos de índole similar.

Estancia de Turismo: aquel establecimiento similar a una Posada de Turismo que se encuentra cercano a la ciudad, en áreas rurales, con ambiente campestre.

Hato, Finca o Hacienda de Turismo: aquel establecimiento localizado en áreas rurales que presta en forma periódica o permanente servicios de alojamiento y alimentación, realizando actividades dirigidas, propias de estos establecimientos y de ecoturismo.

Establecimiento Especial de Alojamiento de Turismo: aquel establecimiento que preste en forma periódica o permanente el servicio de alojamiento cuyas características y condiciones de las instalaciones son diferentes a las anteriormente señaladas y pueda ser considerado como establecimiento de alojamiento turístico⁷¹.

Deberes formales y materiales

Con lo que respecta al SENIAT, los deberes formales son “las obligaciones impuestas por el COT y por otras leyes tributarias a los sujetos pasivos⁷².

Puesto que, el SENIAT hace mención del COT, en su artículo 145 señalando que “los contribuyentes, responsables y terceros están obligados a cumplir con los **deberes formales** relativos a las tareas de fiscalización e investigación que realice la administración tributaria”⁷³. (Negritas propias)

Posteriormente, el COT señala en su artículo 23 que “los contribuyentes están obligados **al pago de los tributos** y al cumplimiento de los deberes formales impuestos por este Código o por normas tributarias”⁷⁴. (Negritas propias).

⁷¹ REGLAMENTO PARCIAL DE LA LEY ORGÁNICA DE TURISMO SOBRE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURISTICO. Gaceta Oficial N° 36.607, 21/12/1998. Base de datos de Tribunal Supremo de Justicia. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 31 de marzo de 2015. Disponible en <http://www.tsj.gob.ve/gaceta-oficial>

⁷² VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Op. cit.*

⁷³ CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. *Op. cit.*

⁷⁴ CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. *Ibid.*

En otras palabras, dentro de las obligaciones tributarias ante expuestas, están las obligaciones “de hacer” que es cumplir con los deberes formales y están las obligaciones “de dar” que es pagar los tributos

Por consiguiente, la misma Ley Orgánica de Turismo expone los deberes formales generales y específicos de los prestadores de servicios turísticos, los cuales están establecidos en el artículo 46:

Artículo 46. —Deberes formales de los prestadores de servicios turísticos. Son deberes de los prestadores de servicios turísticos, los siguientes:

- 1.- Inscribirse en el Registro Turístico Nacional (RTN).
- 2.- Obtener la licencia de turismo correspondiente.
- 3.- Cumplir con las obligaciones tributarias, formales y materiales, prevista en este Decreto con Rango y Valor y Fuerza de la Ley Orgánica, en el Código Orgánico Tributario y demás disposiciones especiales.
- 4.- Exhibir en lugar visible del respectivo establecimiento el Registro Turístico Nacional.
- 5.- Pagar las contribuciones especiales y tasas especiales previstas en este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica.
- 6.- Solicitar los permisos necesarios para el desarrollo, funcionamiento y modificación de proyectos turísticos.
- 7.- Obtener la correspondiente clasificación y categorización cuando aplique.
- 8.- Prestar el servicio de acuerdo a la licencia de turismo y su respectiva clasificación y categorización; todo ello conforme a las condiciones ofrecidas de servicios, tarifas, calidad, eficiencia e higiene.
- 9.- Notificar mensualmente al ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo las transacciones que le generen ingresos en divisas y remitir el listado de los turistas extranjeros atendidos.
- 10.- Mantener actualizada toda la documentación requerida conforme a la actividad desarrollada.
- 11.- Cumplir con su correspondiente identificación en un lugar de sus instalaciones cuando sea aplicable, de acuerdo a las condiciones y especificaciones que dicte el ministerio del poder

popular con competencia en materia de turismo, mediante resolución.

12.- Cumplir con lo ofrecido en la publicidad o promoción de los servicios turísticos.

13.- Ofrecer las condiciones para que el turista o visitante pueda realizar el cambio de divisas para pagar los servicios prestados de acuerdo al convenio cambiario respectivo y demás normativa jurídica aplicable en la materia.

14.- Mantener a la vista y a disposición del turista y visitantes, en cada uno de los establecimientos en los que se preste el servicio, el libro oficial de sugerencias y reclamos.

15.- Contar con personal capacitado e instalaciones idóneas, para atender a niñas y niños, adolescentes, adulta o adulto mayor y a las personas con alguna discapacidad o necesidades especiales.

16.- Cumplir con las normas de clasificación y categorización cuando sea aplicable, establecidas en el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo, sus Reglamentos y demás normativas aplicables.

17.- Permitir, a solicitud del Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo o del Instituto Nacional de Turismo INATUR, la distribución y exhibición dentro de sus instalaciones y en un lugar visible, del material de promoción de sus actividades.

18.- Mantener todos los días del año, enarbolada la Bandera Nacional, en un lugar visible del establecimiento donde se preste o contrate la prestación del servicio turístico, de conformidad con la normativa que la ley que rige la materia.

19.- Mantener en un lugar visible y disponible a los turistas o visitantes, un directorio de los servicios de emergencia, apoyo y asistencia, de conformidad con lo establecido por el órgano rector.

20.- Mantener en lugar visible y disponible a los turistas y visitantes, las tarifas por los servicios prestados, previamente notificadas al órgano rector.

21.- Mantener en lugar visible y disponible a los turistas y visitantes, las normas aplicables para la prestación del servicio.

22.- Los establecimientos de alojamiento turístico deberán utilizar un modelo de Tarjeta Unificada de Registro de Huéspedes, con los requisitos mínimos exigidos y sellado por el Órgano rector en señal de conformidad.

23.- Remitir al ministerio del poder popular para el Turismo las copias de las quejas y sugerencias.

24.- Preservar y cumplir con la normativa especial relacionada con el patrimonio histórico, cultural y arqueológico; antigüedades y especies protegidas.

25.- Cumplir con la normativa vigente referida a la materia de ordenación del territorio y zonas costeras.

26.- Mantener en un lugar visible y legible a los turistas y visitantes copia del Registro Turístico Nacional y de la licencia de turismo.

27.- Cumplir con las normas de mantenimiento e higiene.

28.- Denunciar la presunta comisión de delitos y especialmente, aquellos relacionados con la prostitución y trata de personas en todas sus formas.

29.- Cumplir con la normativa vigente, especialmente la relacionada con la legitimación de capitales; tráfico de sustancias estupefacientes y psicotrópicas; armas y explosivos, y productos y sustancias peligrosas.

30.- Dar cumplimiento oportuno a los deberes formales y materiales, establecidos en el Código Orgánico Tributario, y demás disposiciones legales, aplicables en relación con las contribuciones especiales y las tasas previstas en el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica.

31.- Cumplir con lo establecido en el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo, sus reglamentos, resoluciones y demás normativas aplicables, que afecten directa e indirectamente el servicio turístico⁷⁵.

Precisando de una vez, “los requisitos se encuentran establecidos en el artículo 5 para personas jurídicas y el artículo 6 para personas naturales de la resolución 094”⁷⁶, y además, permite un plazo de ciento ochenta (180) días continuos contados a partir de la publicación de dicha resolución para inscribirse o actualizar toda la información pertinente y oportuna.

Como puede observarse, el MINTUR ha establecido en su artículo 3 de la resolución 029 emitida por el MINTUR, para el otorgamiento de la licencia de turismo, por lo cual solicita de forma general a todos los prestadores de servicios turísticos; “copia del RTN, calificación de empresa, emitida por la

⁷⁵ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Op. cit.*

⁷⁶ RESOLUCIÓN 094 DEL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO. Gaceta Oficial N° 40.272, 15/10/2013. Base de datos de Ministerio del Poder Popular para el Turismo. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 10 de julio de 2014. Disponible en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/leyes-resoluciones-y-normas-del-ministerio-de-turismo/>

Superintendencia de Inversiones Extranjeras, póliza de responsabilidad civil, autorización emitida por el Instituto de Patrimonio Cultural cuando lo amerite, permiso de expendio de bebidas alcohólicas, tarifas de los servicios ofrecidos”⁷⁷.

En ese mismo sentido, la anterior resolución condiciona otros requisitos específicos para otorgar la licencia de turismo, los cuales se encuentran, “desde el artículo 4 hasta el artículo 16, esto corresponde a que clasifica a las personas jurídicas, personas naturales o cualquier otra forma de participación de acuerdo a su categorización específica en la prestación de servicios turísticos”⁷⁸.

Cabe agregar, que la licencia de turismo debe ser “renovada en un plazo de dos (2) años a partir de su emisión, tomando la precaución que debe ser gestionada con treinta (30) días de anticipo a su vencimiento y esta es de carácter personal y no se puede transferir”⁷⁹.

Evasión Fiscal

El SENIAT, define la evasión fiscal o tributaria como “la acción u omisión dolosa, violatoria de las disposiciones tributarias, destinadas a reducir total o parcialmente la carga tributaria en provecho propio o de terceros”⁸⁰.

⁷⁷ RESOLUCIÓN 027 DEL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO. Gaceta Oficial N° 40.423, 30/05/2014. Base de datos de Ministerio del Poder Popular para el Turismo. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 10 de julio de 2014. Disponible en <http://www.mintur.gob.ve/mintur/leyes-resoluciones-y-normas-del-ministerio-de-turismo/>

⁷⁸ RESOLUCIÓN 027 DEL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO. *Ibid.*

⁷⁹ RESOLUCIÓN 027 DEL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO. *Ibid.* Artículo 21 y Artículo 22.

⁸⁰ VENEZUELA. SERVICIO NACIONAL INTEGRADO DE ADMINISTRACION TRIBUTARIA Y ADUANERA (SENIAT). *Op. cit.*

Lo que quiere explicar que, al no pagar total o disminuir el monto tributario es incumplir con el Estado, por lo que dicha acción es ilegal y está contemplado como delito o como infracción administrativa en la presente ley.

Al mismo tiempo, Rodríguez G. (2001) expone lo siguiente:

La evasión fiscal es el no pago de una contribución; no hacer el pago de una contribución es equivalente a eludir el deber de cubrirla. Se trata de la violación de la ley que establece la obligación de pagar al fisco lo que este órgano tiene derecho de exigir.

La evasión fiscal es un ilícito que lleva aparejadas consecuencias a que luego se hará referencia. Es la evasión el incumplimiento de un deber legal tipificado, que surge de lo que se llama hecho generador del crédito fiscal, y al que algunos autores, especialmente extranjeros, denominan "hecho imponible", o dan otros nombres⁸¹.

En Venezuela, dentro de las sanciones o multas relacionadas con la tributación está en primer lugar el Código Orgánico Tributario, el cual da la potestad al Estado para sancionar a los contribuyentes por el incumplimiento de los deberes formales y materiales.

En este caso, la Ley Orgánica de Turismo, establece en el artículo 123 las formas por las cuales el MINTUR, puede castigar o sancionar al sujeto pasivo infractor, algunas de ellas son a través de "multas, suspensión o revocación de los permisos, licencias, certificaciones o autorizaciones otorgadas, modificación o demolición de obras y construcciones, cierre o clausura de establecimientos, entre otros"⁸².

Particularmente, las sanciones están establecidas en el artículo 108 de la Ley Orgánica de Turismo:

⁸¹ RODRIGUEZ G. (2001). *Boletín Mexicano de derecho comparado. Revista nueva serie año XXXIV*. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 13 de agosto de 2014. Disponible en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/revista/DerechoComparado/numero/100/art/art8.htm>

⁸² LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Op. cit.*

Artículo 108. Serán sancionados con multa de cincuenta unidades tributarias (50 U.T.) hasta ciento veinticinco unidades tributarias (125 U.T.), sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales, los prestadores de servicios turísticos, que incumplan con el deber de:

- 1.- Notificar cualquier modificación de la información contenida en el expediente del Registro Turístico Nacional, incluso el cese de la prestación del servicio turístico a los fines de su actualización.
- 2.- Registrarse y utilizar el Portal Oficial electrónico de Sugerencias y Reclamos del ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo, en los casos que sea aplicable.
- 3.- Mantener en lugar visible y disponible a los turistas y visitantes, las normas aplicables para la prestación del servicio.
- 4.- Mantener todos los días del año, enarbolada la Bandera Nacional, en un lugar visible del establecimiento donde se preste o contrate la prestación del servicio turístico.
- 5.- Mantener la correspondiente identificación del prestador de servicios turísticos en un lugar de sus instalaciones cuando sea aplicable de acuerdo a las condiciones y especificaciones que dicte el ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo, mediante resolución, de conformidad con la normativa que se dicte al efecto.
- 6.- Mantener en un lugar visible y disponible a los turistas y visitantes un directorio de servicios de emergencia, apoyo y asistencia, en los casos que se aplicable
- 7.- Notificar al ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo sobre los costos de planes de cobertura que se emitan dentro del territorio nacional a los y las turistas que se trasladen al exterior conforme con lo establecido en las leyes que rigen la determinación de precios justos de bienes y servicios⁸³..

Así mismo, las multas leves están establecidas en el artículo 109 de la Ley Orgánica de Turismo.

Artículo 109. Serán sancionados con multa de ciento veintiséis unidades tributarias (126 U.T.) a quinientas unidades tributarias (500 U.T.), sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales, a los prestadores de servicios turísticos que incumplan con el deber de:

- 1.- Promover la identidad nacional o imagen de la República Bolivariana de Venezuela o de cualquiera de sus destinos

⁸³ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Ibid.*

turísticos, sin alterar el idioma, los valores nacionales y las manifestaciones culturales y folclóricas del país.

2.- Mantener a la vista y a disposición del turista y visitante, el libro oficial de sugerencias y reclamos, en cada uno de los establecimientos en los que se preste el servicio.

Cumplir con lo ofrecido en la publicidad o promoción de los servicios turísticos.

3.- Mantener en lugar visible y disponible a los turistas, visitantes las tarifas por los servicios prestados, previamente notificados ante ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo.

4.- Incorporar personal venezolano egresado de institutos de educación formal o de capacitación y formación para el trabajo en la actividad turística.

5.- Incorporar en sus procesos productivos, a personal de la comunidad de su entorno directo.

6.- Permitir distribuir material de promoción de los distintos turísticos, a solicitud del ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo o del Instituto Nacional de Turismo INATUR, entre los turistas y visitantes, dentro de sus instalaciones y en un lugar visible.

7.- Utilizar la Tarjeta Unificada de Registro de Huéspedes por parte de los prestadores de servicios, dentro de sus instalaciones y en un lugar visible.

8.- Prestar toda la colaboración que coadyuve al fomento, calidad y control de la actividad turística a solicitud del ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo.

9.- Remitir las quejas y sugerencias al ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo.⁸⁴.

En este mismo orden y dirección, las multas severas están establecidas en el artículo 110 de la Ley Orgánica de Turismo.

Artículo 110. Serán sancionados con multa de una quinientas unidades tributarias (501 U.T.) a mil unidades tributarias (1.000 U.T.), sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales, a los prestadores de servicios turísticos, que incumplan con el deber de:

1.- Renovar la Licencia de Turismo.

⁸⁴ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Ibid.*

Incumplan con el deber de obtener la autorización del órgano rector en materia turística, para constituir y establecer sucursales en el territorio nacional.

2.- Obtener la autorización del ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo, para construir y establecer sucursales en el territorio nacional.

3.- Prestar los servicios turísticos, con las condiciones contratadas por los turistas o visitantes, en cuanto al servicio, tarifas, calidad, eficiencia e higiene.

4.- Cumplir con lo ofrecido en la publicidad o promoción de los servicios turísticos.

5.- Prestar el servicio sin discriminación alguna de raza, género, credo, condición, socio-económica.

6.- Prestar el servicio turístico según su clasificación y categorización, así como también respetar las normas de clasificación y categorización establecidas en el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica y demás normativas aplicables sobre la materia.

7.- Desarrollar la actividad autorizada por el ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo.

8.- Respetar normativa vigente relacionada con el patrimonio histórico, cultural y arqueológico; antigüedades y especies protegidas.

9.- Suministrar a los órganos y entes de la Administración Pública con competencia en el área de turismo, la información que le sea requerida sobre la actividad turística que desarrolle.

10.- Suministrar información, datos o documentos ciertos, al ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo o al Instituto Nacional del Turismo.

11.- Facilitar al personal del ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo o del Instituto Nacional del Turismo, el ejercicio de sus funciones de inspección y fiscalización

12.- Promocionarse con categorías no otorgadas por el ministerio del poder popular con competencia en materia de turismo.

13.- Pagar las contribuciones especiales establecidas en el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica y demás leyes especiales que rigen la materia.

14.- Respetar la normativa vigente referida a la materia de ordenación del territorio y zonas costeras y en caso de las zonas de interés turístico las normativas aplicables en la materia.⁸⁵.

⁸⁵ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Ibid.*

De ahí que, la imposición de multa debe ser tratada según el caso, sea mayor o menor gravedad de la infracción, la magnitud de los perjuicios causados y en atención a los principios de proporcionalidad y adecuación, como también debe tomarse en consideración la clasificación y categorización del sujeto pasivo, así como la reiteración o reincidencia de la infracción administrativa⁸⁶.

De todo esto se desprende que, la base para los preceptos legales de los prestadores de servicios en el sector turístico es la Ley Orgánica de Turismo, sus reglamentos y ordenanzas emitidas por el MINTUR, por lo cual se indaga sobre los conocimientos y prácticas de los contribuyentes.

⁸⁶ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Ibid.* Artículo 111

CAPÍTULO II

Factores que impiden el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Para mantener la economía de cualquier país en una senda de desarrollo sostenible resulta fundamental garantizar un crecimiento económico estable, manteniéndolo en trayectorias duraderas. Esto se puede lograr minimizando las fluctuaciones cíclicas económicas, también generando un ambiente económico de menor incertidumbre y potenciar la capacidad productiva.

En consecuencia, para que una economía pueda desarrollar una estrategia de crecimiento sostenible es necesario revisar los diversos indicadores que involucran el desarrollo de la economía, como el producto interno bruto, el control cambiario, la inflación, el gasto público, entre otros y aplicar las políticas necesarias para su eficiente equilibrio.

Cabe agregar, que Castro J. (2009) señala que las variables macroeconómicas “son una serie de pautas económicas, sociales, políticas y financieras que marcan un escenario específico a corto plazo, y que pueden impactar en el largo plazo”⁸⁷. Por lo tanto, la macroeconomía estudia las variables económicas agregadas como la producción o el nivel agregado de precios, por lo que la situación de un país es el punto de partida y el marco dentro del cual se desarrolla la relación entre el contribuyente y la Administración Tributaria.

Clasificación de variables macroeconómicas

Entre las principales variables macroeconómicas está:

⁸⁷ CASTRO J. (2009). Las variables macroeconómicas y la incidencia sobre los activos financieros y reales en las empresas venezolanas como elementos del costo. *Revista de Formación Gerencial* [revista en línea], fecha de la consulta: 15 de julio de 2014, disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3178914>

Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB es la principal variable macroeconómica, pero no la única. Sin embargo esta evalúa el nivel general de la actividad económica, utilizando como instrumento el valor de todos los bienes y servicios terminados que se producen en un periodo de doce meses, calculado a precios de mercado. No obstante, este índice macroeconómico no indica el nivel de vida ni del bienestar general de un país.

Por consiguiente, el PIB puede considerarse como el valor monetario a precios corrientes de la producción de bienes y servicios finales por los residentes de un país durante un periodo determinado, regularmente un año. El BCV lo define como “el valor de los bienes y servicios finales producidos en el territorio de un país, durante un periodo determinado”⁸⁸.

Por consiguiente, Archibald M. (1953) define el PIB de dos maneras:

- 1) Sumando el valor de todos los artículos terminados y servicios producidos en el curso de un año.
- 2) sumando el valor agregado a los artículos y servicios por las unidades de negocios y (agencias de gobierno) en cada una de las etapas de la producción⁸⁹.

En otras palabras, es necesario expresar la producción total de la economía en términos de valor y no en unidades físicas.

Pues bien, para Callen T. (2008) el PIB, en su conjunto, podría abordar tres enfoques como: el enfoque de producción nacional, que es la totalidad o la suma de bienes y servicios prestados o producidos; el enfoque del gasto nacional, que se relaciona con todas las adquisiciones realizadas por los

⁸⁸ VENEZUELA. BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. (BCV) base de datos del Banco central de Venezuela. [base de datos en línea], fecha de consulta: 09 de julio de 2014, disponible en: <http://www.bcv.org.ve/c1/abceconomico.asp#/>

⁸⁹ ARCHIBALD, M. (1953). *Elementos de análisis económico*. México. Editorial Prentice-Hall, pp. 130-132.

usuarios finales o el gobierno y el enfoque del ingreso nacional, que suma los ingresos generados por la producción⁹⁰.

Hechas las consideraciones anteriores, el PIB es importante porque da información sobre el tamaño de la economía y su desempeño, de ahí que, el Banco Mundial señala que “Venezuela en el año 2012 logró un crecimiento del 5,6% del PIB, comparativamente con el año 2013, por lo cual el crecimiento del producto se redujo al 1,4% y pronostica una fuerte caída para los dos siguientes años”⁹¹.

Cabe decir que, las dificultades de la economía venezolana y para este caso el del sector turístico, se agudizaron debido a la escasez de productos para consumo, de higiene personal y de divisas y las altas tasas de inflación, razones poderosas por las cuales el contribuyente tiene una apatía en contribuir con las arcas del Estado, debido a que su margen de ganancia está comprometido con los aumentos constantes y especulativos de los productos necesarios para prestar un servicio de calidad. Por lo cual es importante crear las condiciones para fomentar el crecimiento de una diversificación productiva.

Control cambiario (devaluación de la moneda)

Uno de los aspectos que incide en la economía es el control cambiario que el gobierno ha impuesto en el largo plazo. Para el BCV se entiende como “una política de la autoridad monetaria orientada a controlar la compra y venta de moneda extranjera. Puede involucrar la determinación del tipo de cambio y el volumen de divisas transadas, impidiendo la libre convertibilidad

⁹⁰ CALLEN T. (2008). ¿Qué es el producto interno bruto? *Revista de Finanzas y desarrollo: publicación trimestral del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial* [revista en línea]. Fecha de consulta: 03 de agosto de 2014. Disponible en: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2008/12/pdf/basics.pdf>

⁹¹ EL BANCO MUNDIAL. (BM) base datos del Banco Mundial. [base de datos en línea], fecha de consulta: 09 de agosto de 2014, disponible en: <http://www.bancomundial.org/es/country/venezuela>

entre la moneda nacional y extranjera”⁹². Por el contrario, en un mercado de cambios libre no sucede así, pues John Sloman define el tipo de cambio flexible, “como aquel en el que el gobierno no interviene en los mercados de cambio sino que simplemente permite que el tipo de cambio quede libremente determinado por la demanda y la oferta”⁹³. Así, el tipo de cambio del bolívar viene determinado por la demanda y la oferta de los bolívares.

En otras palabras, el Estado ejerce el control sobre todas o una gran parte de las transacciones en moneda extranjera y por ende, reduce el valor de la divisa nacional frente al valor de las divisas de otros países. Por esta razón se requiere mayor cantidad de monedas nacionales para adquirir una misma cantidad de moneda extranjera y esto influye directamente en la balanza de pagos.

En principio, el Estado aplica esta medida para evitar la fuga de capitales y evitar que las reservas internacionales de la nación se desplomen o se debiliten. Sin embargo, es de entender que al aplicar este régimen se debe tomar como una cura a corto plazo, todo lo contrario a la aplicación que se le ha dado en Venezuela, teniendo más de 10 años vigentes y por ello ha ocasionado problemas que aún no han sido sanados, sino que se han ido agravando, entre ellos, desbordamientos monetarios, desconfianza de la moneda nacional en los mercados externos, déficit en la balanza comercial por cuanto se importa más de lo que se exporta.

Es evidente entonces, que el régimen del control cambiario no cumple con su objetivo principal, pues todo lo contrario, desde una perspectiva económica muestra ser un fiasco. Por consiguiente, el impacto más notorio que resulta de este régimen, es la devaluación de la moneda, de forma

⁹² VENEZUELA. BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. (BCV) base datos del Banco central de Venezuela. [base de datos en línea], fecha de consulta: 09 de julio de 2014, disponible en: <http://www.bcv.org.ve/c1/abceconomico.asp#>

⁹³ JHON SLOMAN. (1997). Introducción a la Macroeconomía. Madrid. Editorial PRENTICE HELL International, p. 113

voluntaria y consciente los gobiernos modifican el tipo de cambio de la moneda local con relación a la moneda extranjera. Para ejemplificar tal consideración el BCV explica la devaluación de la moneda como:

La decisión por parte de la autoridad monetaria de la reducción del valor de la moneda nacional respecto del valor de las monedas extranjeras. Se manifiesta como un aumento en el tipo de cambio nominal, es decir **se requiere mayor cantidad de unidades monetarias nacionales para adquirir una misma cantidad de moneda extranjera**⁹⁴. (Negrillas propias)

Como consecuencia de esto, las importaciones se encarecen y también se genera el fenómeno de la inflación en niveles altos y difíciles de controlar. En este mismo orden de ideas, la calidad de vida desmejora y así el ciudadano atiende las necesidades prioritarias como el vestir, el alimentarse, la educación, dejando a un lado la diversión y el turismo nacional, conllevando al contribuyente a verse en la necesidad de utilizar el dinero de destinado a los tributos para la supervivencia de la empresa o por el contrario un cierre definitivo en este sector como está ocurriendo en el Estado Táchira.

Inflación

El fenómeno económico de la inflación, íntimamente está ligado con el poder de compra y el valor de la moneda, por esto, se considera una enfermedad de la moneda que corroe su valor y que está presente constantemente a lo largo del tiempo, tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo, pudiéndose presentar tanto en fracciones de tiempo cíclicos como en momentos donde los países atraviesan desajustes económicos provocados por problemas en la balanza comercial o déficits fiscales.

El BCV por su parte, define la inflación como “un fenómeno que se caracteriza por el desequilibrio producido por el aumento de los precios de

⁹⁴ VENEZUELA. BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. *Op. cit.*

bienes y servicios, a su vez provoca una excesiva circulación de dinero y su desvalorización⁹⁵. En este orden de ideas se puede citar a John Sloman, por cuanto puntualiza “la tasa de inflación como aquella que mide el porcentaje anual en los precios”⁹⁶.

Para Ardanaz, M. P. (1959) la inflación se origina, por una parte, por medidas de política económica o lo que es lo mismo, una sana expansión monetaria; significa entonces que el Estado debe tomar medidas estudiadas para reanimar la economía que se encuentra en depresión. Por otro lado, los gastos excesivos de los gobiernos, es el origen de todas las inflaciones, despilfarran y administran mal el dinero de todos ocasionando un desequilibrio financiero y la reiterada emisión de moneda fiduciaria⁹⁷.

En Venezuela, en los últimos años la inflación ha aumentado, para muestra de ello, según “cifras publicadas por el BCV, en el año 2012, la inflación acumulada represento un porcentaje del 19,50% comparativamente con el año 2013, por un porcentaje acumulativo de 52,70%”⁹⁸. En cuanto, al año 2014 la inflación acumulada es del 50,80%.

Para John Sloman los altos niveles de inflación perturban directamente el poder adquisitivo de la población por lo que las empresas se enfrentan a una subida de los costos, respondiendo parcialmente al aumento de los precios y repercutiendo a los costos de los consumidores y por consiguiente, su renta familiar se ve afectada por la elevación del costo de vida. Por otra parte, la reducción parcial de la producción presentando desajustes⁹⁹.

⁹⁵ VENEZUELA, BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. *Ibid.*

⁹⁶ JHON SLOMAN. (1997), *Op. cit.* p. 89.

⁹⁷ ARDANAZ, M. P. (1960). *Teoría económica*. Caracas. Editorial Canarias.

⁹⁸ VENEZUELA. BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. *Op. cit.* VENEZUELA. BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. (BCV) base datos del Banco Central de Venezuela. [base de datos en línea], fecha de consulta: 03 de abril de 2015, disponible en: <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp>

⁹⁹ JHON SLOMAN. (1997). *Op. cit.*

Es justo decir, que la inflación y mayor aun cuando es muy variable tiende a provocar incertidumbre en los negocios. Es por esto que para las empresas del sector turístico se les hace difícil planificar sus costos y ganancias, entonces puede que se desincentive la inversión de modo que se reducirá la tasa de crecimiento económico o el PIB.

Como resultado de esta modalidad, los prestadores de servicios turísticos pagan el alto precio de la escasa producción y mayor aun cuando los precios de venta de los servicios ofrecidos por este sector están controlados por el INATUR, no pudiendo reponer el costo de reposición o lo que es lo mismo los costos de la inflación, obteniendo como resultado una desaceleración económica en las empresas, en tal sentido, dicha realidad conlleva al incumplimiento de los deberes materiales establecidos en la Ley Orgánica de Turismo, por cuanto la inflación financieramente es tratado como un impuesto el cual lo paga el contribuyente de manera directa y si este no puede ser trasladado al consumidor sino que crea una perdida en los estados financieros de las empresas y por ello toman como decisión la omisión en el pago de tributos.

Gasto público

Otro elemento ligado a la macroeconomía es el gasto público, el cual debe responder necesariamente las necesidades de los ciudadanos. Pero es necesario entender que el gasto público, es aquel que el Estado incurre para destinar directamente al desarrollo y el bienestar de su población. En forma directa el BCV lo define como “la compra de bienes y servicios y transferencias realizadas por organismos públicos o Estado”¹⁰⁰.

Cabe agregar, que para John Sloman el gasto público “en el largo plazo dependiente de la renta nacional. Cuanto mayor sea el nivel de renta

¹⁰⁰ VENEZUELA, BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. *Ibid.*

nacional, mayor será el volumen de ingresos impositivos que el gobierno recibe y, por tanto mayor será el gasto que se pueda realizar”¹⁰¹.

Ahora bien, es importante conocer la cantidad de servicios públicos que se reciben, pero mayor aun es conocer el aporte de los tributos para el financiamiento del gasto público. Los tributos son indispensables para financiar el gasto público de nuestro país. No obstante, para ofrecer dichos servicios el Estado incurre en un gasto público que tiene límites.

En este mismo sentido y dirección, es importante una relación adecuada entre el Estado y el contribuyente, para que el gasto público sea sostenible en el tiempo. Para que esto ocurra, la administración pública debe ser eficiente en el manejo de los recursos, no incurriendo en gastos innecesarios y utilizándolos de modo racional sin despilfarrar o gestionar mal los mismos.

De acuerdo con los racionamientos que se han venido realizando, Rueda N. (2011), cita que:

El objetivo principal del gasto público es incrementar el bienestar de los individuos mediante la producción y provisión de bienes o servicios imprescindibles para el desarrollo del individuo y para garantizar un nivel de vida digno, por ejemplo la educación, la vivienda, las carreteras, servicio de agua, luz y transporte público, seguridad ciudadana¹⁰².

Resulta oportuno destacar, el artículo 11 de la Ley Orgánica de Turismo en el que menciona los objetivos del INATUR, entre uno de ellos, está el mejorar y recuperar la infraestructura turística pública y en el artículo 15 de la mencionada ley, cita que “los recursos provenientes de esta contribución

¹⁰¹ JHON SLOMAN. (1997). *Op. cit.*, p. 198

¹⁰² RUEDA N. (2011). La naturaleza económica del gasto público. *Revista electrónica eXtoikos*. [revista en línea], fecha de la consulta: 31 de julio de 2014, Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=16182>

especial por la prestación de servicios turísticos serán destinados al cumplimiento del objeto del Instituto Nacional de Turismo INATUR”¹⁰³.

Por consiguiente, si la Administración Pública específicamente el INATUR no cumple con su objetivo mencionado anteriormente, con el dinero recaudado por medio de la contribución especial como lo estipula la misma Ley Orgánica de Turismo, el sujeto pasivo aun cuando tenga conocimiento de ello, decidirá no pagar por cuanto no ve los frutos de contribuir, sino una mala gestión en los recursos recaudados.

Exportaciones

En Venezuela, las exportaciones giran principalmente en torno al petróleo, por lo cual el BCV define la exportación “como la acción o el acto mercantil de vender bienes y servicios de un país al resto del mundo”¹⁰⁴.

En otras palabras, la exportación se refiere a aquella actividad comercial en el que se envía un bien o servicio a otro país u otros países, por medio de transporte terrestre, marítimo o aéreo e incluso a través de internet, siendo este último muy utilizado por el sector turístico.

Como consecuencia de ello, los negocios se consolidan y tienen menos probabilidad de fracasar, también implica una demanda para la producción de bienes, multiplica el funcionamiento de la economía interna y en un nivel macroeconómico genera divisas, dando como resultado una balanza de pagos positiva, entre otros.

¹⁰³ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. Gaceta Oficial N° 6.152, 18/11/2014. Base de datos de Tribunal Supremo de Justicia. [base de datos en línea]. Fecha de consulta: 31 de marzo de 2015. Disponible en <http://www.tsj.gob.ve/gaceta-oficial>

¹⁰⁴ VENEZUELA. BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. (BCV) base datos del Banco central de Venezuela. [base de datos en línea], fecha de consulta: 09 de julio de 2014, disponible en: <http://www.bcv.org.ve/c1/abceconomico.asp#/>

Resulta oportuno mencionar, que la Organización Mundial de Turismo (OMT), manifestó:

El turismo internacional (viajes y transporte de pasajeros) representa el 29 % de la exportación mundial de servicios, y el 6 % de todas las exportaciones de bienes y servicios. A escala mundial, el turismo es la quinta categoría de exportación, tras los combustibles, productos químicos, alimentos y productos de automoción; al mismo tiempo, ocupa el primer lugar en muchos países en desarrollo¹⁰⁵.

Significa entonces, que si el Estado realmente se compromete a colaborar con el sector turístico, en exportar su servicio relacionado con dicho sector, como lo cita el artículo 11 de la Ley Orgánica de Turismo de “promocionar nacional e internacionalmente los prestadores de servicios turísticos”¹⁰⁶, la economía tendría un impulso positivo, los empresarios se verían motivados a invertir y ampliaría el aparato productivo lo cual generaría empleo en el país, y así el contribuyente tendría un auge perfecto para contribuir, no obstante, si sucede todo lo contrario, es un factor que incide en el pago de los tributos por cuanto no hay expansión y crecimiento del sector turístico y junto con los anteriores factores se presenciaría una regresión económica que ocasionaría el cierre de negocios que se dedican a este tipo de actividad.

Importaciones

Venezuela es un país petrolero por excelencia, sin embargo tiene una de las economías más débiles a nivel mundial, por lo cual su aparato productivo está paralizado y por ello depende de importaciones, es decir, la introducción a nuestro país de mercancías provenientes de otros países.

¹⁰⁵ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (OMT) Base de datos de la Organización Mundial de Turismo. [base de datos en línea], fecha de consulta: 09 de agosto de 2014, disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-05-14/el-turismo-internacional-genera-14-billones-en-ingresos-derivados-de-export>

¹⁰⁶ LEY ORGÁNICA DE TURISMO. *Op. cit.*

Para el BCV importar significa entonces la “compra de bienes y servicios que realiza el país al resto del mundo”¹⁰⁷.

Por consiguiente, el país es dependiente de compras a nivel internacional, fenómeno que conduce al desequilibrio de la balanza de pagos, por lo cual este déficit mantiene elevada la demanda de divisas y deprecia la moneda nacional en su valor exterior.

Como consecuencia de esto, si dichas variables macroeconómicas son ignoradas o excluidas por los empresarios, puede implicar un cierre definitivo de las empresas y como consecuencia las variables macroeconómicas mencionadas anteriormente inciden directamente en las ganancias y en el valor de los activos.

La literatura existente sobre incumplimiento tributario ha afirmado la existencia de una relación directa entre el nivel de ingresos de una economía y el cumplimiento tributario. Por consiguiente los contribuyentes evalúan su decisión de cumplir con sus obligaciones tributarias en función a sus términos de intercambio con el Estado, en ese sentido, si los contribuyentes perciben una desigualdad entre el intercambio de su poder de compra en el mercado versus los servicios que reciben por parte del Estado, estarán más inclinados a evadir.

Por el contrario, si la política del Estado estuviera enmarcada en eficiencia, transparencia y rigidez, estaríamos en presencia de un posible desarrollo de una verdadera cultura tributaria; esa cultura que le dice a los contribuyentes por qué tiene que cumplir con las obligaciones fiscales.

¹⁰⁷ VENEZUELA. BANCO CENTRAL DE VENEZUELA. *Op. cit.*

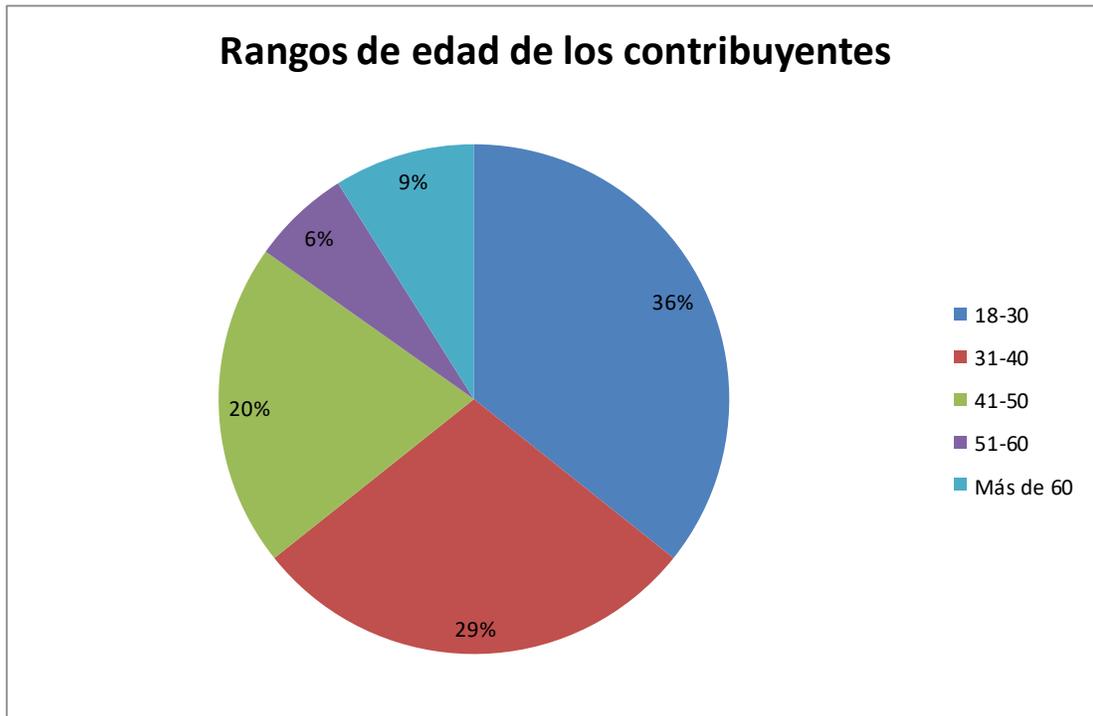
CAPITULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y FORMULACIÓN DE LAS ESTRATERIAS PARA DESARROLLAR UNA CULTURA TRIBUTARIA

Para analizar desde los contribuyentes la cultura tributaria de los sujetos pasivos de la contribución especial para el turismo del Municipio San Cristóbal, se analiza la información suministrada por los propios contribuyentes, a través de una encuesta aplicada a la muestra seleccionada. Las pautas de este instrumento surgen de las interrogantes planteadas para abordar el problema, sintetizado en variables, indicadores e ítems, que facilitan el análisis descriptivo de los datos obtenidos.

A continuación se presenta el análisis estadístico, a través de los datos recopilados, reflejados en tablas y gráficos expresados en valores absolutos y porcentuales para cada variable considerada, con sus indicadores correspondientes, ordenados según los ítems 39, realizados mediante una encuesta estructurada (ver anexo N° 2).

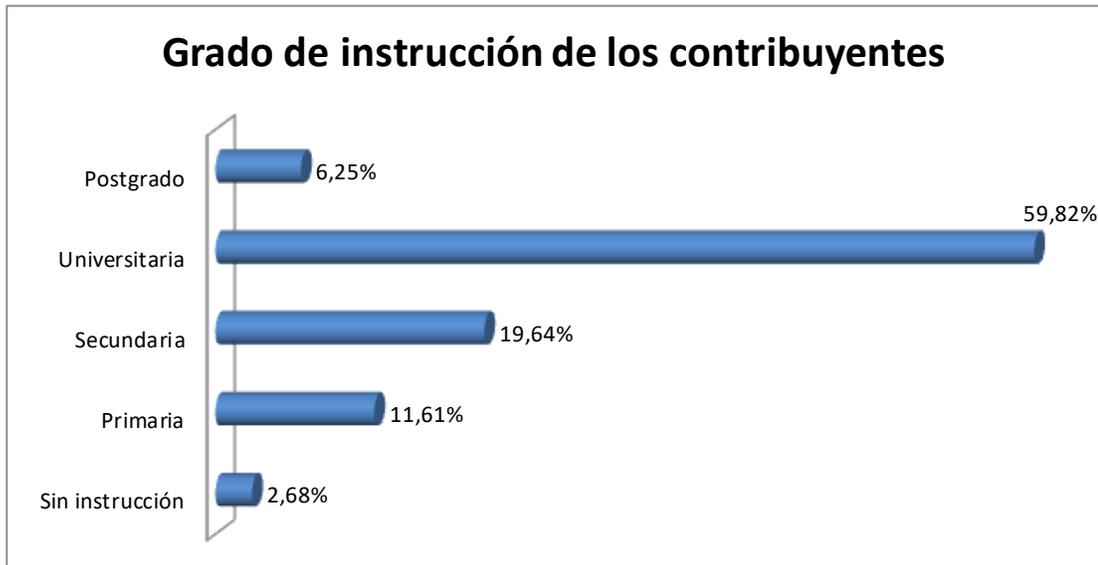
Gráfico 1: Edad de los contribuyentes



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

El gráfico anterior, indica que el porcentaje más alto está representado con el 36% que son encuestados con un rango de edad entre 18 y 30 años, en segundo lugar con el 29% entre un rango de 31-40 años de edad, en tercer lugar con el 20% entre un rango de 41-60 años de edad, seguidamente con el 6% entre un rango de edades de 51-60 y por último con un 9% los contribuyentes que tienen más de 60 años.

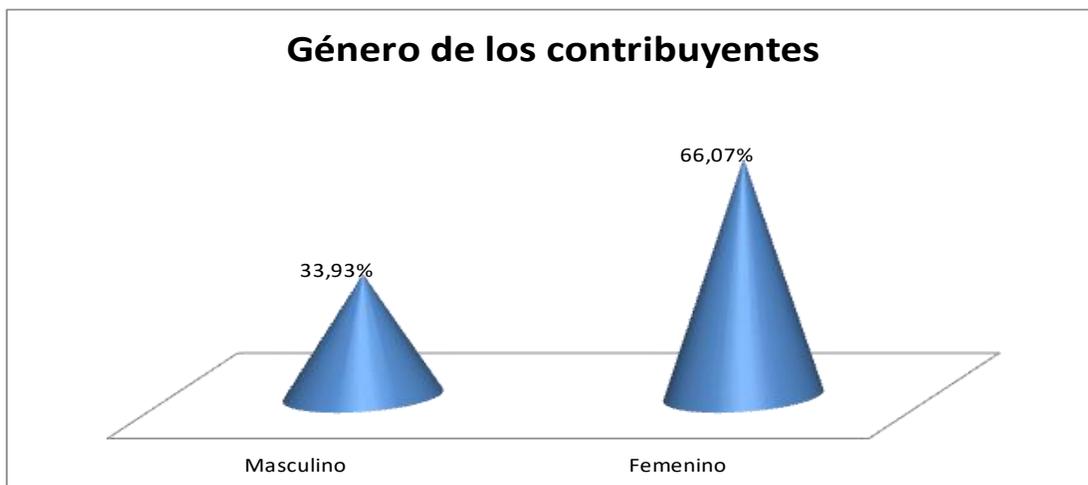
Gráfico 2: Grado de instrucción de los contribuyentes



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Como se puede observar un porcentaje representado por el 59,82% de los encuestados manifestaron ser universitarios, seguidamente un porcentaje del 19,64% declararon poseer un grado de instrucción a nivel secundaria, posteriormente un 11,61% tienen un nivel de primaria, luego con un 6,25% con un nivel académico superior en Postgrado y por último el 2,68% está representado por los contribuyentes que no poseen grado de instrucción. Estos resultados muestran que el 66,07% de los sujetos pasivos tienen un grado de instrucción lo suficientemente justificable para contribuir con el INATUR y se hizo muy fácil obtener sus respuestas en esta encuesta.

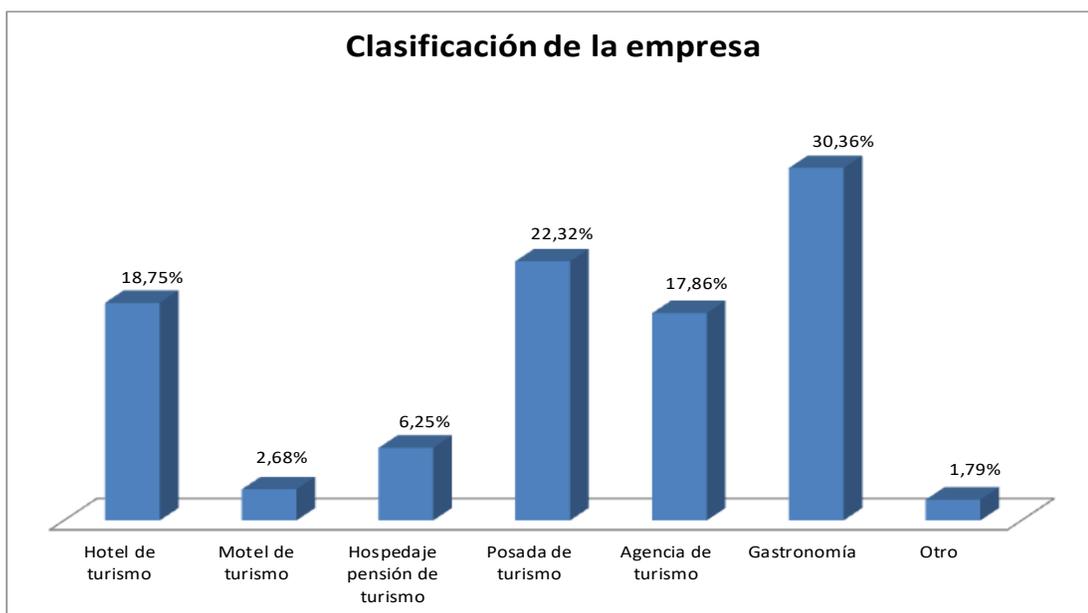
Gráfico 3: Género de los contribuyentes



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Como se puede apreciar el 66,07% de los encuestadores son mujeres y el 33,93% está representado por hombres.

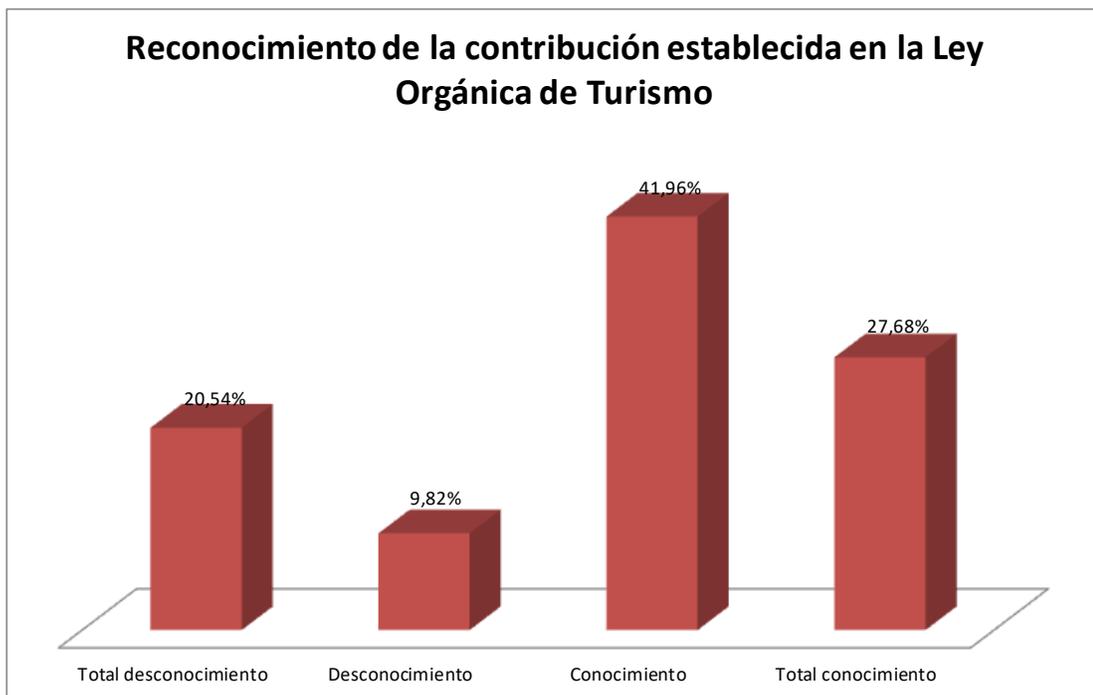
Gráfico 4: Clasificación de la empresa



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Como se puede ver en el gráfico de la clasificación de empresas con fines turísticos en el Municipio San Cristóbal, el mayor porcentaje pertenece al sector gastronómico con un 30,09%, en segundo lugar las posadas turísticas con 22,12%, seguidamente el hotel de turismo y las agencias de turismo está representado por un porcentaje 18,58% cada uno, el hospedaje o pensión de turismo es de un 6,19%, posteriormente el motel de turismo con 2,65% y por último el 1,77% está representado por otros negocios que abarcan el sector turístico, entre ellos transporte para dicha actividad y otros.

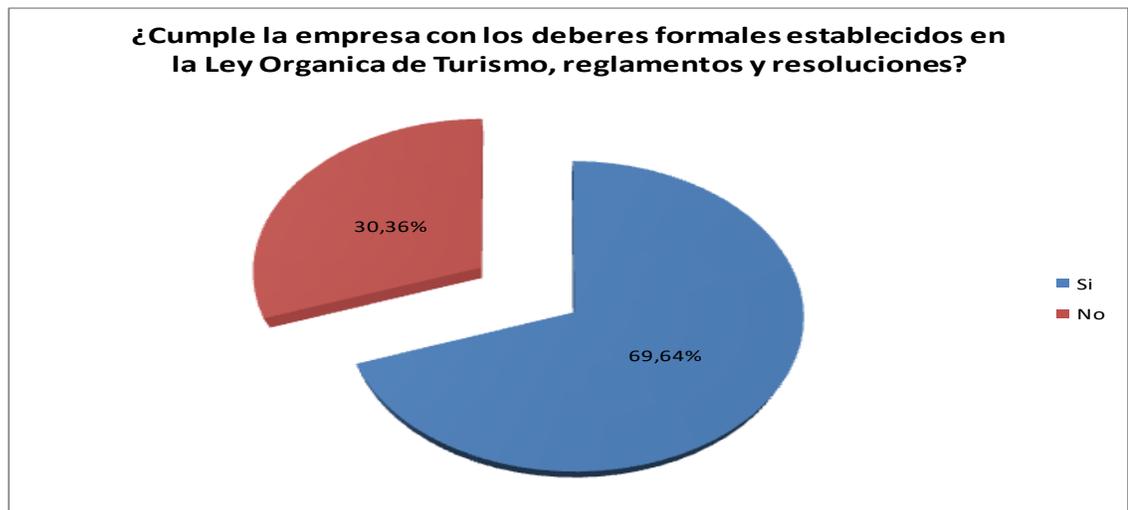
Gráfico 5: Reconocimiento de la contribución establecida en la Ley Orgánica de Turismo



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Como se puede observar solo el 41,96% de los encuestados reconocen la contribución establecida en la Ley Orgánica de Turismo.

Gráfico 6: ¿Cumple la empresa con los deberes formales establecidos en la Ley Orgánica de Turismo, reglamentos y resoluciones?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

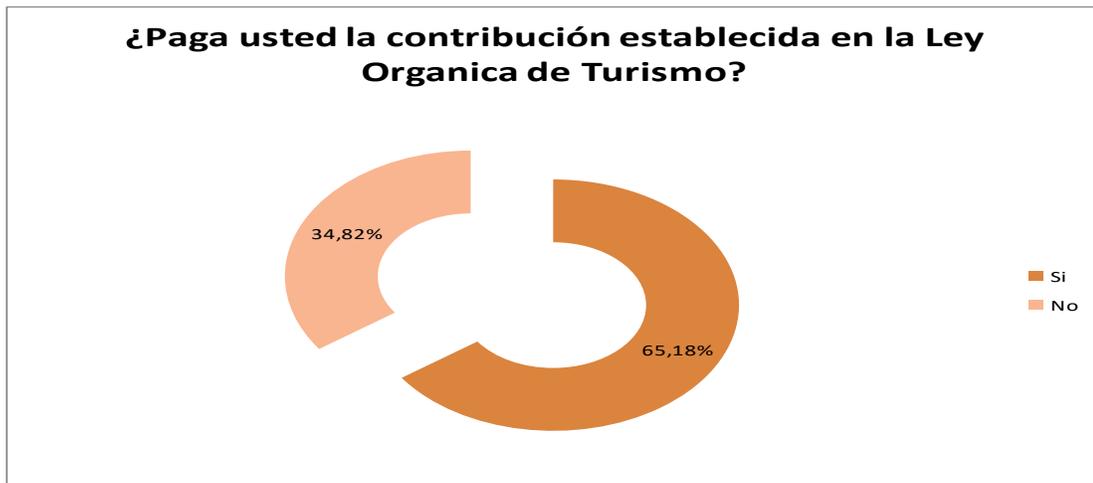
Como se puede observar solo el 69,64% de los encuestados cumplen con los deberes formales establecidos en la Ley Orgánica de Turismo.

Seguidamente, la muestra fue obtenida mediante una encuesta a 112 personas, pero de esta muestra solo 78 contribuyentes, que está representado por un 69,64%, como se muestra en el cuadro 5, tienen un conocimiento con respecto a la Ley Orgánica de Turismo, mientras que el 30,36% no conocen que esta Ley es aplicable a sus actividades económicas, por lo que no cumplen con sus deberes formales y materiales establecidos en ella.

Ahora bien, los resultados de cada pregunta son de fácil comprensión, de esta manera en el gráfico 7, siguiendo el orden del cuestionario, al preguntarse si pagan la contribución establecida en la Ley Orgánica de Turismo o no lo pagan, el 65,18% de los interrogados indicaron que declaran y pagan la contribución especial al INATUR. Por lo que resulta preocupante conocer que un 34,82% no tienen un compromiso real de tributar. Para dar

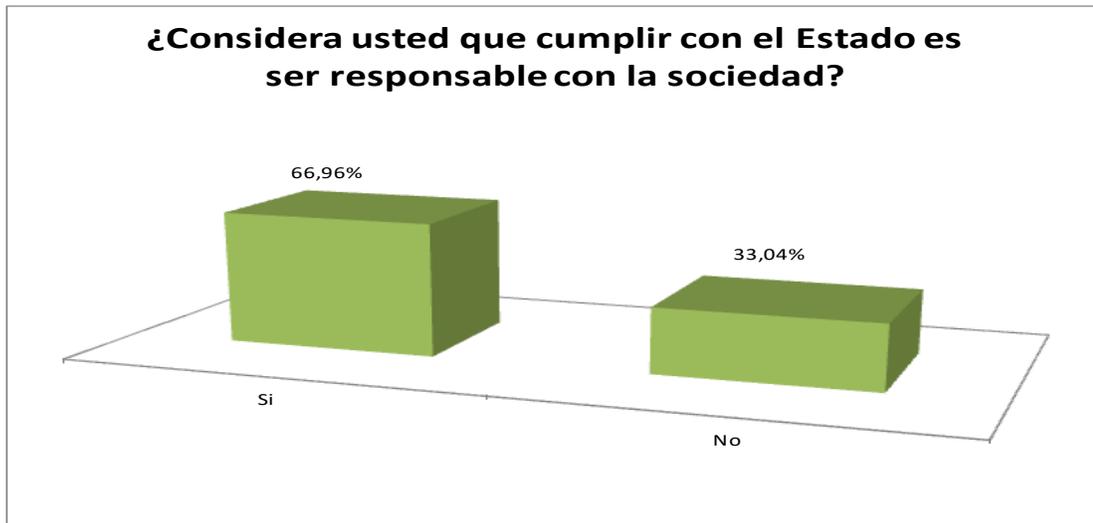
continuación a la interpretación de los resultados, por lo que el gráfico 8 expresa que el 33,04% no comparte que cumplir con la sociedad es ser responsable con la sociedad y esto es de entender puesto que el gráfico 9 refleja que solo un 66,96% de los contribuyentes que aportan con esta contribución no conocen la dirección de estos fondos ni el uso que se les da y adicionalmente en el gráfico 10, solo un 44,64% tiene conocimiento que la encargada de recaudar este tributo es el INATUR, esto demuestra la poca información y cultura tributaria que posee este sector económico.

Gráfico 7 ¿Paga usted la contribución establecida en la Ley Orgánica de Turismo?



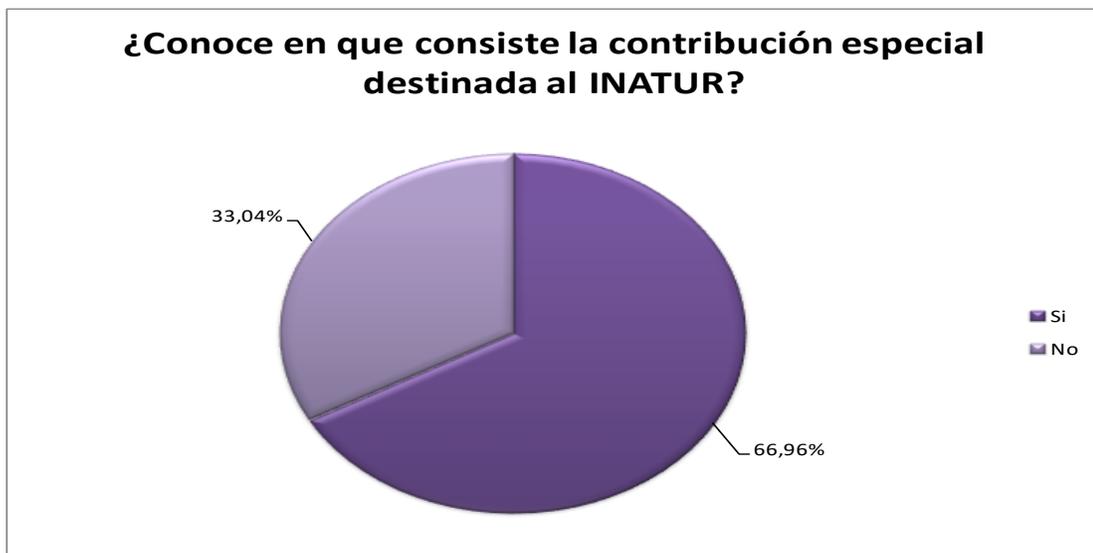
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 8 ¿Considera usted que cumplir con el Estado es ser responsable con la sociedad?



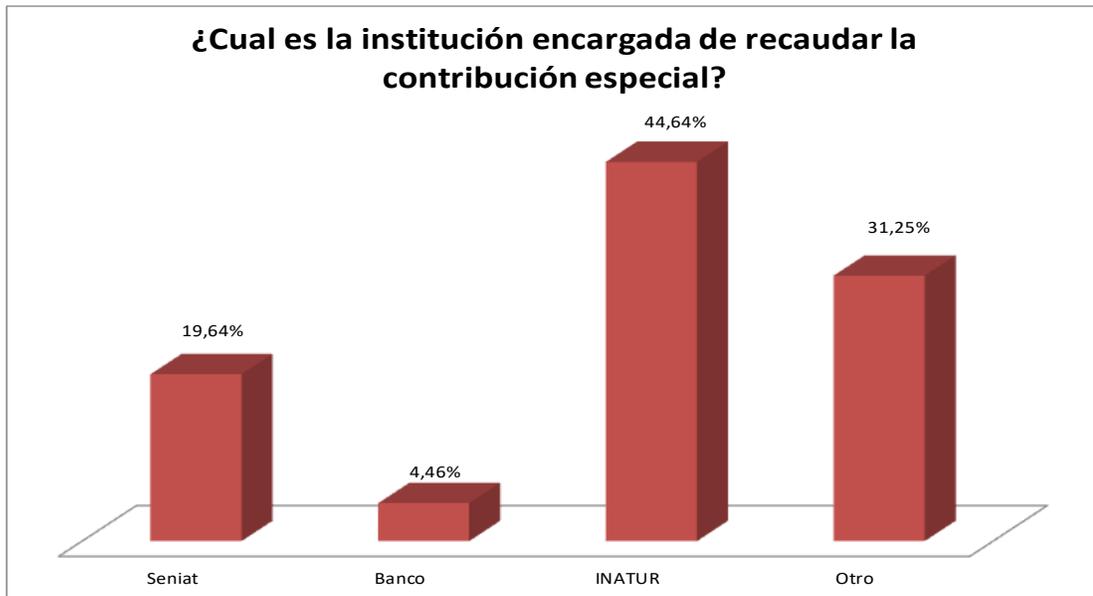
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 9 ¿Conoce en qué consiste la contribución especial destinada al INATUR?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 10 ¿Cuál es la institución encargada de recaudar la contribución especial?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 11 ¿Ya canceló su empresa lo correspondiente de la contribución especial al INATUR?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Análisis de los resultados.

La simple lectura de los resultados de cada pregunta, da suficiente información para poder llegar a conclusiones respecto de cuáles son las motivaciones que originan uno u otro tipo de comportamientos en los contribuyentes. Como ya se mencionó, la muestra fue obtenida mediante una encuesta a 112 personas, el cual un 69,64% conocen la Ley Orgánica de Turismo mientras que el 30,36% no cumplen con dicha Ley.

Tal como se observan los gráficos, en primer lugar según el gráfico 12, se deduce que los contribuyentes en un 74,36% conocen el tributo establecido en esta Ley y no solo eso, sino que lo pagan conociendo que es un deber establecido para todo ciudadano, y de esta información, en el gráfico 13, se dedujo que el 44,87% de los contribuyentes declararon que este conocimiento lo obtuvieron por sus propios medios, por lo que este sector de contribuyentes manifestó no haber recibido información del INATUR, en otras palabras, este instituto no cumple con su función de promover la cultura tributaria por cuanto es la principal labor del Estado para optimizar sus objetivos.

Siguiendo el orden del cuestionario, al preguntárseles si conocían cual es la base imponible para el cálculo de la contribución especial, de 78 contribuyentes que cumplen con este deber material, solo el 76,92% (gráfico 14) afirmaron en que los ingresos brutos mensuales es la base imponible para dicho calculo, sin embargo un 23,08% desconoce la base por la cual se calcula este tributo, de esta manera se puede apreciar que el contribuyente está desinteresado en conocer cada día más todas las Leyes que se relacionan con la actividad económica que requiere cumplir para tener la empresa solvente, del mismo modo el 48,72% de esta población identifica la alícuota de dicha contribución como el 1%, sin embargo es notable que también hay una parte de la población que no diferencia entre lo correcto y lo

incorrecto y esto se debe a su falta de cultura tributaria en la Ley Orgánica de Turismo, por cuanto resulta importante diseñar una estrategia de manera constante para que estos contribuyentes tengan un buen conocimiento completo.

Ahora bien, según el gráfico 15, porcentualmente hablando, el 61,54% de los contribuyentes que aportan están de acuerdo en que la alícuota que establece la Ley Orgánica de Turismo, es un porcentaje normal y razonable, si bien es cierto esto, no es menos cierto que el sector económico del país se encuentra sumergido en una abundante imposición tributaria, por cuanto el 38,46% considera que el porcentaje es muy alto y alto, pero debido a que tienen otras cargas tributarias que atender.

También, en el gráfico 16 se pudo conocer a través de la encuesta efectuada que un 76,92% de la población reconocen que el pago de esta contribución especial se debe realizar los primeros quince días de cada mes, pero otra parte de la población no está bien informada, por cuanto un 14,10% aportó que es trimestralmente y un 8,97% estimó que este tributo se paga anualmente (gráfico 17).

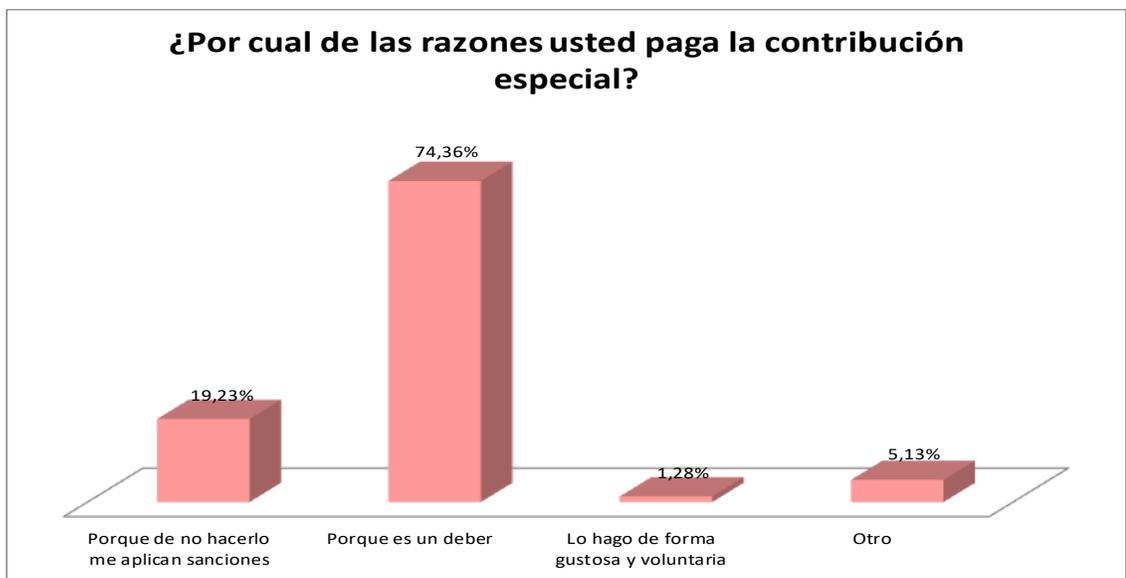
Para dar continuación, según el gráfico 18 el inscribirse en el RTN es uno de los deberes formales en el que todos los sujetos pasivos dedicados a la actividad turística señalada en la Ley orgánica de Turismo, y como puede observarse el 80,77% cumple con esta inscripción y un 19,23% no lo está; sin embargo no es así con la licencia de turismo, otro deber formal exigido por la Ley, por cuanto solo un 60,26% cumplen con ello, pregunta que corresponde al gráfico 19.

Posteriormente, en el gráfico 21, da la interpretación que de los 78 contribuyentes que tienen un conocimiento más amplio con respecto a la Ley Orgánica de Turismo, el publicar en un lugar visible las tarifas por los

servicios que prestan y las normas aplicables para la prestación del servicio, el 83,33% y el 80,77% cumple con ello respectivamente.

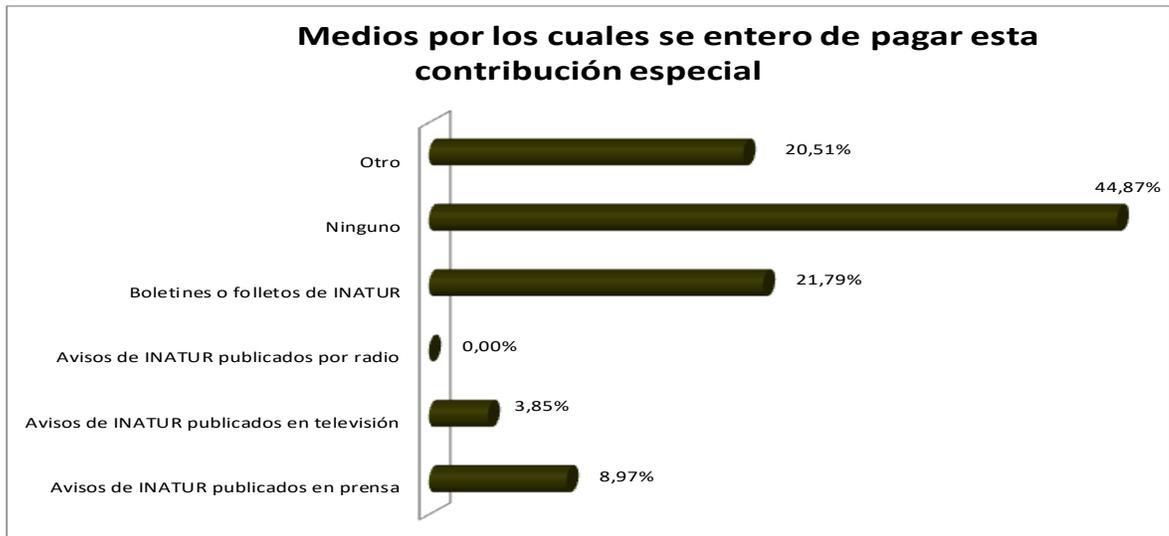
Por último, con respecto a los requisitos que debe cumplir todo el sector turístico, como mantener en el establecimiento el libro de sugerencias y reclamos visibles para su clientela, es notable que en el gráfico 23 un 33,33% no cumple con este deber y el 66,67% si lo tienen a la vista, esto a simple interpretación refleja que los esfuerzos por parte del INATUR no han sido los suficientes para que todo contribuyente que está sujeto a la Ley Orgánica de Turismo cumpla con ella.

Gráfico 12 ¿Por cuál de las siguientes razones usted paga la contribución especial?



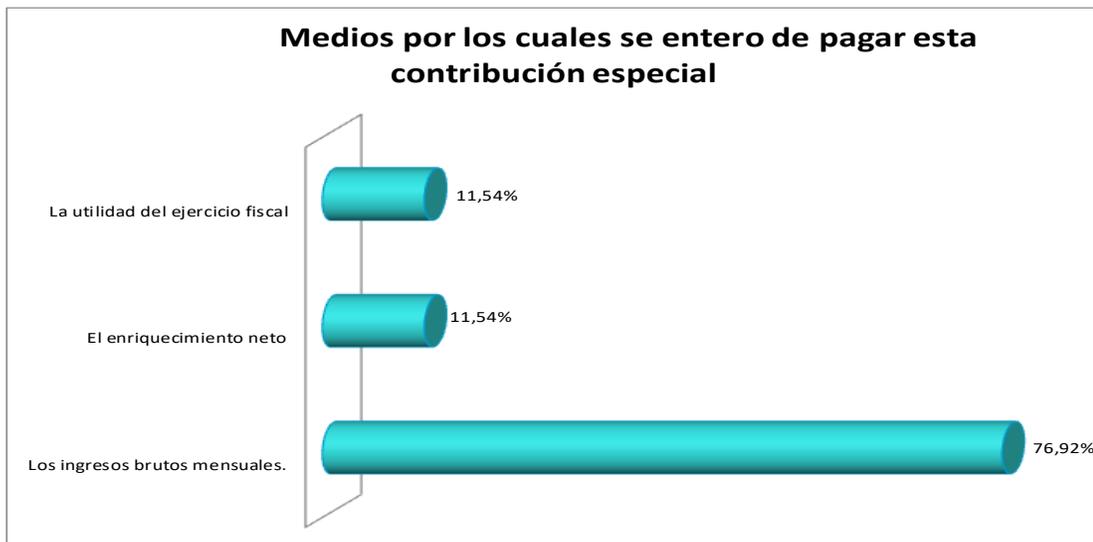
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 13 ¿A través de que medio se enteró que debe pagar esta contribución especial?



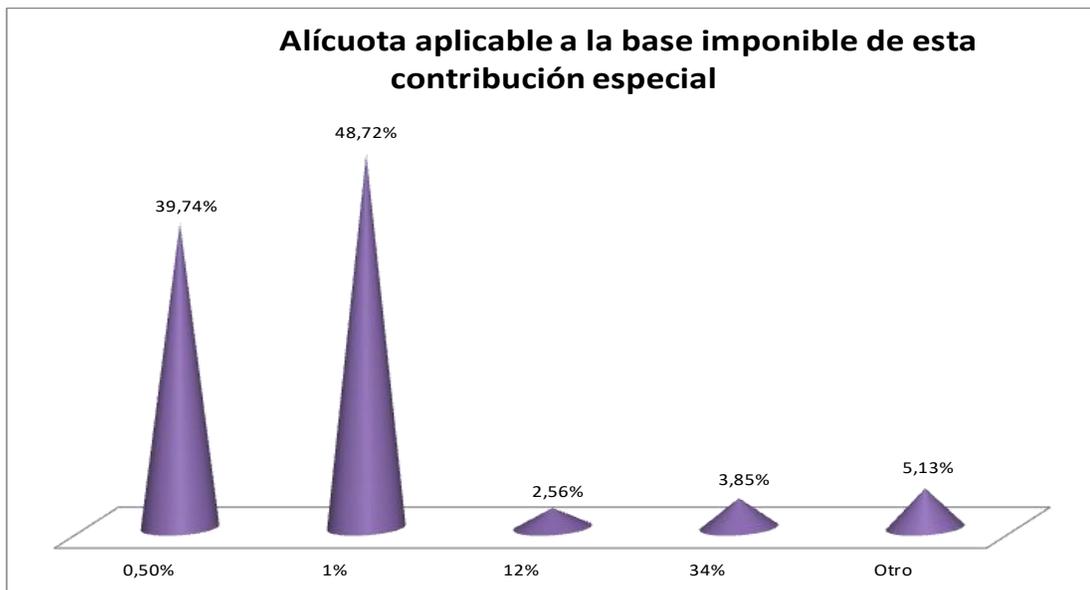
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 14 ¿Qué se toma como base imponible para el cálculo de esta contribución especial?



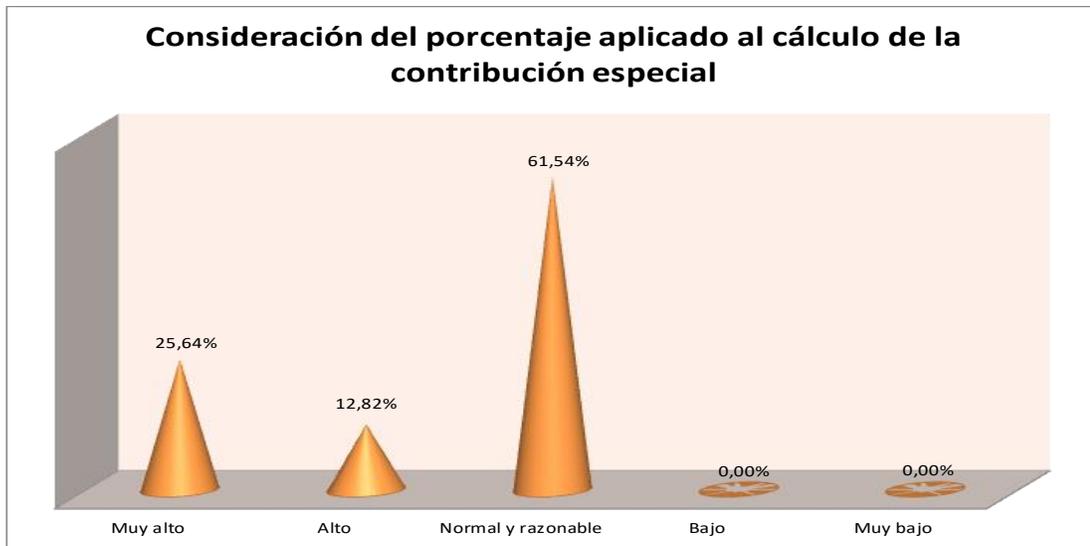
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 15 ¿Qué alícuota se aplica a la base imponible de esta contribución especial?



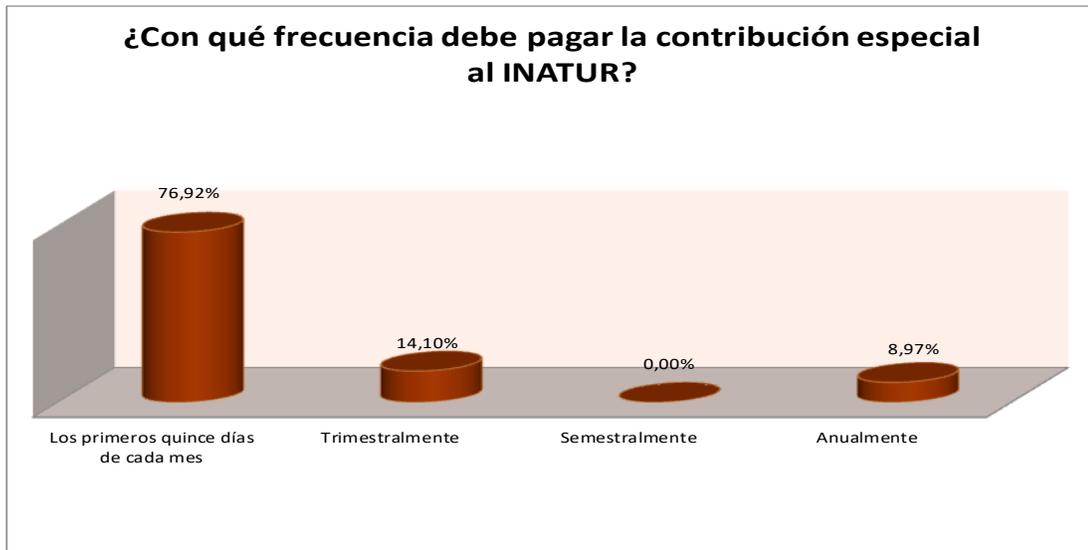
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 16 ¿Considera usted que el porcentaje aplicado al cálculo de la contribución especiales?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 17 ¿Con qué frecuencia debe pagar la contribución especial al INATUR?



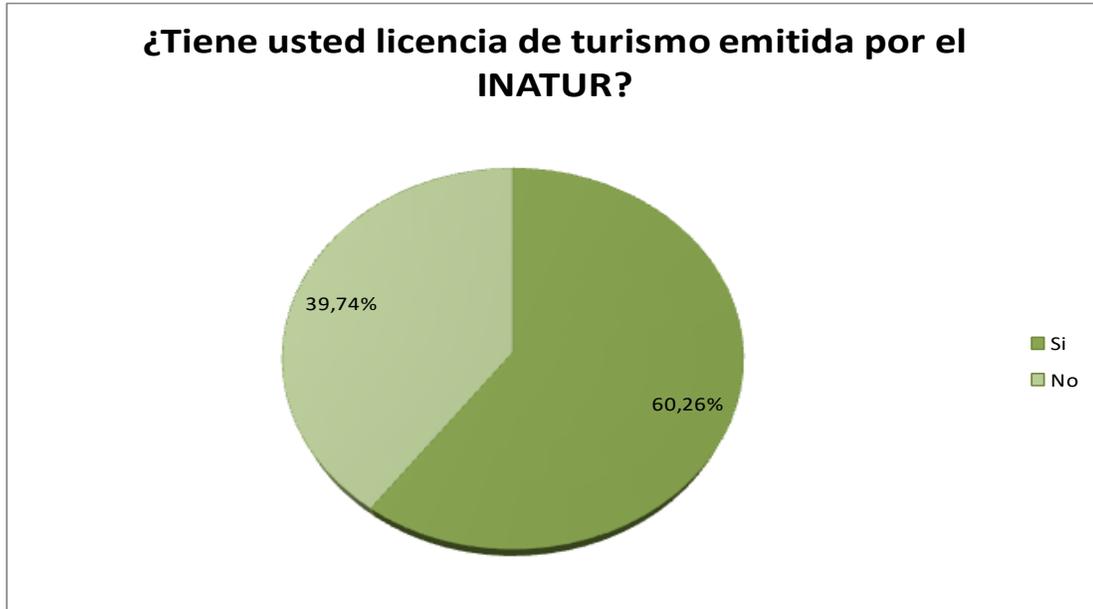
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 18 ¿Está usted inscrito en el Registro Nacional de Turismo RTN?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 19 ¿Tiene usted la licencia de turismo emitida por el INATUR?



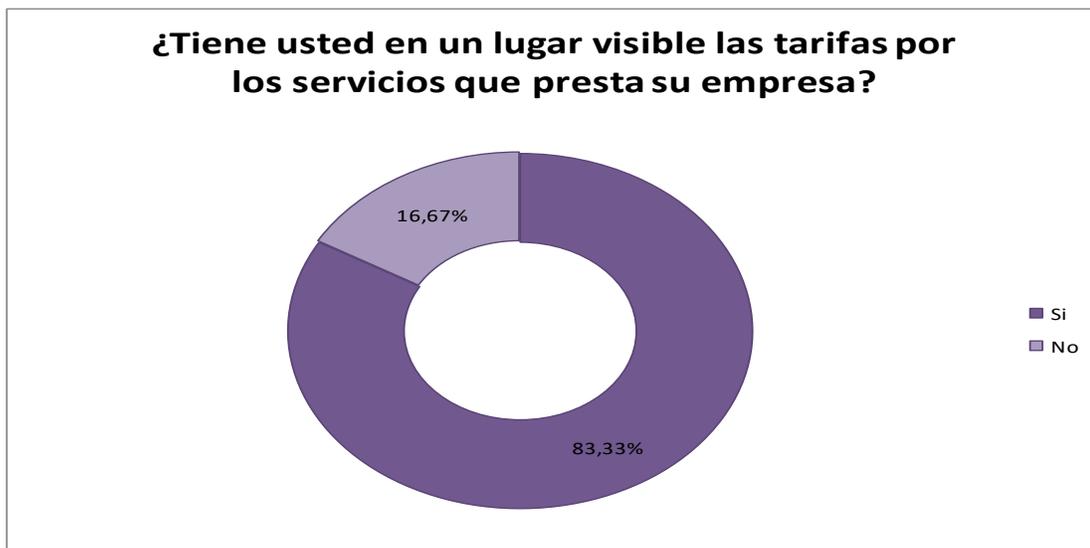
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 20 ¿Sabe con qué frecuencia hay que renovar la licencia de turismo?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 21 ¿Tiene usted en un lugar visible las tarifas por los servicios que presta su empresa?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 22 ¿Tiene usted en un lugar visible las normas aplicables para la prestación del servicio?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 23: ¿Tiene usted en su establecimiento el Libro oficial de Sugerencias y Reclamos que este visible y disponible para los turistas y visitantes?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Análisis de los resultados.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, los cuales se reflejan en el gráfico 24, el 75% de los encuestados coincidieron que el INATUR, como ente recaudador no se ha encargado de fomentar la cultura tributaria, debido que no ha podido llegar a toda la población del sector turístico de San Cristóbal y de igual manera consideran que sus esfuerzos son insuficientes porque la información no es concebida en su totalidad por los funcionarios, situación que puede afirmarse al observar la cantidad de contribuyentes que no cumplen con los deberes formales y materiales establecidos en la Ley Orgánica de Turismo.

Ahora bien, es significativa la importancia que tiene los índices macroeconómicos en estos tiempos, por lo cual todo sector económico de un país debe tener puesta la mirada en ellos, y de esta forma, el sector turístico en el gráfico 25 a apreciado al PIB de una manera negativa, por lo que en la gráfica un 64,29% considera que el país está en bajo rendimiento económico

y no produce lo suficiente para abastecer el mercado nacional y como resultado una escasez galopante y por consiguiente las arcas de los contribuyentes son afectadas por la alta carga tributaria.

En el orden de las ideas anteriores, la devaluación de la moneda es un índice en el que los contribuyentes consideran como el de mayor significancia por cuanto ha ocasionado un aumento de sus costos y disminución en la ganancia, tanto así que el 90,18% (gráfico 26) de los encuestados coincidieron en que la pérdida de valor de la moneda están afectando sus negocios. En este mismo orden y dirección, el gráfico 27 refleja que el 87,50% de los encuestados afirmaron que el control cambiario no es una buena política económica por parte del Estado para impulsar para impulsar al sector turístico.

Hay otro aspecto entre tantos, puesto que el gráfico 28 interpreta que la inflación también afecta el cumplimiento de la Ley Orgánica de Turismo en el sector turístico, por cuanto el 73,12% de los contribuyentes interrogados indicaron que los altos niveles de inflación es una amenaza para sus negocios y mayor aun cuando sus costos y gastos son controlados por el INATUR, ocasionando pérdidas contables y financieras, por cuanto en el gráfico de el gráfico 29, un 83,04% no considera apropiada la Ley Orgánica de Precios Justos en estos momentos por los cuales el país atraviesa una situación económica muy grave.

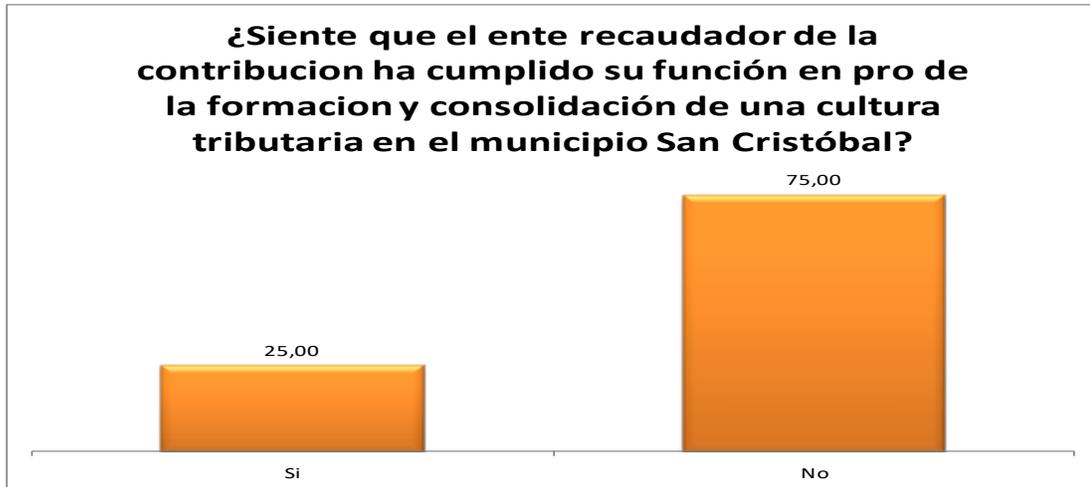
Y por otra parte, se puede observar en el gráfico del gráfico 30 que específicamente el 72,32% de los contribuyentes percibe que el dinero recaudado por el pago de esta contribución especial no se ve reflejado en la actualidad en obras ni mejoras de servicios como lo establece el objetivo de la Ley Orgánica de Turismo, lo cual es causa de que el sujeto pasivo aun cuando conozca de la norma, no siente motivación alguna por contribuir con

las arcas del Estado, mientras que por otro lado el 27,68% restante no comparte esa percepción.

Como resultado de esto, el 26,79% de los consultados como se refleja en el gráfico 31, coinciden en que el dinero recaudado por medio de la contribución especial debe ir destinado a la seguridad, un 22,32% afirman que en salud y de la misma manera en vialidad, un 9,82% en aseo urbano, el 8,93% de los contribuyentes coinciden en que deber ser en educación, el 1,79% en vivienda y un 8,04% en otros servicios.

Hechas las consideraciones anteriores, del gráfico 32 el 68,75% de los contribuyentes consideran el servicio de seguridad entre muy malo y mal, y el resto de los interrogados que representa 31,24% tiene una apreciación positiva sobre este servicio. Seguidamente está el servicio del agua que presta el Estado, 83,93% de los encuestados coinciden en que es bueno aunque podría ser mejor. Posteriormente en el servicio de electricidad predominan dos porcentajes similares pero opuestos, por lo que el 33,93% de esta población considera regular el servicio mientras que el 34,82% lo considera malo. Y por último, los contribuyentes se encuentran satisfechos con el servicio del transporte público por lo cual un 42,86% de la población coincide que es regular, pero que debería ser mejorado o ser más eficiente dado que el 37,50% de los contribuyentes estiman el servicio entre malo y bueno.

Gráfico 24 ¿Siente que el ente recaudador de la contribución ha cumplido su función de órgano divulgativo en pro de la formación y consolidación de una cultura tributaria en el municipio San Cristóbal?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

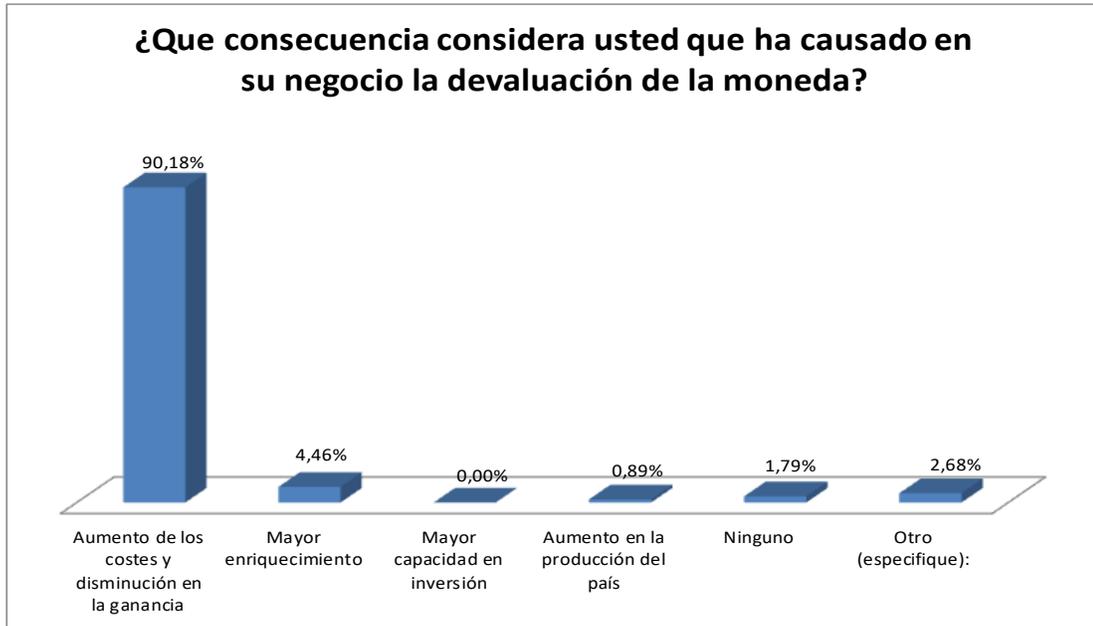
Gráfico 25

A su criterio ¿Considera que el Producto Interno Bruto, conocido como el valor de los bienes y servicios finales producidos en un país durante un período determinado, incide en el pago de la contribución especial pactada en la Ley Orgánica de Turismo?



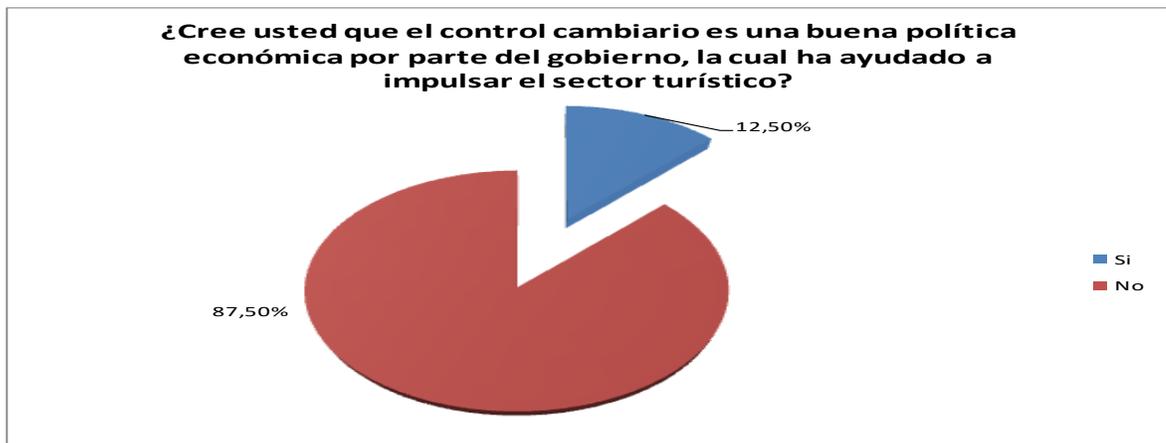
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 26 ¿Qué consecuencia considera usted que ha causado en su negocio la devaluación de la moneda?



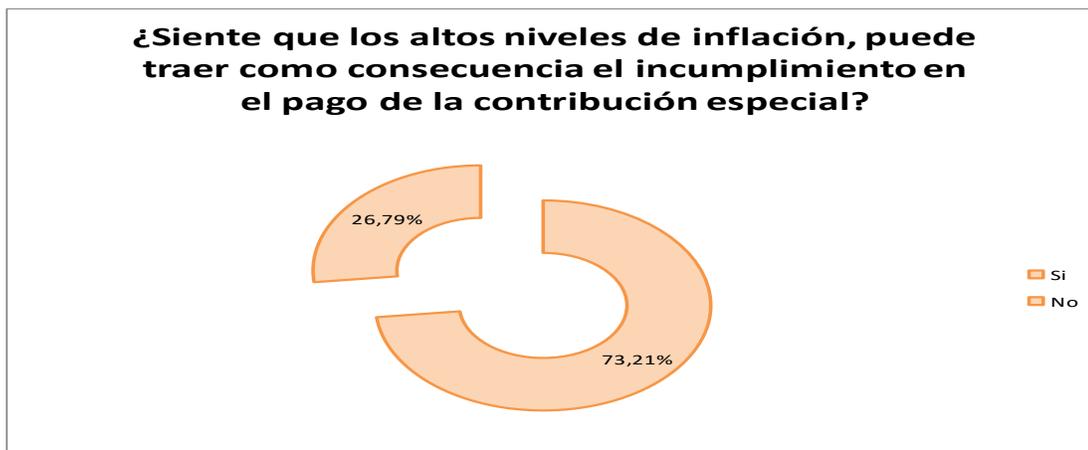
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 27 ¿Cree usted que el control cambiario es una buena política económica por parte del gobierno, la cual ha ayudado a impulsar el sector turístico?



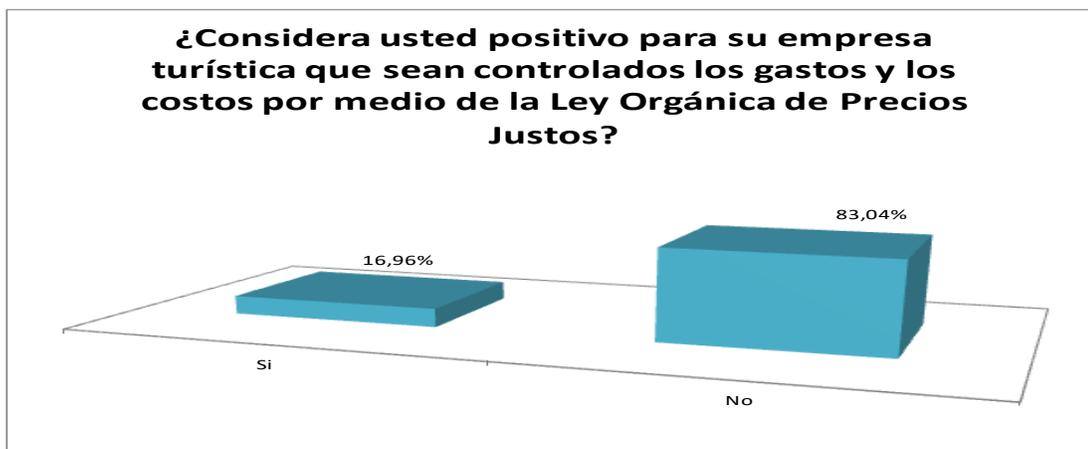
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 28 ¿Siente que los altos niveles de Inflación, definido como un fenómeno caracterizado por el aumento continuo y generalizado de los precios de bienes y servicios que se comercializan en la economía que tiene un país, puede traer como consecuencia el incumplimiento en el pago de la contribución especial?



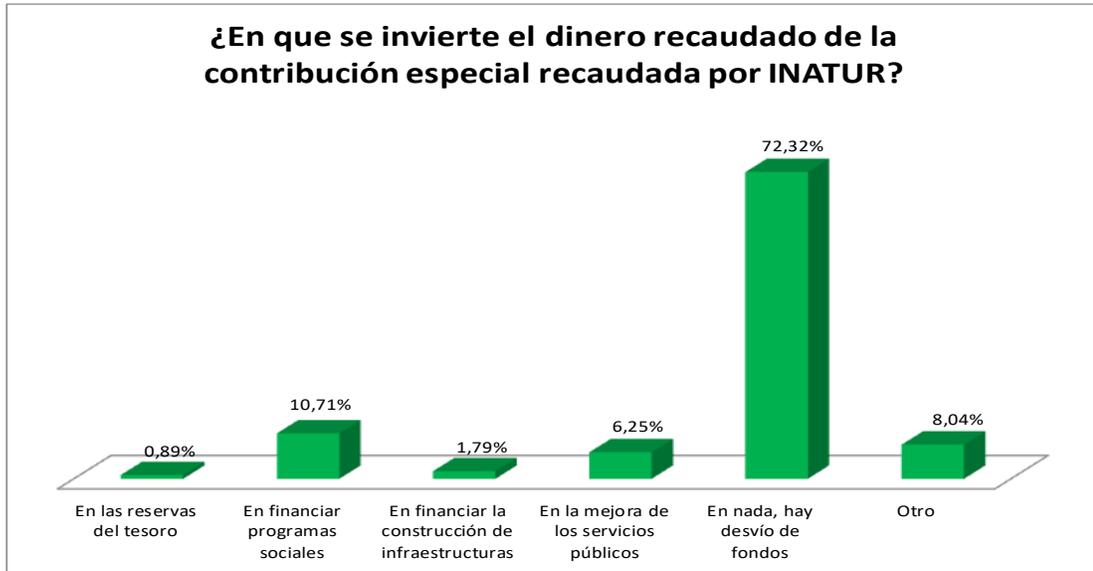
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 29 ¿Considera usted positivo para su empresa turística que sean controlados los gastos y los costos por medio de la Ley Orgánica de Precios Justos?



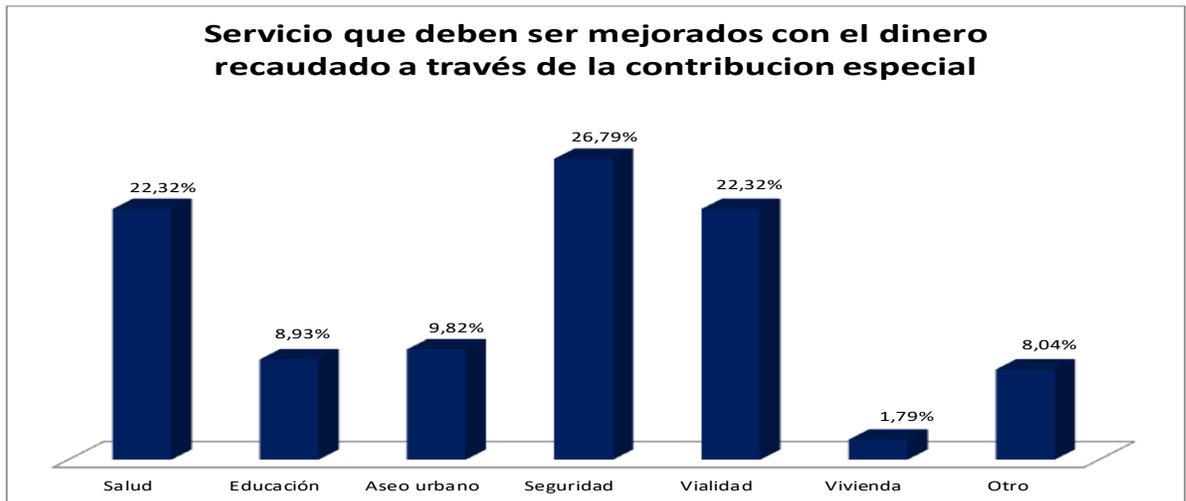
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 30 A su criterio: ¿En qué se invierte el dinero recaudado de la contribución especial recaudada por INATUR?



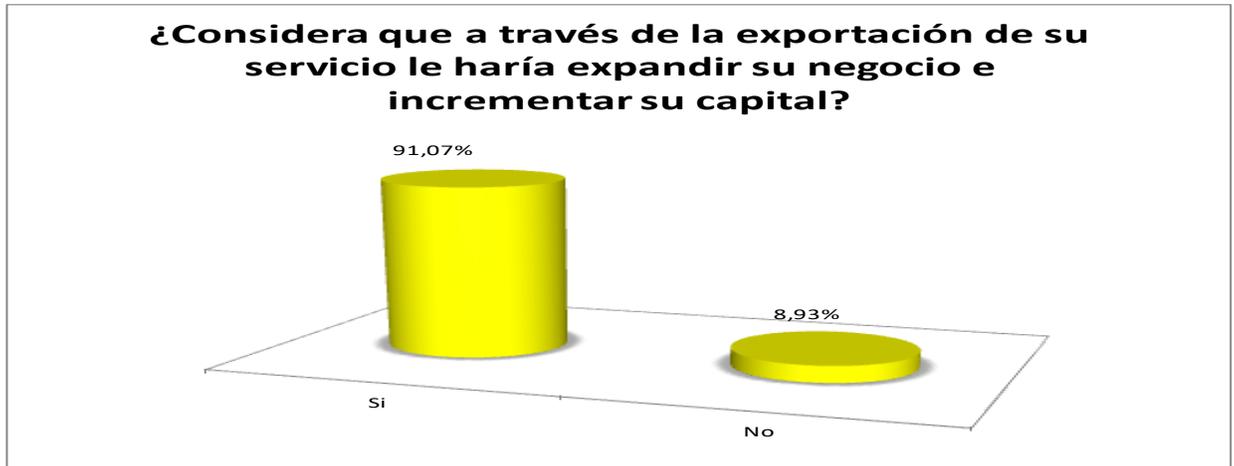
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 31 ¿Cuál de los siguientes servicios considera usted que deberían mejorarse con el dinero recaudado a través de la contribución especial?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 32 A su criterio ¿Considera que a través de la exportación de su servicio, es decir, que a nivel internacional sus servicios sean reconocidos le haría expandir su negocio e incrementar su capital?



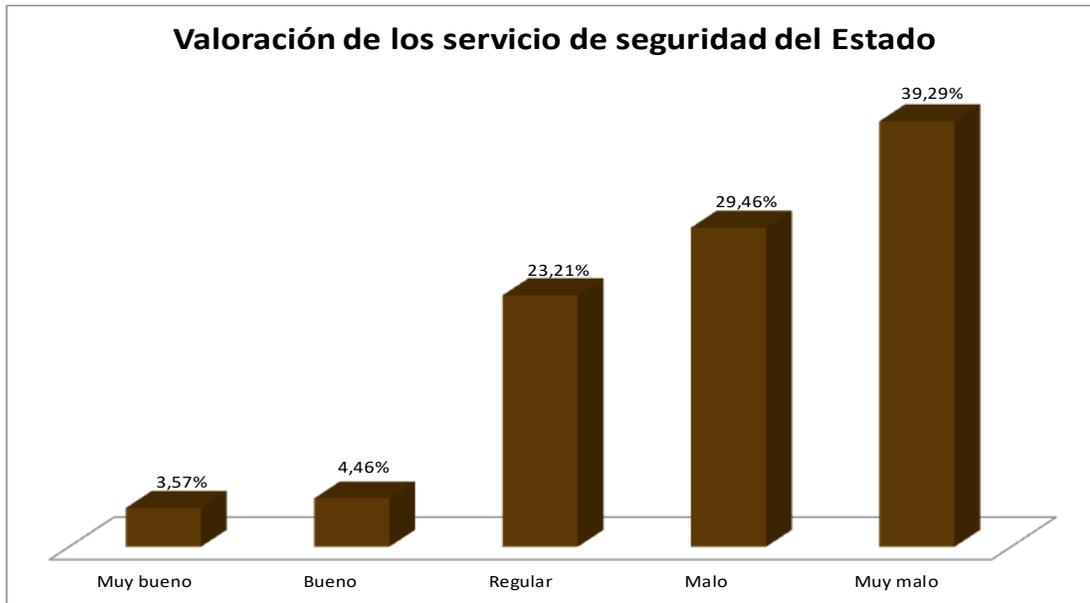
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 33 A su criterio ¿Considera que a través de importaciones efectivas y oportunas para adquirir productos le ayudarían a mejorar sus servicios en el turismo?



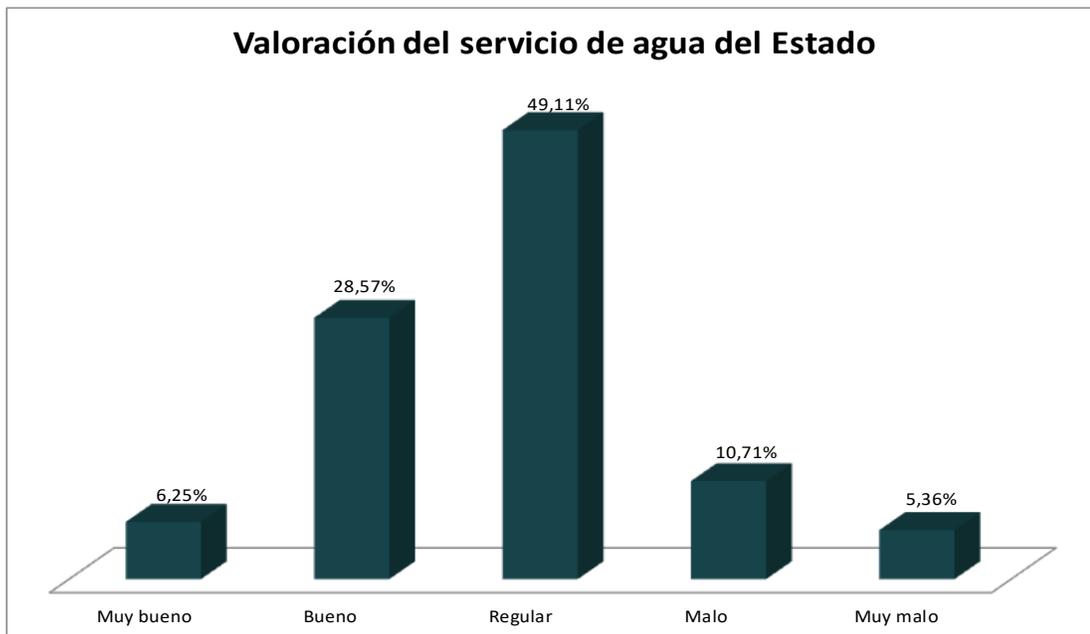
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 34 ¿Cómo valora usted los servicios de seguridad del Estado?



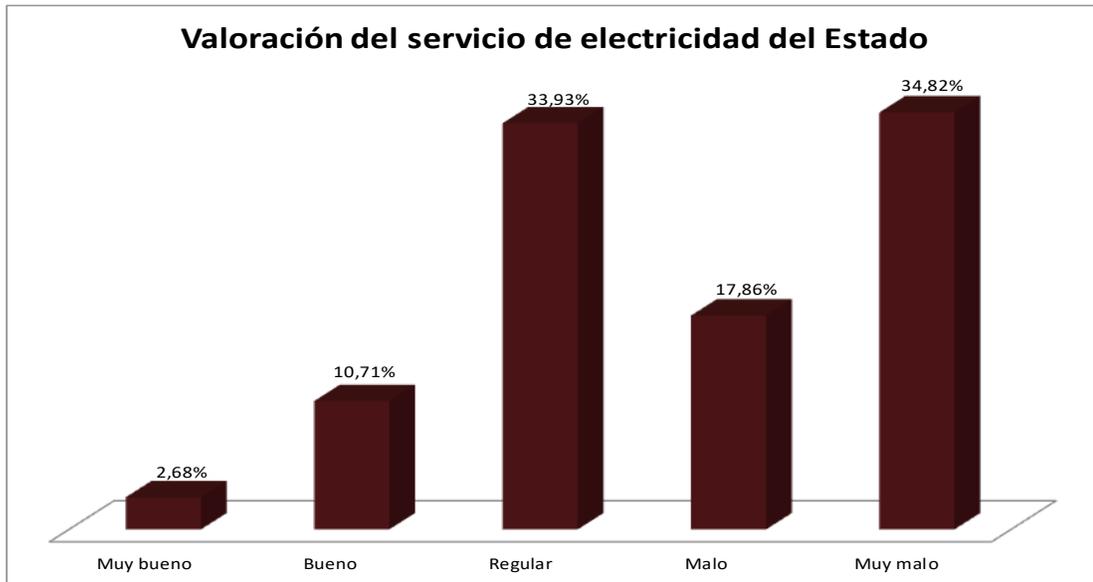
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 35 ¿Cómo valora usted el servicio de agua del Estado?



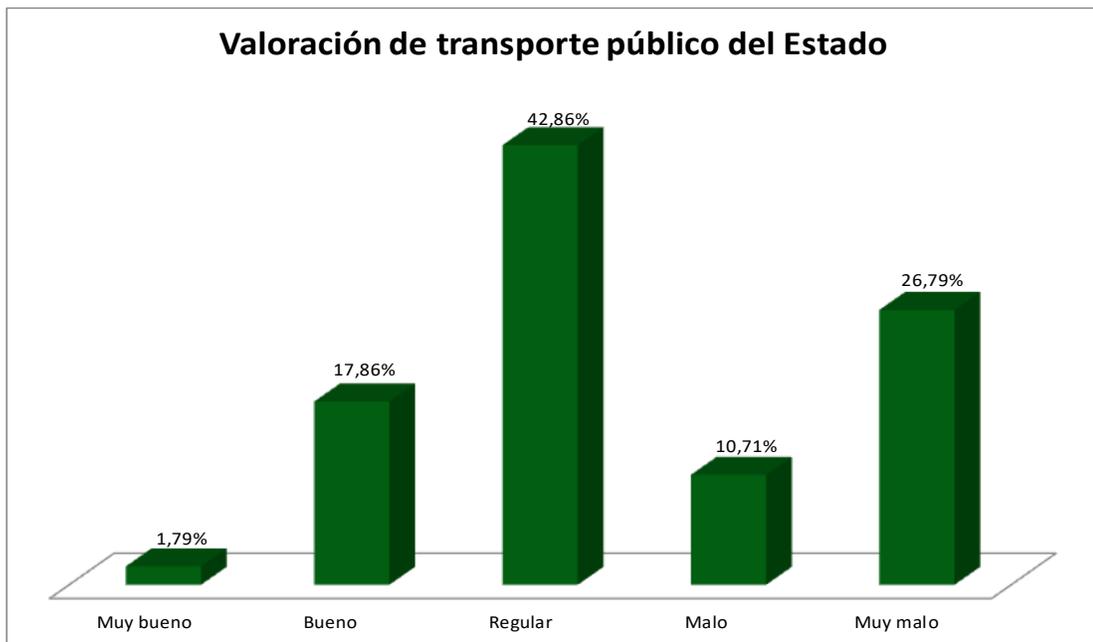
Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 36 ¿Cómo valora usted el servicio de electricidad del Estado?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

Gráfico 37 ¿Cómo valora usted el servicio de transporte público del Estado?



Fuente: Pedro Castañeda (2014)

CAPÍTULO IV

ESTRATEGIAS QUE PERMITEN DESARROLLAR LA CULTURA TRIBUTARIA

En Venezuela es necesario seguir desarrollando estrategias que difundan conocimientos tributarios, el cual tengan como objetivo principal transmitir valores y actitudes positivas al cumplimiento voluntario y opuestos a las conductas evasivas, elusivas y defraudadoras, por ello, dicha difusión de conocimientos se debe centrar en educar una responsabilidad social.

Para mejor entender cómo aplicar estrategias, debe saberse la definición de estrategia, que no es más que medios por los cuales cualquier organización pretende alcanzar sus objetivos a través del equilibrio entre los recursos, destrezas, oportunidades y amenazas que se les presenten y los propósitos que deseen cumplir.

Thompson A (1997). define la estrategia como “el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizativos y para luchar por la misión de la organización”¹⁰⁸.

Ahora bien, la estrategia debe tener como característica principal una clara visión de futuro, que establezca la posición que se desea llegar. Sin embargo, no es sinónimo de lograr los resultados esperados.

Ahora bien, la planeación debe ir acompañada de la estrategia, por lo que esta última para la administración, es la adaptación de recursos y habilidades de la organización, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas. En otras palabras, es abordar la dirección hacia la cual debe dirigirse la organización.

¹⁰⁸ THOMPSON, A. (1997) *Dirección y administración estratégicas*. México. Editorial McGraw-Hill, p. 7.

De ahí que la planeación estratégica se puede definir como una herramienta que permite a las organizaciones conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación y que está orientada al logro de los objetivos institucionales de la empresa, teniendo como elemento fundamental la efectividad y la operacionalización de todo plan.

Sin embargo, debe entenderse que la planeación estratégica no persigue el fin de tomar decisiones futuras, no pronostica hechos que van a ocurrir, ni tampoco planes que sirvan de molde para usarse diariamente sin cambiarlos en el futuro lejano; sino que es un conjunto de planes funcionales para guiar un organismo durante un tiempo a través de su medio ambiente, para lograr las metas dedicadas.

Formulación de la estrategia

Thompson A.¹⁰⁹, expone que la formulación de una estrategia, es como todo proceso, solo que este incluye la aceptación de riesgos, la aventura, la creatividad organizacional y una amplia visión para detectar oportunidades y así crear un plan de acción dinámico que pueda dar lugar a una ventaja sostenible en el mediano y largo plazo, dicha formulación requiere de toma de decisiones que una vez realizadas se ejecuta a los objetivos establecidos.

Por consiguiente, cabe decir que las estrategias de aprendizaje según Silvestri y Silvestri (2011)¹¹⁰, son acciones o procedimientos que pueden incluir varias técnicas o actividades que persiguen un propósito determinado, este es el aprender y solucionar los problemas académicos. Esto se hace con un fin intencional y deliberado, el cual tiene como objetivo tomar

¹⁰⁹ THOMPSON, A. (1997) *Dirección y administración estratégicas*. México. Editorial McGraw-Hill.

¹¹⁰ SILVESTRI CARLOS Y SILVESTRI KARIN (2011). Estrategias de aprendizaje de la cultura tributaria en el marco de los estudios a distancia. Revista electrónica Jornadas Internacionales [revista en línea], fecha de consulta: 06 de Agosto de 2013, disponible en: http://sed.luz.edu.ve/jornadas/wp-content/uploads/ESTRATEGIASDE-APRENDIZAJE-DE-LA-CULTURA-TRIBUTARIA_C_SILVESTRI_K_SILVESTRI.pdf

decisiones acertadas que pretendan conseguir el estado motivacional y afectivo hacia el aprendizaje.

Por esta razón, se requiere de un conjunto de estrategias enfocadas en emprender un proceso educativo dirigido a crear conciencia tributaria sólida y fomentar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias. Dichas estrategias puede aplicarse como un modelo en el que se combine la enseñanza presencial con la tecnología no presencial.

En este sentido las estrategias planteadas son de aprendizaje, entre las cuales se tienen: de elaboración; organización; planificación, regulación, dirección y regulación; evaluación y apoyo.

Para ello, la formulación estratégica debe seguir un proceso, el cual está descrito de la siguiente manera:

Análisis del entorno

Es un proceso que debe realizarse de forma indispensable para la gerencia estratégica, por lo que tiene como objetivo revelar las oportunidades que pueden beneficiar y detectar las amenazas que se deberían evitar en una organización.

Para Garrido S. (2006)¹¹¹, analizar el entorno requiere de elegir los factores claves que inciden en relación con la empresa u organización, considerando los cambios que tengan dichos factores y que cada organización o empresa, en función de su actividad tenga sus propias implicaciones estratégicas. En ese mismo sentido, señala que “estos factores, que pueden verse como oportunidades y amenazas los clasifica en

¹¹¹ GARRIDO S. (2006). *Dirección estratégica*. Madrid. Editorial McGraw-Hill.

cuatro tipos: económicos, sociales, demográficos y culturales, factores políticos y legales y factores tecnológicos y de infraestructura”¹¹².

Cabe agregar, que el éxito de la planeación estratégica parte de entender el entorno en que se mueve la organización, y si al escudriñar y evaluar estas fuerzas externas es posible desarrollar una estrategia que permita reaccionar con anticipación.

Análisis FODA

Este análisis surge como consecuencia de la aplicación de la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es un método el cual está diseñado para ayudar a la gerencia estratégica en capacitar a la organización para desenvolverse en su medio que lo rodea, además permitirá formular estrategias para aprovechar las fortalezas de la organización y a su vez utilizar a tiempo las oportunidades, anticiparse al efecto de las debilidades y amenazas.

En ese mismo sentido, Fred R. David (2008), coinciden en que “la matriz FODA es de gran importancia para la empresa, le ayuda a conocer el comportamiento de los diferentes factores que la integran y su situación actual”¹¹³. Y al conocer los elementos internos y externos de las empresas u organizaciones, se asegura que la aplicación del análisis FODA, constituye una importante herramienta administrativa, que permite establecer medidas correctivas y establecer nuevas estrategias.

Finalmente con una misión clara, una visión panorámica, un profundo análisis del entorno que rodea a la organización y aplicando el método del FODA, se podrá establecer una acción planificada, cuyo objetivo debe

¹¹² GARRIDO S. (2006). *Dirección estratégica. Ibid.* p. 107.

¹¹³ FRED R. D. (2008) “Conceptos de Administración Estratégica”. Venezuela. Editorial PEARSON Educación. p.221.

alinear los recursos y potencialidades de una identidad organizacional para el logro del objetivo planteado inicialmente.

Para efectos de este trabajo de investigación, el planteamiento de la estrategia, de establecer una cultura tributaria en el sector turístico de San Cristóbal con respecto a la Ley Orgánica de Turismo; deben estar enfocadas en satisfacer las necesidades del sector turístico. En otras palabras, estrategias que estén orientadas al logro voluntario de las obligaciones tributarias con base en principios, valores y actitudes congruentes con el deber ciudadano de contribuir a que el Estado Venezolano representado por el INATUR cumpla con sus fines constitucionales. Adicionalmente como beneficio reducir la probabilidad de sanciones por parte del Estado en el momento de una fiscalización por parte del ente, es decir INATUR.

Por esta razón, las estrategias que se van a aplicar en el aprendizaje en materia de cultura tributaria, deberán generar conocimientos, valores sociales que conlleven al contribuyente a cumplir con sus deberes tributarios, y de la misma forma exigir sus derechos.

Para ello es necesario el desempeño del Estado, el cual tenga como objetivo la transparencia, la justicia social, la igualdad, la equidad, la honestidad, vocación de servicio, entre otros, porque de esa manera el contribuyente cumplirá voluntariosamente con sus obligaciones tributarias y no de una forma coercitiva, por temor a la sanción. Y de esta forma estaríamos en presencia de un posible desarrollo de una verdadera cultura tributaria.

Por todo lo antes comentado, se hace la salvedad que en la presente investigación se pretende dar un aporte al ente recaudador (INATUR), que le permita mejorar su indicador de recaudación el cual va de la mano con promover el desarrollo de la cultura tributaria por parte de los contribuyentes. Para ello, se hace un análisis FODA (fortalezas, debilidades, amenazas y

oportunidades) para el ente recaudador; para así, tener un punto de partida para la formulación de estrategias para promover la referida cultura tributaria.

Diseño de la estrategia

a) Formular la misión

La estrategia a generar debe tener como objetivo lo siguiente:

1. Fortalecer la cultura tributaria del sector turístico, de acuerdo al cumplimiento de la Ley Orgánica de Turismo en el municipio San Cristóbal, tanto del departamento administrativo como de su personal obrero.
2. Motivar al sector turístico del Municipio San Cristóbal a ser oportuno en el tiempo establecido con respecto al pago del tributo exigido por la Ley Orgánica de Turismo.
3. Reducir la probabilidad de penalización por parte de INATUR, tanto de la empresa como persona jurídica y del personal administrativo como responsable.

b) Formular la visión

1. Desarrollar en el sector turístico de San Cristóbal todas sus capacidades en el conocimiento de la Ley Orgánica de Turismo.
2. Expresar en excelencia de un modo responsable y ético, los conocimientos adquiridos en relación a la Ley Orgánica de Turismo.

c) Análisis del entorno

1. Escaso conocimiento de los contribuyentes con respecto a la Ley Orgánica de Turismo
2. Negligencia en el cumplimiento de deberes materiales

3. Insuficiente conciencia de las posibles multas a las que puede estar sujetos el sector turístico por parte del ente competente (INATUR).
4. Una administración tributaria ineficaz y corrupta por parte del Estado.

d) Análisis FODA del caso objeto de estudio

Cuadro 2: Matriz FODA del caso objeto de estudio

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de los contribuyentes del Municipio San Cristóbal. • Medios de promoción y difusión. • Recaudación con gastos mínimos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escaso conocimiento de la Ley Orgánica de Turismo. • Dificultades al momento de realizar gestiones relacionadas a la Ley Orgánica de Turismo. • Servicio de baja calidad en la automatización del sistema tributario INATUR.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Intento por parte del Estado de crear cultura tributaria. • Dar información oportuna. • Aplicación de sanciones y multas. • Incrementar los ingresos propios del INATUR, en beneficio de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Una administración tributaria ineficaz e inefectiva. • Disminución de los ingresos propios. • Atraso en las mejoras de inmuebles urbanos. • Mantener la evasión del impuesto a pagar.

e) Estrategias para desarrollar la cultura tributaria

El principal objetivo es la de proporcionar información específica y fidedigna para así poder aplicar las medidas preventivas o correctivas, según sea el caso. Por consiguiente la anterior matriz muestra en conjunto las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas.

En este sentido, dentro del INATUR deberá incorporarse un departamento dedicado a la gestión tributaria, en el cual deberán organizar planes, proyectos y metas a nivel de jornadas de recaudación, y a su vez modernizar y actualizar la base de datos de los contribuyentes del Municipio San Cristóbal. Al mismo tiempo mejorar la atención al usuario y dar información oportuna relevante a los deberes formales y materiales establecidos en la Ley Orgánica de Turismo.

Actualmente INATUR no ha utilizado medios de promoción y difusión, por cuanto es necesario difundir toda información necesaria para que el contribuyente del sector turístico conozca en plenitud sus deberes establecidos en dicha ley y por ello se debe organizar para capacitar al personal completamente y así obtener buenos resultados en proceso de recaudación. Pero tomando en cuenta que este aumento de ingresos propios deberá ir destinados para las mejoras de inmuebles urbanos, bienes y servicios con el fin de que los contribuyentes se motiven a contribuir y dejen de evadir, pues de esta manera los resultados en la gestión administrativa serán positivos.

Como consecuencia de estas estrategias, seguidamente se debe diseñar planes de fiscalización y en el caso de que aun los contribuyentes no cumplan con lo establecido en la norma, deberá aplicarse sanciones y multas.

Conclusiones

La presente investigación ha buscado examinar uno de los temas más relevantes hoy en día para la educación y la economía como lo es la cultura tributaria, luego del análisis realizado a los resultados del instrumento aplicado a los sujetos pasivos del sector turístico del municipio San Cristóbal se llegaron a las siguientes conclusiones:

1. Considerando los resultados reflejan que los valores de la cultura tributaria, aún no ha sido abordado provechosamente a nivel teórico ni práctico por los contribuyentes del Municipio San Cristóbal, por cuanto no tienen un sentido de compromiso con el pago de la contribución especial ni con los deberes formales que establece la Ley Orgánica de Turismo, pues su obligación no está arraigada como algo inherente a su ciudadanía, lo que lleva a inferir que carecen de una cultura que les haga concientizar el pago de su obligación tributaria.
2. Puesto que tienen una percepción negativa sobre el manejo del dinero que se recauda por el pago de dicho tributo, ya que observan que está siendo utilizado de manera incorrecta y desenfocado hacia el sector social. Y esto es muy lamentable pues es indispensable que los contribuyentes tengan fe en INATUR.
3. La poca cultura tributaria que poseen los contribuyentes de la ciudad de San Cristóbal en el sector turístico, no se debe a que las personas estén totalmente educadas y conscientes de cumplir con los deberes formales y materiales con respecto a la Ley Orgánica de Turismo de manera voluntaria, sino que se pudo comprobar en la investigación realizada, que los sujetos pasivos de cierta forma se sienten obligados a cumplir por las sanciones

en las que podrían incurrir por las infracciones de dicha ley, y de cierta forma esta forma de actuar es contraria a la formación cívica de la cultura tributaria, puesto que el contribuir con las cargas públicas es un deber de todo ciudadano.

4. El proceso de recaudación de los ingresos propios del INATUR, no es suficiente y por consiguiente se le hace difícil el cumplimiento de los compromisos con el sector turístico de este municipio.
5. El personal que trabaja en INATUR no cuenta en su totalidad con un personal capacitado y son insuficientes para desarrollar todas las actividades que allí se realizan, pues lo fundamental es que dicho ente público promueva e incentive el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los sujetos pasivos.

Recomendaciones

En función de los resultados obtenidos se recomienda lo siguiente:

1. En cuanto al proceso de recaudación, INATUR debe perfeccionar su proceso administrativo, prestándoles una amplia variedad de servicios para que obtengan herramientas e información, beneficiando al máximo los recursos disponibles, y en este caso, los tecnológicos, que sin duda redundan para el contribuyente y la autoridad fiscal, con la simplificación de procesos administrativos, de esta manera se facilita e incentiva el pago voluntario y oportuno por parte de los contribuyentes y de este modo tendrá más recursos económicos para invertir en proyectos de desarrollo local.
2. Capacitar con mayor frecuencia actividades destinadas a educar, difundir conocimientos e informaciones y orientaciones que cooperen a mejorar la cultura tributaria y cumplimiento voluntario por parte de los contribuyentes del sector turístico en el Municipio San Cristóbal con respecto a la Ley Orgánica de Turismo.
3. Fomentar entre el sector turístico la caracterización de los valores cívicos e individuales tales como responsabilidad, participación, honestidad, integridad, exigencia, reciprocidad, esfuerzo, eficiencia, solidaridad, trabajo, perseverancia, transparencia y respeto.
4. Llevar a la práctica las estrategias propuestas para fomentar la cultura tributaria en el sector turístico del municipio San Cristóbal.

Referencias bibliográficas

- ANZOLA A. (2010). Desarrollo humano, principio de corresponsabilidad y tecnologías de información y comunicación en Venezuela. *Revista científica Gestión y Gerencia* [revista en línea].
- ARCHIBALD, M. (1953). *Elementos de análisis económico*. México. Editorial Prentice-Hall.
- ARMAS, M. E Y DE EIZAGA, M. C. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *REDHECS: revista electrónica de humanidades, educación y comunicación social*. [Revista en línea], fecha de la consulta: 10 de julio de 2014.
- ATENCIO G., y AZUAJE M. (2008). Los principios de capacidad contributiva y progresividad en la imposición sobre la renta en Venezuela. *Revista de Ciencias Jurídicas* [revista en línea]. Fecha de consulta: 10 de julio de 2014.
- Banco Central de Venezuela. Disponible en www.bcv.org.ve.
- CABRERA D. y LLAMAS G. (1994). Los valores en el deporte. *Revista Complutense de Educación* [revista en línea], fecha de la consulta: 31 de julio de 2014.
- CALLEN T. (2008). ¿Qué es el producto interno bruto? *Revista de Finanzas y desarrollo: publicación trimestral del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial* [revista en línea].
- CASTILLO L.D., MORFFE M.A., ALBORNOZ N., MAZUERA R. *El Táchira en cifras 2013: vocación productiva, oferta de empleo y oferta en el nivel superior en el Estado Táchira*. Primera edición. Universidad Católica del Táchira, Táchira Venezuela, 2013.
- CASTRO J. (2009). Las variables macroeconómicas y la incidencia sobre los activos financieros y reales en las empresas venezolanas como elementos del costo. *Revista de Formación Gerencial* [revista en línea].
- CHICAS M., (2011). *Propuesta para crear una unidad móvil de capacitación como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Trabajo de grado de maestría publicada. Guatemala.

- CÓDIGO ORGÁNICO TRIBUTARIO. Gaceta Oficial N° 6.152, 18/11/2014. Base de datos de Ministerio del Poder Popular para el Turismo. [base de datos en línea].
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453 de fecha 24 de Marzo de 2.000).
- CORRAL L. (1995). El impuesto: un enfoque integrador. *Cuaderno de estudios empresariales* [revista en línea].
- CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA, N° C-132/09, 24-09-2009 (Contribución parafiscal) Bases de datos de la Corte Constitucional de Colombia. [base de datos en línea].
- Decreto con rango, valor y fuerza de la LEY ORGÁNICA DE TURISMO. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.152, del 18 de Noviembre de 2014.
- DUARTE D. (2012). *Estrategias de control interno para evaluar la gestión tributaria en empresa del sector construcción*. Trabajo de grado de especialización publicada. Universidad Católica del Táchira, Táchira, Venezuela.
- EL BANCO MUNDIAL. (BM) base datos del Banco Mundial. [base de datos en línea], fecha de consulta: 09 de agosto de 2014, disponible en: <http://www.bancomundial.org/es/country/venezuela>
- FRED R. D. (2008) "Conceptos de Administración Estratégica". Venezuela. Editorial PEARSON Educación.
- GÓMEZ L. Y MACEDO J., (2008). "La difusión de la cultura tributaria y su influencia en el sistema educativo peruano". *Revista electrónica Investigación Educativa*. [Revista en línea], fecha de consulta: 04 de Julio de 2013, disponible en http://200.62.146.19/bibvirtualdata/publicaciones/inv_educativa/2008_n21/a11v12n21.pdf
- GÓMEZ R. (2014). Integridad. *Cuadernos de bioética.com*. [Revista en línea].
- GUATEMALA. SISTEMA ADMINISTRATIVO TRIBUTARIO. Cultura tributaria. Fecha de la consulta: 09 de julio de 2013.
- HERNÁNDEZ R. (1998). La cultura tributaria frente a la cultura empresarial. *Revista de ciencias sociales*. [Revista en línea], fecha de la consulta: 31 de julio de 2014.

- HERNÁNDEZ S.R., FERNÁNDEZ C.C., y BAPTISTA L.P. (2010). *Metodología de la investigación*. Cuarta edición. Universidad Católica del Táchira, Táchira Venezuela.
- JHON SLOMAN. (1997). *Introducción a la Macroeconomía*. Madrid. Editorial PRENTICE HELL International.
- JIMENEZ, J. C. (2008). *El valor de los valores en las organizaciones*. Madrid. 3era edición. Editorial Reviews.
- LEÓN C. (2010). *Estrategias de cultura tributaria para los comerciantes de expendio de licores de la parroquia Ramón Ignacio Méndez del Municipio Barinas*. Trabajo de grado de especialización publicada. Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado, Barinas, Venezuela.
- MAYA F. y GUERRERO F. (2013). Consideraciones sobre la relación jurídica tributaria en Venezuela. *Revista de ciencias jurídicas*. [base de datos en línea].
- Ministerio del Poder Popular Para el Turismo. Disponible en www.mintur.gob.ve.
- MONCADA L. (2012). *Estrategias de gestión administrativos para la recaudación de los ingresos propios en la alcaldía del Municipio Uribante*. Trabajo de grado de especialización publicada. Universidad Católica del Táchira, Táchira, Venezuela.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (OMT) Base de datos de la Organización Mundial de Turismo. [base de datos en línea], fecha de consulta: 09 de agosto de 2014, disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-05-14/el-turismo-internacional-genera-14-billones-en-ingresos-derivados-de-export>
- PANAMÁ. CENTRO INTERAMERICANO DE ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS. Fecha de consulta: 9 de julio de 2013.
- PARIS. ORGANIZACIÓN PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA DE LAS NACIONES UNIDAS (UNESCO). Sectores de trabajo, líneas generales, cultura. Fecha de la consulta: 08 de Julio de 2013. Disponible en <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>.

- Reglamento parcial de la Ley Orgánica de Turismo publicado en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 36.607 según decreto N° 3.094 de fecha 21 de diciembre de 1998.
- RESOLUCIÓN 027 DEL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 40.423, de fecha 30 de Mayo de 2014
- RESOLUCIÓN 094 DEL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA EL TURISMO. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 40.272, de fecha 15 de Octubre de 2013.
- RODRIGUEZ G. (2001). *Boletín Mexicano de derecho comparado. Revista nueva serie año XXXIV*. [base de datos en línea].
- RUAN G. (2001). "Principios sustantivos en la Constitución de 1999". (Apud. ATENCIO G., y AZUAJE M. (2008). Los principios de capacidad contributiva y progresividad en la imposición sobre la renta en Venezuela. *Revista de Ciencias Jurídicas* [revista en línea].
- RUEDA N. (2011). La naturaleza económica del gasto público. *Revista electrónica eXtoikos*. [Revista en línea].
- Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT). Disponible en http://www.seniat.gob.ve/portal/page/portal/PORTAL_SENIAT.
- SILVESTRI CARLOS Y SILVESTRI KARIN (2011). Estrategias de aprendizaje de la cultura tributaria en el marco de los estudios a distancia. *Revista electrónica Jornadas Internacionales* [revista en línea].
- THOMPSON, A. (1997) *Dirección y administración estratégicas*. México. Editorial McGraw-Hill.
- TRIBUNAL SUPREMO DE JUSTICIA, N° 01415, 01-06-2006 (MAVESA, S.A). (TSJ) Bases de datos de Tribunal Supremo de Justicia. [base de datos en línea].

ANEXOS

Anexo N° 1: Validación de los instrumentos por el juicio de los expertos.

San Cristóbal, 28 de Julio de 2014

Ciudadana:

Lcdo. _____

Presente.-

Tengo el agrado de dirigirme a usted, con la finalidad de solicitarle formalmente la validación del instrumento que aplicaré en la recolección de información para elaborar mi Trabajo de Grado que lleva por título:

CULTURA TRIBUTARIA DEL SECTOR TURISTICO EN EL MUNICIPIO SAN CRISTÓBAL CON RELACIÓN AL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN LA LEY ORGÁNICA DE TURISMO

Como requisito exigido, para optar al Título de Especialista en Gerencia Tributaria, que otorga la Universidad Católica del Táchira (UCAT). Elaboré un instrumento tipo encuesta, dirigido a los prestadores de servicios en el sector turístico del Municipio San Cristóbal Estado Táchira. Anexo: Constancia de validación, tabla con criterios de evaluación, revisión y validación de los ítems; objetivos de Investigación, cuadro de Operacionalización de las variables y el instrumento (encuesta).

Agradeciendo de antemano su atención y colaboración.

Atentamente:

Lcdo. Pedro Alfonso Castañeda R.

C.I. V-18.392.670

Nº. Celular: 0416-5024606

e-mail: pedroc36@hotmail.com

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL TÁCHIRA
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
DIRECCIÓN DE POSTGRADO**

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Quién suscribe, _____, con título de:
_____, a través de la presente, manifiesto que he validado el modelo de cuestionario diseñado por el **Lcdo. Pedro Alfonso Castañeda Restrepo**, titular de la cédula de identidad N° **18.392.670**, estudiante de la Especialización en Gerencia Tributaria, en la Universidad Católica del Táchira, cuyo Trabajo tiene por objetivo: **CULTURA TRIBUTARIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO SAN CRISTÓBAL CON RELACIÓN AL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN LA LEY ORGÁNICA DE TURISMO.**

Considero que el cuestionario presentado: _____

En San Cristóbal a los, 02 días del mes de Octubre de 2013.

Firma del Experto

C.I. _____

Anexo Nº 2. Encuesta para los contribuyentes



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL TÁCHIRA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA TRIBUTARIA**

Estimado Contribuyente.-

Me dirijo a usted, con la finalidad de solicitar su colaboración para responder la presente encuesta sobre: “Cultura tributaria del Sector Turístico en el Municipio San Cristóbal con relación al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley Orgánica de Turismo”.

Sus respuestas representan un valioso aporte para la realización de mi trabajo especial de grado para optar al título: Especialista en Gerencia Tributaria en la Universidad Católica del Táchira (UCAT).

La información que suministre será anónima, utilizada con fines académicos y tendrá carácter confidencial, por tal motivo se le agradece la mayor sinceridad y objetividad al responder.

ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

- Debe escuchar cuidadosamente las preguntas planteadas y contestar con la mayor veracidad posible y en forma clara cada pregunta.
- Asegúrese de contestar todas las preguntas planteadas.
- Responder una sola opción.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

- 1.1- 18-30 1.2- 31-40 1.3- 41-50 1.4- 51-60
1.5- Más de 60

2. ¿Su grado de instrucción es?

- 2.1-Sin instrucción 2.2- Primaria 2.3-Secundaria
2.4- Universitaria 2.5- Postgrado

En caso de tener postgrado, indique cuál(es): _____

3. ¿Género?

- 3.1- Masculino 3.2- Femenino

4. ¿En qué tipo de clasificación se encuentra su empresa?

- 4.1- Hotel de Turismo
4.2- Motel de Turismo
4.3- Hospedaje o Pensión de Turismo
4.4- Posada de Turismo
4.5- Agencia de Turismo
4.6- Gastronomía
4.7- Otro: _____

Conocimientos (valores y creencias)

5. ¿Reconoce usted que existe una contribución establecida en Ley Orgánica de Turismo?

- 5.1- Total desconocimiento Pase a la preg.7
5.2- Desconocimiento Pase a la preg.7
5.3- Conocimiento
5.4- Total conocimiento

6. ¿Cumplen en la empresa con los deberes formales y materiales establecidos en la Ley Orgánica de Turismo, reglamentos y resoluciones?

- 6.1-Sí 6.2-No

En caso de ser afirmativa la respuesta pase a la pregunta 8

7. ¿Por qué no cumplen con los deberes formales y materiales?

- 7.1-Por desconocimiento (pase a la preg.28)
7.2-Por el alta carga impositiva a la cual están sometidas las empresas
7.3-Porque este tributo no es retribuido a los contribuyentes
7.4-Porque se disminuyen las utilidades de la empresa
7.5-Otro motivo: _____

8. ¿Paga usted la contribución establecida en la Ley Orgánica de Turismo?

- 8.1-Sí pase a la preg.10 8.2-No

9. ¿Por qué no paga la contribución establecida en la Ley Orgánica de Turismo?

- 9.1-Por desconocimiento
- 9.2-Por el alta carga impositiva a la cual están sometidas las empresas
- 9.3- Porque este tributo no es retribuido a los contribuyentes
- 9.4- Porque se disminuyen las utilidades de la empresa
- 9.5-Otro motivo: _____

10. ¿Considera usted que cumplir con el Estado es ser corresponsable con la sociedad?

- 10.1-Sí 10.2-No

Practicas (actitudes)

11. ¿Conoce en qué consiste la contribución especial destinada al Instituto Nacional de Turismo (INATUR)?

- 11.1-Sí 11.2-No

12. ¿Cuál es la institución encargada de recaudar la contribución especial?

- 12.1-SENIAT. 12.2-Banco 12.3-INATUR
- 12.4-Otro

13. ¿Ya canceló su empresa lo correspondiente de la contribución especial al INATUR?

- 13.1-Sí 13.2-No

En caso de responder no, explique ¿por qué? _____

14. ¿Por cuál de las siguientes razones usted paga la contribución especial?

- 14.1- Porque de no hacerlo me aplican sanciones
- 14.2- Porque es un deber
- 14.3- Lo hago de forma gustosa y voluntaria
- 14.4- Otro (especifique): _____

15. ¿A través de que medio se entera que debe pagar esta contribución especial?

- 15.1-Avisos de INATUR publicados en prensa
- 15.2-Avisos de INATUR publicados en televisión
- 15.3-Avisos de INATUR publicados por radio
- 15.4-Boletines o folletos de INATUR
- 15.5-Ninguno
- 15.6-Otro (especifique): _____

16. ¿Qué se toma como base imponible para el cálculo de esta contribución especial?

16.1-Los ingresos brutos mensuales.

16.2-El enriquecimiento neto

16.3-La utilidad del ejercicio fiscal.

17. ¿Qué alícuota se aplica a la base imponible de esta contribución especial?

17.1-0,5%. 17.2-.1%. 17.3-.12%. 17.4-.34%.

17.5-Otro (especifique): _____

18. ¿Considera usted que el porcentaje aplicado al cálculo de la contribución especial es?

18.1-Muy Alto 18.2 Alto 18.3-normal y razonable

18.4-Bajo 18.5-muy bajo

19. ¿Con qué frecuencia debe pagar la contribución especial al Instituto Nacional de Turismo (INATUR)?

19.1-Los primeros quince días de cada mes

19.2-Trimestralmente

19.3-Semestralmente

19.4-Anualmente

20. ¿Está usted inscrito en el Registro Nacional de Turismo RTN?

20.1-Sí 20.2-No

En caso de responder no, explique ¿por qué? _____

21. ¿Tiene usted la licencia de turismo emitida por el INATUR?

Sí No

En caso de responder no, ¿Por qué? _____

22. ¿Sabe qué frecuencia hay que renovar la licencia de turismo?

22.1-Cada año 22.2-Cada dos años

22.3-Cada 3 años

23. ¿Tiene usted en un lugar visible las tarifas por los servicios que presta su empresa?

23.1-Sí 23.2-No

En caso de responder no, explique ¿por qué? _____

24. ¿Tiene usted en un lugar visible las normas aplicables para la prestación del servicio?

24.1-Sí 24.2-No

En caso de responder no, explique ¿por qué? _____

25. ¿Tiene usted en su establecimiento el Libro oficial de Sugerencias y Reclamos que este visible y disponible para los turistas y visitantes?

25.1-Sí 25.2-No

En caso de responder no, explique ¿por qué? _____

26. ¿Siente que el ente recaudador de la contribución ha cumplido su función de órgano divulgativo en pro de la formación y consolidación de una cultura tributaria en el municipio San Cristóbal?

26.1-Sí 26.2-No

27. A su criterio ¿Considera que el Producto Interno Bruto, conocido como el valor de los bienes y servicios finales producidos en un país durante un período determinado, incide en el pago de la contribución especial pautaada en la Ley Orgánica de Turismo?

27.1-Sí 27.2-No

¿Por qué?: _____

28. ¿Qué consecuencia considera usted que ha causado en su negocio la devaluación de la moneda?

28.1- Aumento de los costes y disminución en la ganancia

28.2- Mayor enriquecimiento y crecimiento empresarial

28.3- Mayor capacidad en inversión

28.4- Aumento en la producción del país

28.5- Ninguno

28.6-Otro (especifique): _____

29. ¿Cree usted que el control cambiario es una buena política económica por parte del gobierno, la cual ha ayudado a impulsar el sector turístico?

29.1-Sí 29.2-No

¿Por qué? _____

30. ¿Siente que los altos niveles de Inflación, definido como un fenómeno caracterizado por el aumento continuo y generalizado de los precios de bienes y servicios que se comercializan en la economía. que tiene un país, puede traer como consecuencia el incumplimiento en el pago de la contribución especial?

30.1-Sí 30.2-No

En caso de responder no, explique ¿por qué? _____

31. ¿Considera usted positivo para su empresa turística que sean controlados los gastos y el costo de reposición no tomarse en cuenta por medio de la Ley Orgánica de Precios Justos?

31.1-Sí 31.2-No

En caso de responder si, explique ¿por qué? _____

32. A su criterio: ¿En qué se invierte el dinero recaudado de la contribución especial recaudada por Instituto Nacional de Turismo (INATUR)?

32.1-En las reservas del tesoro

32.2-En financiar programas sociales

32.3-En financiar la construcción de infraestructuras

32.4-En la mejora de los servicios públicos

32.5-En nada, hay desvío de fondos

32.6-Otro (especifique): _____

33. ¿Cuál de los siguientes servicios considera usted que deberían mejorarse con el dinero recaudado a través de la contribución especial?

33.1-Salud

33.2-Educación

33.3-Aseo urbano

33.4-Seguridad

33.5-Vialidad

33.6-Vivienda

33.7-Otro (especifique): _____

34. A su criterio ¿Considera que a través de la exportación de su servicio, es decir, que a nivel internacional sus servicios sean reconocidos le haría expandir su negocio e incrementar su capital?

34.1-Sí 34.2-No

35. A su criterio ¿Considera que a través de importaciones efectivas y oportunas para adquirir productos le ayudarían a mejorar sus servicios en el turismo?

35.1-Sí 35.2-No

En caso de responder no, explique ¿por qué? _____

36. ¿Cómo valora usted los servicios de seguridad del Estado?

36.1-Muy bueno

36.2-Bueno

36.3-Regular

36.4-Malo

36.5-Muy malo

37. ¿Cómo valora usted el servicio de agua del Estado?

37.1-Muy bueno

37.2-Bueno

37.3-Regular

37.4-Malo

37.5-Muy malo

38. ¿Cómo valora usted el servicio de electricidad del Estado?

38.1-Muy bueno

38.2-Bueno

38.3-Regular

38.4-Malo

38.5-Muy malo

39. ¿Cómo valora usted el servicio de transporte público del Estado?

39.1-Muy bueno

39.2-Bueno

39.3-Regular

39.4-Malo

39.5-Muy malo

Muchas Gracias por su valiosa colaboración.-

Nombre y apellido del encuestador:

Firma: _____

Fecha: _____

Anexo N° 3. Encuesta para el ente recaudador



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL TÁCHIRA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA TRIBUTARIA**

Estimado Fiscal y Recaudador.-

Me dirijo a usted, con la finalidad de solicitar su colaboración para responder la presente encuesta sobre: “Cultura tributaria del Sector Turístico en el Municipio San Cristóbal con relación al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley Orgánica de Turismo”.

Sus respuestas representan un valioso aporte para la realización de mi trabajo especial de grado para optar al título: Especialista en Gerencia Tributaria en la Universidad Católica del Táchira (UCAT).

La información que suministre será anónima, utilizada con fines académicos y tendrá carácter confidencial, por tal motivo se le agradece la mayor sinceridad y objetividad al responder.

ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

- Debe escuchar cuidadosamente las preguntas planteadas y contestar con la mayor veracidad posible y en forma clara cada pregunta.
- Asegúrese de contestar todas las preguntas planteadas.
- Responder una sola opción.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

- 1.1- 18-30 1.2- 31-40 1.3- 41-50 1.4- 51-60
1.5- Más de 60

2. ¿Cuál es su estado civil?

- 2.1- Soltero(a) 2.2- Casado(a) o unido(a)
2.3- Divorciado(a) 2.4- Viudo(a) 2.5- Separado(a)

3. ¿Género?

- 3.1- Masculino 3.2- Femenino

4. ¿Su grado de instrucción es?

- 4.1- Sin instrucción 4.2- Primaria 4.3- Secundaria
4.4- Universitaria 4.5- Postgrado

En caso de tener postgrado, indique cuál(es): _____

5. ¿Conoce qué establece la Ley Orgánica de Turismo con respecto a la contribución especial destinada al Instituto Nacional de Turismo (INATUR)?

- 5.1- Sí 5.2- No

En caso de responder no, explique ¿por qué? _____

6. ¿Cuál es la institución encargada de la contribución especial?

- 6.1- SENIAT 6.2- Banco 6.3- INATUR 6.4- Otro

7. ¿A través de que medio se divulga información con relación al pago de este impuesto?

- 7.1- Avisos de INATUR publicados en prensa
7.2- Avisos de INATUR publicados en televisión
7.3- Avisos de INATUR publicados por radio
7.4- Boletines o folletos del INATUR
7.5- Ninguno
7.6- Otro (especifique): _____

8. ¿Qué se toma como base imponible para el cálculo de esta contribución especial?

- 8.1- Los ingresos brutos mensuales
8.2- El enriquecimiento neto
8.3- La utilidad del ejercicio fiscal

9. ¿Qué alícuota se aplica a la base imponible de esta contribución especial?

- 9.1- 0,5% 9.2- 1% 9.3- 12% 9.4- 34%

Otro (especifique): _____

10. ¿Considera usted que el porcentaje aplicado al cálculo de la contribución especial es?

- 10.1-Muy Alto 10.2 Alto 10.3-normal y razonable
10.4-Bajo 10.5-muy bajo

11. ¿Con qué frecuencia debe el contribuyente pagar la contribución especial al Instituto Nacional de Turismo (INATUR)?

- 11.1-Los primeros quince días de cada mes
11.2-Trimestralmente
11.3-Semestralmente
11.4-Anualmente

12. ¿Cree usted que en su totalidad los contribuyentes en el sector turístico del Municipio San Cristóbal están inscritos en el Registro Nacional de Turismo RTN?

- 12.1-Sí 12.2-No

13. ¿Cree usted que en su totalidad los contribuyentes en el sector turístico del Municipio San Cristóbal tienen la licencia de turismo emitida por el INATUR?

- 13.1-Sí 13.2-No

En caso de responder no, explique ¿por qué? _____

14. ¿Cuál es la frecuencia de renovación de la licencia de turismo?

- 14.1-Cada año 14.2-Cada dos años
14.3-Cada 3 años 14.4-Ninguna de las anteriores

15. ¿Velan ustedes para que se cumpla lo establecido en La ley Orgánica de Turismo, en cuanto a tener en un lugar visible las tarifas de los servicios que presta el contribuyente?

- 15.1-Sí 15.2-No

Si es afirmativo, ¿Cómo lo hacen? _____

16. ¿Velan ustedes para que se cumpla lo establecido en La ley Orgánica de Turismo, en cuanto a tener las normas aplicables para la prestación del servicio?

- 16.1-Sí 16.2-No

17. ¿Velan ustedes para que se cumpla lo establecido en La ley Orgánica de Turismo, en cuanto a tener como deber formal, tener en los establecimientos el Libro oficial de Sugerencias y Reclamos que este visible y disponible para los turistas y visitantes?

- 17.1-Sí 17.2-No

18. ¿Sienten que como ente recaudador ha cumplido su función de órgano divulgativo en pro de la formación y consolidación de una cultura tributaria en el municipio San Cristóbal?

18.1-Sí 18.2-No

Explique ¿por qué? _____

Muchas Gracias por su valiosa colaboración.-

Nombre y apellido del encuestador:

Firma: _____

Fecha: _____

**Anexo N° 4. Lista de contribuyentes del Sector Turístico del Municipio
San Cristobal emitida por el INATUR**

SAN CRISTOBAL		
HOTEL VALLE DE SANTIAGO	urb. Santa inés av las pilas calle principal	0276 3425090 0276 3424767
HOTEL CASTILLO DE LA FANTASIA	av España barrio ambrocio plaza	0276 3532574 0276 3530848 0276 3531933 0276 3532032
HOTEL DINASTIA	Av. 7ma con Calle 14 S/C	0276 3421110 0276 3416272 0276 3418174 0276 3414108
HOTEL JARDIN	av Libertador esquina entrada urb Las Mercedes	0276 3434293 0276 3431555 0276 3435228 0276 3436911
HOTEL CIRCULO MILITAR	av 19 abril frente urb Mérida	0276 3465175 0276 3479798 0276 3460451 0276 3460054
HOTEL CENTRAL PARK	Calle 7 con carrera 4 sector centro	0276 3421763 0276 3435880
HOTEL PIRINEOS	av España vía plaza de toros N° J-90	0276 3564033 0276 3565498 0414 7112842
HOTEL HAMBURGO	av libertador N° B- 3 edificio Hotel Hamburgo C.A	0276 3444848 0276 3432922 0276 3435504
HOTEL SEÑORIAL	av España N° k – 55 pueblo nuevo	0276 3562909 0276 3564189 0276 3569083
HOTEL DEL REY	av Ferrero Tamayo Edif. Aparto – Hotel del Rey	0276 3430561 0276 3432703 0276 3448945
HOTEL EL FARAON	Carrera 9 con calle 9 esquina edificio bella vista centro	0276 3438158 0276 3437866
HOTEL LAS LOMAS	av libertador sector las lomas	0276 3435733 0276 3435775 0414 7046846
NEO HOTEL	av Ferrero Tamayo Bajando Redoma los Arbolitos	0276 3564157 0276 3562425 0276 3564020
HOTEL KORINU	Calle 5 bis concordia	0276 3466217 0276 3469333 0276 3468443 0276 3463704
HOTEL GRECÓN	5 av Con calle 16 Frente al Antiguo Cine Avenida	0276 3414498
LIDOTEL BOUTIQUE	av Antonio José de sucre Sambil sector las Lomas	0276 5103333
Hostal San francisco	Carrera 25 entre pasaje Acueducto calle 11 N° 10-141 Barrio Obrero	0276 3551027 0276 3568142 0276 3567365



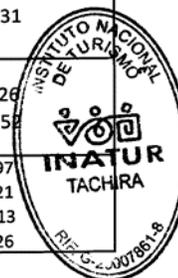
HOTEL RESTAURANT MONUMENTAL	Final de la Av. España Frente al pabellón Colombia	0276 3530808
MON CRICKET	Carrera 13 N° 11-79 calle 12 sector san Carlos Barrio Obrero	0276 3445646 0276 3446204
Del Ángel Boutique	Carrera 26 n° 9-60Barrio Obrero Detrás de Toyo táchira	0276 3533325 0276 3566249 0276 3568287
Hotel Sancho Panza	urb. Juan Maldonado calle N° 2 N 8-110, la concordia papelería moderna mas abajo	0276 3470366 0276 3471507
Hotel Residencia Doña Carmen S.A	calle 2 n 8-110 principal Sector Bolívar N° 1 - 117	0416 6762281 0414 3797425 0276 6513280
LAS PALMAS HOTEL BOUTIQUE	av españa urb campo alegre calle2 bis-e-45	0414 3792530 0276 3562740 0276 3563532
Hotel Coriongo	calle 4 av. Antiguo parque exposicion casa #6-22 sector la concordia	0276 3476431
Hotel Madrigal suite C.A	calle 3 carreras 8 y 9 centro	0276 3442728 0276 3443585
Hotel y Restaurant Ensoñacion	Km1via rubio	0276 3433997
Hotel 4 esquinas	av 19 de abril , casa N 1-23	0276 4258201 0276 3484238
Hosteria El Molino	urb, Campo Alegre pueblo Nuevo por av España	0276 3562885 0276 3533979
Posada Pirineos	Entre la prolongación de la Av. Carabobo y Av. Francisco de Cárdenas con calle 15 Urb. Pirineos Barrio Obrero.	0276 3556528 0276 3558368 0276 3567390 0424 7310110
Posada Turística Villa María	Sector La Cueva, Calle Las Carmelitas Casa Villa María	0276 - 3530441 0424 - 7133779
Posada Mana c.a	Calle A # 23 Quinta Andreina Urb. Los Naranjos.	0276 3420150 0414 7185816 0416 7077800 0276 4183586 0416 6669534
Portal Vicentino	Barrio Ambrosio Plaza Calle 2 #0-42 Quinta Divino Niño Pueblo Nuevo	0276 3530538 0414 7088091
POSADA HOSTAL Villa Vijimi	Calle Monumental Qta. Villimi N° 0-165, Final Av. España Pueblo Nuevo	0276 3530951 0426-4760351 0414-7076462



Posada Turística San Sebastián	Calle 10 N° 16-24 Barrio Obrero	0414 7065018 0276 3561046
Mi Posada	AV principal de Pueblo Nuevo Urb. Pedregal casa Y-88	0414 7057908 0416 6745108 0276 3530627 0416-5755161
Posada Turística La Estancia Del Labrador CA	Av. Principal Pueblo Nuevo N° Pn 22	0276 3531334 0412 7901058
Posada Pie De Monte	Urb. Altos de Los Criollitos calle 5 ultima terraza	0276 3473029 0416-5769093
La Estancia De Bolívar	av libertador con av democrata local representaciones bolivar	0276 3415004 0414 7188308 0414-3740045- 0276 3414156 (fax)
Esencia Posada Spa	av las pilas 1 -55 al lado colegio santa teresita	0276 3415830 0414 3762522
Residencia turística El Sol	calle 05 bis N 3-126, bajando Cancha de balonmano sector paramillo-san cristobal	0276 3564149 0414 7131763 0416 8757576
Posada Mihuchaty	barrio libertador calle 4 casa 4-32 frente urbanizacion santa maria	0276 3569527 0276 3550781 0416 7727312
Posada los Laureles	av principal pueblo nuevo 30 mtrs poligono de tiro quinta ana maria p-150	0276 3531123 04147159805
Posada la Fuente	Av.Ppal Pueblo Nuevo sector El Paraiso Quinta Doña Lola # 3-46	0414 0774233 0276 3444626
Posada La Aragueña	Urb. Campo Alegre #0-90 Av. España pueblo nuevo.	0276 3563255 0276 3564353 0414 7046721 0276 3564786 0424-7334938
La Posada De Rojas	Urb. Tachira calle Libertad # 1-56 Bajando por la Estacion de Servicio de la Av. Rotaria	0276 3472563 0276 3471496 0414 7371426
LA Turística Cascada	Carrera 15 entre calle 11 y pasaje acueducto #10-136 Barrio Obrero	0276 3448924 0276 3438608 0424 1636902 0414 7868386



El Remanso De Pueblo Nuevo	Av. Ppal. De Pueblo Nuevo, sector Las Pilas Casa #P-70	0276 3421587 0414 7131866 0276 3420085
Rincon Tachirens	Av. Ferrero Tamayo Calle 3 Carrera 2 # FT -19- La Popita dos cuadras de la cruz roja	0276 3414160 0276 3418753/6110155/ 0414 7082600
CAMPAMENTO ECOLOGICO MONTAÑA ENCANTADA	ALDEA DE LOMA DE PIO ,VIA CHORRO INDIO KMS FINCA PARAISO	0416 7774424 0424 7032726
Posada el Tamá	Av principal pirineos frente a res. tama	0276 4144908 0276 3568571. 0414 2763379
TRUCHAS REFUJIO INDIO	LOS MARTINEZ VIA CHORRO INDIO	0414 7040567 0276 3479382
Posada Doña Nelly	AV Bolivar Urb. Las Lomas Quinta Maria Elena Nº 0-298	0276 3432164 0416 5789837
Posada Nazara C.A	Sector Pirineos, avenida carabobo, Nº 21- 342 , 150 metros más arriba parque la Romerita.	0276 3566612 0414 7076734
Estancia Casa Blanca	avenida españa casa 145 50 mts del c.c el tama	0276 3560175 0276 3566627
Posada Turística Los Nonos	Calle 12 nº 19-60 Barrio Obrero	0276 3554751 0424 7096420
Gran Posada Virgen del Valle	Sector mata de guduá vía Capacho, frente estación de servicio el Trebol, calle Altamira	0276 3821864 0414 1764466
Posada La Excelencia	carrera 3 casa Nº 55-128 sector barrio el Lobo detrás de la Manga de coleo Vicente Elias Ramírez	0276 3532880 0414 3791631
Posadas Las Rosas Andinas	Urbanización Monumental, sector pueblo nuevo Av La Plaza con Av Monumenta Parcela 35 N 46-131	0416 3726126 0276 3532558
La Posada de Rojas II Chorro el Indio	Vía Chorro el Indio, sector pedraza agua linda.	0276 3127697 0412 1687121 0414 7084613 0414 7371426



PLAZA REAL	CARRERA 16 CALLE 11 Y 12 BARRIO OBRERO	0276 3550977
ESTANCIA LAS VALENTINAS	LOMA DE PANAGA SAN CRISTOBAL	0416 6626274
posada refugio la beltmontaña	sector chorro indio	0412 5477604
VILLA VEN C.A	AV. 19 Abril Edif. Villaven N. 4-23 Diagonal Circulo militar	0276 3471015 0424 7398496
CABAÑAS CUESTA BRAVA	Sendero La s Martinez	0414 9775694 0414 3767087
EL REFUGIO DE LOS VIENTOS	CARRETERA PRINCIPAL VIA EL RON SECTOR AGUA LAGUNA	0414 7102026 0276 3558109
Operadora Residencias Coromoto Suite	Pasaje acueducto Nº 16 - 39 al Lado de La cas Parroquial Iglesia Coromoto	0276 3563062 0424 7336744
Posada Turistica Mis Chalets	calle 5 bisN4-69 la concordia subiendo plaza venezuela 1/2 cuadra funeraria el carmen	0276-5169163 0424-7154378 0414-7066571 0276-3484085
Estacia El Paraíso C.A	Calle 3 Nº 1 -23 Barrio el Paraíso Pueblo Nuevo	0276 3445734 0414 7143800 0414 7113894



CANTIDAD	Denominación comercial	Dirección	VT	RTN
1	TURASER	C.C el Sambal, local T-98 al lado de cines unidos	Tramite	10518
1	TURVINTER S.A	Sector Centro 5 ta Avenida Edificio Uribante planta baja Nº 5-22	67	1890
1	TURANDES	Carrera 21 Edif. Tiyiti, local 5, Planta Baja. Barrio Obrero. S/C.	80	trasmite
1	CARVEN VIAJES C.A	PASAJE ACUEDUCTO ENTRE CARRERAS 19 Y 20 BARRIO OBRERO	217	537
1	viajes el TAMA TOURS	Calle Quinimarí, Qta. Doña Eva, frente al C. C. El Tamá. S/C	357	553
1	TURVINTER C.A PIRINEOS	Barrio obrero, carrera 23 entre calles 9 y 10 edificio turvinter Nº 9 – 55 frente c.c plaza	67	
1	Viajes y turismo Buena Ventura C.A	La Concordia , Calle 7 con Carrera 10 Edificio Ceprotáchira oficina Nº 1 detrás del Colegio de Abogados.	Tramite	
1	REALCA	Carrera 23 entre calles 11 y 12 Nº 11-22 diagonal al Banco Venezuela. Barrio Obrero s/c	523	2489
1	ESPLENDIDAS VACACIONES VIAJES Y TURISMO, C.A	Centro Comercial Plaza, Local 57, Nivel Pirineos, Barrio Obrero, S/C	1061	7278 / 6477
1	TAAN VIAJES Y TURISMO	Edificio. Primo Centro frente C.Comercial las Lomas 2 piso Oficina 2-12	1148	3528
1	TOUR ANDINO INTERNACIONAL	Av. Lucio Oquendo con Av. 19 de Abril, Qta. Ismiguel. S/C	1435	9526
1	MUTOCA	Av. Ferrero Tamayo Sector El Paraíso, calle 1 N 3-95.S/C	1588	2222
1	VILLA CHALET VIAJES Y TURISMO	Av. 19 de Abril, C.c. El Parque, planta baja.local 7 S/C	1885	3434
1	EMAZA TOUR	C.C Paseo la Villa planta baja local A2-03. S/C	1908	3566
1	GLAROCCA TOURS	Calle 15 entre carreras 8 y 9 sector garviras Nº 8-82. Diagonal a banfoandes edificio "Don Vale".	2019	4044
1	VIAJES ARICAN C.A	Calle 11 con carrera 19, Nº 19-3 Barrio Obrero. S/C	0	4100
1	QUIMPUY TOURS	Av. 19 de abril C.C. del Este, Piso 1, Local ML –14. S/C	2077	4149
1	YO SOY VIAJES Y TURISMO	C.C. Paseo la Villa, Local A3-13. S/C	2180	4569
1	MERCOTUR INTERNACIONAL	Av. España, C.C. Los Naranjos, Piso 2 local 25. San Cristóbal	2514	5693
1	VIAJES ORION	Calle 14 con carrera 21 nº 21 – 10 local 4 barrio obrero san cristóbal	2551	5830
1	viaje cumbre	Calle 13 N 19-25 entre carreras 19 y 20 Barrio Obrero. San Cristóbal	163	412



1	TURISMO COLONIAL	C.C. El Pinar, nivel Av. Local C2- 13. S/C	1127	TRASMITE
1	TURALCA VIAJES Y TURISMO C.A	Calle 4 Nº 8-69 frente al Stadium Táchira, La Concordia. S/C	1081	5133
1	EFFRATOUR	C.C. El Pinar, nivel Plaza Aérea, piso 2 Local P-15. S/C	2332	4996
1	INTER UNO, C.A.	Carrera 23 Nº 9-55, Edif.. Turvinter, 2do piso, Barrio Obrero. S/C	2667	6664
1	NATIONAL ADVENTOURS	Av fortunato Gomez c.c.pinar nivel avenida-Local c2-3-Las Acacias	2671	6780 2286
1	REPRESENTACIONES ELITE TRAVEL CA	PASAJE ACUEDUCTO ENTRE CARRERAS 20 Y 21 EDIF VELEZ PISO 3 OFIC. Nº 2 BARRIO OBRERO / diagonal a la guitarra andaluza	2777	7899
1	GIROMUNDO	Call.16 Edif. Doña Maria Piso 1 entre 7ma. Av. Y carrera 6 al lado d ela funeraria paolini	2793	8197
1	AMERICAN TRAVEL CLUB C.A	Av. Principal de Barrio Sucre calle 2 Nº 0-73, 30 mts mas arriba del semaforo de la normal	2716	7265
1	GRUPOS J.E. VIAJES Y TURISMO CA	CARRERA 23 ENTRE CALLE 14 Y PASAJE PIRINEOS LOCAL Nº 12-79	tramite	tramite
1	REPRESENTACIONES LESS TOUR	C.C. El Pinar, Piso 2, local P-38. San Cristóbal.	93	5654
1	IMPERIAL CARIBBEAN TOURS CA	CONJUNTO RESIDENCIAL LOS ALPES AV DEMOCRATA ÁREA COMERCIAL LOS ALPES LOCAL. 1 Y 2	2799	8368
1	Roraima viajes y turismo	Barrio Obrero carrera 22 entre Calles 14 y 15 minicentro comercial la tiendita local 6	trasmite	trasmite
1	Scape Travel San Cristóbal C.A	Carrera 18 entre pasaje Acueducto y calle 10 # 10-67 a media del banco del tesoro	Tramite	10228
1	TURISMO Y EXPEDICIONES Táchira (Revista)	SECTOR BUENOS AIRES PUEBLO NUEVO CALLE PRINCIPAL CASA 29-4	trasmite	TRASMITE
1	Expresos los llanos turismo C.A	av rotaria calle pricipal terminal los llanos (terminal privado) expreso los llanos.	2232	4699
1	La Castellana Tours, C.A	:Av. Universidad, sector la Castellana, via Hospital Militar	2637	6481
1	italviajes	Centro Comercial Sambil, San Cristobal Av Libertador, local L3b Nivel Autopista		
1	Mariotsy Travel	Centro Comercial Santa Teresa, local L-35 San Cristobal		
1	Viajes vicsadmar	Carrera 20 entre calles 16 , centro comercial alejandría.	trasmite	trasmite
1	VIP TRAVEL	Barrio Obrero calle 8 entre carreras 19 y 20 Nº 19-37	2935	E/T
1	Turismo INTL C.A	Barrio Obrero C.C Arigar Nivel 1 Local L-3 Calle 11 con Carrera 24		
1	LINK TRAVEL C.A	BARRIO OBRERO CARRERA 22 CON CALLE 12 Nº 22-8		



1	Encants TRAVEL C.A	Barrio Obrero entre calles 14 y 15 Edif Apolo P/B		
1	destino free lans	barrio san carlos calle 11 n° 12-17	tramite	
45				

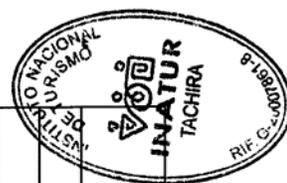


Municipio San Cristóbal

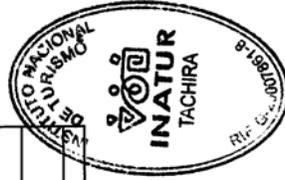
CANTIDAD	Denominación comercial	Dirección	RTN	Licencia	Categoría	Nº habitaciones	Nº plazas Cama
1	Valle de Santiago	urb. Santa Inés av las pilas calle principal	662	6062	Sin Categoría	27	40
1	Castillo de La Fantasía	av España barrio ambrocio plaza	N/P	N/P	Sin Categoría	41	82
1	Hotel Sueño Feliz	La Concordia. Calle 2 con carrera 9 Nº 9-1	N/P	N/P	...		
1	DINASTIA	Av. 7ma con Calle 14 S/C	246	246	***	74	150
1	Jardín	av Libertador esquina entrada urb Las Mercedes	00026	26	***	70	161
1	Circulo Militar	av 19 abril frente urb Mérida	N/P	N/P	Sin Categoría	84	200
1	Central Park	Calle 7 con carrera 4 sector centro	7989	N/P	**	74	120
1	Pirineos	av España via plaza de toros Nº J-90	1118	N/P	**	82	150
1	Hamburgo	av libertador Nº B- 3 edificio Hotel Hamburgo C.A	1138	NP	*	85	180
1	Señorial	av España Nº k - 55 pueblo nuevo	2760	45	**	24	59
1	Del Rey	av Ferrero Tamsyo Edif. Aparto - Hotel del Rey	502	NP	NP	40	180
1	El Faraón	Carrera 9 con calle 9 esquina edificio bella vista centro	7398	NP	NP	35	70
1	Telomas / Las Lomas	av libertador sector las lomas	9060	TRAMITE	NP	68	174



1	Korinu	Calle 5 bis concordia	219	N/P	NP	28	75
1	Grecón	5 av Con calle 16 Frente al Antiguo Cine Avenida	7981	N/P	NP	51	139
1	Lidotel Hotel Boutique Táchira Venezuela	av Antonio José de sucre Sambil sector las Lomas	8707	N/P	NP	121	250
1	Hostal San francisco	Carrera 25 entre pasaje Acueducto calle 11 N° 10-141 Barrio Obrero	8374	N/P	NP	31	62
1	Hotel Restaurant Monumental	Final de la Av. España Frente al pabellón Colombia	N/P	N/P	NP	25	70
1	MON CRICKET	Carrera 13 N° 11-79 calle 12 sector san Carlos Barrio Obrero	8195	N/P	NP	26	52
1	Del Ángel Boutique	Carrera 26 n° 9-60Barrio Obrero Detrás de Toyo táchira	8405	N/P	NP	10	25
1	Hotel Sancho Panza	urb. Juan Maldonado calle N° 2 N 8-110, la concordia papeleria moderna mas abajo	10335	N/P	N/P	25	50
1	Hotel Rresidencia Doña Carmen S.A	calle 2 n 8-110 principal Sector Bolívar N° 1 - 117	9710	HTL-R-0002	HR	10	60
1	Las Palmas Hotel Boutique	av españa urb campo alegre calle2 bis-e-45	9532	TRAMITE		8	22
1	Hotel Coriongo	calle 4 av. Antiguo parque exposicion casa #6-22 sector la concordia				30	37
1	Hotel Madrigal suite C.A	calle 3 carreras 8 y 9 centro Km1via rubilo		tramite		28	75
1	Hotel y Restaurant Ensofiacion	av 19 de abril , casa N 1-23				29	
1	Hotel 4 esquinas	Urb Pirineos Calle la Bermeja Qta Aripaguan 276	11219			21	42
1	Hostal casa Blanca VIP	Calle 09 entre carreras 16 y17 N 16-40 Media cuadra mas abajo del lufron Barrio Obrero	12172	en tramite		19	53
1	Hotel Terra sur					13	28



1	La gran frontera	la concordia, av parque exposicion con calle 3 N° 3-32	N/P			26	51	
1	Santa Martha	La concordia, calle 4 con carrera 7 esquina, N° 6-80				14	28	
1	Rio de Janeiro	La concordia, diagonal al terminal de pasajeros, 50 mts mas arriba del saman	7772	N/P		13	30	
1	El Molino	urb. Campo Alegre pueblo Nuevo por av España	N/P	NP		50	90	
1	Hotel Cordialidad	La Concordia carrera 9 N° 3-23	N/P	N/P		38		
Total plazas Cama en el Municipio							1320	2805

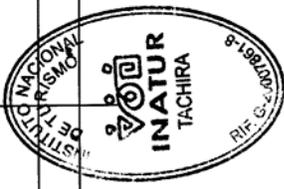


1	La Bella China	Unicentro el Angel Barrio Obrero	comida china			
1	La Guiltarra Andaluza	Pje. Acueducto crra 20 y 21 barrio obrero	Licores comida Internacional Nacional			Comida Italiana Marisqueria
1	La Oleala	Calle 11 con carrera 21, Barrio Obrero				
1	La Vaquera	Av. Libertador, Las Lomas	Ambiente Familiar Y Discoteca, Carnes a la Brasa			Carne a la Brasa y Comida Internacional
1	NAN KING	av. 19 de abril con carrera 13 la concordia	comida china			
1	Rancho Bonito	Av. Principal de Pueblo Nuevo con Empalme Quinimari	comidas a la brasa			
1	MODOO BANK, C.A	Carrera 21 con calle 10 esquina barrio obrero	Restaurant carnes a la brasa			
1	Botafogo café c a	Carrera 22 entre calle 10 y pasaje acueducto	restaurant y tragos			
1	Freccia Rossa C.A	Sambli nivel autopista local T-33	gastronomia italiana			comida italiana y mediterranea
1	Ribs & fries	centro comercial sambli				comida americana
1	Raklet gastro bar C.A	Centro de compras barata terraza local p-09 sector pueblo nuevo	comidas y bebidas			comidas internacionales marisqueria
1	Jarana café & lounge	carrera 21 calles 13 y 14 edificio torre anedica pinicos	comidas nacionales e internacionales			
1	smoka caffè	calle 11 carrera 23 11-17				
1	restaurante plaza real	carrera 24 detrás de la iglesia el angel	grill			
1	Solo futbol bar	av. Ferrero lamayo				
1	eco bus	chorro el indio				
1	cabañas la fresas	chorro el indio				
1	MIA PIZZA C.A	Av principal de pueblo nuevo, local T-35 a 100 mts del premun	comidas y bebidas	76		restorante de comida italiana, carnes, brochetas, hamburguesas
1	Bar Restaurant Milenium C.A	av españa, antiguo bingo platinum	comidas y bebidas			comida a la carta, marisqueria
1	El potrero restaurant	av rotaria diagonal al hiper garzon	comidas y bebidas			carnes, pollo , ensaladas, Sopas, merengadas, pastas
1	maliz ristorante C.A	barrio obrero carrera 24 entre calles 11 y 12	comidas y bebidas			comida italiana



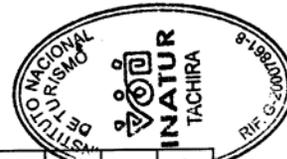
1	marisqueria guidemar	barrio san carlos calle 13 entre carreras 12 y 13	comidas y bebidas	marisqueria
1	fuelle de soda las lomas	cc las lomas	comidas y bebidas	
1	la hoja	av libertador diagonal a cadeia	marisqueria y licores	
1	massimos	barrio obrero carrera 22 entre calles 11 y 12	pasta y pizza	
1	la cioccolata dulciandia	barrio obrero carrera 23 con calle 14	pizza, almuerzos, Dulces	
1	tasca marisqueria don comodo	av libertador	marisqueria	
1	bowling xtreme center	cc sambil	restaurant, sala de juegos, Discoteque	
1	INNOVAS GRILL BAR	barrio obrero, final pasaje acueducto carrera 26 diagonal al obelisco	carnes en vara, marisqueria y pastas	
1	sables grill	barrio obrero calle 14 entre carreras 19 y 20	carne en vara	
1	Entreverado C.A	barrio obrero calle 14 entre carreras 19 y 18	carne en vara	
1	Donde Wilfrido Restaurant	Carrera 22 entre pasaje acueducto y calle 10		
1	Casa Camia	carrera 20 N° 10-21 Barrio Obrero		
1	Fiat Drinking Dark Room	santa cecilia av universidad, aldea machini N° 14-1	almuerzo ejecutivo, pizzas	
1	Niccetto Food Bar	ubicado en Barrio Obrero, Esquina Viaducto Nuevo		
1	Bugarvilla café (Puerto Madero)	barrio obrero carrera 22 N° 9-3	marisqueria, pastas, carnes	

56

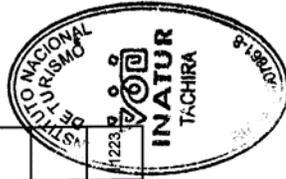


Municipio San Cristobal

cantidad	Denominación Comercial	Dirección	Hab.	Camas	RTN
1	Los Pirineos	Entre la prolongación de la Av. Carabobo y Av. Francisco de Cárdenas con calle 15 Urb. Pirineos Barrio Obrero.	15	30	7257
1	Mana c.a	Calle A # 23 Quinta Andreina Urb. Los Naranjos.	10	15	8247
1	Portal Vicentino	Barrio Ambrosio Plaza Calle 2 #0-42 Quinta Divino Niño Pueblo Nuevo	18	45	7420
1	POSADA HOSTAL Villa Viljimi	Calle Monumental Qta. Villimi Nº 0-165, Final Av. España Pueblo Nuevo	12	28	8001
1	Posada Turística San Sebastián	Calle 10 Nº 16-24 Barrio Obrero	15	48	8325
1	Posada Turística La Estancia Del Labrador CA	Av. Principal Pueblo Nuevo Nº Pn 22	6	23	8141
1	Posada Pie De Monte	Urb. Altos de Los Criollos calle 5 ultima terraza	15	39	8391
1	La Estancia De Bolívar	av libertador con av democrata local representaciones bolivar	24	65	5841
1	Esencia Posada Spa	av las pilas 1 -55 al lado colegio santa teresita	4	7	7962
1	Residencia turística El Sol	calle 05 bis N 3-126, bajando Cancha de balonmano sector paramililo-san cristobal	10	20	NIP
1	Posada Mihuchaty	barrio libertador calle 4 casa 4-32 frente urbanización santa maria	12	32	1499
1	Posada los Laureles	av principal pueblo nuevo 30 mtrs poligono de tiro quinta ana maria p-150	14	20	9001
1	Posada la Fuente	Av.Ppal Pueblo Nuevo sector El Paraiso Quinta Doña Lola # 3-46	6	31	7072
1	Posada La Aragueña	Urb. Campo Alegre #0-90 Av. España pueblo nuevo.	13	30	4631
1	La Posada De Rojas	Urb. Tachira calle Libertad # 1-56 Bajando por la Estacion de Servicio de la Av. Rotaria	27	47	7810
1	LA Turística Cascada	Carrera 15 entre calle 11 y pasaje acueducto #10-136 Barrio Obrero	15	30	7089



1	posada turística mis chalets	calle 5 bisN4-69 la concordia subiendo plaza venezuela 1/2 cuadra funeraria el carmen	6	18	No
1	Posada Manti	Av 19 de abril Edificio Villaven N 4-23 diagonal al circuito Militar	8	21	
1	Posada la Coronela	Av Rotaria Urb Altos de los Criolitos calle 3 N a-12 al lado de premier ciudad comercial	8	15	11460
1	Posada y Restaurante El Mediterraneo	Parque expocision, La Concordia, entre calles 3 y 4 N 6-17			
1	Posada Hostal Alejandra	Avenida carabobo, calle el Zumbador, pirineos parte baja, quinta alejandra			
1	Estacia El Paraiso C.A	Calle 3 N° 1 -23 Barrio el Paraiso Pueblo Nuevo	9	30	11223
			387	1043	



38

San Cristóbal Hoteles						
cantidad	Nombre	Dirección	RTN	Licencia	Categoría	habitaciones p/cama
1	Hotel Turístico Las Delicias	las lomas sección huertas de palermo barrio el lago calle principal	7422	N/P	NP	65
1	Hotel Alan	Calle 9 con carrera 12 sector centro	1420	N/P	NP	21
1	Valle Hondo	Carretera vía el Llano Comunica con troncal 5	8574	N/P	NP	71
1	Palermo	av. Libertador Las Lomas	41	N/P	***	76
1	Country Garden Suite	Vía loma de pio metros antes del Parque Nac. Chorro del Indio	6724	N/P	Sin Categoría	51
1	HOTEL RIO DE JANEIRO	Calle 1 N° 7-27, Urb. Juan Maldonado, Parroquia La Concordia	7772	N/P	NP	11
1	EL ELBA	Prolongación 5ta av la concordia Casa N° 7-160	8416	N/P	NP	12
1	HOTEL La VENUS	Calle 11 con carrera 6 Esq N° 6-25	N/P	N/P	NP	16
1	Panamericano	Carrera 6 entre calles 11 y 12	N/P	N/P	NP	10
1	Motel Las Cabañas	Huertas de Palermo calle 1 Barrio el lago Sector la Machiri	7932	N/P	****	128
1	HOTEL SANTA BARBARA	calle 6N° 3-38 la concordia	N/P	N/P	NP	25
1	Don Nicolas	Quinta Av entre Calles 10 y 11	En Tramite	N/P	NP	25
1	Taj Mahal Suite	Av rotaría sector los criolitos Edif. Taj Mahal	8336	N/P	NP	64
1	San Marino	CALLE 1 CON PASAJE JAUREGUI EDIFICIO MORTA 9-66 Y 9-77	8596	N/P	NP	26
1	Motel Industrial	SECTOR MACHIRI CALLE PRINCIPAL	En Tramite	N/P	NP	56
1	hotel Japón	Centro Carrera 6	8920	En tramite	NP	19
1	paradise suites Hotel C.A	Boca De Caneyes	N/P	N/P	N/P	
1	MOTEL COLONIAL CA	Sector Las Cruces Av. 1 Frente al Rio Torbes	8787	N/P	N/P	14
1	Motel California	zorca La 45				40
19						730
						1493



